

**ANKARA ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

DOKTORA TEZİ

**YABANCI TURİSTLERİN TÜRK MUTFAĞINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ:
EGE BÖLGESİ ÖRNEĞİ**

Esra MANKAN

EV EKONOMİSİ (BESLENME BİLİMLERİ) ANABİLİM DALI

ANKARA

2012

Her Hakkı Saklıdır

TEZ ONAYI

Esra MANKAN tarafından hazırlanan “**Yabancı Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri: Ege Bölgesi Örneği**” adlı tez çalışması 15/06/2012 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oybirliği ile Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Ev Ekonomisi (Beslenme Bilimleri) Anabilim Dalı’nda **DOKTORA TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

Danışman : Prof. Dr. Ayşe Özfer ÖZÇELİK

Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi

Jüri Üyeleri:

Başkan : Prof. Dr. Ayşe Özfer ÖZÇELİK



Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi

Üye : Prof. Dr. Metin Saip SÜRÜCÜOĞLU



Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi

Üye : Prof. Dr. Nevin ŞANLIER



Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi

Üye : Prof. Dr. Zeynep ERDOĞAN



Ankara Üniversitesi Ev Ekonomisi Yüksekokulu

Üye : Doç. Dr. Muhittin TAYFUR



Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi

Yukarıdaki sonucu onaylarım

Prof. Dr. Özer KOLSARICI
Enstitü Müdürü

ÖZET

Doktora Tezi

YABANCI TURİSTLERİN TÜRK MUTFAĞINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ:

EGE BÖLGESİ ÖRNEĞİ

Esra MANKAN

Ankara Üniversitesi

Fen Bilimleri Enstitüsü

Ev Ekonomisi (Beslenme Bilimleri) Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Ayşe Özfer ÖZÇELİK

Bu araştırma; tatilini geçirmek üzere Ege Bölgesine (İzmir, Muğla, Aydın) gelen ve konaklayan yabancı turistlerin Türk mutfağı ve yemeklerine ilişkin görüşlerini belirlemek amacıyla yürütülmüştür. Ege Bölgesinin çeşitli turistik tesislerine tatillerini geçirmek üzere gelen turistler arasından seçilen 3, 4, 5 yıldızlı otellerde konaklayan, en az üç geceleme yapmış olan, 18 yaş ve üzeri 510 (kadın:300, erkek:210) yabancı turist araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Veriler anket formu kullanılarak toplanmıştır. Araştırmaya katılan turistlerin ortalama yaşı 38.25±14.205 yıldır. Araştırmaya katılan turistlerin %68.4'ü Türk mutfağının yemeklerini daha önce tattığını, %93.1'i Türk yemeklerini beğendiğini, %81.2'si Türkiye'ye tekrar gelmeyi düşündüğünü belirtmişlerdir. Katılımcıların %53.3'ünün Türkiye'de buldukları süre içinde Türk yemeklerini, %36.1'inin ise hem kendi ülkesinin yemeklerini, hem de Türk yemeklerini tercih ettikleri saptanmıştır. Araştırmaya katılan turistlerin Türk mutfağına ait yemeklerden en yüksek oranda tavuk yemeklerini (%88.4) yedikleri saptanmış olup, bunu sırasıyla içecekler (%85.9), salatalar (%82.4), et yemekleri (%81.6), çorbalar (%80.0), pide çeşitleri (%79.6), börekler-hamur işleri (%78.2) izlemiştir. Turistlerce en düşük oranda yenilen yemeğin kurubaklagil yemekleri (%54.3) olduğu belirlenmiştir. "Türk mutfağının yemekleri daha az yağlı olmalı" ifadesine katılanların (%45.3); Türk mutfağının yemekleri daha az salçalı (%41.2), daha az tuzlu (%36.7), daha ucuz (%41.4), daha sağlıklı olması (%37.6) ile ilgili kararsız olanların; daha çok sebze (%46.7) daha temiz (%37.6) olmalı ifadelerine ise katılmayanların oranı en yüksektir. Türk Turizmi ve Türk Mutfağının hak ettiği yere gelmesi için geniş kapsamlı tanıtımların yapılması gerekmektedir.

Haziran 2012, 265 sayfa

Anahtar Kelimeler: Yabancı turist, Türk mutfağı, görüş

ABSTRACT

Ph. D. Thesis

FOREIGN TOURISTS' OPINIONS ABOUT TURKISH CUISINE:

THE AEGEAN REGION EXAMPLE

Esra MANKAN

Ankara University

Graduate School of Natural and Applied Sciences
Department of Home Economics (Nutrition Sciences)

Supervisor: Ayşe Özfer ÖZÇELİK

This study was carried out to determine the opinions of foreign tourists who arrive and stay in Aegean Region (Izmir, Mugla, Aydin) for holiday about Turkish cuisine and foods. The study sample included a total of 510 foreign tourists (female:300 and male:210) selected among tourists who arrive in different touristic facilities in Aegean Region to spend their holidays, stay in 3-, 4- and 5-star hotels and at least stay for three days and are 18 and over years old. Data were obtained through a questionnaire form. The mean age of the tourists participating in the study was 38.25 ± 14.205 years. More than half of the participant tourists (68.4%) stated to have already eaten Turkish cuisine, 93.1% of them stated to like Turkish foods, and 81.2% considered coming to Turkey again. It was determined that more than half of the participants (53.3%) consumed Turkish foods during their stay in Turkey, while 36.1% preferred to eat both Turkish and their own countries' foods. Participant tourists were determined to most prefer chicken dishes (88.4%), which was followed by beverages (85.9%), salads (82.4%), meat dishes (81.6%), soups (80.0%), pita varieties (79.6%), and pie-pastry (78.2%). On the other hand, tourists were determined to least prefer dry bean dishes (54.3%). The highest rates determined in the study appertained to those agreeing that Turkish cuisine should be less fatty (45.3%); those who were undecided that Turkish dishes should be less sauce (41.2%), less salt (36.7%), cheaper (41.4%) and healthier (37.6%); and those who did not agree that Turkish cuisine should be more vegetable (46.7%) and cleaner (37.6%). More comprehensive presentations should be organized for Turkish Tourism and Turkish Cuisine to take their rightful places in the world.

June 2012, 265 pages

Key Words: Foreign tourist, Turkish cousine, opinion

TEŞEKKÜR

Tezimin her aşamasında iyi bir çalışma çıkabilmesi için yardımlarını benden esirgemeyen ve öğrencisi olmaktan gurur duyduğum danışmanım Sayın Prof. Dr. Ayşe Özfer ÖZÇELİK'e (Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi), araştırmamın tamamlanması konusunda danışman hocamla birlikte büyük özveri gösteren araştırma görevlisi Yahya ÖZDOĞAN'a (Ankara Üniversitesi Ev Ekonomisi Yüksekokulu Beslenme Bilimleri Bölümü), istatistik çalışmalarında benden yardımlarını esirgemeyen Yard. Doç Dr. Bülent ÇELİK'e (Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi), değerli önerilerinden dolayı Prof. Dr. Metin Saip SÜRÜCÜOĞLU'na (Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi), benim bu alanda ilerlemem için tavsiyeler veren Prof. Dr. Nevin ŞANLIER'e (Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi), tezimin bitmesi için izin konusunda anlayış gösteren ve güzel bir çalışma çıkması için destekleyen Okan üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokul Müdürü aynı zamanda Gastronomi Bölüm Başkanı Prof. Dr. Gül TURAN'a, yazın benimle birlikte koşturan Bodrum Rixos Genel müdür asistanı sevgili biricik öğrencim İpek Dem'e, maddi manevi desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen bütün zorlu süreçleri benimle birlikte yaşayan babacığım, anneciğim ve sevgili kardeşim Erkan'a, otel işletmeciliğiyle ilgili bilgilerini benden esirgemeyen ablam Ebru MANKAN'a ve tezin bir gün elbet bitecek diyen ve bana sürekli moral veren 12 senelik arkadaşım, can dostum Özgür Hakan YILMAZ'a, tezimin düzenleme aşamalarında bana destek olan sevgili Ege ALIŞAN'a teşekkürü bir borç bilirim.

Ayrıca, tezimin uygulama aşamasında anketlerimin yabancı turistler tarafından doldurulmasını sağlayan öğrencilerimden başta Ziba TÜRK, Zeynep TOPÇUGÜRLER, Eralp ÇAMAŞIRCIOĞLU, Müge KÖSECAN, Bahar ÇELİKVUCUT, Şeyma BEYAZ, Egemen ÖZEGE, Tolga TOGA, Cihan BAŞ, Ekmel KIRDAR, Murat YILDIRIM'A;

İzin konusunda anlayış gösteren İzmir üniversitesi rektörlüğüne, yönlendirmelerinden dolayı Kuşadası The Grand Blu Sky Genel Müdürüne, Çeşme - Radisson Blu Resort & Blu Hotel'e, Çeşme Ontur Otel'e, Crystal Green Bay Resort Hotel'e, Bodrum, Princess Hotel'e, World of Wonders Otel'e, Bodrum Bağevleri Otel'i'ne, Kuşadası-Sözer Otel'e ve Kuşadası İmbat Oteline göstermiş oldukları anlayış ve nezaketten dolayı teşekkürlerimi sunarım.

Esra MANKAN

Ankara, Haziran 2012

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT	ii
TEŞEKKÜR	iii
ÇİZELGELER DİZİNİ	viii
1. GİRİŞ	1
2. KURAMSAL TEMELLER VE KAYNAK ARAŞTIRMASI.....	5
2.1 Turizm Konusunda Genel Bilgiler	6
2.1.1 Turizm kavramı	6
2.1.2 Turistin tanımı ve özellikleri.....	7
2.1.3 Turizm çeşitleri.....	8
2.1.4 Konaklama endüstrisinin sınıflandırılması	12
2.1.4.1 Asli konaklama tesisleri.....	14
2.1.4.2 Yardımcı konaklama tesisleri	15
2.2 Mutfak Hakkında Temel Bilgiler	17
2.2.1 Dünya mutfakları.....	18
2.2.2 Türk mutfağı	20
2.2.2.1 Yöresel Türk mutfağı.....	21
2.2.2.2 Saray mutfağı	22
2.2.3 Türk yemek kültüründe değişimler	24
2.2.3.1 Yemeklerin içeriğindeki değişimler	25
2.2.3.2 Ekmek türlerinde değişimler.....	25
2.2.3.3 Doğal besinden işlenmiş besine yöneliş	26
2.2.3.4 Mutfak araç ve gereçlerinde değişim	26
2.2.3.5 Ayaküstü beslenme (Fast Food).....	26
2.2.3.6 Sofra düzeninde değişimler	28
2.2.3.7 Ülkeler arası yemek alışkanlıklarındaki farklılıklar ve nedenleri	28
2.3 Türk Mutfağının Genel Özellikleri	30
2.3.1 Tarım ve hayvansal ürünlere dayalı olması	31
2.3.2 Yaşanan coğrafi bölgelere göre değişiklik göstermesi	32

2.3.3 Tarihi gelişim süreci içinde sosyal yapıya göre değişiklik göstermesi.....	32
2.3.4 Özel günler ve törenlere göre değişiklik göstermesi	33
2.3.5 Gelenek ve görenek ve dini yapıdan etkilenmesi.....	34
2.3.6 Komşu kültürleri etkilemesi ve onlardan etkilenmesi	34
2.4 Türk Mutfağındaki Yiyecek ve Yemek Çeşitleri.....	35
2.5 Türk Mutfağının Turizmdeki Yeri Önemi	36
2.6 Kaynak Araştırması.....	38
3. MATERYAL VE YÖNTEM.....	51
3.1 Araştırma Bölgesinin Seçimi.....	51
3.2 Araştırmanın Yapıldığı Otel İşletmelerinin Seçimi	51
3.3 Araştırmaya Evreni ve Örneklem Seçimi	52
3.4 Veri Toplama Yöntemi	53
3.5 Anket Formunun Uygulanması	53
3.6 Araştırma Verilerinin Değerlendirilmesi.....	53
4. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA.....	55
4.1 Araştırmanın Yapıldığı Otel İşletmelerinin Özellikleri ve Sundukları Yiyecek İçecek Hizmetleri İle İlgili Bulgular	55
4.2 Araştırmaya Katılan Turistlere İlişkin Bilgiler	63
4.2.1 Turistlerin demografik özellikleri	63
4.2.2 Turistlerin eğitim, meslek ve ekonomik durumlarına göre dağılımı	66
4.2.3 Turistlerin Türkiye'ye gelme durumlarına ilişkin bilgiler	68
4.2.4 Turistlerin Türkiye'ye gelmelerini etkileyen faktörler	69
4.2.5 Turistlerin konakladıkları otellerdeki yiyecek-içecek departmanlarına ait görüşleri.....	70
4.2.6 Turistlerin konaklama sırasında bağırsak rahatsızlığı geçirme durumu.....	71
4.3 Turistlerin Türk Mutfağı Konusundaki Düşünceleri	72
4.3.1 Turistlerin Türk mutfağı ile ilgili bilgisi olma durumu	72
4.3.2 Turistlerin Türk mutfağının yemeklerine ilişkin görüşleri.....	75
4.3.3 Turistlerin Türk mutfağından yararlanma durumları	77
4.3.3.1 Turistlerin Türk mutfağına ait çorbaları duyma, tüketme ve beğenme durumları.....	78

4.3.3.2	Turistlerin Türk mutfağına ait et yemeklerini duyma, tüketme ve beğenme durumları.....	88
4.3.3.3	Turistlerin Türk mutfağına ait tavuk ve balık yemeklerini duyma, tüketme ve beğenme durumları.....	102
4.3.3.4	Turistlerin Türk mutfağına ait etli sebze ve kurubaklagil yemeklerini duyma, tüketme ve beğenme durumları.....	115
4.3.3.5	Turistlerin Türk mutfağına ait etli sarma ve dolmaları duyma, tüketme beğenme durumları.....	129
4.3.3.6	Turistlerin zeytinyağılı sebze yemekleri ile zeytinyağılı sarma dolmaları duyma, tüketme ve beğenme durumları.....	139
4.3.3.7	Turistlerin Türk mutfağına ait börekler ve hamur işlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları.....	152
4.3.3.8	Turistlerin Türk mutfağına ait pide çeşitlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları.....	162
4.3.3.9	Turistlerin Türk mutfağına ait pilav çeşitlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları.....	169
4.3.3.10	Turistlerin Türk mutfağına ait yumurta yemeklerini duyma, tüketme ve beğenme durumları.....	178
4.3.3.11	Turistlerin Türk mutfağına ait salata çeşitlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları	185
4.3.3.12	Turistlerin Türk mutfağına ait içecek çeşitlerini duyma tüketme ve beğenme durumları.....	193
4.3.3.13	Turistlerin Türk mutfağına ait mezeleri duyma, tüketme ve beğenme durumları.....	204
4.3.3.14	Turistlerin Türk mutfağına ait tatlıları duyma, tüketme ve beğenme durumları.....	214
4.4	Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri.....	229
5.	SONUÇ VE ÖNERİLER.....	237
	KAYNAKLAR	241
	EKLER.....	248
	EK 1 İşletme Anketi.....	249
	EK 2 Yabancı Turist Anketi	253

ÖZGEÇMİŞ.....	263
----------------------	------------

ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 3.1	Örneklem sayısı	52
Çizelge 4.1	Örnekleme alınan sekiz otelin bulunduğu yer, yıldız sayısı, hizmet yılı, turistlere hizmet verdiği aylar ve turistlerin en çok geldikleri ülkeler ile ilgili bilgiler.....	56
Çizelge 4.2	Otellerde yiyecek-içecek sunulan ünitelerin sayısı, uygulanan servis şekilleri, öncelik verilen mutfaklar, mönü planlaması, yiyecek-içecek alışverişini yapan kişiler ile ilgili bilgiler	58
Çizelge 4.3	Otel işletmelerinin yiyecek-içecek servislerinde çalışan sayısı ve ana öğünlerde çıkan yemek sayıları ile ilgili bilgiler.....	60
Çizelge 4.4	Otel İşletmelerinin yemek listeleri hazırlama standartları ve hijyen sanitasyon bilgisi	61
Çizelge 4.5	Otel işletmelerinin yiyecek ve içecek departmanlarında çalışan personelin sağlık muayeneleri ile ilgili bilgiler.....	62
Çizelge 4.6	Turistlerin en çok tercih ettikleri yemek grupları ile ilgili otel işletmelerinin görüşleri.....	62
Çizelge 4.7	Turistlerin cinsiyet, medeni durum, yaş grupları, uyruk ve ikamet ettikleri ülkelere göre dağılımı	64
Çizelge 4.7	Turistlerin cinsiyet, medeni durum, yaş grupları, uyruk ve ikamet ettikleri ülkelere göre dağılımı (devam).....	65
Çizelge 4.8	Turistlerin öğrenim, meslek ve ekonomik durumları.....	67
Çizelge 4.9	Turistlerin Türkiye'ye gelme durumlarına ilişkin bilgiler	68
Çizelge 4.10	Turistlerin Türkiye'ye gelme nedenleri	69
Çizelge 4.11	Turistlerin konakladıkları otellerdeki yiyecek-içecek departmanlarına ait görüşleri	70
Çizelge 4.12	Turistlerin bağırsak rahatsızlığı geçirmelerine göre dağılımı	71
Çizelge 4.13	Turistlerin Türk mutfağı ile ilgili bilgisi olma durumu.....	74
Çizelge 4.14	Turistlerin Türk mutfağının yemeklerine ilişkin görüşleri.....	75
Çizelge 4.15	Turistlerin Türk mutfağına ait yiyecek ve içecekleri tüketme durumları	77
Çizelge 4.16	Turistlerin Türk mutfağına ait çorbaları duyma, tüketme ve beğenme durumlarının dağılımı.....	78

Çizelge 4.17 Turistlerin herhangi bir çorbayı içme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı.....	80
Çizelge 4.18 Turistlerin içtikleri ve beğendikleri çorba çeşitlerinin milliyete göre dağılımı	81
Çizelge 4.19 Turistlerin içtikleri ve beğendikleri çorba çeşitlerinin cinsiyete göre dağılımı	83
Çizelge 4.20 Turistlerin içtikleri ve beğendikleri çorba çeşitlerinin yaş grubuna göre dağılımı	84
Çizelge 4.21 Turistlerin içtikleri ve beğendikleri çorba çeşitlerinin medeni duruma göre dağılımı	86
Çizelge 4.22 Turistlerin içtikleri ve beğendikleri çorba çeşitlerinin Türkiye'ye gelme sayısına göre dağılımı.....	87
Çizelge 4.23 Turistlerin et yemeklerini duyma, tüketme ve beğenme durumları	89
Çizelge 4.24 Turistlerin Türk mutfağına ait herhangi bir et yemeğini yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı	91
Çizelge 4.25 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri et yemeklerinin milliyete göre dağılımı	93
Çizelge 4.26 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri et yemeklerinin cinsiyete göre dağılımı	95
Çizelge 4.27 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri et yemeklerinin yaş grubuna göre dağılımı	97
Çizelge 4.28 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri et yemeklerinin medeni duruma göre dağılımı	99
Çizelge 4.29 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri et yemeklerinin Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı	101
Çizelge 4.30 Turistlerin tavuk ve balık yemeklerini duyma, tüketme ve beğenme durumları	103
Çizelge 4.31 Turistlerin herhangi bir tavuk yemeğini yeme durumlarının çeşitli değişkenlere göre dağılımı	104
Çizelge 4.32 Turistlerin herhangi bir balık yemeğini yeme durumlarının çeşitli değişkenlere göre dağılımı	106

Çizelge 4.33 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tavuk ve balık yemeklerinin milliyete göre dağılımı	108
Çizelge 4.34 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tavuk ve balık yemeklerinin cinsiyete göre dağılımı	109
Çizelge 4.35 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tavuk ve balık yemeklerinin yaş grubuna göre dağılımı	111
Çizelge 4.36 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tavuk ve balık yemeklerinin medeni duruma göre dağılımı	112
Çizelge 4.37 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tavuk ve balık yemeklerinin Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı	114
Çizelge 4.38 Turistlerin Türk mutfağına ait etli sebze ve kurubaklagil yemeklerini duyma, tüketme ve beğenme durumları	116
Çizelge 4.39 Turistlerin herhangi bir etli sebze yemeğini yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı	117
Çizelge 4.40 Turistlerin herhangi bir kurubaklagil yemeğini yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı	119
Çizelge 4.41 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sebze ve kurubaklagil yemeklerinin milliyete göre dağılımı	121
Çizelge 4.42 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sebze ve kurubaklagil yemeklerinin cinsiyete göre dağılımı	122
Çizelge 4.43 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sebze ve kurubaklagil yemeklerinin yaş grubuna göre dağılımı.....	125
Çizelge 4.44 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sebze ve kurubaklagil yemeklerinin medeni duruma göre dağılımı	126
Çizelge 4.45 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sebze ve kurubaklagil yemeklerinin Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı.....	128
Çizelge 4.46 Turistlerin etli sarma ve dolmaları duyma tüketme ve beğenme durumları	129

Çizelge 4.47 Turistlerin herhangi bir etli sarma ve dolma yemeklerini yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı	131
Çizelge 4.48 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sarma ve dolma çeşitlerinin milliyete göre dağılımı	133
Çizelge 4.49 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sarma ve dolma çeşitlerinin cinsiyete göre dağılımı	134
Çizelge 4.50 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sarma ve dolma çeşitlerinin yaş grubuna göre dağılımı	135
Çizelge 4.51 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sarma ve dolma çeşitlerinin medeni duruma göre dağılımı	136
Çizelge 4.52 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sarma ve dolma çeşitlerinin Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı	138
Çizelge 4.53 Turistlerin zeytinyağlı yemek ile zeytinyağlı sarma ve dolmalar duyma, tüketme ve beğenme durumları	139
Çizelge 4.54 Turistlerin herhangi bir zeytinyağlı yemeği yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı	141
Çizelge 4.55 Turistlerin herhangi bir zeytinyağlı sarma ve dolma yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı	142
Çizelge 4.56 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri zeytinyağlı yemek ile zeytinyağlı sarma ve dolmaların milliyete göre dağılımı	145
Çizelge 4.57 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri zeytinyağlı yemek ile zeytinyağlı sarma ve dolmaların cinsiyete göre dağılımı	146
Çizelge 4.58 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri zeytinyağlı yemek ile zeytinyağlı sarma ve dolmaların yaş grubuna göre dağılımı	149
Çizelge 4.59 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri zeytinyağlı yemek ile zeytinyağlı sarma ve dolmaların medeni duruma göre dağılımı	150
Çizelge 4.60 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri zeytinyağlı yemek ile zeytinyağlı sarma ve dolmaların Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı	151
Çizelge 4.61 Turistlerin börek ve hamur işlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları	152

Çizelge 4.62 Turistlerin herhangi bir börek ve hamur işini yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı	154
Çizelge 4.63 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri börek ve hamur işlerinin milliyete göre dağılımı	156
Çizelge 4.64 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri börek ve hamur işlerinin cinsiyete göre dağılımı	157
Çizelge 4.65 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri börek ve hamur işlerinin yaş grubuna göre dağılımı	159
Çizelge 4.66 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri börek ve hamur işlerinin medeni duruma göre dağılımı	160
Çizelge 4.67 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri börek ve hamur işlerinin Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı	161
Çizelge 4.68 Turistlerin pide çeşitlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları	162
Çizelge 4.69 Turistlerin herhangi bir pide çeşidini yeme durumlarının milliyet, cinsiyet yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı	163
Çizelge 4.70 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri pide çeşitlerinin milliyete göre dağılımı	165
Çizelge 4.71 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri pide çeşitlerinin cinsiyete göre dağılımı	166
Çizelge 4.72 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri pide çeşitlerinin yaş grubuna göre dağılımı	167
Çizelge 4.73 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri pide çeşitlerinin medeni duruma göre dağılımı	168
Çizelge 4.74 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri pide çeşitlerinin Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı	169
Çizelge 4.75 Turistlerin pilav çeşitlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları	170
Çizelge 4.76 Turistlerin herhangi bir pilav çeşidini yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı	171

Çizelge 4.77 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri pilav çeşitlerinin milliyete göre dağılımı	173
Çizelge 4.78 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri pilav çeşitlerinin cinsiyete göre dağılımı	174
Çizelge 4.79 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri pilav çeşitlerinin yaş grubuna göre dağılımı	175
Çizelge 4.80 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri pilav çeşitlerinin medeni duruma göre dağılımı	177
Çizelge 4.81 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri pilav çeşitlerinin Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı	178
Çizelge 4.82 Turistlerin yumurta yemeklerini duyma, tüketme ve beğenme durumları	179
Çizelge 4.83 Turistlerin herhangi bir yumurta yemeğini yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı	180
Çizelge 4.84 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri yumurta yemeklerinin milliyete göre dağılımı	181
Çizelge 4.85 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri yumurta yemeklerinin cinsiyete göre dağılımı	182
Çizelge 4.86 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri yumurta yemeklerinin yaş grubuna göre dağılımı	183
Çizelge 4.87 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri yumurta yemeklerinin medeni duruma göre dağılımı	184
Çizelge 4.88 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri yumurta yemeklerinin Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı	185
Çizelge 4.89 Turistlerin salata çeşitlerini duyma tüketme ve beğenme durumları	185
Çizelge 4.90 Turistlerin herhangi bir salata çeşidini yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı	187
Çizelge 4.91 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri salata çeşitlerinin milliyete göre dağılımı	189

Çizelge 4.92 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri salata çeşitlerinin cinsiyete göre dağılımı	190
Çizelge 4.93 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri salata çeşitlerinin yaş grubuna göre dağılımı	191
Çizelge 4.94 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri salata çeşitlerinin medeni duruma göre dağılımı	192
Çizelge 4.95 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri salata çeşitlerinin Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı.....	193
Çizelge 4.96 Turistlerin içecek çeşitlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları....	194
Çizelge 4.97 Turistlerin herhangi bir içeceği içme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı.....	196
Çizelge 4.98 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri içecek çeşitlerinin milliyete göre dağılımı	198
Çizelge 4.99 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri içecek çeşitlerinin cinsiyete göre dağılımı	199
Çizelge 4.100 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri içecek çeşitlerinin yaş grubuna göre dağılımı	201
Çizelge 4.101 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri içecek çeşitlerinin medeni duruma göre dağılımı	202
Çizelge 4.102 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri içecek çeşitlerinin Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı.....	203
Çizelge 4.103 Turistlerin meze çeşitlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları...204	
Çizelge 4.104 Turistlerin herhangi bir mezeyi yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı.....	206
Çizelge 4.105 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri meze çeşitlerinin milliyete göre dağılımı	208
Çizelge 4.106 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri meze çeşitlerinin cinsiyete göre dağılımı	209
Çizelge 4.107 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri meze çeşitlerinin yaş grubuna göre dağılımı	210
Çizelge 4.108 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri meze çeşitlerinin medeni duruma göre dağılımı	211

Çizelge 4.109 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri meze çeşitlerinin Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı.....	213
Çizelge 4.110 Turistlerin tatlı çeşitlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları.....	216
Çizelge 4.111 Turistlerin herhangi bir tatlı çeşidini yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı	217
Çizelge 4.112 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tatlı çeşitlerinin milliyete göre dağılımı	219
Çizelge 4.112 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tatlı çeşitlerinin milliyete göre dağılımı (devam).....	220
Çizelge 4.113 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tatlı çeşitlerinin cinsiyete göre dağılımı	222
Çizelge 4.113 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tatlı çeşitlerinin cinsiyete göre dağılımı (devam)	223
Çizelge 4.114 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tatlı çeşitlerinin yaş grubuna göre dağılımı	224
Çizelge 4.114 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tatlı çeşitlerinin yaş grubuna göre dağılımı (devam).....	225
Çizelge 4.115 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tatlı çeşitlerinin medeni duruma göre dağılımı	226
Çizelge 4.115 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tatlı çeşitlerinin medeni duruma göre dağılımı (devam).....	227
Çizelge 4.116 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tatlı çeşitlerinin Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı.....	228
Çizelge 4.117 Turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin milliyete göre dağılımı	229
Çizelge 4.117 Turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin milliyete göre dağılımı (devam).....	230
Çizelge 4.118 Turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin cinsiyete göre dağılımı	233
Çizelge 4.119 Turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin medeni duruma göre dağılımı	234

Çizelge 4.120 Turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin yaşa göre dağılımı	235
Çizelge 4.121 Turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin geliş sayısına göre dağılımı	236

1. GİRİŞ

Yirminci yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel ve psikolojik gelişmeler, alışkanlıklar ve ihtiyaçlar üzerinde büyük etkiler yaratmış; bunun sonucu olarak uluslararası düzeyde yaygın bir turizm hareketi doğmuştur. Böylece, turizm olgusu günümüzde ulaştığı boyutlar sayesinde, sanayileşme veya uluslararası ticaret gibi önemli ve sürekli bir sektör özelliğine sahip olmuştur. Turist çekme ve turiste hizmet etme bilimi, sanat ve ticareti olarak tanınan turizm; ulusal ve uluslar arası dev boyutlarla, yatırımları ve iş hacmini geliştiren, gelir yaratan, döviz sağlayan, istihdam alanları açan sosyal ve kültürel hayatı etkileyen bir nitelik kazanmıştır (Usta 1992).

Bu nitelik, dünyada turizme ilgiyi artırmış; turizmden beklentileri olan ülkeleri bu endüstrinin geliştirilmesine yöneltmiştir. Dövizin turizm yoluyla elde edilmesine yönelik faaliyetler, bu sektörün milli ekonomide önem kazanması sonucunu doğurmuştur (Usta 1992).

Türkiye İstatistik Kurumu'nun verilerine göre; 2008 yılında ülkemize gelen ziyaretçilerin toplam sayısı 21 milyon 730 bin 751 kişidir. Gelen turistlerin yaş dağılımına bakıldığında yaklaşık 5 milyon kadarını 25-44 yaş arası erkek ve yine 5 milyon kadarını 25-44 yaş arası kadınlar oluşturmaktadır. Bu yılda toplam gelen turist sayısının (21.730.751) 8 milyonu fakülte ve yüksekokul mezunu, 6 milyonu lise mezunudur. Türkiye'ye en çok turist gelen ülkeler arasında ilk sırayı Almanya (3.5 milyon), ikinci sırayı Rusya (2 milyon), 3. sırayı İngiltere (1.6 milyon), 4. sırayı diğer Avrupa ülkeleri (1.5 milyon), 5. sırayı Bulgaristan (1.3 milyon) almaktadır. 2008 yılında ülkemize gelen ziyaretçilerin geliş amaçları arasında ilk sırada gezi-eğlence (12 milyon), ikinci sırada akraba-arkadaş ziyareti (2.4 milyon), üçüncü sırada kültürün (1.3 milyon) yer aldığı tespit edilmiştir (Anonim 2011). Turizm gelirlerinin gayri safi milli hâsıla içindeki payı; 1963'te 0.1 iken 1984'te 1.7'ye, 1987'de 2.0'ye, 2007 yılında ise 2.8'e ulaşmıştır (Kozak vd. 2009).

Uluslar arası turizm gelirleri bir ülkeye gelen yabancı turistler tarafından ziyaret edilen ülkede yapılan harcamalardan doğan ve döviz sağlanan gelirlerdir. Dünya turizm örgütüne göre, gelen turistler ülkelere göre değerlendirildiği zaman turizm gelirleri; konaklama, yeme içme, yerel ulaştırma, alışveriş, eğlence ve diğer faaliyetler sonucu elde edilen gelirler olarak sınıflandırılabilir (Usta 1992).

Gerek dünya ekonomisinde gerekse ülke ekonomilerinde hizmet endüstrisi hızlı büyüyen bir endüstridir (Rızaoğlu ve Hançer 2005). Dünyadaki turizm hareketlerine bakıldığında, uluslararası alanda sürekli bir gelişmenin sağlanacağı tahmin edilmektedir. Bu gelişim içerisinde özellikle kültürel turizm alanına yatırım yapan ülkelerin diğerlerine oranla daha şanslı olacakları öngörülebilir. Turizm olayının tarihsel gelişimine bakıldığında bazı turizm türlerinde duraklamalar yaşanmasına rağmen, kültürel turizm olgusu daima gelişen, ülkelerin özen gösterdikleri bir alan olmuştur (Aksu vd. 1999).

Bilindiği üzere turizm; insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki doğal ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek geçici konaklamalardan doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür. Tanımdan da anlaşılacağı üzere turizm olayı, seyahat edenlerin seyahatlerinden ve konaklamalarından doğan ilişkiler ve olayları kapsar. Turizm olayı içerisinde dinamik bir yapıya sahip olan “seyahat” ve bunun sonucu “konaklama” olmaktadır. Seyahat ve geçici konaklamalarda “yeme-içme” ihtiyaçlarının karşılanması diğer bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır (Yılmaz 2007a).

Dünya ölçeğinde turizme katılanların sayısındaki hızlı artış; ekonomik, siyasal, sosyo-kültürel değişmelerin hızı, mikro düzeyde işletmelerin yönetiminde, organizasyonunda, üretim yapılarında ve işletme dışı çevre ile ilişkilerinde yeni değişimleri zorunlu kılmıştır. Gelişen ve değişen koşullar çerçevesinde bilinçli tüketici kitlesinin seyahat esnasındaki temel giderlerini; konaklama, ulaştırma ve yiyecek-içecek oluşturmaktadır (Yılmaz 2007a).

Turizm sektörü içerisinde yer alan ağırlama ve hizmet sektörü; konaklama, yiyecek içecek veya her ikisinin de beraber sunulduğu ticari kuruluşları kapsayan geniş bir yelpazeye sahiptir (Yılmaz 2007). Yiyecek içecek işletmeleri; yapısı, teknik donanımı, konforu ve bakım durumu gibi maddesel, sosyal değeri ve personelin hizmet kalitesi gibi niteliksel elemanları ile kişilerin beslenme ihtiyaçlarını karşılamayı meslek olarak kabul eden ekonomik, sosyal ve disiplin altına alınmış işletmelerdir. İnsanlar binlerce yıldır seyahat olayını gerçekleştirmekte ve evlerinden uzak buldukları süre içinde en temel ihtiyaçları olan konaklama ve yeme-içme ihtiyaçlarını karşılamak zorundadırlar (Koçak 1999).

Turizm sektörü sunulan hizmetin “bileşik ürün” olma özelliği taşımasından dolayı; ulaşım, konaklama, yeme-içme, boş zamanları değerlendirme için sunulan faaliyetlerin bütünü; ayrıca hizmetin satın alındığı işletmelerin personel yaklaşımlarının kalitesi bir tatil deneyimini olumlu veya olumsuz kılmaktadır (Sonbay 2004). Yani, otel işletmelerinin sunduğu hizmet kalitesi değerlendirilirken sadece odalar ve bu odalarda yer alan mobilyalar dikkate alınmamakta, otelin sunduğu yiyecek ve içeceklerin kalitesi ile sunulan servis de önemli olmaktadır. Mutfak, üretilen yemeklerin kalitesi açısından çok büyük önem taşımaktadır. Kaliteli yemek üretimi müşteri memnuniyeti üzerinde de olumlu etki yaratmaktadır. Yiyecek içecek bölümünün otelin oda gelirlerinden sonra en büyük geliri elde ettiği düşünülürse, mutfağın da otel için önemli olması kaçınılmaz bir gerçektir (Maviş 2008).

Mutfak kültürü, en eski uygarlıklardan olan Çin, Hitit ve Mezopotamya ile birlikte gelişmiştir. Gastronomi uzmanlarına göre dünyanın en zengin mutfağı Türk mutfağıdır. Yiyecek ve içecek kaynaklarının bolluğu ve çeşitliliği, ülke turizminin ayrılmaz bir parçası olarak görülen Türk mutfağının zenginliğinin başlıca sebeplerindendir (Maviş 2008).

Ülkemiz dünya turizm pazarında ortaya çıkan değişmelere ve yeni beklentilere her yönüyle cevap verebilecek bir turizm potansiyeline sahiptir. Bundan dolayı, hızlı gelişmekte olan dünya turizm hareketinden ülkemizin aldığı pay da giderek artmaktadır. Kültürel değerler içinde mutfak kültürünün tanıtılması, turistlerin yoğun ilgi

alanlarından birisini oluşturmaktadır. Ülkemize gelen turistlerin beklentileri içinde Türk mutfak kültürünü tanıma isteğinin de yer aldığı belirtilmektedir (Akman 1998).

Ancak ülkemizdeki konaklama tesislerin birçoğunda, Türk mutfağına verilen yer oldukça sınırlı düzeyde olduğu belirtilmekte, ayrıca ülkemize gelen yabancı turistlere Türk mutfağı yemeklerinden çok, geldikleri ülkenin mutfaklarına ait yemeklerin sunulduğu ve Türk mutfağının yemek tarifelerine ve lezzetine uymayan bir takım yemekler ile de Türk mutfağının yanlış tanıtıldığı görülmektedir (Akman 1998).

Bu araştırmanın amacı tatilini geçirmek üzere Ege Bölgesine (İzmir, Muğla, Aydın) gelen ve konaklayan yabancı turistlerin Türk mutfağını tanıma düzeylerini, Türk mutfağı ve yemeklerine ilişkin görüşlerini belirlemektir.

2. KURAMSAL TEMELLER VE KAYNAK ARAŞTIRMASI

Konaklama işletmelerinde misafir, “varoluşun kaynağı” olarak görülmektedir ve bu sayede daima faaliyetlerin odağında yer almaktadır. Misafir odaklı yönetim anlayışı ise; müşteriye verilen önemi bir kat daha artırmıştır. Konaklama işletmelerinde misafir memnuniyetini etkileyen en önemli faktörlerden biri sunulan yiyecek-içecek hizmetidir (Sandıkçı ve Çelik 2007). İnsanlar, dünyanın neresinde olursa olsun rahat edebilecekleri güzel bir ortam ve güler yüzlü personel, lezzetli yiyecek-içecekler ararlar. Bunlara ilaveten güvenilir, uygun fiyatta, kaliteli, doğru beslenme alışkanlıklarıyla, yeterli-dengeli beslenmeyi geliştirecek yiyecekleri ve hizmeti satın alma, tüketme imkanı da aranan nitelikler arasındadır (Buyruk ve Şahin 2002). Farklı kültürlerden gelen turistlerin Türkiye’de buldukları süre içerisinde seyahat, konaklama ve beslenme ile ilgili gereksinimlerinin en iyi şekilde karşılanması, turistlerin sağlıklarının korunması, turizm sektörünün temel görevleri arasındadır.

Bugün turizm belgeli restoranların ve tesislerin çoğu turistlere alışkın oldukları yemeklerin verilmesi taraftarı olup, bazılarında Türk mutfağından seçilen yemek mönülerine yer verilmektedir. Ancak Türk mutfağına yer veren tesislerdeki mevcut aşçılar Türk mutfağı uzmanı olmadıklarından Türk mutfağının yemek tarifelerine ve lezzetine uymayan yemekler sunulmakta, mutfağımız yanlış tanıtılmaktadır (Şanlıer vd. 2010). Yirmi birinci yüzyıl mutfak sanatı kriterleri ve dünya mutfakları göz önüne alındığında Türk Mutfağı, Türk tarihi kadar zengin bir geçmişe ve kültüre sahip olmasına rağmen dünya mutfakları arasında hak ettiği yeri bulamamıştır. Türk mutfağının dünya mutfakları arasında hak ettiği yere gelememesinin en önemli nedenleri arasında tanıtım eksikliği gelmektedir (Köroğlu vd. 2007). Günümüzde Türk mutfağı önemini kaybederek, batı mutfaklarının etkisi altına girmeye başlamıştır (Güler 2007).

2.1 Turizm Konusunda Genel Bilgiler

Bu bölümde; turizm, turist, konaklama işletmelerinin çeşitleri ve Türk mutfağının özellikleri ve Türk mutfağının gelişimi ve değişimi ile ilgili bilgilere yer verilmiştir.

2.1.1 Turizm kavramı

Turizm, insanların sürekli konutlarının bulunduğu yer dışına yaptıkları geziler ve gittikleri yerlerdeki geçici konaklamalarından doğan gereksinimlerinin karşılanmasına yönelik faaliyetlerdir (Olalı ve Timur 1998). Bir başka tanıma göre turizm, insanların sürekli olarak oturdukları ve çalıştıkları yerlerin dışına seyahat etmeleri ve gittikleri yerlerdeki turizm işletmelerinin ürün ve hizmetlerini kullandıkları geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür (Türkay ve Kahraman 2006). Turizm gittikçe artan hava değişimi, dinlenme ve eğlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteği, ticaretle sanayinin gelişmesi, ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmesi sonucunda ulusların veya toplulukların birbirine daha çok yaklaşmasına olanak veren çağa özgü bir olaydır (Kozak vd. 2009). Aslında bir kavram olarak “turizm” çok yönlü, oldukça geniş bir alanı kapsayan karmaşık bir yapı sergilediğinden, kavramın tek ya da net bir tanımla ifade edilmesi çoğu kez mümkün olmamaktadır (Yılmaz 2007).

Turizm ile ilgili tanımlarda turizmin ekonomik yönü genellikle dikkate alınmamaktadır. Oysa turizm ekonomik yönü daha ağır basan faaliyetler toplamıdır. Turizmin tanımı içinde dikkate alınması gereken diğer özellikler şöyle sıralanabilir (Akat 2000);

—Turizm öncelikle bir seyahat olayıdır. Ancak söz konusu seyahat, kişilerin kendi oturdukları yerin dışında olmakta ve devamlı yerleşim amacını taşımamaktadır.

—Turizm olayında seyahat, kişilerin kendi arzularıyla gerçekleşmekte ve tamamen serbestlik söz konusu olmaktadır.

—Turizmde seyahat, ticari veya siyasi bir amaçla yapılmamaktadır. Bu nedenle eğlence, din, spor, sağlık, eğitim, kültür, çevreden uzaklaşma, yeni, yerler bulma ve görme amacıyla yapılan seyahatler turizm olayı olarak ifade edilmektedir.

—Turizm seyahat eden insanların seyahatlerini başlangıcından sonuna kadar, tüm gereksinimlerine cevap veren organizasyonları da kapsamaktadır.

Turizm, insanların geçici seyahat ve konaklamalarından doğan ihtiyaçlarının karşılanmasıyla ilgili olduğu için sosyal bir nitelik de taşımaktadır. Sosyal olaylar sosyal bilimlerin konusu olduğundan, turizmde sosyal bir bilimdir. Turizm bilimi, turistik olayların kapsamını, durumunu, etkilerini, bilimsel yöntemlerle sosyal ve ekonomik açıdan araştırarak, turizm olayının neden sonuç ilişkilerini bulan ve bu ilişkilerin temel ilkelerini ortaya koyan bir uğraş alanıdır. Günümüzde turizm, ekonomi, işletme, politika, sosyoloji ve benzeri birçok bilim dalının yakından ilgilendiği, çok yönlü bir olaydır. Turizm, çeşitli nedenlerle ortaya çıkmakta, insan yaşamının tüm alanlarına girmekte ve ekonomik, sosyal, politik ve kültürel sonuçlar doğurmaktadır. Bu yüzden turizm olayının, nedenlerinin ve etkilerinin bir bütün olarak incelenmesi için birçok bilim dalının faaliyet alanına girmek, bu bilim dallarının bulgularından yararlanmak zorunluluğu doğmaktadır (Usta 1992).

2.1.2 Turistin tanımı ve özellikleri

Turizm kavramına benzer olarak, çok sayıda çalışmada turist kavramının farklı tanımlarına yer verilmiştir.

Genel olarak turist kavramı; “turizm olayına katılan ve bu olaya yön veren, turizm tanımında yer alan özelliklere uygun olarak sürekli yaşadığı yeri ticari kazanç dışı nedenlerle geçici ve belirli bir süre için terk edip seyahat eden ve konaklayan, ziyaret ettiği yerde 24 saatten fazla kalan ya da gidilen ülkenin herhangi bir konaklama işletmesinde en az bir geceleme yapan, psikolojik tatmin arayan, sınırlı harcama gücü ve zamanı ile tüketimde bulunan kişi” olarak tanımlanmaktadır (Yılmaz 2007).

Diğer bir tanıma göre turist, belirli bir süre ile seyahat eden, ziyaret ettiği yerde 24 saatten fazla kalan veya ülkenin bir konaklama tesisinde en az bir geceleme yapan, mali gücü, zamanı ve maddi imkânları sınırlı olan, rahatına düşkün, geleneklerini koruyan, temizlik ve kendine uygun konfor arayan, maceraperest olmayan insandır (Akat 2000).

Turist belirli gelire ve boş zamana sahip konaklama, yeme-içme gibi somut, dinlenme, eğlenme, merak, kültür ve eğitim, spor vb. gibi soyut amaçlarla sürekli yaşadığı bölgeden başka bir bölgeye seyahat eden ve gittiği bölgede en az bir gece konaklayan

ekonomik anlamda tüketici olan kişi veya kişilerdir. Günübirlükçi ise, benzer amaçlarla seyahat eden ve turistin sahip olduğu özellikleri taşıyan ama gittiği bölgede 24 saatten az kalan kişi ya da kişiler olarak tanımlanır (Kozak ve Denizer 1997).

Bu tanımlara göre; turist olarak kabul edilenler ve turist olarak kabul edilmeyenleri ayırt etmekte fayda vardır. Zevk, ailevi nedenler, sağlık amacıyla vb. yolculuk edenler, bilimsel, idari, dini, sportif nedenlerle veya bu çeşit toplantılara katılmak amacıyla yolculuk edenler, ticari nedenlerle yolculuk edenler, deniz gezileri ile gelenler, bu gezi süreleri 24 saatten az olsa bile turist sayılırlar. Ancak, ülkeye iş sözleşmesi ile veya böyle bir sözleşme olmaksızın gelip, bir iş yapmak veya bir işte çalışmak isteyenler, bir başka ülkede kamu amaçlı görevlendirilen kimseler (diplomatar vb.), ülkede yerleşmek, devamlı kalmak için gelen kişiler, okullarda veya konaklama kurumlarındaki üniversite öğrencileri veya diğer gençler, bir sınır bölgesinde ikamet edenler ve başka bir ülkede yaşayıp komşu ülkeye çalışmak için gelenler, bir ülkede durmaksızın transit geçenler, seyahatleri 24 saati aşsa bile turist kabul edilemezler (Kozak vd. 2009).

2.1.3 Turizm çeşitleri

Turizmin çeşitlendirilmesi pek çok kişi tarafından farklı şekilde yapılmıştır. Bunun temel nedeni turizmin çok kapsamlı ve birbiriyle yakın ilişki içinde pek çok konudan oluşmasıdır. Bu sebepten kesin ayırım yapmak oldukça zordur. Genel olarak turizm çeşitleri aşağıda verildiği gibi beş ana başlık altında toplanabilir (Tunç ve Saç 1998, Kozak vd. 2009).

1. Amaçlarına göre turizm; deniz, kum ve güneş turizmi, sahil ve liman turizmi, kültür ve tarih turizmi, inanç turizmi, doğa turizmi, spor turizmi, iş turizmi, alışveriş turizmi, eğitimsel ve bilimsel turizm, kongre ve toplantı turizmi, yemek turizmi, sağlık turizmi, eğlence turizmi, uzay turizmi, dinlenme ve eğlenme turizmi, kış sporları turizmi, alternatif turizm, gençlik turizmi bu grupta yer almaktadır (Kozak vd. 2009).

2. Katılımcı sayısına göre turizm; bireysel turizm, grup turizm, kitle turizm olarak sınıflanabilir.

3. Ekonomik yapısına göre turizm; iç turizm ve dış turizm olarak sınıflanabilir.

4. Gezi süresine göre turizm; hafta sonu, uzun süreli, günübirlükçi olarak sınıflanabilir.

5. Konaklama şekline göre turizm; otellerde konaklayan turistler ve diğer konaklama tesislerinde konaklayan turistler bu grupta yer alabilir.

Bir başka sınıflandırmaya göre turizm, sosyolojik niteliğine göre sınıflandırılabilir. Bu sınıflandırmada ise turizm; geleneksel turizm ve sosyal turizm olarak ikiye ayrılmıştır (Küçükaslan 2007).

Turizm farklı bir şekilde de sınıflandırılabilir.

1. Katılan kişi sayısına göre: Katılımcı sayısına bakılarak da turizm; bireysel (ferdi), grup ve kitle turizmi olmak üzere üç ana başlıkta toplanabilir (Küçükaslan 2007).

a) Bireysel (ferdi) turizm: Bu sınıflandırmanın çıkış noktası, turizme bireysel katılımın temel alınmasından kaynaklanmaktadır. İnsanlar yeni yerler görme, macera arama veya buna benzer nedenlerle turizme bireysel olarak katılmaktadır (Kozak vd. 1997, Tunç ve Saç 1998, Küçükaslan 2007, Kozak vd. 2009). Kitle turizm hareketleri ile başlatılan turizm hareketleri giderek yerini bireysel turizm faaliyetlerine bırakmaktadır. Bu çerçeveden hareketle golf turizmi, rafting gibi alternatif turizm türlerinin yaygınlaştırılması, bireysel turizmi ön plana çıkarmaktadır (Tunç ve Saç 1998). Çeşitli araştırmalardan görüldüğü üzere, bu turizm türüne katılanların üst gelir düzeyine sahip oldukları belirtilmektedir (Tunç ve Saç 1998, Küçükaslan 2007).

b) Grup turizmi: Çeşitli toplumsal grupların turizme birlikte katılmalarıdır. Sayısı 11 ile 16 arasında değişen insan topluluklarını ifade etmektedir (Kozak vd. 1997).

c) Kitle turizmi: İnsanların turizme geniş ölçüde büyük kitleler halinde katıldıkları turizm aktivitesine kitle turizmi denmektedir (Kozak vd. 2009). Bir başka deyişle; kitle turizmi, geniş halk gruplarının daha ekonomik turistik ürün sunularak, turizm olayına katılımının artırılmasını hedefleyen turizm türünü ifade etmektedir (Tunç ve Saç 1998). İnsanların ucuzluk ve kolaylık nedeniyle paket turları seçmesi sonucu ortaya çıkmıştır (Kozak vd. 1997).

2. Ziyaret edilen yere göre: Turizm faaliyetlerine katılan kişinin kendi ulusal sınırları içinde kalıp kalmamasına göre sınıflandırılmasıdır (Küçükaslan 2007).

a) İç turizm: Bir ülkenin vatandaşlarının kendi ülke sınırları içinde turizm faaliyetine katılmalarına “iç turizm” denmektedir (Kozak vd. 2009) .

b) Dış turizm: Katılımcının kendi ülke sınırları dışına çıkarak turistik faaliyette bulunmasıdır (Küçükaslan 2007).

3. Katılanların yaşlarına göre: Katılımcıların yaşlarına göre turizm çeşidi aşağıda verilmiştir (Kozak vd. 2009, Küçükaslan 2007)

a) Gençlik turizmi: 15–25 yaş arası gençlerin birey olarak katıldıkları turizm faaliyetidir.

b) Yetişkin turizmi: 25–60 yaş arasındaki insanların katıldıkları turizm hareketidir.

c) Üçüncü yaş turizmi: 60 yaş üstü emekli kişilerin oluşturduğu gruptur.

4. Katılanların sosyo-ekonomik durumlarına göre: Katılanların sosyo ekonomik durumlarına göre turizm sosyal turizm ve lüks turizm olmak üzere 2 gruba ayrılmaktadır.

a) Sosyal turizm: Sosyal turizm, ekonomik bakımdan zayıf olan kitlelerin birtakım özel önlemler ve teşvik uygulamaları yoluyla turizm faaliyetlerine katılmalarının sağlanmasıdır.

b) Lüks turizm: Bu tür turizme katılan kişiler en üst düzeyde gelire sahip ve toplum içinde prestiji yüksek kişilerdir. Pahalı ve her türlü konfora sahip turistik tesisleri tercih etmektedirler. Geceleme sayıları diğer turistlere göre daha azdır (Kozak vd.1997, Keskin 2009).

5. Katılanların amaçlarına göre: Katılanların amaçlarına göre turizm; toplantı turizmi, sağlık turizmi, inanç turizmi, kültür turizmi olarak gruplandırılmıştır (Küçükaslan 2007).

a) Toplantı turizmi: Bu turizm türü, turizm faaliyetlerinden daha yoğun yararlanmak için turizm yoğunluğu az olan mevsimlerde uygulanan turizm türüdür. Toplantı turizmi, insanların sürekli konakladıkları yer dışında uzmanlık gerektiren akademik alan veya mesleklerde belirli konularda bilgi alışverişi sağlamak için bir araya gelmelerinden doğan turizm faaliyetidir.

b) Sağlık turizmi: İnsanların kür ve tedavi amacıyla gittikleri yerlerde konaklama, beslenme, dinlenme ve eğlenme ihtiyaçlarının karşılanmasıdır. SPA, banyo terapi, klimatizm (sağlıklı iklim ortamında bulunma) olarak verilebilir.

c) İnanç turizmi: Kutsal yerlerin ziyaretini amaçlayan turizm türüdür (Küçükaslan 2007).

d) Kültür turizmi: Kültür, toplumun sahip olduğu maddi ve manevi değerleriyle tarih, felsefe, ahlak, sanat, spor, ekonomi, sanayi, eğitim, hukuk, sağlık, turizm vb. alanlardaki varlığının, süreçlerinin, etkinliklerinin, gelişmelerinin oluşturduğu bir bütündür. Turizmin amacı ise ülke kültürünü tanıtmak, döviz gelirini artırmak, kalkınmaya katkıda bulunmak, istihdam ve yan endüstrileri oluşturmaktır (Tunç ve Saç 1998). Kültür kavramı, sanat, dil, tarih, din, mimari yapı, yaşam tarzı gibi etkenleri içine alan geniş bir kapsama sahiptir (Uygun ve Baykan 2007).

Kültür turizmi potansiyeli bakımından ülkemiz son derece zengin değerlere sahiptir. Turistik çekicilikler açısından deniz turizminden sonra ikinci sırayı oluşturan kültür turizmi, kültürel değerlerin görülmesinin yanı sıra değişik kültürlerin de karşılıklı etkileşimi sağlaması bakımından önem taşımaktadır (Tunç ve Saç 1998).

Kültürel turizm kaynakları; tarihi yerler, festivaller ve özel olaylar, iş seyahatleri, dini yerler, yerel dil, sanat ve mimari yapı, spor etkinlikleri, özel ilgi gezileri, modern kültür

ve geleneksel yiyecek ve içeceklerden oluşmaktadır. Turistler seyahatleri sırasında, sadece deniz, kum ve güneşi tercih etmeyip, farklı özel ilgi alanlarına da yönelmeyi tercih etmektedirler. Dinlenme, eğlenme, sağlık, din, spor gibi etkenlerin yanında, kültür de insanların turizme katılma nedenleri arasında önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle son yıllarda kültür faktörü, kişilerin önemli bir seyahat etme nedeni olmaktadır. Dünya Turizm Örgütü verilerine göre, kültür turizmi en fazla gelişme gösteren turizm türleri arasında yer almakta ve hızla gelişme göstereceği öngörülmektedir. Bu bağlamda önemli bir alternatif turizm türü olan kültür turizminin geliştirilmesi, sağlayacağı ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan yararlarla büyük önem taşımaktadır (Uygun ve Baykan 2007).

Turistler kendilerine yabancı olan birçok ülke kültürünü tanıma amacıyla seyahat etmektedirler. Böylece turistler, farklı milletlere ait olan kültürel değerleri yerinde görüp, tanıma fırsatı elde etmektedirler. Kültür turizmi, geliştiği yerlerin tarihi ve kültürel mirasının korunması konusunda etkili olduğu gibi ekonomik açıdan da kazançlar sağlamaktadır. Kültür turizmi, sürdürülebilirlik ilke ve politikaları ile geliştirilirse, yerel, kültürel değerlerin küreselleşme karşısında yok olmasını engelleyici bir özelliğe sahip olmaktadır. Diğer bir ifade ile turizm, kültürel mirasın korunmasında bir araç haline getirilebilmektedir (Uygun ve Baykan 2007).

2.1.4 Konaklama endüstrisinin sınıflandırılması

Konaklama endüstrisi, insanların kendi konutlarının bulunduğu yer dışında değişik nedenlerle yaptıkları seyahatlerde birinci planda geçici konaklama, ikinci planda yeme içme gibi zorunlu gereksinimlerinin karşılanması için hammadde ve yarı mamul maddelerden yararlanarak mal ve hizmet üreten ticari nitelikteki işletme faaliyetleri olarak tanımlanmaktadır (Olalı ve Korzay 1993).

Konaklama işletmeleri sınıflandırılırken fiziki yapı, konaklama ihtiyacının çeşidi, pansiyon durumu, büyüklüğü, gelişme aşaması, faaliyet süresi, hukuken bağlı oldukları statü gibi bir takım özellikler esas alınır. Fiziki yapılarına göre; otel, motel, pansiyon, oberj, hostel, karavan, kamping, apart otel, tatil köyü, kaplıca ve benzeri sağlık işletmeleri diğer konaklama işletmeleri olarak ayrılmaktadır. Karşılıkları konaklama

ihtiyacının çeşidine göre; şehir otelleri, şehir dışı oteller, tedavi otelleri, dinlenme ve eğlence otelleri, sayfiye işletmeleri, kongre amaçlı otel işletmeleri dağ ve spor amaçlı otel işletmeleri olarak ayrılmaktadır. Pansiyon durumuna göre; sadece oda (european plan), oda-kahvaltı (continental plan/bed and breakfast),oda-kahvaltı-akşam yemeği (half board),oda-kahvaltı-öğle yemeği-akşam yemeği (full board) olarak sınıflandırılır. Büyüklüklerine göreçok büyük konaklama tesisleri, büyük konaklama tesisleri, orta büyüklükteki konaklama tesisleri ve küçük konaklama tesisleri olarak; gelişme aşamalarına göre lüks oteller, vasat oteller, yan otel işletmeleri olarak gruplandırılır. Faaliyet sürelerine göre; devamlı faaliyet gösteren otel işletmeleri, mevsimlik faaliyet gösteren otel işletmeleri; hukuken bağlı oldukları statülere göre ise turistik oteller ve turistik olmayan oteller olarak gruplandırılmaktadır (Şener 2006, Eraslan 2009).

İşletme belgeli konaklama işletmeleri; turistik otel işletmeleri ve turistik olmayan otel işletmeleri olarak sınıflandırılmakta, turistik otel işletmeleri de kendi arasında tek yıldızlı oteller, iki yıldızlı oteller, üç yıldızlı oteller, dört yıldızlı oteller,beş yıldızlı oteller olarak ayrılmaktadır. Turistik olmayan otel işletmeleri ise lüks oteller, birinci sınıf oteller, ikinci sınıf oteller olarak üçe ayrılmaktadır. Mülkiyetlerine göre ise; özel, kamu ve karma otel işletmeleri olarak üç gruba ayrılmaktadır. Ulaştırma araçları ile olan bağlantıları göz önüne alındığında; havayolu işletmeleri, demiryolu işletmeleri, karayolları işletmeleri, denizcilik işletmeleri olarak sınıflandırılmaktadır (Şener 2006, Eraslan 2009).

Yönetim amaçlarına göre; ticari ve sosyal amaçlı otel işletmeleri olarak, yönetim şekline göre; bağımsız konaklama işletmeleri ve zincir konaklama işletmeleri olarak ikiye ayrılmaktadır (Şener 2006, Eraslan 2009, Gökdeniz ve Dinç 2009).

Ülkemizde Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yürütülen Turizm Yatırım ve İşletmeleri Yönetmeliğine göre ise, konaklama işletmeleri genel olarak, asli ve yardımcı konaklama tesisleri olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Asli konaklama tesisleri içinde oteller, moteller, tatil köyleri, pansiyonlar ve kampingler yer alırken; apart oteller, ikincil konutlar, oberjler, hosteller, yüzer tesisler, oto karavanlar ve kırsal turizm tesisleri de yardımcı konaklama tesisleri içinde yer almaktadır (Özdoğan 2007).

2.1.4.1 Asli konaklama tesisleri

Asli konaklama tesisleri Turizm Bakanlığı'nca aşağıdaki gibi sınıflanmış ve tanımlanmıştır (Özdoğan 2007).

a. Oteller

Oteller genel olarak; asıl fonksiyonları müşterilerin geceleme ihtiyaçlarını sağlamak olan, bunun yanında, yeme içme, eğlence ihtiyaçları için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen tesisler olarak tanımlanmaktadır (Batman vd. 2001, Özdoğan 2007).

Ancak insanların hayat standartlarındaki devamlı değişiklikler, ulaştırma endüstrisindeki teknik gelişmeler, geleneksel otelcilik anlayışını değiştirmiştir (Sezgin 1995, Usta 2009). Günümüz otel anlayışına göre bir otel, misafirlerine banket rezervasyonları, suitler, ziyafet etkinlikleri, lobi ve eğlence yerleri, oda servisi, kablolu televizyon, kişisel bilgisayarlar, toplantı salonları, özel alışveriş yerleri, kat hizmetleri, çamaşır servisi, saç bakımı, yüzme havuzu ve diğer boş zaman aktiviteleri, oyun/casino, havaalanından transfer ve danışma hizmetlerini de kapsayan tam kapasiteli konaklama ve hizmet sunmaktadır (Bucak 2007).

b. Moteller

Motor ve otel sözcüklerinin birleşmesinden oluşan moteller, yerleşim merkezleri dışında karayolları güzergâhı, mola noktaları veya yakın çevrelerinde inşa edilen, motorlu araçlarla yolculuk yapanların konaklama, yeme-içme ve ihtiyaçlarını karşılayan en az 10 odalı tesisler olarak tanımlanmaktadır (Batman vd. 2001, Özdoğan 2007, Kozak vd. 2009, Gökdeniz ve Dinç 2009).

c. Tatil köyleri

Doğal güzellikler içinde veya arkeolojik değerler civarında kurulmuş, rahat bir konaklama yanında çeşitli spor, eğlence ve satış hizmetlerinin de sağlandığı en fazla üç

katlı yapılardan oluşan, en az 60 odalı konaklama tesisleri olarak tanımlanmaktadır (Özdoğan 2007). Tatil köylerinde, doğal varlıklar ile yöresel değerlerin korunmasına özen gösterilerek çevre düzenlenmesi yapılmaktadır (Batman vd. 2001, Gökdeniz ve Dinç 2009, Kozak vd. 2009).

d. Pansiyonlar

Konaklama tesisi olarak planlanıp inşa edilmiş olan, yönetimi basit, müşteriye yeme içme hizmeti veren veya müşterilerin kendi yemeklerini bizzat hazırlayabilme olanağı sunan en az 5 odalı konaklama tesisleridir (Batman vd. 2001, Gökdeniz ve Dinç 2009, Kozak vd. 2009).

e. Kampingler

Karayolları güzergâhları ve yakın çevrelerinde kent girişlerinde deniz, göl gibi doğal güzelliği olan yerlerde kurulan ve genellikle turistlerin kendi imkânlarıyla geceleme, yeme içme, dinlenme, eğlence ve spor ihtiyaçlarını karşıladıkları en az 30 ünitelik tesisler olarak tanımlanmaktadır (Batman vd. 2001, Özdoğan 2007, Gökdeniz ve Dinç 2009, Kozak vd. 2009).

2.1.4.2 Yardımcı konaklama tesisleri

Yardımcı konaklama tesisleri Turizm Yatırım İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliği'nce apart oteller, ikincil konutlar, oberj, hostel, yüzer tesisler, otoparklar ve kırsal turizm tesisleri olarak sınıflandırılmış ve tanımlanmıştır (Gökdeniz ve Dinç 2009).

a. Apart oteller

Bağımsız apartman yada villa tipinde konut olarak inşa edilen, yada belgeli bir otel veya tatil köyü işletmesi içinde yer alan, müşterilerin kendi yeme içme ihtiyacını karşılayabilmesi için gerekli teçhizatla donatılan, otel olarak işletilen konaklama tesisleri olarak tanımlanmaktadır (Batman vd. 2001, Özdoğan 2007, Gökdeniz ve Dinç 2009).

b. İkincil konutlar

Bağımsız ünitelerde tatil yapmak isteyenlere cevap vermek ve iç turizmi canlandırmak için turizme kazandırılması amaçlanan yazlık evler olarak tanımlanmaktadır (Batman vd. 2001, Özdoğan 2007).

c. Oberj (dağ evi) spor ve avcılık tesisleri

Spor ve avcılık turizmine cevap verebilecek en az bir yıldızlı otel niteliklerini taşıyan konaklama tesisleri olarak tanımlanmaktadır (Batman vd. 2001, Özdoğan 2007). Kayak ve dağcılık sporları yapmak, dinlenmek ve doğa ile baş başa kalarak tatil geçirmek isteyenlerin konakladıkları işletmelerdir (Şener 2007, Gökdeniz ve Dinç 2009).

d. Hosteller

Gençlik turizmine cevap verebilecek en az 10 odalı konaklama ve yeme içme hizmeti veren veya müşterinin kendi yemeklerini bizzat hazırlayabilme imkânı olan konaklama tesisleri olarak tanımlanmaktadır (Batman vd. 2001, Özdoğan 2007, Gökdeniz ve Dinç 2009, Kozak vd. 2009).

e. Yüzer Tesisler

Karasularında veya limanlarda turizm amaçlı olarak konaklama ve/veya yeme içme hizmeti verebilecek nitelikte kendiliğinden hareket etme kabiliyetine sahip, geçerli denize elverişlilik belgesi olan veya bir romorkör vasıtasıyla çekilen deniz araçları olarak tanımlanmaktadır (Batman vd. 2001, Özdoğan 2007).

f. Oto karavanlar

Asıl işlevleri müşterilerin karayollarında seyahat ve geceleme ihtiyaçlarını sağlamak olan, bu hizmetin yanında yeme-içme için yardımcı ve tamamlayıcı üniteleri de

bünyesinde bulunduran araçlardan oluşan geçici konaklama tesisleridir (Batman vd. 2001, Özdoğan 2007).

g. Kırsal turizm tesisleri

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca sınırları tespit edilen ve geliştirilmeleri planlanan yaylalarda müstakil veya toplu hizmet veren en az pansiyonlarda verilen hizmetlerin ve niteliklerin sağlandığı tesislerdir (Batman vd. 2001, Özdoğan 2007).

2.2 Mutfak Hakkında Temel Bilgiler

Mutfak, dilimize Arapça'dan gelmiş olan bir kelimedir. Arapça'da “yemek pişirilen yer” anlamına gelen “matbah” kelimesi Türkçe'de mutfak olarak telaffuz edilmiş ve günümüze kadar bu şekilde kullanılmıştır (Maviş 2008). Mutfak kavramı otel işletmeleri açısından değerlendirildiğinde; fiziki alan ve mutfak araç gereçleriyle beraber, asıl üretici güç olan insan faktörü de tanımlamanın kapsamına alınmalıdır. Mutfak çalışanları olarak adlandırılacak bu üretim faktörünün mutfak araç gereçleri ve çalışma alanları ile olan ilişkileri ve etkileşimleri önem kazanmakta, bu ilişki ve etkileşim sonunda ortaya konan üretim faaliyetlerinin konuk olarak adlandırılan otel müşterisinin beslenme gereksinimleri ve yiyecek hizmetleriyle ilgili beklenti ve arzularını karşılaması ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle otel işletmelerinde mutfak; çalışanları, çalışma alanları araç ve gereçleri ile tüm bunların ilişki ve etkileşimi sonucu ortaya konan üretim faaliyetlerini içine alan bir bölüm olmaktadır. Ancak bu tanımlamaya mutfağın amacını, konukların beslenme gereksinimleri, beklenti ve isteklerini karşılayarak konuk memnuniyetini sağlamayı da eklemek gerekmektedir.

Bu açıklamalar ışığında otel işletmeleri için bir mutfak tanımı geliştirmek mümkündür. Buna göre otel işletmelerinde mutfak, sunulan yiyecek hizmetlerinden belirli bir kar elde etmek üzere konukların beslenme gereksinimlerini, yiyecek hizmetleriyle ilgili beklentilerini karşılamak amacıyla oluşturulmuş, çalışanları, çalışma alanları, araç ve gereçleri ile tüm bunların ilişkileri ve etkileşimi sonucu ortaya konan üretim faaliyetlerini içine alan bir bölümdür. Kısaca ifade etmek gerekirse otel işletmelerinde

mutfak, konukların gereksinimleri ve beklentileri doğrultusunda yemek üretiminin gerçekleştirildiği bir birim olarak tanımlanabilir (Aktaş ve Özdemir 2007).

Bir toplumun mutfak kültürü yaşanan yörenin coğrafik ve tarımsal özellikleri ile, sosyo ekonomik koşulları ve diğer toplumlarla etkileşme durumuna göre şekillenmektedir. Bu faktörlerdeki değişme mutfak kültürünü de yansıtmaktadır (Baysal 2000). Mutfağı kültürle ilişkilendiren bir yaklaşıma göre ulusların beslenme ile ilgili kültürlerine de mutfak adı verilmektedir. Mutfak; yiyecek ve içeceklerin hazırlanmasında kullanılan araç ve gereçleri, yemek pişirme sanatının püf noktalarını, yemek törenlerini gösteren bir kültürdür (Musmann ve Pahalı 1999).

2.2.1 Dünya mutfakları

Dünyada ün yapmış olan mutfakların bir takım ortak özelliklere sahip olduğu göze çarpmaktadır. Bu özellikler; tanınmışlık, özgünlük, çeşitlilik şeklinde sıralanabilir.

Tanınmışlık bir mutfağa ait yemeklerin, sunuş ve yemek yeme şekillerinin diğer kültürlerce biliniyor ve uygulanıyor olmasını ifade etmektedir. Özgünlük; bir mutfak çerçevesinde üretilen yemeklerin, bu yemekleri üretme ve servis etme usullerinin tamamen o mutfağa ait olması ile ilgilidir. Çeşitlilik de bir mutfak kapsamında üretilen yemek çeşitlerinin bolluğunu göstermektedir. Yemek çeşidi ne kadar fazla ise o mutfak için zengin bir mutfak ifadesinin kullanılması olasılığı o kadar fazladır (Aktaş ve Özdemir 2007). Literatürde yer alan dünyanın en ünlü üç mutfağı Çin, Fransız ve Türk mutfaklarıdır. Yeme-içme alışkanlıkları ülkeden ülkeye farklılıklar göstermektedir. Fransızların kahvaltısı genellikle kahve, sıcak çikolata ya da meyve suyundan ibarettir. (Avcıkurt 2007). Genellikle croissant denilen ay şeklindeki açmalar, “pain au chocolat” denilen çikolatayla doldurulmuş pastalar, üzerine tereyağ sürülmüş “baguette” (Fransız ekmeği) gibi yiyeceklerden oluşur (Anonim 2011a). Buna bazen tost, pasta, meyve, reçel yada yoğurt ilave edilebilir. Öğle yemeği bir Fransız için en önemli yemektir. Öğle yemeği Türkiye deki akşama yemeğine eş değerdir. Öğle yemeği yavaş yenir ve aile fertleriyle gün hakkında sohbet edilir. Akşam yemeğine de önem verilir ancak, genellikle öğle yemeği kadar uzun sürmez. Yemek kültürlerinde balık, çorba, salata geniş bir yer tutar (Avcıkurt 2007).

Şarap, peynir ve tereyağ Fransız mutfağının en önemli öğeleri arasındadır. Bu yiyecek maddelerinin kalitesini düzenlemek amacıyla Appellation d'origine contrôlée (kökeni kontrol edilen) denilen bir sistem oluşturulmuştur. Fransa Tarım Bakanlığı'na bağlı bir devlet kurumu bu yiyecek maddelerinin kalitesini kontrol altında bulundurur. Fransa'da 10 civarında belli başlı şarap üretim bölgesi vardır. Bunlar arasında Alsace, Bordeaux, Burgonya, Champagne, Korsika, Jura, Languedoc-Roussillon, Loire, Provence, Rhône ve Savoy bulunur. Eskiden 350-400 civarında olan Fransız peynir çeşitleri günümüzde bini aşmıştır. Tanınmış Fransız peynirleri arasında Brie, Camembert ve Rokfor gibi çeşitler bulunur (Anonim 2011a).

Fransızlar mutfakları ve yeme içme kültürleriyle ünlüdür. Avrupa'nın diğer ülkelerine göre kendilerine özgü yeme içme davranışları vardır. Fransa'nın, şarapçılık alanında en büyük imalatçı ve ihracatçı ülke durumunda olması Fransızların içki kültürünü zenginleştirmiştir (Anonim 2011a).

Dünyanın en zengin üç mutfağından biri olan Çin Mutfağı, Çin kültürünün yaygın olduğu Uzakdoğu ülkeleri menşelidir. Sebze ağırlıklı yemekler, yemeklerin wok adı verilen çukur tavalarda pişirilmesi ve çubuklarla yenmesi Çin Mutfağı'nın en çarpıcı özellikleri arasındadır. Zengin yemek malzemesine sahip olan mutfağın kendine özgü soya fasulyesi ve soya fasulyesinden türeyen malzemeler, pilavlar ve pirinçten yapılan ürünler önem taşır. Pilavlar, ekmek yerine doyurucu madde olarak kullanıldığı için ekmek, Çin Mutfağı'nda fazla rağbet görmez (Cengiz 2010). Yüksek ateşle yağda kavurma, derin yağda kızartma ve buğulama yöntemi, Çin Mutfağı'nda kullanılan yaygın pişirme yöntemleridir (Anonim 2011b).

Belge (2001), Çinlilerin çubuklarla yemek yemelerini yemeğe duydukları saygıdan kaynaklandığını ve yedikleri yemeğe bıçak gibi kesici aletlerle dokunmayı, yemeğe karşı bir saygısızlık bir günah saydıklarını ifade etmiştir.

Mutfağın tarihsel gelişim süreci içinde bu özellikleri üzerinde toplamış, kendine özel bir yer edinmiş ve dünyaca ün yapmış olan Türk mutfağının genel özelliklerinden bahsetmekte fayda vardır.

2.2.2 Türk mutfağı

Her milletin ve her ülkenin kendi yapısına, kültürüne, gelenek ve görenek alışkanlıklarına göre bir mutfağı vardır. Kökleri Orta Asya'da başlayan ve bugün yaşadığı topraklarda biten büyük göçlerin ve çeşitli kültürlerle etkileşimin sonucunda oluşan, yemek sanatının her dalında birbirinden zengin örnekler veren Türk mutfağı; pişirme teknikleri, sofraya düzeni, kendine has servis şekilleri ile Fransız ve Çin mutfakları ile birlikte dünyanın sayılı üç mutfağından birisidir (Sürücüoğlu vd. 2001, Sürücüoğlu ve Özçelik 2005). Türk mutfağının bu şöhreti kazanmasında dünyanın en eski toplumlarından biri olmasının önemi büyüktür (Sürücüoğlu vd. 2001). Türk mutfağı denildiğinde Türkiye'de yaşayan insanların beslenmesini sağlayan yiyecek-icecekler, bunların hazırlanması, pişirilmesi, korunması; bu işlemler için gerekli araç-gereç ve teknikler yemek yeme alışkanlıkları, mutfak çevresinde gelişen tüm uygulamalar ve inanışlar anlaşılmalıdır. Türk mutfağındaki çeşit zenginliği birçok etmene bağlıdır. Orta Asya ve Anadolu topraklarının sunduğu ürünlerdeki çeşitlilik, uzun bir tarihsel süreç boyunca birbirinden farklı birçok kültürle yaşanan etkileşim, Selçuklu ve Osmanlı gibi imparatorlukların saraylarında gelişen yeni tatlar Türk mutfak kültürünün yeni yapısını kazanmasında rol oynamıştır (Anonim 2005).

Genel olarak tahıl, et, çeşitli sebze ve bir miktar etle sulu olarak hazırlanan yemek türleri, çorbalar, zeytinyağlılar, hamur işleri, içecekler, tatlılar ve otlarla hazırlanan yemeklerden oluşan Türk mutfağı; pekmez, yoğurt, tarhana, bulgur gibi kendine özgü sağlıklı yiyecek türlerini de ortaya çıkarmıştır. Yöreden yöreye farklılaşan lezzetleri barındıran yemek yeme ve içme biçimleri, özel gün, kutlama ve törenleriyle de ayrı bir anlam hatta kutsallık taşır. Türk mutfağı, çeşit zenginliği ve damak tadına uygunluk yönünden olduğu kadar birçok yemek ve yiyecek türü ile sağlıklı ve dengeli beslenmeye ve vejetaryan mutfağına kaynaklık edebilecek örnekleri bulundurmaktadır (Anonim 2005). Bu sayede değişik yeme alışkanlığı olan kişiler Türkiye'de daima zevkle yiyebilecekleri yemekleri bulabilmektedir. Eti çok sevenler çeşit çeşit kebabları severek yerken, et yemeyen ve sevmeyenler kuru baklagillerden yapılmış çok çeşitli yemeklerde beslenme ihtiyaçlarını karşılayabilmektedirler (Baysal 1997).

Türk mutfağı saray mutfağı ve yöresel Türk mutfağı olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır (Ciğerim 2000).

2.2.2.1 Yöresel Türk mutfağı

Bu yemekler yörenin gelenek, görenek ve alışkanlıklarını, ekonomik olanaklarını kendine özgü yemek hazırlama ve şekillerini içermektedir. Osmanlı mutfağı geliştirilmiş bir Anadolu mutfağı sonucunda doğmuştur (Ciğerim 2000).

Yöresel halk mutfağında yemek kültürü ve sofrada adabının Türklerin uzun zamandır benimsediği biçimde devam ettiği ifade edilmektedir. Özellikle saray mutfaklarındaki yiyecek ve içecek çeşidi yöresel mutfaklarda aynı şekilde değildir. Saray mutfaklarına imparatorluğun dört bir yanından gelen yiyeceklerin en iyileri, en lezzetlileri ulaştırılmaktadır. Yöresel mutfaklarda, hayvansal ve bitkisel beslenmenin eski Türklerde olduğu gibi devam ettiği ifade edilmiştir. Yüzyıllar süren gelişimi içinde Türk Mutfağı pişirme yöntemleri, yemek çeşitleri, servis düzenleri ile kendine özgü bir mutfak yaratmıştır. Türkler kurdukları büyük imparatorlukları ve devletleriyle önemli mutfaklar oluşturmuşlardır. Anadolu halkının gelenek ve göreneklerle bütünleşmiş birtakım toplumsal töre ve törenlere bağlı beslenme, yemek anlayışı ve kültürü Türk Halk mutfağını oluşturmaktadır (Halıcı 2003).

Bölgesel farklılıklar ürünler, kültürel anlayışlar Türk mutfağını çoğu yerde birleştirmekle birlikte İstanbul mutfağından biraz ayıran nedenler arasında yer almaktadır. Çorbalar, Türk mutfağında, ilk yemek olarak sunulmaktadır ve her öğünde tüketilmektedir. Bu nedenle pek çok çeşidi bulunmaktadır. Et yemekleri, büyükbaş ve küçükbaş hayvan etleri direkt ateşte pişirme, bir kap içerisinde pişirme, sebze ile pişirme vb. gibi birçok yöntemle yapılmaktadır. Bu etlerin yanı sıra sakatatlar, pastırma, sucuk gibi yiyecekler de geçmişten günümüze tüketilmektedir. Etli sebze yemekleri, oturtmalar, musakkalar, yahniler, karniyarık gibi parça et ya da kıyma ile pişirilmiş, sos olabilecek miktarda suyu olan sebze yemekleridir. Diğer sebze yemekleri, kızartılmış sebzeler, mücver vb. yemeklerdir. Zeytinyağlılar, soğuk tüketilen bir yemek grubudur. İmambayıldı, pilakiler, dolmalar ve sarmalar gibi yemekler bu gruptadır. Yumurta yemekleri, menemen, kaygana, çılıbır vb. şeklindedir. Pilavlar, temelde, bulgur veya

pirincin yağ, tuz ve çekebileceği kadar su ile pişirilmesi yolu ile yapılan yemek türüdür. İçine çeşitli malzemeler konarak iç pilav, Ali Paşa pilavı gibi farklı çeşitleri de pişirilmektedir. Türk Mutfağı açısından, bir hanımın ya da aşçının ustalığı pişirdiği pilavın kıvamıyla değerlendirilmektedir. Makarna ve mantılar, açılmış hamurun kesilip şekil verdikten sonra saklanması yöntemidir. Türk mutfağında “erişte” buna iyi bir örnektir. Mantı ise, açılmış hamurun genellikle kıymalı harçla doldurulmuş bohçacıklar haline getirilmesidir. Börekler, açılmış hamurun içine çeşitli malzemelerden hazırlanmış harcın konması yolu ile yapılan bir yiyecek türüdür. Ekmek, çörek ve pidelerin, Göktürk kitabelerine dayanarak, Türk Mutfağı’nda 1300’lü yıllardan bu yana var olduğunu söylemek mümkündür. Türk insanının her öğününde mutlaka yer alan ekmeğin; yufka ekmeği bazlama, francala vb. gibi pek çok çeşidi bulunmaktadır. Üzerine peynir, kıyma gibi malzemeler konularak ve genellikle kayık şekli verilerek pişirilen hamurlar da pidedir. Türk mutfağında çiğ sebzelerden yapılan salatalar yanında, piyaz, fava gibi pişirilmiş kurubaklagillerden yapılan salatalarda önemli bir yere sahiptir. Turşular ise genelde yaz aylarında hazırlanan, sebze ve meyvenin nispeten azaldığı kış aylarında sofraları zenginleştirir (Akan 2005).

2.2.2.2 Saray mutfağı

Osmanlı imparatorluğunda padişah ve tüm soylular konak ve yalılarda sofraya etrafında toplanmayı bir sosyal aktivite saymışlardır. Osmanlı imparatorluğunun gelişmesine paralel olarak Türk mutfağı da önemli bir gelişme göstermiştir. Türk mutfağının en hızlı gelişimi Fatih döneminde olmuştur. Bu dönemde Ege kıyılarının fethi ile mutfağa balık ve deniz ürünleri girmiştir. Fatih zamanında sarayda Mengenli aşçılar çalışmaktaydı. Halkı yönetenin bir görevi de onları doyurmak olduğundan aşevlerine gelenlere günde iki kez pilav, çorba, sebze ve et yemeklerinden oluşan menü sunulmaktaydı. Ramazan, düğün ve diğer kutlamalarda oldukça abartılı ziyafetler verilmekteydi. Yemek pişirilen yerler dışında mutfaklarda helvahane, reçelhane, bulaşıkların yıkandığı bakırhane, kapların kalaylandığı kalayhane gibi kısımlarda bulunmaktaydı (Ciğerim 2000).

Saray yemek kültürünün oluşmasında etkili olan unsurları şöyle ifade edilebilir (Ciğerim 2000):

- Orta Asya Dönemi göçebe kültürünün etkileri görülebilmektedir. Et ve süt ürünleri etkin bir biçimde kullanılmaktadır.
- İslam Dünyasının üyesi olan İran ve Arap Kültüründen etkilenmiştir.
- Anadolu’da yaşamış olan kültürlerden etkilenmişlerdir.
- Ele geçirdikleri bölgelerdeki yeni ürünleri merkeze aktarmışlardır. Buralarda yetişen ürünleri öğrenerek, daha sonra yetiştirmişlerdir.
- Osmanlı hanedanı üyelerinin Hıristiyan beylerinin kızlarıyla yaptıkları evlilikler, yeme içme kültüründe değişikliklere neden olmuşlardır.

Saray Mutfağında hayvansal ve bitkisel ürünlerin tamamı dengeli bir şekilde tüketilmiş; yemek kültüründe uçlara kaçmadan doğu ile batının alışkanlıklarını birleştirebilmiştir. Osmanlı saray mutfaklarında yemekle sağlık arasında bir ilişki olduğu kabul edilmiştir. Bu yaklaşımın ise Osmanlıların kullandıkları geleneksel İslam Tıbbından kaynaklandığı bildirilmektedir. Saray sofralarında oturma düzeni hiyerarşiye göre şekillenmiştir. Ayrıca saray sofralarında oturma biçimi ve yemek adabı kanunlarla belirlenmiştir. Fatih Sultan Mehmet’in Teşkilat Kanunnamesinin yürürlüğe girmesinden sonra padişahlar yalnızca aile üleriyle yemek yemeye başlamışlardır. Saray halkının günde iki öğün yemek yediği ifade edilmiştir. Bu durum Selçuklular da aynı şekildedir. Sabah kahvaltısı kuşluk vakti, akşam yemeği ise akşam namazından sonra verilmektedir. Yabancı devlet temsilcilerine verilen yemekler hariç, genellikle sofralarda lüks ve gösterişten uzak durulmuştur. İstanbul mutfağının temel tüketim ürünleri içerisinde sade yağ, tereyağı ve zeytinyağının, et, balık ve sebzelerin eşit ağırlıkta kullanıldığı görülmüştür (Ünsal ve Koz 2003).

Özellikle süt ürünlerinden yapılan tatlılar önemli yer tutmaktadır. Osmanlı döneminde İstanbul’da sofraya gelen yiyecekler doyurucu ve hafif şekilde yapılmaktadır. Osmanlı dönemi İstanbul mutfağının zengin olmasının nedenleri arasında İpek yolu ve Baharat yolunun denetiminde olması sayılabilir. İstanbul’un meyhane kültürünün oluşmasını sağlayanların Rumlar, Ermeniler ve Museviler olduğu bilinmektedir. Özellikle azınlıklar mezelerin Türk mutfağına kazandırılmasında etkin rol oynamışlardır. Osmanlı Saray’ında 1800’lerin başında yabancı elçi ve konuklar Topkapı Saray’ında geleneksel şekilde ağırlandıran, bu usul zamanla değişmiştir. 1914–1918 yılları arasında Osmanlı

Arşiv’indeki kayıtlara göre, yabancı konuklar ağırlanırken, geleneksel usul yerine Fransız usulünde ziyafetler hazırlanmıştır (Samancı 2007).

Dünyanın en zengin mutfaklarından birisi olması geçmişe dayanmasının yanında Osmanlı imparatorluğunun çok uluslu oluşu da Türk mutfak kültürünün zengin oluşunda etkili olmuştur. Osmanlı devrinde pek çok yabancı devlet adamının aşçılarını yetiştirmeleri için Türk aşçıların yanına gönderdikleri bildirilmektedir. Çeşitli kültürlerin birikimi ile gelişen Türk mutfağı bugün dünyanın en ünlü üç mutfağından biridir (Baykan ve Tekgül 1993, Bulduk 1993). Osmanlı imparatorluğu zamanında Türk mutfak kültürü daha da gelişerek en parlak zamanını yaşamıştır (Bulduk 1993).

2.2.3 Türk yemek kültüründe değişimler

Yemek yeme alışkanlıkları kültürün bir parçası olması nedeniyle her toplumda farklılık gösterir. Bir toplumun beslenme kültürü, yaşam şekliyle yakından ilgilidir. Yaşam şeklinin değişmesi, beslenme kültürünün de zamanla değişmesine neden olur. Orta Asya’dan Anadolu’ya gelen Türkler, uzun tarihsel geçmişleri nedeniyle zengin bir kültüre sahiptir. İlkçağdan, bugüne kadar birçok millete komşuluk yapmış onlarla iç içe yaşamış dolayısıyla yiyecek içecek kültürü alışverişinde bulunmuşlardır (Sürücüoğlu ve Akman 1998).

Türk mutfağının şekillenmesinde Orta Asya Türkleri, Selçuklu ve Osmanlı döneminin etkisi büyüktür. Orta Asya göçebe insanının et ve mayalanmış süt ürünleri Mezopotamya’nın tahılları, Akdeniz çevresinin sebze ve meyveleri, Güney Asya’nın baharatı ile birleşerek zengin bir yemek kültürü ortaya çıkmıştır (Baysal 1993).

Kendi ürettiğini kendi tüketen kapalı tarım ekonomisinde bireysel ve sosyal yaşamın sürdürülebilmesi, belirli besinlerden çok çeşitli yemek üretimi geleneğini oluşturmuştur. Örneğin, bulgur, mercimek ve çeşitli sebzelerden yapılan sayısız yemek üreten yörelerimiz bulunmaktadır. Bunun yanında yeme içmenin sosyal yaşamın önemli bir aracı olarak kabul edilen saray ve konaklarda yöresel yemekler daha da zenginleşmiştir. Yemek kültürünün zenginleşmesinde geleneksel konukseverlik de önemli rol oynamıştır. Halkın çoğunluğu günlük beslenmelerinde basit, az değişken yemeklerle

yaşamlarını sürdürmelerine karşın, özel günlerde konuklara çok çeşitli, özenle hazırlanmış yemekler sunulmaktadır. Bunun temelinde “ele güne mahcup olmama” anlayışı yatmaktadır. Coğrafya, tarım, hayvancılık, ekonomik, demografik ve toplumsal değişimler yemek kültüründe sürekli değişimlere neden olmuştur. Ayrıca dünyada toplumlararası iletişimin artması bu değişimleri daha da hızlandırmıştır (Baysal 1993). Türk mutfağındaki başlıca değişimler aşağıda olduğu gibi sıralanabilir.

2.2.3.1 Yemeklerin içeriğindeki değişimler

Türklerin Orta Asya’dan getirdikleri yemek kültürü diğer toplumlarla olan etkileşimleri sonucu çeşitlenmiş ve zenginleşmiştir. Toplum içi değişimler ve diğer toplumlarla iletişimin artması, yemek kültürünün de değişmesine neden olmuştur. Türk mutfağı, dünyada koyun ve kuzu eti ile yapılan şiş ve döner kebab gibi et yemekleriyle ünlenmiştir. Hayvansal besinlerin üretiminin, hızlı nüfus artışına paralel yürütülememesi ve gelir dağılımındaki dengesizlik kırmızı et de denilen büyükbaş hayvan etlerinin fiyatlarının çoğu ailenin alım gücünün üstüne çıkmasına neden olmuştur. Yine Türk yemek kültüründe sütlü tatlılarla yoğurdun önemli bir yeri vardır. Ancak, birey başına süt ve yoğurt tüketiminde de yıllara göre benzer artışlar söz konusudur. Lüks restoranlarda yoğurt ikinci plana itilmiş; zeytinciliğe yeterli önemin verilmemesi, alım gücünün düşüklüğü, reklâmların yönlendirmesiyle zeytinyağının yerini diğer bitkisel sıvı yağlar almıştır. Son yıllarda şeker tüketiminde hızlı bir artış olmuştur. Bunun başlıca nedeni; çok çay içilmesi ve şekerli yiyecek ve içecek reklâmlarının insanları yönlendirmesidir (Baysal 1993).

2.2.3.2 Ekmek türlerinde değişimler

Ekmek Türk sofrasının vazgeçilmez bir besinidir. Genelde somun, bazlama ve yufka olmak üzere üç tür ekmek tüketilmektedir. Ancak eskiden ekmek yapımında; taş değirmenlerde öğütülen tam buğday ve çavdar unu kullanılırken, günümüzde kepeği ve özü alınmış un kullanılmaktadır (Baysal 1993).

2.2.3.3 Doğal besinden işlenmiş besine yöneliş

Besin teknolojisinin gelişmesi, hızlı kentleşme sonucu evden uzakta mekânlarda yemek yeme zorunluluğu, kadının ev dışında çalışması yüzünden yemek hazırlama zamanının kısalması, toplumda yalnız yaşayanların sayısının artması gibi nedenlerden dolayı, fabrikalarda üretilmiş hazır ve yarı hazır yemeklerin tüketimi gün geçtikçe artmaktadır (Baysal 1993).

2.2.3.4 Mutfak araç ve gereçlerinde değişim

Günümüzde evde yürütülen faaliyetlerin birçoğu büyük ölçüde elektrikli mutfak araçları kullanılarak yerine getirilmektedir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte evde kullanılan araçların sayıca artması ve çeşitlenmesi ev ile ilgili hizmetlerin daha kolay yapılmasını sağlamakta ve ailelerin yaşam düzeyini yükseltmektedir (Sürücüoğlu ve Akman 1998). Türk mutfağında pişirme aracı olarak kullanılan tandır ve ocak yerini modern ocaklara bırakmıştır. Yine kalaylı - bakır tencere ve tavaların yerini alüminyum tencereler, sonra çelik, emaye ve teflon tencere ve tavalara almıştır (Baysal 1993).

2.2.3.5 Ayaküstü beslenme (Fast Food)

Fast food sistemi ülkemizde beslenme ile uğraşan hem ayaküstü yenebilen, sokakta satılan, hem de hızlı hazır yemek sistemi anlamında kullanılmaktadır. Son yıllarda hazır ve çabuk yemeğe dayanan pizza-hamburger, sandviç çeşitleri, dönerli pide gibi çeşitler bütün büyük şehirlerde kendini göstermektedir. Evlerde bile el oyalayan, pişirilmesi uzun saatler alan yemekler yerini pratik ve çabuk hazırlana yemeklere bırakmaktadır. Bunda hızlı sanayileşmenin, kentleşmenin ve Türk kadının yoğun iş hayatına katılmasının, yalnız yaşamı, iş temposunun yoğunluğunun, zaman darlığının, sık sık seyahat etmenin önemli rolü bulunmaktadır. Bunun yanında dondurulmuş hazır besinlerin tüketicilere sunulması, gıda sanayinin çok hızlı şekilde bir şekilde gıda ürünlerini günlük yaşama getirmesinin de payı vardır. Bu ve benzeri faktörler insanımızın geleneksel beslenme alışkanlıklarının değişmesine neden olmuştur. Bu değişim, tüketicileri, Fast food türü yiyecekleri tüketme eğilimine ve alışkanlığına götürmektedir (Sürücüoğlu ve Akman 1998).

Türk yemek kültüründe ayaküstü beslenme eskiden beri önemli yer tutmaktadır. Pideciler, kebabçılar, muhallebiciler, bireyin kısa sürede karın doyurduğu yerlerdir. Ancak son yıllarda bu sistem hızla Batı kültürünün etkisi altına girmektedir. Kebabın yerini hamburger, pidenin lahmacunun yerini pizza, sütlü tatlıların yerini pasta almaya başlamıştır. Başta Fransız mutfağı olmak üzere Batı mutfağının Türk yemek kültürüne etkileri Osmanlı imparatorluğu döneminde başlamıştır. Türklerin geleneksel tatlıları; helvalar, baklava, şöbiyet, kadayıf gibi hamur tatlıları aşure, sütlü ve meyveli tatlılardır. Kimyasal kabartıcıların hamurun kabarması esasına dayanan pasta ve kek ise Batıdan alınmıştır (Baysal 1993).

Ancak son yıllarda özellikle büyük şehirlerde “self servis”ve ayaküzeri hızla bir şeyler atıştırılan “fast food” lar hızla yaygınlaşmıştır (Bulduk 1993). Fast Food yemek sistemi, günlük yaşamın ve toplumun nüfusunun yapısal değişikliğinin bir ürünüdür. Ayrıca, yeni kentsel yeme kültürünün bir tanımı olmuştur. Modern yaşamda adeta özgürlüğün simgesi haline gelmiştir. Fast food ürünleri besin teknolojisinin bir yeniliğidir (Arslan 1997).

Fast food sisteminin insan hayatını kolaylaştırıcı olumlu özellikleri olduğu bir gerçektir. Ancak, konu beslenme açısından değerlendirildiğinde Fast food sistemi sodyum, kolesterol, yağ yönünden zengin olduğu için bu beslenme şeklinin insan ve toplum sağlığı açısından zararlı olduğu kabul edilmektedir. Çünkü insan sağlığı için elzem olan bazı vitaminler ve mineraller açısından yetersizdir. Günümüz yaşam biçiminde Fast food lokantalarından kaçmak mümkün olmamaktadır. Bu işletmelerin sosyal ve psikolojik yönleri bulunmaktadır. Bu yüzden çok sıklıkla gitmemek gerekir. Çok sıklıkla gidilmesi gerekiyorsa kişileri beslenme yönden eğitmek, bilinçli bir tüketici yapmak gerekir. Ayrıca yapılacak başka bir iş bu tür beslenmeye alternatif olabilecek, rekabet edebilecek lokanta zincirleri ve mönüleri tüketiciye sunmaktır Bunu yaparken geleneksel Türk mutfağının çeşitliliğinden yararlanılmalıdır (Sürücüoğlu ve Akman 1998).

2.2.3.6 Sofra düzeninde değişmeler

Geleneksel yeme sisteminde, aile bireyleri tek kaptan yemek yerlerdi. Yer sofrasında, tek kaptan yeme geleneği kırsal kesim ve yeni kentleşen yerlerde hala sürdürülmesine karşın masada ayrı kaptan yemek yeme sistemi her geçen gün yaygınlaşmaktadır. Geleneksel Türk sofrası bir fincan Türk kahvesi ile sonlanırdı. Günümüzde bu gelenek bir ölçüde sürdürülmekle beraber kahvenin yerini çay almaktadır (Baysal 1993).

2.2.3.7 Ülkeler arası yemek alışkanlıklarındaki farklılıklar ve nedenleri

Yemek alışkanlıkları ülkeden ülkeye farklılıklar göstermektedir. Yemek alışkanlıklarındaki bu farklıların nedenleri, iklim, coğrafik yapı, tarımsal kaynaklar, gelenekler ve inançlar, ekonomik yapı ve politikalar olarak sayılabilir.

İklim: Yörede hüküm süren iklim, bitki ve hayvan örüntüsünü doğrudan etkiler. Havanın sıcaklığı, soğukluğu, havanın ve toprağın nemi ürünlerin çeşitliliği yanında verimini, yapısını da etkiler (Merdol 2003).

Coğrafik yapı: Yörenin dağlık olup olmaması, ırmak, göl, deniz gibi su alanlarının bulunup bulunmaması, ovaların durumu, ürün üretimini etkileyen önemli faktörlerdendir (Merdol 2003).

Tarımsal kaynaklar: Her yörenin kendine özgü bir bitki ve hayvan örüntüsü bulunmaktadır. Ülkeler zamanla birbirlerinden tohumlar alarak kendi ürün çeşitlerini zenginleştirmektedirler. Ancak yörenin orijinal bitki ve hayvan örüntüsü yöre insanında belirli bir alışkanlık yaratmaktadır (Merdol 2003).

Gelenekler ve inançlar: Bazı toplumlar dışa açılmama, primitif yaşamı sürdürme veya dini inançları nedeniyle de bazı besinleri tüketmemektedirler. Müslümanların ve Musevilerin domuz eti yememesi buna örnek verilebilir (Merdol 2003). Yiyecek alışkanlıklarını biçimlendiren etmenlerin birçoğu dinsel yasalardan çıkmaktadır. Örneğin İslam'da kan içilmez, domuz yenmez, Yahudilikte ise; pullu ve kanatlı balıklar, koyun, sığır, keçi, geyik gibi çift tırnaklı hayvanlar ve geviş getiren hayvanların eti

yenebilir. Hinduizm’de hayvanın sadece ön tarafı yenmektedir. Herhangi bir hayvan öldürülmemeli ve yenmemelidir. Katolikler cuma günü et yememektedir. Yahudiler ise cuma günü yemek hazırlamamaktadırlar. Yunan Ortodoks kilisesinde her çarşamba ve cuma oruç sayılmaktadır. Budist rahipler öğleden sonra yemek yememektedirler. Katolik olmayan bazı yörelerde cuma günleri balık yenmemektedir (Tezcan 1997).

Ekonomik yapı ve politikalar: Ülkenin ekonomik durumu ve izlediği politikalar besin saklama, dağıtım ve üretimini etkilemektedir. Bazen bazı ürünlerin üretim ve tüketimlerine daha çok ağırlık verilmektedir (Merdol 2003).

Yenilen ve içilen besinlerin farklılıkları: Ülkelerin yedikleri ve içtikleri besinler birbirinden çok büyük farklılıklar göstermektedir. Et, süt ve yağ türlerine örnekler verilebilir (Merdol 2003).

Etlar: Sığır, koyun, at, domuz, geyik, ayı, tavuk, kanguru, hindi, kaz, ördek, tavşan, kertenkele, yılan, kirpi, kaplumbağa, yengeç, tırtıl, kurtlar, karınca, yengeç, tırtıl, kurtlar, karınca, bıldırcın, güvercin, sülün, keklik, kedi, köpek, fare, maymun, balık, midye, istiridye, ahtapot, kerevit, salyangoz, göl sineği, çekirge olarak sıralanabilir (Merdol 2003).

Sütler: İnek sütü, koyun sütü, keçi sütü, deve sütü, kısrak sütü, eşek sütü, soya sütü, Hindistan cevizi sütü olarak sıralanabilir (Merdol 2003).

Yağlar: Tereyağı, kuyruk ve iç yağı, zeytinyağı, mısırözü yağı, palmiye yağı, soya yağı, susam yağı, yer fıstığı yağı, haşhaş yağı olarak gruplandırılabilir (Merdol 2003).

Besinlerin renk, şekil ve lezzet farklılıkları: Her ülkenin iklimi ve buna bağlı olarak toprak zenginliği farklılığı nedeniyle aynı ürün ayrı ülkede renk, şekil ve lezzet yönünden farklılıklar gösterebilir. Örneğin kıvırcık gibi sebzeler mordan açık yeşile; havuç, mordan koyu sarıya farklılık gösterir. Bir ülkede bazı meyvelerin tanesi yarım kilogram gelirken, bir başka ülkede ancak 100 gram gelmektedir. Her toprağın organik madde yoğunluğuna göre yetişen besinlerin lezzetleri de farklıdır (Merdol 2003).

Besinleri hazırlama ve pişirme şekilleri: Her ülke besinleri kendine özgü yollarla hazırlayıp pişirir. Örneğin etli lahana dolması Finlandiya’da içi önceden pişirildikten sonra hazırlanıp tavada yağda çevrilerek pişirilir. Libya’da makarna hazırlanmış soslu karışıma atılarak pişirilmektedir (Merdol 2003).

Öğün sayısı ve saati: Sıcak ülkelerin yemek saatleri, soğuk ülkelerin yemek saatleri birbirinden farklıdır (Merdol 2003).

Öğün örüntüsü: En önemli farklılık kahvaltı örüntüsüdür. Pek çok ülke sabahları çay-kahve ve çörekten ibaret bir kahvaltı yaparken, bazı ülkeler çorba içmektedirler (Merdol 2003).

Sevilen tatlar: Besine eklenen tuz, şeker, salça ve benzeri baharatlar ülkeden ülkeye önemli farklılıklar dikkati çekmektedir. Bazı ülkelerde bazı besinler çiğ, bazıları pişmiş sevilmektedir (Merdol 2003).

Besinin servis şekli: İngiliz, Fransız, Rus usulü servisler olarak adlandırılan yemeğin servis şeklinin farklılığı gösterir (Merdol 2003).

Kullanılan araç ve gereçler: Karıştırma, pişirme, kızartma, vb. işlemler için kullanılan araçlar farklılık göstermektedir. Örneğin Uzakdoğu yemekleri çatal bıçakla değil, çubuklarla yenilmektedir (Merdol 2003).

2.3 Türk Mutfağının Genel Özellikleri

Mutfak kültürü kavramı beslenmeyi sağlayan yemek, yiyecek, içecek türleri ve bunların hazırlanma, pişirilme, saklanma ve tüketilme sürecini; buna bağlı mekan ve ekipmanı, yeme-içme geleneği ile bu çerçevede gelişen inanış ve uygulamalardan oluşan bütünsel ve kendine özgü bir kültürel yapıyı anlatır (Çevik 1997).

Türkiye’de yerel mutfakların özgün etkilerini içinde barındıran köklü ve çok yönlü bir mutfak kültürü yaşamaktadır. Tarihsel birikim ve çeşitlilik, yaşanan coğrafyanın zenginliği, kaliteli ürünler Türk mutfağının temelini oluşturan öğelerdir. Bunların

getirdiği imkânlar Türk mutfağının özelliklerini geliştirmiştir (Çevik 1997).Türk mutfağında, yemeklerde alışkanlıklar önemli rol oynamaktadır. Ekmek çok önemli bir yere sahiptir. Tereyağı, iç yağı, kuyruk yağı, zeytinyağı özellikle Ege bölgesinde önemli miktarda kullanılmaktadır. Yemek çeşitleri çok olmasına rağmen hamur işleri başta gelir. Bulgurun yeri önemlidir. Yoğurt Türk mutfağında çok önemlidir. Soğan, yemeklerin hazırlanmasında kullanıldığı gibi salata malzemesi olarak da kullanılır. Sebze çeşidi çok olmasına rağmen, etle birlikte soğanlı, salçalı ya da domatesli pişirilmesi yaygındır. Yemeklerde baharatların, maydanoz, dereotu ve nane gibi otların yeri başkadır. Çeşitli kebablar olmasına rağmen yahni adı verilen sulu et yemekleri de vardır. Türk mutfağında yemeklerde süslemeye fazla önem verilmez; yemeklerin görünüşünden çok lezzetli olmasına özen gösterilir. Ancak son dönemlerde tabak süsleme ve boyama sanatı yeni yeni gelişmeye başlamıştır. Sos kullanımı Türk mutfağında yer almamaktadır. Sos yerine salça ve besinlerin kendi suları kullanılmaktadır (Arlı 1981, Güler 2007). Maydanoz, dereotu gibi besin değerı yüksek olan otlarda pek çok yemekte kullanılır. Salata, çorba ve bazı yemeklerde yaş ve kuru nane tüketilmektedir. Tatlılarda tatlandırıcı olarak pekmezde kullanılır (Arlı 1981). Türk mutfağının genel özellikleri aşağıdaki gibi kategorize edilebilir.

2.3.1 Tarım ve hayvansal ürünlere dayalı olması

Türkler Orta Asya ve Anadolu'ya göç ettikten sonra tarım ve hayvancılıkla uğraşmışlardır. Tarım ve hayvancılıkla uğraşmaları doğal olarak beslenme biçimlerine de etki etmiştir (Toygar 1981). Tarım ve hayvancılığa dayalı bütün milletlerin beslenmesinde ise; süt, et, yağ, tahıl ve benzeri besin maddelerin büyük oranda kullanıldığı görölmektedir (Akman 1998).

Türk sofrasında süt yalnız başına bir besin olduğu gibi, süttten yapılan yağ, peynir, ayran ve sütlü yoğurtlu yemeklerin çeşitliliği insanı şaşırtan bir zenginlik göstermektedir. Türkler kış yiyecekleri hazırlamak için taze sebze ve meyveleri kurutarak ve konserve yaparak yüzyıllardan beri kullanmışlardır. Türklerde hamur işi yiyecek tüketimi de yaygın olup bunların başında yoğurt, yağ, etle yapılan “mantı” gelmektedir. Mantı, bütün Türk toplulukların önemli yemeklerindedir (Baysal 2000). Sebze ve tahılların

çoğu ise kıymalı, kuşbaşı etli, soğanlı olarak su ile pişirilmektedir (Toygar 1981, Akman ve Mete 1998).

2.3.2 Yaşanan coğrafi bölgelere göre değişiklik göstermesi

Türkiye'nin birçok yöresinde değişik yemek çeşitleri bulunmaktadır (Maviş 2008). Birer'e (1990) göre bugün Türkiye'nin pek çok yerinde coğrafi bölgelere göre değişen birçok yiyecek türüne rastlamak mümkündür. Örneğin hamur tatlılarının yaygın olduğu Güneydoğu illerinde fıstıklı ağır tatlılar çok popülerdir. Ayrıca baharatlı kebablar da yörenin belirgin özelliğidir. Kısır, içli ve çiğ köfteler de yine bu yörenin karakteristik yiyeceklerindedir. Ege bölgesi insanının birinci derecede zeytinyağı kullanmalarına karşın Doğu Anadolu'da hayvansal yağ kullanılmaktadır. Batı Anadolu'da sebzelerden yapılan yemekler, İstanbul ve Ege Bölgesinde sütlü tatlılar yaygındır (Akman 1998). Batı Anadolu'da ise sebze yemekleri ve sütlü tatlılar yaygındır. Karadeniz ve Marmara bölgelerinde balık, İç Anadolu'da ise tahıl, hamur işleri ve pirinçli yemekler daha sık tüketilmektedir (Akman ve Mete 1998).

2.3.3 Tarihi gelişim süreci içinde sosyal yapıya göre değişiklik göstermesi

Daha öncede değinildiği gibi Türk mutfağı; saray mutfağı ve Anadolu mutfağı olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır (Toygar 1981, Akman ve Mete 1998). Saray mutfağı; Osmanlı mutfağının gelişmesine paralel bir özellik göstermiştir. Bu mutfağa ait yemeklerde besleyicilik, lezzet ve süs unsurları başta gelmektedir (Akman ve Mete 1998). Osmanlı tıbbında olduğu gibi Osmanlı mutfağında da sağlıklı yaşamakla ilgili olarak yemeklerin çeşit ve düzenine çok önem verildiği belirtilmektedir (Sarı 1981). Genelde şölen niteliğindeki yemeklerde; tavuk, ekşili tavuk, güvercin, piliç, ekşili piliç, börek, bohça (poğaç), tutamaç (mantı benzeri bir yemek), ıspanak böreği, çorba, katı çorbası, kefal çorbası, baklava, çeşitli dolmalar, kebablar, ekşi aşı, muhallebi, sade ve ballı börekler, tavuklu pilav, kıymalı, bulgur pilavı, zerde, yahni, paça, kabak reçeli (kabak tatlısı olabilir,) aşure, turşu, çörek, gözleme, girde (açılmış yufka), nukul (bir çeşit tatlı), tarhana çorbası, simit, erişte, ördek, kuzu kebabı, tavuklu börek, aşure, çeşitli soğuk şerbet ve hoşaf lar sofrada yer almaktadır (Haydaroğlu 2003). Anadolu mutfağı

ise yörenin gelenek, görenek ve alışkanlıklarını, ekonomik olanaklarını kendine özgü yemek hazırlama şekillerini içermektedir (Akman ve Mete 1998).

2.3.4 Özel günler ve törenlere göre değişiklik göstermesi

Türk mutfağının gelişip zenginleşmesinde, geleneksel Türk misafirperverliğinin de önemli bir yeri vardır. Günlük yemeklerin dışında, törensel günlerde yapılan yemeklerin büyük bir bölümü günlük yaşantı içinde yer alsa da giderek unutulmaktadır.

Türk mutfağı ile ilgili özel günleri şu şekilde sınıflandırmak mümkündür (Halıcı 1981, Nahya 1981, Akman ve Mete 1998).

1-Dini Bayram ve Özel Günler;

- a) Ramazan (şeker) bayramı
- b) Kurban bayramı
- c) Kandiller

2-Mevsimlik Bayram ve Özel Günler;

- a) Hıdrellez
- b) Nevruz
- c) Kiraz bayramı
- d) Koç katımı
- f) Çiğdem pilavı

3-Evlenme;

- a) Söz kesme
- b) Nişan
- c) Nikâh
- d) Gelin hamamı
- e) Kına gecesi
- f) Düğünün diğer geceleri
- g) Gerdek gecesi

4- Sünnet

5- Yağmur duası

2.3.5 Gelenek - görenek ve dini yapıdan etkilenmesi

Anadolu bölgelerinde yaşayan Türk halkı geniş ölçüde Arap mutfağının etkisi altında kalmış (Akman ve Mete 1998), İslam dini ile birlikte Arap mutfağının etkisi artmıştır. Özellikle Güneydoğu yöresinin yemeklerinde Arap beslenme kültürünün etkisi fazladır. Fazla miktarda baharat, acı biberin çok kullanımı bu etkinin örneklerindedir (Baysal vd. 2000). Bazı yiyeceklerin tercih edilmemesi, bazılarının kaçınılmasında dini inançların etkisi büyük olmuştur. Yemeklere ilişkin diğer dinsel uygulamalar ise, yoksul doyurma, iftar sofraları, kurban kesme ve adak adamadır. Türklerde toplu yemek yeme geleneği de oldukça yaygındır. Şölenle yemek yeme Türklerin tarihinde sık görülen bir gelenektir. Ayrıca sofraya konan yemeğin hepsi yenmeli, tabağın dibi sıyrılmalıdır. Tabakta bir miktar kalan yemek günah sayılmaktadır (Akman ve Mete 1998).

2.3.6 Komşu kültürleri etkilemesi ve onlardan etkilenmesi

Farklı toplumların farklı kültürlere sahip oldukları gerçektir. Yemek yeme alışkanlıkları da kültürün bir ögesi olduğu için çeşitli toplumlara göre farklılıklar gösterir. Bütün insanların yaşamak için yemek yemeleri gerekir. Fakat bir insanın ne yediği, coğrafi koşullarla birlikte kültürüne de bağlıdır. Kişinin, yemekleri tercih etme olanağı olduğu zaman neyi seçtiği, onu ne biçimde sağladığı, nasıl pişirdiği, nasıl, ne zaman ve nerede yediği, kendi toplumsal grubunun alışkanlıklarına göre değişir. Türk toplumu da yemek türü, tadı, özellikleri bakımından diğer kültürlerden oldukça farklılıklar göstermektedir (Tezcan 1981).

Türkler, Anadolu'ya yerleştiklerinde daha önce yaşayan insanların beslenme sistemlerinden etkilenmişlerdir. Fasulye, nohut, mercimek, bezelye gibi kurubaklagiller, lahana, karnabahar, maydanoz gibi sebzeler Akdeniz çevresi besinlerindedir. Türkler Anadolu'ya yerleştikten sonra daha önce bu yörede yaşayan Hitit ve Bizans kültürlerinin etkisiyle mutfak araç ve gereçlerini geliştirmişler, besinlerini

çeşitlendirmişlerdir. Anadolu'ya gelirken İran kültüründen de etkilenmişlerdir (Baysal 2000).

Anadolu yemekleri, eski çağlardan günümüze sürekli gelişme göstermiş ve tür bakımından çoğalmıştır. Türkler çeşitli uygarlık aşamalarında çeşitli yemekler yapmışlar ve her uygarlık aşamasının bugünkü yeme alışkanlıklarında etkisi olmuştur. Osmanlı imparatorluğunun gelişmesine paralel olarak bu yemeklerin konumları genişlemiş bütün Balkanlara ve diğer komşu ülkelere yayılmıştır (Akman ve Mete 1998). Orta Asya'da et ve mayalanmış süt ürünleri ile biçimlenen beslenme sistemi, Anadolu'ya bu etkilerini taşıırken; Mezopotamya'da gelişen tarıma bağlı olarak tahıl, Ege ve Akdeniz etkisiyle sebze ve meyve türleri ile çeşitlenen ve günümüze yansıyan Anadolu Mutfağını belirlemiştir. Bizans, Ortadoğu, Avrupa ve Güney Akdeniz mutfaklarının etkileşimine imparatorluğun ulaştığı geniş alanda sürekli bir alış veriş çerçevesinde şekillenmiştir (Çevik 1997).

2.4 Türk Mutfağındaki Yiyecek ve Yemek Çeşitleri

Türk mutfağında hazırlanan yemekler genel olarak 14 başlık altında toplanabilir (Arılı 1981, Akman ve Mete 1998).

- 1- Çorbalar (unlu çorbalar, taneli çorbalar, süzme ya da ezme çorbalar)
- 2- Et Yemekleri (büyük ve küçükbaş hayvan etlerinden yapılanlar, kümes hayvanları etlerinden yapılanlar, balık ve diğer deniz ürünlerinden yapılanlar, av etlerinden yapılanlar)
- 3- Etli sebze yemekleri
- 4- Diğer sebze yemekleri
- 5- Etli kurubaklagil yemekleri
- 6- Zeytinyağlı yemekler (bastı zeytinyağlılar, tepside pişen zeytinyağlılar, zeytinyağlı dolmalar, diğer zeytinyağlılar)
- 7- Yumurta yemekleri
- 8- Pilavlar
- 9- Makarna ve mantılar
- 10- Börekler (yağlı hamur börekleri, yufka börekleri, serpme hamur börekleri)

- 11- Ekmek, çörek ve pideler
- 12- Salata ve turşular
- 13- Tatlılar (hamur tatlıları, helvalar, sütlü tatlılar, diğer tatlılar)
- 14- Hoşafklar

2.5 Türk Mutfağının Turizmdeki Yeri ve Önemi

Turizm sektörü ülkenin tanıtılmasında ve gelir elde edilmesinde oldukça önemli bir sektör olmasının yanı sıra ülkeleri birbirine yakınlaştıran bir olgudur. Bu yakınlaşmada yemeklerde bir araç olmaktadır. Bazı otel işletmecileri, konukları memnun edebilmek için dünya mutfaklarından örnekler sunmanın daha doğru bir davranış olacağı görüşündedirler. Oysaki turizm sektöründe konaklama faaliyetlerinin tamamlayıcısı olarak yiyecek içecek faaliyetlerinin bir şekilde yerine getirilebilmesi için, Türk mutfak kültürünü gelen turistlere en iyi şekilde tanıtmak gerekmektedir. Seçkin Türk yemeklerini tattırmak, geleneksel misafirperverlik anlayışı ile hizmet etmek Türk mutfağının tanıtılması açısından önemlidir (Güler 2007). Turizm belgeli bazı restoranlar ve tesisler Türk mutfağından seçtikleri yemekleri menülerine dâhil etmekle birlikte; bu son derece yetersiz ve sınırlı kalmaktadır. Türk mutfağı başlangıçtan bugüne kadar tam değeri ile tanınamaması ve bu konuda temel eğitim sisteminin kurulamayışı gibi nedenlerle layık olduğu uluslararası yere gelememiştir (Akman ve Mete 1998).

Konaklama işletmelerinde Türk yemeklerinin yeterince yer almamasının nedenleri;

- 1- Batı ülkelerine duyulan hayranlığın devam etmesi,
- 2- Uluslararası zincir işletmelerin kendi menülerini uygulamaya devam etmesi ve bu alanda yeni işletmelerin açılması,
- 3- Türk yemeklerinin hazırlanması, pişirilmesinin zaman alması, zahmetli ve yorucu olması, deneyim ve fazla işgücü gerektirmesi,
- 4- Kebap, pide, döner benzeri yemekler dışındaki tencere yemeklerinin önceden tüketime hazır durumda olmaması ve sipariş anında hazırlanmasının güç olması,
- 5- Yemeklerin tüketime hazır bir biçimde bekletilmesi durumunda yemeklerin kalitesinin bozulmasına sebep olması,
- 6- Farklı lezzetleri ev dışında tatmak istenmesidir (Ciğirim 2000).

Türk mutfağı, geçmişten günümüze kadar renkli bir tarihe ve değişik inanç sistemlerine tanık olmuştur. Türkiye’de yaşamış çeşitli uygarlıkların etkisiyle gelişen ve zenginleşen Türk mutfağı, dünyanın en besleyici mutfağı olma özelliğini de elinde tutmaktadır. Ancak günümüzde kadınların çalışma yaşamına girmesi, zamanla yarış, endüstrileşme ve kentleşme, batı kültürüne açılma, doğal gıdalardan işlenmiş ürünlere yönelme, mutfakta kullanılan araç ve gereçlerde meydana gelen değişme, ayaküstü beslenme gibi sebepler Türk mutfak kültürünün değişmesine, geçmişten günümüze kadar gelebilmiş olan birçok yiyecek ve içecek çeşidinin unutulmasına neden olmuştur (Akman ve Mete 1998, Sürücüoğlu ve Akman 1998, Aktaş ve Özdemir 2007)

Yeni turizm kavramının tanımlanmasında, insanları seyahat etmeye özendiren etkenler içinde, bir ülkenin yeme-içme kültürü de yer almakta; insanlar bir ülkenin ya da bir bölgenin yemeklerini tadabilmek için, kilometrelerce yolu göze alabilmektedir (Gökdemir 2005). Eğer, yiyecek-içecek işletmelerinde çalışanlar Türk mutfağını, taklitlerden uzak, gerçek ve özgün bir şekilde uygulayabilirlerse, Türk turizmi daha sağlıklı olarak gelişecektir. Konaklama işletmelerinde ve yiyecek-içecek endüstrisinde çalışanlar, yabancı mutfakları taklit etme yerine; ülkemizin ve bölgelerimizin özgün ve geleneksel mutfaklarını çalıştıkları işletmelerde ön plana çıkarmalıdır (Denizer 2008). Turizm endüstrisinde ülke faktörü içerisinde gastronominin büyük önemi vardır. Ülkemizi görmek, tanımak için gelen yabancı konukların Türk mutfak kültürünü de tanımak istemesi gayet doğal bir durumdur (Özkaya vd. 2009a). Zengin Türk mutfağı ve yöresel yemekler, yiyecek içecek işletmelerinin pazarlama faaliyetlerinde işletmecilere önemli avantajlar sağlamaktadır. Bu nedenle işletmeler de hangi yöre içerisinde faaliyet gösteriyorlarsa, menülerinde, buldukları yöreye ait yemeklere yer vermelidir. Çünkü yöre kültürü turistlerin seyahatlerinde çok önemli bir çekicilik unsurudur ve yöresel mutfak da bu unsurlar içerisinde en önemlilerinden birisidir (Hacıoğlu vd. 2009). Türk mutfağı bugün önemli bir sektör haline gelen turizm aracılığıyla insanlara tanıtılabilir, tattırılabilir ve unutturulmayabilir (Akman ve Mete 1998).

2.6 Kaynak Araştırması

Bu bölümde, konu ile ilgili yapılan çalışmalar kronolojik ve alfabetik sıraya göre özetlenerek verilmiştir.

Baykan ve Tekgöl'ün (1993) Türk mutfağındaki pilav çeşitleri üzerine yaptıkları çalışmada; 32 pirinç pilavı çeşidi, 13 bulgur pilavı çeşidi ve 6 diğer pilav çeşidi olmak üzere toplam 52 pilav çeşidi bulunmuş, bununla beraber çoğunun tüketim oranının oldukça düşük olduğu gözlenmiştir. Araştırmaya katılanlar %55.0-%94.0 arasında değişen oranlarda pendeli pilavı, kaşgar pilavını, gendime pilavını, duvaklı pilavı, Alipaşa pilavını, kaburga pilavını, yumurtalı pilavı, meyhane pilavını, paşa pilavını ve döğme pilavını hiç duymadıklarını ifade etmişlerdir. Türk toplumunun kendi kültürüne kendi mutfağına giderek yabancılaştığı ve geleneksel türlerin kaybolmasına izin verilmemesi, turistik açıdan tanıtılmaya çalışılması gerektiği sonucuna varılmıştır.

Bulduk'un (1993) üniversite öğrencilerinin geleneksel Türk tatlılarını bilme durumunu öğrenmek amacıyla yaptığı çalışmada; evde yapılan tatlılar içinde birinci sırayı aşurenin aldığı tespit edilmiştir. Üniversite gençliğinin dışarıdan tatlı satın alırken; baklava, tulumba, lokma tatlısı gibi Türk tatlılarının yanında Fransız mutfağına tatlıları olan krem karamel, jöleli pasta, puding, sup ve profiterol gibi tatlıları tercih ettikleri, şehirlerdeki ailelerin ise %64.2'sinin ise hazır puding, jöle gibi tatlıları sıklıkla tercih ettikleri saptanmıştır.

Akman ve Hasipek (1999) tarafından Antalya'da yapılan bir çalışmada, çalışmaya katılan yabancı turistlerin Türkiye'yi tercih etme nedenleri arasında ilk sırada seyahat fiyatının uygunluğu (1764 puan) gelirken, Türk mutfağını tanıma isteğinin beşinci sırada (439 puan) olduğu saptanmıştır. Türkiye'de buldukları süre içinde Türk mutfağından yararlanmak isteyen turistlerin oranı %62.9 bu sürede kendi ülkelerinin mutfağından yararlanmak isteyenlerin oranı %26.3'tür. Turistlerin %94.0'ü çalışmanın yapıldığı döneme kadar Türk mutfağına ait herhangi bir yiyecek ve içeceği tüketmemiş olduğunu ifade etmiştir. Türk mutfağına ait herhangi yiyecek ve içeceği tüketen turistlerin ise %45.7'sinin Türkiye'ye gelmeden önce Türk mutfağı ile ilgili bilgi

aldıkları saptanmıştır. Yabancı turistlerden ülkelerine döndükten sonra çevrelerine Türk mutfağından olumlu bahsetmeyi düşünenlerin oranı %57.5, olumsuz bahsetmeyi düşünenlerin oranı %23.3, hiç bahsetmeyeceğini belirtenlerin oranı ise %17.1 olarak tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan turistlerin % 71.2'sinin Türk yemeklerini tattıkları ve Türk yemekleri ile ilgili beğenilerinin genellikle olumlu olduğu belirlenmiştir. Ancak araştırmanın uygulandığı tesislerde Türk mutfağına ait yiyecek ve içeceklerin yeterince yer almadığı saptanmıştır. Türkiye'ye üç defadan fazla gelenlerin hepsinin, ilk gelenlerin %92.2'sinin Türk mutfağı ile tanıştıkları, %62.9'unun Türk mutfağından yararlanmak istedikleri belirlenmiştir.

Aksu vd.'nin (1999) Antalya'da bulunan 5 yıldızlı otellerde Türk mutfağı ile ilgili yaptıkları çalışmada; otellerin %70.0'inin haftada bir geceyi Türk gecesini olarak düzenledikleri, %20.0'sinin mönülerinde en az 7 çeşit Türk yemeği bulundurduğu, %10.0'unun ise otel broşürlerinde ve uluslararası fuarlarda Türk mutfağını tanıttıkları ifade edilmiştir. Müşterilerin en çok tercih ettikleri ülke mutfaklarının Türk, Fransız ve İtalyan mutfağı olduğu saptanmıştır.

Sürücüoğlu'nun (2000) Türk dünyasındaki bazı ülkelerin mutfak kültürlerini araştırmak üzere Türkmen, Kırgız, Azeri, Kazak ve Özbek öğrenciler üzerine yaptığı araştırmada; öğrencilerin %79.13'ü Türkiye'ye geldikten sonra beslenme alışkanlıklarında değişiklik, %53.4'ü de kendi ülke yemekleri ile Türk yemekleri arasında benzerlik olduğunu belirtmişlerdir. Öğrencilerin en çok sevdiği yemeklerin sırasıyla et döner, iskender kebab, baklava, etli pide, lahmacun, köfte ve adana kebab olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlardan öğrencilerin daha çok et ağırlıklı yemekleri sevdikleri tespit edilmiştir.

Rızaoğlu ve Tanrısevdi (2001) tarafından Kuşadası'na gelen 592 yabancı ziyaretçi ile yapılan çalışmada, katılımcıların % 52.0'si Türk yemeklerini tattıklarını ifade etmişlerdir. Türk yemeklerinin tercih edilmesinde birinci sırada yer alan tadı, sırasıyla renk, sıcaklık, tazelik, içerik, sindirim, beslenme değeri ve şekil izlemiştir.

Arslan vd. (2002) ülkemize gelen yabancı turistlerin Türk mutfağı hakkındaki düşüncelerini ve önerilerini öğrenmek üzere 105 turiste internet üzerinden bir çalışma yapmışlardır. Araştırmaya göre Türk yemeklerinden en çok tercih edilenlerin; çorbalar (%63.8), et yemekleri (%44.8), tavuk yemekleri (%38.1), balık türleri (%35.2), dolma ve sarmalar (%33.3), salatalar (%31.6), tatlılar (%50.5) olduğu saptanmıştır. Kurubaklagil yemekleri (%88.6), yumurtalı yemekler (%82.0) ve pasta çeşitleri ise (%79.1) en az tercih edilen yemeklerdir. Türk mezelerinden acılı ezme-tarator'un (%34.3), kebab çeşitlerinden adana kebab-beyti-iskender'in (%18.6) tercih edilen yemekler arasında ilk sırayı aldığı saptanmıştır. Yine yaprak dolma (%7.1), mantı, pide, patlıcan ezmesi, mercimek çorbası (%4.3) ve kokoreç (%1.4) tercih edilen yemekler arasında ilk sıradadır. Araştırmaya katılan turistlerin %21.9'u Türkiye'de konakladıkları süre içinde besin zehirlenmesi olayı yaşadıklarını belirtmişlerdir.

Budak ve Çiçek (2002) yabancı turistlerin ülkemizin yemek kültürüne ilgileri ve yemekler ile servis ortamlarına bakışlarını değerlendirmek üzere Didim, Kapadokya, Kayseri bölgesindeki otellerde konaklayan 35 turist üzerinde bir araştırma yapmışlardır. Araştırmaya katılan kadın turistlerin ortalama yaşı 52, erkek turistlerin 55; Türkiye'de kalış süreleri ise ortalama 12.5 gün olarak tespit edilmiştir. Turistlerin çoğunluğunun (%62.9) Türkiye'yi iki kereden fazla ziyaret ettiği saptanmıştır. Turistlerin %85.7'si yemekleri lezzetli bulduğunu belirtmiştir. Turistlerin %46.1'i Türkiye'de yedikleri yemeklerin lezzetli ve çeşitli olmasının Türkiye'ye tekrar gelmelerinde etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Turistlerin %65.7'si yemeklerdeki yağ miktarının normal, %34.3'ü fazla olduğunu, %74.3'ü yemeklerin görünüşünü beğendiğini, %85.7'si yemeklerin doyurucu, %14.3'ü ise yemeklerin miktarının az olduğunu belirtmiştir. Turistlerin %77.1'i yemek çeşidinin çok, %22.9'u az; %77.1'i tatlıların ağır, %22.9'u ise hafif bulduğunu ifade etmiştir. Restoranları temiz ve bakımlı bulanların oranı %88.5'dir. Turistlerin %71.5'i Türkiye'ye geldikten sonra herhangi bir gastroenterit sorunu ile karşılaşmadığını, %17.6'sı bir kez, %11.4'ü ise iki kez gastroenterit olduklarını ifade etmişlerdir.

Kızıltan vd.'nin (2002) konaklama işletmelerinin sunduğu yiyecek-içecek hizmetlerinin değerlendirmesi üzerine 450 genç ile yaptıkları araştırmada; gençlerin %43.0'ü yılda bir kez tatile çıktıklarını belirtmişlerdir. Gençlerin %48.8'i ailesi ile, %25.3'ü arkadaşlarıyla tatile çıkmaktadır. Yiyecek içecek işletmelerinde yemek çeşidi seçerken göz önünde bulundurulacak faktörlerden lezzet %34.9 oranı ile ilk sırayı almıştır. Konaklama işletmelerinin seçiminde gençlerin sunulan yiyecek-içecek hizmetlerini ilk sırada (%64.9) dikkate aldıkları belirlenmiştir. Yiyecek-içecek hizmetlerinden beklentiler önem sırasına göre değerlendirildiğinde ise; birinci sırayı temizlik hijyen (%73.6), ikinci sırayı yemeğin lezzeti ile servis hızı (%7.6), üçüncü sırayı atmosfer-ambians (%3.8) ve dördüncü sırayı menü çeşitliliği ve porsiyon büyüklüğü (%2.9) almıştır. Gençlerin tatil süresince konkladıkları işletmeler tarafından sunulan yiyecek içeceklerden en az bir kez zehirlenenlerin oranı %76.7 iken; birden fazla zehirlenenlerin oranı %23.3 olarak belirlenmiştir. Bu zehirlenmelere neden olan besinlerin tavuk ve kırmızı et (%15.4), balık (%11.5), Rus salatası (%7.7) olduğu saptanmıştır.

Kızıltan ve Sonbay (2002) havayolu işletmelerinin sunduğu yiyecek içecek hizmetlerinden tüketici beklentilerini öğrenmek amacıyla 138 kişi üzerinde yaptıkları araştırmada; turistlerin birinci derece önem verdikleri kriterin temizlik- hijyen (%94.6) olduğunu belirlemişlerdir. Havayolu işletmelerinin sunduğu yiyecek içecek hizmetlerinin tüketici beklentilerinin %73.3'ünü karşıladığı saptanmıştır.

Şanlıer vd. (2002) yaşlı bireylerin (60 yaş üstü) tatil yapma alışkanlıkları ve tatilde beslenmelerine ilişkin karşılaştıkları sorunları araştırmışlardır. Çalışmaya 122 erkek, 146 kadın 268 yaşlı birey katılmıştır. Yaşlıların % 54.9'u protez diş kullandığını, %26.5'i eksik dişlerinin fazla olduğunu ve bu nedenle %39.2'si kabuklu ve sert besinler başta olmak üzere istedikleri besinleri ve %30.6'sı da incir gibi küçük çekirdekli besinleri yiyemediklerini belirtmişlerdir. Tatil yapan yaşlıların %54.0'ü diyet yaparken; yapılan bu diyetlerin %52.4'ünü lipit ve kolesterolden kısıtlı diyetler, %39.6'sını diyabetik diyetler, %4.8'ini ülser diyeti, %3.2'sini de zayıflama diyetleri oluşturmuştur. Yaşlılar tatilde yedikleri yemeklerin çok yağlı (%40.1), çok pahalı (%33.6), çok tuzlu (%26.3) ve çok temiz olmadığından (%18.2) şikayet ederken, erkek yaşlıların %22.4'ü, kadın yaşlıların %15.7'si yemek yedikleri yerlerde bir sorun yaşamadıklarını

belirtmişlerdir. Erkeklerin %50.7'si, kadınların %58.6'sı yemeklerin haşlama olarak hazırlanmasını tercih ederken; erkeklerin %43.3'ü, kadınların %35.7'si ızgara yemekleri tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Araştırmaya katılan yaşlılar sabah kahvaltısında peynir (%86.9), zeytin (%84.7), çay (%76.6), süt (%59.1), yumurta (%67.2), pekmez (%58.4) ve tereyağı (%57.7); öğle yemeklerinde salata(%65.0), kurubaklagil yemekleri (%54.0), yoğurt-ayran-cacık (%48.9), büyük parça et yemekleri-kebablar (%42.3), zeytinyağlı sebze yemekleri (%42.3) ve tavuğu (%39.4) tercih etmektedirler. Tatilde akşam yemeklerinde ise yaşlıların salata (%68.6), zeytinyağlı sebze yemekleri (%55.5), komposto ve hoşafı (%54.0), zeytinyağlı sarma ve dolmalar (%52.6), etli sebze ve yemekleri (%52.6) ile tavuğu (%51.1) daha çok tüketmek istedikleri belirlenmiştir. Ara öğünlerde meyve (%57.7), kuruyemiş (%42.3) ile taze meyve suyu (%43.1), çay (%35.8) ve hazır meyve suyu (%34.3) gibi içeceklerin bulunmasını istedikleri tespit edilmiştir.

Akgöz (2003) Türk gecelerinin Türk kültürünü tanıtmaya katkısını araştırmak için yaptığı çalışmada; turistlerin en çok bildiği yemeklerin sırasıyla döner (%29.5), kebab (%25.0), lahmacun (%20.5) olduğunu saptamıştır.

Memodov (2003) Bağımsız Devletler topluluğundan (BDT) gelen turistlerin Türkiye'yi tercih etme sebeplerini belirlemek üzere yaptığı çalışmada; BDT'den gelen turistlerin Türkiye'de en fazla harcama yaptıkları kalemlerde ilk sırayı alışveriş (%44.7), ikinci sırayı geziler ve ulaşım (%25.0), üçüncü sırayı eğlence (%20.0), dördüncü sırayı yeme içmenin (%5.3) aldığını saptamıştır.

Teberdar vd. (2003) yaptıkları araştırmada Konya mutfağının genel karakteristik özellikleri içinde yemekleri; çorbalar, et yemekleri, zeytinyağlı sebze yemekleri, pilavlar, börekler ve tatlılar olmak üzere 6 ana başlık altında toplamışlar; artık yemeklerin değerlendirildiği tiritler, paparalar ve ekmeğin ayrı bir grup altında incelenebileceğini belirtmişlerdir. Anadolu'da her yemeğe ve her topluluğa ait yeme-içme gelenekleri, kullanılan araç ve gereçler, o mutfağın tüm özellikleri yemek yarışmaları, festivaller veya geleneksel eğlencelerle ortaya çıkarılması ve tüm bilgilerin konunun uzmanı kişiler tarafından kaydedilmesi gerektiği sonucuna varmışlardır.

Özdemir ve Kınay'ın (2004) yabancı turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerini belirlemek amacıyla 313 Alman ve Rus turist üzerine yaptıkları çalışmada; araştırmaya katılan turistlerin % 96.0'sının Türk yemeklerini tattığı, %87.0'sinin beğendiği tespit edilmiştir. Turistler Türkiye'ye gelmeden önce, tanıdıklar (%17.6), internet-televizyon (%14.7), kitap (%8.9), seyahat acentesi (%7.3), broşür (%4.5) gibi kaynaklardan Türk yemek kültürü hakkında bilgi aldıklarını ifade etmişlerdir. Turistlerin %85.6'sı "Türk yemeklerini lezzetli buluyorum", %85.0'i "Türk mutfağının çok çeşitli yemeklerden oluştuğunu düşünüyorum", %54.4'ü "Türk yemeklerini fazla yağlı buluyorum", %80.1'i "Türk yemeklerinin görünüşünü çekici buluyorum" ifadelerine katıldıklarını belirtmişlerdir. Genel olarak; Alman ve Rus turistlerin büyük bir kısmı Türk yemeklerini lezzetli (%85.6), çeşitli (%85.0), görünüş bakımından çekici (%80.1), hijyenik (%77.1), sindirimi kolay (%72.6), besleyici (%70.1), damak tatlarına uygun (%70.0) ve doyurucu (%78.2) bulduklarını ifade etmişlerdir. Araştırmaya katılanların bir kısmının Türk mutfağında yer alan tatlıların ağır olması (%77.1), bazı yemeklerin baharatlı (%73.6), fazla yağlı (%27.1), salçalı (%28.1) olması gibi konularda olumsuz görüş bildirdiği saptanmıştır.

Sonbay (2004) golf amacıyla Antalya Belek yöresini ziyaret eden turistlerin yiyecek içecek ile ilgili tercihlerini belirlemek amacıyla yaptığı çalışmada; "her şey dahil" (%29.1) sisteminin yerine "yarım pansiyon" (%65.1) konaklama şeklini tercih ettiklerini saptamıştır. Ancak Hollandalıların büyük çoğunluğunun (%64.7) "her şey dahil" sistemini tercih ettikleri belirlenmiştir. Turistlerin memnuniyet düzeyleri açısından milliyetler değerlendirildiğinde ise, en fazla İngilizlerin çok memnun olduğu (%100.0), bunu sırasıyla Hollandalı (%64.7), Alman (%52.6) ve Türklerin (%28.6) izlediği görülmüştür.

Evcı ve Tezcan (2005) farklı turizm yörelerindeki bazı konaklama tesislerini sağlık açısından değerlendirmek ve turistlerin sağlık sorunlarını çözmek amacıyla Antalya-Muğla (yaz turizmi yöreleri), Afyon-Balıkesir (termal turizm yöreleri), Bolu-Bursa-Erzurum (kış turizmi yöreleri), İzmir ve Nevşehir'deki (din ve kültür turizmi yöreleri) toplam 229 tesis, 2743 turist ve sağlık kuruluşlarına kaydı olan 2803 hasta üzerinde bir araştırma yapmışlardır. Turistlerin %50.2'sinin Antalya'da kaldıkları süre boyunca

herhangi bir sağlık yakınması olduğu ortaya çıkmıştır. Sağlık sorunu ile karşılaşmanın en fazla (%32.4) yaz turizmi yörelerinde görüldüğü; bunu %28.3 oranıyla din ve kültür turizmi yörelerinin izlediğı saptanmıştır. Araştırmaya katılan ve soruyu yanıtlayanlardan termal turizm yörelerindeki turistlerin hepsi tedavi aldığını yaz turizmi yörelerinde yanıt verenlerin %50.0'si tedavi almadığını belirtmiştir. Kış turizmi yörelerinde ise sağlık sorunu ile karşılaşanların %69.0'u tedavi uygulandığını ve %40.0'ı ilaç tedavisi aldığını ifade etmişlerdir. Din ve kültür turizmi yörelerinde ise %73.7'si tedavi uygulandığını, hangi tür tedavi uygulandığı konusunda ise bir açıklama yapılmadığını belirtmişlerdir. Yaz turizmi yörelerinde de (Antalya-Muğla) konaklayan turistlerin karşılaştıkları ilk iki sorunun ishal, bulantı, kusma, ateş (%5.5) ve sivrisinek sokması (%4.7) olduğu tespit edilmiştir. Kış turizmi yörelerinde ise bu sıralamayı; üst solunum yolu enfeksiyonu (%2.2) “ishal, bulantı, kusma, ateş” ve sportif etkinlik-rekreasyon kazaları (%0.9) izlemiştir. Termal turizm (%3.5) ve din kültür turizmi yörelerinde (%8.5) “ishal, bulantı, kusma, ateş” ilk sırada yer almaktadır. Kış turizmi yörelerinde konaklayan turistlerin %86.0'sı tüm öğünlerini kaldıkları konaklama tesisinde yediklerini; din ve kültür turizmi yörelerinde konaklayan turistlerin ise %47.9'u bazı öğünleri dışarıda yediklerini ifade etmişlerdir.

şanlıer'in (2005) yerli ve yabancı turistlerin Türk mutfağı hakkındaki görüşlerini belirlemek amacıyla yaptığı araştırmada, yerli turistlerin %19.1'i Türk yemekleri ile ilgili bilgileri televizyon ve dergilerden, %66.1'i aile bireylerinden ve arkadaşlarından öğrendiğini bildirirken; yabancı turistlerin %20.9'u televizyon ve dergilerden; %37.8 daha önce Türkiye'ye gelen aile ve arkadaşlarından öğrendiklerini, %27.1'i ise bilgisinin olmadığını ifade etmişlerdir. Gruplar arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($p < 0.05$). Yerli turistlerin %63.2'si Türk mutfağındaki yemekleri kesinlikle lezzetli, %60.4'ü doyurucu, %50.5'i kalorisi yüksek, %49.8'i iştah açıcı, %45.5'i görünüşünü çok güzel, %41.5'i yağlı, %36.7'si çok ilgi çekici, %36.2'si salçalı bulduklarını belirtmişlerdir. Yabancı turistlerin ise %58.6'sı yemekleri kesinlikle lezzetli, %48.9'u çeşitleri çok zengin, %48.2'si kalorisi yüksek, %45.3'ü kokusunun hoş, %39.7'si yağlı, %37.0'si tatlıları bol-yaglı şekerli, %31.7'si salçalı, %31.3'ü çok baharatlı bulduklarını ifade etmişlerdir. Her iki grup turistlerin Türk yemeklerini çok ilgi çekici, kalorisini yüksek, yağlı, salçalı, baharatlı, fazla etli, soğanlı, sarımsaklı,

doyurucu, iştah açıcı, sağlıksız, pahalı bulma durumları arasındaki farkın istatistiksel açıdan önemli olduğu tespit edilmiştir (p<0.05). Yerli turistlerin %11.4’ü, yabancı turistlerin %18.7’si barsak rahatsızlığı geçirdiğini bildirmişler ve aralarındaki fark istatistiksel açıdan önemli bulunmuştur (p<0.05). Gastroenterit geçiren 51 yerli turistin %60.8’i, 86 yabancı turistin %54.7’si bir kez rahatsızlandığını; yerli turistlerin %83.7’si çok kısa sürede, yabancı turistlerin %22.4’ü bir haftada, %10.5’i on beş günde iyileştiğini, her iki grup turistin %30.6’sı iyileşmek için hiçbir şey yapmadıklarını ifade etmişlerdir.

Çiçek’in (2006) Türkiye’ye gelen yabancı turistlerdeki Türkiye imajını araştırmak üzere 502 kişi ile yaptığı çalışmada; Türkiye denince akla gelen ilk sözcükler olarak turistlerin %51.5’i deniz ve kumsallar, %45.9’u için sıcak ve güneşli bir ÷lke, %30.7’si için tatil, %23.9’u için yemek olduğu belirlenmiştir.

Aktaş vd.’nin (2007) 241 turiste uygulamış olduğu Alanya turist profili araştırmasında; turistlerin yöreye geliş amaçlarında ilk üç sırada tatil (%87.4), kùltür (%4.1) ve sağlık (%3.7) amacıyla gelenlerin olduğu tespit edilmiştir. Turistlerin Alanya’da kaldıkları tesislerin yıldız durumuna bakıldığında; yabancı turistlerin %68.4’ünün 4 ve 5 yıldızlı, %28.4’ünün 3 yıldızlı ve %3.2’sinin 1 ve 2 yıldızlı tesislerde kaldıkları belirlenmiştir. Yabancı turistlerin %88.8’inin yöreye gelirken hava yolunu, %10.1’i karayolunu, %1.0’inin ise deniz yolunu tercih ettiği gözlenmiştir. Turistlerin %33.6’sının yöre ile ilgili internet, %32.4’ünün seyahat acenteleri, %11.1’inin broşür-katalog ve %10.7’sinin de eş-dost tavsiyesi ile bilgi edindikleri bulunmuştur. Turistlerin %65.8’inin yöreye ilk, %17.8’inin ikinci, %7.2’sinin üçüncü defa geldiği belirlenmiştir. Turistlerin Alanya’yı tercih nedenleri arasında 4.79 ortalama ile “iklimin” ilk sırada yer aldığı onu sırasıyla “doğal güzellikler”(4.03), “ucuzluk”(3.84), “konukseverlik”(3.58), “tarihi zenginlikler” (3.14) ve “renkli gece hayatının” (2.54) izlediği tespit edilmiştir.

Köroğlu vd. (2007) Türk Mutfağının tanıtılmasında turist rehberlerinin rolünü belirlemek amacıyla 72 profesyonel turist rehberi ile bir çalışma yapmışlardır. Katılımcılar en çok arkeoloji (%52.0), din (%43.0) ve mimari/sanat (%23.0) dallarında uzmanlaştıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların %11.0’i gastronomi alanında

uzmanlaştığını, %19.0'u diğer alanlarda (dağcılık, fotoğrafçılık, şarap ve mavi yolculuk) uzmanlaşmaya gittiklerini ifade etmişlerdir. Rehberlerin %61.0'i yabancı dilinin İngilizce, %20.0'si Almanca ve %15.0'i ise Fransızca olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların en çok çalıştıkları milletler ise Almanlar (%20.0), İngilizler (%19.0), diğer milliyetler(Avusturyalılar, Belçikalılar, Hollandalılar ve İtalyanlar) (%16.0) ve Ruslar (%1.0) olarak saptanmıştır. Rehberlerin %73.0'ü Türk mutfağı konusunda herhangi bir eğitime katılmamıştır. Türk mutfağı konusunda sahip oldukları bilgileri kendi çalışmaları sonucu elde ettiklerini söyleyenlerin oranı %56.0 olup, %13.0'ü hizmet içi eğitim seminerlerine ve %11.0'i ise Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın açtığı kurslara katılarak Türk mutfağı konusunda bilgi sahibi olduklarını ifade etmişlerdir. Meslek Yüksek Okulu Turist Rehberliği Bölümü ve Lisans Turist Rehberliği Bölümünde eğitim almadıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların %86.0'sı Türk mutfağı konusunda uzmanlaşmanın gerekli olduğunu, %50.0'si özel olarak açılacak kurslarda, %15.0'i ise lisans eğitimi sırasında ve Kültür ve Turizm Bakanlığının açtığı kurslarda uzmanlaşma eğitiminin alınabileceğini belirtmişlerdir.

Akman ve Sayın (2008) tarafından Muğla (Bodrum-Fethiye) ve Antalya (Alanya) bölgesindeki otellerde konaklayan 1984 yabancı turist üzerinde yapılan araştırmada; yabancı turistlerden %56.3'ünün Türkiye'de buldukları sürece Türk mutfağından, %17.0'sinin ise kendi ülkesinin mutfağından yararlanmak istediği saptanmıştır. Ayrıca yabancı turistlerin %73.7'si gittikleri ülkelerin mutfak kültürleri hakkında önceden bilgi aldıklarını ifade etmişlerdir.

Özdipçiner (2008) Türk turizm pazarında yaşlı yabancı tüketicilerin (60 yaş ve üzeri) turistik tercihlerini belirlemek üzere bir araştırma yapmıştır. Araştırma kapsamına Antalya, Muğla ve İzmir illerinde tatil yapan 276 yaşlı turist alınmıştır. Araştırmaya katılanların %42.0'sini Almanlar, %37.7'sini İngilizler ve %20.3'ünü Ruslar; %75.0'ini 60–74 yaş grubu, %25.0'ini ise 70 yaş ve üzerindeki yaşlılar oluşturmuştur. Araştırmaya katılanların %45.7'si erkek, %54.0'ü kadın; 60.5'i evli, %39.5'i bekâr olup; %45.3'ü lise, %38.8'i üniversite, %15.9'u ise ilköğretim düzeyinde eğitim almışlardır. Yaşlıların %50.4'ü halen çalışmakta, %49.6'sı ise emeklidir. Yaptıkları işler incelenmiş; %55.1'inin işçi, %24.3'ünün memur, %20.7'sinin ise serbest meslek

sahibi olduğu belirlenmiştir. Öğrenim durumlarına göre yemek tercihleri araştırıldığında ise; ilköğretim düzeyinde eğitim almış yaşlı turistlerin mönüde kendi kültürlerine ait yemekleri, yıllık geliri 10.000 Euro'dan az ve 10.000-30.000 Euro arası olan turistlerin ise diyet ürün seçeneği olan mönüleri daha fazla tercih ettikleri saptanmıştır.

Akman'ın (2009) Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin Türk mutfağına ait çorbaları tüketme durumlarını araştırmak üzere yaptığı diğer bir araştırmada ise; Türk mutfağına ait en çok içilen çorbalardan ilk sırayı ezogelin çorbasının (%53.6) aldığı saptanmıştır. Yabancı turistler tarafından en az içilen çorba (%9.2) domates çorbası; olmasına rağmen, en çok beğenilen çorbanın yine domates çorbası (%100); en az beğenilen çorbanın ise işkembe çorbası (%52.3) olduğu belirlenmiştir.

Bozok ve Çalışkan (2009) herşey dahil sisteminin konaklama işletmeleri ve tüketiciler açısından avantaj ve dezavantajlarını inceleyen bir çalışma yapmışlardır. Çalışmada ülkemizde sistem için standart oluşturma çalışmalarına hız verilmesi, eldeki SWOT analizleri vasıtasıyla, Türk ve Osmanlı Mutfağı, doğal güzellikler ve tarihi zenginlikler gibi sahip olunan daha birçok güçlü özelliğin turizm sektörü içerisinde yer almasının sağlanması, fiyat politikalarının yeniden gözden geçirilmesi, dört ve beş yıldızlı oteller ile birinci sınıf tatil köyleri dışındaki düşük kapasiteli, yeterli satış sirkülasyonunu sağlayamayan, fiziki şartları yetersiz işletmelerin herşey dahil sistemi uygulamalarının engellenmesi, kalitesiz imajının ortadan kaldırılabilmesi için etkin politikalar belirlenerek tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmesi, müşteri memnuniyetinin ön planda tutulması, hijyen kurallarının yakından takip edilmesi, israfın önlenmesi, ithal yiyecek ve içeceklerin herşey dahil kapsamından çıkartılması, Osmanlı ve Türk Mutfağı gibi güçlü yönleri ortaya çıkartacak yerli yiyecek ve içecek unsurlarının kullanılması ve menülerde zengin mutfak kültürümüzden örnekler sunulması gerekliliği vurgulanmıştır.

Cömert vd. (2009) Türk mutfağında ve turistik işletmelerde salebin yerini incelemişlerdir. Özellikle tanıtım içerisinde önemli yeri olan otel işletmelerinde salebin çok fazla kullanılmadığını tespit edilmiştir. Yaz tatilinin geçirildiği dönemlerde sıcak içecek olması nedeniyle mönülerde yer almıyor olmasının kabul edilebilir bir durum olduğu, yapılması gerekenin özellikle kış turizmi yapan otel işletmelerinde salebi

tanıtıcı olarak tadım panelleri düzenlenmesi, sıcak içecekler arasında salebinde otel menülerinde yer alması ve özellikle özel günlerde mutlaka salep ikram edilerek unutulmamasının sağlanması gerektiği belirlenmiştir.

Gürbüz (2009) Safranbolu'yu ziyaret eden turistlerin, turistik ürünleri algılama durumlarını öğrenmek üzere bir araştırma yapmıştır. Turistler, konaklama hizmetlerinin genel kalitesini (F=2.99; p=0.011), konaklama tesislerindeki yiyecek içeceklerin kalitesini (F=4.44; p=0.001), konaklama tesisindeki yiyecek içeceklerin çeşitliliğini (F=3.25; p=0.007), konaklama tesislerinin çalışanlarının tutum ve davranışlarını (F=5.00; p=0.000), yiyecek içecek fiyatlarını (F= 3.41; p=0.005) değerlendirmişlerdir. Erkek ve kadın turistlerin konaklama tesisindeki yiyecek içecek çeşitliliğini, eğlence hizmetlerini, tarih-kültür ve sanatsal hizmetlerin algılanmasında kadınların memnuniyet derecelerinin daha yüksek olduğu tespit edilirken; konaklama yapılan tesisin yiyecek-içeceklerinin algılanmasında bekar ziyaretçilerin daha yüksek beğeniye sahip olduğu ve yiyecek içecek tesislerinin temizliğinden en fazla memnun olanların yılda 15.000-20.000 TL gelire sahip olanların olduğu saptanmıştır.

Hacıoğlu vd. (2009) Balıkesir'de 45 yiyecek-içecek işletmesinde yöresel mutfakların kullanımı üzerine bir araştırma yapmışlardır. “Yiyecek içecek işletmelerinin pazarlamasında yöresel mutfak kullanılmalıdır” ifadesine %45.2'lik bir oran kesinlikle katıldığını, %35.5'lik bir oran katıldığını, %16.1'i katılmadığını, %3.2'si ise kesinlikle katılmadığını ifade etmiştir. “Yiyecek içecek işletmelerine gelen müşteriler yöresel yiyecekleri tercih etmektedir” ifadesine işletme sahibi veya yöneticilerinin %48.4'ünün katıldığı, %32.3'ünün ise tamamen katıldıkları tespit edilmiştir. Yine “yöresel mutfağın kullanılması işletmeye rekabet avantajı sağlamaktadır” ifadesine yiyecek içecek işletme sahibi veya yöneticilerinin %51.6'sının katıldığı, %35.5'inin ise kesinlikle katıldığı gözlenmiştir. “Yöresel mutfakların yiyecek içecek işletmelerinde kullanılması işletmenin imajını olumlu yönde etkilemektedir” ifadesine katılımcıların %45.2'sinin tamamen katıldığı, %32.3'ünün katıldığı belirlenmiştir.

Küçükaltan (2009) “küreselleşme sürecinde gastronomide yöresel tatların turistlerin destinasyon tercihlerine ve ülke ekonomilerine etkileri” başlıklı çalışmasında; çeşitli yörelerde yapılan envanter çalışmalarının Türk mutfağının geleneksel boyutunu öne çıkarma ve markalaştırma adına önemli bir gelişme olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca yüksek gelir grubuna sahip kişilerce lezzet duraklarının keşfedilmeye başlandığını belirtmiştir. Yeme içme faaliyetlerine dönük turizm hareketlerinin turizm gelirlerinin yükselmesine katkıda bulunacağını dünya mutfak kültürlerine meraklı turistlerin, gastronomi yazarlarının, gurmelerin bireysel olarak yeme-içme sanatına ilgi duyan kişilerin yaptığı seyahatleri, yeni bir tanıtım ve pazarlama stratejisi olarak değerlendirmenin Türk mutfak kültürünün yaygınlaşmasına olanak sağlayacağını belirtmiştir.

Özkaya vd. (2009a) Türk mutfağında geleneksel içecek olan bozanın dünü ve bugünü üzerine bir araştırma yapmışlardır. Bozanın günümüzde saltanatını kaybettiği, özellikle gençler arasında çok fazla tanınmadığı tespit edilmiştir. Türk mutfağında yer alan yiyecek ve içeceklerin turistlere tanıtılması kapsamında bozaya da yer verilmesi gerektiği, bu konuda otel işletmelerine büyük görev düştüğü vurgulanmıştır.

Özkaya vd. (2009b) turizm işletmelerinde zeytinyağlıların yeri ve önemini araştırmışlardır. İşletmelerin maliyet artırıcı etkisi nedeniyle zeytinyağı kullanılmadığını tespit etmişlerdir. Zeytinyağlı yemeklerin yabancı turistlere ve gençlere tanıtımını yapmanın sofralarda hak ettiği yeri almasını sağlayabilmenin turizm işletmelerinin öncelikli hedefleri arasında olması gerektiğini belirtmişlerdir

Rızaoğlu ve Biçici (2009) restoranlarda “9 kalanlı” menü fiyat uygulamalarının yabancı turist algılamalarına etkisini değerlendirmek üzere bir araştırma yapmışlardır. Anketi cevaplayan 298 yabancı turistin %56.7’si kadın, %43.3’ü erkektir. Yabancı turistlerin; %61.7’si “9 kalanlı” menü fiyat uygulamalarının “indirim” düşüncesi yaratmak için yapıldığını, %27.2’si “ucuzluk” düşüncesi yaratmak için yapıldığını, %31.5’i ise “iyi-değer” imajı iletmek için yapıldığını ifade etmişlerdir. Yabancı turistlerin “9 kalanlı” menü fiyat uygulamalarıyla ilgili olarak indirim-ucuzluk ve indirim-iyi-değer imajı algılamaları arasında anlamlı farklılık bulunduğu belirlenmiştir. Yabancı turistlerin

“9”kalanlı fiyat stratejileriyle ilgili olarak indirim ve iyi-değer imajı algılamaları arasında da anlamlı farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak bu çalışmada, kalanlı fiyat uygulamalarının menülerde uygulanmasıyla yabancı turist algılamalarında değer, iyi-değer, indirim, yalan fiyat, ucuzluk, fiyat oyunu, rekabet, düşük kalite gibi kavramlarla ilişkilendirildiği belirtilmiştir. Ayrıca bu kavramlardan iyi-değer, ucuzluk ve indirim algılamalarının her ne kadar yakın anlamlara sahip gibi görünse de farklı anlamlara geldiği ve aralarında ters ya da doğru orantılı güçlü bir korelasyonun olmadığı belirlenmiştir. Bunun yanında yabancı turistlerin yuvarlanmış fiyatları kalanlı fiyat uygulamalarına göre daha güvenilir buldukları tespit edilmiştir. Yabancı turistlerin kalanlı fiyat uygulamalarını kendilerini aldatmaya yönelik uygulamalar olarak da algılayabilecekleri sonucuna varılmıştır.

Arslan (2010) Alanya'daki beş yıldızlı otel işletmelerinde konaklayan 405 yabancı turist ile yaptığı araştırmada turistlerin Türkiye'ye gelmeden önceki izlenimleri ile Türkiye'ye geldikten sonra Türk mutfağına, yiyecek içecek işletmelerine ve personeline ilişkin görüşlerinin anlamlı bir farklılık gösterdiği (sırasıyla $p=0.011<0.05$; $p=0.001<0.05$; $p=0.001<0.05$) saptanmıştır. Anket uygulanan yabancı turistlerin Türk mutfağına yönelik görüşleri değerlendirildiğinde Türk yemeklerinin görünüş olarak iştah açıcı ($X=4.07$), yemek çeşitliliğinin zengin ($X=4.05$), yemeklerin lezzetli ($X=4.00$), hoş kokulu ($X=4.00$), besin değeri yüksek ($X=3.95$) ve kendine has tatlara sahip ($X=3.91$) olduğunu düşündükleri belirlenmiştir. Yiyecek içecek işletmelerine yönelik değerlendirmelerde işletmelerin yaygın olarak hızlı hizmet sunduğu ($X=4.10$), müşteri memnuniyetine önem verdiği ($X=4.06$) ve işletme atmosferinin keyif verici olduğu ($X=4.05$) görüşleri yaygındır. Yiyecek içecek işletmelerinde çalışan personele ilişkin değerlendirmelerinin genel olarak olumlu bulunduğu saptanmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda personelin arkadaş canlısı ($X=4.31$), yardım sever ($X=4.30$), güler yüzlü ($X=4.28$), nazik ($X=4.27$), temiz-bakımlı ($X=4.23$) ve ilgili ($X=4.17$) olduğu belirtilmiştir.

3. MATERYAL VE YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı tatilini geçirmek üzere Ege Bölgesine (İzmir, Muğla, Aydın) gelen ve konaklayan yabancı turistlerin Türk mutfağı ve yemeklerine ilişkin görüşlerini belirlemektir.

Bu bölümde, araştırma bölgesinin seçimi, araştırmanın yapıldığı otel işletmelerinin seçimi, araştırma evreni ve örneklem seçimi, veri toplama yöntemi, anket formunun uygulanması, araştırma verilerinin değerlendirilmesine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

3.1 Araştırma Bölgesinin Seçimi

Araştırmanın yapıldığı bölge olarak Ege bölgesi seçilmiştir. Bu bölgenin seçilmesinin nedeni; ülkemizi ziyaret eden yabancı turistlerin büyük bir kısmının bu bölgedeki illerde konaklamasıdır. Araştırmacının bu bölgede rahat çalışabilmesi de bu bölgenin seçilmesinde etkili olmuştur.

3.2 Araştırmanın Yapıldığı Otel İşletmelerinin Seçimi

Araştırmanın yapıldığı otel işletmeleri araştırmaya katılmayı kabul eden İzmir (Çeşme), Muğla (Bodrum), Aydın (Kuşadası) olmak üzere 3, 4, 5 yıldızlı toplam 8 otel işletmesinin, yiyecek içecek müdürleri ile görüşmelerin gerçekleşmesi sonucu gerekli izinler alınarak belirlenmiştir. Türkiye’deki toplam 2625 turizm işletme belgeli tesisin 771’i Akdeniz, 642’si Ege bölgesinde bulunmaktadır. 642 tesisin en fazla bulunduğu illerin sırasıyla Muğla (378), İzmir (128), Aydın (78) olduğu Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın hazırlamış olduğu 2009 yılı istatistiklerinden görülmüştür (Anonim 2010).

3.3 Araştırma Evreni ve Örneklem Seçimi

Araştırmanın evreni Ege Bölgesinin çeşitli turistik tesislerine [İzmir (Çeşme), Aydın (Kuşadası), Muğla (Bodrum)] tatillerini geçirmek üzere çeşitli ülkelerden gelen yabancı turistlerdir. Ege bölgesine en çok turist gelen illerin istatistikleri Türkiye İstatistik

Kurumundan alınmıştır. Türkiye İstatistik Kurumu'nun verilerine göre 2009 yılı 3. dönem (Temmuz-Ağustos-Eylül) Çeşme'ye gelen turist sayısı 501.814 Kuşadası'na gelen turist sayısı 2.465.769, Bodrum'a gelen turist sayısı ise 3.228.563'tür (Anonim 2010). Bu sayılar baz alınarak Ryan formülüne göre 384 kişinin evreni temsil edebileceği hesaplanmıştır (çizelge 3.1). Formül ve açıklamaları aşağıdaki gibidir.

$$n = \frac{N t^2 p q}{d^2(N-1) + t^2 p q}$$

Formülde,

N: Evrendeki birey sayısı

n: Örnekleme alınacak birey sayısı

p: İncelenecek olayın görülüş sıklığı

q: İncelenecek olayın görülmeyiş sıklığı

t: Belirli serbestlik derecesinde ve saptanan yanılma düzeyinde t tablosunda bulunan teorik değer

d: Olayın görülüş sıklığına göre yapılmak istenen \pm sapma

Çizelge 3.1 Örnekleme sayısı

Bölgeler	Kitle (N)	Asgari örneklem sayısı (n)	Gerçekleşen örneklem sayısı (n)
Çeşme	501.814	31	47
Kuşadası	2.465.769	153	204
Bodrum	3.228.563	200	259
Toplam (Evren)	6.196.146	384	510

Evrendeki toplam birey sayısı (N) 6.196.146 olarak belirlenmiştir. Diğer parametreler ise, p=0.50, q=0.50, t=1.96 ve d=0.05 olarak değerlendirmeye alınmıştır. Parametreler Ryan formülünde yerine konarak örneklem sayısı tespit edilmiştir.

$$n = \{ (6196146) \times (1.96)^2 \times (0.50) \times (0.50) \} / \{ [(0.05)^2 \times (6196146-1)] + [(1.96)^2 \times (0.50) \times (0.50)] \} = 384$$

Örnekleme 1000 kişinin alınması düşünülmüş ancak; anket formunun uzun olması nedeni ile turistlerin doldurmak istememesi ve yapılan bazı anketlerin değerlendirmeye alınamamasından dolayı 510 kişi ile çalışma tamamlanmıştır. Araştırmanın örneklemini araştırmaya katılmayı kabul eden 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerde en az üç gece konaklayan 18 yaş ve üzeri cinsiyet, meslek ve milliyet ayrımı yapılmaksızın gelişigüzel seçilen 510 turist oluşmuştur. Örneklem sayısı “Ryan” formülüne dayanılarak belirlenmiştir (Ryan 1995).

3.4 Veri Toplama Yöntemi

Araştırma verileri anket formu ile toplanmıştır. Araştırmada iki değişik anket formu kullanılmıştır. Birinci anket formu araştırma kapsamında yer alan otellerin ilgili yöneticilerine (Ek 1), diğeri yabancı turistlere (Ek 2) yönelik olarak hazırlanmıştır. Yabancı turistler için hazırlanan soru formu turistler hakkında genel bilgileri (yaş, cinsiyet, medeni durum, öğrenim durumu, Türkiye’ye gelmeyi etkileyen faktörler gibi) ve Türk mutfağına ait yemeklere ilişkin görüşleri belirlemeye yöneliktir. Anket formu İngilizce, Almanca, Fransızca, Rusça ve Flemenkçe dillerinde hazırlanmıştır. Anketör olarak, araştırmacı ile birlikte, İzmir Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı öğrencilerinden en az bir yabancı dil bilen 11 öğrenci görev almıştır. Öğrencilere çalışmaya başlamadan önce araştırmacı tarafından anket formu ile ilgili eğitim verilmiştir.

3.5 Anket Formunun Uygulanması

Araştırma verileri gerekli izinler alındıktan sonra 1 Temmuz-30 Eylül 2010 tarihleri arasında toplanmıştır. Bir anketin cevaplanması yaklaşık 20 dakika sürmüştür.

3.6 Araştırma Verilerinin Değerlendirilmesi

Çalışmadan elde edilen verilerin değerlendirilmesi ve çizelgelerin oluşturulması amacıyla SPSS (Statistical Package for Social Sciences) paket programı kullanılmıştır. Araştırmada elde edilen verilerin değerlendirilmesi genel olarak üç bölüm olarak verilebilir. Birinci bölümde verilerin toplandığı işletmelerin genel

özellikleri sayı ve yüzde değerler olarak çizelgeler halinde verilmiştir. İkinci bölümde ise araştırmaya katılan turistlerin bulguları yer almıştır. Bu bölümde turistlerin cinsiyet, medeni durumları, yaşları, uyrukları, ikamet ettikleri ülke, eğitim, meslek, ekonomik durumları, Türkiye'ye geliş sayısı, geliş şekli, kimle gelindiği, gelinen araç, bağırsak rahatsızlığı ile ilgili bilgiler ve Türk Mutfağına ilişkin düşünceleri verilmiştir. Turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesinde görüş puanı likert ölçeğine göre değerlendirilmiştir (katılıyorum 3, kararsızım 2, katılmıyorum 1 puan).

Üçüncü bölümde ise turistlerin Türk mutfağına ait her bir yiyecek ya da içecek grubu ayrı ayrı ele alınarak değerlendirilmiştir. Her bir yiyecek ya da içecek grubuna ait yiyecek ve içecekleri turistlerin duyma tüketme ve beğenme durumları genel olarak verilmiştir. Daha sonra her bir yiyecek-içecek grubu genel olarak milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve geliş sayısı değişkenleri ile yeme-içme durumu (yeme-içme ve yememe-içmeme) ile çaprazlanarak sayı ve yüzdeler ile gösterilmiştir. Yiyecek ve içeceklerin yenme-içilme oranları; yiyeceği/içeceği tüketenlerin gruptaki birey sayısına bölünmesi ile bulunmuştur. İstatistiksel değerlendirme olarak khi-kare testi (χ^2) testi kullanılmıştır. Bütün istatistiksel değerlendirmelerde önemlilik seviyesi olarak $p < 0.05$ ve $p < 0.01$ değerleri kabul edilmiştir.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA

Bu bölüm otel işletmeleri ve yabancı turistler ile ilgili bilgileri içermektedir. Genel olarak bu bölümde otel işletmelerinin özellikleri ve sundukları yiyecek içecek hizmetleri ile ilgili bulgular ve araştırmaya katılmayı kabul eden turistlerin demografik özellikleri, eğitim, meslek, ekonomik durumları, Türkiye'ye gelme durumları, Türkiye'ye gelmelerini etkileyen faktörler, konakladıkları otellerdeki yiyecek-içecek departmanlarına ait görüşleri, bağırsak rahatsızlığı geçirme durumları göre dağılımı, Türk mutfağı konusundaki düşünceleri ile ilgili bulgular açıklanmış ve tartışmaları yapılmıştır.

4.1 Araştırmanın Yapıldığı Otel İşletmelerinin Özellikleri ve Sundukları Yiyecek İçecek Hizmetleri İle İlgili Bulgular

Çizelge 4.1'de araştırmanın yapıldığı sekiz otelin bulunduğu yer, yıldız sayısı, hizmet yılı, turistlere hizmet verdiği aylar ve turistlerin en çok geldikleri ülkeler ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Araştırmaya katılmayı kabul eden toplam 8 otel 3, 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinden seçilmiştir. Araştırmaya katılmayı kabul eden Çeşmedeki iki ve Bodrum'daki üç otel beş yıldızlı olup, Kuşadası'nda araştırmaya katılan oteller ise üç ve dört yıldızlıdır. Bu bölgeye gelen turistlerin daha çok Haziran, Temmuz, Ağustos aylarını tercih ettikleri gözlenmiştir. Turistlerin en çok geldikleri ülkeler Almanya, İngiltere, Rusya, Hollanda, Fransa olup araştırmanın temeli bu turistler üzerinde yoğunlaşmıştır Bu turistlerin dışında araştırma kapsamına Çeşme'deki otellerin birine Norveç ve Yunanistan'dan misafirlerin geldiği de belirlenmiştir. Bodrum'da ise genel örnekleme alınan turistlerin dışında İtalya, Polonya ve Ukrayna'dan gelen turistlerin olduğu belirlenmiştir. Kuşadası'nda araştırmaya katılmayı kabul eden diğer otellere ise Romanya, Sırbistan, Bulgaristan, Belçika ve İrlanda'dan da turistlerin geldiği çizelge 4.1'de görülmektedir.

Çizelge 4.1 Örnekleme alınan sekiz otelin bulunduğu yer, yıldız sayısı, hizmet yılı, turistlere hizmet verdiği aylar ve turistlerin en çok geldikleri ülkeler ile ilgili bilgiler

Bulunduğu Yer	Yıldız Sayısı	Hizmet Yılı	Turistlerin Geldiği Aylar	Turistlerin En Çok Geldikleri Ülkeler
Çeşme	5	2	Haziran-Temmuz-Ağustos	Almanya – Hollanda - Rusya
Çeşme	5	5	Nisan-Mayıs- Haziran-Temmuz-Ağustos	Almanya – İngiltere – Norveç - Yunanistan
Bodrum	5	2	Temmuz-Ağustos	İngiltere – Rusya – Polonya - Ukrayna
Bodrum	5	4	Haziran-Temmuz-Ağustos-Eylül	Almanya - İngiltere - Rusya - Fransa
Bodrum	5	6	Ocak-Şubat-Mayıs- Haziran-Temmuz-Ağustos-Eylül-Ekim	Almanya – İngiltere –Rusya – Fransa - İtalya
Bodrum	3	38	Mayıs- Haziran-Temmuz-Ağustos	Almanya – İngiltere –Hollanda
Kuşadası	3	5	Nisan-Mayıs- Haziran-Temmuz-Ağustos	Almanya – İngiltere - Fransa – Romanya – Sırbistan - Bulgaristan
Kuşadası	4	46	Nisan-Mayıs- Haziran- Eylül-Ekim	İngiltere – Hollanda – Rusya - Belçika –Romanya –İran

Çizelge 4.2’de sekiz otelde yiyecek-içecek sunulan ünitelerin sayısı, uygulanan servis şekilleri, öncelik verilen mutfaklar ve mönü planlamasını, yiyecek-içecek alışverişini yapan kişilere ilişkin bilgiler verilmiştir. Otellerde Türk mutfağının yanında Fransız, Çin, Meksika, İtalyan mutfakları gibi dünya mutfaklarına da yer verildiği belirtilmiştir.

Otel restoranlarının çoğu birinci sırada açık büfe, ikinci sırada alakartı tercih ederken; Çeşme’deki bir otelde bunlara ek olarak tabldota da yer verilmektedir. Barlar ve lobide açık büfe ve alakart sistemi yaygındır. Otellerde mönü planlamasını yapan kişi çoğunlukla baş aşçı olup, Çeşme’deki bir otelde baş aşçının yanında yiyecek içecek müdürü, genel müdür ve diyetisyenin de bu işi üstlendiği ifade edilmiştir. Yine Bodrumda da aynı durum söz konusu iken Bodrum’da bir otelin mönü planlaması restoran müdürü ve genel müdür tarafından yapılmaktadır. Yiyecek alışverişini yapanlar incelendiği zaman; ikişer otelde sadece baş aşçı ve satın alma müdürü, bir otelde sadece yiyecek içecek müdürü bu görevi yaparken diğerlerinde birden fazla kişinin görevli olduğu görülmektedir. Çeşme’de bir otelde bu komisyonda diyetisyen de yer almaktadır. İşletme yöneticilerinin ifadelerine genel olarak bakıldığında; Kuşadası, Çeşme ve Bodrum’da araştırma kapsamına alınan otellerin en az iki, en fazla on üniteye sahip olduğu, bu otellerin mutfağında Türk mutfağına birinci derece öncelik verildiği, dünya mutfaklarından da çeşitler sunulduğu, mönü planlaması ve yiyecek içecek alışverişi yapılırken bu işin genelde baş aşçının sorumluluğunda olduğu ancak diyetisyenlere de görev verildiği sonuçları çıkarılabilir.

Çizelge 4.2 Otellerde yiyecek-içecek sunulan ünitelerin sayısı, uygulanan servis şekilleri, öncelik verilen mutfaklar, menü planlaması, yiyecek-içecek alışverişini yapan kişiler ile ilgili bilgiler

Bulunduğu Yer	Yiyecek-İçecek Sunulan Ünitelerde Uygulanan Servis Şekilleri						Öncelik	Mönü Planlamasını Yapanlar	Yiyecek-İçecek Alışverişini Yapanlar
	Ünite Sayısı	Restoran	Kafeterya	Bar	Lobi	Diğer üniteler			
Çeşme	4	Açık büfe	Tabldot	Alakart	Alakart	Alakart	Türk Fransız İtalyan	Baş aşçı	Satın alma müdürü
Çeşme	7	Açık büfe Alakart Tabldot	Alakart	Alakart	Alakart	Tabldot	Türk Fransız İtalyan Meksika Çin	Baş aşçı Yiyecek içecek müdürü Restoran müdürü Genel müdürü Diyetisyen	Baş aşçı Yiyecek-içecek müdürü Genel müdür Diyetisyen
Bodrum	4	Açık büfe	Alakart	Alakart	Alakart		Türk İtalyan	Baş aşçı	Restoran müdürü Satın alma müdürü
Bodrum	10	Açık büfe Alakart	Alakart	Açık büfe	Açık büfe		Türk İtalyan Fransız	Baş aşçı Yiyecek içecek müdürü Restoran müdürü Diyetisyen	Yiyecek-içecek müdürü
Bodrum	6	Açık büfe Alakart	Alakart	Alakart	Alakart		Türk İtalyan Fransız	Baş aşçı Yiyecek içecek müdürü Restoran müdürü Genel müdürü Diyetisyen	Baş aşçı
Bodrum	2	Açık büfe Alakart		Açık büfe			Türk Meksika Çin	Restoran müdürü Genel müdürü	Baş aşçı Yiyecek- içecek müdürü
Kuşadası	3	Açık büfe	Alakart	Açık büfe Alakart			Türk Meksika İtalyan Fransız	Baş aşçı	Baş aşçı
Kuşadası	2	Açık büfe			Alakart		Türk İtalyan	Baş aşçı	Satın alma müdürü

Çizelge 4.3'te otel işletmelerinin yiyecek-içecek servislerinde çalışan sayısı ve ana öğünlerde çıkan yemek sayıları ile ilgili bilgiler verilmiştir.

Çeşme, Bodrum ve Kuşadası'nda araştırma kapsamına alınan otellerde yıldız sayısı arttıkça yiyecek içecek servislerinde çalışan personel sayısının da arttığı görülmektedir. Çeşme'de araştırma kapsamına alınan 5 yıldızlı 2 otelin birinde yiyecek içecek departmanında çalışan personel sayısı 88 iken; diğerinde 130'dur. Çeşmedeki otellerden birinde yiyecek içecek departmanında personelin en fazla yoğunlukta olduğu departmanlar restoran (40) ve mutfak (24) iken, diğerinde ise yine mutfak (50) ve restoran (30) dır. Bodrum ve Kuşadası'nda ise yine ağırlıklı olarak ilk sırada mutfak, ikinci sırada restoran en fazla çalışılan yiyecek içecek departmanıdır. Araştırma kapsamına alınan otellerin yiyecek içecek departmanında toplam olarak en yüksek personel sayısına sahip olan ilk sırada Çeşme (130), ikinci sırada Bodrum (120), son sırada ise Kuşadası (77) otelleri gelmektedir.

Ana öğünlerde çıkan yemek sayısına bakılacak olursa zaman, Çeşme ve Kuşadası'nda genel olarak sabah, öğlen, akşam ve gece yemek çıktığı görülmekte olup; Bodrum'daki otellerin çoğunda gece yemek çıkmamaktadır. Bodrumdaki otellerin sadece birinde gece çorba çıktığı görülmektedir. Çizelgeden araştırma kapsamına alınan otellerden en fazla hangi öğünde yemek çeşidi çıktığı incelendiğinde Çeşme (120) ve Bodrum'da (100) ilk sırada sabah kahvaltısı, Kuşadası'nda akşam yemeği (55) yer almaktadır.

Çizelge 4.3 Otel işletmelerinin yiyecek-içecek servislerinde çalışan sayısı ve ana öğünlerde çıkan yemek sayıları ile ilgili bilgiler

Bulunduğu Yer	Yiyecek-İçecek Servislerinde Çalışan Sayısı							Ana öğünlerde Çıkan Yemek Sayısı			
	Mutfak	Restoran	Havuz bar	Snack bar	Lobi bar	Oda servisi	Toplam	Sabah	Öğle	Akşam	Gece
Çeşme (5*)	24	40	7	5		2	88	120	40	80	25
Çeşme(5*)	50	30	20	20	5	5	130	100	40	30	15
Bodrum(5*)	14	17	5		10	2	48	10	6	14	Çorba
Bodrum(5*)	35	20	20	10	10	10	105	25	10	10	-
Bodrum(5*)	30	30	15	15	15	15	120	100	30	30	-
Bodrum (3*)	4	5	2	-	-	-	11	20	13	13	-
Kuşadası (3*)	5	4	2	4	2	-	17	25	Değişir (20-30)	55	Alakart
Kuşadası (4*)	32	28	2	3	12	-	77	20	4	16	2

Çizelge 4.4'te otellerin yemek listeleri hazırlama standartları, yemek listelerinin hazırlanma sıklığı, yemek listeleri hazırlanırken göz önüne alınan hususlar, Türk mutfağından örnekler sunulan günlerin yapılıp yapılmadığı, yabancı turistlerin Türk mutfağı ile ilgili hassas oldukları hususlar ve hijyen sanitasyon eğitimlerinin verilme sıklığı gibi bilgiler yer almaktadır. Görüldüğü gibi otellerin %62.5'i yemek malzeme miktarını standart yemek tarifesine, %50.0'si ise aşçıların tecrübesine göre belirlemektedir. Otel işletmelerinin %37.5'inde günlük, %25.0'inde 15 günlük, %12.5'inde haftalık, %12.5'inde aylık, %12.5'inde ise sezonluk olarak yemek tarifeleri hazırlandığı ifade edilmiştir. Yemek listeleri hazırlanırken göz önüne alınan önemli hususlarda müşteri profili (%87.5) ilk sırada yer almakta, mevsim (%37.5) ve bütçe (%25.0) onu izlemektedir. Otel işletmelerinin %62.5'inde Türk mutfağından örnekler sunulan özel günlerin yapılmadığı, %37.5'inde (3 otel) ise yapıldığı söylenmiştir. Bu otellerin birinde Türk gecesi yapıldığı, ikisinde ise Türk mutfağına özgü yemek çeşitlerinin sunulduğu kebab, döner ve soğuk mezeler hazırlandığı belirtilmiştir. Yöneticilere Türk mutfağı ile ilgili yabancıların en hassas oldukları noktalar sorulduğunda; yöneticilerin %80.0'i turistlerin Türk yemeklerinin çok baharatlı,%40.0'ı çok yağlı olduğu; %20.0'si yemekleri hijyenik bulmadığı, yemeklerin uygun sıcaklıkta servis edilmediği, yemeklerin sindirimini zor olduğu gibi konularda hassas olduklarını ifade etmişlerdir. Otel işletmelerinin %62.5'inde sanitasyon ve hijyen eğitimi veren kişi otel içindeki yöneticiler, %37.5'inde ise otel dışındaki uzman firmalardır. Otel

yöneticilerinin büyük çoğunluğu otel personelinin (%87.5) ayda bir, %12.5'i ise yılda bir defa hijyen ve sanitasyon eğitimi aldıklarını ifade etmişlerdir.

Çizelge 4.4 Otel İşletmelerinin yemek listeleri hazırlama standartları ve hijyen sanitasyon bilgisi

	Sayı	%
Yemek malzeme miktarının nasıl belirlendiği*		
Aşçıların tecrübesine göre	4	50.0
Standart yemek tarifesine göre	5	62.5
Yemek listelerinin hazırlanma sıklığı		
Günlük	3	37.5
Haftalık	1	12.5
15 günlük	2	25.0
Aylık	1	12.5
Sezonluk	1	12.5
Yemek listeleri hazırlanırken göz önüne alınan hususlar*		
Müşteri profili	7	87.5
Mevsim	3	37.5
Bütçe	2	25.0
Türk mutfağından örneklerin sunulduğu özel gün		
Var	3	37.5
Yok	5	62.5
Yabancı turistlerin Türk mutfağı ile ilgili hassas oldukları hususlar*		
Hijyen kurallarına uygun olmaması	1	20.0
Yemeklerin çok yağlı olması	2	40.0
Yemeklerin uygun sıcaklıkta servis edilmemesi	1	20.0
Yemeklerin çok baharatlı olması	4	80.0
Yemeklerin sindirimini zor olması	1	20.0
İşletmede sanitasyon ve hijyen eğitimini veren kişi / kişiler		
Otel içindeki yöneticiler	5	62.5
Otele dışındaki uzman firmalardan	3	37.5
Sanitasyon ve hijyen eğitiminin verilme sıklığı		
Ayda bir	7	87.5
Yılda bir	1	12.5

*Birden fazla cevap verilmiştir.

Otel yöneticilerinin %62.5'i altı ayda, %37.5'i yılda bir defa yiyecek içecek personelinin genel sağlık muayenesinin yapıldığını belirtmişlerdir. Dışkı testi yapılma, akciğer filmi çekilme ve boğaz kültürüne bakılma sıklığı otellerin %50.0'sinde altı ayda bir, %50.0'sinde yılda birdir. Altı ayda bir hepatit markerlerine bakılan oteller örneklemin %37.5'ini yılda bir bakılanlar ise %62.5'ini oluşturmaktadır.

Şanlıer ve Hussein'in (2008) yaptıkları araştırmada otel çalışanlarının büyük çoğunluğu (%96.0) rutin sağlık kontrollerinin yapıldığını ifade etmişlerdir. Yapılan sağlık

kontrollerinin %50.7'si hem portör hem akciğer, %44.0'ü yalnızca portör, %1.3'ü akciğer muayenesidir.

Çizelge 4.5 Otel işletmelerinin yiyecek ve içecek departmanlarında çalışan personelin sağlık muayeneleri ile ilgili bilgiler

Sağlık Muayeneleri	Sayı	%
Genel Muayene		
Alta ayda bir	5	62.5
Yılda bir	3	37.5
Dışkı		
Alta ayda bir	4	50.0
Yılda bir	4	50.0
Akciğer filmi		
Alta ayda bir	4	50.0
Yılda bir	4	50.0
Hepatit marker		
Alta ayda bir	3	37.5
Yılda bir	5	62.5
Boğaz kültürü		
Alta ayda bir	4	50.0
Yılda bir	4	50.0

Otellerde turistlerin en çok tercih ettikleri yemek grupları araştırılmıştır (çizelge 4.6) Otellerin %62.5'inde et yemeklerinin, %50.0'sinde tavuk yemeklerinin, %37.5'inde balık yemeklerinin, %37.5'inde tatlıların, %25.0'inde pidelerin tercih edildiği belirtilmiştir. Arslan vd. (2002) turistler tarafından en çok tercih edilen yemeklerin; çorbalar (%63.8), et yemekleri (%44.8), tavuk yemekleri (%38.1), balık türleri (%35.2), dolma ve sarmalar (%33.3), salatalar (%31.6), tatlılar (%50.5) olduğunu saptamışlardır.

Çizelge 4.6 Turistlerin en çok tercih ettikleri yemek grupları ile ilgili otel işletmelerinin görüşleri

En Çok Tercih Edilen Yemek Grubu*	Sayı	%
Et yemekleri	5	62.5
Tavuk yemekleri	4	50.0
Balık yemekleri	3	37.5
Tatlılar	3	37.5
Pide çeşitleri	2	25.0

*Birden fazla cevap verilmiştir

4.2 Araştırmaya Katılan Turistlere İlişkin Bilgiler

Araştırmaya katılan turistlerin cinsiyet, medeni durum, yaş grupları, milliyetleri, ikamet ettikleri ülke, öğrenim durumu, meslek, ekonomik durum, Türkiye'ye gelme duruma ilişkin bilgiler, Türkiye'ye gelme nedenleri, konakladıkları otellerde yiyecek içecek departmanına ilişkin bilgiler, konaklamaları sırasında bağırsak rahatsızlığı geçirme durumları ile ilgili veriler bu bölümde incelenmiştir.

4.2.1 Turistlerin demografik özellikleri

Çalışmaya katılan 510 turiste ait çeşitli demografik özellikler bu bölümde verilmiştir. Turistlerin cinsiyet, medeni durum, yaş grupları, uyruk ve ikamet ettikleri ülkelere ilişkin bilgiler çizelge 4.7'de verilmiştir. Turistlerin %58.8'i kadın, %41.2'si erkek, %52.4'ü evli, %47.6'sı bekârdır. Genel örneklemede turistlerin %28.4'ü 46 yaş ve daha büyük, %25.5'i 26-35 yaş, %24.1'i 36-45 yaş, %22.0'si ise 18-25 yaş grubundadır. Araştırmaya katılan turistlerin ortalama yaşı 38.25 ± 14.205 yıldır (minimum 18.0, maksimum 77.0).

Araştırmaya katılan turistlerin %45.3'ü İngiliz, %19.8'i Alman, %10.6'sı Fransız, %10.0'u Rus, %5.5'i Flemenk, %8.8'i diğer ülkelerdendir (%31.1 İtalya, %17.8, Avusturya, %26.7 İskoçya, %11.1 İrlanda, %2.2 Azerbaycan ve Belçika, %4.4 Polonya ve İsveç, %1.6 Avusturya, %0.9 İrlanda, %4.4 Polonya ve İsveç, %0.2 Azerbaycan ve Belçika) Turistlerin %39.9'u İngiltere, %19.4'ü Almanya, %12.9'u Fransa, %9.0'u Rusya, %8.2'si Hollanda'da %10.6'sı diğer ülkelerde (%26.4 İtalya, %22.6 İskoçya, %15.1 Avusturya, %9.4 İrlanda, %7.5 Ukrayna) ikamet etmektedirler.

Çizelge 4.7 Turistlerin cinsiyet, medeni durum, yaş grupları, uyruk ve ikamet ettikleri ülkelere göre dağılımı (n:510)

Demografik Özellik	Sayı	%
Cinsiyet		
Erkek	210	41.2
Kadın	300	58.8
Medeni durumu		
Bekâr	243	47.6
Evli	267	52.4
Yaş grupları (yıl)		
18-25	112	22.0
26-35	130	25.5
36-45	123	24.1
46 ve üzeri	145	28.4
Milliyet		
İngiliz	231	45.3
Alman	101	19.8
Fransız	54	10.6
Rus	51	10.0
Flemenk	28	5.5
Diğer	45	8.8
İkamet edilen ülke		
İngiltere	203	39.8
Almanya	100	19.6
Fransa	66	12.9
Rusya	46	9.0
Hollanda	42	8.2
Diğer	53	10.4

Çizelge 4.7 Turistlerin cinsiyet, medeni durum, yaş grupları, uyruk ve ikamet ettikleri ülkelere göre dağılımı (n:510) (devam)

	Sayı	%
Diğer milliyetler (n=45)		
İtalya	14	31.1
Avusturya	8	17.8
İskoçya	12	26.7
İrlanda	5	11.1
Azerbaycan	1	2.2
Polonya	2	4.4
Belçika	1	2.2
İsveç	2	4.4
Diğer ikamet edilen ülkeler (n=53)		
İtalya	14	26.4
Avusturya	8	15.1
İskoçya	12	22.6
Ukrayna	4	7.5
İrlanda	5	9.4
Belarus	3	5.7
Azerbaycan	1	1.9
Polonya	2	3.8
Belçika	1	1.9
Hong Kong	1	1.9
İsveç	2	3.8

Akman'ın (1998) Antalya'da; Şanlıer'in (2005) Ankara, Alanya, Antalya, Aydın, İstanbul, İzmir, Muğla, Nevşehir illerinde; Arslan'ın (2010) Alanya'da yaptığı çalışmalarda araştırmalara katılan yabancı turistlerin çoğunluğunun Alman uyruklu olduğu belirlenmiştir. Bu çalışmaya katılanlarda ise ilk sırada İngilizler gelmektedir. Almanlar ikinci sırada yer almıştır. Arslan vd.'nin (2002) yaptıkları araştırmada araştırmaya katılan 105 turistin %11.4'ünün Almanya, %9.5'inin Amerika, %9.5'inin Arabistan ve %8.6'sının İngiltere'de ikamet ettikleri belirlenmiştir.

4.2.2 Turistlerin eğitim, meslek ve ekonomik durumlarına göre dağılımı

Çizelge 4.8’de turistlerin eğitim, meslek ve ekonomik durumlarına göre dağılımı verilmiştir. Çizelgeden de görüldüğü gibi turistlerin %45.3’ü üniversite (lisans), %24.9’u ortaokul, %24.8’i lise, %2.5’i lisansüstü, %2.5’i ilkokul mezunudur. Araştırmaya katılan turistlerin %19.2’sinin öğrenci, %18.0’inin serbest meslek sahibi, %12.0’sinin ev hanımı, %11.4’ünün mühendis, %9.8’inin emekli, %8.6’sının sağlık personeli, %6.3’ünün işçi, %5.7’sinin eğitim personeli, %4.1’inin yönetici ve memur, %0.8’inin ise işsiz olduğu saptanmıştır. Katılımcıların %83.3’ü orta, %11.0’i yüksek, %5.7’si düşük gelir düzeyine sahip olduklarını belirtmişlerdir.

Konuyla ilgili olarak Akman ve Hasipek’in (1999) yaptıkları çalışmada, katılımcıların %68.5’inin ortaöğretim düzeyinde eğitim aldığı ve %30.1’inin büro çalışanı olduğu belirlenmiştir. Türkiye’ye gelen yabancı turistlerin, %36.0’sının 26-35 yaş arasında olduğu, %25.0’inin yüksekokul mezunu olduğu saptanmıştır.

Arslan vd.’nin (2002) yaptıkları çalışmada yabancı turistlerin %69.5’inin üniversite, %24.8’inin lise, %1.0’inin ilkokul mezunu ve %4.8’inin okur-yazar olduğu saptanmıştır. Araştırmaya katılan bireylerin %39.0’unun serbest meslekle uğraştığı, %17.1’inin öğrenci olduğu, %14.3’ünün ise çeşitli mühendislik alanlarında çalıştığı belirlenmiştir.

Yapılan bir başka çalışmada da araştırmaya katılan yabancı turistlerin %33.0’ünün 46 ve üstü yaş aralığında ve %45.9’unun üniversite mezunu olduğu saptanmıştır (Özdemir ve Kınay 2004). Şanlıer (2005) yabancı turistlerin %67.3’ünün 21-40 yaş arasında, %72.8’inin üniversite/yüksekokul mezunu, %36.3’ünün serbest meslekle uğraştıklarını belirlemiştir. Arslan’ın (2010) yaptığı çalışmada yabancı turistlerin %25.7’si serbest meslek sahibi, %21.7’si memur, %16.3’ü işçi, %10.9’u öğrenci, %8.4’ü esnaf, %8.4’ü emeklidir.

Çizelge 4.8 Turistlerin öğrenim, meslek ve ekonomik durumları (n:510)

Demografik Özellik	Sayı	%
Öğrenim durumu		
İlkokul	13	2.5
Ortaokul	127	24.9
Lise	126	24.8
Üniversite	231	45.3
Lisansüstü	13	2.5
Meslek		
Öğrenci	98	19.2
Serbest	92	18.0
Ev hanımı	61	12.0
Mühendis	58	11.4
Emekli	50	9.8
Sağlık	44	8.6
İşçi	32	6.3
Eğitim	29	5.7
Yönetici	21	4.1
Memur	21	4.1
İşsiz	4	0.8
Ekonomik durum		
Düşük	29	5.7
Orta	425	83.3
Yüksek	56	11.0

4.2.3 Turistlerin Türkiye'ye gelme durumlarına ilişkin bilgiler

Çizelge 4.9'da araştırmaya katılmayı kabul eden turistlerin Türkiye'ye kaçınıcı kez geldikleri, Türkiye'ye geliş şekilleri, kimlerle geldiği, hangi araçla geldikleri ile ilgili bilgiler verilmiştir.

Çizelge 4.9 Turistlerin Türkiye'ye gelme durumlarına ilişkin bilgiler (n:510)

Özellik	Sayı	%
Kaçınıcı gelişi		
Birinci	212	41.6
İkinci	90	17.6
Üç ve daha fazla	208	40.8
Geliş şekli		
Tur ile	288	56.5
Bireysel	222	43.5
Kiminle geldiği		
Yalnız	50	9.8
Aile ile	258	50.6
Arkadaşları ile	202	39.6
Gelinen araç		
Uçak	490	96.1
Gemi	19	3.7
Kendi arabası	1	0.2

Araştırmaya katılan turistlerin %41.6'sının Türkiye'ye ilk gelişi olup, %17.6'sı ikinci, %8.6'sı üçüncü, %40.8'i 3 ve daha fazla geldiklerini ifade etmişlerdir. Turistlerin %56.5'i tur ile, %43.5'i ise bireysel; %50.6'sı ailesiyle, %39.6'sı arkadaşlarıyla, %9.8'i ise yalnız geldiklerini belirtmişlerdir. Araştırmaya katılan turistlerin %96.1'inin uçakla, %3.1'inin gemi ile % 0.2'sininde kendi arabasıyla geldiği saptanmıştır. Akman'ın (1998) yaptığı çalışmada yabancı turistlerin %63.0'ünün, Arslan'ın (2010) yaptığı çalışmada ise %39.3'ünün Türkiye'ye ilk gelişleri olduğu saptanmıştır.

4.2.4 Turistlerin Türkiye'ye gelmelerini etkileyen faktörler

Turistlerin Türkiye'ye gelmelerini etkileyen faktörler çizelge 4.10'da olduğu gibidir.

Çizelge 4.10 Turistlerin Türkiye'ye gelme nedenleri

Gelme Nedeni*	Sayı	%
Seyahat fiyatının uygun oluşu	279	54.7
Konaklama fiyatlarının uygun oluşu	258	50.6
Türkiye'yi merak ettiği için	185	36.3
Ucuz alışveriş imkânının yüksek oluşu	178	34.9
Temiz bir çevrede bulunmak istediği için	180	35.3
Doğal güzelliklerini görmek istediği için	173	33.9
Tarihi ve kültürel yerlerini görmek istediği için	154	30.2
Türk mutfağının yemeklerini tanımak istediği için	146	28.6
Türk halkını tanımak istediği için	94	18.4
Türkiye'yi güvenli bulduğu için	78	15.3
Tavsiye edildiği için	65	12.7
Sadece spor amaçlı	51	10.0
Tesislerin modern ve yeni oluşu nedeni ile	42	8.2
Sadece iş amaçlı	27	5.3
Dini amaçlı	29	5.7
Sağlık amaçlı	29	5.7

*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

Görüldüğü gibi araştırmaya katılan turistlerin Türkiye'ye gelme nedenleri, birinci sırada seyahat fiyatının uygunluğu (%54.7), ikinci sırada konaklama fiyatının uygunluğu (%50.6), üçüncü sırada Türkiye'ye duyulan merak (%36.3), dördüncü sırada temiz bir çevrede bulunma isteği (%35.3), beşinci sırada ucuz alışveriş imkanlarının yüksek oluşu (%34.9), altıncı sırada doğal güzellikleri görmek isteği (%33.9), yedinci sırada tarihi ve kültürel yerleri görmek isteği (%30.2), sekizinci sırada Türk mutfağının yemeklerini tanıma isteği (%28.6) gelmiştir.

Akman'ın (1998) yaptığı çalışmada turistlerin Türkiye'yi tercih etme nedenleri arasında bu çalışma ile benzer şekilde seyahat fiyatının uygunluğu (1764 puan) ilk sırada yer aldığı belirlenmiştir. Yine aynı çalışmada Türk mutfağını tanıma isteği beşinci sırada yer almıştır (439 puan).

Özdemir ve Kınay (2004) yabancı turistlerin Türkiye'yi tercih etme nedenleri arasında Türk mutfağının etkili olma durumunu %20.0 olarak belirlemişlerdir.

Arslan'da (2010) yaptığı çalışmada ucuz tatil imkanı olarak Türkiye'yi seçenlerin oranını %37.3 olarak belirlemiş olup, Türk mutfağına özgü yemekleri tatmak için ülkemizi tercih edenlerin oranının %20.3 ile beşinci sırada yer aldığı tespit edilmiştir.

4.2.5 Turistlerin konakladıkları otellerdeki yiyecek-içecek departmanlarına ait görüşleri

Araştırmaya katılan turistlere konakladıkları otelin yiyecek-içecek departmanları (mutfak, restoran, havuz bar, snack bar, lobi bar, oda servisi) ile ilgili ne düşündükleri sorulmuştur. “Çok iyi” değerlendirmesini %59.6 ile oda servisi almış; mutfak (%55.6); havuz bar (%54.3), restoran (%52.4), bar (%49.6), snack bar (%48.0) ve lobi bar (%47.6) onu izlemiştir. Çizelgeden de görüldüğü gibi “kötü” olarak değerlendirme oranı bütün departmanlar için çok düşüktür (% 0.9- %2.1).

Sonbay (2004) Belek yöresindeki işletmelerde konaklayan turistlerin %50.9'u otelin sunmuş olduğu yiyecek-içecek hizmetlerinden “çok memnun” %47.3'ü “memnun” olduklarını belirlemiştir.

Çizelge 4.11 Turistlerin konakladıkları otellerdeki yiyecek-içecek departmanlarına ait görüşleri

Konaklanan otelin yiyecek ve içecek departmanları	Çok iyi		İyi		Orta		Kötü	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Mutfak (n=488)	271	55.6	145	29.7	66	13.5	6	1.2
Restoran (n=483)	253	52.4	161	33.3	60	12.4	9	1.9
Havuz bar (n=467)	254	54.3	133	28.5	76	16.3	4	0.9
Bar (n=466)	231	49.6	153	32.8	76	16.3	6	1.3
Snack bar (n=471)	226	48.0	152	32.3	83	17.6	10	2.1
Lobi bar (n=412)	196	47.6	117	28.4	94	22.8	5	1.2
Oda servisi (n=354)	211	59.6	97	27.4	39	11.0	7	1.2

4.2.6 Turistlerin konaklama sırasında bağırsak rahatsızlığı geçirme durumu

Gerek ülkemizde gerekse dünyada turizm sağlığı ile ilgili veriler sınırlıdır. Turist sağlığının önemli bir sorun haline gelmesinde en önemli etken uluslararası turist sağlığının geliştirilmesine olan gereksinimdir. Enterik hastalıklar turist sağlığı ve hekimliği ile organize çabaların başlatılmasında en önemli etkidir. Değişik patojenlere bağlı olarak ortaya çıkan büyük bir klinik grup diareik hastalıklar olarak tanımlanmaktadır ve genellikle etkenler fekal oral yolla bulaşmaktadır. Bunların kontrolü besin sağlığı, çevre sanitasyonu ve personel hijyeni ile yakından ilişkilidir (Güler 2002).

Çizelge 4.12’de yabancı turistlerin konakladıkları süre içerisinde herhangi bir bağırsak rahatsızlığı geçirip geçirmediği, geçirdiyse kaç kez geçirdiği, kaç gün sürdüğü ve hangi tedavi şekillerinin uygulandığına ilişkin veriler yer almaktadır.

Çizelge 4.12 Turistlerin bağırsak rahatsızlığı geçirmelerine göre dağılımı (n:510)

Bağırsak rahatsızlığı	Sayı	%
Rahatsızlık geçirme durumu (n=510)		
Geçirdi	35	6.9
Geçirmedi	475	93.1
Rahatsızlık geçirme sayısı (n=35)		
Bir kez	20	57.1
İki kez	9	25.7
Üç kez	5	14.3
Dört ve fazla	1	2.9
Rahatsızlık süresi (gün) (n=35)		
Bir	23	65.7
İki	7	20.0
Üç	1	2.9
Dört	2	5.7
Beş	2	5.7
Tedavi Şekli (n=35)		
Tedavi uygulamadım	21	60.0
Otel doktoru	6	17.1
Otel hemşiresi	3	8.6
Sağlık kurumu	5	14.3

Turistlerin %93.1'i otelde kaldıkları süre boyunca herhangi bir bağırsak rahatsızlığı geçirmediğini, %6.9'u geçirdiğini ifade etmiştir. Örer (1995) Türkiye'ye gelen turistlerin %19.9'unun, Arslan vd. (2002) %21.9'unun gıda zehirlenmesi geçirdiklerini tespit etmişlerdir. Budak ve Çiçek (2002), Şanlıer (2005) ve Hussein vd. (2010) Türkiye'de bağırsak rahatsızlığı geçiren yabancı turistlerin oranlarını sırasıyla %28.5, %18.7, %17.0 olarak belirlemişlerdir. Görüldüğü gibi araştırma sonuçları genellikle birbirine benzer olmakla birlikte bağırsak rahatsızlığı geçirenlerin oranı bu çalışmadan (%6.9) yüksektir.

Bağırsak rahatsızlığı geçirdiğini belirtenlerin %57.1'i bir kez, %25.7'si iki kez, %14.3'ü üç kez, %2.9'u ise dört kez ve daha fazla rahatsızlık geçirdiğini; %65.7'si rahatsızlıklarının bir gün, %20.0'si iki gün, %14.3'ü üç gün ve daha fazla sürdüğünü belirtmişlerdir. "Konaklama süresince bir rahatsızlık geçirdiyseniz nasıl bir tedavi uyguladınız?" sorusuna ise %60.0'ı "hiçbir tedavi uygulamadım, kendiliğinden iyileşti", %17.1'i "otelin doktoru tarafından tedavi uygulandı", %8.6'sı "otelin hemşiresi tarafından tedavi uygulandı", %14.3'ü ise "otelin personeli tarafından en yakın sağlık kurumuna götürüldüm" şeklinde yanıt vermişlerdir.

4.3 Turistlerin Türk Mutfağı Konusundaki Düşünceleri

Bu bölümde turistlerin Türk mutfağına ilişkin bilgi edinme kaynakları, daha önce Türk yemeklerini tatma ve beğenme durumu, Türk mutfağını çevresindekilere tavsiye etme ve tekrar gelmede Türk mutfağının etkisinin olup olmadığı, Türk mutfağına ilişkin bilgileri, Türk mutfağı yemeklerine ilişkin görüşleri, Türk mutfağındaki yiyecek ve içecekleri tüketme durumları sorgulanmıştır.

4.3.1 Turistlerin Türk Mutfağı ile ilgili bilgisi olma durumu

Çizelge 4.13'de yabancı turistlerin Türk mutfağına ile ilgili bilgisi olma durumu sorgulanmıştır. Turistlerin %51.8'i Türkiye'ye gelmeden önce Türk mutfağına ilişkin herhangi bir bilgi edinmediğini belirtmiştir. Türk mutfağı ile ilgili bilgi alan turistlerin %60.2'si Türk mutfağını tanıdıklarından, %15.4'ü internetten, %7.3'ü seyahat acentesinden, %6.1'i kitap/broşürlerden, %5.7'si yaşanan ülkenin restoranından,

%3.3'ü daha önce Türkiye'ye gelmeleri nedeni ile, %1.2'si reklamlardan, %0.8'i ise öğrenimi sırasında Türk mutfağı ile ilgili bilgi edindiklerini ifade etmişlerdir. Yabancı turistlerin büyük çoğunluğunun Türkiye'ye gelmeden önce daha önce gelenlerden, tanıdıklardan, internet, seyahat acentesi gibi kaynaklardan bilgi aldıklarını ve bu oran içinde daha önce gelenlerin tavsiyesinin önemli yer tuttuğu saptanmıştır.

Budak ve Çiçek (2002) yabancı turistlerin Türk mutfağı hakkında bilgiyi en çok kitap ve broşürlerden (%28.6), Özdemir ve Kınay (2004) tanıdıklarından (%17.6); Şanlıer (2005) turistlerin daha önce Türkiye'ye gelen aile ve arkadaşlarından (%37.8), edindiklerini saptamışlardır.

Bu araştırmada ise yabancıların Türk mutfağı hakkında en fazla bilgiyi (%60.2) tanıdıklarından edindiği sonucu ortaya çıkmış olup, araştırmanın sonuçları Özdemir ve Kınay (2004), Şanlıer (2005)'in sonuçları ile benzerlik göstermektedir.

Türk mutfağının yemeklerini daha önce tadanlar %68.4 oranında olup; onların da %93.1'i beğendiğini ifade etmiştir. Türkiye'ye tekrar gelmeyi düşünenlerin oranı %81.2, bu konuda kararsız kalanların oranı %15.3'tür. Türkiye'ye tekrar gelmeyi istemelerinde "Türk mutfağının etkisi var" diyenlerin oranı % 59.2'dir. Araştırmaya katılan turistlerin %53.3'ü Türkiye'de buldukları süre içinde Türk yemeklerini tercih edeceklerini ifade etmişlerdir. Akman (1998) yaptığı araştırmada yabancıların %62.9'unun, Arslan (2010) %77.8'inin Türk mutfağına özgü yemekleri tercih ettiklerini belirlemişlerdir.

"Yaptığınız gezilerde ülkelerin kültürel değerlerini öğrenirken yemek kültürleri hakkında da bilgi alıyor musunuz?" sorusuna turistlerin %66.7'si evet, %33.3'ü hayır yanıtını vermişlerdir. Ülkelerine döndükleri zaman Türk mutfağını çevresindekilere tavsiye edeceklerini belirtenlerin oranı %76.7'dir. Buradan Türk mutfağının yemeklerini genel olarak beğendikleri sonucu çıkarılabilir.

Çizelge 4.13 Turistlerin Türk mutfağı ile ilgili bilgisi olma durumu

Türk mutfağı ile ilgili yemekler	Sayı	%
Daha önce bilgi		
Aldı	246	48.2
Almadı	264	51.8
Bilgi edinme kaynağı (n:246)		
Tanıdıklarından	148	60.2
İnternette	38	15.4
Seyahat acentesinden	18	7.3
Kitap / Broşürden	15	6.1
Yaşanılan ülkedeki Türk restoranı	14	5.7
Daha önce Türkiye'ye gelme	8	3.3
Reklamlardan	3	1.2
Öğrenimim sırasında	2	0.8
Daha önce Türk yemeklerini		
Tattı	349	68.4
Tatmadı	161	31.6
Türk yemeklerini beğenme durumu (n:349)		
Beğendi	325	93.1
Beğenmedi	6	1.7
Kararsız	18	5.2
Türkiye'ye tekrar gelmeyi		
Düşünüyor	414	81.2
Düşünmüyor	18	3.5
Kararsız	78	15.3
Tekrar gelme kararında Türk mutfağının etkisi (n:414)		
Var	245	59.2
Yok	169	40.8
Yemek tercihi		
Türk yemekleri	272	53.3
Kendi ülkesinin yemekleri	54	10.6
Fark etmez	184	36.1
Yemek kültürü hakkında bilgi		
Alır	340	66.7
Almaz	170	33.3
Türk mutfağını çevreye tavsiye		
Eder	391	76.7
Etmez	30	5.9
Kararsız	89	17.5

4.3.2 Turistlerin Türk mutfağının yemeklerine ilişkin görüşleri

Araştırmaya katılan turistlerin Türk mutfağının yemekleri ile ilgili bazı hususlara katılım durumları çizelge 4.14’te olduğu gibidir.

Çizelge 4.14 Turistlerin Türk mutfağının yemeklerine ilişkin görüşleri (n:510)

Türk Mutfağının Yemekleri	Katılıyor		Kararsız		Katılmıyor		Puan
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Çok lezzetli	338	66.3	130	25.5	42	8.2	1316
Damak tadına uygun	289	56.7	154	30.2	67	13.1	1242
Oldukça hijyenik	260	51.0	194	38.0	56	11.0	1224
Kokusu hoş	251	49.2	180	35.3	79	15.5	1192
Besleyici	251	49.2	173	33.9	86	16.9	1185
Doğurucu	259	50.8	148	29.0	103	20.2	1176
Kahvaltısı çeşitli	265	52.0	131	25.7	114	22.4	1171
Ucuz	232	45.5	194	38.0	84	16.5	1168
Çok çeşitli	253	49.6	148	29.0	109	21.4	1164
Tatlıların lezzeti çok güzel	258	50.6	130	25.5	122	23.9	1156
İştah açıcı	229	44.9	173	33.9	108	21.2	1141
Baharatlı	223	43.7	185	36.3	102	20.0	1141
Sindirimi kolay	213	41.8	202	39.6	95	18.6	1138
Enerjisi yüksek	203	39.8	206	40.4	101	19.8	1122
Görünüşü çok güzel	218	42.7	156	30.6	136	26.7	1102
İlgi çekici	176	34.5	176	34.5	158	31.0	1038
Pahalı	144	28.2	198	38.8	168	32.9	996
Yağlı	151	29.6	179	35.1	180	35.3	991
Tatlılar bol yağlı ve şekerli	149	29.2	178	34.9	183	35.9	986
Bol soğanlı, sarımsaklı	137	26.9	182	35.7	191	37.5	966
Salçalı	129	25.3	183	35.9	198	38.8	951
Hamur işleri çok yağlı	117	22.9	199	39.0	194	38.0	943
Yağlı ve salçalı	118	23.1	179	35.1	213	41.8	925
Fazla etli	109	21.4	196	38.4	205	40.2	924
Kokusu kötü	109	21.4	132	25.9	269	52.7	860
Sağlıksız	69	13.5	200	39.2	241	47.3	848
Lezzeti kötü	91	17.8	136	26.7	283	55.5	828

Çizelgeden de görüldüğü gibi Türk mutfağı yemeklerinin çok lezzetli, damak tadına uygun, kahvaltısı çeşitli olduğu düşüncesine katılanların oranı %50.0’den fazladır (sırası ile %66.3, %56.7, %52.0). Türk mutfağına ait yemeklere ilişkin görüşler puanlandığı zaman yine ilk iki sırada yine çok lezzetli, damak tadına uygun ifadesi yer almakta olup; üçüncü sırada oldukça hijyenik ifadesi bulunmaktadır. Turistlerin %51.0’i oldukça hijyenik, %50.8’i doğurucu, %50.6’sı tatlıların lezzetini çok güzel bulduklarını ifade etmişlerdir.

Diğer taraftan katılımcıların %29.2’si tatlıları bol yağlı ve şekerli, %22.9’u Türk mutfağına ait hamur işlerini çok yağlı, %23.1’i ise yemekleri yağlı ve salçalı bulduklarını ifade etmişlerdir. “Türk mutfağının yemekleri bol soğanlı ve sarımsaklıdır” cümlesine turistlerin %26.9’u katılıyorum, %35.7’si kararsızım, %37.5’i katılmıyorum

yanıtını vermişlerdir. “Türk mutfağının yemekleri salçalıdır” ifadesine ise turistlerin %25.3’i katıldıklarını, %35.9’u kararsız olduklarını, %38.8’i katılmadıklarını belirtmişlerdir.

En az puan alan yargılar Türk mutfağı yemeklerinin fazla etli, kokusu kötü, sağlıksız, lezzeti kötü olduğuna ilişkin ifadelerdir (sırası ile %21.4, %21.4, %13.5, %17.8).

Budak ve Çiçek (2002) turistlerin %74.3’ünün yemeklerin görünüşünü beğendiğini, %85.7’sinin yemekleri doyurucu, %77.1’inin yemek çeşidinin çok bulunduğunu belirlemişlerdir. Özdemir ve Kınay (2004) yabancı turistlerin büyük çoğunluğunun Türk yemeklerini lezzetli (%85.6), çeşitli (%85.0), görünüş bakımından çekici (%80.1), hijyenik (%77.1), sindirimi kolay (%72.6), besleyici (%70.1), damak tatlarına uygun (%70.0) ve doyurucu (%78.2) bulduklarını ifade etmiştir. Şanlıer’in (2005) yaptığı çalışmada yabancı turistlerin %58.6’sı yemekleri kesinlikle lezzetli, %48.9’u çeşitleri çok zengin, %48.2’si kalorisi yüksek, %45.3’ü kokusunun hoş, %39.7’si yağlı, %37.0’si tatlıları bol-yagli şekerli, %31.7’si salçalı, %31.3’ü çok baharatlı bulduklarını ifade etmişlerdir.

Hussein vd. (2010) yaptıkları bir çalışmada yerli ve yabancı turistlerin %80.9’unun Türk yemeklerini lezzetli, %63.1’inin doyurucu, %61.8’inin çeşitli, %55.7’sinin iştah açıcı, %50.8’inin güzel kokulu buldukları belirlenmiştir.

Arslan (2010) turistlerin Türkiye’ye geldikten sonra Türk mutfağına ilişkin görüşlerini incelemiş, olumsuz ifadelerden ilk sırayı yemeklerin fazla salçalı olması ($x=3.84$) almış; onu çok baharatlı olması ($x=3.75$), kalorili olması ($x=3.66$), çok yağlı olması ($x=3.06$), tuzlu olması ($x=2.90$) izlemiştir. Turistlerin cevapları arasında en yüksek katılıma sahip olan ifade ($x=4.07$) Türk mutfağındaki yemeklerin görünüş olarak iştah açıcı olmasıdır.

Genel olarak yapılan çalışmalara bakıldığı zaman bu çalışma ile benzer şekilde yabancı turistlerin çoğunun Türk yemeklerini ilk sırada lezzetli buldukları belirlenmiştir.

4.3.3 Turistlerin Türk mutfağından yararlanma durumları

Turistlerin yiyecek-içecek gruplarına göre Türk mutfağına ait yiyecek ve içecekleri (herhangi birini) tüketme durumları çizelge 4.15'te verilmiştir. Çizelgeden de görüldüğü gibi; yabancı turistlerin Türk mutfağına ait yemeklerden en yüksek oranda tavuk yemeklerini (%88.4) yedikleri saptanmıştır. Bunu sırasıyla içecekler (%85.9), salatalar (%82.4), et yemekleri (%81.6), çorbalar (%80.0), pide çeşitleri (%79.6), börekler-hamur işleri (%78.2) izlemektedir. Turistlerce en düşük oranda yenilen yemeğin kurubaklagil yemekleri (% 54.3) olduğu belirlenmiştir.

Yapılan bir çalışmada turistlerin en çok çorbaları (%63.8), ikinci sırada tatlıları (%50.5) üçüncü sırada et yemeklerini (%44.8), dördüncü sırada balıkları (%35.2) beşinci sırada ise dolma ve sarmaları (%33.3) tercih ettikleri tespit edilmiştir (Arslan vd. 2002). Arslan (2010) yabancı turistlerin tatilleri sırasında tüketerek en çok beğendikleri ilk beş yemek grubunun tatlılar (%58.8), salatalar (%55.5), et yemekleri (%52.6), etli sebze yemekleri (%52.0) ve çorbaların (%46.4) olduğu tespit etmiştir.

Çizelge 4.15 Turistlerin Türk mutfağına ait yiyecek ve içecekleri tüketme durumları

Yiyecek-İçecek Grupları	Yiyen		Yemeyen	
	Sayı	%	Sayı	%
Çorbalar	408	80.0	102	20.0
Et yemekleri	416	81.6	94	18.4
Tavuk yemekleri	451	88.4	59	11.6
Balık yemekleri	364	71.4	146	28.6
Etli sebze yemekleri	386	75.7	124	24.3
Kurubaklagil yemekleri	277	54.3	233	45.7
Etli sarma ve dolmalar	325	63.7	185	36.3
Zeytinyağlı yemekler	333	65.3	177	34.7
Zeytinyağlı sarma ve dolmalar	302	59.2	208	40.8
Börekler-hamur işleri	399	78.2	111	21.8
Pide çeşitleri	406	79.6	104	20.4
Yumurta yemekleri	389	76.3	121	23.7
Pilav çeşitleri	351	68.8	159	31.2
Salatalar	420	82.4	90	17.6
Tatlılar	405	79.4	105	20.6
İçecekler	438	85.9	72	14.1
Mezeler	373	73.1	137	26.9

4.3.3.1 Turistlerin Türk mutfağına ait çorbaları duyma, tüketme ve beğenme durumları

Yüzyılların geleneği hemen her öğünde yudumlanan çorbaların, zengin içerikleri ve besleyici özellikleri ile Türk mutfağında özel bir yeri vardır. Türk mutfağında çorbalar unlu çorbalar, taneli çorbalar, süzme yada ezme çorbalar olarak üç başlık altında toplanabilir (Arlı 1981).

Çizelge 4.16'da turistlerin Türk mutfağına ait çorbaları duyma, tüketme ve beğenme durumları verilmiştir. En fazla beğenilen (%92.5) domates çorbası olup, onu yayla (%84.7), ezogelin (%79.3), sebze (%78.4), tavuk (%77.3) çorbası izlemiştir. Turistlerce en az beğenilen ilk üç çorba ise sırasıyla paça (%47.0), düğün (%49.3) ve işkembe (%52.3) çorbalarıdır. Turistlerin hiç duymadığı çorbalar düğün (%37.5), işkembe (%36.1), paça (%34.3) çorbaları olup; soğuk yoğurt çorbası (%36.5), düğün çorbası (%36.3), paça çorbası (%36.1) hiç yenmeyenlerdir.

Çizelge 4.16 Turistlerin Türk mutfağına ait çorbaları duyma, tüketme ve beğenme durumlarının dağılımı

Çorbalar	Yedi						Duymadı		Yemedi	
	Beğendi		Beğenmedi		Yiyen genel		Sayı	%	Sayı	%
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%				
Domates	332	92.5	27	7.5	359	70.4	81	15.9	70	13.7
Yayla	210	84.7	38	15.3	248	48.6	116	22.7	146	28.6
Ezogelin	153	79.3	40	20.7	193	37.8	162	31.8	155	30.4
Tarhana	114	65.1	61	34.9	175	34.3	167	32.7	168	32.9
İşkembe	78	52.3	71	47.7	149	29.2	184	36.1	177	34.7
Mercimek	154	68.8	70	31.3	224	43.9	158	31.0	128	25.1
Sebze	181	78.4	50	21.6	231	45.3	141	27.6	138	27.1
Düğün	66	49.3	68	50.7	134	26.3	191	37.5	185	36.3
Paça	71	47.0	80	53.0	151	29.6	175	34.3	184	36.1
Tavuk	187	77.3	55	22.7	242	47.5	141	27.6	127	24.9
Mantar	155	66.5	78	33.5	233	45.7	146	28.6	131	25.7
Şehriye	120	64.5	66	35.5	186	36.5	157	30.8	167	32.7
Balık	121	61.1	77	38.9	198	38.8	147	28.8	165	32.4
Soğuk yoğurt çorbası	97	60.2	64	39.8	161	31.6	163	32.0	186	36.5

Akman'ın (1998) yaptığı araştırmada yabancı turistlerin Türk mutfağına ait çorbalardan en çok düğün çorbasını (%40.3) içtikleri saptanmıştır. En az içilen ise paça çorbasıdır (%17.7). Yabancılarca en çok beğenilen düğün orbası iken (%64.0), en az beğenilenin ise tarhana orbası olduğu tespit edilmiştir.

Akman'ın (2009) yaptığı diğer araştırmada ise yabancılarca en çok içilen ezogelin (%53.6), en az içilen çorba (%9.2) domates orbası iken; en çok beğenilen çorbanın (%100.0) domates orbası, en az beğenilen çorbanın ise (%52.3) işkembe orbası olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.17'de yabancı turistlerin herhangi bir çorbayı içme durumlarının çeşitli değişkenlere göre dağılımı verilmiştir.

Görüldüğü gibi Türk mutfağındaki çorbaları içenlerde birinci sırayı Almanlar (%93.1) son sırayı Ruslar (%72.5) almıştır. Milliyetlere göre dağılım istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($\chi^2=18.061$, $p<0.01$). Akman'ın (1998) yaptığı çalışmada Türk mutfağına ait çorbalardan herhangi birisini içenlerin milliyetlerine göre dağılımı incelenmiş ilk sırayı İskandinav lkeleri (%69.6), son sırayı ise diğer Avrupa ülkelerinden gelen turistlerin aldığı belirlenmiştir (%44.7).

Cinsiyete göre incelendiği zaman Türk mutfağına ait herhangi bir çorbayı tüketen kadınların oranı %81.0 iken erkeklerde %78.6'dır ve aradaki fark istatistiksel olarak önemli değildir ($p>0.05$).

Türk mutfağına ait bir çorbayı içenlerin oranı yaşa göre değerlendirildiği zaman 26-35 yaş grubunda, medeni duruma göre bekâr olanlarda (%82.7), Türkiye'ye geliş sayısına göre üç ve daha fazla ülkemizi ziyaret edenlerde (%84.1) en yüksektir. Yaşa göre çorba içme durumu istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($\chi^2=11.754$, $p<0.01$).

Çizelge 4.17 Turistlerin herhangi bir çorabayı içme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı (n:510)

Demografik Özellikler	n	İçen (n=408)		İçmeyen (n=102)	
		Sayı	%	Sayı	%
Milliyet					
İngiliz	231	173	74.9	58	25.1
Alman	101	94	93.1	7	6.9
Fransız	54	44	81.5	10	18.5
Rus	51	37	72.5	14	27.5
Flemenk	28	25	89.3	3	10.7
Diğer	45	35	77.8	10	22.2
		$\chi^2=18.061$	SD=5	p=0.003	
Cinsiyet					
Erkek	210	165	78.6	45	21.4
Kadın	300	243	81.0	57	19.0
		$\chi^2=0.455$	SD=1	p=0.500	
Yaş Grubu (Yıl)					
18-25	112	87	77.7	25	22.3
26-35	130	115	88.5	15	11.5
36-45	123	101	82.1	22	17.9
46 ve üzeri	145	105	72.4	40	27.6
		$\chi^2=11.754$	SD=3	p=0.008	
Medeni durum					
Bekar	243	201	82.7	42	17.3
Evli	267	207	77.5	60	22.5
		$\chi^2=2.140$	SD=1	p=0.143	
Geliş sayısı					
Birinci	212	167	78.8	45	21.2
İkinci	90	66	73.3	24	26.7
Üç ve üzeri	208	175	84.1	33	15.9
		$\chi^2=4.922$	SD=2	p=0.085	

Çizelge 4.18 Turistlerin içtikleri ve beğendikleri çorba çeşitlerinin milliyete göre dağılımı (n:510)

Çorbalar		İngiliz (n=231)			Alman (n=101)			Fransız (n=54)			Rus (n=51)			Flemenk (n=28)			Diğer (n=45)			Genel (n=510)		
		Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı
Domates [¶]	a	143	92.3	67.1	81	93.1	86.1	34	100	63.0	27	84.4	62.7	20	95.2	75.0	27	90.0	66.7	332	92.5	70.4
	b	12	7.7		6	6.9		-	-		5	15.6		1	4.8		3	10.0		27	7.5	
Yayla* [¶]	a	79	79.8	42.9	69	93.2	73.3	28	100	51.9	18	90.0	39.2	11	78.6	50.0	5	38.5	28.9	210	84.7	48.6
	b	20	20.2		5	6.8		-	-		2	10.0		3	21.4		8	61.5		38	15.3	
Ezogelin [¶]	a	54	70.1	33.3	61	88.4	68.3	9	81.8	20.4	13	86.7	29.4	9	75.0	42.9	7	77.8	20.0	153	79.3	37.8
	b	23	29.9		8	11.6		2	18.2		2	13.3		3	25.0		2	22.2		40	20.7	
Tarhana [¶]	a	34	52.3	28.1	46	75.4	60.4	9	90.0	18.5	10	58.8	33.3	8	66.7	42.9	7	70.0	22.2	114	65.1	34.3
	b	31	47.7		15	24.6		1	10.0		7	41.2		4	33.3		3	30.0		61	34.9	
İşkembe [¶]	a	23	41.8	23.8	29	59.2	48.5	5	62.5	14.8	7	50.0	27.5	7	58.3	42.9	7	63.6	24.4	78	52.3	29.2
	b	32	58.2		20	40.8		3	37.5		7	50.0		5	41.7		4	36.4		71	47.7	
Mercimek [¶]	a	78	70.9	47.6	38	67.9	55.4	6	66.7	16.7	7	41.2	33.3	8	66.7	42.9	17	85.0	44.4	154	68.8	43.9
	b	32	29.1		18	32.1		3	33.3		10	58.8		4	33.3		3	15.0		70	31.3	
Sebze* [¶]	a	96	84.2	49.4	39	73.6	52.5	8	66.7	22.2	11	52.4	41.2	7	87.5	28.6	20	87.0	51.1	181	78.4	45.3
	b	18	15.8		14	26.4		4	33.3		10	47.6		1	12.5		3	13.0		50	21.6	
Düğün	a	27	47.4	24.7	20	52.6	37.6	6	60.0	18.5	2	18.2	21.6	6	66.7	32.1	5	55.6	20.0	66	49.3	26.3
	b	30	52.6		18	47.4		4	40.0		9	81.8		3	33.3		4	44.4		68	50.7	
Paça* [¶]	a	26	36.6	30.7	24	60.0	39.6	4	50.0	14.8	2	16.7	23.5	10	83.3	42.9	5	62.5	17.8	71	47.0	29.6
	b	45	63.4		16	40.0		4	50.0		10	83.3		2	16.7		3	37.5		80	53.0	
Tavuk [¶]	a	97	79.5	52.8	50	79.4	62.4	4	57.1	13.0	8	53.3	29.4	12	80.0	53.6	16	80.0	44.4	187	77.3	47.5
	b	25	20.5		13	20.6		3	42.9		7	46.7		3	20.0		4	20.0		55	22.7	
Mantar* [¶]	a	68	60.2	48.9	48	81.4	58.4	2	28.6	13.0	9	56.3	31.4	10	71.4	50.0	18	75.0	53.3	155	66.5	45.7
	b	45	39.8		11	18.6		5	71.4		7	43.8		4	28.6		6	25.0		78	33.5	
Şehriye* [¶]	a	43	48.9	38.1	41	78.8	51.5	8	80.0	18.5	15	93.8	31.4	5	55.6	32.1	8	72.7	24.4	120	64.5	36.5
	b	45	51.1		11	21.2		2	20.0		1	6.3		4	44.4		3	27.3		66	35.5	
Balık* [¶]	a	40	44.9	38.5	39	69.6	55.4	11	91.7	22.2	13	86.7	29.4	6	54.5	39.3	12	80.0	33.3	121	61.1	38.8
	b	49	55.1		17	30.4		1	8.3		2	13.3		5	45.5		3	20.0		77	38.9	
Soğuk Yoğurtlu Çorba* [¶]	a	22	33.8	28.1	40	78.4	50.5	8	88.9	16.7	12	92.3	25.5	6	60.0	35.7	9	69.2	28.9	97	60.2	31.6
	b	43	66.2		11	21.6		1	11.1		1	7.7		4	40.0		4	30.8		64	39.8	

a: Beğenen b: Beğenmeyen

* p< 0.05 (Beğenme durumu)

¶ p< 0.05 (İçme durumu)

Genel örneklemede olduğu gibi değişkenlere göre de (milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum, Türkiye'ye geliş sayısı) içilen çorba çeşitleri arasında domates çorbası ilk sırayı almıştır.

En az içilen çorba milliyetlere göre değerlendirildiği zaman; İngilizlerde işkembe (%23.8), Almanlarda ve Ruslarda (%37.6, %21.6) düğün, Fransızlarda tavuk ve mantar (%13.0), Flemenklerde sebze (%28.6), diğer ülkelerde ise paça (%17.8) çorbalarıdır.

Milliyetlere göre çorbaların beğenilme durumu çizelge 4.18'den incelendiği zaman Fransız (%100.0), Flemenk (%95.2) ve Almanlarda (%93.1), İngiliz (%92.3), Rus (%84.4) ve diğer ülkelerde (%90.0) domates çorbasının beğenilme oranı diğer çorbalardan yüksektir. Fransızlarda yayla çorbası içenlerin tamamının beğendiği belirlenmiştir.

Düğün çorbası hariç diğer çorbaları içme durumu ile yayla, sebze, paça, şehriye, balık, soğuk yoğurtlu çorbaları beğenme durumunun milliyete göre değişme durumu istatistiksel olarak önemlidir ($p<0.05$).

Çizelge 4.19'da turistlerin içtikleri ve beğendikleri çorba çeşitlerinin cinsiyetlere göre dağılımı verilmiştir.

En az içilen çorba her iki cinsiyette de düğün çorbasıdır. Beğenilen çorbalar incelendiği zaman hem erkeklerde hem de kadınlarda en çok beğenilen domates çorbasıdır (%95.4, %90.4). Beğenilmeme oranı en yüksek olan çorba her iki cinsiyette de paça çorbası (erkek %40.0, kadın %61.5) olup kadınlarda bu oran erkeklerden yüksektir. Yayla çorbası hariç (erkek %84.6, kadın %84.7) diğer çorbaların beğenilme oranının erkeklerde kadınlardan yüksek olduğu görülmektedir. İşkembe, mercimek, sebze, düğün, paça, tavuk, mantar çorbalarının beğenilme durumu cinsiyete göre farklılık gösterme durumu istatistiksel olarak önemlidir ($p<0.05$).

Çizelge 4.19 Turistlerin içtikleri ve beğendikleri çorba çeşitlerinin cinsiyete göre dağılımı (n:510)

Çorbalar		Erkek (n=210)			Kadın (n=300)		
		Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı
Domates	a	144	95.4	71.9	188	90.4	69.3
	b	7	4.6		20	9.6	
Yayla	a	88	84.6	49.5	122	84.7	48.0
	b	16	15.4		22	15.3	
Ezogelin	a	69	84.1	39.0	84	75.7	37.0
	b	13	15.9		27	24.3	
Tarhana	a	52	72.2	34.3	62	60.2	34.3
	b	20	27.8		41	39.8	
İşkembe*	a	37	62.7	28.1	41	45.6	30.0
	b	22	37.3		49	54.4	
Mercimek*	a	79	80.6	46.7	75	59.5	42.0
	b	19	19.4		51	40.5	
Sebze*	a	88	88.0	47.6	93	71.0	43.7
	b	12	12.0		38	29.0	
Düğün*	a	30	61.2	23.3	36	42.4	28.3
	b	19	38.8		49	57.6	
Paça*	a	36	60.0	28.6	35	38.5	30.3
	b	24	40.0		56	61.5	
Tavuk*	a	92	84.4	51.9	95	71.4	44.3
	b	17	15.6		38	28.6	
Mantar*	a	81	79.4	48.6	74	56.5	43.7
	b	21	20.6		57	43.5	
Şehriye	a	53	68.8	36.7	67	61.5	36.3
	b	24	31.2		42	38.5	
Balık	a	53	63.1	40.0	68	59.6	38.0
	b	31	36.9		46	40.4	
Soğuk Yoğurtlu Çorba	a	43	63.2	32.4	54	58.1	31.0
	b	25	36.8		39	41.9	

a: Beğenen

b: Beğenmeyen

* p< 0.05 (Beğenme durumu)

Türk mutfağında yer alan çorbaların yabancı turistler tarafından içilme ve beğenilme durumu yaşa göre çizelge 4.20'de verilmiştir. İçilme oranı en yüksek olan çorba bütün yaş gruplarında domates çorbasıdır (18-25 yaş %68.8, 26-35 yaş %80.0, 36-45 yaş %68.3, ≥46 yaş %64.8). İkinci sırada 18-25 yaş grubunda %47.3 ile mantar, 26-35 ve 36-45 yaş gruplarında yayla çorbası (%64.6, %52.8), 46 yaş ve üzeri grupta ise tavuk çorbası (%40.0) yer almıştır. Turistlerin Türk mutfağına ait çorbaları içme durumlarının

sebze ve mantar çorbalarında yaş grubuna göre istatistiksel olarak önemli olduğu belirlenmiştir ($p < 0.05$).

Çizelge 4.20 Turistlerin içtikleri ve beğendikleri çorba çeşitlerinin yaş grubuna göre dağılımı (n:510)

Çorbalar		18-25 Yaş (n=112)			26-35 Yaş (n=130)			36-45 Yaş (n=123)			46 + yaş (n=145)		
		Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı
Domates [¶]	a	71	92.2	68.8	95	91.3	80.0	80	95.2	68.3	86	91.5	64.8
	b	6	7.8		9	8.7		4	4.8		8	8.5	
Yayla [¶]	a	44	86.3	45.5	75	89.3	64.6	52	80.0	52.8	39	81.3	33.1
	b	7	13.7		9	10.7		13	20.0		9	18.8	
Ezogelin [¶]	a	26	78.8	29.5	58	79.5	56.2	46	83.6	44.7	23	71.9	22.1
	b	7	21.2		15	20.5		9	16.4		9	28.1	
Tarhana [¶]	a	27	71.1	33.9	31	55.4	43.1	36	67.9	43.1	20	71.4	19.3
	b	11	28.9		25	44.6		17	32.1		8	28.6	
İşkembe [¶]	a	16	55.2	25.9	21	42.0	38.5	26	57.8	36.6	15	60.0	17.2
	b	13	44.8		29	58.0		19	42.2		10	40.0	
Mercimek	a	31	66.0	42.0	40	58.8	52.3	39	72.2	43.9	44	80.0	37.9
	b	16	34.0		28	41.2		15	27.8		11	20.0	
Sebze* [¶]	a	36	73.5	43.8	52	69.3	57.7	42	77.8	43.9	51	96.2	36.6
	b	13	26.5		23	30.7		12	22.2		2	3.8	
Düğün [¶]	a	13	44.8	25.9	23	41.8	42.3	16	53.3	24.4	14	70.0	13.8
	b	16	55.2		32	58.2		14	46.7		6	30.0	
Paça [¶]	a	17	44.7	33.9	22	37.3	45.4	20	58.8	27.6	12	60.0	13.8
	b	21	55.3		37	62.7		14	41.2		8	40.0	
Tavuk [¶]	a	37	72.5	45.5	52	71.2	56.2	47	78.3	48.8	51	87.9	40.0
	b	14	27.5		21	28.8		13	21.7		7	12.1	
Mantar*	a	32	60.4	47.3	40	54.8	56.2	39	70.9	44.7	44	84.6	35.9
	b	21	39.6		33	45.2		16	29.1		8	15.4	
Şehriye [¶]	a	26	61.9	37.5	45	65.2	53.1	27	61.4	35.8	22	71.0	21.4
	b	16	38.1		24	34.8		17	38.6		9	29.0	
Balık [¶]	a	29	60.4	42.9	33	50.8	50.0	37	72.5	41.5	22	64.7	23.4
	b	19	39.6		32	49.2		14	27.5		12	35.3	
Soğuk Yoğurtlu Çorba [¶]	a	20	60.6	29.5	39	61.9	48.5	24	58.5	33.3	14	58.3	16.6
	b	13	39.4		24	38.1		17	41.5		10	41.7	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * $p < 0.05$ (Beğenme durumu) [¶] $p < 0.05$ (İçme durumu)

Yaş gruplarına göre çorba çeşitlerinin beğenilme durumu incelendiği ise; beğenilme oranı en yüksek olan çorbanın en büyük yaş grubunda sebze çorbası (%96.2), diğerlerinde domates çorbası (sırası ile %92.2, %91.3, %95.2) olduğu görülmektedir. Beğenilmeyen çorbalarda ise 18-25 yaş grubunda ilk sırayı benzer oranlarda paça (%55.3) ve düğün (%55.2), 26-35 yaş grubunda paça (%62.7), 36-45 yaş grubunda düğün (%46.7) çorbaları gibi et içeren çorbalar yer almıştır. En büyük yaş grubunda ise %41.7 oranla soğuk yoğurt çorbasının beğenilmeme oranı en yüksektir. Bununla

beraber %40.0 oranla işkembe ve paça çorbalarının ikinci sırada beğenilmeyen çorbalar olduğu da izelge 4.20'den görülebilir. Mercimek ve mantar çorbaları hariç diğer çorbaların beğenilme durumundaki değişikliğin yaş gruplarına göre istatistiksel olarak önemli olduğu yapılan khi kare analizi ile saptanmıştır ($p<0.05$).

Çizelge 4.21'de yabancı turistlerin içtikleri ve beğendikleri çorba çeşitlerinin medeni duruma göre dağılımını verilmiştir.

Çizelge incelendiğinde yine genel örnekleme benzer şekilde evli ve bekâr turistlerce en çok içilen çorbanın domates orbası olduğu görülmektedir (Bekâr %74.1, Evli %67.0). Bekâr ve evli turistlerin en az içtikleri çorba ise düğün çorbasıdır (Bekâr %33.7, Evli %19.5). Evli turistlerin en çok beğendiği (%94.4) orba domates, en az beğendiği (%50.8) işkembe çorbasıdır. Bekâr turistlerce en çok beğenilen (%90.6) yine domates orbası olup, en az beğenilen (%41.1) ise paça çorbasıdır. Yayla, ezogelin, tarhana, tavuk çorbalarının içilme; sebze, düğün, tavuk ve mantar çorbalarının beğenilme durumu ile medeni durum arasındaki ilişki istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($p<0.05$).

Çizelge 4.21 Turistlerin içtikleri ve beğendikleri çorba çeşitlerinin medeni duruma göre dağılımı (n:510)

Çorbalar		Bekar (n=243)			Evlili (n=267)		
		Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı
Domates	a	163	90.6	74.1	169	94.4	67.0
	b	17	9.4		10	5.6	
Yayla [¶]	a	114	83.8	56.0	96	85.7	41.9
	b	22	16.2		16	14.3	
Ezogelin [¶]	a	88	81.5	44.4	65	76.5	31.8
	b	20	18.5		20	23.5	
Tarhana [¶]	a	62	63.9	39.9	52	66.7	29.2
	b	35	36.1		26	33.3	
İşkembe [¶]	a	47	53.4	36.2	31	50.8	22.8
	b	41	46.6		30	49.2	
Mercimek	a	74	63.8	47.7	80	74.1	40.4
	b	42	36.2		28	25.9	
Sebze*	a	78	65.5	49.0	103	92.0	41.9
	b	41	34.5		9	8.0	
Düğün*	a	34	41.5	33.7	32	61.5	19.5
	b	48	58.5		20	38.5	
Paça	a	39	41.1	39.1	32	57.1	21.0
	b	56	58.9		24	42.9	
Tavuk* [¶]	a	87	70.7	50.6	100	84.0	44.6
	b	36	29.3		19	16.0	
Mantar*	a	69	56.1	50.6	86	78.2	41.2
	b	54	43.9		24	21.8	
Şehriye	a	64	62.1	42.4	56	67.5	31.1
	b	39	37.9		27	32.5	
Balık	a	67	60.4	45.7	54	62.1	32.6
	b	44	39.6		33	37.9	
Soğuk Yoğurtlu Çorba	a	57	59.4	39.5	40	61.5	24.3
	b	39	40.6		25	38.5	

a: Beğenen b: Beğenme* p< 0.05 (Beğenme durumu) ¶ p< 0.05 (İçme durumu)

Çizelge 4.22 Turistlerin içtikleri ve beğendikleri çorba çeşitlerinin Türkiye'ye gelme sayısına göre dağılımı (n:510)

Çorbalar		Birinci (n=212)			İkinci (n=90)			Üç ve üzeri (n=208)		
		Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı
Domates*¶	a	133	93.7	67.0	48	84.2	63.3	151	94.4	76.9
	b	9	6.3		9	15.8		9	5.6	
Yayla	a	89	84.8	49.5	31	88.6	38.9	90	83.3	51.9
	b	16	15.2		4	11.4		18	16.7	
Ezogelin¶	a	55	78.6	33.0	22	81.5	30.0	76	79.2	46.2
	b	15	21.4		5	18.5		20	20.8	
Tarhana*¶	a	49	77.8	29.7	18	78.3	25.6	47	52.8	42.8
	b	14	22.2		5	21.7		42	47.2	
İşkembe*¶	a	26	55.3	22.2	16	80.0	22.2	36	43.9	39.4
	b	21	44.7		4	20.0		46	56.1	
Mercimek*¶	a	59	75.6	36.8	27	84.4	35.6	68	59.6	54.8
	b	19	24.4		5	15.6		46	40.4	
Sebze*¶	a	54	87.1	29.2	35	92.1	42.2	92	70.2	63.0
	b	8	12.9		3	7.9		39	29.8	
Düğün*¶	a	22	55.0	18.9	15	78.9	21.1	29	38.7	36.1
	b	18	45.0		4	21.1		46	61.3	
Paça*¶	a	28	66.7	19.8	21	77.8	30.0	22	26.8	39.4
	b	14	33.3		6	22.2		60	73.2	
Tavuk¶	a	60	81.1	34.9	29	74.4	43.3	98	76.0	62.0
	b	14	18.9		10	25.6		31	24.0	
Mantar*¶	a	50	75.8	31.1	32	80.0	44.4	73	57.5	61.1
	b	16	24.2		8	20.0		54	42.5	
Şehriye¶	a	34	61.8	25.9	26	78.8	36.7	60	61.2	47.1
	b	21	38.2		7	21.2		38	38.8	
Balık¶	a	37	60.7	28.8	24	80.0	33.3	60	56.1	51.4
	b	24	39.3		6	20.0		47	43.9	
Soğuk Yoğurtlu Çorba¶	a	29	56.9	24.1	18	75.0	26.7	50	58.1	41.3
	b	22	43.1		6	25.0		36	41.9	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p < 0.05 (Beğenme durumu) ¶ p < 0.05 (İçme durumu)

Çizelge 4.22'den yabancı turistlerin ülkemize geliş sayılarına göre Türk mutfağındaki içtikleri ve beğendikleri çorba çeşitleri incelendiğinde; Türkiye'ye ilk (%67.0), ikinci (%63.3), üç ve daha fazla (%76.9) gelenlerin en çok içtikleri çorba domates çorbası olup, en az içtikleri çorbanın düğün çorbası olduğu belirlenmiştir (sırası ile %18.9, %21.0, %36.1). Türkiye'ye ilk ziyaretleri olanların en çok beğendikleri (%93.7) çorba domates çorbası, en az beğendikleri (%55.0) düğün çorbası; ikinci defa gelenlerin en çok beğendikleri (%92.1) sebze çorbası, en az beğendikleri (%74.4) tavuk çorbası; üç ve üçten fazla gelen yabancı turistlerin yine en çok beğendikleri çorba (%94.4) domates çorbası olup, en az beğenilen çorba ise (%26.8) paça çorbasıdır. Yayla çorbası hariç diğer tüm çorbaların içilme; domates, tarhana işkembe, mercimek, sebze, düğün, paça,

mantar çorbalarının beğenilme durumu ile Türkiye'ye geliş sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır ($p < 0.05$).

4.3.3.2 Turistlerin Türk mutfağına ait et yemeklerini duyma, tüketme ve beğenme durumları

Beslenmede önemli yeri olan gıdalardan biri de ettir. Ülkemizde dana, koyun ve kuzu etleri yaygın olarak kullanılmaktadır. Kanatlı ve deniz ürünleri daha sonra gelmektedir (Durlu-Özkaya 2008a). Türk mutfağındaki et yemekleri her zaman ana yemek niteliğindedir. Çevirmeler, kızartmalar, ızgaralar, tava yemekleri, kavurmalar, kebablar, tencere kebabları, yahniler, güveçler, sahan yemekleri, buğulamalar, kapamalar, haşlamalar, köfteler bu gruba girer. Et yemeklerinin çeşitliliği Türk mutfağının zenginliğinin en iyi göstergelerinden birisidir (Şavkay 1996).

Turistlerin et yemeklerini duyma, yeme ve beğenme durumları çizelge 4.23'te olduğu gibidir. Çizelgeden de görüldüğü gibi turistlerin "duydum" dediği et yemeklerinde ilk sırayı aynı oranla İskender kebab-Adana kebab (%82.7), son sırayı yine aynı oranla elbasan tava ve kağıt kebabı (%68.4) almıştır.

Çizelge 4.23 Turistlerin et yemeklerini duyma, tüketme ve beğenme durumları
(n:510)

Et Yemekleri	Yedi				Yiyen Genel		Duymadı		Yemedi	
	Beğendi		Beğenmedi							
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
İskender kebab	275	94.5	16	5.5	291	57.1	88	17.3	131	25.7
Adana kebab	269	92.4	22	7.6	291	57.1	88	17.3	131	25.7
Bahçivan kebab	134	76.6	41	23.4	175	34.3	145	28.4	190	37.3
Ciğer Sarma	76	46.6	87	53.4	163	32.0	145	28.4	202	39.6
Elbasan tava	93	55.7	74	44.3	167	32.7	161	31.6	182	35.7
Kaburga dolması	70	48.6	74	51.4	144	28.2	157	30.8	209	41.0
Kağıt kebabı	87	55.1	71	44.9	158	31.0	161	31.6	191	37.5
Kuzu kapama	88	55.0	72	45.0	160	31.4	156	30.6	194	38.0
Tas kebabı	163	75.5	53	24.5	216	42.4	145	28.4	149	29.2
Orman kebabı	125	74.9	42	25.1	167	32.7	153	30.0	190	37.3
Döner kebab	261	90.0	29	10.0	290	56.9	109	21.4	111	21.8
Saç kavurma	170	82.5	36	17.5	206	40.4	142	27.8	162	31.8
Izgara köfte	232	80.8	55	19.2	287	56.3	118	23.1	105	20.6
Şiş köfte	221	85.3	38	14.7	259	50.8	115	22.5	136	26.7
Kadınbudu köfte	154	78.2	43	21.8	197	38.6	132	25.9	181	35.5
İzmir köfte	172	80.0	43	20.0	215	42.2	142	27.8	153	30.0
Çiğ köfte	138	75.4	45	24.6	183	35.9	146	28.6	181	35.5
İçli köfte	135	75.0	45	25.0	180	35.3	142	27.8	188	36.9
Kelle. Paça	68	49.3	70	50.7	138	27.1	158	31.0	214	42.0
Kokoreç	84	55.3	68	44.7	152	29.8	145	28.4	213	41.8

Et yemekleri içinde tüketilme oranı en yüksek olanlar; aynı oranla (%57.1) İskender kebab ve Adana kebab, %56.9 oranı ile döner kebab, %56.3 oranı ile ızgara köftedir. Tüketilip beğenilmeyen et yemeklerinde ise ilk sırayı ciğer sarma (%53.4) almış; kaburga dolması (%51.4), kelle paça (%50.7) kuzu kapama (%45.0), kağıt kebabı (%44.9), kokoreç (%44.7) onu izlemiştir. En çok beğenilen et yemeği İskender kebab olup (%94.5), ikinci sırada Adana kebab (%92.4), üçüncü sırada döner kebab (%90.0) yer almıştır.

Akman'ın (1998) yaptığı araştırmada yabancı turistlerin Türk mutfağına ait yedikleri et yemeklerinde ilk sırayı %76.7 oranı ile döner kebabın aldığı, en az yenilenin ise %11.5 oranı ile içli köfte olduğu belirlenmiştir. Yiyenler tarafından en çok beğenilen et yemeğinin şiş kebab (%78.9), en az beğenilenin ise çiğ köfte (%47.8) olduğu saptanmıştır.

Akman ve Öney'in (2007) Muğla ve Alanya bölgelerinde 250 yabancı turist ile yaptığı diğer bir çalışmada en yüksek oranda yenen et yemeğinin döner kebab (%44.0) olduğu; ikinci sırada ise aynı oranı (%41.6) tavuk, şiş kebab ve tavuk dönerin geldiği belirlenmiştir.

Çizelge 4.24'te turistlerin Türk mutfağına ait herhangi bir et yemeğini yeme durumları milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre verilmiştir.

Araştırmaya katılan yabancı turistlerden Türk mutfağına ait et yemeklerinden herhangi birisini tüketenlerin milliyetlere göre dağılımı incelendiğinde sıralamanın; İngilizler (%87.4), Almanlar ve diğer ülkeler (%82.2), Flemenkler (%82.1), Fransızlar (%70.4), Ruslar (%64.7) olduğu görülmektedir. En az et yemeği tüketen ülkenin Ruslar olduğu saptanmıştır (%64.7). Et yemeğini yeme durumu ile milliyetler arasındaki farkların önemli olduğu bulunmuştur ($\chi^2=19.501$, $p<0.01$). Akman'ın (1998) yaptığı çalışmada ise en çok et yemeği tüketenlerde birinci sırayı İskandinav ülkeleri (%80.4), son sırayı ise Avrupa dışı ülkeleri (%62.9) almıştır.

Çizelge 4.24'te de görüldüğü gibi Türk mutfağına ait herhangi bir et yemeğini tüketen kadınların oranı %83.3 iken erkeklerde %79.0'dur. Aradaki fark istatistiksel olarak önemli değildir ($p>0.05$).

Akman (1998) yabancı turistlerden Türk mutfağına ait herhangi bir et yemeğini yiyen erkeklerin oranının (%75.5) kadınlardan (%66.5) yüksek olduğunu belirlemiştir.

Yaş grubuna göre değerlendirildiği zaman; yabancı turistlerden Türk mutfağına ait herhangi bir et yemeğini tüketenlerde en yüksek oran 36-45 yaş aralığındadır (%82.9). 46 ve üzeri yaş grubundakilerde bu oranın %82.8, 18-25 yaş grubunda %80.4, 26-35 yaş grubunda %80.0 olduğu saptanmıştır. Yapılan başka bir araştırma ise yabancı turistlerden Türk mutfağına ait herhangi bir et yemeğini tüketenlerde en yüksek oranı 26-35 yaş grubunda olduğu tespit edilmiştir (Akman 1998).

Turistlerin Türk mutfağına ait herhangi bir et yemeğini tüketme durumları medeni duruma göre incelendiğinde (çizelge 4.26); bekâr turistlerin %83.5'inin, evli turistlerin %79.8'inin Türk mutfağına ait herhangi bir et yemeğini yedikleri belirlenmiştir.

Yabancı turistlerin ülkemize geliş sayılarına göre Türk mutfağındaki herhangi bir et yemeğini yeme durumları değerlendirildiği zaman; Türkiye'ye ilk gelişi olanların %73.1'inin, ikinci defa gelenlerin %76.7'sinin, üç ve daha fazla gelenlerin %92.3'ünün et yemeği yedikleri görülmektedir. Yabancı turistlerin herhangi bir et yemeğini yeme geliş sayısına ($\chi^2=27.476$, $p<0.05$) göre istatistiksel olarak önemlidir.

Çizelge 4.24 Turistlerin Türk mutfağına ait herhangi bir et yemeğini yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı (n:510)

Demografik Özellikler	n	Yiyen (n=416)		Yemeyen (n=94)	
		Sayı	%	Sayı	%
Milliyet					
İngiliz	231	202	87.4	29	12.6
Alman	101	83	82.2	18	17.8
Fransız	54	38	70.4	16	29.6
Rus	51	33	64.7	18	35.3
Flemenk	28	23	82.1	5	17.9
Diğer	45	37	82.2	8	17.8
Cinsiyet			$\chi^2=19.501$	SD=5	p=0.002
Erkek	210	166	79.0	44	21.0
Kadın	300	250	83.3	50	16.7
Yaş Grubu (yıl)			$\chi^2=1.509$	SD=1	p=0.219
18-25	112	90	80.4	22	19.6
26-35	130	104	80.0	26	20.0
36-45	123	102	82.9	21	17.1
46 ve üzeri	145	120	82.8	25	17.2
Medeni durum			$\chi^2=0.610$	SD=3	p=0.894
Bekâr	243	203	83.5	40	16.5
Evli	267	213	79.8	54	20.2
Geliş sayısı			$\chi^2=1.199$	SD=1	p=0.274
Birinci	212	155	73.1	57	26.9
İkinci	90	69	76.7	21	23.3
Üç ve üzeri	208	192	92.3	16	7.7
			$\chi^2=27.476$	SD=2	p=0.000

Çizelge 4.25'ten genel örnekleme Türk mutfağına ait et yemeklerinden en çok tüketilenlerin aynı oranla İskender kebab (%57.1) ve Adana kebab (%57.1); en az tüketilenin kelle paça (%27.1) olduğu görülmektedir. Yabancı turistlerce en çok beğenilen et yemeğı İskender kebab (%94.5), en az beğenilen (%46.6) ise ciğer sarmadır.

Milliyete göre incelendiğı zaman (çizelge 4.25) yeme oranı en yüksek olan et yemeğı İngilizlerde (%68.8) ve diğerk ülkelerde (%62.2) döner kebab, Almanlarda İskender kebab (%68.3), Fransız (%59.3) ve Ruslarda (%41.2) Adana kebab; Flemenklerde aynı oranla (%57.1) Adana kebab, ızgara kebab ve şiş köftenin olduğu görülmektedir. Adana kebab, kaburga dolması, orman kebab, kokoreç hariç diğerk et yemeklerini beğenme durumu milliyete göre önemlidir ($p<0.05$).

Beğenilme oranı da en yüksek olan et yemeğı genel örnekleme olduğu gibi (%94.5), İngiliz (%95.5), Alman (%97.1), Fransız (%89.7) ve diğerk ülkelerde (%100.0) İskender kebab iken; Flemenklerde (%93.8) Adana kebabtır. Ruslarda ise şiş köfte, kadınbudu köfte, İzmir köfte ve içli köfteyi tüketenlerin tamamı (%100.0) beğendiklerini ifade etmişlerdir. Ruslarda Adana kebabın beğenilme oranı %95.2'dir. Diğerk ülkelerde tüketenlerin tamamının (%100.0) beğendiğı bir diğerk et yemeğı ise içli köftedir.

Beğenilmeme oranı en yüksek olan et yemeğı İngilizlerde (%57.1) ve diğerk ülkelerde (%36.4) ciğer sarma; Almanlarda (%57.1) ve Ruslarda (%66.7) elbasan tava olup, Flemenklerde aynı oranla (%50.0) tas kebabı ve çiğ köftedir. Tas kebabı, ızgara köfte, kuzu kapama ve içli köfteyi beğenme durumunun milliyetlere göre farklı olma durumunun istatistiksel olarak önemli olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$).

Çizelge 4.25 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri et yemeklerinin milliyete göre dağılımı (n:510)

Et Yemekleri	İngiliz (n=231)			Alman (n=101)			Fransız (n=54)			Rus (n=51)			Flemenk (n=28)			Diğer (n=45)			Genel (n=510)			
	Sayı	%	Oran	Sayı	%	Oran	Sayı	%	Oran	Sayı	%	Oran	Sayı	%	Oran	Sayı	%	Oran	Sayı	%	Oran	
İskender kebab [¶]	a	128	95.5	58.0	67	97.1	68.3	26	89.7	53.7	18	90.0	39.2	12	80.0	53.6	24	100	53.3	275	94.5	57.1
	b	6	4.5		2	2.9		3	10.3		2	10.0		3	20.0		3	20.0		16	5.5	
Adana kebab	a	120	93.0	55.8	63	92.6	67.3	27	84.4	59.3	20	95.2	41.2	15	93.8	57.1	24	96.0	55.6	269	92.4	57.1
	b	9	7.0		5	7.4		5	15.6		1	4.8		1	6.3		1	4.0		22	7.6	
Bahçıvan kebab [¶]	a	64	75.3	36.8	35	83.3	41.6	7	77.8	16.7	10	71.4	27.5	8	66.7	42.9	10	76.9	28.9	134	76.6	34.3
	b	21	24.7		7	16.7		2	22.2		4	28.6		4	33.3		3	23.1		41	23.4	
Ciğer Sarma [¶]	a	33	42.9	33.3	20	48.8	40.6	3	37.5	14.8	6	40.0	29.4	7	63.6	39.3	7	63.6	24.4	76	46.6	32.0
	b	44	57.1		21	51.2		5	62.5		9	60.0		4	36.4		4	36.4		87	53.4	
Elbasan tava [¶]	a	53	58.2	39.4	15	42.9	34.7	3	50.0	11.1	3	33.3	17.6	7	63.6	39.3	12	80.0	33.3	93	55.7	32.7
	b	38	41.8		20	57.1		3	50.0		6	66.7		4	36.4		3	20.0		74	44.3	
Kaburga dolması	a	30	43.5	29.9	15	45.5	32.7	4	57.1	13.0	5	38.5	25.5	6	60.0	35.7	10	83.3	26.7	70	48.6	28.2
	b	39	56.5		18	54.5		3	42.9		8	61.5		4	40.0		2	16.7		74	51.4	
Kağıt kebabı [¶]	a	44	50.6	37.7	15	51.7	28.7	4	50.0	14.8	6	54.5	21.6	8	72.7	39.3	10	83.3	26.7	87	55.1	31.0
	b	43	49.4		14	48.3		4	50.0		5	45.5		3	27.3		2	16.7		71	44.9	
Kuzu kapama ^{*¶}	a	35	44.3	34.2	22	59.5	36.6	4	50.0	14.8	7	63.6	21.6	7	63.6	39.3	13	92.9	31.1	88	55.0	31.4
	b	44	55.7		15	40.5		4	50.0		4	36.4		4	36.4		1	7.1		72	45.0	
Tas kebabı ^{*¶}	a	87	73.7	51.1	41	80.4	50.5	4	44.4	16.7	9	90.0	19.6	4	50.0	28.6	18	90.0	44.4	163	75.5	42.4
	b	31	26.3		10	19.6		5	55.6		1	10.0		4	50.0		2	10.0		53	24.5	
Orman kebabı	a	59	72.0	35.5	34	82.9	40.6	8	66.7	22.2	9	90.0	19.6	5	55.6	32.1	10	76.9	28.9	125	74.9	32.7
	b	23	28.0		7	17.1		4	33.3		1	10.0		4	44.4		3	23.1		42	25.1	
Döner kebab [¶]	a	144	90.6	68.8	57	90.5	62.4	5	71.4	13.0	17	89.5	37.3	11	78.6	50.0	27	96.4	62.2	261	90.0	56.9
	b	15	9.4		6	9.5		2	28.6		2	10.5		3	21.4		1	3.6		29	10.0	
Saç kavurma [¶]	a	88	78.6	48.5	46	92.0	49.5	4	57.1	13.0	10	90.9	21.6	8	72.7	39.3	14	93.3	33.3	170	82.5	40.4
	b	24	21.4		4	8.0		3	42.9		1	9.1		3	27.3		1	6.7		36	17.5	
Izgara köfte ^{*¶}	a	118	75.2	68.0	51	89.5	56.4	7	87.5	14.8	18	90.0	39.2	10	62.5	57.1	28	96.6	64.4	232	80.8	56.3
	b	39	24.8		6	10.5		1	12.5		2	10.0		6	37.5		1	3.4		55	19.2	
Şiş köfte [¶]	a	120	85.7	60.6	48	85.7	55.4	6	85.7	13.0	19	100	37.3	10	62.5	57.1	18	85.7	46.7	221	85.3	50.8
	b	20	14.3		8	14.3		1	14.3		-	-		6	37.5		3	14.3		38	14.7	
Kadınbudu köfte [¶]	a	70	73.7	41.1	43	79.6	53.5	6	85.7	13.0	13	100	25.5	8	66.7	42.9	14	87.5	35.6	154	78.2	38.6
	b	25	26.3		11	20.4		1	14.3		-	-		4	33.3		2	12.5		43	21.8	
İzmir köfte [¶]	a	94	78.3	51.9	36	78.3	45.5	6	85.7	13.0	12	100	23.5	8	66.7	42.9	16	88.9	40.0	172	80.0	42.2
	b	26	21.7		10	21.7		1	14.3		-	-		4	33.3		2	11.1		43	20.0	
Çiğ köfte [¶]	a	70	72.9	41.6	33	82.5	39.6	6	85.7	13.0	11	91.7	23.5	6	50.0	42.9	12	75.0	35.6	138	75.4	35.9
	b	26	27.1		7	17.5		1	14.3		1	8.3		6	50.0		4	25.0		45	24.6	
İçli köfte ^{*¶}	a	57	67.1	36.8	36	80.0	44.6	5	62.5	14.8	15	100	29.4	8	61.5	46.4	14	100	31.1	135	75.0	35.3
	b	28	32.9		9	20.0		3	37.5		-	-		5	38.5		-	-		45	25.0	
Kelle, paça [¶]	a	30	46.2	28.1	18	47.4	37.6	2	25.0	14.8	5	45.5	21.6	7	100	25.0	6	66.7	20.0	68	49.3	27.1
	b	35	53.8		20	52.6		6	75.0		6	54.5		-	-		3	33.3		70	50.7	
Kokoreç	a	41	56.2	31.6	17	47.2	35.6	3	37.5	14.8	7	53.8	25.5	8	80.0	35.7	8	66.7	26.7	84	55.3	29.8
	b	32	43.8		19	52.8		5	62.5		6	46.2		2	20.0		4	33.3		68	44.7	

Çizelge 4.26'da cinsiyete göre turistlerin yedikleri ve beğendikleri et yemekleri verilmiştir. Erkekler tarafından en çok tüketilen et yemeklerinde ilk sırada İskender kebab (%60.5), ikinci sırada döner kebab (%59.0), üçüncü sırada ızgara köfte (%57.1) yer almış iken; kadınlar tarafından en çok tüketilen olan Adana kebabı (%57.7), ızgara köfte, (%55.7), döner kebab (%55.3) izlemiştir. En az tüketilen et yemeği her iki cinsiyette de kelle paçadır (erkek %21.4 kadın %31.0).

Beğenilme durumu en yüksek olan et yemeği hem erkeklerde hem kadınlarda İskender kebaptır (%94.5). İkinci sırada erkeklerde Adana kebab (%94.1), kadınlarda döner kebab (%91.6); üçüncü sırada erkeklerde döner kebab (87.9), kadınlarda Adana kebab (%91.3) yer almıştır.

Kelle paça ve kaburga dolmasını yeme, bahçıvan kebabını beğenme durumu arasındaki farklar cinsiyete göre istatistiksel olarak önemlidir ($p < 0.05$).

Çizelge 4.26 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri et yemeklerinin cinsiyete göre dağılımı (n:510)

Et Yemekleri		Erkek (n=210)			Kadın (n=300)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
İskender kebab	a	120	94.5	60.5	155	94.5	54.7
	b	7	5.5		9	5.5	
Adana kebab	a	111	94.1	56.2	158	91.3	57.7
	b	7	5.9		15	8.7	
Bahçıvan kebab *	a	58	85.3	32.4	76	71.0	35.7
	b	10	14.7		31	29.0	
Ciğer Sarma	a	29	48.3	28.6	47	45.6	34.3
	b	31	51.7		56	54.4	
Elbasan tava	a	41	61.2	31.9	52	52.0	33.3
	b	26	38.8		48	48.0	
Kaburga dolması ¶	a	26	54.2	22.9	44	45.8	32.0
	b	22	45.8		52	54.2	
Kağıt kebabı	a	34	57.6	28.1	53	53.5	33.0
	b	25	42.4		46	46.5	
Kuzu kapama	a	41	63.1	31.0	47	49.5	31.7
	b	24	36.9		48	50.5	
Tas kebabı	a	69	79.3	41.4	94	72.9	43.0
	b	18	20.7		35	27.1	
Orman kebabı	a	50	74.6	31.9	75	75.0	33.3
	b	17	25.4		25	25.0	
Döner kebab	a	109	87.9	59.0	152	91.6	55.3
	b	15	12.1		14	8.4	
Saç kavurma	a	73	81.1	42.9	97	83.6	38.7
	b	17	18.9		19	16.4	
Izgara köfte	a	98	81.7	57.1	134	80.2	55.7
	b	22	18.3		33	19.8	
Şiş köfte	a	95	85.6	52.9	126	85.1	49.3
	b	16	14.4		22	14.9	
Kadınbudu köfte	a	59	76.6	36.7	95	79.2	40.0
	b	18	23.4		25	20.8	
İzmir köfte	a	66	75.9	41.4	106	82.8	42.7
	b	21	24.1		22	17.2	
Çiğ köfte	a	56	72.7	36.7	82	77.4	35.3
	b	21	27.3		24	22.6	
İçli köfte	a	51	73.9	32.9	84	75.7	37.0
	b	18	26.1		27	24.3	
Kelle, paça ¶	a	20	44.4	21.4	48	51.6	31.0
	b	25	55.6		45	48.4	
Kokoreç	a	30	56.6	25.2	54	54.5	33.0
	b	23	43.4		45	45.5	

a: Beğenen

b: Beğenmeyen

* p<0.05 (Beğenme durumu)

¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Çizelge 4.27’de yabancı turistlerin yedikleri ve beğendikleri et yemekleri çeşitleri yaş gruplarına göre verilmiştir.

Çizelgeden de görüldüğü gibi 26-35 (%66.2) ve 46 ve üzeri yaş grubundaki turistler tarafından yeme oranı en yüksek olan et yemeği İskender kebab; 18-25 yaş grubunda ızgara köfte (%65.2), 36-45 yaş grubunda ise Adana kebaptır (%65.0). Tüketilme oranı en düşük olan et yemeklerinin bütün yaş gruplarında farklı olduğu belirlenmiştir [18-25 yaş elbasan tava (%28.6), 26-35 yaş kağıt kebabı (%34.6), 36-45 yaş kelle paça (%26.8), 46 ve üzeri aynı oranla kelle paça ve kokoreç (%11.0)].

Tüketilen et yemeklerinin yaş grubuna göre beğenilme durumuna bakıldığı zaman en küçük (%100.0) ve en büyük (%98.5) yaş gruplarında İskender kebabın beğenilme oranı en yüksekken; 26-35 yaş grubunda döner kebab (%93.7), 36-45 yaş grubunda ise Adana kebabın (%95.0) beğenilme oranları en yüksektir.

Elbasan tava, tas kebabı, kağıt kebabı hariç diğer et yemeklerinin yenme durumu; İskender kebab, Adana kebab, ciğer sarma, elbasan tava, kaburga dolması, kağıt kebabı, kuzu kapama ve kokorecin beğenilme durumu arasındaki farkların yaş grubuna göre istatistiksel olarak önemli olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$).

Akman’ın (1998) yabancı turistler üzerine yaptığı bir araştırmada en çok yenilen et yemeğinin, 18-25 ve 26-35 yaş gruplarında döner kebab; 36-45 yaş grubunda şiş kebab olduğu belirlenmiştir. Aynı çalışmada en çok beğenilen et yemekleri yaş gruplarına göre sırası ile Adana kebab (%97.6), şiş kebab (%87.5) ve içli köftedir (%90.5).

Çizelge 4.27 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri et yemeklerinin yaş grubuna göre dağılımı (n:510)

Et Yemekleri		18-25 Yaş (n=112)			26-35 Yaş (n=130)			36-45 Yaş (n=123)			46 + yaş (n=145)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
İskender kebab * ¶	a	65	100	58.0	76	88.4	66.2	67	93.1	58.5	67	98.5	46.9
	b	-	-		10	11.6		5	6.9		1	1.5	
Adana kebab * ¶	a	57	95.0	53.6	72	84.7	65.4	76	95.0	65.0	64	97.0	45.5
	b	3	5.0		13	15.3		4	5.0		2	3.0	
Bahçıvan kebab ¶	a	30	71.4	37.5	42	71.2	45.4	38	82.6	37.4	24	85.7	19.3
	b	12	28.6		17	28.8		8	17.4		4	14.3	
Çiğer Sarma * ¶	a	18	41.9	38.4	15	28.3	40.8	23	56.1	33.3	20	76.9	17.9
	b	25	58.1		38	71.7		18	43.9		6	23.1	
Elbasan tava *	a	11	34.4	28.6	23	45.1	39.2	23	53.5	35.0	36	87.8	28.3
	b	21	65.6		28	54.9		20	46.5		5	12.2	
Kaburga dolması * ¶	a	11	34.4	28.6	17	35.4	36.9	23	59.0	31.7	19	76.0	17.2
	b	21	65.6		31	64.6		16	41.0		6	24.0	
Kağıt kebabı *	a	15	42.9	31.3	17	37.8	34.6	27	64.3	34.1	28	77.8	24.8
	b	20	57.1		28	62.2		15	35.7		8	22.2	
Kuzu kapama * ¶	a	17	45.9	33.0	24	46.2	40.0	21	55.3	30.9	26	78.8	22.8
	b	20	54.1		28	53.8		17	44.7		7	21.2	
Tas kebabı	a	27	61.4	39.3	47	75.8	47.7	45	78.9	46.3	44	83.0	36.6
	b	17	38.6		15	24.2		12	21.1		9	17.0	
Orman kebabı ¶	a	27	69.2	34.8	44	80.0	42.3	34	70.8	39.0	20	80.0	17.2
	b	12	30.8		11	20.0		14	29.2		5	20.0	
Döner kebab ¶	a	60	88.2	60.7	74	93.7	60.8	66	86.8	61.8	61	91.0	46.2
	b	8	11.8		5	6.3		10	13.2		6	9.0	
Saç kavurma ¶	a	38	82.6	41.1	53	84.1	48.5	45	78.9	46.3	34	85.0	27.6
	b	8	17.4		10	15.9		12	21.1		6	15.0	
Izgara köfte ¶	a	56	76.7	65.2	63	82.9	58.5	59	80.8	59.3	54	83.1	44.8
	b	17	23.3		13	17.1		14	19.2		11	16.9	
Şiş köfte ¶	a	53	82.8	57.1	69	93.2	56.9	50	79.4	51.2	49	84.5	40.0
	b	11	17.2		5	6.8		13	20.6		9	15.5	
Kadınbudu köfte ¶	a	36	78.3	41.1	51	81.0	48.5	39	72.2	43.9	28	82.4	23.4
	b	10	21.7		12	19.0		15	27.8		6	17.6	
İzmir köfte ¶	a	38	76.0	44.6	53	84.1	48.5	45	77.6	47.2	36	81.8	30.3
	b	12	24.0		10	15.9		13	22.4		8	18.2	
Çiğ köfte ¶	a	35	81.4	38.4	46	75.4	46.9	28	65.1	35.0	29	80.6	24.8
	b	8	18.6		15	24.6		15	34.9		7	19.4	
İçli köfte ¶	a	32	76.2	37.5	43	72.9	45.4	33	68.8	39.0	27	87.1	21.4
	b	10	23.8		16	27.1		15	31.3		4	12.9	
Kelle paça ¶	a	17	45.9	33.0	26	50.0	40.0	16	48.5	26.8	9	56.3	11.0
	b	20	54.1		26	50.0		17	51.5		7	43.8	
Kokoreç * ¶	a	26	63.4	36.6	31	54.4	43.8	14	36.8	30.9	13	81.3	11.0
	b	15	36.6		26	45.6		24	63.2		3	18.8	

a: Beğenen

b: Beğenmeyen

* p<0.05 (Beğenme durumu)

¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Çizelge 4.28’de yabancı turistlerin yedikleri ve beğendikleri et yemekleri çeşitleri medeni durumlara göre verilmiştir.

Çizelge 4.28 incelendiğinde; bekâr turistlerce en çok tüketilen et yemeklerinde ilk sırada ızgara köftenin (%64.2), ikinci sırada döner kebab (%63.4), üçüncü sırada İskender kebabın (%63.0) olduğu görülmektedir. Bekâr turistlerce en az tüketilen kaburga dolmasıdır (%34.6). Bekâr turistlerce en çok beğenilen İskender kebab (%93.5) ve Adana kebab (%90.5), en az beğenilen ise kaburga dolmasıdır (%31.0). Evli turistlerin en çok tükettiği et yemeklerinde ilk üç sırada Adana kebab (%53.6), İskender kebab (%51.7) ve döner kebab (%50.9) yer almıştır. Tüketilme oranı en düşük et yemeğinin ise kelle paça (%18.7) olduğu belirlenmiştir. Evli turistlerin en çok beğendiği et yemeklerinin sırası ile İskender kebab (%95.7), Adana kebab (%94.4), döner kebab (%91.2); en az beğendiklerinin ise kelle paça olduğu tespit edilmiştir (%54.0).

Adana kebab, tas kebabı ve saç kavurma hariç diğer et yemeklerinin yenme; ciğer sarma, elbasan tava, kaburga dolması, kuzu kapama, tas kebabının beğenilme durumunun yabancı turistlerin medeni durumuna göre farklılık gösterdiği yapılan khi kare analizi ile belirlenmiştir ($p<0.05$).

Çizelge 4.28 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri et yemeklerinin medeni duruma göre dağılımı (n:510)

Et Yemekleri		Bekar (n=243)			Evli (n=267)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
İskender kebab ¶	a	143	93.5	63.0	132	95.7	51.7
	b	10	6.5		6	4.3	
Adana kebab	a	134	90.5	60.9	135	94.4	53.6
	b	14	9.5		8	5.6	
Bahçivan kebab ¶	a	71	72.4	40.3	63	81.8	28.8
	b	27	27.6		14	18.2	
Ciğer sarma * ¶	a	33	34.0	39.9	43	65.2	24.7
	b	64	66.0		23	34.8	
Elbasan tava * ¶	a	34	37.8	37.0	59	76.6	28.8
	b	56	62.2		18	23.4	
Kaburga dolması * ¶	a	26	31.0	34.6	44	73.3	22.5
	b	58	69.0		16	26.7	
Kağıt kebabı ¶	a	34	40.0	35.0	53	72.6	27.3
	b	51	60.0		20	27.4	
Kuzu kapama * ¶	a	35	39.8	36.2	53	73.6	27.0
	b	53	60.2		19	26.4	
Tas kebabı *	a	76	69.7	44.9	87	81.3	40.1
	b	33	30.3		20	18.7	
Orman kebabı ¶	a	68	71.6	39.1	57	79.2	27.0
	b	27	28.4		15	20.8	
Döner kebab ¶	a	137	89.0	63.4	124	91.2	50.9
	b	17	11.0		12	8.8	
Saç kavurma	a	88	80.7	44.9	82	84.5	36.3
	b	21	19.3		15	15.5	
Izgara köfte ¶	a	124	79.5	64.2	108	82.4	49.1
	b	32	20.5		23	17.6	
Şiş köfte ¶	a	120	87.6	56.4	101	82.8	45.7
	b	17	12.4		21	17.2	
Kadınbudu köfte ¶	a	91	82.7	45.3	63	72.4	32.6
	b	19	17.3		24	27.6	
İzmir köfte ¶	a	99	81.8	49.8	73	77.7	35.2
	b	22	18.2		21	22.3	
Çiğ köfte ¶	a	81	77.1	43.2	57	73.1	29.2
	b	24	22.9		21	26.9	
İçli köfte ¶	a	86	77.5	45.7	49	71.0	25.8
	b	25	22.5		20	29.0	
Kelle paça ¶	a	41	46.6	36.2	27	54.0	18.7
	b	47	53.4		23	46.0	
Kokoreç ¶	a	53	55.8	39.1	31	54.4	21.3
	b	42	44.2		26	45.6	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p < 0.05 (Beğenme durumu) ¶ p < 0.05 (Yeme durumu)

Turistlerin yedikleri ve beğendikleri et yemekleri Türkiye'ye geliş sayılarına göre Çizelge 4.29'da verilmiştir. Tüketilme oranı en yüksek olan et yemeği ülkemize ilk gelişi olanlarda Adana kebab (%55.2), ikinci gelişi olanlarda İskender kebab (%53.3), üçüncü kez ve daha fazla gelişi olanlarda ızgara köfte (%76.9); İkinciler aynı sıra ile İskender kebab (%53.3), ızgara köfte (%46.7), döner kebaptır (%76.0).

Yenme oranı her üç grupta da en düşük olan kelle paça (%18.4, %20.0, %38.9) olmakla beraber; gelme sayısı çok olanlarda diğerlerinden yüksektir. İskender kebab hariç diğer yemeklerin yenme durumu Türkiye'ye geliş sayısına göre farklılık göstermektedir ($p<0.05$).

Türkiye'ye gelme sayısına göre yiyenlerin et yemeklerini beğenme durumu incelendiği zaman ise ilk ve üçüncü gelişi olanların en çok İskender kebabı (%94.7, %96.2), ikinci gelişi olanların döner kebabı (%93.3) en çok beğendikleri çizelge 4.31'den görülebilir. kağıt kebabı, döner kebab, ızgara köfte, saç kavurma, şiş köfte, kadınbudu köfte, İzmir köfte, çiğ köfte ve içli köftenin beğenilme durumu Türkiye'yi ziyaret etme sayısına göre istatistiksel olarak önemlidir ($p<0.05$).

Çizelge 4.29 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri et yemeklerinin Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı (n:510)

Et Yemekleri		Birinci (n=212)			İkinci (n=90)			Üç ve üzeri (n=208)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
İskender kebab	a	107	94.7	53.3	43	89.6	53.3	125	96.2	62.5
	b	6	5.3		5	10.4		5	3.8	
Adana kebab ¶	a	110	94.0	55.2	34	91.9	41.1	125	91.2	65.9
	b	7	6.0		3	8.1		12	8.8	
Bahçıvan kebab ¶	a	45	78.9	26.9	11	61.1	20.0	78	78.0	48.1
	b	12	21.1		7	38.9		22	22.0	
Ciğer Sarma * ¶	a	31	57.4	25.5	13	61.9	23.3	32	36.4	42.3
	b	23	42.6		8	38.1		56	63.6	
Elbasan tava ¶	a	27	58.7	21.7	14	60.9	25.6	52	53.1	47.1
	b	19	41.3		9	39.1		46	46.9	
Kaburga dolması * ¶	a	28	63.6	20.8	13	72.2	20.0	29	35.4	39.4
	b	16	36.4		5	27.8		53	64.6	
Kağıt kebabı * ¶	a	29	65.9	20.8	16	76.2	23.3	42	45.2	44.7
	b	15	34.1		5	23.8		51	54.8	
Kuzu kapama ¶	a	26	61.9	19.8	18	72.0	27.8	44	47.3	44.7
	b	16	38.1		7	28.0		49	52.7	
Tas kebabı ¶	a	38	71.7	25.0	33	82.5	44.4	92	74.8	59.1
	b	15	28.3		7	17.5		31	25.2	
Orman kebabı ¶	a	34	70.8	22.6	21	77.8	30.0	70	76.1	44.2
	b	14	29.2		6	22.2		22	23.9	
Döner kebab * ¶	a	72	82.8	41.0	42	93.3	50.0	147	93.0	76.0
	b	15	17.2		3	6.7		11	7.0	
Saç kavurma * ¶	a	39	70.9	25.9	24	77.4	34.4	107	89.2	57.7
	b	16	29.1		7	22.6		13	10.8	
Izgara köfte * ¶	a	61	71.8	40.1	31	73.8	46.7	140	87.5	76.9
	b	24	28.2		11	26.2		20	12.5	
Şiş köfte * ¶	a	56	70.9	37.3	32	82.1	43.3	133	94.3	67.8
	b	23	29.1		7	17.9		8	5.7	
Kadınbudu köfte * ¶	a	38	64.4	27.8	23	76.7	33.3	93	86.1	51.9
	b	21	35.6		7	23.3		15	13.9	
İzmir köfte * ¶	a	35	62.5	26.4	23	74.2	34.4	114	89.1	61.5
	b	21	37.5		8	25.8		14	10.9	
Çiğ köfte * ¶	a	28	56.0	23.6	22	81.5	30.0	88	83.0	51.0
	b	22	44.0		5	18.5		18	17.0	
İçli köfte * ¶	a	31	56.4	25.9	19	79.2	26.7	85	84.2	48.6
	b	24	43.6		5	20.8		16	15.8	
Kelle paça ¶	a	17	43.6	18.4	9	50.0	20.0	42	51.9	38.9
	b	22	56.4		9	50.0		39	48.1	
Kokoreç ¶	a	22	53.7	19.3	16	59.3	30.0	46	54.8	40.4
	b	19	46.3		11	40.7		38	45.2	

a: Beğenen

b: Beğenmeyen

* p < 0.05 (Beğenme durumu)

¶ p < 0.05 (Yeme durumu)

4.3.3.3 Turistlerin Türk mutfağına ait tavuk ve balık yemeklerini duyma, tüketme ve beğenme durumları

Tavuk ve hindi gibi kümes hayvanlarının etleri ile yapılan yemeklerin geleneksel Türk mutfağındaki yeri kırmızı etle yapılan yemeklerle karşılaştırıldığında biraz daha sınırlıdır ve daha az çeşitlilik gösterir. Ancak çorbası, kebabı, yahnisi, böreği, dolması, pilavı, özellikle Çerkez tavuğu ve ünlü tatlıları ile kümes hayvanları içinde özellikle tavuğun, mönüde ana yemek dışında da farklı şekilde servis edildiğini belirtmek gerekir (Şavkay 1996).

Akdeniz beslenme sisteminin ve günümüz mutfağının diğer bir karakteristik yönünü su ve ağırlıklı olarak da deniz ürünleri oluşturmaktadır. Orhun Abidelerinde anlatılan balık avları, tatlı su balıkçılığının Anadolu'dan önce de Türkler tarafından bilindiğini göstermektedir. Türk Mutfağında su ürünlerinin tüketimi, deniz ve akarsularımızın zengin olmasına rağmen düşüktür. Bu oran kıyı bölgelerimizde doğal olarak yükselmektedir (Gürsoy 1995, Özkaya vd. 2009a, Özkaya vd. 2009b)

Bazı kaynaklarda Türklerin balık etini çok fazla tüketmedikleri kaydedilse de 15. yüzyıla ait bir yemek kitabında, balık biryan, balık kavurma, balık sikkacı, sirkeli balık, tuzlu taze yayın balığı, sirkeli ve tahinli kuru balık kavurması, yoğurtlu kuru balık kavurması, sade kuru balık kavurması, kişnişli kuru balık kavurması, sirkeli ve hardallı kuru balık kavurması gibi balık yemeklerindeki çeşitlilik dikkat çekmektedir (Argunşah ve Çakır 2005).

Çizelge 4.30'da yabancı turistlerin herhangi bir tavuk ve balık yemeğini duyma, tüketme ve beğenme durumları verilmiştir.

Görüldüğü gibi turistlerin duymadıklarını söyledikleri tavuk yemeklerinde ilk sırayı tavuk dolması (%23.1) almış, iç pilavlı tavuk (%22.0), haşlama tavuk (%19.8) onu izlemiştir. Tavuk yemekleri içinde beğenilme oranı en yüksek olanlar; ızgara tavuk (%95.8) ve tavuk şiştir (%91.0). Tüketilip beğenilmeyen tavuk yemekleri arasında ise ilk sırayı tavuk dolması (%17.7) almıştır.

Çizelge 4.30 Turistlerin tavuk ve balık yemeklerini duyma, tüketme ve beğenme durumları (n:510)

Tavuk ve Balık Yemekleri	Yedi				Yiyen Genel		Duymadı		Yemedi	
	Beğendi		Beğenmedi							
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Tavuk Yemekleri										
Izgara tavuk	386	95.8	17	4.2	403	79.0	74	14.5	33	6.5
Haşlama tavuk	259	83.3	52	16.7	311	61.0	101	19.8	98	19.2
Tavuk şiş	314	91.0	31	9.0	345	67.6	95	18.6	70	13.7
Tavuk döner	313	88.2	42	11.8	355	6.6	91	17.8	64	12.5
İç pilavlı tavuk	259	84.6	47	15.4	306	60.0	112	22.0	92	18.0
Tavuk dolması	209	82.3	45	17.7	254	49.8	118	23.1	138	27.1
Balık Yemekleri										
Hamsi tava	118	56.7	90	43.3	208	40.8	132	25.9	170	33.3
Hamsi kuşu	90	47.1	101	52.9	191	37.5	134	26.3	185	36.3
Çiroz	108	53.7	93	46.3	201	39.4	146	28.6	163	32.0
Balık ızgara	253	80.8	60	19.2	313	61.4	91	17.8	106	20.8
Fırında balık	203	79.6	52	20.4	255	50.0	122	23.9	133	26.1
Kiremitte balık	155	73.5	56	26.5	211	41.4	135	26.5	164	32.2
Uskumru dolma	86	51.2	82	48.8	168	32.9	156	30.6	186	36.5

Çizelgeden balık yemekleri incelendiğinde turistlerin duymadıklarını söyledikleri balık yemeklerinde ise ilk sırayı uskumru dolma (%30.6) almıştır. Balık yemekleri içinde en çok beğenilen balık ızgara (%80.8), en az beğenilen ise yine uskumru dolmadır (%51.2). Tüketilip beğenilmeyen balık yemekleri içinde ilk sırayı hamsi kuşu (%52.9), ikinci sırayı uskumru dolma (%48.8) almıştır.

Çizelge 4.31’de turistlerin herhangi bir tavuk ve balık yemeğini yeme durumları verilmiştir.

Çizelge 4.31 Turistlerin herhangi bir tavuk yemeğini yeme durumlarının çeşitli değişkenlere göre dağılımı (n:510)

Değişkenler	n	Yiyen (n=451)		Yemeyen (n=59)	
		Sayı	%	Sayı	%
Milliyet					
İngiliz	231	210	90.9	21	9.1
Alman	101	94	93.1	7	6.9
Fransız	54	46	85.2	8	14.8
Rus	51	37	72.5	14	27.5
Flemenk	28	24	85.7	4	14.3
Diğer	45	40	88.9	5	11.1
Cinsiyet			$\chi^2=16.852$	SD=5	p=0.005
Erkek	210	185	88.1	25	11.9
Kadın	300	266	88.7	34	11.3
Yaş Grubu (Yıl)			$\chi^2=0.039$	SD=1	p=0.843
18-25	112	94	83.9	18	16.1
26-35	130	119	91.5	11	8.5
36-45	123	108	87.8	15	12.2
46 ve üzeri	145	130	89.7	15	10.3
Medeni durum			$\chi^2=3.706$	SD=3	p=0.295
Bekar	243	216	88.9	27	11.1
Evli	267	235	88.0	32	12.0
Geliş sayısı			$\chi^2=0.095$	SD=1	p=0.758
Birinci	212	178	84.0	34	16.0
İkinci	90	82	91.1	8	8.9
Üç ve üzeri	208	191	91.8	17	8.2
			$\chi^2=7.115$	SD=2	p=0.029

Çizelgeden görüldüğü gibi herhangi bir tavuk yemeğini yiyenlerde en yüksek oranı Almanlar (%93.1) son sırayı Ruslar (%72.5) almıştır. Milliyetlere göre dağılım istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($\chi^2=16.852$, $p<0.01$).

Yapılan bir çalışmada Türk mutfağına ait tavuk yemeklerinden herhangi birisini yiyenlerde; birinci sırada Avrupa dışı ülkeler (%91.4), son sırada ise Almanların (%35.2) olduğu belirlenmiştir (Akman 1998).

Cinsiyete göre incelendiği zaman Türk mutfağına ait herhangi bir tavuk yemeğini tüketen kadınların oranı %88.7, erkeklerin oranı %88.1'dir. Aradaki fark istatistiksel olarak önemli değildir ($p>0.05$).

Türk mutfağına ait bir tavuk yemeğini tüketenlerin oranı yaşa göre değerlendirildiği zaman 26-35 yaş grubunda (%91.5), medeni duruma göre bekar olanlarda (%88.9), Türkiye'ye geliş sayısına göre değerlendirildiği zaman üç ve daha fazla ülkemizi ziyaret edenlerde (%91.8) en yüksektir. Türkiye'ye geliş sayısına göre tavuk yemeğini tüketme durumu arasındaki fark istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($p<0.05$).

Herhangi bir balık yemeğini tüketen turistlerin oranı %71.3'tür. Akman'ın (1998) araştırmasında balık yemeklerine ait bulgular genel toplam üzerinden incelendiğinde; yabancı turistlerden herhangi bir balık yemeğinin yiyenlerin oranı %54.5 olarak belirlenmiş olup, bu çalışmada oldukça düşük bir değerdedir.

Çizelge 4.32'de çeşitli değişkenlere göre yabancı turistlerin herhangi bir balık yemeğini tüketme durumları verilmiştir. Görüldüğü gibi milliyetler içinde birinci sırayı Flemenkler (%78.6) son sırayı Fransızlar (%64.8) almıştır

Cinsiyete göre kadınlar (%76.0), yaşa göre 26-35 yaş grubunda olanlar(%81.5), medeni duruma göre bekâr olanlar (%72.0), Türkiye'ye geliş sayısına göre üç ve daha fazla ülkemizi ziyaret edenler (%79.3) balık yemeğini tüketenlerde en yüksek oranı almışlardır.

Yaş grubu ($p<0.01$), medeni durum ($p<0.05$) ve Türkiye'ye geliş sayısına göre ($p<0.01$) göre balık yemeklerini tüketme durumu istatistiksel olarak önemli bulunmuştur.

Çizelge 4.32 Turistlerin herhangi bir balık yemeğini yeme durumlarının çeşitli değişkenlere göre dağılımı (n:510)

Değişkenler	n	Yiyen (n=364)		Yemeyen (n=146)	
		Sayı	%	Sayı	%
Milliyet					
İngiliz	231	160	69.3	71	30.7
Alman	101	79	78.2	22	21.8
Fransız	54	35	64.8	19	35.2
Rus	51	35	68.6	16	31.4
Flemenk	28	22	78.6	6	21.4
Diğer	45	33	73.3	12	26.7
Cinsiyet			$\chi^2=4.938$	SD=5	p=0.423
Erkek	210	136	64.8	74	35.2
Kadın	300	228	76.0	72	24.0
Yaş Grubu (Yıl)			$\chi^2=7.636$	SD=1	p=0.006
18-25	112	75	67.0	37	33.0
26-35	130	106	81.5	24	18.5
36-45	123	83	67.5	40	32.5
46 ve üzeri	145	100	69.0	45	31.0
Medeni durum			$\chi^2=8.964$	SD=3	p=0.030
Bekar	243	175	72.0	68	28.0
Evli	267	189	70.8	78	29.2
Geliş sayısı			$\chi^2=0.094$	SD=1	p=0.759
Birinci	212	141	66.5	71	33.5
İkinci	90	58	64.4	32	35.6
Üç ve üzeri	208	165	79.3	43	20.7
			$\chi^2=11.009$	SD=2	p=0.004

Çizelge 4.33'te milliyete göre turistlerin tavuk ve balık yemeklerini yeme ve beğenme durumları verilmiştir. Yenme oranı en yüksek olan tavuk yemeği milliyetlere göre incelendiği zaman İngilizler (%82.7), Almanlar (%87.1), Fransızlar (%70.4), Flemenkler (%75.0) ve diğer ülkelerde (%84.4) ızgara tavuk iken; Ruslarda tavuk şiştir (%58.8). Tavuk yemeklerinin yenme durumu milliyete göre istatistiksel olarak önemlidir (p<0.05).

Milliyetlere göre tavuk yemeklerinin beğenilme durumu incelendiği zaman ise hepsinde ızgara tavuğun beğenilme oranı en yüksektir [İngiliz (%96.3), Alman (%94.3), Fransız (%97.4), Rus (%100), Flemenk (%95.2; diğer ülkeler (%92.1)] Rusların tamamının beğendiği başka bir tavuk yemeğinin de tavuk şiş olduğu görülmektedir (%100).

Tavuk şiş ve ızgara tavuk hariç diğer tavuk yemeklerinin beğenilme durumu milliyetlere göre istatistiksel olarak anlamlıdır ($p<0.05$).

Türk mutfağındaki balık yemeklerinden herhangi birini tüketen turistler genel toplam üzerinden incelendiğinde, en çok tüketilen balık ızgara (%61.4) en az tüketilen ise uskumru dolması (%32.9) olduğu görülmektedir. Genel toplam üzerinde yabancı turistlerin en çok beğendiği balık yemeğinin balık ızgara (%80.8), en az beğendiği balık yemeğinin ise hamsi kuşu (%47.1) olduğu saptanmıştır.

Almanlar (%72.3), diğer ülkeler (%64.4), İngilizler (%61.9), Ruslar (%60.8), Flemenkler (%60.7) tarafından tüketilme oranı en yüksek olan balık yemeğinin balık ızgara olduğu tespit edilmiştir (çizelge 4.35). Aynı çizelgeden İngilizlerin en çok beğendiğinin balık ızgara (%90.2), en az beğendiğinin hamsi kuşu (%33.3); Almanların en çok beğendiğinin kiremitte balık (%66.1), en az beğendiğinin hamsi kuşu (%48.4); diğer ülkelerin (%86.2) ve Fransızların (%80.0) en çok beğendiğinin balık ızgara, en az beğendiğinin uskumru dolma (Fransız %60.0, diğer ülkeler %38.5); Flemenklerin en çok beğendikleri balık yemeğinin hamsi tava (%80.0), en az beğendiklerinin çiroz(%50.0); Rusların en çok beğendikleri balık yemeğinin fırında balık (%90.0), en az beğendiğinin ise yine hamsi kuşu olduğu görülebilir. Balık yemeklerinin hepsinin beğenilmesinin milliyetlere göre farklılık gösterme durumu istatistiksel olarak da önemli bulunmuştur ($p<0.05$).

Çizelge 4.33 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tavuk ve balık yemeklerinin milliyete göre dağılımı (n:510)

Tavuk ve Balık Yemekleri			İngiliz (n=231)			Alman (n=101)			Fransız (n=54)			Rus (n=51)			Flemenk (n=28)			Diğer (n=45)			Genel (n=510)		
			Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
TAVUK	Izgara tavuk [¶]	a	184	96.3	82.7	83	94.3	87.1	37	97.4	70.4	27	100	52.9	20	95.2	75.0	35	92.1	84.4	386	95.8	79.0
		b	7	3.7		5	5.7		1	2.6		1	4.8		3	7.9		17	4.2				
	Haşlama tavuk ^{*¶}	a	106	80.3	57.1	77	90.6	84.2	27	93.1	53.7	18	90.0	39.2	13	76.5	60.7	18	64.3	62.2	259	83.3	61.0
		b	26	19.7		8	9.4		2	6.9		2	10.0		4	23.5		10	35.7		52	16.7	
	Tavuk şiş [¶]	a	151	90.4	72.3	77	92.8	82.2	18	94.7	35.2	30	100	58.8	12	75.0	57.1	26	86.7	66.7	314	91.0	67.6
		b	16	9.6		6	7.2		1	5.3		4	25.0		4	13.3		31	9.0				
	Tavuk döner ^{*¶}	a	149	89.8	71.9	78	88.6	87.1	19	95.0	37.0	26	89.7	56.9	11	57.9	67.9	30	90.9	73.3	313	88.2	69.6
		b	17	10.2		10	11.4		1	5.0		3	10.3		8	42.1		3	9.1		42	11.8	
	İç pilavlı tavuk ^{*¶}	a	130	88.4	63.6	62	81.6	75.2	13	86.7	27.8	18	94.7	37.3	8	47.1	60.7	28	87.5	71.1	259	84.6	60.0
		b	17	11.6		14	18.4		2	13.3		1	5.3		9	52.9		4	12.5		47	15.4	
	Tavuk dolması ^{*¶}	a	97	84.3	49.8	65	86.7	74.3	9	81.8	20.4	16	88.9	35.3	8	50.0	57.1	14	73.7	42.2	209	82.3	49.8
		b	18	15.7		10	13.3		2	18.2		2	11.1		8	50.0		5	26.3		45	17.7	
BALIK	Hamsi tava ^{*¶}	a	32	43.2	32.0	40	57.1	69.3	12	70.6	31.5	11	73.3	29.4	12	80.0	53.6	11	64.7	37.8	118	56.7	40.8
		b	42	56.8		30	42.9		5	29.4		4	26.7		3	20.0		6	35.3		90	43.3	
	Hamsi kuşu ^{*¶}	a	24	33.3	31.2	31	48.4	63.4	11	61.1	33.3	9	64.3	27.5	9	69.2	46.4	6	60.0	22.2	90	47.1	37.5
		b	48	66.7		33	51.6		7	38.9		5	35.7		4	30.8		4	40.0		101	52.9	
	Çiroz [¶]	a	40	47.6	36.4	30	50.8	58.4	11	73.3	27.8	10	66.7	29.4	6	50.0	42.9	11	68.8	35.6	108	53.7	39.4
		b	44	52.4		29	49.2		4	26.7		5	33.3		6	50.0		5	31.3		93	46.3	
	Balık ızgara ^{*¶}	a	129	90.2	61.9	48	65.8	72.3	16	80.0	37.0	25	80.6	60.8	10	58.8	60.7	25	86.2	64.4	253	80.8	61.4
		b	14	9.8		25	34.2		4	20.0		6	19.4		7	41.2		4	13.8		60	19.2	
	Fırında balık ^{*¶}	a	100	87.7	49.4	45	63.4	70.3	6	66.7	16.7	18	90.0	39.2	9	69.2	46.4	25	89.3	62.2	203	79.6	50.0
		b	14	12.3		26	36.6		3	33.3		2	10.0		4	30.8		3	10.7		52	20.4	
	Kiremitte balık [¶]	a	75	81.5	39.8	41	66.1	61.4	7	70.0	18.5	15	83.3	35.3	7	53.8	46.4	10	62.5	35.6	155	73.5	41.4
		b	17	18.5		21	33.9		3	30.0		3	16.7		6	46.2		6	37.5		56	26.5	
Uskumru dolma ^{*¶}	a	27	38.6	30.3	34	60.7	55.4	3	60.0	9.3	10	76.9	25.5	7	63.6	39.3	5	38.5	28.9	86	51.2	32.9	
	b	43	61.4		22	39.3		2	40.0		3	23.1		4	36.4		8	61.5		82	48.8		

a: Beğenen b: Beğenmeyen

* p < 0.05 (Beğenme durumu)

¶ p < 0.05 (Yeme durumu)

Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tavuk ve balık yemekleri cinsiyete göre çizelge 4.34'te olduğu gibidir. Yenme oranı en yüksek tavuk yemeği her iki cinsiyette de ızgara tavuk (erkek %78.1, kadın %79.7); balık yemeği ise ızgara balıktır (erkek %54.3, kadın %66.3). Tavuk yemeklerinin genellikle erkekler, balıkların ise kadınlar tarafından yenme oranları daha yüksektir. Tavuk döner ve balık ızgarayı yeme durumu ile balık ızgara, fırında balık ve kiremitte balığın beğenilme durumu cinsiyete göre değişmektedir ($p<0.05$).

Çizelge 4.34 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tavuk ve balık yemeklerinin cinsiyete göre dağılımı (n:510)

Tavuk ve Balık Yemekleri			Erkek (n=210)			Kadın (n=300)		
			Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
T A V U K	Izgara tavuk	a	157	95.7	78.1	229	95.8	79.7
		b	7	4.3		10	4.2	
	Haşlama tavuk	a	108	80.0	64.3	151	85.8	58.7
		b	27	20.0		25	14.2	
	Tavuk şiş	a	141	92.8	72.4	173	89.6	64.3
		b	11	7.2		20	10.4	
Tavuk döner ¶	a	137	87.3	74.8	176	88.9	66.0	
	b	20	12.7		22	11.1		
İç pilavlı tavuk	a	101	80.2	60.0	158	87.8	60.0	
	b	25	19.8		22	12.2		
Tavuk dolması	a	90	81.8	52.4	119	82.6	48.0	
	b	20	18.2		25	17.4		
B A L I K	Hamsi tava	a	49	59.8	39.0	69	54.8	42.0
		b	33	40.2		57	45.2	
	Hamsi kuşu	a	39	50.6	36.7	51	44.7	38.0
		b	38	49.4		63	55.3	
	Çiroz	a	42	52.5	38.1	66	54.5	40.3
		b	38	47.5		55	45.5	
	Balık ızgara *¶	a	85	74.6	54.3	168	84.4	66.3
		b	29	25.4		31	15.6	
	Fırında balık *	a	69	72.6	45.2	134	83.8	53.3
		b	26	27.4		26	16.3	
Kiremitte balık *	a	52	65.0	38.1	103	78.6	43.7	
	b	28	35.0		28	21.4		
Uskumru dolma	a	32	49.2	31.0	54	52.4	34.3	
	b	33	50.8		49	47.6		

a: Beğenen b: Beğenmeyen * $p<0.05$ (Beğenme durumu) ¶ $p<0.05$ (Yeme durumu)

Türk mutfağında yer alan tavuk yemeklerinin yabancı turistler tarafından yenme durumu yaşa göre çizelge 4.35’de olduğu gibidir. Yenme oranı en yüksek olan tavuk yemeği bütün yaş gruplarında ızgara tavuktur (18–25 yaş %73.2, 26–35 yaş %83.8, 36–45 yaş %78.9 ve ≥ 46 yaş %79.3). Türk mutfağına ait tavuk yemeklerinin yenme durumunun ızgara tavuk hariç diğer tavuk yemeklerinde yaş grubuna göre istatistiksel olarak önemli olduğu belirlenmiştir ($p < 0.05$).

Beğenilme durumu incelendiği zaman tüm yaş gruplarınca en çok beğenilenin de ızgara tavuk olduğu görülmektedir (18–25 yaş %93.9, 26–35 yaş %97.2, 36–45 yaş %95.9 ve ≥ 46 yaş %95.7).

Balık yemekleri incelendiği zaman tüm yaş gruplarınca yenme oranı en düşük olan balık yemeği ise uskumru dolma (18–25 yaş %30.4, 26–35 yaş %46.2, 36–45 yaş %33.3. ve ≥ 46 yaş %22.8), en yüksek olan ızgara balıktır (sırası ile %61.6, %71.5, %89.3, %53.8).

Çizelge 4.35’ten balık yemeklerinin beğenilme durumuna bakıldığı zaman; 18-25 yaş (%83.7) ve 26-35 yaş (%77.6) yaş gruplarında en çok beğenilen fırında balık; 36-45 yaş (%79.2) ve 46 ve üzeri yaş grubunda (%85.9) ızgara balık olduğu görülebilir.

Akman’ın (1998) yaptığı araştırmada yabancı turistlerden Türk mutfağına ait balık yemeklerinden herhangi birisini yiyenlerin en çok 18-25 yaş grubundaki turistler olduğu saptanmıştır (%57.1).

Hamsi tava ve çirozun beğenme; diğer tüm balık yemeklerinin yenme durumu ile yaş grupları arasındaki ilişki anlamlıdır ($p < 0.05$).

Çizelge 4.35 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tavuk ve balık yemeklerinin yaş grubuna göre dağılımı (n:510)

Tavuk ve Balık Yemekleri		18-25 Yaş (n=112)			26-35 Yaş (n=130)			36-45 Yaş (n=123)			46 + yaş (n=145)			
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	
T A V U K	Izgara tavuk	a	77	93.9	73.2	106	97.2	83.8	93	95.9	78.9	110	95.7	79.3
		b	5	6.1		3	2.8		4	4.1		5	4.3	
	Haşlama tavuk ¶	a	54	84.4	57.1	90	88.2	78.5	63	84.0	61.0	52	74.3	48.3
		b	10	15.6		12	11.8		12	16.0		18	25.7	
	Tavuk şiş ¶	a	65	89.0	65.2	95	93.1	78.5	77	90.6	69.1	77	90.6	58.6
		b	8	11.0		7	6.9		8	9.4		8	9.4	
Tavuk döner ¶	a	70	90.9	68.8	92	86.0	82.3	72	86.7	67.5	79	89.8	60.7	
	b	7	9.1		15	14.0		11	13.3		9	10.2		
İç pilavlı tavuk ¶	a	53	86.9	54.5	78	83.9	71.5	60	83.3	58.5	68	85.0	55.2	
	b	8	13.1		15	16.1		12	16.7		12	15.0		
Tavuk dolması ¶	a	45	83.3	48.2	70	87.5	61.5	48	81.4	48.0	46	75.4	42.1	
	b	9	16.7		10	12.5		11	18.6		15	24.6		
B A L I K	Hamsi tava * ¶	a	23	53.5	38.4	33	45.8	55.4	34	63.0	43.9	28	71.8	26.9
		b	20	46.5		39	54.2		20	37.0		11	28.2	
	Hamsi kuşu ¶	a	17	44.7	33.9	30	41.1	56.2	25	54.3	37.4	18	52.9	23.4
		b	21	55.3		43	58.9		21	45.7		16	47.1	
	Çiroz * ¶	a	15	42.9	31.3	30	40.5	56.9	36	72.0	40.7	27	64.3	29.0
		b	20	57.1		44	59.5		14	28.0		15	35.7	
	Balık ızgara ¶	a	56	81.2	61.6	72	77.4	71.5	58	79.5	59.3	67	85.9	53.8
	b	13	18.8		21	22.6		15	20.5		11	14.1		
Fırında balık ¶	a	41	83.7	43.8	66	77.6	65.4	49	77.8	51.2	47	81.0	40.0	
	b	8	16.3		19	22.4		14	22.2		11	19.0		
Kiremitte balık ¶	a	34	77.3	39.3	57	79.2	55.4	28	58.3	39.0	36	76.6	32.4	
	b	10	22.7		15	20.8		20	41.7		11	23.4		
Uskumru dolma ¶	a	14	41.2	30.4	32	53.3	46.2	22	53.7	33.3	18	54.5	22.8	
	b	20	58.8		28	46.7		19	46.3		15	45.5		

a: Beğenen

b: Beğenmeyen

* p< 0.05 (Beğenme durumu)

¶ p< 0.05 (Yeme durumu)

Çizelge 4.36'da yabancı turistlerin yedikleri ve beğendikleri tavuk ve balık yemekleri medeni duruma göre verilmiştir.

Çizelge 4.36 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tavuk ve balık yemekleri medeni durumuna göre dağılımı (n:510)

Tavuk ve Balık Yemekleri			Bekar (n=243)			Evli (n=267)		
			Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
T A V U K	Izgara tavuk	a	183	96.3	78.2	203	95.3	79.8
		b	7	3.7		10	4.7	
	Haşlama tavuk ¶	a	138	83.1	68.3	121	83.4	54.3
		b	28	16.9		24	16.6	
	Tavuk şiş ¶	a	163	92.1	72.8	151	89.9	62.9
		b	14	7.9		17	10.1	
	Tavuk döner ¶	a	162	89.5	74.5	151	86.8	65.2
		b	19	10.5		23	13.2	
	İç pilavlı tavuk	a	133	85.3	64.2	126	84.0	56.2
		b	23	14.7		24	16.0	
	Tavuk dolması * ¶	a	118	86.8	56.0	91	77.1	44.2
		b	18	13.2		27	22.9	
B A L I K	Hamsi tava * ¶	a	59	50.0	48.6	59	65.6	33.7
		b	59	50.0		31	34.4	
	Hamsi kuşu ¶	a	50	45.5	45.3	40	49.4	30.3
		b	60	54.5		41	50.6	
	Çiroz * ¶	a	51	46.4	45.3	57	62.6	34.1
		b	59	53.6		34	37.4	
	Balık ızgara	a	124	79.0	64.6	129	82.7	58.4
		b	33	21.0		27	17.3	
	Fırında balık	a	106	80.9	53.9	97	78.2	46.4
		b	25	19.1		27	21.8	
	Kiremitte balık ¶	a	87	76.3	46.9	68	70.1	36.3
		b	27	23.7		29	29.9	
Uskumru dolma ¶	a	50	51.0	40.3	36	51.4	26.2	
	b	48	49.0		34	48.6		

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p< 0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Çizelge incelendiğinde bekâr turistlerce en çok yenilen tavuk yemeğinin ızgara tavuk (%78.2), en az yenilenin ise tavuk dolması (%56.0) olduğu görülmektedir. Bekâr turistlerin en çok beğendiği tavuk yemeği ızgara tavuk (%96.3) olmakla beraber, en az beğendiği haşlama tavuk (%83.1) tur. Evli turistlerce en çok yenilen (%79.8) tavuk yemekleri bekârlarla (%44.2) benzer şekilde ızgara tavuk ve tavuk dolmasıdır. Evli

turistlerin en fazla beğendiği (%95.3) tavuk yemeği de ızgara tavuk (%95.3) iken, en az beğendikleri tavuk dolmasıdır (%77.1).

Haşlama tavuk, tavuk şiş, tavuk döner ve tavuk dolmasının yenme durumunun medeni duruma göre değiştiği belirlenmiştir ($p < 0.05$).

Yabancı turistlerin yedikleri ve beğendikleri balık yemek çeşitleri medeni duruma göre incelendiğinde; bekâr (%64.6) ve evli (%58.4) turistlerce yenme oranı en yüksek balık yemeğinin balık ızgara (%64.6, %58.4); en az olanın ise uskumru dolma (%40.3, %26.2); olduğu görülmektedir. Bekâr turistlerin en çok beğendiği balık yemeği fırında balık (%80.9) iken, evli turistlerin en çok beğendiği (%82.7) balık ızgaradır. Her iki durumda da hamsi kuşu en az beğenilendir (%45.5, %49.4).

Balık ızgara ve fırında balık hariç diğer tüm balık yemeklerinin yenme durumu ile medeni durum arasındaki ilişki önemli bulunmuştur ($p < 0.05$).

Çizelge 4.37’de yabancı turistlerin ülkemize geliş sayılarına göre Türk mutfağından yedikleri ve beğendikleri tavuk ve balık yemeği çeşitleri incelenmiştir.

Çizelgeden görüldüğü gibi Türkiye’ye ilk (%70.3), ikinci (%80.0), üçüncü ve daha fazla gelişi olanların (%87.5) en çok yediği tavuk ızgara, en az yediği ise tavuk dolmasıdır (%44.3, %46.7, %56.7). Haşlama tavuk hariç tüm tavuk yemeklerinin yenilme ve beğenilme durumunun Türkiye’ye geliş sayısına göre değişme durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır ($p < 0.05$).

Türkiye’ye ilk (%52.8), ikinci (%52.2), üç ve daha fazla kez gelenlerin (%74.0) en çok yediği balık yemeği balık ızgara, en az yediği ise uskumru dolmasıdır (%25.5, %24.4, %44.2).

En çok beğenilen balık yemekleri incelendiğinde ise Türkiye’ye birinci (%71.4), ikinci (%74.5) gelişi olanların en çok beğendikleri ızgara balık olup; fırında balık birinci (%66.2), hamsi kuşu (%74.2) ikinci gelenlerin en çok beğendiğidir. Türkiye’ye üç ve

daha fazla gelişi olanlarda ise beğenilme oranı en yüksek olma durumunu aynı oranla (%89.6) balık ızgara ve fırında balık paylaşmıştır. Kiremitte balığın beğenilme oranı ise %88.8'dir. Çiroz ve uskumru dolması hariç tüm balıkların yenme; hamsi tava, hamsi kuşu, balık ızgara, fırında balık, kiremitte balığın beğenilme durumu ile turistlerin Türkiye'ye gelişi sayısına göre değişmektedir ($p<0.05$).

Çizelge 4.37 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tavuk ve balık yemeklerinin Türkiye'ye gelişi sayısına göre dağılımı (n:510)

Tavuk ve Balık Yemekleri			Birinci (n=212)			İkinci (n=90)			Üç ve üzeri (n=208)		
			Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
T A V U K	Izgara tavuk *¶	a	142	95.3	70.3	63	87.5	80.0	181	99.5	87.5
		b	7	4.7		9	12.5		1	.5	
	Haşlama tavuk	a	107	83.6	60.4	43	75.4	63.3	109	86.5	60.6
		b	21	16.4		14	24.6		17	13.5	
	Tavuk şiş *¶	a	106	86.9	57.5	49	80.3	67.8	159	98.1	77.9
		b	16	13.1		12	19.7		3	1.9	
Tavuk döner *¶	a	105	84.0	59.0	52	76.5	75.6	156	96.3	77.9	
	b	20	16.0		16	23.5		6	3.7		
İç pilavlı tavuk *¶	a	70	69.3	47.6	47	81.0	64.4	142	96.6	70.7	
	b	31	30.7		11	19.0		5	3.4		
Tavuk dolması *¶	a	73	77.7	44.3	27	64.3	46.7	109	92.4	56.7	
	b	21	22.3		15	35.7		9	7.6		
B A L I K	Hamsi tava *¶	a	49	65.3	35.4	23	74.2	34.4	46	45.1	49.0
		b	26	34.7		8	25.8		56	54.9	
	Hamsi kuşu *¶	a	40	54.8	34.4	19	70.4	30.0	31	34.1	43.8
		b	33	45.2		8	29.6		60	65.9	
	Çiroz ¶	a	38	56.7	31.6	18	64.3	31.1	52	49.1	51.0
		b	29	43.3		10	35.7		54	50.9	
	Balık ızgara *¶	a	80	71.4	52.8	35	74.5	52.2	138	89.6	74.0
b		32	28.6		12	25.5		16	10.4		
Fırında balık *¶	a	51	66.2	36.3	31	72.1	47.8	121	89.6	64.9	
	b	26	33.8		12	27.9		14	10.4		
Kiremitte balık *¶	a	40	57.1	33.0	20	58.8	37.8	95	88.8	51.4	
	b	30	42.9		14	41.2		12	11.2		
Uskumru dolma	a	25	46.3	25.5	10	45.5	24.4	51	55.4	44.2	
	b	29	53.7		12	54.5		41	44.6		

a: Beğenen b: Beğenmeyen * $p<0.05$ (Beğenme durumu) ¶ $p<0.05$ (Yeme durumu)

4.3.3.4 Turistlerin Türk mutfağına ait etli sebze ve kurubaklagil yemeklerini duyma, tüketme ve beğenme durumları

Osmanlı sofraları ve Türk mutfağı et ve kıyma kullanılarak hazırlanan sebze yemeklerinde büyük bir zenginlik taşımaktadır (Durlu-Özkaya 2008a ve Durlu-Özkaya 2008b). Zeytinyağı yapılabilen baklagiller ise bakla, barbunya, kuru fasulye, mercimek, nohut ve bezelye olarak sayılabilir (Durlu-Özkaya 2008b). Baklagiller, özellikle fasülyeler ucuz protein kaynağı olduklarından “fakirin eti” diye nitelendirmişlerdir (Keleş, 2010). Türk mutfağı baklagil ve etli sebze yemekleri açısından son derece zengindir.

Çizelge 4.38’de turistlerin Türk mutfağına ait etli sebze ve kurubaklagil yemeklerini duyma, tüketme ve beğenme durumları gösterilmiştir. Turistlerin duymadıklarını ifade ettikleri etli sebze yemekleri içinde %30.8 ile bamya ilk sırada gelmiş; %27.5 ile kabak musakka, %26.9 ile güveç onu izlemiştir.

Etli sebze yemekleri içinde %66.3 oranı ile tüketilme oranı en yüksek patates yemeğı olup, taze fasulye (%60.4) ikinci sırada yer almıştır. En fazla beğenilen etli sebze yemeğinin güveç (%90.9) olduğu tespit edilmiştir. Turistlerin %30.8’i bamya’yı duymadıklarını, %30.0’u da yemediklerini ifade etmişlerdir. Araştırmaya katılan yabancı turistlerin yedikleri ve beğendikleri, Türk mutfağına ait kurubaklagil yemekleri incelendiğinde; en fazla beğenilen kurubaklagil yemeğinin zeytinyağılı barbunya (%85.4) olduğu görülmektedir. Turistlerin %34.5’i mercimekli köfte yemediğini, %25.9 ‘u ise duymadığını ifade etmiştir (çizelge 4.38).

Çizelge 4.38 Turistlerin Türk mutfağına ait etli sebze ve kurubaklagil yemeklerini duyma, tüketme ve beğenme durumları

Etli Sebze Yemekleri	Beğendi		Beğenmedi		Genel Yiyen		Duymadı		Yemedi	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Türlü	232	85.9	38	14.1	270	52.9	123	24.1	117	22.9
Karniyarık	240	89.6	28	10.4	268	52.5	120	23.5	122	23.9
Taze fasulye	271	88.0	37	12.0	308	60.4	118	23.1	84	16.5
Güveç	230	90.9	23	9.1	253	49.6	137	26.9	120	23.5
Bamya	164	82.0	36	18.0	200	39.2	157	30.8	153	30.0
Patates	307	90.8	31	9.2	338	66.3	106	20.8	66	12.9
Bezelye	266	89.6	31	10.4	297	58.2	126	24.7	87	17.1
Kabak musakka	201	86.3	32	13.7	233	45.7	140	27.5	137	26.9
Patlıcan musakka	205	85.4	35	14.6	240	47.1	127	24.9	143	28.0
Kurubaklagil yemekleri										
Etli kuru fasulye	169	74.1	59	25.9	228	44.7	123	24.1	159	31.2
Etli nohut	169	73.2	62	26.8	231	45.3	127	24.9	152	29.8
Zeytinyağlı barbunya	199	85.4	34	14.6	233	45.7	119	23.3	158	31.0
Mercimekli köfte	167	82.7	35	17.3	202	39.6	132	25.9	176	34.5

Çizelge 4.39’da yabancı turistlerin herhangi bir etli sebze yemeği yeme durumlarının çeşitli değişkenlere göre dağılımı verilmiştir. Görüldüğü gibi etli sebze yemeğini yiyenlerde ilk sırayı Almanlar (%88.1) son sırayı Ruslar (%47.1) almıştır. Milliyetlere göre dağılım istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($p<0.01$).

Cinsiyete göre incelendiği zaman Türk mutfağına ait herhangi bir etli sebze yemeği tüketen erkek turistlerin oranı %78.1, kadınların %74.0’tür ve aradaki fark istatistiksel olarak önemli değildir ($p>0.05$).

Türk mutfağına ait etli sebze yemeğini yiyenler yaşa göre değerlendirildiği zaman 26–35 yaş grubunda (%83.8), medeni duruma göre bekar olanlarda (%76.1), Türkiye’ye geliş sayısına göre üç ve daha fazla ülkemizi ziyaret edenlerde (%89.4) en yüksektir. Herhangi bir etli sebze yemeğini yemenin yaş ($p<0.05$) ve Türkiye’ye geliş sayısına göre değişme durumu istatistiksel olarak önemlidir ($p<0.01$).

Çizelge 4.39 Turistlerin herhangi bir etli sebze yemeğini yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı (n:510)

Değişkenler	n	Yiyen (n=386)		Yemeyen (n=124)	
		Sayı	%	Sayı	%
Milliyet					
İngiliz	231	190	82.3	41	17.7
Alman	101	89	88.1	12	11.9
Fransız	54	27	50.0	27	50.0
Rus	51	24	47.1	27	52.9
Flemenk	28	19	67.9	9	32.1
Diğer	45	37	82.2	8	17.8
		$\chi^2=57.944$		SD=5	p=0.000
Cinsiyet					
Erkek	210	164	78.1	46	21.9
Kadın	300	222	74.0	78	26.0
		$\chi^2=1.126$		SD=1	p=0.289
Yaş Grubu (Yıl)					
18-25	112	74	66.1	38	33.9
26-35	130	109	83.8	21	16.2
36-45	123	96	78.0	27	22.0
46 ve üzeri	145	107	73.8	38	26.2
		$\chi^2=10.986$		SD=3	p=0.012
Medeni durum					
Bekar	243	185	76.1	58	23.9
Evli	267	201	75.3	66	24.7
		$\chi^2=0.050$		SD=1	p=0.823
Geliş sayısı					
Birinci	212	134	63.2	78	36.8
İkinci	90	66	73.3	24	26.7
Üç ve üzeri	208	186	89.4	22	10.6
		$\chi^2=39.539$		SD=2	p=0.000

Çizelge 4.40'da yabancı turistlerin Türk mutfağına ait kurubaklagil yemeğini yeme durumları milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum, Türkiye'ye geliş sayısına durumlarına göre verilmiştir. Milliyete göre değerlendirildiğinde herhangi bir kurubaklagil yemeğini yiyenlerde ilk sırayı Almanlar (%83.2) son sırayı ise Ruslar (%35.3) almıştır. Milliyetlere göre kurubaklagil yeme durumu istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($\chi^2=57.944$, $p<0.01$).

Akman'ın (1998) çalışmasında yabancı turistlerden Türk mutfağına ait herhangi bir kurubaklagil yemeğini yiyenlerin milliyetlerine göre incelenmiş; birinci sırada Avrupa dışı ülkelerden gelenlerin (%77.1), son sırayı ise bu çalışmanın tersine Almanların (%41.8) aldığı belirlenmiştir.

Çizelge 4.40'dan da görüldüğü gibi bugüne kadar Türk mutfağına ait herhangi bir kurubaklagil yemeğini tüketen erkeklerin oranı %56.7, iken kadınlarda %52.7'dir.

Yapılan bir çalışmada yabancı turistlerden Türk mutfağına ait herhangi bir kurubaklagil yemeğini tüketen kadınların oranı %47.0, erkeklerin oranı %45.2 olarak belirlenmiştir (Akman 1998).

Yaşa göre değerlendirildiği zaman Türk mutfağına ait herhangi bir kurubaklagil yemeğini tüketenlerin oranı 26–35 yaş grubunda (%70.8), medeni duruma göre bekâr olanlarda (%56.4), Türkiye'ye geliş sayısına göre üç kez ve daha fazla ülkemizi ziyaret edenlerde (%63.0) en yüksektir. Yaşa ($\chi^2=10.986$, $p<0.01$) ve Türkiye'ye geliş sayısına göre ($\chi^2=39.539$, $p<0.01$) herhangi kurubaklagil yeme durumu arasındaki ilişki istatistiksel olarak önemli bulunmuştur.

Akman'ın (1998) çalışmasında kurubaklagil yemeğini en çok yiyen yaş grubunun 36-45 yaş grubu (%59.7) olduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 4.40 Turistlerin herhangi bir kurubaklagil yemeğini yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı (n:510)

Değişkenler	n	Yiyen (n=277)		Yemeyen (n=233)	
		Sayı	%	Sayı	%
Milliyet					
İngiliz	231	114	49.4	117	50.6
Alman	101	84	83.2	17	16.8
Fransız	54	20	37.0	34	63.0
Rus	51	18	35.3	33	64.7
Flemenk	28	12	42.9	16	57.1
Diğer	45	29	64.4	16	35.6
			$\chi^2=53.455$	SD=5	p=0.000
Cinsiyet					
Erkek	210	119	56.7	91	43.3
Kadın	300	158	52.7	142	47.3
			$\chi^2=0.797$	SD=1	p=0.372
Yaş Grubu (Yıl)					
18-25	112	56	50.0	56	50.0
26-35	130	92	70.8	38	29.2
36-45	123	71	57.7	52	42.3
46 ve üzeri	145	58	40.0	87	60.0
			$\chi^2=27.575$	SD=3	p=0.000
Medeni durum					
Bekar	243	137	56.4	106	43.6
Evli	267	140	52.4	127	47.6
			$\chi^2=0.798$	SD=1	p=0.372
Geliş sayısı					
Birinci	212	99	46.7	113	53.3
İkinci	90	47	52.2	43	47.8
Üç ve üzeri	208	131	63.0	77	37.0
			$\chi^2=11.410$	SD=2	p=0.003

Çizelge 4.41'de turistlerin Türk mutfağına ait herhangi bir etli sebze ve kurubaklagil yemeğini yeme ve beğenme durumları milliyetlere göre verilmiştir. Çizelge genel örneklem üzerinden incelendiğinde, Türk mutfağına ait etli sebze yemeklerinden en çok yenilen yemeğin etli patates yemeği (%66.3), en az yenilenin ise etli bamya (%39.2) olduğu tespit edilmiştir.

İngilizler (%73.6), Ruslar (%43.1), Flemenkler (%57.1) ve diğer ülkelerden (%80.0) gelen turistler tarafından yenme oranı en yüksek etli sebze yemeği patates yemeği iken, Almanlarda taze fasulye (%84.2), Fransızlarda türlü (%38.9) olarak belirlenmiştir. Flemenklerde %57.1 oranında patates yemeği ile birinciliği paylaşan etli taze fasulyedir.

Aynı çizelgeden etli sebze yemeklerinin beğenilme durumu incelendiği zaman; Fransız turistlerde kabak ve patlıcan musakka hariç diğer yemeklerin beğenilme oranı %100.0 olarak belirlenmiştir. Ruslarda da türlü ve karnıyarık da aynı durum söz konusudur. Almanlarda (%96.4) ve diğer ülkelerde (%95.7) türlü, İngilizlerde etli patatesi beğenenlerin oranı en yüksektir.

Genel örnekleme Türk mutfağına ait herhangi bir kurubaklagil yemeğini tüketen turistlerin en çok yedikleri kurubaklagil yemeğinin zeytinyağlı kurubaklagil yemeği (%45.7), en az yediklerinin mercimekli köfte (%39.6); en çok beğendiklerinin (%85.4) zeytinyağlı kurubaklagil yemeği, en az beğendiklerinin ise yine mercimekli köfte olduğu belirlenmiştir (çizelge 4.43).Yapılan başka bir çalışmada da yabancı turistlerin en çok yedikleri kurubaklagil yemeğinin etli kuru fasulye (%45.7) olduğu saptanmıştır (Akman 1998).

Milliyete göre ele alındığı zaman Ruslarda (%33.3) ve diğer ülkelerde yenme oranı en yüksek olan kurubaklagil yemeğinin genel örnekleme benzer şekilde zeytinyağlı kurubaklagil yemeği olduğu görülebilir. İngilizlerde ve Almanlarda etli nohutun yeme oranı en yüksek iken (%40.7, %81.2), Flemenklerde %42.9 ile etli kurufasulye etli nohut ve zeytinyağlının oranları aynıdır. Flemenkler hariç yenme oranı en düşük olan mercimekli köftedir. Flemenkler ve diğer ülkeler hariç zeytinyağlı kurubaklagil yemeğinin beğenilme oranı en yüksektir (İngilizler %81.7,Almanlar %97.4, Fransızlar %2.7, Ruslar %94.1). Flemenklerde etli kuru fasulyeyi yiyenlerin tamamı, etli nohutu yiyenlerin %91.7'si ise beğendiklerini ifade etmişlerdir.

Çizelge 4.41'de yer alan bütün etli sebze yemeklerini yeme ve beğenme durumunun milliyete göre değişmesi istatistiksel olarak önemlidir ($p<0.05$).

Tüm kurubaklagil yemeklerinin yeme ve beğenme durumunun milliyete göre değişme durumu istatistiksel olarak önemlidir ($p<0.05$).

Çizelge 4.41 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sebze ve kurubaklagil yemeklerinin milliyete göre dağılımı (n:510)

Etli Sebze ve Kurubaklagil Yemekleri			İngiliz (n=231)			Alman (n=101)			Fransız (n=54)			Rus (n=51)			Flemenk (n=28)			Diğer (n=45)			Genel (n=510)		
			Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
E T L İ S E B Z E	Türlü* [¶]	a	78	70.9	47.6	80	96.4	82.2	21	100	38.9	19	100	37.3	12	85.7	50.0	22	95.7	51.1	232	85.9	52.9
		b	32	29.1		3	3.6								2	14.3		1	4.3		38	14.1	
	Karnıyarık* [¶]	a	97	82.9	50.6	76	96.2	78.2	18	100	33.3	16	100	31.4	12	85.7	50.0	21	87.5	53.3	240	89.6	52.5
		b	20	17.1		3	3.8								2	14.3		3	12.5		28	10.4	
	Taze fasulye* [¶]	a	125	87.4	61.9	81	95.3	84.2	12	80.0	27.8	15	83.3	35.3	11	68.8	57.1	27	87.1	68.9	271	88.0	60.4
		b	18	12.6		4	4.7		3	20.0		3	16.7		5	31.3		4	12.9		37	12.0	
	Güveç* [¶]	a	109	91.6	51.5	76	96.2	78.2	8	100	14.8	13	92.9	27.5	5	45.5	39.3	19	86.4	48.9	230	90.9	49.6
		b	10	8.4		3	3.8					1	7.1		6	54.5		3	13.6		23	9.1	
	Bamya* [¶]	a	66	78.6	36.4	64	90.1	70.3	8	100	14.8	11	91.7	23.5	5	38.5	46.4	10	83.3	26.7	164	82.0	39.2
		b	18	21.4		7	9.9					1	8.3		8	61.5		2	16.7		36	18.0	
Patates* [¶]	a	161	94.7	73.6	74	88.1	83.2	10	100	18.5	20	90.9	43.1	10	62.5	57.1	32	88.9	80.0	307	90.8	66.3	
	b	9	5.3		10	11.9					2	9.1		6	37.5		4	11.1		31	9.2		
Bezelye* [¶]	a	131	90.3	62.8	72	91.1	78.2	9	100	16.7	18	94.7	37.3	8	53.3	53.6	28	93.3	66.7	266	89.6	58.2	
	b	14	9.7		7	8.9					1	5.3		7	46.7		2	6.7		31	10.4		
Kabak musakka* [¶]	a	81	85.3	41.1	67	91.8	72.3	10	90.9	20.4	16	88.9	35.3	8	66.7	42.9	19	79.2	53.3	201	86.3	45.7	
	b	14	14.7		6	8.2		1	9.1		2	11.1		4	33.3		5	20.8		32	13.7		
Patlıcan musakka* [¶]	a	93	84.5	47.6	72	92.3	77.2	8	88.9	16.7	13	81.3	31.4	7	70.0	35.7	12	70.6	37.8	205	85.4	47.1	
	b	17	15.5		6	7.7		1	11.1		3	18.8		3	30.0		5	29.4		35	14.6		
B A K L	Etli kuru fasulye* [¶]	a	54	60.0	39.0	74	92.5	79.2	10	71.4	25.9	6	46.2	25.5	12	100	42.9	13	68.4	42.2	169	74.1	44.7
		b	36	40.0		6	7.5		4	28.6		7	53.8		-	-		6	31.6		59	25.9	
A G İ L	Etli nohut* [¶]	a	57	60.6	40.7	73	89.0	81.2	6	60.0	18.5	6	50.0	23.5	11	91.7	42.9	16	76.2	46.7	169	73.2	45.3
		b	37	39.4		9	11.0		4	40.0		6	50.0		1	8.3		5	23.8		62	26.8	
Zeytinyağlı barbunya* [¶]	a	76	81.7	40.3	74	97.4	75.2	8	72.7	20.4	16	94.1	33.3	7	58.3	42.9	18	75.0	53.3	199	85.4	45.7	
	b	17	18.3		2	2.6		3	27.3		1	5.9		5	41.7		6	25.0		34	14.6		
MERCİMEK Lİ	Mercimekli köfte* [¶]	a	66	81.5	35.1	65	90.3	71.3	3	37.5	14.8	10	90.9	21.6	8	88.9	32.1	15	71.4	46.7	167	82.7	39.6
		b	15	18.5		7	9.7		5	62.5		1	9.1		1	11.1		6	28.6		35	17.3	

a: Beğenen b: Beğenmeyen

* p<0.05 (Beğenme durumu)

[¶] p<0.05 (Yeme durumu)

Çizelge 4.42’de turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sebze ve kurubaklagil yemeklerinin cinsiyetlere göre dağılımı verilmiştir.

Çizelge 4.42 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sebze ve kurubaklagil yemeklerinin cinsiyete göre dağılımı (n:510)

Etli Sebze ve Kurubaklagil Yemekleri			Erkek (n=210)			Kadın (n=300)		
			Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
E T L İ S E B Z E	Türlü	a	99	90.0	52.4	133	83.1	53.3
		b	11	10.0		27	16.9	
	Karnıyarık	a	94	88.7	50.5	146	90.1	54.0
		b	12	11.3		16	9.9	
	Taze fasulye	a	115	86.5	63.3	156	89.1	58.3
		b	18	13.5		19	10.9	
	Güveç	a	100	91.7	51.9	130	90.3	48.0
		b	9	8.3		14	9.7	
	Bamya	a	68	84.0	38.6	96	80.7	39.7
		b	13	16.0		23	19.3	
	Patates	a	126	88.1	68.1	181	92.8	65.0
		b	17	11.9		14	7.2	
	Bezelye	a	115	89.8	61.0	151	89.3	56.3
		b	13	10.2		18	10.7	
	Kabak musakka	a	85	82.5	49.0	116	89.2	43.3
		b	18	17.5		14	10.8	
Patlıcan musakka	a	90	85.7	50.0	115	85.2	45.0	
	b	15	14.3		20	14.8		
B A K L A G İ L	Etli kuru fasulye	a	80	80.0	47.6	89	69.5	42.7
		b	20	20.0		39	30.5	
	Etli nohut	a	79	79.0	47.6	90	68.7	43.7
		b	21	21.0		41	31.3	
	Zeytinyağlı barbunya	a	78	81.3	45.7	121	88.3	45.7
		b	18	18.8		16	11.7	
	Mercimekli köfte	a	70	83.3	40.0	97	82.2	39.3
		b	14	16.7		21	17.8	

a: Beğenen b: Beğenmeyen

Yabancı turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sebze ve kurubaklagil yemekleri cinsiyetlere göre çizelge 4.42’de olduğu gibidir.

En az çok yenilen etli sebze yemeği her iki cinsiyette de etli patates yemeği (E %68.1, K %65.0) iken, en az yenilen etli bamyadır (E %38.6, K %39.7).

Erkekler tarafından en çok beğenilen etli sebze yemeğinin türlü (%90.0) en az beğenilenin kabak musakka (%82.5) olduğu saptanmıştır. Kadınlarda ise en çok beğenilenin etli patates (%92.8), en az beğenilenin etli bamya (%80.7) olduğu belirlenmiştir.

Erkekler tarafından tüketilme oranı en yüksek kurubaklagil yemeği etli kuru fasulye (%47.6) ve nohut (%47.6) en az olan mercimekli köfte (%40.0); Erkeklerin en beğendiği kurubaklagil yemeği mercimekli köfte (%83.3), en az beğendiği ise etli nohuttur (%79.0). Kadınlarda tüketilme oranı en yüksek olan kurubaklagil yemeğinin zeytinyağlı pilaki (%45.7), en düşük olan (%39.3) mercimekli köfte; en çok beğenilen yine zeytinyağlı pilaki, en az beğenilenin ise etli nohut (%68.7) olduğu tespit edilmiştir.

Akman'ın (1998) çalışmasında hem kadın hem erkeklerin (%41.9, %53.3) en çok yedikleri kurubaklagil yemeği etli kurufasulye olarak belirlenmiştir. En az yenilen kurubaklagil yemeği ise, her iki cinsiyette de (%24.2 ve %18.2) yeşil mercimek pilakisidir. Yiyenlerce en çok beğenilen her iki cinsiyet için yeşil mercimek pilakisi (%75.4 ve %78.0), en az beğenilen yine her iki cinsiyet için etli nohuttur (%35.8, %37.9).

Türk mutfağında yer alan etli sebze ve kurubaklagil yemeklerinin yabancı turistler tarafından yenilme ve beğenilme durumu yaş gruplarına göre çizelge 4.43'te verilmiştir. Yenme oranı en yüksek olan etli sebze yemeği bütün yaş gruplarında patates yemeğidir (18-25 yaş %62.5, 26-35 yaş %77.7, 36-45 yaş %64.2, ≥46 yaş %60.7). Yenme oranı en düşük olan etli sebze yemeği ise bütün yaş gruplarında bamyadır (18-25 yaş %33.9, 26-35 yaş %56.2, 36-45 yaş %42.3, ≥46 yaş %25.5).

Etili sebze yemeklerinin beğenilme oranlarına bakıldığı zaman ise tüketenler tarafından en çok beğenilenin 18-25 yaş grubunda etli patates (%92.9), 26-35 yaş grubunda kabak musakka (%93.8), 36-45 yaş grubunda etli güveç, 46 ve daha büyük yaş grubunda ise etli bezelye olduğu saptanmıştır.

Turistlerin Türk mutfağına ait etli sebze yemekleri yeme durumlarının yaş gruplarına göre istatistiksel olarak önemli olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Beğenilme durumu için bu sadece kabak musakkada geçerlidir ($p<0.05$).

Kurubaklagil yemekleri içinde tüm yaş gruplarınca yenme oranı en düşük olan mercimekli köftedir (18-25 yaş %34.8, 26-35 yaş %54.6, 36-45 yaş %47.2, ≥ 46 yaş %23.4). Kırkaltı ve üzeri yaş grubu hariç en çok beğenilen zeytinyağılı baklagil yemeğidir (18-25 yaş %90.2, 26-35 yaş %92.4, 36-45 yaş %83.3).46 ve üzeri yaş grubu turistlerin en çok beğendiği ise etli nohuttur (%83.3). Tüm etli sebze ve kurubaklagil yemeklerinin yenilmesinin yaş gruplarına göre değişme durumu arasındaki ilişki anlamlıdır ($p<0.05$).

Beğenilme durumu ise kabak musakka, etli nohut ve zeytinyağılı barbunya için önemli bulunmuştur ($p<0.05$).

Çizelge 4.43 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sebze ve kurubaklagil yemeklerinin yaş grubuna göre dağılımı (n:510)

Etli Sebze ve Kurubaklagil Yemekleri		18-25 Yaş (n=112)			26-35 Yaş (n=130)			36-45 Yaş (n=123)			46 + yaş (n=145)			
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Oran	Sayı	%	Yeme Oranı	
E T L İ S E B Z E	Türlü ¶	a	45	88.2	45.5	74	80.4	70.8	59	85.5	56.1	54	93.1	40.0
		b	6	11.8		18	19.6		10	14.5		4	6.9	
	Karnıyarık ¶	a	48	85.7	50.0	81	93.1	66.9	59	89.4	53.7	52	88.1	40.7
		b	8	14.3		6	6.9		7	10.6		7	11.9	
	Taze fasulye ¶	a	55	85.9	57.1	80	83.3	73.8	65	92.9	56.9	71	91.0	53.8
		b	9	14.1		16	16.7		5	7.1		7	9.0	
	Güveç ¶	a	47	87.0	48.2	81	92.0	67.7	51	89.5	46.3	51	94.4	37.2
		b	7	13.0		7	8.0		6	10.5		3	5.6	
	Bamya ¶	a	31	81.6	33.9	66	90.4	56.2	39	75.0	42.3	28	75.7	25.5
		b	7	18.4		7	9.6		13	25.0		9	24.3	
Patates ¶	a	65	92.9	62.5	91	90.1	77.7	67	84.8	64.2	84	95.5	60.7	
	b	5	7.1		10	9.9		12	15.2		4	4.5		
Bezelye ¶	a	52	83.9	55.4	83	88.3	72.3	64	88.9	58.5	67	97.1	47.6	
	b	10	16.1		11	11.7		8	11.1		2	2.9		
Kabak musakka * ¶	a	44	88.0	44.6	75	93.8	61.5	49	81.7	48.8	33	76.7	29.7	
	b	6	12.0		5	6.3		11	18.3		10	23.3		
Patlıcan musakka ¶	a	44	84.6	46.4	78	91.8	65.4	49	84.5	47.2	34	75.6	31.0	
	b	8	15.4		7	8.2		9	15.5		11	24.4		
B A K L A G İ L	Etli kuru fasulye ¶	a	27	61.4	39.3	57	72.2	60.8	52	81.3	52.0	33	80.5	28.3
		b	17	38.6		22	27.8		12	18.8		8	19.5	
	Etli nohut * ¶	a	30	63.8	42.0	48	65.8	56.2	51	81.0	51.2	40	83.3	33.1
		b	17	36.2		25	34.2		12	19.0		8	16.7	
Zeytinyağlı barbunya * ¶	a	46	90.2	45.5	73	92.4	60.8	50	83.3	48.8	30	69.8	29.7	
	b	5	9.8		6	7.6		10	16.7		13	30.2		
Mercimekli köfte ¶	a	35	89.7	34.8	62	87.3	54.6	46	79.3	47.2	24	70.6	23.4	
	b	4	10.3		9	12.7		12	20.7		10	29.4		

a: Beğenen

b: Beğenmeyen

* p< 0.05 (Beğenme durumu)

¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Çizelge 4.44'te Türk mutfağına ait etli sebze ve kurubaklagil yemeklerinin yenilme ve beğenilme durumu verilmiştir.

Çizelge 4.44 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sebze ve kurubaklagil yemeklerinin medeni duruma göre dağılımı (n:510)

Etli Sebze ve Kurubaklagil Yemekleri			Bekar (n=243)			Evli (n=267)		
			Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
E T L İ S E B Z E	Türlü*	a	105	80.2	53.9	127	91.4	52.1
		b	26	19.8		12	8.6	
	Karnıyarık	a	121	89.6	55.6	119	89.5	49.8
		b	14	10.4		14	10.5	
	Taze fasulye	a	138	89.0	63.8	133	86.9	57.3
		b	17	11.0		20	13.1	
	Güveç [¶]	a	122	91.0	55.1	108	90.8	44.6
		b	12	9.0		11	9.2	
	Bamya [¶]	a	92	85.2	44.4	72	78.3	34.5
		b	16	14.8		20	21.7	
Patates [¶]	a	154	89.5	70.8	153	92.2	62.2	
	b	18	10.5		13	7.8		
Bezelye	a	131	86.2	62.6	135	93.1	54.3	
	b	21	13.8		10	6.9		
Kabak musakka *	a	107	90.7	48.6	94	81.7	43.1	
	b	11	9.3		21	18.3		
Patlıcan musakka	a	108	89.3	49.8	97	81.5	44.6	
	b	13	10.7		22	18.5		
B A K L A G İ L	Etli kuru fasulye [¶]	a	85	70.8	49.4	84	77.8	40.4
		b	35	29.2		24	22.2	
	Etli nohut	a	82	68.3	49.4	87	78.4	41.6
		b	38	31.7		24	21.6	
Zeytinyağlı barbunya	a	109	91.6	49.0	90	78.9	42.7	
	b	10	8.4		24	21.1		
Mercimekli köfte *	a	94	89.5	43.2	73	75.3	36.3	
	b	11	10.5		24	24.7		

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p< 0.05 (Beğenme durumu) [¶] p<0.05 (Yeme durumu)

Görüldüğü gibi hem bekâr hem evli turistler tarafından en çok yenilen etli sebze yemeği etli patates (bekâr %70.8, evli %62.2), en az yenilen etli bamyadır (bekâr %44.4, evli %34.5). Beğenilme oranı en yüksek olan yemek ise medeni duruma göre farklı olup bekârlarda güveç (%91.0), evlilerde etli bezelye (%93.1)olarak belirlenmiştir.

Güveç, etli bamya ve etli patates yemeğinin yenme; kabak musakkanın beğenilme durumu cinsiyete göre değişmektedir ($p<0.05$).

Etlı kuru fasulye (%49.4) ve etli nohut bekâr, zeytinyağlı baklagil yemeği (%42.7) ise evli turistlerce yeme oranı en yüksek kurubaklagil yemekleri olup; zeytinyağlıının beğenilme oranı her iki medeni durumda da en yüksektir (bekâr %91.6, evli %78.9).

Etlı kuru fasulyenin yenme, zeytinyağlı baklagil yemeği ve mercimekli köftenin beğenilme durumundaki değişikliğin medeni duruma göre istatistiksel olarak önemli olduğu yapılan khi kare analizi ile saptanmıştır ($p<0.05$).

Çizelge 4.45’de yabancı turistlerin ölkemize geliş sayılarına göre ile Türk mutfağından yedikleri ve beğendikleri etli sebze ve baklagil yemekleri verilmiştir. Türkiye’ye ilk defa gelen yabancı turistler tarafından en çok yenilen etli sebze yemeğinin etli patates, (%52.8) en az yenilenin kabak musakka (%34.9), en çok beğenilenin türlü (%92.1), en az beğenilenin ise etli bamya (%72.5) olduğu görölmektedir.

Türkiye’ye ikinci defa gelenlerin yedikleri (%60.0) ve en çok beğendikleri (%87.0) etli sebze yemeği patates yemeğidir.

Çizelgeden de göröldüğu gibi Türkiye’ye üçüncü ve daha çok sayıda gelen turistler en yüksek oranda etli patates yemeğini (%82.7) yemiş ve beğenmişlerdir (%95.9). Yenme oranı en düşük etli sebze yemeği bamya (%48.1), en az beğenilen ise etli türölüdür (%83.0).

Bütün sebze yemeklerinin yenme; güveç, etli taze fasulye, bamya, patates ve bezelyenin beğenilme durumu Türkiye’ye geliş sayısına göre değişmektedir ($p< 0.05$).

Yabancı turistlerin etli kuru fasulye, etli nohut, zeytinyağlı barbunya ve mercimekli köfteyi yeme ve beğenme durumu Türkiye’ye geliş sayısına göre incelendiği zaman; yenme oranı en yüksek olan yemeğin üçünde de farklı olduğu görölmektedir (Çizelge 4.45). Türkiye’ye birinci gelişi olanlarda etli kuru fasulye (%41.5), ikinci gelişi

olanlarda zeytinyağlı (%47.8), üçüncü ve daha fazla kez gelmiş olanlarda etli nohut (%53.4) yenme oranı en yüksek kurubaklagil yemekleridir. Etli nohut, zeytinyağlı barbunya ve mercimek köftenin yenme durumunun Türkiye'ye geliş sayısına göre değiştii belirlenmiştir (p< 0.05).

Bu yemeklerin beğenilme durumuna bakıldıği zaman da üç durumda yine farklılığın olduğu çizelge 4.45'ten görülebilir (ilk gelişi olanlar için etli kuru fasulye %87.5, ikinci gelişi olanlar için zeytinyağlı %90.7, üçüncü gelişi olanlar için mercimekli köfte %86.7). Etli kuru fasulye ve etli nohutta farklılık istatistiksel olarak önemli bulunmuştur (p<0.05).

Çizelge 4.45 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sebze ve kurubaklagil yemeklerinin Türkiye'ye geliş sayılarına göre dağılımı (n:510)

Etli Sebze ve Kurubaklagil Yemekleri			Birinci (n=212)			İkinci (n=90)			Üç ve üzeri (n=208)		
			Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
E T L İ S E B Z E	Türlü ¶	a	82	92.1	42.0	38	82.6	51.1	112	83.0	64.9
		b	7	7.9		8	17.4		23	17.0	
	Karnıyark ¶	a	86	90.5	44.8	36	81.8	48.9	118	91.5	62.0
		b	9	9.5		8	18.2		11	8.5	
	Taze fasulye* ¶	a	87	87.9	46.7	41	77.4	58.9	143	91.7	75.0
		b	12	12.1		12	22.6		13	8.3	
	Güveç* ¶	a	69	86.3	37.7	32	84.2	42.2	129	95.6	64.9
		b	11	13.8		6	15.8		6	4.4	
	Bamya* ¶	a	50	72.5	32.5	25	80.6	34.4	89	89.0	48.1
		b	19	27.5		6	19.4		11	11.0	
Patates* ¶	a	95	84.8	52.8	47	87.0	60.0	165	95.9	82.7	
	b	17	15.2		7	13.0		7	4.1		
Bezelye* ¶	a	79	84.0	44.3	37	80.4	51.1	150	95.5	75.5	
	b	15	16.0		9	19.6		7	4.5		
Kabak musakka ¶	a	62	83.8	34.9	33	80.5	45.6	106	89.8	56.7	
	b	12	16.2		8	19.5		12	10.2		
Patlıcan musakka ¶	a	68	85.0	37.7	31	83.8	41.1	106	86.2	59.1	
	b	12	15.0		6	16.2		17	13.8		
B A K L A G İ L	Etli kuru fasulye*	a	77	87.5	41.5	28	80.0	38.9	64	61.0	50.5
		b	11	12.5		7	20.0		41	39.0	
	Etli nohut* ¶	a	68	84.0	38.2	33	84.6	43.3	68	61.3	53.4
		b	13	16.0		6	15.4		43	38.7	
Zeytinyağlı barbunya ¶	a	68	84.0	38.2	39	90.7	47.8	92	84.4	52.4	
	b	13	16.0		4	9.3		17	15.6		
Mercimekli köfte ¶	a	55	78.6	33.0	27	79.4	37.8	85	86.7	47.1	
	b	15	21.4		7	20.6		13	13.3		

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p< 0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yeme durumu)

4.3.3.5 Turistlerin Türk mutfağına ait etli sarma ve dolmaları duyma, tüketme ve beğenme durumları

Etlı dolmalar ve sarmalar Türk mutfağıının en çok tüketilen sebze yemeklerindedir. Dolmalar için, biber, patlıcan, kabak, domates, patates, pırasa, kereviz, enginar, şalgam, soğan; sarmalar içinse asma, pazı ve pancar yaprağı, beyaz karalâhana kullanılır. Dolmalar sarmalar hazırlanırken sebzelere besin ve tat vericilerin karışımı ile hazırlanan özel bir iç konulur. Sıcak yenen dolma ve sarmalarda hazırlanan içlerin temel maddesi kıyma ve pirinçtir; bunun dışında bulgur ve kıyma veya kavurma; bulgur ve yarma; mercimek veya bakla ve bulgur da kullanılır Bu temel malzemelerin yanında ince doğranmış, soğan, maydanoz, nane, dereotu, domates veya salçası, sade veya bitkisel sıvı yağlar da hazırlanan içe eklenmektedir (Büyüktüncer ve Yücecan 2009).

Çizelge 4.46'da turistlerin etli sarma ve dolmaları duyma, yeme ve beğenme durumları yer almıştır.

Çizelge 4.46 Turistlerin etli sarma ve dolmaları duyma, tüketme ve beğenme durumları (n:510)

Etlı Sarma ve Dolmalar	Yedi				Genel Yiyen		Duymadı		Yemedi	
	Beğendi		Beğenmedi							
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Asma	237	91.2	23	8.8	260	51.0	107	21.0	143	28.0
Pazı	159	87.4	23	12.6	182	35.7	130	25.5	198	38.8
Domates	216	89.6	25	10.4	241	47.3	106	20.8	163	32.0
Patlıcan	189	83.6	37	16.4	226	44.3	114	22.4	170	33.3
Kabak	152	80.4	37	19.6	189	37.1	125	24.5	196	38.4
Biber	204	86.1	33	13.9	237	46.5	108	21.2	165	32.4
Soğan	140	78.2	39	21.8	179	35.1	120	23.5	211	41.4
Pırasa	122	71.3	49	28.7	171	33.5	121	23.7	218	42.7
İşkembe	80	52.3	73	47.7	153	30.0	127	24.9	230	45.1
Mumbar	47	43.9	60	56.1	107	21.0	201	39.4	202	39.6

Araştırmaya katılan yabancı turistlerin duymadıklarını söyledikleri etli sarma ve dolmaların oranı %20.8 ile %39.4 arasında değişmektedir. Duyulmama oranı en düşük olan domates, en yüksek olan mumber dolmasıdır.

Yenme oranı en yüksek olan %51.0 oranı ile asma yaprağından yapılan sarma, en düşük olan %21.0 ile mumber dolmasıdır. Domates dolmasının yenme oranı %41.3, biber dolmasının %46.5, patlıcan dolmasının yenme oranı ise %44.3 olarak belirlenmiştir.

Çizelge 4.46'dan da görülebileceği gibi beğenilme oranı en yüksek olan etli yaprak sarma olup; domates dolması (%89.6) ikinci, etli pazı sarması (%87.4) üçüncü sırada yer almaktadır.

Beğenilmeyenlerde ilk sırada mumber (%56.1), ikinci sırada işkembe (%47.7), üçüncü sırada pırasa (%28.7) dolmalarının olduğu görülmektedir.

Akman'ın (1998) yaptığı çalışmada yabancı turistlerin Türk mutfağına ait yedikleri dolma ve sarmalarda ilk sırayı etli biber dolması almıştır (%63.9). En çok beğenilen ise bu çalışma ile benzer şekilde etli yaprak sarmasıdır (%84.0).

Çizelge 4.47'de çeşitli değişkenlere göre turistlerin etli sarma ve dolma tüketme durumları verilmiştir. Görüldüğü gibi milliyete göre ilk sırayı diğer ülkeler (%73.3), son sırayı Ruslar (%47.1) almıştır. Milliyetlere göre dağılım istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($p < 0.05$).

Akman'ın (1998) yaptığı çalışmada ise etli sarma ve dolma yemeklerinden herhangi birini tüketme durumlarının milliyetlerine göre dağılımı incelendiğinde ilk sırada Avrupa dışı ülkelere gelenler (%91.4), son sırada ise Almanların (%36.4) olduğu belirlenmiştir.

Cinsiyete göre incelendiği zaman Türk mutfağının etli sarma ve dolma yemeklerinden herhangi birini yemiş olan erkeklerin oranı %64.8 iken, kadınlarda bu oran %63.0'tür ve aradaki fark istatistiksel olarak önemsizdir ($p > 0.05$). Yapılan bir çalışmada etli

sarma ve dolmaları tüketen kadınların oranının (%40.2), erkeklerden (%47.8) biraz daha düşük olduğu belirlenmiştir (Akman 1998).

Yaş grubuna göre Türk mutfağına ait bir etli sarma ve dolmaları yiyenlerin oranı 26-35 yaş grubunda (%70.8), medeni duruma göre bekâr olanlarda (%63.8), Türkiye'ye geliş sayısına göre üç ve daha fazla ülkemizi ziyaret edenlerde (%80.8) en yüksektir. Türkiye'yi ziyaret sayısına göre etli sarma dolma tüketenler arasındaki fark istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($p<0.01$). Yabancı turistler ile yapılan bir başka araştırmada etli sarma ve dolma yemeklerinden herhangi birini yemiş olanların oranının 36-45 yaş grubunda yüksek olduğu belirlenmiştir (Akman 1998).

Çizelge 4.47 Turistlerin herhangi bir etli sarma ve dolma yemeklerini yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı (n:510)

Etli Sarma ve Dolmalar	n	Yiyen (n=325)		Yemeyen (n=185)	
		Sayı	%	Sayı	%
Milliyet					
İngiliz	231	161	69.7	70	30.3
Alman	101	61	60.4	40	39.6
Fransız	54	29	53.7	25	46.3
Rus	51	24	47.1	27	52.9
Flemenk	28	17	60.7	11	39.3
Diğer	45	33	73.3	12	26.7
			$\chi^2=14.429$	SD=5	p=0.013
Cinsiyet					
Erkek	210	136	64.8	74	35.2
Kadın	300	189	63.0	111	37.0
			$\chi^2=0.166$	SD=1	p=0.684
Yaş Grubu (Yıl)					
18-25	112	69	61.6	43	38.4
26-35	130	92	70.8	38	29.2
36-45	123	72	58.5	51	41.5
46 ve üzeri	145	92	63.4	53	36.6
			$\chi^2=4.445$	SD=3	p=0.217
Medeni durum					
Bekar	243	155	63.8	88	36.2
Evli	267	170	63.7	97	36.3
			$\chi^2=0.001$	SD=1	p=0.978
Geliş sayısı					
Birinci	212	108	50.9	104	49.1
İkinci	90	49	54.4	41	45.6
Üç ve üzeri	208	168	80.8	40	19.2
			$\chi^2=44.476$	SD=2	p=0.000

Çizelge 4.48'de yabancı turistlerin etli sarma ve dolmaları yeme durumları milliyete göre verilmiştir. Görüldüğü gibi Alman (%58.4), Fransız (%38.9), diğer ülkelerden (%57.8) gelen turistler tarafından en yüksek oranda yenilen etli yaprak sarması iken; İngilizlerde biber dolması (%54.1), Flemenklerde patlıcan dolması (%46.4), Ruslarda domates dolmasıdır (%99.2). Fransızlar hariç yenme oranı en düşük olan mumbar dolmasıdır (İngiliz %27.3, Alman 19.8, Rus %5.9, Flenek %25.0, diğer ülkeler %17.8). Fransızlarda ise işkembe dolması en az yenilen dolma olarak belirlenmiştir (%9.3).

Beğenilme oranı en yüksek olan etli sarma ve dolmalar incelendiği zaman yiyenlerin tamamının Fransızlarda etli yaprak sarmasını ve soğan dolmasını; Flemenklerde yaprak sarmasını, diğer ülkelerde pırasa dolmasını, Rusların pırasa ve soğan dolmasını beğendikleri çizelge 4.48'den görülebilir. Bu grup yiyeceklerden Alman turistlerin en çok beğendiği yaprak sarma (%93.2), İngilizlerin domates dolmasıdır (%93.3).

Kabak ve domates dolması hariç diğer tüm dolmaların yenme; işkembe dolması, domates dolması ve biber dolmasının beğenilme durumunun milliyete göre değişme durumu istatistiksel olarak önemlidir ($p < 0.05$).

Çizelge 4.48 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sarma ve dolma çeşitlerinin milliyete göre dağılımı (n:510)

Etli Sarma ve Dolmalar		İngiliz (n=231)			Alman (n=101)			Fransız (n=54)			Rus (n=51)			Flemenk (n=28)			Diğer (n=45)			Genel (n=510)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Asma yaprağı sarması ¶	a	112	90.3	53.7	55	93.2	58.4	21	100	38.9	16	88.9	35.3	12	100	42.9	21	80.8	57.8	237	91.2	51.0
	b	12	9.7		4	6.8		-	-		2	11.1		-	-		5	19.2		23	8.8	
Pazı sarması ¶	a	64	85.3	32.5	46	92.0	49.5	16	94.1	31.5	12	92.3	25.5	10	90.9	39.3	11	68.8	35.6	159	87.4	35.7
	b	11	14.7		4	8.0		1	5.9		1	7.7		1	9.1		5	31.3		23	12.6	
Domates dolması *	a	112	93.3	51.9	44	88.0	49.5	14	87.5	29.6	17	85.0	39.2	7	58.3	42.9	22	95.7	51.1	216	89.6	47.3
	b	8	6.7		6	12.0		2	12.5		3	15.0		5	41.7		1	4.3		25	10.4	
Patlıcan dolması ¶	a	91	81.3	48.5	44	88.0	49.5	9	75.0	22.2	17	89.5	37.3	9	69.2	46.4	19	95.0	44.4	189	83.6	44.3
	b	21	18.8		6	12.0		3	25.0		2	10.5		4	30.8		1	5.0		37	16.4	
Kabak dolması	a	74	84.1	38.1	35	77.8	44.6	8	72.7	20.4	15	83.3	35.3	8	66.7	42.9	12	80.0	33.3	152	80.4	37.1
	b	14	15.9		10	22.2		3	27.3		3	16.7		4	33.3		3	20.0		37	19.6	
Biber dolması * ¶	a	114	91.2	54.1	41	80.4	50.5	7	77.8	16.7	17	94.4	35.3	7	63.6	39.3	18	78.3	51.1	204	86.1	46.5
	b	11	8.8		10	19.6		2	22.2		1	5.6		4	36.4		5	21.7		33	13.9	
Soğan dolması ¶	a	68	74.7	39.4	32	74.4	42.6	8	100	14.8	12	100	23.5	8	72.7	39.3	12	85.7	31.1	140	78.2	35.1
	b	23	25.3		11	25.6		-	-		-	-		3	27.3		2	14.3		39	21.8	
Pırasa dolması ¶	a	58	67.4	37.2	31	67.4	45.5	5	71.4	13.0	11	100	21.6	8	66.7	42.9	9	100	20.0	122	71.3	33.5
	b	28	32.6		15	32.6		2	28.6		-	-		4	33.3		-	-		49	28.7	
İşkembe dolması * ¶	a	25	35.7	30.3	28	65.1	42.6	1	20.0	9.3	12	85.7	27.5	7	70.0	35.7	7	63.6	24.4	80	52.3	30.0
	b	45	64.3		15	34.9		4	80.0		2	14.3		3	30.0		4	36.4		73	47.7	
Mumbar dolması ¶	a	23	36.5	27.3	10	50.0	19.8	1	16.7	11.1	2	66.7	5.9	5	71.4	25.0	6	75.0	17.8	47	43.9	21.0
	b	40	63.5		10	50.0		5	83.3		1	33.3		2	28.6		2	25.0		60	56.1	

a: Beğenen

b: Beğenmeyen

* p<0.05 (Beğenme durumu)

¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Araştırmaya katılan yabancı turistlerin yedikleri ve beğendikleri Türk mutfağına ait etli sarma ve dolma yemekleri cinsiyete göre çizelge 4.49'dan incelendiğinde; her iki cinsiyette de en çok yaprak sarmasının (K%52.3, E %49.0), en az mumbar dolmasının (K %24.0, E %16.7) yendiği ve yine en çok yaprak sarmasının (K %91.7, E %90.3), en az mumbar dolmasının (E %48.6, K %41.7) beğenildiği görülmektedir.

Yapılan bir araştırmada yabancıların yedikleri ve beğendikleri dolma sarma çeşitleri cinsiyete göre incelendiğinde; her iki cinsiyetin de (K %65.8, E %62.2) etli biber dolmasını en çok yedikleri saptanmıştır (Akman 1998).

Çizelge 4.49 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sarma ve dolma çeşitlerinin cinsiyete göre dağılımı (n:510)

Etli Sarma ve Dolmalar		Erkek (n=210)			Kadın (n=300)		
		Sayı	%	Oran	Sayı	%	Oran
Asma yaprağı sarması	a	93	90.3	49.0	144	91.7	52.3
	b	10	9.7		13	8.3	
Pazı sarması	a	58	85.3	32.4	101	88.6	38.0
	b	10	14.7		13	11.4	
Domates dolması	a	84	88.4	45.2	132	90.4	48.7
	b	11	11.6		14	9.6	
Patlıcan dolması	a	79	82.3	45.7	110	84.6	43.3
	b	17	17.7		20	15.4	
Kabak dolması ¶	a	50	74.6	31.9	102	83.6	40.7
	b	17	25.4		20	16.4	
Biber dolması	a	82	85.4	45.7	122	86.5	47.0
	b	14	14.6		19	13.5	
Soğan dolması	a	56	77.8	34.3	84	78.5	35.7
	b	16	22.2		23	21.5	
Pırasa dolması *	a	40	62.5	30.5	82	76.6	35.7
	b	24	37.5		25	23.4	
İşkembe dolması	a	32	54.2	28.1	48	51.1	31.3
	b	27	45.8		46	48.9	
Mumbar dolması ¶	a	17	48.6	16.7	30	41.7	24.0
	b	18	51.4		42	58.3	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p< 0.05 (Beğenme durumu) ¶ p< 0.05 (Yeme durumu)

Türk mutfağında yer alan etli sarma ve dolma yemeklerinin yabancı turistler tarafından yenilme ve beğenilme durumu yaş gruplarına göre çizelge 4.50'de verilmiştir.

Çizelge 4.50 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sarma ve dolma çeşitlerinin yaş grubuna göre dağılımı (n:510)

Etlı Sarma ve Dolmalar		18-25 Yaş (n=112)			26-35 Yaş (n=130)			36-45 Yaş (n=123)			46 + yaş (n=145)		
		Sayı	%	Oran	Sayı	%	Oran	Sayı	%	Oran	Sayı	%	Oran
Yaprak sarması	a	50	92.6	48.2	75	94.9	60.8	54	88.5	49.6	58	87.9	45.5
	b	4	7.4		4	5.1		7	11.5		8	12.1	
Pazı sarması ¶	a	38	90.5	37.5	62	91.2	52.3	37	84.1	35.8	22	78.6	19.3
	b	4	9.5		6	8.8		7	15.9		6	21.4	
Domates dolması * ¶	a	49	94.2	46.4	76	93.8	62.3	37	75.5	39.8	54	91.5	40.7
	b	3	5.8		5	6.2		12	24.5		5	8.5	
Patlıcan dolması ¶	a	38	74.5	45.5	67	91.8	56.2	44	83.0	43.1	40	81.6	33.8
	b	13	25.5		6	8.2		9	17.0		9	18.4	
Kabak dolması * ¶	a	32	78.0	36.6	60	92.3	50.0	31	70.5	35.8	29	74.4	26.9
	b	9	22.0		5	7.7		13	29.5		10	25.6	
Biber dolması ¶	a	45	86.5	46.4	72	91.1	60.8	38	74.5	41.5	49	89.1	37.9
	b	7	13.5		7	8.9		13	25.5		6	10.9	
Soğan dolması * ¶	a	31	77.5	35.7	55	87.3	48.5	26	63.4	33.3	28	80.0	24.1
	b	9	22.5		8	12.7		15	36.6		7	20.0	
Pırasa dolması ¶	a	28	73.7	33.9	49	76.6	49.2	25	64.1	31.7	20	66.7	20.7
	b	10	26.3		15	23.4		14	35.9		10	33.3	
İşkembe dolması * ¶	a	19	52.8	32.1	27	46.6	44.6	17	43.6	31.7	17	85.0	13.8
	b	17	47.2		31	53.4		22	56.4		3	15.0	
Mumbar dolması *	a	3	15.0	17.9	13	36.1	27.7	14	48.3	23.6	17	77.3	15.2
	b	17	85.0		23	63.9		15	51.7		5	22.7	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p < 0.05 (Beğenme durumu) ¶ p < 0.05 (Yeme durumu)

Çizelgeden de görüldüğü gibi 18-25 (%48.2), 36-45 (%49.6), 46 ve daha üzeri yaş grubundaki (%45.5) turistler tarafından yenme oranı en yüksek etli sarma ve dolma çeşidi etli yaprak sarması iken, 26-35 yaş grubunda domates dolmasıdır (%62.3).

Kırkaltı ve daha üzeri yaş grubu hariç mumbar dolması diğer tüm yaş gruplarındaki turistlerce en az yenen dolmadır (18-25 %17.9, 26-35 %27.7, 36-45 %23.6). Kırkaltı ve üzeri yaş grubunda yenme oranı en az olanın işkembe dolması (%13.8) olduğu belirlenmiştir.

Yaş grubuna göre tüketilen etli sarma ve dolma yemeklerinin beğenilme durumu göz önüne alındığı zaman; etli yaprak sarması en büyük yaş grubu hariç diğer tüm yaş gruplarınca en çok beğenilendir (18-25 yaş %92.6, 26-35 yaş %94.9, 36-45 yaş %88.5). En büyük yaş grubunda ise domates dolması beğenilen etli dolmalar içinde ilk sırayı almıştır (%91.5).

Yabancı turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sarma ve dolma yemekleri çeşitleri medeni duruma göre çizelge 4.51’de gösterilmiştir. Çizelge incelendiğinde de görülebileceği gibi bekâr ve evli turistlerce en çok yenilenin etli yaprak sarması (bekâr %54.7, evli % 47.6), en az yenilenin mumbar dolması (bekâr %22.6, evli%19.5) olduğu tespit edilmiştir.

İki medeni durumda da en çok beğenilen (bekâr %93.2 evli %89.0) ve en az beğenilen (evli %55.8, bekâr %32.8) yenme oranı yüksek ve düşük olanlarla aynı olup, etli yaprak sarma ve mumbar dolmasıdır. Etli yaprak sarma, domates dolması, biber dolması, pırasa dolması hariç diğer tüm etli sarma ve dolmaların yenme; pazı, kabak ve mumbar dolmalarının beğenilme durumları evli ve bekâr olmaya göre istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($p<0.05$).

Çizelge 4.51 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sarma ve dolma çeşitlerinin medeni duruma göre dağılımı (n:510)

Etli Sarma ve Dolmalar		Bekâr (n=243)			Evli (n=267)		
		Sayı	%	Yenme Oranı	Sayı	%	Yenme Oranı
Yaprak sarması	a	124	93.2	54.7	113	89.0	47.6
	b	9	6.8		14	11.0	
Pazı sarması * ¶	a	92	92.0	41.2	67	81.7	30.7
	b	8	8.0		15	18.3	
Domates dolması	a	107	90.7	48.6	109	88.6	46.1
	b	11	9.3		14	11.4	
Patlıcan dolması ¶	a	100	83.3	49.4	89	84.0	39.7
	b	20	16.7		17	16.0	
Kabak dolması * ¶	a	89	87.3	42.0	63	72.4	32.6
	b	13	12.7		24	27.6	
Biber dolması	a	102	88.7	47.3	102	83.6	45.7
	b	13	11.3		20	16.4	
Soğan dolması ¶	a	78	81.3	39.5	62	74.7	31.1
	b	18	18.8		21	25.3	
Pırasa dolması	a	67	73.6	37.4	55	68.8	30.0
	b	24	26.4		25	31.3	
İşkembe dolması ¶	a	40	46.0	35.8	40	60.6	24.7
	b	47	54.0		26	39.4	
Mumbar dolması *	a	18	32.7	22.6	29	55.8	19.5
	b	37	67.3		23	44.2	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * $p<0.05$ (Beğenme durumu) ¶ $p<0.05$ (Yeme durumu)

Çizelge 4.52’de turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sarma ve dolma çeşitleri Türkiye’ye geliş sayılarına göre verilmiştir. Yenme oranı en yüksek olan etli sarma ve dolmalarda Türkiye’ye ilk gelişi olan turistlerde ilk sırayı yaprak sarması (%38.2), ikinci sırayı domates dolması (%32.1), üçüncü sırayı patlıcan dolması (%30.7) almıştır. Türkiye’ye ikinci ziyareti olanlarda bu sıralama domates dolması (%46.7), aynı oranda etli yaprak sarma ve biber dolması (%41.1), patlıcan dolması (%35.6); Türkiye’ye üçüncü ve daha çok ziyareti olanlarda yaprak sarma (%68.3), biber dolması (%64.4) ve domates dolması (%63.0) şeklindedir.

Ziyaret sayısı arttıkça yenme oranları normal olarak artmaktadır. Burada adı geçen dolma ve sarmaların yenme durumunun Türkiye’yi ziyaret sayısına göre farklılığı istatistiksel olarak önemlidir ($p < 0.05$).

Beğenme durumu dikkate alındığı zaman; Türkiye’ye ilk gelişi olanlarda etli yaprak sarmasının (%95.1), ikinci ile üçüncü ve daha fazla gelişi olanlarda domates dolmasının (%83.3, %96.2) beğenilme oranı en yüksektir. Beğenilmeme oranı en yüksek olanın üç grupta da mumbar dolması olduğu belirlenmiştir.

Türkiye’ye geliş sayısına göre etli pazı sarması, pırasa dolması, işkembe dolması ve mumbar dolması hariç diğerlerinin beğenilme durumları arasındaki farkların istatistiksel olarak önemli olduğu bulunmuştur ($p < 0.05$).

Çizelge 4.52 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri etli sarma ve dolma çeşitlerinin Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı (n:510)

Etlı Sarma ve Dolmalar		Birinci (n=212)			İkinci (n=90)			Üç ve üzeri (n=208)		
		Sayı	%	Oran	Sayı	%	Oran	Sayı	%	Oran
Yaprak sarması * ¶	a	77	95.1	38.2	28	75.7	41.1	132	93.0	68.3
	b	4	4.9		9	24.3		10	7.0	
Pazı sarması ¶	a	54	87.1	29.2	21	75.0	31.1	84	91.3	44.2
	b	8	12.9		7	25.0		8	8.7	
Domates dolması * ¶	a	55	80.9	32.1	35	83.3	46.7	126	96.2	63.0
	b	13	19.1		7	16.7		5	3.8	
Patlıcan dolması * ¶	a	48	73.8	30.7	26	81.3	35.6	115	89.1	62.0
	b	17	26.2		6	18.8		14	10.9	
Kabak dolması * ¶	a	37	66.1	26.4	23	76.7	33.3	92	89.3	49.5
	b	19	33.9		7	23.3		11	10.7	
Biber dolması * ¶	a	53	80.3	31.1	27	73.0	41.1	124	92.5	64.4
	b	13	19.7		10	27.0		10	7.5	
Soğan dolması * ¶	a	35	71.4	23.1	13	52.0	27.8	92	87.6	50.5
	b	14	28.6		12	48.0		13	12.4	
Pırasa dolması ¶	a	29	61.7	22.2	17	63.0	30.0	76	78.4	46.6
	b	18	38.3		10	37.0		21	21.6	
İşkembe dolması ¶	a	27	62.8	20.3	13	61.9	23.3	40	44.9	42.8
	b	16	37.2		8	38.1		49	55.1	
Mumbar dolması ¶	a	11	44.0	11.8	7	43.8	17.8	29	43.9	31.7
	b	14	56.0		9	56.3		37	56.1	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p< 0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yeme durumu)

4.3.3.6 Turistlerin zeytinyağlı sebze yemekleri ile zeytinyağlı sarma ve dolmaları duyma, tüketme ve beğenme durumları

Zeytinyağlı sebze yemekleri ile zeytinyağlı sarma ve dolmaların duyma, tüketme ve beğenilme durumları çizelge 4.53'te verilmiştir.

Çizelge 4.53 Turistlerin zeytinyağlı yemek ile zeytinyağlı sarma ve dolmaları duyma, tüketme ve beğenme durumları (n:510)

Zeytinyağlı Yemek ile Zeytinyağlı Sarma ve Dolmalar	Yedi				Genel Yiyen		Duymadı		Yemedi	
	Beğendi		Beğenmedi		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
	Sayı	%	Sayı	%						
Zeytinyağlı Yemekler										
Taze fasulye	265	89.8	30	10.2	295	57.8	97	19.0	118	23.1
Enginar	206	82.1	45	17.9	251	49.2	103	20.2	156	30.6
Pırasa	194	83.3	39	16.7	233	45.7	124	24.3	153	30.0
İmambayıldı	214	86.3	34	13.7	248	48.6	118	23.1	144	28.2
Kereviz	190	81.2	44	18.8	234	45.9	112	22.0	164	32.2
Barbunya pilaki	179	82.5	38	17.5	217	42.5	114	22.4	179	35.1
Zeytinyağlı Sarma ve Dolmalar										
Yaprak sarması	215	87.0	32	13.0	247	48.4	107	21.0	156	30.6
Domates dolma	221	88.0	30	12.0	251	49.2	97	19.0	162	31.8
Patlıcan dolma	177	81.6	40	18.4	217	42.5	107	21.0	186	36.5
Biber dolma	208	86.3	33	13.7	241	47.3	100	19.6	169	33.1
Kabak çiçeği dolması	123	74.1	43	25.9	166	32.5	126	24.7	218	42.7

Görüldüğü gibi turistlerce duyulma oranı en düşük olan zeytinyağlı yemek taze fasulye (%19.0), en yüksek olan barbunya pilaki (%22.4) olup, bu durum zeytinyağlı dolma ve sarmalarda domates dolma (%19.0) ve kabak çiçeği dolması (%24.7) şeklindedir.

Turistlerin %57.8'i zeytinyağlı taze fasulyeyi, %49.2'si domates dolmayı yediklerini belirtmişlerdir ve bunlar en yüksek değerlerdir.

Zeytinyağlı sebze yemeklerinde beğenilme oranı en yüksek olan yenme oranı ile paralel olarak taze fasulye (%89.8), en düşük olan ise zeytinyağlı kereviz (%81.2) olarak belirlenmiştir.

En çok beğenilen zeytinyağlı domates dolmasını (%88.0), zeytinyağlı yaprak sarması (%87.0) izlemektedir.

Çizelge 4.54'de turistlerin Türk mutfağına ait herhangi bir zeytinyağlı yemeği yeme durumları milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre gösterilmiştir.

Araştırmaya katılan yabancı turistlerden Türk mutfağına ait herhangi bir zeytinyağlı sebze yemeğini tüketenlerin milliyetlere göre dağılımı incelendiğinde; ilk sırayı Almanlar (%81.2) son sırayı Ruslar (%45.1) almaktadır. Milliyetlere göre dağılım istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($\chi^2=30.588$, $p<0.01$).

Akman'ın (1998) yaptığı çalışmada da bu çalışmada benzer şekilde çalışmasında Türk mutfağına ait sebze yemeklerinden herhangi birini yiyenlerin milliyetlere göre dağılımı incelenmiş; ilk sırayı Almanlar'ın (%59.4) aldığı belirlenmiştir. Bununla beraber bu durum yaş grubuna göre değişiklik göstermiş olup, en yüksek oran 36-45 yaş grubunda bulunmuştur.

Çizelge 4.54 Turistlerin herhangi bir zeytinyağlı yemeği yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısı grubuna göre dağılımı (n:510)

Demografik Özellikler	n	Yiyen (n=333)		Yemeyen (n=177)	
		Sayı	%	Sayı	%
Milliyet					
İngiliz	231	142	61.5	89	38.5
Alman	101	82	81.2	19	18.8
Fransız	54	29	53.7	25	46.3
Rus	51	23	45.1	28	54.9
Flemenk	28	21	75.0	7	25.0
Diğer	45	36	80.0	9	20.0
Cinsiyet			$\chi^2=30.588$	SD=5	p=0.000
Erkek	210	133	63.3	77	36.7
Kadın	300	200	66.7	100	33.3
Yaş Grubu (Yıl)			$\chi^2=0.606$	SD=1	p=0.436
18-25	112	69	61.6	43	38.4
26-35	130	100	76.9	30	23.1
36-45	123	84	68.3	39	31.7
46 ve üzeri	145	80	55.2	65	44.8
Medeni durum			$\chi^2=15.473$	SD=3	p=0.001
Bekâr	243	163	67.1	80	32.9
Evli	267	170	63.7	97	36.3
Geliş sayısı			$\chi^2=0.652$	SD=1	p=0.419
Birinci	212	117	55.2	95	44.8
İkinci	90	55	61.1	35	38.9
Üç ve üzeri	208	161	77.4	47	22.6
			$\chi^2=23.709$	SD=2	p=0.000

Çizelgeden de izlenebileceği gibi zeytinyağlı sebze yemeğini yiyenlerde en yüksek oranı; Almanlar (%81.2), kadınlar (%66.7), 26-35 yaş grubundakiler (%76.9), bekârlar (%67.1), Türkiye'ye üç veya daha çok gelmiş olanlar (%77.4) almıştır. Zeytinyağlı sebze yemeklerini yeme durumunun milliyete ($p<0.01$), yaşa ($p<0.01$) ve Türkiye'yi ziyaret sayısına göre istatistiksel olarak önemli olduğu yapılan ki kare analizi ile belirlenmiştir ($p<0.01$).

Çizelge 4.55 Turistlerin herhangi bir zeytinyağlı sarma ve dolma yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısı grubuna göre dağılımı (n:510)

Demografik Özellikler	n	Yiyen (n=302)		Yemeyen (n=208)	
		Sayı	%	Sayı	%
Milliyet					
İngiliz	231	147	63.6	84	36.4
Alman	101	61	60.4	40	39.6
Fransız	54	26	48.1	28	51.9
Rus	51	22	43.1	29	56.9
Flemenk	28	16	57.1	12	42.9
Diğer	45	30	66.7	15	33.3
Cinsiyet		$\chi^2=11.210$		SD=5	p=0.047
Erkek	210	124	59.0	86	41.0
Kadın	300	178	59.3	122	40.7
Yaş Grubu (Yıl)		$\chi^2=0.004$		SD=1	p=0.948
18-25	112	65	58.0	47	42.0
26-35	130	90	69.2	40	30.8
36-45	123	71	57.7	52	42.3
46 ve üzeri	145	76	52.4	69	47.6
Medeni durum		$\chi^2=8.355$		SD=3	p=0.039
Bekar	243	149	61.3	94	38.7
Evli	267	153	57.3	114	42.7
Geliş sayısı		$\chi^2=0.849$		SD=1	p=0.357
Birinci	212	97	45.8	115	54.2
İkinci	90	46	51.1	44	48.9
Üç ve üzeri	208	159	76.4	49	23.6
		$\chi^2=43.912$		SD=2	p=0.000

Çizelge 4.55'te turistlerin herhangi bir zeytinyağlı sarma ve dolma yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı verilmiştir. Zeytinyağlı sarma ve dolmalardan herhangi birini en çok yiyenlerde ilk sırayı diğer ülkelerden gelen turistler (%66.7) son sırayı Ruslar (%43.1) almaktadır. Milliyetlere göre dağılım istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($p<0.05$).

Çizelgede de görüldüğü gibi Türk mutfağına ait herhangi bir zeytinyağlı sarma ve dolmayı tüketen kadın ve erkeklerin oranı birbirine yakındır (kadın %59.3, erkek %59.0).

Yaş grubuna göre değerlendirildiği zaman 26–35 yaş grubunda (%69.2), medeni duruma göre bekâr olanlarda (%61.3), Türkiye’ye geliş sayısına göre üç ve daha fazla ülkemizi ziyaret edenlerde (%76.4) bir zeytinyağlı sarma ve dolmayı tüketenlerin oranı en yüksektir. Yaşa ($p<0.05$) ve Türkiye’ye geliş sayısına ($p<0.01$) göre herhangi bir zeytinyağlı sarma ve dolmayı yeme durumu istatistiksel olarak önemli bulunmuştur.

Çizelge 4.56’da turistlerin Türk mutfağına ait herhangi zeytinyağlı yemeği ve zeytinyağlı sarma ve dolmaları yeme ve beğenme durumları milliyete göre verilmiştir.

Genel örnekleme göre en çok yenilenin zeytinyağlı taze fasulye (%57.8), en az yenilenin ise zeytinyağlı barbunya pilaki (%42.5) olduğu görülmektedir.

Milliyete göre değerlendirildiği zaman genel örneklemede olduğu gibi İngilizler (%55.0), Almanlar (%81.2), Fransızlar (%46.3) tarafından en çok yenilen zeytinyağlı taze fasulye iken; Ruslarca zeytinyağlı enginar (%39.2), Flemenklerce aynı oranda zeytinyağlı enginar ve zeytinyağlı kerevizdir (%53.6).

İngilizler (%37.2) ve Ruslar (%25.5) tarafından en az yenilen barbunya pilaki iken; Almanlarda zeytinyağlı kereviz (%71.3), Fransızlar (%16.7) ve diğer ülkelere (%37.8) zeytinyağlı pırasa, Flemenklerde ise en az yenilen zeytinyağlı yemek aynı oranla (%50.0) zeytinyağlı taze fasulye, imambayıldı ve barbunya pilakidir.

Aynı çizelgeden zeytinyağlı yemeklerin beğenilme durumu incelendiği zaman, İngilizlerde (%89.0), Almanlarda (%92.7) ve diğer ülkelerde (%86.7) genel örnekleme benzer şekilde (%89.8) beğenilme oranı en yüksek olan zeytinyağlı yemeğin zeytinyağlı taze fasulye olduğu görülebilir. İngiliz (%75.8) ve Ruslarda (%75.0) beğenilme oranı en düşük zeytinyağlı yemek zeytinyağlı enginar iken, Almanlarda zeytinyağlı imam bayıldı (%88.0), Fransızlarda zeytinyağlı barbunya pilaki (%80.0), Flemenklerde zeytinyağlı kereviz (%80.0), diğer ülkelere ise zeytinyağlı pırasadır (%64.7)

Genel örneklemede Türk mutfağına ait herhangi bir zeytinyağlı sarma ve dolma yemeğini tüketen turistlerin en çok yedikleri (%49.2) ve beğendikleri (%88.0) domates

dolma, en az yedikleri (%32.5) ve beğendikleri (%74.1) zeytinyağlı kabak çiçeği dolmasıdır.

Genel örnekleme benzer şekilde İngiliz (%52.8), Fransız (%37.0), Flemenk (%50.0) turistler tarafından yenme oranı en yüksek domates dolması iken, Almanlarda zeytinyağlı yaprak sarması (%58.4), Ruslarda (%41.2) ve diğer ölkelerde (%55.6) zeytinyağlı biber dolmasıdır.

Alman, Flemenk, İngilizler, diğer ölkeler ve Fransızların en az yediğinin (% 47.5, %39.3, %31.6, %26.7, %16.7) ve beğendiğinin (%81.3, %36.4, %74.0, %75.0, %55.6) zeytinyağlı kabak çiçeği dolması olduğu belirlenmiştir.

Bütün zeytinyağlı yemek-sarma ve dolmaların yenme durumu ile zeytinyağlı enginar, kereviz, barbunya pilaki, biber dolma ve kabak çiçeği dolmasının beğenilme durumunun milliyete göre değişme durumu istatistiksel olarak önemlidir ($p<0.05$).

Çizelge 4.56. Turistlerin yedikleri ve beğendikleri zeytinyağlı yemek ile zeytin yağlı sarma ve dolmaların milliyete göre dağılımı

Zeytinyağlı Yemekler ile Zeytin Yağlı Sarma ve Dolmalar			İngiliz (n=231)			Alman (n=101)			Fransız (n=54)			Rus (n=51)			Flemenk (n=28)			Diğer (n=45)			Genel (n=510)		
			Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Y E M E K L E R	Taze fasulye ¶	a	113	89.0	55.0	76	92.7	81.2	24	96.0	46.3	15	88.2	33.3	11	78.6	50.0	26	86.7	66.7	265	89.8	57.8
		b	14	11.0		6	7.3		1	4.0		2	11.8		3	21.4		4	13.3		30	10.2	
	Enginar* ¶	a	75	75.8	42.9	71	93.4	75.2	17	89.5	35.2	15	75.0	39.2	12	80.0	53.6	16	72.7	48.9	206	82.1	49.2
		b	24	24.2		5	6.6		2	10.5		5	25.0		3	20.0		6	27.3		45	17.9	
	Pırasa ¶	a	81	81.8	42.9	68	89.5	75.2	9	100	16.7	14	87.5	31.4	11	68.8	57.1	11	64.7	37.8	194	83.3	45.7
		b	18	18.2		8	10.5		-			2	12.5		5	31.3		6	35.3		39	16.7	
İmambayıldı ¶	a	92	87.6	45.5	66	88.0	74.3	10	83.3	22.2	17	89.5	37.3	10	71.4	50.0	19	82.6	51.1	214	86.3	48.6	
	b	13	12.4		9	12.0		2	16.7		2	10.5		4	28.6		4	17.4		34	13.7		
Kereviz* ¶	a	76	81.7	40.3	64	88.9	71.3	14	93.3	27.8	13	81.3	31.4	7	46.7	53.6	16	69.6	51.1	190	81.2	45.9	
	b	17	18.3		8	11.1		1	6.7		3	18.8		8	53.3		7	30.4		44	18.8		
Barbunya pilaki* ¶	a	69	80.2	37.2	67	90.5	73.3	8	80.0	18.5	12	92.3	25.5	7	50.0	50.0	16	80.0	44.4	179	82.5	42.5	
	b	17	19.8		7	9.5		2	20.0		1	7.7		7	50.0		4	20.0		38	17.5		
S A R M A	Yaprak sarması ¶	a	102	84.3	52.4	54	91.5	58.4	14	100	25.9	15	93.8	31.4	10	71.4	50.0	20	87.0	51.1	215	87.0	48.4
		b	19	15.7		5	8.5					1	6.3		4	28.6		3	13.0		32	13.0	
D O L M A	Domates dolma ¶	a	108	88.5	52.8	46	88.5	51.5	19	95.0	37.0	17	85.0	39.2	10	71.4	50.0	21	91.3	51.1	221	88.0	49.2
		b	14	11.5		6	11.5		1	5.0		3	15.0		4	28.6		2	8.7		30	12.0	
D O L M A	Patlıcan dolma ¶	a	81	79.4	44.2	46	86.8	52.5	12	85.7	25.9	17	89.5	37.3	9	69.2	46.4	12	75.0	35.6	177	81.6	42.5
		b	21	20.6		7	13.2		2	14.3		2	10.5		4	30.8		4	25.0		40	18.4	
D O L M A	Biber dolma* ¶	a	106	89.8	51.1	49	89.1	54.5	9	81.8	20.4	19	90.5	41.2	6	54.5	39.3	19	76.0	55.6	208	86.3	47.3
		b	12	10.2		6	10.9		2	18.2		2	9.5		5	45.5		6	24.0		33	13.7	
D O L M A	Kabak çiçeği dolması* ¶	a	54	74.0	31.6	39	81.3	47.5	5	55.6	16.7	12	92.3	25.5	4	36.4	39.3	9	75.0	26.7	123	74.1	32.5
		b	19	26.0		9	18.8		4	44.4		1	7.7		7	63.6		3	25.0		43	25.9	

a: Beğenen b: Beğenmeyen

* p<0.05 (Beğenme durumu)

¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Çizelge 4.57 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri zeytinyağlı yemek ile zeytinyağlı sarma ve dolmaların cinsiyete göre dağılımı (n:510)

Zeytinyağlı Yemekler ile Zeytin Yağlı Sarma ve Dolmalar			Erkek (n=210)			Kadın (n=300)		
			Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Y E M E K L E R	Taze fasulye *	a	102	85.0	57.1	163	93.1	58.3
		b	18	15.0		12	6.9	
	Enginar	a	87	84.5	49.0	119	80.4	49.3
		b	16	15.5		29	19.6	
	Pırasa	a	79	80.6	46.7	115	85.2	45.0
		b	19	19.4		20	14.8	
	İmambayıldı	a	86	84.3	48.6	128	87.7	48.7
		b	16	15.7		18	12.3	
	Kereviz *	a	71	74.7	45.2	119	85.6	46.3
		b	24	25.3		20	14.4	
	Barbunya pilaki	a	69	78.4	41.9	110	85.3	43.0
		b	19	21.6		19	14.7	
S A R M A D O L M A	Yaprak sarması	a	83	82.2	48.1	132	90.4	48.7
		b	18	17.8		14	9.6	
	Domates dolma	a	85	85.9	47.1	136	89.5	50.7
		b	14	14.1		16	10.5	
	Patlıcan dolma	a	68	81.0	40.0	109	82.0	44.3
		b	16	19.0		24	18.0	
	Biber dolma	a	83	83.8	47.1	125	88.0	47.3
		b	16	16.2		17	12.0	
	Kabak çiçeği dolması	a	44	68.8	30.5	79	77.5	34.0
		b	20	31.3		23	22.5	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p< 0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Araştırmaya katılan yabancı turistlerin yedikleri ve beğendikleri Türk mutfağına ait zeytinyağlı yemeklerin cinsiyete göre dağılımı çizelge 4.57’den incelendiğinde; her iki cinsiyette de en az yenilen zeytinyağlı yemek barbunya pilakidir (E %41.9, K %43.0).

Her iki cinsiyette de en çok yenilen (E %57.1, K %58.3) ve beğenilen (E %85.0, K %93.1) zeytinyağlı yemek ise taze fasulyedir.

Aynı çizelgede yabancı turistlerin yedikleri ve beğendikleri Türk mutfağına ait zeytinyağlı dolmalar cinsiyete göre incelendiğinde; erkeklerin en çok (%48.1) yaprak sarmasını, en az kabak çiçeği dolmasını yediği (%30.5) ve beğendiği (%68.8) tespit edilmiştir. Kadınlar tarafından yenme oranı en yüksek olan domates dolması (%50.7),

en çok beğenilen yaprak sarması (%90.4) iken en az yenilen (%34.0) ve beğenilen (%77.5) kabak çiçeği dolmasıdır.

Türk mutfağında bulunan zeytinyağlı dolmaların yenme ve beğenilme durumu cinsiyete göre incelendiğinde; erkekler tarafından en çok yenilenin (%48.1) yaprak sarması, en az yenilenin kabak çiçeği dolması (%30.5) olduğu tespit edilmiştir. Kadınlar tarafından en çok yenilen domates dolması (%50.7), en çok beğenilen yaprak sarması (%90.4) iken en az yenilen (%34.0) ve beğenilen (%77.5) kabak çiçeği dolmasıdır.

Çizelge 4.58'de yabancı turistlerin yedikleri ve beğendikleri zeytinyağlı yemekler yaş gruplarına göre verilmiştir. Tüm yaş gruplarında yenme oranı en yüksek olan taze fasulyedir (18-25 yaş %52.7, 26-35 yaş %73.8, 36-45 yaş %60.2, ≥46 yaş %45.5).

36-45 yaş grubu hariç; diğer tüm yaş gruplarıncı en az yenilen barbunya pilakidir (18-25 yaş %41.1, 26-35 yaş %59.2, ≥46 yaş %24.8). 36-45 yaş grubunda ise en az yenilen zeytinyağlı yemek zeytinyağlı kerevizdir (%44.7).

Tüm zeytinyağlı yemeklerin yenme durumunun yaşa göre değişme durumu istatistiksel olarak anlamlıdır ($p < 0.05$).

Zeytinyağlı yemeklerin beğenilme durumuna bakıldığı zaman 18-25 yaş (%84.7) ve 36-45 yaş grubunca (%90.5) en çok beğenilenin zeytinyağlı taze fasulye; 26-35 yaş grubunda imambayıldı (%91.9), 46 ve daha büyük yaş grubunda zeytinyağlı pırasa (%92.5) olduğu görülmektedir.

Aynı çizelgede yabancı turistlerin zeytinyağlı sarma ve dolmaları yeme ve beğenme durumları yaş gruplarına göre verilmiştir. Görüldüğü gibi 18-25 yaş (%52.7) ve 26-35 yaş grubunda domates dolması (%62.3), 36-45 yaş grubunda yaprak sarması (%49.6) , 46 ve daha üzeri yaş grubunda ise aynı oranla (%38.6) hem yaprak sarması hem domates dolması yenme oranı en yüksek olanlardır.

Tüm yaş gruplarında ise en az yenilen kabak çiçeği dolmasıdır (18-25 yaş %32.1, 26-35 yaş %46.9, 36-45 yaş %37.4, ≥ 46 yaş %15.9).

Zeytinyağlı sarma ve dolmaların beğenilme durumu incelendiği zaman 26-35 yaş (%94.6) ve 36-45 yaş (%80.3) grubundaki turistler tarafından en çok beğenilen yaprak sarması, 18-25 yaş grubunda domates dolması (%94.9), en büyük yaş grubunda ise biber dolmasıdır (%94.5).

Beğenilme oranı en düşük sarma-dolma 18–25 yaş grubundaki turistler hariç kabak çiçeği dolmasıdır (sırası ile %86.9, %60.9, %56.5). Patlıcan dolması (%78.0) 18–25 yaş grubundakilerce ise beğenilme oranı en düşük olandır.

Zeytinyağlı patlıcan dolması hariç diğer sarma-dolmaların beğenilme durumu yaş grubuna göre değişmektedir ($p < 0.05$).

Çizelge 4.58 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri zeytinyağlı yemek ile zeytinyağlı sarma ve dolmaların yaş grubuna göre dağılımı (n:510)

Zeytinyağlı Yemekler ile Zeytin Yağlı Sarma ve Dolmalar			18-25 Yaş (n=112)			26-35 Yaş (n=130)			36-45 Yaş (n=123)			46 + yaş (n=145)		
			Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Y E M E K L E R	Taze fasulye ¶	a	50	84.7	52.7	87	90.6	73.8	67	90.5	60.2	61	92.4	45.5
		b	9	15.3		9	9.4		7	9.5		5	7.6	
	Enginar ¶	a	43	78.2	49.1	75	88.2	65.4	55	84.6	52.8	33	71.7	31.7
		b	12	21.8		10	11.8		10	15.4		13	28.3	
	Pırasa ¶	a	38	77.6	43.8	69	84.1	63.1	50	80.6	50.4	37	92.5	27.6
		b	11	22.4		13	15.9		12	19.4		3	7.5	
İmambayıldı ¶	a	46	83.6	49.1	79	91.9	66.2	49	77.8	51.2	40	90.9	30.3	
	b	9	16.4		7	8.1		14	22.2		4	9.1		
Kereviz ¶	a	39	79.6	43.8	73	88.0	63.8	42	76.4	44.7	36	76.6	32.4	
	b	10	20.4		10	12.0		13	23.6		11	23.4		
Barbunya pilaki ¶	a	35	76.1	41.1	67	87.0	59.2	49	84.5	47.2	28	77.8	24.8	
	b	11	23.9		10	13.0		9	15.5		8	22.2		
S A R M A D O L M A	Yaprak sarması * ¶	a	51	91.1	50.0	70	94.6	56.9	49	80.3	49.6	45	80.4	38.6
		b	5	8.9		4	5.4		12	19.7		11	19.6	
	Domates dolma * ¶	a	56	94.9	52.7	75	92.6	62.3	41	74.5	44.7	49	87.5	38.6
		b	3	5.1		6	7.4		14	25.5		7	12.5	
	Patlıcan dolma ¶	a	39	78.0	44.6	67	91.8	56.2	42	75.0	45.5	29	76.3	26.2
b		11	22.0		6	8.2		14	25.0		9	23.7		
Biber dolma * ¶	a	44	86.3	45.5	73	92.4	60.8	39	69.6	45.5	52	94.5	37.9	
	b	7	13.7		6	7.6		17	30.4		3	5.5		
Kabak çiçeği dolması * ¶	a	29	80.6	32.1	53	86.9	46.9	28	60.9	37.4	13	56.5	15.9	
	b	7	19.4		8	13.1		18	39.1		10	43.5		

a: Beğenen

b: Beğenmeyen

* p< 0.05 (Beğenme durumu)

¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Çizelge 4.59’da yabancı turistlerin yedikleri ve beğendikleri zeytinyağlı yemekler ve zeytinyağlı sarma-dolma çeşitleri medeni duruma göre verilmiştir.

Çizelge 4.59 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri zeytinyağlı yemek ile zeytinyağlı sarma ve dolmaların medeni duruma göre dağılımı (n:510)

Zeytinyağlı Yemekler ile Zeytin Yağlı Sarma ve Dolmalar			Bekar (n=243)			Evli (n=267)		
			Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Y E M E K L E R	Taze fasulye	a	126	88.7	58.4	139	90.8	57.3
		b	16	11.3		14	9.2	
	Enginar	a	110	84.6	53.5	96	79.3	45.3
		b	20	15.4		25	20.7	
	Pırasa	a	99	81.8	49.8	95	84.8	41.9
		b	22	18.2		17	15.2	
İmambayıldı ¶	a	117	88.6	54.3	97	83.6	43.4	
	b	15	11.4		19	16.4		
Kereviz	a	104	85.2	50.2	86	76.8	41.9	
	b	18	14.8		26	23.2		
Barbunya pilaki ¶	a	105	86.1	50.2	74	77.9	35.6	
	b	17	13.9		21	22.1		
S A R M A D O L M A	Yaprak sarması ¶	a	118	90.8	53.5	97	82.9	43.8
		b	12	9.2		20	17.1	
	Domates dolma	a	109	89.3	50.2	112	86.8	48.3
		b	13	10.7		17	13.2	
	Patlıcan dolma ¶	a	99	83.2	49.0	78	79.6	36.7
b		20	16.8		20	20.4		
Biber dolma	a	102	85.7	49.0	106	86.9	45.7	
	b	17	14.3		16	13.1		
Kabak çiçeği dolması * ¶	a	76	82.6	37.9	47	63.5	27.7	
	b	16	17.4		27	36.5		

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p< 0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Çizelge incelendiğinde zeytinyağlı sebze yemeklerinden bekâr turistlerce en fazla (%58.4) zeytinyağlı taze fasulye, en az zeytinyağlı kereviz (%50.2) ve barbunya pilakinin (%50.2) yenildiği saptanmıştır. Bekâr turistlerin en çok (%84.6) zeytinyağlı enginarı, en az (%81.8) zeytinyağlı pırasa yemeğini beğendikleri belirlenmiştir. Evli turistlerce en çok yenilen (%57.3) ve beğenilenin (%90.8) zeytinyağlı taze fasulye olduğu tespit edilmiştir. Evli turistlerce en az yenilen (%35.6) barbunya pilaki iken, en az beğenilen (%76.8) zeytinyağlı kerevizdir. İmambayıldı ve barbunya pilakinin yenme durumu medeni duruma göre değişmektedir (p<0.05).

Çizelge 4.60 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri zeytinyağlı yemek ile zeytinyağlı sarma ve dolmaların Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı (n:510)

Zeytinyağlı Yemekler ile Zeytin Yağlı Sarma ve Dolmalar			Birinci (n=212)			İkinci (n=90)			Üç ve üzeri (n=208)		
			Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Y E M E K L E R	Taze fasulye ¶	a	95	88.8	50.5	38	84.4	50.0	132	92.3	68.8
		b	12	11.2		7	15.6		11	7.7	
	Enginar ¶	a	75	82.4	42.9	34	75.6	50.0	97	84.3	55.3
		b	16	17.6		11	24.4		18	15.7	
	Pırasa * ¶	a	64	81.0	37.3	24	70.6	37.8	106	88.3	57.7
		b	15	19.0		10	29.4		14	11.7	
İmambayıldı ¶	a	65	79.3	38.7	35	89.7	43.3	114	89.8	61.1	
	b	17	20.7		4	10.3		13	10.2		
Kereviz ¶	a	61	77.2	37.3	29	74.4	43.3	100	86.2	55.8	
	b	18	22.8		10	25.6		16	13.8		
Barbunya pilaki * ¶	a	55	75.3	34.4	24	70.6	37.8	100	90.9	52.9	
	b	18	24.7		10	29.4		10	9.1		
S A R M A	Yaprak sarması * ¶	a	68	84.0	38.2	25	73.5	37.8	122	92.4	63.5
		b	13	16.0		9	26.5		10	7.6	
D O L M A	Domates dolma * ¶	a	67	85.9	36.8	27	75.0	40.0	127	92.7	65.9
		b	11	14.1		9	25.0		10	7.3	
M A	Kabak çiçeği dolması * ¶	a	56	76.7	34.4	22	66.7	36.7	99	89.2	53.4
		b	17	23.3		11	33.3		12	10.8	
	Biber dolma * ¶	a	55	83.3	31.1	29	72.5	44.4	124	91.9	64.9
		b	11	16.7		11	27.5		11	8.1	
	Kabak çiçeği dolması * ¶	a	27	55.1	23.1	17	63.0	30.0	79	87.8	43.3
		b	22	44.9		10	37.0		11	12.2	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p< 0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Türkiye'ye geliş sayılarına göre turistlerin yedikleri ve beğendikleri zeytinyağlı yemek ile zeytinyağlı sarma ve dolmalar çizelge 4.60'ta olduğu gibidir. Türkiye'ye ilk (%50.5), ikinci (%50.0), üç ve daha fazla gelenler (%68.8) tarafından en çok yenilen zeytinyağlı taze fasulyedir. Türkiye'ye ilk (%34.4), ikinci (%37.8), üç ve daha fazla gelenlerin (%52.9) en az yediği zeytinyağlı yemek ise barbunya pilakidir.

Zeytin yağlı sarma ve dolmaların Türkiye'ye geliş sayısına göre beğenilme durumu incelendiğinde; üç grupta da [ilk (%85.9), ikinci (%75.0), üç ve daha fazla gelenlerin (%92.7)] en çok beğenilen domates dolmasıdır. Türkiye'ye ilk (%55.1), ikinci (%63.0), üç ve daha fazla gelenlerin (%87.8) en az beğendiği zeytinyağlı dolma ise kabak çiçeği dolmasıdır.

Türkiye'ye geliş sayısına göre tüm sarma ve dolmaların yenme ve beğenilme durumu arasındaki farklar istatistiksel olarak önemlidir ($p<0.05$).

4.3.3.7 Turistlerin Türk mutfağına ait börekler ve hamur işlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları

Osmanlı mutfağında hamur işleri, börekler ve hamur tatlıları olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Börekler genellikle sıcak tüketilen yiyeceklerdir. Börekleri pişirirken çeşitli yöntemler kullanılmakla birlikte fırında ya da tavada pişirilme yöntemleri en yaygın olanlarıdır. Börek hazırlarken kullanılacak iç malzemesini çok sayıda çeşitlendirmek mümkün olmakla birlikte geçmişten günümüze klasik börek yapımında kullanılan iç malzeme genellikle kıyma, farklı tipteki peynirler, patates ve ıspanak olarak sıralanabilir. Günümüzde hızlanan hayat şartlarına bağlı olarak sofraların vazgeçilmez yiyeceklerinden biri olan börek yapımında hazır yufka kullanımı yaygınlaşmıştır. Bununla birlikte hala geleneksel yöntemlerden olan evlerde oklava ile hamur açılarak yapılan börekler de tüketilmektedir (Durlu-Özkaya 2008a).

Çizelge 4.61 Turistlerin börek ve hamur işlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları (n:510)

Börekler ve Hamur İşleri	Yedi				Genel Yiyen		Duymadı		Yemedi	
	Beğendi		Beğenmedi		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
	Sayı	%	Sayı	%						
Kol böreği	217	85.4	37	14.6	254	49.8	119	23.3	137	26.9
Sebzeli börek	212	84.1	40	15.9	252	49.4	115	22.5	143	28.0
Peynirli börek	237	84.3	44	15.7	281	55.1	108	21.2	121	23.7
Sigara böreği	244	84.7	44	15.3	288	56.5	119	23.3	103	20.2
Su böreği	201	79.1	53	20.9	254	49.8	121	23.7	135	26.5
Tepsi böreği	206	85.5	35	14.5	241	47.3	126	24.7	143	28.0
Kıymalı börek	195	82.6	41	17.4	236	46.3	114	22.4	160	31.4
Gözleme	250	87.4	36	12.6	286	56.1	96	18.8	128	25.1
İspanaklı börek	187	78.2	52	21.8	239	46.9	122	23.9	149	29.2
Mantı	192	87.3	28	12.7	220	43.1	161	31.6	129	25.3

Çizelge 4.61’de genel olarak turistlerin börek çeşitlerini ve hamur işlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları verilmiştir. Çizelgeye göre; turistler sırasıyla en çok sigara böreği (%56.5), gözleme (%56.1) ve peynirli böreği (%55.1) tüketmişlerdir. En fazla beğenilen börek ve hamur işi gözleme (%87.4) olup, ikinci sırada mantı (%87.3), üçüncü sırada tepsi böreği (%85.5) gelmiştir. Turistlerin %31.6’sının mantıyı hiç duymadığı ve %29.2’sinin ıspanaklı böreği hiç yemediği belirlenmiştir.

Çizelge 4.62’de yabancı turistlerin herhangi bir börek ve hamur işi yeme durumları çeşitli değişkenlere göre verilmiştir. İlk üç sırada Almanlar (%86.1), diğer ülkeler (%80.0) ve İngilizlerin (%79.2) geldiği; en az börek ve hamur işleri tüketenlerin ise Ruslar (%64.7) olduğu saptanmıştır. Milliyetlere göre dağılım arasındaki farklar istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($p<0.05$). Yapılan başka bir çalışmada hamur işi tüketme durumlarının milliyete göre dağılımı incelendiğinde ise, ilk sırada diğer Avrupa ülkelerinden gelenler (%65.9), son sırada ise Avrupa dışı ülkelere gelenlerin (%54.3) yer aldığı belirlenmiştir (Akman 1998).

Türk mutfağına ait börek çeşitleri ve hamur işlerinden herhangi birini tüketen kadınların oranı %78.7, erkeklerin oranı %77.6 olup; aradaki fark istatistiksel olarak önemsizdir ($p>0.05$). Akman’ın (1998) yaptığı çalışmada kadınların %56.3’ünün, erkeklerin ise %55.6’sının hamur işlerini tüketmiş oldukları saptanmıştır. Bu çalışmada hamur işlerini tüketen kadınların oranı erkeklerden fazladır.

Çizelge 4.62 Turistlerin herhangi bir börek ve hamur işini yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı (n:510)

Börekler ve Hamur İşleri	n	Yiyen (n=399)		Yemeyen (n=111)	
		Sayı	%	Sayı	%
Milliyet					
İngiliz	231	183	79.2	48	20.8
Alman	101	87	86.1	14	13.9
Fransız	54	38	70.4	16	29.6
Rus	51	33	64.7	18	35.3
Flemenk	28	22	78.6	6	21.4
Diğer	45	36	80.0	9	20.0
		$\chi^2=11.365$		SD=5 p=0.045	
Cinsiyet					
Erkek	210	163	77.6	47	22.4
Kadın	300	236	78.7	64	21.3
		$\chi^2=0.080$		SD=1 p=0.778	
Yaş Grubu (Yıl)					
18-25	112	85	75.9	27	24.1
26-35	130	111	85.4	19	14.6
36-45	123	97	78.9	26	21.1
46 ve üzeri	145	106	73.1	39	26.9
		$\chi^2=6.534$		SD=3 p=0.088	
Medeni durum					
Bekar	243	193	79.4	50	20.6
Evli	267	206	77.2	61	22.8
		$\chi^2=0.385$		SD=1 p=0.535	
Geliş sayısı					
Birinci	212	153	72.2	59	27.8
İkinci	90	64	71.1	26	28.9
Üç ve üzeri	208	182	87.5	26	12.5
		$\chi^2=17.748$		SD=2 p=0.000	

Türk mutfağına ait börek çeşitlerinden ve hamur işlerinden herhangi birini yiyenler diğer üç değişkene göre irdelendiğinde; %85.4 oranında 26-35 yaş grubunda, %79.4 oranında bekâr olanlarda ve %87.5 oranında Türkiye'yi üç ve daha fazla ziyaret edenlerde en yüksek olduğu görülmektedir.

Yaş gruplarına ve medeni duruma göre börek ve hamur işi yeme durumu arasındaki farklar istatistiksel olarak önemsiz ($p>0.05$); Türkiye'ye geliş sayısına göre ise önemli bulunmuştur ($\chi^2=17.748$, $p<0.01$). Akman (1998) yaptığı çalışmada yabancı turistlerden Türk mutfağına ait hamur işi yiyeceklerden herhangi birini yiyenlerin çoğunluğunun 26-35 yaş grubunda (%70.8) olduğunu bulmuştur ve bu çalışma ile benzerlik göstermektedir.

Çizelge 4.63'te turistlerin Türk mutfağına ait herhangi bir hamur işi ve börek çeşitlerini yeme ve beğenme durumları milliyete göre verilmiştir.

Milliyete göre incelendiğinde Almanlarda yenme oranı en yüksek olan börek aynı oranla sigara böreği ve gözleme (%77.2) iken, Rus ve Flemenklerde peynirli börek (sırası ile %47.1, %64.3), Fransızlarda sebzeli börek (%94.4), İngilizlerde sigara böreği (%60.6) ve diğer ülkelerde gözleme (%57.8) olduğu belirlenmiştir.

İngiliz (%42.0) ve Ruslarca (%21.6) yenme oranı en düşük hamur işi mantı iken, Almanlarda kol böreği (%60.4), Fransızlarda tepsi böreği (%18.5) Flemenklerde gözleme (%35.7), diğer ülkelerde ise sebzeli börektir (%31.1).

Börek ve hamur işlerinde tüketenler tarafından en çok beğenilen %87.4 ile gözleme, en az beğenilen ise %78.2 oranı ile ıspanaklı börek olmuştur. Börek ve hamur işlerinin milliyete göre beğenilme durumu incelendiği zaman (çizelge 4.63); İngiliz ve Almanlarda mantı (%88.7 ve %89.2), Fransızlarda ve diğer ülkelerde gözleme (%94.4 ve %92.3) beğenilme oranı en yüksek olan hamur işleridir. Rus turistlerde ise kol böreği, peynirli börek ve gözlemenin beğenilme oranı %100.0'dür.

Beğenilmeyen hamur işi ve börekler tüm milliyetlerde farklı olup; İngilizlerde ıspanaklı börek (%77.9), Almanlarda sebzeli börek (%76.1), Fransızlarda tepsi böreği (%60.0), Ruslarda mantı (%72.7) ve diğer ülkelerde kıymalı börek (%70.6) olduğu görülmektedir. Flemenklerde ise sigara böreği ve gözleme aynı oranda (%60.0) en beğenilmeyen hamur işleridir.

Tüm börek ve hamur işlerinin yenilme durumu, peynirli börek, tepsi böreğinin ise beğenilme durumu milliyete göre değişmektedir ($p<0.05$).

Çizelge 4.63 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri börek ve hamur işlerinin milliyete göre dağılımı (n:510)

Börekler ve Hamur İşleri		İngiliz (n=231)			Alman (n=101)			Fransız (n=54)			Rus (n=51)			Flemenk (n=28)			Diğer (n=45)			Genel (n=510)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Kol böreği ¶	a	103	87.3	51.1	50	82.0	60.4	13	72.2	33.3	17	100	33.3	14	87.5	57.1	20	83.3	53.3	217	85.4	49.8
	b	15	12.7		11	18.0		5	27.8					2	12.5		4	16.7		37	14.6	
Sebzeli börek ¶	a	95	86.4	47.6	51	76.1	66.3	21	80.8	48.1	19	95.0	39.2	14	93.3	53.6	12	85.7	31.1	212	84.1	49.4
	b	15	13.6		16	23.9		5	19.2		1	5.0		1	6.7		2	14.3		40	15.9	
Peynirli börek* ¶	a	116	87.9	57.1	52	77.6	66.3	13	81.3	29.6	24	100	47.1	12	66.7	64.3	20	83.3	53.3	237	84.3	55.1
	b	16	12.1		15	22.4		3	18.8					6	33.3		4	16.7		44	15.7	
Sigara böreği ¶	a	123	87.9	60.6	66	84.6	77.2	10	71.4	25.9	17	89.5	37.3	9	60.0	53.6	19	86.4	48.9	244	84.7	56.5
	b	17	12.1		12	15.4		4	28.6		2	10.5		6	40.0		3	13.6		44	15.3	
Su böreği ¶	a	86	78.2	47.6	60	83.3	71.3	12	70.6	31.5	15	88.2	33.3	11	78.6	50.0	17	70.8	53.3	201	79.1	49.8
	b	24	21.8		12	16.7		5	29.4		2	11.8		3	21.4		7	29.2		53	20.9	
Tepsi böreği* ¶	a	101	87.1	50.2	56	87.5	63.4	6	60.0	18.5	19	100	37.3	8	66.7	42.9	16	80.0	44.4	206	85.5	47.3
	b	15	12.9		8	12.5		4	40.0					4	33.3		4	20.0		35	14.5	
Kıymalı börek ¶	a	94	87.0	46.8	49	79.0	61.4	12	85.7	25.9	20	90.9	43.1	8	61.5	46.4	12	70.6	37.8	195	82.6	46.3
	b	14	13.0		13	21.0		2	14.3		2	9.1		5	38.5		5	29.4		41	17.4	
Gözleme ¶	a	118	88.1	58.0	65	83.3	77.2	17	94.4	33.3	20	100	39.2	6	60.0	35.7	24	92.3	57.8	250	87.4	56.1
	b	16	11.9		13	16.7		1	5.6					4	40.0		2	7.7		36	12.6	
İspanaklı börek ¶	a	81	77.9	45.0	58	80.6	71.3	9	81.8	20.4	17	81.0	41.2	10	66.7	53.6	12	75.0	35.6	187	78.2	46.9
	b	23	22.1		14	19.4		2	18.2		4	19.0		5	33.3		4	25.0		52	21.8	
Mantı ¶	a	86	88.7	42.0	58	89.2	64.4	12	80.0	27.8	8	72.7	21.6	13	86.7	53.6	15	88.2	37.8	192	87.3	43.1
	b	11	11.3		7	10.8		3	20.0		3	27.3		2	13.3		2	11.8		28	12.7	

a: Beğenen

b: Beğenmeyen

* p< 0.05 (Beğenme durumu)

¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Çizelge 4.64'te turistlerin yedikleri ve beğendikleri börek ve hamur işleri cinsiyete göre verilmiştir. Erkekler tarafından tüketilme oranı en yüksek olan hamur işi gözleme (%59.5), en az olan tepsi böreğidir (%45.2). En çok beğenilen gözleme (%88.0), en az beğenilen ise su böreğidir (%74.3). Kadınlar tarafından tüketilme oranı en yüksek olan hamur işinin sigara böreği (%56.0), en az olanın mantı (%41.3); en çok beğenilenin mantı (%88.7), en az beğenilenin ise ıspanaklı börek (%79.0) olduğu saptanmıştır.

Çizelge 4.64 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri börek ve hamur işlerinin cinsiyete göre dağılımı (n:510)

Börekler ve Hamur İşleri		Erkek (n=210)			Kadın (n=300)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Kol böreği	a	96	84.2	54.3	121	86.4	46.7
	b	18	15.8		19	13.6	
Sebzeli börek	a	93	84.5	52.4	119	83.8	47.3
	b	17	15.5		23	16.2	
Peynirli börek	a	92	79.3	55.2	145	87.9	55.0
	b	24	20.7		20	12.1	
Sigara böreği	a	100	83.3	57.1	144	85.7	56.0
	b	20	16.7		24	14.3	
Su böreği	a	78	74.3	50.0	123	82.6	49.7
	b	27	25.7		26	17.4	
Tepsi böreği	a	83	87.4	45.2	123	84.2	48.7
	b	12	12.6		23	15.8	
Kıymalı börek	a	84	83.2	48.1	111	82.2	45.0
	b	17	16.8		24	17.8	
Gözleme	a	110	88.0	59.5	140	87.0	53.7
	b	15	12.0		21	13.0	
Ispanaklı börek	a	78	77.2	48.1	109	79.0	46.0
	b	23	22.8		29	21.0	
Mantı	a	82	85.4	45.7	110	88.7	41.3
	b	14	14.6		14	11.3	

a: Beğenen b: Beğenmeyen

Çizelge 4.65'te yabancı turistlerin Türk mutfağında yer alan börek ve hamur işlerinin yenme ve beğenilme durumu yaş gruplarına göre verilmiştir. Çizelgeden de görülebileceği gibi; 18–25 yaş grubunda en fazla yenilen börek ve hamur işi sigara böreği (%57.1), en az yenilen ise mantıdır (%41.1). Yiyenlerce en çok beğenilen (%91.1) peynirli börek, en az beğenilen ise ıspanaklı börektir (%75.0). 26-35 yaş grubundaki turistlerce en çok yenilenin (%73.8) sigara böreği, en az yenilenin (%54.6)

mantı; en çok beğenilenin mantı (%93.0), en az beğenilenin ıspanaklı börek (%77.4) olduğu tespit edilmiştir. 36–45 yaş grubu yabancı turistler tarafından tüketilme oranı en yüksek olan peynirli börek (%59.3), en az olan ıspanaklı börektir (%44.7). Yiyenlerce en çok beğenilenin peynirli börek (%87.7), en az beğenilenin ise sebzeli börek (%78.5) olduğu saptanmıştır. 46 ve daha üzeri yaş grubundakilerde ise en çok peynirli börek (%46.2), en az mantı (%28.3) yendiği, en çok kol böreği (%88.9), en az su böreğinin (%74.0) beğenildiği belirlenmiştir.

Akman'ın (1998) yaptığı çalışmada 18-25 yaş grubu turistlerin mantı (%49.7), diğer yaş gruplarında ise lahmacunun (%40.8, %46.2) tüketenler tarafından en çok beğenilen,; yine 18-25 yaş grubunda sigara böreği (%83.7), 26-35 yaş grubunda gözleme (%86.4), 36-45 yaş grubunda gözleme (%86.4), 36-45 yaş grubunda etli pide (%91.9) en çok yenilen hamur işi olarak saptanmıştır.

Yaş gruplarına göre börek ve hamur işlerinin yenme durumu arasındaki fark istatistiksel olarak önemlidir ($p<0.05$).

Çizelge 4.65 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri börek ve hamur işlerinin yaş gruplarına göre dağılımı (n:510)

Börekler ve Hamur İşleri		18-25 Yaş (n=112)			26-35 Yaş (n=130)			36-45 Yaş (n=123)			46 + yaş (n=145)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Kol böreği ¶	a	40	76.9	46.4	71	87.7	62.3	58	86.6	54.5	48	88.9	37.2
	b	12	23.1		10	12.3		9	13.4		6	11.1	
Sebzeli börek ¶	a	42	82.4	45.5	69	87.3	60.8	51	78.5	52.8	50	87.7	39.3
	b	9	17.6		10	12.7		14	21.5		7	12.3	
Peynirli börek ¶	a	51	91.1	50.0	70	82.4	65.4	64	87.7	59.3	52	77.6	46.2
	b	5	8.9		15	17.6		9	12.3		15	22.4	
Sigara böreği ¶	a	57	89.1	57.1	82	85.4	73.8	59	81.9	58.5	46	82.1	38.6
	b	7	10.9		14	14.6		13	18.1		10	17.9	
Su böreği ¶	a	42	77.8	48.2	69	81.2	65.4	53	81.5	52.8	37	74.0	34.5
	b	12	22.2		16	18.8		12	18.5		13	26.0	
Tepsi böreği ¶	a	42	85.7	43.8	71	88.8	61.5	47	81.0	47.2	46	85.2	37.2
	b	7	14.3		9	11.3		11	19.0		8	14.8	
Kıymalı börek ¶	a	44	88.0	44.6	67	82.7	62.3	45	80.4	45.5	39	79.6	33.8
	b	6	12.0		14	17.3		11	19.6		10	20.4	
Gözleme ¶	a	53	89.8	52.7	84	89.4	72.3	60	84.5	57.7	53	85.5	42.8
	b	6	10.2		10	10.6		11	15.5		9	14.5	
İspanaklı börek ¶	a	39	75.0	46.4	65	77.4	64.6	45	81.8	44.7	38	79.2	33.1
	b	13	25.0		19	22.6		10	18.2		10	20.8	
Mantı ¶	a	40	87.0	41.1	66	93.0	54.6	53	85.5	50.4	33	80.5	28.3
	b	6	13.0		5	7.0		9	14.5		8	19.5	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p< 0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Çizelge 4.66’da yabancı turistlerin Türk mutfağına ait yedikleri ve beğendikleri börek ve hamur işlerinin medeni durumlarına göre dağılımı verilmiştir. Bekâr turistlerin en çok yedikleri sigara böreği (%61.7), en az yedikleri mantı (%46.5) iken; en çok beğendikleri mantı (%91.2), en az beğendiklerinin ise ıspanaklı börek (%80.3) olduğu belirlenmiştir. Evli turistlerin en çok yedikleri hamur işi aynı oranla peynirli börek ve gözlemedir (%52.4). Yiyenlerce en çok beğenilen kol böreği (%58.2), en az beğenilen ise ıspanaklı börektir (%75.9). Sigara böreği, su böreği, kıymalı börek ve ıspanaklı böreğin yenme durumu medeni duruma göre değişmektedir ($p<0.05$).

Çizelge 4.66 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri börek ve hamur işlerinin medeni duruma göre dağılımı (n:510)

Börekler ve Hamur İşleri		Bekar (n=243)			Evli (n=267)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Kol böreği	a	105	82.7	52.3	112	88.2	47.6
	b	22	17.3		15	11.8	
Sebzeli börek	a	106	84.1	51.9	106	84.1	47.2
	b	20	15.9		20	15.9	
Peynirli börek	a	123	87.2	58.0	114	81.4	52.4
	b	18	12.8		26	18.6	
Sigara böreği [¶]	a	133	88.7	61.7	111	80.4	51.7
	b	17	11.3		27	19.6	
Su böreği [¶]	a	107	80.5	54.7	94	77.7	45.3
	b	26	19.5		27	22.3	
Tepsi böreği	a	109	87.9	51.0	97	82.9	43.8
	b	15	12.1		20	17.1	
Kıymalı börek [¶]	a	115	85.8	55.1	80	78.4	38.2
	b	19	14.2		22	21.6	
Gözleme	a	131	89.7	60.1	119	85.0	52.4
	b	15	10.3		21	15.0	
Ispanaklı börek [¶]	a	102	80.3	52.3	85	75.9	41.9
	b	25	19.7		27	24.1	
Mantı	a	103	91.2	46.5	89	83.2	40.1
	b	10	8.8		18	16.8	

a: Beğenen b: Beğenmeyen

[¶] $p<0.05$ (Yeme durumu)

Çizelge 4.67 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri börek ve hamur işlerinin Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı (n:510)

Börekler ve Hamur İşleri		Birinci (n=212)			İkinci (n=90)			Üç ve üzeri (n=208)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Kol böreği* [¶]	a	62	78.5	37.3	33	78.6	46.7	122	91.7	63.9
	b	17	21.5		9	21.4		11	8.3	
Sebzeli börek* [¶]	a	67	77.0	41.0	28	80.0	38.9	117	90.0	62.5
	b	20	23.0		7	20.0		13	10.0	
Peynirli börek* [¶]	a	67	72.8	43.4	32	86.5	41.1	138	90.8	73.1
	b	25	27.2		5	13.5		14	9.2	
Sigara böreği* [¶]	a	73	76.0	45.3	33	78.6	46.7	138	92.0	72.1
	b	23	24.0		9	21.4		12	8.0	
Su böreği [¶]	a	62	73.8	39.6	31	77.5	44.4	108	83.1	62.5
	b	22	26.2		9	22.5		22	16.9	
Tepsi böreği* [¶]	a	52	74.3	33.0	27	84.4	35.6	127	91.4	66.8
	b	18	25.7		5	15.6		12	8.6	
Kıymalı börek* [¶]	a	51	71.8	33.5	27	77.1	38.9	117	90.0	62.5
	b	20	28.2		8	22.9		13	10.0	
Gözleme* [¶]	a	81	80.2	47.6	38	86.4	48.9	131	92.9	67.8
	b	20	19.8		6	13.6		10	7.1	
Ispanaklı börek* [¶]	a	49	68.1	34.0	26	66.7	43.3	112	87.5	61.5
	b	23	31.9		13	33.3		16	12.5	
Mantı* [¶]	a	71	81.6	41.0	31	83.8	41.1	90	93.8	46.2
	b	16	18.4		6	16.2		6	6.3	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p< 0.05 (Beğenme durumu) [¶] p< 0.05 (Yeme durumu)

Turistlerin yedikleri ve beğendikleri börek ve hamur işlerinin Türkiye'ye geliş sayılarına göre dağılımı incelendiğinde (çizelge 4.67); Türkiye'yi ilk defa ziyarete gelenlerin en çok yedikleri börek ve hamur işinin %47.6 oranında gözleme, en az yediklerinin %33.0 ile tepsi böreği olduğu belirlenmiştir. Yiyenlerce en çok beğenilen mantı (%81.6), en az beğenilen ıspanaklı börektir (%68.1). Ülkemizi ikinci defa ziyaret edenlerin en çok yediği börek ve hamur işi gözleme (%48.9), en az yediği tepsi böreği (%35.6), en çok beğendiği peynirli börek (%86.5), en az beğendiği ise ıspanaklı börektir (%66.7). Ülkemize üç ve daha fazla sayıda gelenlerin ise en çok yedikleri hamur işinin peynirli börek (%73.1), en az yediğinin mantı (%46.2) olduğu belirlenmiştir. Yiyenlerce en çok beğenilen ise mantı (%93.8), en az beğenilen ise su böreğidir (%83.1).

Bütün börek ve hamur işlerinin yenme; su böreği hariç diğerlerinin beğenilme durumu Türkiye'ye geliş sayısına göre değişmektedir (p<0.05).

4.3.3.8 Turistlerin Türk mutfağına ait pide çeşitlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları

Çizelge 4.68 Turistlerin pide çeşitlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları (n:510)

Pide Çeşitleri	Yedi		Beğenmedi		Genel Yiyen		Duymadı		Yemedi	
	Beğendi		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
	Sayı	%								
Etli pide	332	93.0	25	7.0	357	70.0	67	13.1	86	16.9
Peynirli pide	218	85.2	38	14.8	256	50.2	96	18.8	158	31.0
Patatesli pide	220	85.3	38	14.7	258	50.6	111	21.8	141	27.6
Karışık pide	231	83.7	45	16.3	276	54.1	91	17.8	143	28.0
Kuşbaşılı pide	216	82.1	47	17.9	263	51.6	103	20.2	144	28.2
Mantarlı pide	182	82.0	40	18.0	222	43.5	115	22.5	173	33.9
Lahmacun	253	89.4	30	10.6	283	55.5	94	18.4	133	26.1

Çizelge 4.68’de turistlerin pide çeşitlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları görülmektedir. Turistlerin duymadıklarını ifade ettikleri pideler içinde %22.5 oranı ile mantarlı pide ilk sırada gelmiş, % 20.2 ile kuşbaşı pide, %21.8 ile patatesli pide onu izlemiştir.

Pide çeşitleri içinde %70.0 oranı ile tüketilme oranı en yüksek pide çeşidi etli pide olup, lahmacun (%55.5) ikinci sırada yer almıştır. En fazla beğenilen pide çeşidinin etli pide (%93.0), en az beğenilenin mantarlı pide (%82.0) olduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 4.69’da yabancı turistlerin Türk mutfağına ait herhangi bir pideyi yeme durumları çeşitli değişkenlere göre verilmiştir.

Araştırmaya katılan yabancı turistlerden Türk mutfağına ait pide çeşitlerinden herhangi birisini tüketenlerin milliyetlere göre dağılımı incelendiğinde ilk sırayı Almanlar (%88.1) son sırayı diğer ülke vatandaşları (%77.1) almıştır. Turistlerin milliyetine göre pide çeşitlerini tüketme durumu bakımından farklılıklar istatistiksel olarak önemli değildir ($p>0.05$).

Cinsiyete göre incelendiği zaman Türk mutfağına ait herhangi bir pideyi tüketen kadınların oranı %79.0 iken erkeklerde bu oran %80.5 olup, aradaki fark istatistiksel olarak önemli değildir ($p>0.05$).

Türk mutfağına ait herhangi bir pideyi tüketenler yaşa göre değerlendirildiği zaman 26-35 yaş grubunda (%86.9), medeni duruma göre bekâr olanlarda (%82.3), Türkiye'ye geliş sayısına göre üç ve daha fazla ülkemizi ziyaret edenlerde (%86.1) en yüksektir. Yaşa ve Türkiye'ye geliş sayılarına göre fark istatistiksel açıdan önemli bulunmuştur ($p<0.05$).

Çizelge 4.69 Turistlerin herhangi bir pide çeşidini yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı (n:510)

Pide Çeşitleri	n	Yiyen (n=406)		Yemeyen (n=104)	
		Sayı	%	Sayı	%
Milliyet					
İngiliz	231	182	78.8	49	21.2
Alman	101	89	88.1	12	11.9
Fransız	54	43	79.6	11	20.4
Rus	51	38	74.5	13	25.5
Flemenk	28	22	78.6	6	21.4
Diğer	45	32	71.1	13	28.9
Cinsiyet			$\chi^2=7.439$	SD=5	p=0.190
Erkek	210	169	80.5	41	19.5
Kadın	300	237	79.0	63	21.0
Yaş Grubu (Yıl)			$\chi^2=0.166$	SD=1	p=0.684
18-25	112	83	74.1	29	25.9
26-35	130	113	86.9	17	13.1
36-45	123	102	82.9	21	17.1
46 ve üzeri	145	108	74.5	37	25.5
Medeni durum			$\chi^2=9.554$	SD=1	p=0.023
Bekar	243	200	82.3	43	17.7
Evli	267	206	77.2	61	22.8
Geliş sayısı			$\chi^2=2.079$	SD=3	p=0.149
Birinci	212	158	74.5	54	25.5
İkinci	90	69	76.7	21	23.3
Üç ve üzeri	208	179	86.1	29	13.9
			$\chi^2=9.179$	SD=2	p=0.010

Çizelge 4.70'de turistlerin Türk mutfağına ait herhangi bir pide çeşidini yeme ve beğenme durumları milliyete göre verilmiştir. Ruslar hariç yabancı turistlerce yeme oranı en yüksek pide etli pidedir (İngiliz %70.1, Alman %85.1, Fransız %59.3, Flemenk

%75.0, Diğer ülkeler %60.0). Rusların en çok tükettiği pide ise peynirli pidedir (%62.7).

Alman (%56.4), Fransız (%25.9), Rus (%33.3) ve Flemenklerce (%35.7) yenme oranı en düşük pide mantarlı pide iken; İngilizlerde (%37.7) ve diğer ülkelerde ise (%35.6) peynirli pidedir.

Beğenilme durumuna bakıldığı zaman İngilizler (%92.6), Flemenk (%90.5), diğer ülkelerce (%96.5) en çok beğenilen pide etli pide iken; Almanlarda (%95.1) lahmacundur. Fransızlarda peynirli pide ve patatesli pideyi tüketenlerin tamamı (%100.0) beğendiklerini ifade etmişlerdir. Ruslarda ise peynirli ve patatesli pideye ek olarak karışık pide (%100.0) aynı oranla en çok beğenilen pideler arasındadır.

Beğenilmeme oranı en düşük olanın İngilizlerde peynirli pide (%78.2), Almanlarda karışık pide (%74.6), Fransızlarda lahmacun (%73.7), Ruslarda (%88.2) ve diğer ülkelerde (%82.4) mantarlı pide, Flemenklerde ise kuşbaşılı pide (%46.7) olduğu çizelge 4.70'ten görülmektedir.

Peynirli, patatesli, karışık pide hariç diğer pidelerin yenme ile kuşbaşılı pide ve lahmacunun beğenilme durumunun milliyete göre farklılık gösterme durumu istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($p < 0.05$).

Çizelge 4.70 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri pide çeşitlerinin milliyete göre dağılımı (n:510)

Pide Çeşitleri		İngiliz (n=231)			Alman (n=101)			Fransız (n=54)			Rus (n=51)			Flemenk (n=28)			Diğer (n=45)			Genel (n=510)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Etlı pide [¶]	a	150	92.6	70.1	78	90.7	85.1	31	96.9	59.3	28	96.6	56.9	19	90.5	75.0	26	96.3	60.0	332	93.0	70.0
	b	12	7.4		8	9.3		1	3.1		1	3.4		2	9.5		1	3.7		25	7.0	
Peynirli pide	a	68	78.2	37.7	64	84.2	75.2	26	100	48.1	32	100	62.7	14	73.7	67.9	14	87.5	35.6	218	85.2	50.2
	b	19	21.8		12	15.8		-	-		-	-		5	26.3		2	12.5		38	14.8	
Patatesli pide	a	99	83.9	51.1	51	82.3	61.4	21	100	38.9	25	100	49.0	10	66.7	53.6	14	82.4	37.8	220	85.3	50.6
	b	19	16.1		11	17.7		-	-		-	-		5	33.3		3	17.6		38	14.7	
Karışık pide	a	115	86.5	57.6	50	74.6	66.3	16	88.9	33.3	21	100	41.2	10	62.5	57.1	19	90.5	46.7	231	83.7	54.1
	b	18	13.5		17	25.4		2	11.1		-	-		6	37.5		2	9.5		45	16.3	
Kuşbaşılı pide * [¶]	a	109	86.5	54.5	50	75.8	65.3	12	80.0	27.8	20	95.2	41.2	7	46.7	53.6	18	90.0	44.4	216	82.1	51.6
	b	17	13.5		16	24.2		3	20.0		1	4.8		8	53.3		2	10.0		47	17.9	
Mantarlı pide [¶]	a	91	85.0	46.3	45	78.9	56.4	11	78.6	25.9	15	88.2	33.3	6	60.0	35.7	14	82.4	37.8	182	82.0	43.5
	b	16	15.0		12	21.1		3	21.4		2	11.8		4	40.0		3	17.6		40	18.0	
Lahmacun * [¶]	a	112	89.6	54.1	78	95.1	81.2	14	73.7	35.2	20	95.2	41.2	9	64.3	50.0	20	90.9	48.9	253	89.4	55.5
	b	13	10.4		4	4.9		5	26.3		1	4.8		5	35.7		2	9.1		30	10.6	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p< 0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Çizelge 4.71 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri pide çeşitlerinin cinsiyete göre dağılımı (n:510)

Pide Çeşitleri		Erkek (n=210)			Kadın (n=300)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Etlı pide	a	139	94.6	70.0	193	91.9	70.0
	b	8	5.4		17	8.1	
Peynirli pide	a	91	85.0	51.0	127	85.2	49.7
	b	16	15.0		22	14.8	
Patatesli pide *	a	84	80.0	50.0	136	88.9	51.0
	b	21	20.0		17	11.1	
Karışık pide	a	98	81.0	57.6	133	85.8	51.7
	b	23	19.0		22	14.2	
Kuşbaşılı pide	a	89	81.7	51.9	127	82.5	51.3
	b	20	18.3		27	17.5	
Mantarlı pide	a	73	81.1	42.9	109	82.6	44.0
	b	17	18.9		23	17.4	
Lahmacun	a	103	86.6	56.7	150	91.5	54.7
	b	16	13.4		14	8.5	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p< 0.05 (Beğenme durumu)

Yabancı turistlerin yedikleri ve beğendikleri pide çeşitleri cinsiyetlere göre çizelge 4.71’de olduğu gibidir. Her iki cinsiyette de yenme oranı en yüksek olan etli pide (E %70.0, K %70.0), en az olan ise mantarlı pidedir (E %42.9, K %44.0). Her iki cinsiyette de en çok beğenilenin yenme oranı ile paralel olarak etli pide olduğu görülmektedir (E %94.6, K %91.9). Erkeklerinin en az beğendiği pide çeşidi (%80.0) patatesli pide iken, kadınların kuşbaşılı pidedir (%82.5).

Cinsiyete göre patatesli pidenin beğenilme durumu cinsiyete göre istatistiksel olarak önemlidir (p<0.05).

Türk mutfağında yer alan pidelerin yabancı turistler tarafından yenilme ve beğenilme durumu yaş gruplarına göre çizelge 4.72’de verilmiştir. Yenme ve (18-25 yaş %62.5, 26-35 yaş %82.3, 36-45 yaş %73.2, ≥46 yaş %62.1) beğenilme oranı en yüksek pide ise bütün yaş gruplarında etli pidedir (18-25 yaş %94.3, 26-35 yaş %87.9, 36-45 yaş %95.6, ≥46 yaş %95.6). Tüm pidelerin yenme durumunun yaş gruplarına göre istatistiksel olarak önemli olduğu yapılan khi kare analizi ile saptanmıştır (p<0.05).

Yaş gruplarına göre en az beğenilen pideler incelendiği zaman; 18-25 yaş ve 26-35 yaş gruplarında aynı oranla (%79.5) mantarlı pide, 36-45 yaş grubunda karışık pide (%80.3), ≥ 46 yaş grubunda ise lahmacun (%83.3) olduğu çizelge 4.72'den görülmektedir.

Çizelge 4.72 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri pide çeşitlerinin yaş grubuna göre dağılımı (n:510)

Pide Çeşitleri	18-25 Yaş (n=112)			26-35 Yaş (n=130)			36-45 Yaş (n=123)			46 + yaş (n=145)			
	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	
Etli pide [¶]	a	66	94.3	62.5	94	87.9	82.3	86	95.6	73.2	86	95.6	62.1
	b	4	5.7		13	12.1		4	4.4		4	4.4	
Peynirli pide [¶]	a	44	83.0	47.3	66	83.5	60.8	65	89.0	59.3	43	84.3	35.2
	b	9	17.0		13	16.5		8	11.0		8	15.7	
Patatesli pide [¶]	a	43	87.8	43.8	73	83.9	66.9	58	86.6	54.5	46	83.6	37.9
	b	6	12.2		14	16.1		9	13.4		9	16.4	
Karışık pide [¶]	a	49	87.5	50.0	69	80.2	66.2	53	80.3	53.7	60	88.2	46.9
	b	7	12.5		17	19.8		13	19.7		8	11.8	
Kuşbaşılı pide [¶]	a	44	84.6	46.4	67	79.8	64.6	53	77.9	55.3	52	88.1	40.7
	b	8	15.4		17	20.2		15	22.1		7	11.9	
Mantarlı pide [¶]	a	35	79.5	39.3	58	79.5	56.2	42	82.4	41.5	47	87.0	37.2
	b	9	20.5		15	20.5		9	17.6		7	13.0	
Lahmacun [¶]	a	53	91.4	51.8	84	92.3	70.0	66	89.2	60.2	50	83.3	41.4
	b	5	8.6		7	7.7		8	10.8		10	16.7	

a: Beğenen b: Beğenmeyen [¶] p<0.05 (Yenme durumu)

Turistlerin yedikleri ve beğendikleri pide çeşitleri medeni duruma göre çizelge 4.73'te olduğu gibidir. Bekâr (%73.7) ve evli (%66.7) turistlerce en çok yenilen ve beğenilen (evli %93.3, bekâr %92.7) pidenin etli pide olduğu belirlenmiştir. Bekâr turistlerce en az yenilen (%46.9) ve beğenilen (%82.5) pide mantarlı pide iken, evli turistlerce en az yenilen (%40.4) mantarlı pide, en az beğenilen ise kuşbaşılı pidedir (%80.5).

Peynirli pidenin yenme durumu ile medeni durum arasındaki ilişki istatistiksel olarak önemli bulunmuştur (p<0.05).

Çizelge 4.73 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri pide çeşitlerinin medeni duruma göre dağılımı (n:510)

Pide Çeşitleri		Bekar (n=243)			Evlili (n=267)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Etlili pide	a	166	92.7	73.7	166	93.3	66.7
	b	13	7.3		12	6.7	
Peynirli pide [¶]	a	116	84.7	56.4	102	85.7	44.6
	b	21	15.3		17	14.3	
Patatesli pide	a	110	85.3	53.1	110	85.3	48.3
	b	19	14.7		19	14.7	
Karışık pide	a	112	84.8	54.3	119	82.6	53.9
	b	20	15.2		25	17.4	
Kuşbaşıli pide	a	109	83.8	53.5	107	80.5	49.8
	b	21	16.2		26	19.5	
Mantarlı pide	a	94	82.5	46.9	88	81.5	40.4
	b	20	17.5		20	18.5	
Lahmacun	a	136	91.9	60.9	117	86.7	50.6
	b	12	8.1		18	13.3	

a: Beğenen b: Beğenmeyen [¶] p<0.05 (Yeme durumu)

Çizelge 4.74'den yabancı turistlerin ülkemize geliş sayılarına göre yedikleri ve beğendikleri pide çeşitleri incelendiğinde; ilk defa (%59.9), ikinci (%68.9), üç ve daha fazla (%80.8) gelenlerin en çok yedikleri pidenin etli pide olduğu görülmektedir.

Yenme oranı en düşük olan ilk geliş olanlarda mantarlı pide (%29.7), ikinci (%40.0) ve üçüncü geliş (%56.7) olanlarda ise peynirli pidedir.

Türkiye'ye gelme sayısına göre yiyenlerin pide çeşitlerini beğenme durumu incelendiği zaman ise ilk ve üçüncü geliş olanlarda etli pide (sırasıyla %94.5, %92.9), ikinci geliş olanlarda lahmacunun (%93.8) beğenilme oranı en yüksektir. Tüm pide çeşitlerinin yenme durumu ile peynirli pide, karışık pide ve kuşbaşıli pidenin beğenilme durumu arasındaki farklar Türkiye'yi ziyaret sayısına göre istatistiksel olarak önemlidir (p<0.05).

Çizelge 4.74 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri pide çeşitlerinin Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı

Pide Çeşitleri		Birinci (n=212)			İkinci (n=90)			Üç ve üzeri (n=208)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Etlı pide [¶]	a	120	94.5	59.9	56	90.3	68.9	156	92.9	80.8
	b	7	5.5		6	9.7		12	7.1	
Peynirli pide* [¶]	a	89	87.3	48.1	25	69.4	40.0	104	88.1	56.7
	b	13	12.7		11	30.6		14	11.9	
Patatesli pide [¶]	a	73	83.9	41.0	40	85.1	52.2	107	86.3	59.6
	b	14	16.1		7	14.9		17	13.7	
Karışık pide* [¶]	a	65	76.5	40.1	39	79.6	54.4	127	89.4	68.3
	b	20	23.5		10	20.4		15	10.6	
Kuşbaşılı pide* [¶]	a	57	72.2	37.3	38	84.4	50.0	121	87.1	66.8
	b	22	27.8		7	15.6		18	12.9	
Mantarlı pide [¶]	a	47	74.6	29.7	32	84.2	42.2	103	85.1	58.2
	b	16	25.4		6	15.8		18	14.9	
Lahmacun [¶]	a	88	86.3	48.1	45	93.8	53.3	120	90.2	63.9
	b	14	13.7		3	6.3		13	9.8	

a: Beğenen b: Beğmeyen * p< 0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yeme durumu)

4.3.3.9 Turistlerin Türk mutfağına ait pilav çeşitlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları

Pilav, pirinç, bulgur gibi taneli bitkilerin veya şehriye, kuskus gibi makarna türlerinin suda pişirilmesiyle yapılan bir yemektir. On beşinci yüzyılda sarayda pilav yenildiği ve Fatih Sultan Mehmet'in sofralarında sade pilavın dışında sebzeli, etlisi ve tavuklusunun yer aldığı kayıtlardan anlaşılmaktadır. Ancak pirinç o zamanlarda az bulunan bir malzeme olduğu için çok uzun bir dönem pilav sadece zengin Osmanlı sofralarını süslemiştir. On altıncı yüzyılda pilav pişirme yöntemleri gelişmiş, aynı öğünde birkaç çeşit pilav yenmeye başlanmıştır. Şölenlerde ikramların zenginliği, etin yanı sıra pirinç pilavlarının bolluğuyla da ölçülür hale gelmiştir. On yedinci yüzyılda Evliya Çelebi, Bitlis Beyi'nin kent meydanında verdiği ziyafette 13 çeşit pirinç pilavı bulunduğunu yazmaktadır. Bu da pilavların sadece Osmanlı sarayına özgü olmadığını göstermektedir. Ancak yine de nadide bir yemek olan pilavı sıradan halk yüzyıllar boyu ancak zenginlerin şölen yemeklerinde tadabilmiştir (Anonim 2011c).

Çizelge 4.75’de turistlerin Türk mutfağına ait pilav çeşitlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları verilmiştir. Turistlerin duymadıklarını ifade ettikleri pilav çeşitleri içinde %26.9 ile Özbek pilavı ilk sırada gelmiş, % 26.7 ile erişte, %26.3 ile şehriyeli pilav onu izlemiştir.

Pilav çeşitleri içinde %62.2 ile tüketilme oranı en yüksek olan pirinç pilavı olup, bulgur pilavı (%51.0) ikinci sırada yer almıştır. Tüketilip beğenilmeyen pilav çeşitlerinde ise ilk sırayı alan Özbek pilavını (%33.7), şehriyeli pilav (%30.2), erişte (%29.5), patlıcanlı pilav (%28.3) izlemiştir.

Beğenilen pilav çeşitlerinde birinci sırada pirinç pilavı (%92.4), ikinci sırada bulgur pilavı (%78.5), üçüncü sırada iç pilav (%75.6) yer almıştır.

Çizelge 4.75 Turistlerin pilav çeşitlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları (n:510)

Pilav Çeşitleri	Yedi				Genel Yiyen		Duymadı		Yemedi	
	Beğendi		Beğenmedi		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
	Sayı	%	Sayı	%						
Pirinç pilavı	293	92.4	24	7.6	317	62.2	97	19.0	96	18.8
Bulgur pilavı	204	78.5	56	21.5	260	51.0	110	21.6	140	27.5
Patlıcanlı pilav	137	71.7	54	28.3	191	37.5	132	25.9	187	36.7
Şehriyeli pilav	134	69.8	58	30.2	192	37.6	134	26.3	184	36.1
İç pilav	158	75.6	51	24.4	209	41.0	126	24.7	175	34.3
Özbek pilavı	112	66.3	57	33.7	169	33.1	137	26.9	204	40.0
Erişte	122	70.5	51	29.5	173	33.9	136	26.7	201	39.4

Yabancı turistlerin Türk mutfağına ait herhangi bir pilavı yeme durumları çeşitli değişkenlere göre çizelge 4.76’da verilmiştir.

Araştırmaya katılan yabancı turistlerden Türk mutfağına ait pilav çeşitlerinden herhangi birisini tüketenler milliyete göre incelendiğinde de görülebileceği gibi, ilk sırada Alman (%87.1), son sırada Ruslar (%51.0) yer almaktadır. Pilav çeşitlerini yeme durumu ile milliyetler arasındaki farkların istatistiksel olarak önemli olduğu bulunmuştur (p<0.01).

Cinsiyete göre incelendiği zaman Türk mutfağına ait herhangi bir pilavı tüketen erkeklerin oranı %69.0 iken kadınlarda bu oran %68.7'dir ve aradaki fark istatistiksel olarak önemli değildir ($p>0.05$).

Türk mutfağına ait herhangi bir pilavı yiyenler yaşa göre değerlendirildiği zaman 26-35 yaş grubunda (%81.5), medeni duruma göre bekâr olanlarda (%73.7), Türkiye'ye geliş sayısına göre üç ve daha fazla ülkemizi ziyaret edenlerde (%78.4) en yüksektir. Yaşa ($p<0.01$), medeni duruma ($p<0.05$) ve geliş sayısına ($p<0.01$) göre herhangi bir pilavı yiyenler arasındaki farkların istatistiksel olarak önemli olduğu belirlenmiştir ($p<0.01$).

Çizelge 4.76 Turistlerin herhangi bir pilav çeşidini yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı

Pilav Çeşitleri	n	Yiyen (n=351)		Yemeyen (n=159)	
		Sayı	%	Sayı	%
Milliyet					
İngiliz	231	155	67.1	76	32.9
Alman	101	88	87.1	13	12.9
Fransız	54	28	51.9	26	48.1
Rus	51	26	51.0	25	49.0
Flemenk	28	20	71.4	8	28.6
Diğer	45	34	75.6	11	24.4
Cinsiyet			$\chi^2=31.948$	SD=5	p=0.000
Erkek	210	145	69.0	65	31.0
Kadın	300	206	68.7	94	31.3
Yaş Grubu (Yıl)			$\chi^2=0.008$	SD=1	p=0.927
18-25	112	73	65.2	39	34.8
26-35	130	106	81.5	24	18.5
36-45	123	86	69.9	37	30.1
46 ve üzeri	145	86	59.3	59	40.7
Medeni durum			$\chi^2=16.673$	SD=3	p=0.001
Bekar	243	179	73.7	64	26.3
Evli	267	172	64.4	95	35.6
Geliş sayısı			$\chi^2=5.065$	SD=1	p=0.024
Birinci	212	126	59.4	86	40.6
İkinci	90	62	68.9	28	31.1
Üç ve üzeri	208	163	78.4	45	21.6
			$\chi^2=17.537$	SD=2	p=0.000

Çizelge 4.77’de turistlerin milliyetlerine göre yedikleri ve beğendikleri pilav çeşitleri verilmiştir. İngilizler (%60.6), Alman (%87.1), Fransız (%42.6), Rus (%43.1), Flemenk (%57.1) ve diğer ülkelerden gelen turistler tarafından yenme oranı en yüksek olan pirinç pilavıdır. En az yenilen ise Fransa (%13.0) ve diğer ülkelerde (%20.0) erişte, İngilizlerde Özbek pilavı (%34.2), Ruslarda patlıcanlı pilav (%29.4), Flemenkler’de ise şehriyeli pilavdır (%32.1). Almanların aynı oranda (%41.6) iç pilav ve Özbek pilavını en düşük oranda tükettikleri görülebilir.

Ülkelere göre tüm katılımcıların [İngiliz (%92.1), Alman (%90.9), Fransız (%91.3), Rus (%100.0), Flemenk (%87.5)ve diğer ülkelerce (%96.4)] en çok beğendiği pilavın pirinç pilavı olduğu görülmektedir. Ruslarda pirinç pilavına ek olarak bulgur pilavı, şehriyeli pilav, Özbek pilavı ve erişteyi yiyenlerin tamamının (%100.0) beğendiği görülmektedir.

İç pilav dışında diğer tüm pilav çeşitlerinin yenme; şehriyeli pilav, Özbek pilavı ve eriştenin beğenilme durumunun milliyete göre değişmesinin istatistiksel olarak önemli olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$).

Çizelge 4.77 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri pilav çeşitlerinin milliyete göre dağılımı (n:510)

Pilav Çeşitleri		İngiliz (n=231)			Alman (n=101)			Fransız (n=54)			Rus (n=51)			Flemenk (n=28)			Diğer (n=45)			Genel (n=510)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Pirinç pilavı ¶	a	129	92.1	60.6	80	90.9	87.1	21	91.3	42.6	22	100	43.1	14	87.5	57.1	27	96.4	62.2	293	92.4	62.2
	b	11	7.9		8	9.1		2	8.7					2	12.5		1	3.6		24	7.6	
Bulgur pilavı ¶	a	80	75.5	45.9	62	79.5	77.2	17	81.0	38.9	17	100	33.3	9	69.2	46.4	19	76.0	55.6	204	78.5	51.0
	b	26	24.5		16	20.5		4	19.0					4	30.8		6	24.0		56	21.5	
Patlıcanlı pilav ¶	a	57	67.9	36.4	39	72.2	53.5	11	78.6	25.9	14	93.3	29.4	8	72.7	39.3	8	61.5	28.9	137	71.7	37.5
	b	27	32.1		15	27.8		3	21.4		1	6.7		3	27.3		5	38.5		54	28.3	
Şehriyeli pilav * ¶	a	60	66.7	39.0	31	62.0	49.5	6	54.5	20.4	16	100	31.4	8	88.9	32.1	13	81.3	35.6	134	69.8	37.6
	b	30	33.3		19	38.0		5	45.5					1	11.1		3	18.8		58	30.2	
İç pilav	a	76	72.4	45.5	29	69.0	41.6	11	78.6	25.9	15	93.8	31.4	9	69.2	46.4	18	94.7	42.2	158	75.6	41.0
	b	29	27.6		13	31.0		3	21.4		1	6.3		4	30.8		1	5.3		51	24.4	
Özbek pilavı * ¶	a	42	53.2	34.2	31	73.8	41.6	7	70.0	18.5	17	100	33.3	6	54.5	39.3	9	90.0	22.2	112	66.3	33.1
	b	37	46.8		11	26.2		3	30.0					5	45.5		1	10.0		57	33.7	
Erişte * ¶	a	46	57.5	34.6	35	74.5	46.5	5	71.4	13.0	16	100	31.4	12	85.7	50.0	8	88.9	20.0	122	70.5	33.9
	b	34	42.5		12	25.5		2	28.6					2	14.3		1	11.1		51	29.5	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p<0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yenme durumu)

Çizelge 4.78’de cinsiyete göre turistlerin yedikleri ve beğendikleri pilav çeşitleri verilmiştir.

Görüldüğü gibi erkek ve kadınlarca en fazla yenen (E%63.8, K %61.0) ve beğenilen (K %93.4, E %91.0) pilav çeşidi pirinç pilavıdır. Erkeklerin en az yediği (%26.7) ve beğendiği (%66.1) Özbek pilavı iken, kadınların en az yediği (%37.3) erişte pilavı, en az beğendiği yine (%66.4) Özbek pilavıdır (çizelge 4.78).

İç pilav ve şehriyeli pilavın yenme, patlıcanlı pilavın beğenilme durumu cinsiyete göre değişmektedir (p<0.05).

Çizelge 4.78 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri pilav çeşitlerinin cinsiyete göre dağılımı (n:510)

Pilav Çeşitleri	Erkek (n=210)			Kadın (n=300)			
	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	
Pirinç pilavı	a	122	91.0	63.8	171	93.4	61.0
	b	12	9.0		12	6.6	
Bulgur pilavı	a	80	75.5	50.5	124	80.5	51.3
	b	26	24.5		30	19.5	
Patlıcanlı pilav*	a	47	63.5	35.2	90	76.9	39.0
	b	27	36.5		27	23.1	
Şehriyeli pilav [¶]	a	49	73.1	31.9	85	68.0	41.7
	b	18	26.9		40	32.0	
İç pilav [¶]	a	59	79.7	35.2	99	73.3	45.0
	b	15	20.3		36	26.7	
Özbek pilavı	a	37	66.1	26.7	75	66.4	37.7
	b	19	33.9		38	33.6	
Erişte	a	47	77.0	29.0	75	67.0	37.3
	b	14	23.0		37	33.0	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p< 0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Turistlerin yedikleri ve beğendikleri pilav çeşitleri yaş gruplarına göre çizelge 4.79’da olduğu gibidir.

Çizelge 4.79 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri pilav çeşitlerinin yaşa göre dağılımı (n:510)

Pilav Çeşitleri		18-25 Yaş (n=112)			26-35 Yaş (n=130)			36-45 Yaş (n=123)			46 + yaş (n=145)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Pirinç pilavı ¶	a	62	93.9	58.9	87	92.6	72.3	75	91.5	66.7	69	92.0	51.7
	b	4	6.1		7	7.4		7	8.5		6	8.0	
Bulgur pilavı ¶	a	45	77.6	51.8	69	83.1	63.8	50	76.9	52.8	40	74.1	37.2
	b	13	22.4		14	16.9		15	23.1		14	25.9	
Patlıcanlı pilav* ¶	a	27	69.2	34.8	54	83.1	50.0	35	70.0	40.7	21	56.8	25.5
	b	12	30.8		11	16.9		15	30.0		16	43.2	
Şehriyeli pilav ¶	a	28	73.7	33.9	40	61.5	50.0	41	78.8	42.3	25	67.6	25.5
	b	10	26.3		25	38.5		11	21.2		12	32.4	
İç pilav ¶	a	27	65.9	36.6	51	71.8	54.6	37	80.4	37.4	43	84.3	35.2
	b	14	34.1		20	28.2		9	19.6		8	15.7	
Özbek pilavı ¶	a	22	61.1	32.1	46	69.7	50.8	28	73.7	30.9	16	55.2	20.0
	b	14	38.9		20	30.3		10	26.3		13	44.8	
Erişte ¶	a	26	66.7	34.8	46	70.8	50.0	32	78.0	33.3	18	64.3	19.3
	b	13	33.3		19	29.2		9	22.0		10	35.7	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p< 0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yenme durumu)

Yenilme (18-25 yaş %58.9, 26-35 yaş %72.3, 36-45 yaş %66.7, \geq 46 yaş %51.7)ve beğenilme (18-25 yaş %93.9, 26-35 yaş %92.6, 36-45 yaş %91.5, \geq 46 yaş %92.0) oranı en yüksek pilav bütün yaş gruplarında pirinç pilavıdır.

Tüketilme oranı en düşük olan pilav çeşidinin 18-25 (%32.1) ve 36-45 (%30.9) yaş gruplarında Özbek pilavı; 26-35 yaş grubunda aynı oranda patlıcanlı pilav, şehriyeli pilav ve erişte (%50.0); en büyük yaş grubunda ise erişte (%19.2) olduğu görülmektedir.

Beğenilme oranı en düşük olan pilav çeşidi en küçük (%61.1) ve en büyük yaş grubunda Özbek pilavı (%55.2), 26-35 yaş grubunda şehriyeli pilav (%61.5), 36-45 yaş grubunda ise patlıcanlı pilavdır (%70.0).

Tüm pilav çeşitlerinin yenme durumu ile patlıcanlı pilavın beğenilme durumunun yaşa göre değişme durumu istatistiksel olarak önemlidir ($p<0.05$).

Çizelge 4.80'de turistlerin yedikleri ve beğendikleri pilav çeşitlerinin medeni duruma göre verilmiştir. Bekâr turistlerin en çok yedikleri (%68.3) ve beğendikleri pilavın (%94.0) pirinç pilavı; en az yedikleri (%40.7) ve beğendiklerinin (%71.7) Özbek pilavı olduğu belirlenmiştir. Evli turistlerce en çok yenen bekârlarla benzer şekilde pirinç pilavı(%56.6), en az yenenin erişte (%25.5) olduğu görülmektedir. Yiyenlerce en beğenilen pilavın pirinç pilavı (%90.7), en az beğenilenin ise Özbek pilavı(%58.6) olduğu tespit edilmiştir.

Tüm pilavların yenme durumu ile bulgur pilavı, patlıcanlı pilav, eriştenin beğenilme durumunun medeni duruma göre değiştiği belirlenmiştir ($p<0.05$).

Çizelge 4.80 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri pilav çeşitlerinin medeni duruma göre dağılımı (n:510)

Pilav Çeşitleri		Bekar (n=243)			Evlü (n=267)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Pirinç pilavı ¶	a	156	94.0	68.3	137	90.7	56.6
	b	10	6.0		14	9.3	
Bulgur pilavı * ¶	a	121	84.6	58.8	83	70.9	43.8
	b	22	15.4		34	29.1	
Patlıcanlı pilav * ¶	a	90	81.1	45.7	47	58.8	30.0
	b	21	18.9		33	41.3	
Şehriyeli pilav ¶	a	80	72.7	45.3	54	65.9	30.7
	b	30	27.3		28	34.1	
İç pilav ¶	a	84	73.7	46.9	74	77.9	35.6
	b	30	26.3		21	22.1	
Özbek pilavı ¶	a	71	71.7	40.7	41	58.6	26.2
	b	28	28.3		29	41.4	
Erişte * ¶	a	79	75.2	43.2	43	63.2	25.5
	b	26	24.8		25	36.8	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p< 0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Çizelge 4.81'deyabancı turistlerin ülkemize geliş sayılarına göre Türk mutfağından yedikleri ve beğendikleri pilav çeşitleri incelenmiştir. Türkiye'ye ilk (%53.3), ikinci (%57.8), üç ve daha fazla geliş olanlar tarafından (%73.1) yenme ve beğenilme oranı en yüksek olan pirinç pilavıdır (sırasıyla %88.5, %90.4, %96.7).

Türkiye'ye ilk defa gelen turistler tarafından en az tüketilen (%21.7) ve beğenilen pilavın (%56.5) Özbek pilavı olduğu belirlenmiştir. Türkiye'ye ikinci defa gelenlerin en az yedikleri pilavın ise (%25.6) erişte pilavı olduğu saptanmıştır. Yiyenlerce en çok beğenilen pilav (%90.4) pirinç pilavı, en az beğenilen ise (%59.3) şehriyeli pilavdır. Türkiye'ye üç ve daha fazla sayıda gelen turistlerce en az tüketilen (%45.2) ve beğenilen (%68.1) pilavın ise erişte pilav olduğu tespit edilmiştir.

Bulgur pilavı hariç diğer tüm pilav çeşitlerinin yenilme ile patlıcanlı pilavın beğenilme durumu arasındaki farklar Türkiye'ye geliş sayısına göre istatistiksel olarak önemlidir (p<0.05).

Çizelge 4.81 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri pilav çeşitlerinin Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı (n:510)

Pilav Çeşitleri		Birinci (n=212)			İkinci (n=90)			Üç ve üzeri (n=208)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Pirinç pilavı ¶	a	100	88.5	53.3	47	90.4	57.8	146	96.1	73.1
	b	13	11.5		5	9.6		6	3.9	
Bulgur pilavı	a	79	75.2	49.5	27	71.1	42.2	98	83.8	56.3
	b	26	24.8		11	28.9		19	16.2	
Patlıcanlı pilav * ¶	a	35	59.3	27.8	19	73.1	28.9	83	78.3	51.0
	b	24	40.7		7	26.9		23	21.7	
Şehriyeli pilav ¶	a	38	66.7	26.9	16	59.3	30.0	80	74.1	51.9
	b	19	33.3		11	40.7		28	25.9	
İç pilav ¶	a	37	64.9	26.9	23	74.2	34.4	98	81.0	58.2
	b	20	35.1		8	25.8		23	19.0	
Özbek pilavı ¶	a	26	56.5	21.7	19	70.4	30.0	67	69.8	46.2
	b	20	43.5		8	29.6		29	30.2	
Erişte ¶	a	39	69.6	26.4	19	82.6	25.6	64	68.1	45.2
	b	17	30.4		4	17.4		30	31.9	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p< 0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yeme durumu)

4.3.3.10 Turistlerin Türk mutfağına ait yedikleri yumurta yemeklerini duyma, tüketme ve beğenme durumları

Çizelge 4.82'de yabancı turistlerin yumurta ile yapılan yemekleri tüketme, duyma ve beğenme durumları verilmiştir. Turistlerin duymadıklarını ifade ettikleri yumurta yemekleri içinde %27.1 oranı ile çılıbır ilk sırada gelmiş, %26.5 ile yumurtalı ıspanak, %23.5 ile sahanda sucuklu yumurta onu izlemiştir.

Yumurta yemekleri içinde %71.8 oranı ile tüketilme oranı en yüksek yumurta yemeği omlet olup; menemen (%50.8) ikinci sırada yer almıştır. Omlet en çok beğenilen yumurta yemeği (%82.0), en az beğenilen çılıbırdır (%47.1).

Çizelge 4.82 Turistlerin yumurta yemeklerini duyma, tüketme ve beğenme durumları
(n:510)

Yumurta Yemekleri	Yedi						Duymadı		Yemedi	
	Beğendi		Beğenmedi		Genel Yiyen					
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Menemen	194	74.9	65	25.1	259	50.8	124	24.3	127	24.9
Çılbır	96	47.1	108	52.9	204	40.0	138	27.1	168	32.9
Omlet	300	82.0	66	18.0	366	71.8	69	13.5	75	14.7
Sahanda sucuklu yumurta	164	65.1	88	34.9	252	49.4	120	23.5	138	27.1
Yumurtalı ıspanak	113	57.1	85	42.9	198	38.8	135	26.5	177	34.7

Turistlerin herhangi bir yumurta yemeğini yeme durumları milliyet, yaş, cinsiyet, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre çizelge 4.83'te verilmiştir. Türk mutfağına ait yumurta yemeklerinden herhangi birisini tüketenler milliyete göre incelendiğinde; yumurta yemeklerini Almanların en çok (%89.1), Fransızların (%64.8) en az tükettikleri gözlenmiştir. Milliyetlere göre dağılım istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($p<0.05$).

Herhangi bir yumurta yemeğini tüketen kadınların oranı %77.0 iken, erkeklerin oranı %75.2'dir ($p>0.05$).

Yaşa göre incelendiği zaman herhangi bir yumurta yemeğini tüketenlerin oranının 26-35 yaş grubunda en yüksek (%86.2), 18-25 yaş grubunda en düşük (%69.6) olduğu görülmektedir. Yaş grubuna göre yumurta yemeklerini tüketme durumu arasındaki farklar istatistiksel olarak önemlidir ($p<0.05$).

Çizelge 4.83 medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre değerlendirildiğinde herhangi bir yumurta yemeğini tüketenlerin oranı bekâr (%78.6) ve Türkiye'ye üç ve daha fazla gelenlerde (%81.3) en yüksektir.

Çizelge 4.83 Turistlerin herhangi bir yumurta yemeğini yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı (n:510)

Demografik Özellikler	n	Yiyen (n=389)		Yemeyen (n=121)	
		Sayı	%	Sayı	%
Milliyet					
İngiliz	231	169	73.2	62	26.8
Alman	101	90	89.1	11	10.9
Fransız	54	35	64.8	19	35.2
Rus	51	39	76.5	12	23.5
Flemenk	28	23	82.1	5	17.9
Diğer	45	33	73.3	12	26.7
			$\chi^2=15.099$	SD=5	p=0.010
Cinsiyet					
Erkek	210	158	75.2	52	24.8
Kadın	300	231	77.0	69	23.0
			$\chi^2=0.212$	SD=1	p=0.645
Yaş Grubu (Yıl)					
18-25	112	78	69.6	34	30.4
26-35	130	112	86.2	18	13.8
36-45	123	93	75.6	30	24.4
46 ve üzeri	145	106	73.1	39	26.9
			$\chi^2=10.569$	SD=3	p=0.014
Medeni durum					
Bekar	243	191	78.6	52	21.4
Evli	267	198	74.2	69	25.8
			$\chi^2=1.388$	SD=1	p=0.239
Geliş sayısı					
Birinci	212	154	72.6	58	27.4
İkinci	90	66	73.3	24	26.7
Üç ve üzeri	208	169	81.3	39	18.8
			$\chi^2=4.822$	SD=2	p=0.090

Milliyete göre yumurta yemeklerinin yenme ve beğenilme durumu çizelge 4.84'de olduğu gibidir. Çizelgeye göre Rus ve Flemenkler hariç; İngilizler (%87.5), Almanlar (%71.3), Fransızlar (%75.9) ve diğer ülkelerden gelen turistlerce en çok beğenilen omdettir. Rusların en çok beğendiği yumurtalı ıspanak (%76.5), Flemenklerin ise (%92.5) menemendir.

Beğenilmeme oranı en yüksek olan yumurtalı yemeği incelendiği zaman İngilizler (%77.3), Almanlar (%40.0), Ruslar (%63.6), diğer ülkelerden gelenlerde (%37.5), en az çılıdır; Fransızlar (%50.0) ve Flemenklerde (%33.3) sahanda sucuklu yumurta olduğu çizelge 4.84'den görülebilir. Tüm yumurta yemeklerinin yenme ve beğenilme durumu ile milliyetler arasında anlamlı bir ilişki vardır (p<0.05).

Çizelge 4.84 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri yumurta yemeklerinin milliyete göre dağılımı (n:510)

Yumurta Yemekleri	İngiliz (n=231)			Alman (n=101)			Fransız (n=54)			Rus (n=51)			Flemenk (n=28)			Diğer (n=45)			Genel (n=510)			
	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	
Menemen* ¶	a	82	76.6	46.3	60	71.4	83.2	13	72.2	33.3	5	41.7	23.5	13	92.9	50.0	21	87.5	53.3	194	74.9	50.8
	b	25	23.4		24	28.6		5	27.8		7	58.3		1	7.1		3	12.5		65	25.1	
Çılbır* ¶	a	17	22.7	32.5	42	60.0	69.3	13	68.4	35.2	4	36.4	21.6	10	76.9	46.4	10	62.5	35.6	96	47.1	40.0
	b	58	77.3		28	40.0		6	31.6		7	63.6		3	23.1		6	37.5		108	52.9	
Omlet* ¶	a	140	87.5	69.3	62	71.3	86.1	22	75.9	53.7	28	73.7	74.5	20	87.0	82.1	28	96.6	64.4	300	82.0	71.8
	b	20	12.5		25	28.7		7	24.1		10	26.3		3	13.0		1	3.4		66	18.0	
Sahanda Sucuklu Yumurta* ¶	a	65	55.6	50.6	56	72.7	76.2	5	50.0	18.5	10	71.4	27.5	10	66.7	53.6	18	94.7	42.2	164	65.1	49.4
	b	52	44.4		21	27.3		5	50.0		4	28.6		5	33.3		1	5.3		88	34.9	
Yumurtalı Ispanak* ¶	a	32	40.5	34.2	38	61.3	61.4	8	66.7	22.2	13	76.5	33.3	11	73.3	53.6	11	84.6	28.9	113	57.1	38.8
	b	47	59.5		24	38.7		4	33.3		4	23.5		4	26.7		2	15.4		85	42.9	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p<0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Yenme (E %69.5, K %73.3) ve beğenilme (E %83.6, K %80.9) oranı en yüksek olan yumurta ile yapılan yemek her iki cinsiyette de omlettir (çizelge 4.85). Beğenilme oranı en düşük olan yumurtalı yemek de iki cinsiyette çılıbr (E %54.9, K %41.8) olup, ikinci sırada yumurtalı ıspanak (E %56.2, K%57.6) yer almıştır.

Çizelge 4.85 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri yumurta yemeklerinin cinsiyete göre dağılımı (n:510)

Yumurta Yemekleri		Erkek (n=210)			Kadın (n=300)		
		Sayı	%	Yenme Oranı	Sayı	%	Yenme Oranı
Menemen	a	81	74.3	51.9	113	75.3	50.0
	b	28	25.7		37	24.7	
Çılıbr	a	45	54.9	39.0	51	41.8	40.7
	b	37	45.1		71	58.2	
Omlet	a	122	83.6	69.5	178	80.9	73.3
	b	24	16.4		42	19.1	
Sahanda sucuklu yumurta	a	74	69.2	51.0	90	62.1	48.3
	b	33	30.8		55	37.9	
Yumurtalı ıspanak	a	41	56.2	34.8	72	57.6	41.7
	b	32	43.8		53	42.4	

a: Beğenen b: Beğenmeyen

Yaş a göre Türk mutfağında yer alan yumurta yemeklerinin yabancı turistler tarafından yenilme ve beğenilme durumu çizelge 4.86'da verilmiştir. Yenilme (18-25 yaş %67.0, 26-35 yaş %83.1, 36-45 yaş %67.5, ≥46 yaş %69.0) ve beğenilme oranı en yüksek yumurta yemeğ i omlettir (18-25 yaş %80.0, 26-35 yaş %75.0, 36-45 yaş %85.5, ≥46 yaş %88.0). Beğenilme oranı en düşük olan yumurta yemeğ i bütün yaş gruplarında çılıbrdır (18-25 yaş %42.9, 26-35 yaş %39.4, 36-45 yaş %56.9, ≥46 yaş %52.5).

Tüm yumurta yemeklerinin yenme durumundaki değ işikliğ in ile yaş gruplarına göre istatistiksel olarak önemli oldu ğ u yapılan khi kare analizi ile saptanmıştır (p<0.05).

Çizelge 4.86 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri yumurta yemeklerinin yaşa göre dağılımı (n:510)

Yumurta Yemekleri		18-25 Yaş (n=112)			26-35 Yaş (n=130)			36-45 Yaş (n=123)			46 + yaş (n=145)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Menemen [¶]	a	35	71.4	43.8	57	69.5	63.1	50	78.1	52.0	52	81.3	44.1
	b	14	28.6		25	30.5		14	21.9		12	18.8	
Çılbır [¶]	a	18	42.9	37.5	28	39.4	54.6	29	56.9	41.5	21	52.5	27.6
	b	24	57.1		43	60.6		22	43.1		19	47.5	
Omlet [¶]	a	60	80.0	67.0	81	75.0	83.1	71	85.5	67.5	88	88.0	69.0
	b	15	20.0		27	25.0		12	14.5		12	12.0	
Sahanda sucuklu yumurta [¶]	a	27	57.4	42.0	50	58.1	66.2	42	70.0	48.8	45	76.3	40.7
	b	20	42.6		36	41.9		18	30.0		14	23.7	
Yumurtalı ıspanak [¶]	a	20	48.8	36.6	38	52.1	56.2	32	68.1	38.2	23	62.2	25.5
	b	21	51.2		35	47.9		15	31.9		14	37.8	

a: Beğenen b: Beğenmeyen [¶] p<0.05 (Yeme durumu)

Çizelge 4.87'de yabancı turistlerin yedikleri ve beğendikleri yumurta yemekleri medeni duruma göre verilmiştir. Diğer değişkenlerde olduğu gibi bekâr ve evli turistlerce en çok yenilen (bekâr %74.9, evli %68.9) ve beğenilen (evli %82.6, bekâr %81.3) yumurta yemeği de omlettir olduğu görülmektedir.

Çılbır ve yumurtalı ıspanağın yenme durumu ile medeni durum arasındaki ilişki önemli bulunmuştur (p<0.05).

Çizelge 4.87 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri yumurta yemeklerinin medeni duruma göre dağılımı (n:510)

Yumurta Yemekleri		Bekâr (n=243)			Evlî (n=267)		
		Sayı	%	Yenme Oranı	Sayı	%	Yenme Oranı
Menemen	a	93	72.7	52.7	101	77.1	49.1
	b	35	27.3		30	22.9	
Çılbır ¶	a	49	43.4	46.5	47	51.6	34.1
	b	64	56.6		44	48.4	
Omlet	a	148	81.3	74.9	152	82.6	68.9
	b	34	18.7		32	17.4	
Sahanda sucuklu yumurta	a	76	61.3	51.0	88	68.8	47.9
	b	48	38.7		40	31.3	
Yumurtalı ıspanak ¶	a	57	51.8	45.3	56	63.6	33.0
	b	53	48.2		32	36.4	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p<0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Çizelge 4.88’de yabancı turistlerin yedikleri ve beğendikleri yumurta yemekleri ülkemize geliş sayılarına göre verilmiştir. Türkiye’ye ilk defa (%66.0), ikinci (%71.1), üç ve daha fazla kez (%77.9) gelenler tarafından tüketilme oranı en yüksek olan yumurta yemeğinin de yine omlet olduğu belirlenmiştir (sırasıyla %86.4, %79.7, %79.0). Türkiye’ye ilk defa gelenlerin en az yedikleri (%28.8) ve beğendikleri (%63.9) yumurtalı ıspanak iken, ikinci ve üçüncü defa gelenlerin en az yedikleri (sırasıyla %31.1, %45.2) ve beğendikleri (sırasıyla %57.1, %25.5) çılbırdır.

Menemen, omlet, sahanda sucuklu yumurta ve yumurtalı ıspanağın yenilme durumu ile; çılbır, sahanda sucuklu yumurta ve yumurtalı ıspanağın beğenilme durumu turistlerin Türkiye’ye geliş sayısına göre değişmektedir (p<0.05).

Çizelge 4.88 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri yumurta yemeklerinin Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı (n:510)

Yumurta Yemekleri		Birinci (n=212)			İkinci (n=90)			Üç ve üzeri (n=208)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Menemen [¶]	a	69	79.3	41.0	27	67.5	44.4	98	74.2	63.5
	b	18	20.7		13	32.5		34	25.8	
Çılbır *	a	56	68.3	38.7	16	57.1	31.1	24	25.5	45.2
	b	26	31.7		12	42.9		70	74.5	
Omlet [¶]	a	121	86.4	66.0	51	79.7	71.1	128	79.0	77.9
	b	19	13.6		13	20.3		34	21.0	
Sahanda sucuklu yumurta * [¶]	a	65	75.6	40.6	28	66.7	46.7	71	57.3	59.6
	b	21	24.4		14	33.3		53	42.7	
Yumurtalı ıspanak * [¶]	a	39	63.9	28.8	23	69.7	36.7	51	49.0	50.0
	b	22	36.1		10	30.3		53	51.0	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p< 0.05 (Beğenme durumu) [¶] p<0.05 (Yeme durumu)

4.3.3.11 Turistlerin Türk mutfağına ait salata çeşitlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları

Turistlerin Türk mutfağında yer alan salata çeşitlerini duyma, yeme ve beğenme durumları çizelge 4.89'da olduğu gibidir.

Çizelge 4.89 Turistlerin salata çeşitlerini duyma tüketme ve beğenme durumları (n:510)

Salata Çeşitleri	Yedi				Genel Yiyen		Duymadı		Yemedi	
	Beğendi		Beğenmedi		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
	Sayı	%	Sayı	%						
Çoban salatası	275	94.5	16	5.5	291	57.1	95	18.6	124	24.3
Patates salatası	319	93.0	24	7.0	343	67.3	83	16.3	84	16.5
Patlıcan salatası	251	86.9	38	13.1	289	56.7	92	18.0	129	25.3
Mevsim salatası	330	93.0	25	7.0	355	69.6	66	12.9	89	17.5
Kırmızı lahana salatası	260	87.2	38	12.8	298	58.4	87	17.1	125	24.5
Semizotu salatası	206	85.5	35	14.5	241	47.3	117	22.9	152	29.8
Kıtır	203	83.9	39	16.1	242	47.5	121	23.7	147	28.8

Görüldüğü gibi turistlerin duymadıklarını söyledikleri salata çeşitlerinde ilk sırayı kıtır (%23.7) almış, semizotu salatası (%22.9), çoban salatası (%18.6) onu izlemiştir. Salata çeşitleri içinde tüketilme oranı en yüksek olanlar mevsim salatası (%69.6) ve patates

salatasıdır (%67.3). Tüketilip beğenilmeyen salata çeşitleri arasında ise ilk sırayı kısır (%16.1) almıştır.

En çok beğenilen salata çoban salatası (%94.5) olup; ikinci sırada aynı oranda patates salatası ve mevsim salatası (%93.0), üçüncü sırada kırmızı lahana salatası (%87.2) yer almıştır.

Çizelge 4.90'da turistlerin herhangi bir salatayı yeme durumları çeşitli değişkenlere göre (milliyet, yaş, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısı) verilmiştir.

Araştırmaya katılan yabancı turistlerden Türk mutfağına ait salatalardan herhangi birini tüketenlerin milliyetlere göre dağılımı incelendiğinde sıralamada ilk sırayı Almanların (%93.1), son sırayı İngilizlerin (%77.9) aldığı görülmektedir. Milliyetlere göre dağılım istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($p<0.05$).

Cinsiyete göre incelendiği zaman Türk mutfağına ait herhangi bir salatayı tüketen kadınların oranı %83.7, erkeklerin oranı %80.5'tir.

Türk mutfağına ait herhangi bir salatayı tüketenler yaşa göre değerlendirildiği zaman 36-45 yaş grubunda (%87.8), medeni duruma göre evli olanlarda (%83.5), Türkiye'ye geliş sayısına göre değerlendirildiği zaman üç ve daha fazla ülkemizi ziyaret edenlerde (%86.5) en yüksektir. Yaş gruplarına ve geliş sayısına göre fark istatistiksel olarak önemli ($p<0.05$) ve medeni duruma göre fark önemsiz bulunmuştur ($p>0.05$).

Akman'ın (1998)yaptığı çalışmada Türk mutfağına ait salatalardan herhangi birini yiyenlerin oranı %61.2'dir. Milliyetlere göre ilk sırada diğer Avrupa ülkelerinden (%69.5), son sırada ise Avrupa dışı ülkelere gelenlerin (%31.4) yer aldığı belirlenmiştir. Aynı çalışmada Türk mutfağına ait herhangi bir salatayı tüketenler yaşa göre değerlendirildiği zaman 26-35 yaş grubunda (%63.9), cinsiyete göre kadınlarda (%65.1) en yüksektir.

Çizelge 4.90 Turistlerin herhangi bir salata çeşidini yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı (n:510)

Demografik Özellikler	n	Yiyen (n=420)		Yemeyen (n=90)	
		Sayı	%	Sayı	%
Milliyet					
İngiliz	231	180	77.9	51	22.1
Alman	101	94	93.1	7	6.9
Fransız	54	43	79.6	11	20.4
Rus	51	41	80.4	10	19.6
Flemenk	28	24	85.7	4	14.3
Diğer	45	38	84.4	7	15.6
			$\chi^2=11.865$	SD=5	p=0.037
Cinsiyet					
Erkek	210	169	80.5	41	19.5
Kadın	300	251	83.7	49	16.3
			$\chi^2=0.865$	SD=1	p=0.352
Yaş Grubu (Yıl)					
18-25	112	83	74.1	29	25.9
26-35	130	112	86.2	18	13.8
36-45	123	108	87.8	15	12.2
46 ve üzeri	145	117	80.7	28	19.3
			$\chi^2=9.324$	SD=3	p=0.025
Medeni durum					
Bekar	243	197	81.1	46	18.9
Evli	267	223	83.5	44	16.5
			$\chi^2=0.526$	SD=1	p=0.468
Geliş sayısı					
Birinci	212	163	76.9	49	23.1
İkinci	90	77	85.6	13	14.4
Üç ve üzeri	208	180	86.5	28	13.5
			$\chi^2=7.501$	SD=2	p=0.024

Çizelge 4.91'de turistlerin Türk mutfağına ait herhangi bir salata çeşidini yeme ve beğenme durumları milliyete göre verilmiştir. Genel toplam üzerinden incelendiğinde de görülebileceği gibi, Türk mutfağına ait salatalardan yenme oranı en yüksek olan (%69.6) mevsim salatası, en az olan semizotu salatasıdır (%47.3). En çok beğenilen salatanın (%94.5) çoban salatası, en az beğenilenin (%83.9) ise kısır olduğu tespit edilmiştir.

Milliyetlere göre ele alındığı zaman yenme oranı en yüksek olan salata İngilizlerde (%68.4) patates salatası, Fransızlarda çoban salatası (%63.0), Rus (%62.4), Flemenk (%71.4) ve diğer ülkelerde (%75.3) mevsim salatasıdır. Almanlarda çoban salatası ve mevsim salatasının yenilme oranı eşittir (%92.1).

Beğenilme oranı en yüksek salata İngilizlerde (%95.6) patates salatası iken; Almanlarda çoban salatasıdır (%98.9). Ruslarda ise çoban salatası, mevsim salatası ve semizotu salatasını tüketenlerin tamamı (%100.0) beğendiklerini ifade etmişlerdir. Flemenk ve diğer ülkelerde ise benzer şekilde çoban salatasını tüketenlerin tamamının (%100.0) beğendiği görülmektedir. İngiliz ve Flemenklerde aynı oranla (%75.0) ve diğer ülkelerde %71.4 oranıyla en az beğenilen salata semizotu salatasıdır. Almanların en az beğendiği salata kısır iken (%91.8), Fransızların patlıcan salatasıdır (%85.2).

Çoban salatası hariç diğer salataların yenme durumu ile semizotu salatasının beğenilme durumunun milliyete göre değişmesi istatistiksel olarak önemlidir ($p<0.05$).

Yapılan başka bir araştırmada ise, genel örnekleme yabancı turistlerin yedikleri salatalarda ilk sırayı %58.3 oranı ile patates salatanın aldığı; tüketen turistlerce en çok beğenilen (%85.4) salatanın ise piyaz olduğu saptanmıştır. Almanların (%56.6) en çok yedikleri patates salatası, en çok beğendikleri cacık (%92.3), İskandinavların (%54.3) en çok yedikleri patates salatası, en çok beğendiklerinin humus (%87.5), diğer Avrupa ülkelerinden gelenlerin en çok yedikleri salata cacık (%70.8), en çok beğendikleri piyaz (%81.8), Avrupa dışı ülkelere gelenlerin en çok yedikleri salata çoban salata (%81.8), en çok beğendikleri ise patates salatası (%100.0) ve piyaz (%100.0) olarak saptanmıştır (Akman 1998).

Çizelge 4.91 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri salata çeşitlerinin milliyete göre dağılımı (n:510)

Salata Çeşitleri		İngiliz (n=231)			Alman (n=101)			Fransız (n=54)			Rus (n=51)			Flemenk (n=28)			Diğer (n=45)			Genel (n=510)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Çoban salatası	a	97	89.0	47.2	92	98.9	92.1	31	91.2	63.0	21	100	41.2	16	100	57.1	18	100	40.0	275	94.5	57.1
	b	12	11.0		1	1.1		3	8.8		-	-		-	-		-	-		16	5.5	
Patates salatası [¶]	a	151	95.6	68.4	84	94.4	88.1	24	85.7	51.9	18	81.8	43.1	16	88.9	64.3	26	92.9	62.2	319	93.0	67.3
	b	7	4.4		5	5.6		4	14.3		4	18.2		2	11.1		2	7.1		24	7.0	67.3
Patlıcanlı salatası [¶]	a	94	81.7	49.8	80	95.2	83.2	23	85.2	50.0	19	86.4	43.1	17	94.4	64.3	18	78.3	51.1	251	86.9	56.7
	b	21	18.3		4	4.8		4	14.8		3	13.6		1	5.6		5	21.7		38	13.1	56.7
Mevsim salatası [¶]	a	140	91.5	66.2	87	93.5	92.1	23	95.8	44.4	32	100	62.7	17	85.0	71.4	31	93.9	73.3	330	93.0	69.6
	b	13	8.5		6	6.5		1	4.2		-	-		3	15.0		2	6.1		25	7.0	69.6
Kırmızı lahana salatası [¶]	a	101	83.5	52.4	75	92.6	80.2	21	100	38.9	27	87.1	60.8	14	82.4	60.7	22	81.5	60.0	260	87.2	58.4
	b	20	16.5		6	7.4		-	-		4	12.9		3	17.6		5	18.5		38	12.8	58.4
Semizotu salatası ^{*¶}	a	66	75.0	38.1	76	96.2	78.2	18	90.0	37.0	24	100	47.1	12	75.0	57.1	10	71.4	31.1	206	85.5	47.3
	b	22	25.0		3	3.8		2	10.0		-	-		4	25.0		4	28.6		35	14.5	47.3
Kısrı [¶]	a	70	76.1	39.8	78	91.8	84.2	14	87.5	29.6	15	93.8	31.4	11	78.6	50.0	15	78.9	42.2	203	83.9	47.5
	b	22	23.9		7	8.2		2	12.5		1	6.3		3	21.4		4	21.1		39	16.1	47.5

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p<0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Turistlerin yedikleri ve beğendikleri salata çeşitleri cinsiyete göre çizelge 4.92’de gösterilmiştir. Çizelgeye göre her iki cinsiyette de en çok beğenilen (K %94.9, E %93.9) çoban salatası, en çok yenilen mevsim salatasıdır (K %70.0, E %69.0). Her 2 cinsiyette de en az beğenilen ise kısırdır (K %86.4, E %80.0).

Akman’ın (1998) araştırmasında her iki cinsiyet tarafından (%52.3 ve %65.3) en fazla yenilen salatanın patates salatası olduğu saptanmıştır. Kadınlar tarafından en fazla humus (%100.0), erkeklerce (%89.6) en fazla piyaz beğenilmiştir.

Çizelge 4.92 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri salata çeşitlerinin cinsiyete göre dağılımı (n:510)

Salata Çeşitleri		Erkek (n=210)			Kadın (n=300)		
		Sayı	%	Yenme Oranı	Sayı	%	Yenme Oranı
Çoban salatası	a	108	93.9	54.8	167	94.9	58.7
	b	7	6.1		9	5.1	
Patates salatası	a	129	92.1	66.7	190	93.6	67.7
	b	11	7.9		13	6.4	
Patlıcan salatası	a	97	84.3	54.8	154	88.5	58.0
	b	18	15.7		20	11.5	
Mevsim salata	a	131	90.3	69.0	199	94.8	70.0
	b	14	9.7		11	5.2	
Kırmızı lahana salatası	a	96	85.0	53.8	164	88.6	61.7
	b	17	15.0		21	11.4	
Semizotu salatası	a	77	82.8	44.3	129	87.2	49.3
	b	16	17.2		19	12.8	
Kısır	a	76	80.0	45.2	127	86.4	49.0
	b	19	20.0		20	13.6	

a: Beğenen b: Beğenmeyen

Türk mutfağında yer alan salata çeşitlerinin yabancı turistler tarafından yenilme ve beğenilme durumunun yaş gruplarına göre dağılımı çizelge 4.93’te olduğu gibidir. Yenme oranı en yüksek olan salata 26-35 yaş grubu hariç mevsim salatasıdır (18-25 yaş %62.5, 36-45 yaş %77.2, ≥46 yaş %62.8). 26-35 yaş grubunda ise yenme oranı en yüksek olanın çok az bir farkla patates salatası (%76.9) olduğu çizelge 4.93’den görülmektedir.

Beğenilme oranı en yüksek salata en büyük yaş grubu olan 46 ve daha üzeri yaş grubu hariç diğer tüm yaş gruplarında çoban salata (18-25 yaş %98.2, 26-35 yaş %97.7, 36-45 yaş %98.7), 46 ve daha üzeri yaş grubunda ise mevsim salatadır (%92.3).

Çizelge 4.93 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri salata çeşitlerinin yaş grubuna göre dağılımı (n:510)

Salata Çeşitleri	18-25 Yaş (n=112)			26-35 Yaş (n=130)			36-45 Yaş (n=123)			46 + yaş (n=145)			
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Çoban salata * ¶	a	56	98.2	50.9	86	97.7	67.7	78	98.7	64.2	55	82.1	46.2
	b	1	1.8		2	2.3		1	1.3		12	17.9	
Patates salatası ¶	a	65	94.2	61.6	91	91.0	76.9	83	95.4	70.7	80	92.0	60.0
	b	4	5.8		9	9.0		4	4.6		7	8.0	
Patlıcan salatası ¶	a	49	84.5	51.8	75	91.5	63.1	68	85.0	65.0	59	85.5	47.6
	b	9	15.5		7	8.5		12	15.0		10	14.5	
Mevsim salata ¶	a	64	91.4	62.5	93	93.9	76.2	89	93.7	77.2	84	92.3	62.8
	b	6	8.6		6	6.1		6	6.3		7	7.7	
Kırmızı lahana salatası ¶	a	48	85.7	50.0	80	92.0	66.9	72	88.9	65.9	60	81.1	51.0
	b	8	14.3		7	8.0		9	11.1		14	18.9	
Semizotu salatası * ¶	a	38	80.9	42.0	78	94.0	63.8	54	84.4	52.0	36	76.6	32.4
	b	9	19.1		5	6.0		10	15.6		11	23.4	
Kısır * ¶	a	43	84.3	45.5	75	93.8	61.5	51	79.7	52.0	34	72.3	32.4
	b	8	15.7		5	6.3		13	20.3		13	27.7	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p<0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Tüm salataların yenme; semizotu salatası, kısır ve çoban salatanın beğenilme durumunun yaş gruplarına göre değişmesi istatistiksel olarak anlamlıdır (p<0.05).

Çizelge 4.94'te turistlerin yedikleri ve beğendikleri salata çeşitleri medeni duruma göre verilmiştir. İki medeni durumda da en fazla yenilen salatanın mevsim salatası (bekar %71.2, evli %68.2), en çok beğenilenin çoban salata (bekar %97.2, evli %91.8) olduğu tespit edilmiştir.

Aynı çizelgeden bekâr turistlerce tüketilme oranı en düşük olanın kısır (%53.1), en az beğenilenin semizotu salatası (%87.0) olduğu görülmektedir. Evli turistlerin en az yediği salata semizotu salatası (%41.2), en az beğendiği (%77.9) kısırdır. Semizotu salatası ve kısırın yenme durumu ile çoban salatanın beğenilme durumunun yaşa göre değişme durumu istatistiksel olarak önemlidir (p<0.05).

Çizelge 4.94 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri salata çeşitlerinin medeni duruma göre dağılımı (n:510)

Salata Çeşitleri		Bekar (n=243)			Evli (n=267)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Çoban salata *	a	141	97.2	59.7	134	91.8	54.7
	b	4	2.8		12	8.2	
Patates salatası	a	155	94.5	67.5	164	91.6	67.0
	b	9	5.5		15	8.4	
Patlıcan salatası	a	131	88.5	60.9	120	85.1	52.8
	b	17	11.5		21	14.9	
Mevsim salata	a	161	93.1	71.2	169	92.9	68.2
	b	12	6.9		13	7.1	
Kırmızı lahana salatası	a	128	88.9	59.3	132	85.7	57.7
	b	16	11.1		22	14.3	
Semizotu salatası ¶	a	114	87.0	53.9	92	83.6	41.2
	b	17	13.0		18	16.4	
Kısır ¶	a	115	89.1	53.1	88	77.9	42.3
	b	14	10.9		25	22.1	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p<0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Çizelge 4.95'ten turistlerin ülkemize geliş sayısına göre Türk mutfağından yedikleri salata çeşitleri incelendiğinde; Türkiye'ye birinci ve ikinci geliş olanlar tarafından yenme oranı en yüksek olan salatanın mevsim salata (%62.3, %71.1), üçüncü ve daha fazla geliş olanların ise patates salatası (%76.9) olduğu görülmektedir. Yenme oranı en düşük olan ise ilk iki grupta kısır iken (%41.5, %45.6), üçüncü grupta semizotu salatasıdır (%47.1). Salataları yiyenlerce en çok beğenilenin ise birinci ve ikinci geliş olanlarda çoban salata (%95.0, %94.0), üçüncü ve daha çok geliş olanlarda patates salatası (%96.9) olduğu tespit edilmiştir. Bu grupta mevsim salatasının beğenilme oranının da (%96.2) patates salatasına yakın olduğu çizelge 4.95'ten görülebilir.

Türkiye'ye geliş sayısına göre patates, patlıcan, mevsim, kırmızı lahana salatası ve kısırın yenme durumu ile patlıcan salatasının beğenilme durumunun geliş sayısına göre değişme durumu istatistiksel olarak önemli bulunmuştur (p<0.05).

Çizelge 4.95 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri salata çeşitlerinin Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı (n:510)

Salata Çeşitleri		Birinci (n=212)			İkinci (n=90)			Üç ve üzeri (n=208)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Çoban salata	a	113	95.0	56.1	47	94.0	55.6	115	94.3	58.7
	b	6	5.0		3	6.0		7	5.7	
Patates salatası ¶	a	110	90.2	57.5	54	88.5	67.8	155	96.9	76.9
	b	12	9.8		7	11.5		5	3.1	
Patlıcan salatası * ¶	a	92	86.8	50.0	47	85.5	61.1	112	87.5	61.5
	b	14	13.2		8	14.5		16	12.5	
Mevsim salata ¶	a	119	90.2	62.3	58	90.6	71.1	153	96.2	76.4
	b	13	9.8		6	9.4		6	3.8	
Kırmızı lahana salatası ¶	a	88	83.0	50.0	51	85.0	66.7	121	91.7	63.5
	b	18	17.0		9	15.0		11	8.3	
Semizotu salatası	a	80	84.2	44.8	38	79.2	53.3	88	89.8	47.1
	b	15	15.8		10	20.8		10	10.2	
Kıtır ¶	a	68	77.3	41.5	35	85.4	45.6	100	88.5	54.3
	b	20	22.7		6	14.6		13	11.5	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p<0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yenme durumu)

4.3.12 Turistlerin Türk mutfağına ait içecek çeşitlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları

Dünyanın her yerinde sevilen gazlı içecekler ve meyve sularının yanı sıra Türk mutfağının kendine has içecekleri de mevcuttur. Yoğurdun sulandırılmasıyla yapılan ayran tamamen Türkiye'ye özgü bir içecektir. Bunun dışında boza, kefir, şalgam suyu ve şerbet de Türkiye'nin kendine özgü soğuk içecekleri arasındadır. Sıcak içecekler arasında Türk kahvesi ve Türk çayı özel bir yere sahiptir. Türk kahvesi kabaca çekilmiş kahvenin cezve denilen uzun saplı kaplar içinde pişirilmesiyle hazırlanır. Dünya çapında ün kazanmış olan Türk kahvesi, fincan denilen küçük bardaklar içinde servis edilir. Türk çayı günümüzde tercih edilme açısından kahvenin tahtına oturmuş sıcak bir içecektir. İki parça çaydanlık veya semaver kullanılarak toz çaydan hazırlanır. İnce belli çay bardaklarında servis edilir. Türk çayı da hazırlanma yöntemi nedeniyle dünya çapında bir ün kazanmıştır. Alkollü içkiler arasında rakı Türk mutfağında en çok tercih edilen içkidir. Üzümden elde edilen alkolün anason tohumu ile iki veya üç kez damıtılmasından elde edilir. Türk mutfağının geçmişi çok eskilere dayanan tarihsel alkollü içkisidir. Rakının çok arkasında gelmesine karşılık bira ve şarapta giderek

yaygınlık kazanmaktadır. Yerli üzümler kullanarak hazırlanan Türk şarapları lezzet ve çeşitlilik açısından dünyada adlarını duyurmaya başlamıştır (Anonim 2011c).

Çizelge 4.96'da yabancı turistlerin Türk mutfağına ait içecekleri duyma, içme ve beğenme durumları gösterilmiştir. Araştırmaya katılan yabancı turistlerin duymadıklarını söyledikleri içeceklerin oranı %15.7 ile %33.5 arasında değişmektedir. Turistlerin duymadıklarını ifade ettikleri içecekler içinde %33.5 ile boza ilk sırada gelmiş; %32.7 ile kefir, aynı oranla şerbet ve nane-limon (%29.8) onu izlemiştir. İçecekler içinde tüketilme oranı en yüksek olan limonata (%74.5). Turistlerin %33.5'i bozayı, %33.1'i ihlamur'u, %32.9'u adaçayı ve kefir, %32.2'si şalgamı hiç içmediklerini belirtmişlerdir. En fazla beğenilen içeceğin limonata (%93.7), en az beğenilenin ise boza (%53.0) olduğu tespit edilmiştir.

Akman'ın (1998) yaptığı çalışmada yabancı turistlerin Türk mutfağına ait içeceklerden en çok içtiklerinin limonata (%60.4), içen turistlerce en çok beğenilen (%79.7) içeceğin ise ayran olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.96 Turistlerin içecek çeşitlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları
(n:510)

İçecekler	İçti				Genel içen		Duymadı		İçmedi	
	Beğendi		Beğenmedi							
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Ayran	258	83.8	50	16.2	308	60.4	80	15.7	122	23.9
Limonata	356	93.7	24	6.3	380	74.5	82	16.1	48	9.4
Şalgam	131	64.2	73	35.8	204	40.0	142	27.8	164	32.2
Boza	89	53.0	79	47.0	168	32.9	171	33.5	171	33.5
Rakı	256	81.5	58	18.5	314	61.6	100	19.6	96	18.8
Kefir	92	52.6	83	47.4	175	34.3	167	32.7	168	32.9
Türk kahvesi	264	82.2	57	17.8	321	62.9	101	19.8	88	17.3
Şerbet	148	68.5	68	31.5	216	42.4	152	29.8	142	27.8
Adaçayı	151	74.8	51	25.2	202	39.6	140	27.5	168	32.9
Ihlamur	179	81.7	40	18.3	219	42.9	122	23.9	169	33.1
Nane-Limon	174	80.9	41	19.1	215	42.2	152	29.8	143	28.0

Turistlerin Türk mutfağında yer alan içecekleri içme durumları milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayılarına göre çizelge 4.97'de olduğu gibidir.

Milliyete göre değerlendirildiğinde birinci sırayı Almanlar (%90.1), son sırayı Ruslar (%72.5) almaktadır. Akman'ın (1998) araştırmasında Türk mutfağına ait içeceklerden herhangi birisini içenlerde; ilk sırayı Avrupa dışı ülkelerden gelenlerin (%94.3), son sırayı ise İskandinav ülkelerinden gelenlerin (%64.1) aldığı belirlenmiştir.

Cinsiyete göre incelendiği zaman Türk mutfağına ait herhangi bir içeceği tüketen kadınların oranı %87.7 iken bu oran erkeklerde %83.3'tür ($p>0.05$). Yabancı turistlerle yapılan bir çalışmada Türk mutfağına ait herhangi bir içeceği içen kadınların oranı %67.9, erkeklerin %74.0 olarak saptanmıştır (Akman 1998).

Çizelge 4.97 yaşa göre incelendiği zaman içecekleri içme oranı en yüksek olan grubun 26-35 yaş grubu (%90.0), en düşük olanın ise 18-25 yaş grubu (%83.0) olduğu görülmektedir. Diğer iki yaş grubunun içme oranları birbirine yakındır (36-45 yaş %85.4, ≥ 46 yaş %84.8). İstatistiksel olarak önemli bir fark söz konusu değildir ($p>0.05$). Akman (1998) Türk mutfağına ait içeceklerden herhangi birisini içen yabancı turistlerin çoğunluğunun ise 18-25 yaş grubunda (%72.3) olduğunu tespit etmiştir.

Türk mutfağına ait herhangi bir içeceği tüketenlerin oranı medeni duruma göre bekar olanlarda (%86.4), ülkemize geliş sayısına göre değerlendirildiğinde ise ikinci ziyareti olanlarda en yüksektir (%92.2). İstatistiksel olarak medeni gruplara göre fark önemsiz bulunmuştur ($p>0.05$).

Çizelge 4.97 Turistlerin herhangi bir içeceği içme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı (n:510)

Demografik Özellikler	n	İçen (n=438)		İçmeyen (n=72)	
		Sayı	%	Sayı	%
Milliyet					
İngiliz	231	197	85.3	34	14.7
Alman	101	91	90.1	10	9.9
Fransız	54	48	88.9	6	11.1
Rus	51	37	72.5	14	27.5
Flemenk	28	26	92.9	2	7.1
Diğer	45	39	86.7	6	13.3
Cinsiyet			$\chi^2=10.577$	SD=5	p=0.060
Erkek	210	175	83.3	35	16.7
Kadın	300	263	87.7	37	12.3
Yaş Grubu (Yıl)			$\chi^2=1.913$	SD=1	p=0.167
18-25	112	93	83.0	19	17.0
26-35	130	117	90.0	13	10.0
36-45	123	105	85.4	18	14.6
46 ve üzeri	145	123	84.8	22	15.2
Medeni durum			$\chi^2=2.727$	SD=3	p=0.436
Bekar	243	210	86.4	33	13.6
Evli	267	228	85.4	39	14.6
Geliş sayısı			$\chi^2=0.111$	SD=1	p=0.740
Birinci	212	169	79.7	43	20.3
İkinci	90	83	92.2	7	7.8
Üç ve üzeri	208	186	89.4	22	10.6
			$\chi^2=11.781$	SD=2	p=0.003

Ülkemizi ziyarete sayısına göre Türk mutfağına ait herhangi bir içeceği içme durumu arasındaki farklar istatistiksel olarak önemlidir ($\chi^2=11.781$, $p<0.01$).

Çizelge 4.98'de turistlerin Türk mutfağına ait içecekleri içme ve beğenme durumları milliyete göre verilmiştir. Fransız (%79.6) ve Ruslarda (%62.7) içilme oranı en yüksek içeceğin ayran; İngiliz (%77.5) ve diğer ülkelerde (%80.0) limonata, Almanlarda (%83.2) ve Flemenklerde (%78.6) Türk kahvesi olduğu görülmektedir.

İçilme oranı en düşük olan ise İngiliz (%29.0) ve diğer ülkelerde (%22.2) boza, Almanlarda şerbet (%52.5), Fransızlarda kefir (%16.7), Ruslarda şalgamdır (%27.5).

Alman (%94.0), Fransız (%92.3), Rus (%100.0) turistler tarafından içilenlerce en çok beğenilen içecek Türk kahvesi iken, İngilizler (%96.1) ve Flemenkler'de (%90.0) limonataadır.

Milliyete göre limonata hariç tüm içeceklerin içilme; şalgam, boza, kefir, Türk kahvesi, şerbet, adaçayı, nane-limonun beğenilme durumu arasındaki ilişki istatistiksel olarak önemlidir ($p<0.05$).

Çizelge 4.98 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri içecek çeşitlerinin milliyete göre dağılımı (n:510)

İçecekler	İngiliz (n=231)			Alman (n=101)			Fransız (n=54)			Rus (n=51)			Flemenk (n=28)			Diğer (n=45)			Genel (n=510)			
	Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı	
Ayran ¶	a	96	80.0	51.9	68	90.7	74.3	38	88.4	79.6	27	84.4	62.7	14	82.4	60.7	15	71.4	46.7	258	83.8	60.4
	b	24	20.0		7	9.3		5	11.6		5	15.6		3	17.6		6	28.6		50	16.2	
Limonata	a	172	96.1	77.5	76	93.8	80.2	35	89.7	72.2	21	84.0	49.0	18	90.0	71.4	34	94.4	80.0	356	93.7	74.5
	b	7	3.9		5	6.2		4	10.3		4	16.0		2	10.0		2	5.6		24	6.3	
Şalgam * ¶	a	43	52.4	35.5	51	79.7	63.4	11	73.3	27.8	8	57.1	27.5	7	53.8	46.4	11	68.8	35.6	131	64.2	40.0
	b	39	47.6		13	20.3		4	26.7		6	42.9		6	46.2		5	31.3		73	35.8	
Boza * ¶	a	25	37.3	29.0	38	70.4	53.5	4	40.0	18.5	10	66.7	29.4	7	58.3	42.9	5	50.0	22.2	89	53.0	32.9
	b	42	62.7		16	29.6		6	60.0		5	33.3		5	41.7		5	50.0		79	47.0	
Rakı ¶	a	117	76.0	66.7	66	88.0	74.3	17	85.0	37.0	19	86.4	43.1	14	87.5	57.1	23	85.2	60.0	256	81.5	61.6
	b	37	24.0		9	12.0		3	15.0		3	13.6		2	12.5		4	14.8		58	18.5	
Kefir * ¶	a	23	33.3	29.9	42	71.2	58.4	7	77.8	16.7	10	66.7	29.4	6	54.5	39.3	4	33.3	26.7	92	52.6	34.3
	b	46	66.7		17	28.8		2	22.2		5	33.3		5	45.5		8	66.7		83	47.4	
Türk kahvesi* ¶	a	109	74.1	63.6	79	94.0	83.2	12	92.3	24.1	25	100	49.0	16	72.7	78.6	23	76.7	66.7	264	82.2	62.9
	b	38	25.9		5	6.0		1	7.7					6	27.3		7	23.3		57	17.8	
Şerbet * ¶	a	62	60.8	44.2	38	71.7	52.5	9	81.8	20.4	16	88.9	35.3	5	38.5	46.4	18	94.7	42.2	148	68.5	42.4
	b	40	39.2		15	28.3		2	18.2		2	11.1		8	61.5		1	5.3		68	31.5	
Adaçayı * ¶	a	53	60.9	37.7	51	86.4	58.4	8	88.9	16.7	19	95.0	39.2	5	62.5	28.6	15	78.9	42.2	151	74.8	39.6
	b	34	39.1		8	13.6		1	11.1		1	5.0		3	37.5		4	21.1		51	25.2	
Ihlamur ¶	a	65	73.9	38.1	58	87.9	65.3	12	85.7	25.9	19	95.0	39.2	8	72.7	39.3	17	85.0	44.4	179	81.7	42.9
	b	23	26.1		8	12.1		2	14.3		1	5.0		3	27.3		3	15.0		40	18.3	
Nane-limon * ¶	a	65	73.0	38.5	55	90.2	60.4	11	84.6	24.1	16	94.1	33.3	6	54.5	39.3	21	87.5	53.3	174	80.9	42.2
	b	24	27.0		6	9.8		2	15.4		1	5.9		5	45.5		3	12.5		41	19.1	

a: Beğenen

b: Beğenmeyen

* p< 0.05 (Beğenme durumu)

¶ p<0.05 (İçme durumu)

Araştırmaya katılan yabancı turistlerin içtikleri ve beğendikleri Türk mutfağına ait içecekler cinsiyete göre çizelge 4.99'dan incelendiğinde, her iki cinsiyette de en çok beğenilen (E %96.9, K %91.4) ve içilen (E %75.7, K %73.7) limonata'dır. En az içilenin ise boza olduğu görülebilir (E %29.0, K %35.7).

Çizelge 4.99 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri içecek çeşitlerinin cinsiyete göre dağılımı (n:510)

İçecekler		Erkek (n=210)			Kadın (n=300)		
		Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı
Ayran	a	97	79.5	58.1	161	86.6	62.0
	b	25	20.5		25	13.4	
Limonata*	a	154	96.9	75.7	202	91.4	73.7
	b	5	3.1		19	8.6	
Şalgam*	a	60	72.3	39.5	71	58.7	40.3
	b	23	27.7		50	41.3	
Boza	a	38	62.3	29.0	51	47.7	35.7
	b	23	37.7		56	52.3	
Rakı	a	100	81.3	58.6	156	81.7	63.7
	b	23	18.7		35	18.3	
Kefir	a	36	56.3	30.5	56	50.5	37.0
	b	28	43.8		55	49.5	
Türk kahvesi	a	105	83.3	60.0	159	81.5	65.0
	b	21	16.7		36	18.5	
Şerbet	a	54	67.5	38.1	94	69.1	45.3
	b	26	32.5		42	30.9	
Adaçayı	a	59	73.8	38.1	92	75.4	40.7
	b	21	26.3		30	24.6	
İhlamur	a	74	83.1	42.4	105	80.8	43.3
	b	15	16.9		25	19.2	
Nane-limon	a	73	85.9	40.5	101	77.7	43.3
	b	12	14.1		29	22.3	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p<0.05 (Beğenme durumu)

Limonata ve şalgamın beğenilme durumunun cinsiyete göre değişme durumu istatistiksel olarak önemlidir (p<0.05).

Yapılan bir çalışmada da yabancı turistlerde her iki cinsiyet tarafından en fazla tüketilen içeceğin limonata (%61.9 ve %59.1), en çok beğenilenin ayran (%74.2 ve %85.2) olduğu saptanmıştır (Akman 1998).

Çizelge 4.100'de yabancı turistlerin içtikleri ve beğendikleri içecek çeşitleri yaş gruplarına göre verilmiştir. Görüldüğü gibi; 18-25 yaş (%75.0, %95.2), 26-35 yaş (%81.5, %94.3), 36-45 yaş (%70.7, %92.0), 46 ve üzeri (%71.0, %93.2) yaş gruplarında en çok içilen ve beğenilen içecek limonatadır. 18-25 yaş grubunda en az içilen içecek boza(%31.3), en az beğenilen ise kefir (%43.6). 26-35 yaş grubunda en az içilen aynı oranla kefir ve nane-limon (%53.1) iken, en az beğenilen içeceğin yine boza (%51.4) olduğu saptanmıştır. 36-45 yaş grubunca en az içilen (%31.7) ve en az beğenilen (%%3.8) içeceğin boza olduğu tespit edilmiştir. 46 ve üzeri yaş grubundaki turistlerce en az içilenin (%15.9) kefir, en az beğenilenin (%52.8) adaçayı olduğu belirlenmiştir. Limonata hariç tüm içeceklerin içilme durumu yaşa göre değişmektedir ($p<0.05$).

Çizelge 4.100 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri içecek çeşitlerinin yaş grubuna göre dağılımı (n:510)

İçecekler		18-25 Yaş (n=112)			26-35 Yaş (n=130)			36-45 Yaş (n=123)			46 + yaş (n=145)		
		Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı
Ayran [¶]	a	61	83.6	65.2	85	88.5	73.8	61	80.3	61.8	51	81.0	43.4
	b	12	16.4		11	11.5		15	19.7		12	19.0	
Limonata	a	80	95.2	75.0	100	94.3	81.5	80	92.0	70.7	96	93.2	71.0
	b	4	4.8		6	5.7		7	8.0		7	6.8	
Şalgam [¶]	a	28	63.6	39.3	43	56.6	58.5	36	69.2	42.3	24	75.0	22.1
	b	16	36.4		33	43.4		16	30.8		8	25.0	
Boza [¶]	a	16	45.7	31.3	36	51.4	53.8	21	53.8	31.7	16	66.7	16.6
	b	19	54.3		34	48.6		18	46.2		8	33.3	
Rakı [¶]	a	53	80.3	58.9	86	86.0	76.9	59	80.8	59.3	58	77.3	51.7
	b	13	19.7		14	14.0		14	19.2		17	22.7	
Kefir [¶]	a	17	43.6	34.8	37	53.6	53.1	24	54.5	35.8	14	60.9	15.9
	b	22	56.4		32	46.4		20	45.5		9	39.1	
Türk kahvesi [¶]	a	60	83.3	64.3	86	86.9	76.2	56	78.9	57.7	62	78.5	54.5
	b	12	16.7		13	13.1		15	21.1		17	21.5	
Şerbet [¶]	a	32	69.6	41.1	50	63.3	60.8	31	66.0	38.2	35	79.5	30.3
	b	14	30.4		29	36.7		16	34.0		9	20.5	
Adaçayı [¶]	a	35	76.1	41.1	61	84.7	55.4	36	75.0	39.0	19	52.8	24.8
	b	11	23.9		11	15.3		12	25.0		17	47.2	
İhlamur [¶]	a	42	80.8	46.4	66	85.7	59.2	42	82.4	41.5	29	74.4	26.9
	b	10	19.2		11	14.3		9	17.6		10	25.6	
Nane-limon [¶]	a	47	85.5	49.1	56	81.2	53.1	42	80.8	42.3	29	74.4	26.9
	b	8	14.5		13	18.8		10	19.2		10	25.6	

a: Beğenen b: Beğenmeyen [¶] p< 0.05 (içme durumu)

Çizelge 4.101’de yabancı turistlerin içtikleri ve beğendikleri içecek çeşitleri medeni duruma göre verilmiştir. Bekâr ve evli turistlerce en çok içilen (B %76.1, E %73.0) ve beğenilen (B %96.8, E %90.8) limonatadır. En az içilen (B %41.6, E %25.1) bozadır. Tüm içecekler içme; ayran, limonata, Türk kahvesi, adaçayı nane-limonun beğenilme durumunun evli ve bekâr olma durumuna göre değişmesi istatistiksel olarak önemlidir (p<0.05).

Çizelge 4.101 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri içecek çeşitlerinin medeni duruma göre dağılımı (n:510)

İçecekler		Bekar (n=243)			Evli (n=267)		
		Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	İçme Oranı
Ayran* ¶	a	142	88.2	66.3	116	78.9	55.1
	b	19	11.8		31	21.1	
Limonata* ¶	a	179	96.8	76.1	177	90.8	73.0
	b	6	3.2		18	9.2	
Şalgam ¶	a	71	61.7	47.3	60	67.4	33.3
	b	44	38.3		29	32.6	
Boza ¶	a	52	51.5	41.6	37	55.2	25.1
	b	49	48.5		30	44.8	
Rakı ¶	a	137	85.1	66.3	119	77.8	57.3
	b	24	14.9		34	22.2	
Kefir ¶	a	54	52.4	42.4	38	52.8	27.0
	b	49	47.6		34	47.2	
Türk kahvesi* ¶	a	143	86.7	67.9	121	77.6	58.4
	b	22	13.3		35	22.4	
Şerbet ¶	a	83	71.6	47.7	65	65.0	37.5
	b	33	28.4		35	35.0	
Adaçayı* ¶	a	94	83.9	46.1	57	63.3	33.7
	b	18	16.1		33	36.7	
İhlamur ¶	a	103	84.4	50.2	76	78.4	36.3
	b	19	15.6		21	21.6	
Nane-Limon* ¶	a	103	86.6	49.0	71	74.0	36.0
	b	16	13.4		25	26.0	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p<0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (İçme durumu)

Turistlerin içtikleri ve beğendikleri içecek çeşitlerinin Türkiye'ye geliş sayılarına göre çizelge 4.102'de gösterilmiştir.

Çizelge 4.102 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri içecek çeşitlerinin Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı (n:510)

İçecekler		Birinci (n=212)			İkinci (n=90)			Üç ve üzeri (n=208)		
		Sayı	%	İçme Oranı	Sayı	%	Oran	Sayı	%	İçme Oranı
Ayran	a	110	82.7	62.7	40	75.5	58.9	108	88.5	58.7
	b	23	17.3		13	24.5		14	11.5	
Limonata ¶	a	129	93.5	65.1	67	91.8	81.1	160	94.7	81.3
	b	9	6.5		6	8.2		9	5.3	
Şalgam * ¶	a	55	77.5	33.5	22	64.7	37.8	54	54.5	47.6
	b	16	22.5		12	35.3		45	45.5	
Boza * ¶	a	38	66.7	26.9	11	45.8	26.7	40	46.0	41.8
	b	19	33.3		13	54.2		47	54.0	
Rakı ¶	a	82	80.4	48.1	44	80.0	61.1	130	82.8	75.5
	b	20	19.6		11	20.0		27	17.2	
Kefir * ¶	a	36	67.9	25.0	18	56.3	35.6	38	42.2	43.3
	b	17	32.1		14	43.8		52	57.8	
Türk kahvesi ¶	a	91	82.0	52.4	37	75.5	54.4	136	84.5	77.4
	b	20	18.0		12	24.5		25	15.5	
Şerbet ¶	a	41	71.9	26.9	17	51.5	36.7	90	71.4	60.6
	b	16	28.1		16	48.5		36	28.6	
Adaçayı ¶	a	37	67.3	25.9	24	66.7	40.0	90	81.1	53.4
	b	18	32.7		12	33.3		21	18.9	
Ihlamur ¶	a	57	80.3	33.5	34	81.0	46.7	88	83.0	51.0
	b	14	19.7		8	19.0		18	17.0	
Nane-Limon ¶	a	60	81.1	34.9	31	81.6	42.2	83	80.6	49.5
	b	14	18.9		7	18.4		20	19.4	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p< 0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (İçme durumu)

Çizelge 4.102'de yabancı turistlerin içtikleri ve beğendikleri içecek çeşitleri Türkiye'ye geliş sayısına göre verilmiştir. Türkiye'ye ilk defa (%65.1), ikinci (%81.1), üç ve daha fazla (%81.3) gelişi olan turistlerce içilme oranı en yüksek olan ve en çok beğenilen limonatadır (%93.5, %91.8, %94.7). Türkiye'ye ilk (%66.7) ve ikinci defa (%45.8) gelenlerin en az içtikleri boza, üç ve daha fazla gelenlerin içtiklerinin ise kefir (%42.2) olduğu çizelgeden görülebilir.

Türkiye'ye geliş sayısına göre ayran hariç tüm içeceklerin içilme; şalgam, boza ve kefirin beğenilme durumları arasındaki farkların istatistiksel olarak önemli olduğu bulunmuştur (p<0.05).

4.3.3.13 Turistlerin Türk mutfağına ait mezeleri duyma, tüketme ve beğenme durumları

Mezeler genellikle sofralarda ana yemekten önce servise sunulan ve ana yemekle birlikte de tüketilmeye devam edilen yiyeceklerdir (Durlu ve Özkaya 2008a)

Genelde soğuk servis edilen meze; Doğu Akdeniz’de ve özellikle Türk mutfağında yer alan bir yiyecek grubudur. Ana yemek öncesi aperatif olarak yenildiği gibi, çilingir sofralarının da vazgeçilmez ögesidir (Anonim 2011c).

Çizelge 4.103’de turistlerin meze çeşitlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları verilmiştir. Turistlerin duymadıklarını ifade ettikleri meze çeşitleri içinde ilk sırada %31.0 oranı ile Çerkez tavuğu gelmiş; %29.0 ile muhammara, %28.0 ile fava onu izlemiştir.

Çizelge 4.103 Turistlerin meze çeşitlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları (n:510)

Mezeler	Yedim				Genel Yiyen		Duymadı		Yemedi	
	Beğendi		Beğenmedi		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
	Sayı	%	Sayı	%						
Domatesli ezme	279	94.3	17	5.7	296	58.0	105	20.6	109	21.4
Haydari	276	91.4	26	8.6	302	59.2	108	21.2	100	19.6
Piyaz	211	85.8	35	14.2	246	48.2	123	24.1	141	27.6
Humus	230	85.2	40	14.8	270	52.9	127	24.9	113	22.2
Muhammara	116	61.4	73	38.6	189	37.1	148	29.0	173	33.9
Fava	166	81.0	39	19.0	205	40.2	143	28.0	162	31.8
Şakşuka	208	84.6	38	15.4	246	48.2	120	23.5	144	28.2
Çerkez tavuğu	129	74.6	44	25.4	173	33.9	158	31.0	179	35.1
Cacık	242	88.0	33	12.0	275	53.9	123	24.1	112	22.0
Midye dolma	185	81.5	42	18.5	227	44.5	118	23.1	165	32.4
Turşu	167	73.6	60	26.4	227	44.5	126	24.7	157	30.8
Pastırma	158	73.1	58	26.9	216	42.4	121	23.7	173	33.9

Mezeler içinde %59.2 oranı ile tüketilme oranı en yüksek haydari olup, domatesli ezme (%58.0) ikinci sırada yer almıştır. En fazla beğenilen meze çeşidinin domatesli ezme (%94.3), en az beğenilenin muhammara (%61.4) olduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 4.104’de çeşitli değişkenlere göre (milliyet, yaş, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye’ye geliş sayısı)turistlerin herhangi bir meze çeşidini yeme durumları verilmiştir.

Araştırmaya katılan turistlerin Türk mutfağına ait mezelerden herhangi birini tüketenler milliyete göre incelendiğinde; ilk sırayı Almanlar (%87.1) son sırayı Ruslar (%49.0) almıştır. Milliyetlere göre dağılım istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($p<0.001$).

Cinsiyete göre incelendiği zaman Türk mutfağına ait herhangi bir mezeyi tüketen erkeklerin oranı %73.8 iken, kadınların oranı %72.7’dir ($p>0.05$).

Türk mutfağına ait herhangi bir mezeyi tüketenlerin oranı yaşa göre değerlendirildiği zaman 26–35 yaş grubunda (%83.1), medeni duruma göre bekâr olanlarda (%74.1), Türkiye’ye geliş sayısına göre değerlendirildiği zaman üç ve daha fazla ülkemizi ziyaret edenlerde (%89.4) en yüksek olduğu çizelge 4.104’ten görülebilir. Yaş grupları ($p<0.05$) ve Türkiye’ye geliş sayısına göre ($p<0.001$) meze tüketme durumu arasındaki fark istatistiksel olarak önemlidir.

Çizelge 4.104 Turistlerin herhangi bir mezeyi yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı (n:510)

Demografik Özellikler	n	Yiyen (n=373)		Yemeyen (n=137)	
		Sayı	%	Sayı	%
Milliyet					
İngiliz	231	177	76.6	54	23.4
Alman	101	88	87.1	13	12.9
Fransız	54	29	53.7	25	46.3
Rus	51	25	49.0	26	51.0
Flemenk	28	19	67.9	9	32.1
Diğer	45	35	77.8	10	22.2
		$\chi^2=37.863$		SD=5 p=0.000	
Cinsiyet					
Erkek	210	155	73.8	55	26.2
Kadın	300	218	72.7	82	27.3
		$\chi^2=0.082$		SD=1 p=0.774	
Yaş Grubu (Yıl)					
18-25	112	77	68.8	35	31.3
26-35	130	108	83.1	22	16.9
36-45	123	90	73.2	33	26.8
46 ve üzeri	145	98	67.6	47	32.4
		$\chi^2=9.909$		SD=3 p=0.019	
Medeni durum					
Bekar	243	180	74.1	63	25.9
Evli	267	193	72.3	74	27.7
		$\chi^2=0.207$		SD=1 p=0.649	
Geliş sayısı					
Birinci	212	125	59.0	87	41.0
İkinci	90	62	68.9	28	31.1
Üç ve üzeri	208	186	89.4	22	10.6
		$\chi^2=50.588$		SD=2 p=0.000	

Mezelerin yenme ve beğenilme durumu milliyete göre çizelge 4.105'te olduğu gibidir.

Haydari İngiliz (%61.0), Flemenk (%57.1), diğer ülkelerde (%60.0); domatesli ezme; Fransızlar'da (%46.3), Ruslar da ise aynı oranla şakşuka ve turşu (%39.2) tüketilme oranı en yüksek mezelerdir.

En düşük yenme oranına sahip meze İngiliz (%25.5) ve Almanlarda (%63.4) Çerkez tavuğu iken; Fransızlarda pastırma (%9.3), Ruslarda humus (%25.5) ve diğer ülkelerde favadır (%28.9).

İngiliz (%94.0) ve Alman (%97.5) turistler tarafından yiyenlerce en çok beğenilen domatesli ezme, Flemenklerde muhammara (%90.0)ve diğer ülkelerde haydaridir (%96.3).

Fava ve Çerkez tavuğunu yiyen Fransız turistlerin tamamı beğenmiştir (%100.0). Rus turistlerde ise fava ve Çerkez tavuğuna ek olarak midye dolmayı yiyenlerinde tamamının beğendiği görülmektedir (%100.0).

İngiliz (%32.4), Alman (%81.2) ve Fransızlarda (%42.9) beğenilme oranı en düşük meze muhammara iken; Ruslarda (%75.0) ve diğer ülkelerde (%63.6) turşu, Flemenklerde ise midye dolmadır (%53.8).

Tüm mezelerin yenme, domatesli ezme, şakşuka, cacık hariç diğer tüm mezelerin beğenilme durumunun milliyete göre değişme durumu istatistiksel olarak önemlidir ($p<0.05$).

Çizelge 4.105 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri meze çeşitlerinin milliyete göre dağılımı (n:510)

Mezeler	İngiliz (n=231)			Alman (n=101)			Fransız (n=54)			Rus (n=51)			Flemenk (n=28)			Diğer (n=45)			Genel (n=510)			
	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	
Domatesli ezme ¶	a	125	94.0	57.6	79	97.5	80.2	24	96.0	46.3	17	94.4	35.3	12	85.7	50.0	22	88.0	55.6	279	94.3	58.0
	b	8	6.0		2	2.5		1	4.0		1	5.6		2	14.3		3	12.0		17	5.7	
Haydari * ¶	a	129	91.5	61.0	77	93.9	81.2	19	95.0	37.0	16	100	31.4	9	56.3	57.1	26	96.3	60.0	276	91.4	59.2
	b	12	8.5		5	6.1		1	5.0		7	43.8		7	43.8		1	3.7		26	8.6	
Piyaz * ¶	a	87	82.9	45.5	73	93.6	77.2	11	84.6	24.1	13	92.9	27.5	7	58.3	42.9	20	83.3	53.3	211	85.8	48.2
	b	18	17.1		5	6.4		2	15.4		1	7.1		5	41.7		4	16.7		35	14.2	
Humus * ¶	a	108	82.4	56.7	71	92.2	76.2	10	90.9	20.4	12	92.3	25.5	8	57.1	50.0	21	87.5	53.3	230	85.2	52.9
	b	23	17.6		6	7.8		1	9.1		1	7.7		6	42.9		3	12.5		40	14.8	
Muhammara * ¶	a	24	32.4	32.0	56	81.2	68.3	3	42.9	13.0	13	86.7	29.4	9	90.0	35.7	11	78.6	31.1	116	61.4	37.1
	b	50	67.6		13	18.8		4	57.1		2	13.3		1	10.0		3	21.4		73	38.6	
Fava * ¶	a	57	69.5	35.5	66	93.0	70.3	10	100	18.5	15	100	29.4	9	64.3	50.0	9	69.2	28.9	166	81.0	40.2
	b	25	30.5		5	7.0								5	35.7		4	30.8		39	19.0	
Şakşuka ¶	a	86	80.4	46.3	69	93.2	73.3	7	87.5	14.8	18	90.0	39.2	10	66.7	53.6	18	81.8	48.9	208	84.6	48.2
	b	21	19.6		5	6.8		1	12.5		2	10.0		5	33.3		4	18.2		38	15.4	
Çerkez tavuğu * ¶	a	30	50.8	25.5	58	90.6	63.4	7	100	13.0	16	100	31.4	7	58.3	42.9	11	73.3	33.3	129	74.6	33.9
	b	29	49.2		6	9.4					5	41.7		4	26.7		4	26.7		44	25.4	
Cacık ¶	a	109	85.8	55.0	77	96.3	79.2	6	85.7	13.0	14	77.8	35.3	13	81.3	57.1	23	85.2	60.0	242	88.0	53.9
	b	18	14.2		3	3.8		1	14.3		4	22.2		3	18.8		4	14.8		33	12.0	
Midye dolma * ¶	a	67	71.3	40.7	68	90.7	74.3	7	87.5	14.8	17	100	33.3	7	53.8	46.4	19	95.0	44.4	185	81.5	44.5
	b	27	28.7		7	9.3		1	12.5					6	46.2		1	5.0		42	18.5	
Turşu * ¶	a	59	64.8	39.4	67	85.9	77.2	4	66.7	11.1	15	75.0	39.2	8	80.0	35.7	14	63.6	48.9	167	73.6	44.5
	b	32	35.2		11	14.1		2	33.3		5	25.0		2	20.0		8	36.4		60	26.4	
Pastırma * ¶	a	59	62.1	41.1	58	84.1	68.3	4	80.0	9.3	14	82.4	33.3	9	75.0	42.9	14	77.8	40.0	158	73.1	42.4
	b	36	37.9		11	15.9		1	20.0		3	17.6		3	25.0		4	22.2		58	26.9	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p<0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Çizelge 4.106 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri meze çeşitlerinin cinsiyete göre dağılımı (n:510)

Mezeler		Erkek (n=210)			Kadın (n=300)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Domatesli ezme	a	119	93.7	60.5	160	94.7	56.3
	b	8	6.3		9	5.3	
Haydari	a	114	91.9	59.0	162	91.0	59.3
	b	10	8.1		16	9.0	
Piyaz	a	90	86.5	49.5	121	85.2	47.3
	b	14	13.5		21	14.8	
Humus *	a	103	90.4	54.3	127	81.4	52.0
	b	11	9.6		29	18.6	
Muhammara	a	46	65.7	33.3	70	58.8	39.7
	b	24	34.3		49	41.2	
Fava	a	72	83.7	41.0	94	79.0	39.7
	b	14	16.3		25	21.0	
Şakşuka	a	81	80.2	48.1	127	87.6	48.3
	b	20	19.8		18	12.4	
Çerkez tavuğu	a	54	79.4	32.4	75	71.4	35.0
	b	14	20.6		30	28.6	
Cacık	a	98	89.1	52.4	144	87.3	55.0
	b	12	10.9		21	12.7	
Midye dolma	a	79	86.8	43.3	106	77.9	45.3
	b	12	13.2		30	22.1	
Turşu	a	69	74.2	44.3	98	73.1	44.7
	b	24	25.8		36	26.9	
Pastırma	a	69	75.8	43.3	89	71.2	41.7
	b	22	24.2		36	28.8	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p< 0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Çizelge 4.106'da yabancı turistlerin yedikleri ve beğendikleri meze çeşitleri cinsiyete göre verilmiştir. Erkekler tarafından en çok tüketilen meze çeşitlerinde ilk sırada domatesli ezme (%60.5), ikinci sırada haydari (%59.0) ve üçüncü sırada humus (%54.3) yer almış iken; kadınlar tarafından yenme oranı en yüksek olan haydariyi (%59.3), domatesli ezme (%56.3), cacık (%55.0) izlemiştir. Her iki cinsiyette de en çok beğenilen haydari (K %94.7, E %93.7) ve en az beğenilen (E %65.7, K %58.8) muhammaradır. Humusun beğenilme durumunun cinsiyete göre değişmesi istatistiksel olarak önemlidir (p<0.05).

Çizelge 4.107’de yabancı turistlerin yedikleri ve beğendikleri meze çeşitlerinin yaş gruplarına göre gösterilmiştir.

En küçük yaş grubunun (18-25 yaş) en çok yediği ve beğendiği mezenin diğerlerinden farklı olduğu çizelgede görülebilir.18-25 yaş grubunda en çok yenilen meze domatesli ezme (%58.0) iken, diğer yaş gruplarıncaya haydaridir (26-35 yaş %74.6, 36-45 yaş %60.2, ≥46 yaş %50.3). Yenme oranı en düşük olan; 26-35 (%47.7), 36-45 (%36.6), ≥46 yaş %22.1) gruplarında çerkez tavuğu; 18-25 yaş gurubunda favadır (%31.3). 18-25 yaş grubunda en çok beğenilen haydari (%96.6), diğer yaş gruplarında ise domatesli ezmedir (26-35 yaş %95.7, 36-45 yaş %93.2, ≥46 yaş %92.4). Tüm mezelerin yenme durumunun yaşa göre değişme durumu istatistiksel olarak önemlidir (p<0.05).

Çizelge 4.107 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri meze çeşitlerinin yaş grubuna göre dağılımı (n:510)

Mezeler		18-25 Yaş (n=112)			26-35 Yaş (n=130)			36-45 Yaş (n=123)			46 + yaş (n=145)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Domatesli ezme [¶]	a	62	95.4	58.0	88	95.7	70.8	68	93.2	59.3	61	92.4	45.5
	b	3	4.6		4	4.3		5	6.8		5	7.6	
Haydari [¶]	a	56	96.6	51.8	88	90.7	74.6	67	90.5	60.2	65	89.0	50.3
	b	2	3.4		9	9.3		7	9.5		8	11.0	
Piyaz [¶]	a	40	81.6	43.8	74	90.2	63.1	54	80.6	54.5	43	89.6	33.1
	b	9	18.4		8	9.8		13	19.4		5	10.4	
Humus [¶]	a	43	86.0	44.6	74	86.0	66.2	61	83.6	59.3	52	85.2	42.1
	b	7	14.0		12	14.0		12	16.4		9	14.8	
Muhammara [¶]	a	20	51.3	34.8	40	58.0	53.1	31	66.0	38.2	25	73.5	23.4
	b	19	48.7		29	42.0		16	34.0		9	26.5	
Fava [¶]	a	26	74.3	31.3	67	87.0	59.2	41	80.4	41.5	32	76.2	29.0
	b	9	25.7		10	13.0		10	19.6		10	23.8	
Şakşuka [¶]	a	48	90.6	47.3	76	88.4	66.2	47	77.0	49.6	37	80.4	31.7
	b	5	9.4		10	11.6		14	23.0		9	19.6	
Çerkez tavuğu [¶]	a	25	73.5	30.4	47	75.8	47.7	31	68.9	36.6	26	81.3	22.1
	b	9	26.5		15	24.2		14	31.1		6	18.8	
Cacık [¶]	a	50	87.7	50.9	81	89.0	70.0	58	87.9	53.7	53	86.9	42.1
	b	7	12.3		10	11.0		8	12.1		8	13.1	
Midye dolma [¶]	a	43	89.6	42.9	64	84.2	58.5	46	80.7	46.3	32	69.6	31.7
	b	5	10.4		12	15.8		11	19.3		14	30.4	
Turşu [¶]	a	36	73.5	43.8	59	73.8	61.5	44	75.9	47.2	28	70.0	27.6
	b	13	26.5		21	26.3		14	24.1		12	30.0	
Pastırma [¶]	a	37	75.5	43.8	57	76.0	57.7	38	70.4	43.9	26	68.4	26.2
	b	12	24.5		18	24.0		16	29.6		12	31.6	

Yabancı turistlerin yedikleri ve beğendikleri meze çeşitleri medeni duruma göre çizelge 4.108'de olduğu gibidir.

Çizelge 4.108 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri meze çeşitlerinin medeni duruma göre dağılımı (n:510)

Mezeler		Bekar (n=243)			Evli (n=267)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Domatesli ezme	a	144	96.6	61.3	135	91.8	55.1
	b	5	3.4		12	8.2	
Haydari *	a	140	95.2	60.5	136	87.7	58.1
	b	7	4.8		19	12.3	
Piyaz	a	110	87.3	51.9	101	84.2	44.9
	b	16	12.7		19	15.8	
Humus	a	114	87.7	53.5	116	82.9	52.4
	b	16	12.3		24	17.1	
Muhammara ¶	a	60	55.6	44.4	56	69.1	30.3
	b	48	44.4		25	30.9	
Fava ¶	a	92	84.4	44.9	74	77.1	36.0
	b	17	15.6		22	22.9	
Şakşuka ¶	a	123	88.5	57.2	85	79.4	40.1
	b	16	11.5		22	20.6	
Çerkez tavuğu ¶	a	70	74.5	38.7	59	74.7	29.6
	b	24	25.5		20	25.3	
Cacık ¶	a	130	87.8	60.9	112	88.2	47.6
	b	18	12.2		15	11.8	
Midye dolma * ¶	a	110	88.7	51.0	75	72.8	38.6
	b	14	11.3		28	27.2	
Turşu ¶	a	94	73.4	52.7	73	73.7	37.1
	b	34	26.6		26	26.3	
Pastırma ¶	a	92	74.8	50.6	66	71.0	34.8
	b	31	25.2		27	29.0	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p< 0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Yenme oranı en yüksek olan meze bekârlarda domatesli ezme (%61.3), evlilerde haydaridir (%58.1). Bekâr turistlerin cacık (%60.9) ve haydariyi (%60.5) yeme durumları da domatesli ezmeye yakındır. Bekâr ve evli turistlerce en az yenilen meze (bekâr %38.7, evli %29.6) Çerkez tavuğudur.

Bekâr (%96.6) ve evli (%91.8) turistlerce en çok beğenilen meze domatesli ezme; en az beğenilen ise muhammara (evli %69.1 bekar %55.6) olarak belirlenmiştir.

Muhammara, fava, şakşuka, Çerkez tavuğu, cacık, midye dolma, turşu ve pastırmanın yenme; haydari ve midye dolmanın beğenilme durumu arasındaki farklar medeni duruma göre istatistiksel olarak önemlidir ($p<0.05$).

Çizelge 4.109’da turistlerin yedikleri ve beğendikleri meze çeşitleri Türkiye’ye geliş sayısına göre verilmiştir.

Yenme oranı en yüksek olan mezelerde Türkiye’ye ilk gelişi olan turistlerde ilk sırayı domatesli ezme (%47.2), ikinci sırayı haydari (%46.2) ve üçüncü sırayı humus (%41.5) almıştır. Türkiye’ye ikinci ziyareti olanlarda bu sıralama haydari (%55.6), domatesli ezme (%54.4), piyaz (%50.0); Türkiye’ye üçüncü ve daha çok ziyareti olanlarda haydari (%74.0), cacık (%71.2), domatesli ezme (%70.7) şeklindedir. Ziyaret sayısı arttıkça yenme oranlarının arttığı görülmektedir. Burada adı geçen mezelerin Türkiye’yi ziyaret sayısına göre yenme durumları arasındaki farklılıklar istatistiksel olarak önemlidir ($p<0.05$).

Çizelge 4.109 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri meze çeşitlerinin Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı (n:510)

Mezeler		Birinci (n=212)			İkinci (n=90)			Üç ve üzeri (n=208)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Oran	Sayı	%	Yeme Oranı
Domatesli ezme * ¶	a	93	93.0	47.2	43	87.8	54.4	143	97.3	70.7
	b	7	7.0		6	12.2		4	2.7	
Haydari * ¶	a	85	86.7	46.2	43	86.0	55.6	148	96.1	74.0
	b	13	13.3		7	14.0		6	3.9	
Piyaz * ¶	a	61	81.3	35.4	35	77.8	50.0	115	91.3	60.6
	b	14	18.7		10	22.2		11	8.7	
Humus ¶	a	76	86.4	41.5	30	75.0	44.4	124	87.3	68.3
	b	12	13.6		10	25.0		18	12.7	
Muhammara * ¶	a	49	77.8	29.7	20	69.0	32.2	47	48.5	46.6
	b	14	22.2		9	31.0		50	51.5	
Fava ¶	a	52	74.3	33.0	27	81.8	36.7	87	85.3	49.0
	b	18	25.7		6	18.2		15	14.7	
Şakşuka * ¶	a	65	74.7	41.0	31	86.1	40.0	112	91.1	59.1
	b	22	25.3		5	13.9		11	8.9	
Çerkez tavuğu ¶	a	43	71.7	28.3	19	73.1	28.9	67	77.0	41.8
	b	17	28.3		7	26.9		20	23.0	
Cacık ¶	a	70	82.4	40.1	38	90.5	46.7	134	90.5	71.2
	b	15	17.6		4	9.5		14	9.5	
Midye dolma * ¶	a	49	69.0	33.5	33	80.5	45.6	103	89.6	55.3
	b	22	31.0		8	19.5		12	10.4	
Turşu ¶	a	47	65.3	34.0	27	77.1	38.9	93	77.5	57.7
	b	25	34.7		8	22.9		27	22.5	
Pastırma ¶	a	50	69.4	34.0	22	62.9	38.9	86	78.9	52.4
	b	22	30.6		13	37.1		23	21.1	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p< 0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (Yeme durumu)

Türkiye'ye ilk defa (%93.0), ikinci (%87.8), üç ve daha fazla (%97.3) gelenlerin en çok beğendikleri mezenin domatesli ezme, en az yediklerinin ise Çerkez tavuğu (sırası ile %28.3, %28.9, %41.8) olduğu tespit edilmiştir.

4.3.3.14 Turistlerin Türk mutfağına ait tatlıları duyma, tüketme ve beğenme durumları

Geniş bir yelpaze içinde yer alan tatlı kültürü geleneksel Türk Mutfağıının vazgeçilmezleri arasında bulunmaktadır. Türk mutfağı tatlılar açısından çok zengin bir dünya mutfağıdır. Türk tatlıları çok geniş bir çeşitlilik gösterirler. Baklava, kadayıf, lokma gibi hamurlu tatlılar, muhallebi, keşkül, kazandibi gibi sütlü tatlılar, hoşaf ve kompostolar, revani, helva, aşure ve Kabak Tatlısı gibi tatlılar geniş bir yelpazeye sahiptirler (Akyıldız 2010). Tatlılar arasında özellikle hamurlu tatlılar Osmanlı Mutfağıında da her zaman önemli bir yere sahip olmuştur. Tatlı çeşitlerinin tüketim durumları incelendiğinde baklava, bülbülyuvası, kadayıf gibi hamurlu tatlıların ve aşurenin daha çok bayram, düğün, nişan, gibi özel günlerde tüketildiğı, meyveli tatlıların davet yemeklerinde, hoşaf ve sütlü tatlıların günlük yemeklerde yer aldığı bildirilmektedir. Ancak günlük öğünlerde en çok yer alan tatlı çeşidi sütlü tatlılardır (Durlu-Özkaya 2008a).

Çizelge 4.110'da yabancı turistlerin tatlı çeşitlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları yer almıştır. Turistlerin duymadıklarını ifade ettikleri tatlılar içinde %35.1 ile çekme helva ilk sırada gelmiş; onu hoşmerim ve şambali (%34.3) izlemiştir. Tatlılar içinde tüketilme oranı en yüksek baklava (%68.2) olup, Kemalpaşa (%49.6) ikinci sırada yer almıştır. En fazla beğenilen (%86.5) ve yenilen (%68.2) tatlının baklava, (%86.5), en az beğenilenin ise şambali (%44.8) olduğu tespit edilmiştir. Baklava Türk mutfağıının en tanınmış tatlıları arasındadır. Çok ince açılmış yufkanın arasına fındık, ceviz veya antep fıstığı konarak pişirilmesinden sonra bir şerbetle tatlandırılması yoluyla hazırlanır. Baklava; Türk tatlısı ismiyle özdeşleşen, kökeni Asurlulara kadar dayanan, Osmanlı saray mutfağıına girerek uğruna "Baklava Alayı" dahi kurulan el işçiliğıyle hazırlanan bir hamur tatlısıdır. Dünyanın birçok ülkesine yapılan baklava; ülkeler arasında farklılıklar göstermektedir. Günümüzde modern işletmelerde tamamen el işçiliğine dayalı olarak üretilmeye devam etmektedir (Akyıldız 2010). Yabancı turistlerin %36.1'i çekme helvayı, %34.7'si hoşmerimi, %34.1'i kompostoyu, %33.9'u ise ayva tatlısını hiç yemediğini ifade etmiştir.

Örer'in (1995) 5 yıldızlı oteller üzerine yapmış olduğu araştırmada otel işletmelerinin daha çok sütlaç ve baklava (%75.0) servisi yaptıkları belirlenmiştir.

Akman'ın (1998) yaptığı çalışmada yabancı turistlerin yedikleri (%44.1) Türk mutfağına ait tatlılardan ilk sırayı sütlaç almış, tketenlerce en çok beğenilenin ise aşure (%94.9) olduğu saptanmıştır.

Hassan vd.'nin (2010b) yaptıkları çalışmada da en fazla bilinen ve tadılan Türk tatlısının %86.1 oranıyla yine baklava olduğu belirlenmiştir. Baklavayı sırasıyla aşure (%80.6), lokum (%77.0), helva (75.4), lokma (%71.2), pişmaniye (%70.2) takip etmiştir. Bunlara ilaveten sütlaç, güllaç, hoşaf, muhallebi, pekmez, Kemalpaşa tatlısı, tel kadayıf, kazandibi ve tulumba tatlısının da %60.0'ın üzerinde tanındığı belirlenmiştir.

Çizelge 4.110 Turistlerin tatlı çeşitlerini duyma, tüketme ve beğenme durumları (n:510)

Tatlılar	Yedi				Genel Yiyen		Duymadı		Yemedi	
	Beğendi		Beğenmedi		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
	Sayı	%	Sayı	%						
Baklava	301	86.5	47	13.5	348	68.2	95	18.6	67	13.1
Kabak tatlısı	157	69.5	69	30.5	226	44.3	138	27.1	146	28.6
Kemalpaşa tatlısı	196	77.5	57	22.5	253	49.6	146	28.6	111	21.8
Revani	158	71.5	63	28.5	221	43.3	154	30.2	135	26.5
Künefe	170	79.8	43	20.2	213	41.8	159	31.2	138	27.1
Kadayıf	163	74.1	57	25.9	220	43.1	152	29.8	138	27.1
Hanımğöbeği	107	56.9	81	43.1	188	36.9	171	33.5	151	29.6
Şekerpare	121	60.8	78	39.2	199	39.0	163	32.0	148	29.0
Şöbiyet	102	54.8	84	45.2	186	36.5	168	32.9	156	30.6
Şambali	77	44.8	95	55.2	172	33.7	175	34.3	163	32.0
İrmik helvası	134	69.1	60	30.9	194	38.0	155	30.4	161	31.6
Un helvası	127	68.3	59	31.7	186	36.5	159	31.2	165	32.4
Tahin helvası	134	73.2	49	26.8	183	35.9	161	31.6	166	32.5
Çekme helva	84	57.1	63	42.9	147	28.8	179	35.1	184	36.1
Lokma	145	75.1	48	24.9	193	37.8	155	30.4	162	31.8
Güllaç	103	57.2	77	42.8	180	35.3	164	32.2	166	32.5
Sütlaç	147	67.4	71	32.6	218	42.7	147	28.8	145	28.4
Aşure	107	60.1	71	39.9	178	34.9	162	31.8	170	33.3
Tavukgöğsü	141	75.0	47	25.0	188	36.9	159	31.2	163	32.0
Kazandibi	173	78.3	48	21.7	221	43.3	143	28.0	146	28.6
Höşmerim	76	48.1	82	51.9	158	31.0	175	34.3	177	34.7
İncir tatlısı	114	61.6	71	38.4	185	36.3	157	30.8	168	32.9
Elma tatlısı	168	76.4	52	23.6	220	43.1	149	29.2	141	27.6
Ayva tatlısı	110	65.1	59	34.9	169	33.1	168	32.9	173	33.9
Cezerye	106	63.5	61	36.5	167	32.7	174	34.1	169	33.1
Lokum	197	82.8	41	17.2	238	46.7	132	25.9	140	27.5
Hoşafklar	97	56.1	76	43.9	173	33.9	160	31.4	177	34.7
Kompostolar	110	59.5	75	40.5	185	36.3	151	29.6	174	34.1

Çizelge 4.111’de çeşitli değişkenlere göre (milliyet, yaş, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye’ye geliş sayısı) turistlerin herhangi bir tatlı çeşidini yeme durumları verilmiştir.

Çizelge 4.111 Turistlerin herhangi bir tatlı çeşidini yeme durumunun milliyet, cinsiyet yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı (n:510)

Demografik Özellikler	n	Yiyen (n=405)		Yemeyen (n=105)	
		Sayı	%	Sayı	%
Milliyet					
İngiliz	231	184	79.7	47	20.3
Alman	101	90	89.1	11	10.9
Fransız	54	41	75.9	13	24.1
Rus	51	32	62.7	19	37.3
Flemenk	28	21	75.0	7	25.0
Diğer	45	37	82.2	8	17.8
Cinsiyet		$\chi^2=15.434$ SD=5 p=0.009			
Erkek	210	169	80.5	41	19.5
Kadın	300	236	78.7	64	21.3
Yaş Grubu (Yıl)		$\chi^2=0.247$ SD=1 p=0.619			
18-25	112	83	74.1	29	25.9
26-35	130	117	90.0	13	10.0
36-45	123	95	77.2	28	22.8
46 ve üzeri	145	110	75.9	35	24.1
Medeni durum		$\chi^2=12.316$ SD=3 p=0.006			
Bekar	243	198	81.5	45	18.5
Evli	267	207	77.5	60	22.5
Geliş sayısı		$\chi^2=1.216$ SD=1 p=0.270			
Birinci	212	155	73.1	57	26.9
İkinci	90	71	78.9	19	21.1
Üç ve üzeri	208	179	86.1	29	13.9
		$\chi^2=10.778$ SD=2 p=0.005			

Tatlıları yiyenlerde ilk sırayı milliyete göre Ruslar (%89.3), cinsiyete göre erkekler (%80.5), yaş grubunda 26-35 yaş (%90.0), medeni durumda bekarlar (%81.5), Türkiye'ye geliş sayısına göre ise üç ve daha fazla kez gelenlerin (%86.1) aldığı görülmektedir.

Milliyet, yaş grubu ve Türkiye'ye geliş sayısına tatlıların yenme durumu arasındaki farklar istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($p<0.01$).

Akman'ın (1998) yaptığı çalışmada Türk mutfağına ait tatlılardan herhangi birini yiyenlerde ilk sırayı Avrupa dışı ülkelere gelenlerin (%94.3), son sırayı İskandinav

ülkelerden gelenlerin (%44.6) aldığı saptanmıştır ve milliyete göre dağılım istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($p<0.01$). Cinsiyete göre ise bu çalışma ile benzer şekilde tatlı tüketen erkeklerin oranının (%59.6) kadınlardan (%51.0) fazla olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.112’de tatlıların yenilme ve beğenilme durumu milliyete göre verilmiştir. Türk mutfağına ait herhangi tatlılardan herhangi birini tüketen turistlerin dağılımı genel toplam üzerinden incelendiğinde, Türk mutfağına ait tatlılardan en çok tüketilen tatlının baklava (%68.2), en az tüketilenin ise (%28.8) çekme helva olduğu görülmektedir. Yabancı turistlerin en çok beğendiği tatlının (%86.5) baklava, en az beğendikleri tatlı çeşidinin ise şambali (%44.8) olduğu tespit edilmiştir.

Almanlarda (%85.1) en yüksek olmak üzere bütün milliyetlerde [İngiliz (%71.9), Fransız (%50.0), Rus (%35.3), Flemenk (%60.7), diğer ülkelerde (%75.6)] baklavanın yenilme oranı en yüksektir. Rus ve Flemenkler hariç çekme helva diğer ülkelere en az tüketilen tatlıdır (İngiliz %27.3, Alman %40.6, Fransız %11.1, Diğer ülkeler %22.2). Ruslarda en az tüketilen şöbiyet (%19.6), Flemenklerin ise tahin helvasıdır (%28.6).

Beğenilme oranı en yüksek olan tatlılar incelendiği zaman; İngilizlerde (%86.1), Almanlarda (%91.9), Flemenklerde (%94.1) baklava iken; Fransızlarda (%85.7) ve Ruslarda (%88.2) un helvasıdır. Diğer ülkelerde incir ve elma tatlıları yiyenlerin tamamı tarafından beğenilmiştir.

Çizelge 4.112. Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tatlı çeşitlerinin milliyete göre dağılımı (n:510)

Tatlılar	İngiliz (n=231)			Alman (n=101)			Fransız (n=54)			Rus (n=51)			Flemenk (n=28)			Diğer (n=45)			Genel (n=510)			
	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	
Baklava [¶]	a	143	86.1	79	91.9	85.1	21	77.8	50.0	14	77.8	35.3	16	94.1	60.7	28	82.4	75.6	301	86.5	68.2	
	b	23	13.9	71.9	7	8.1	85.1	6	22.2	50.0	4	22.2	35.3	1	5.9	60.7	6	17.6	75.6	47	13.5	68.2
Kabak tatlısı [¶]	a	64	63.4	43.7	46	80.7	56.4	9	50.0	33.3	14	82.4	33.3	11	78.6	50.0	13	68.4	42.2	157	69.5	44.3
	b	37	36.6	43.7	11	19.3	56.4	9	50.0	33.3	3	17.6	33.3	3	21.4	50.0	6	31.6	42.2	69	30.5	44.3
Kemalpaşa tatlısı ^{*¶}	a	96	79.3	52.4	54	83.1	64.4	8	47.1	31.5	12	80.0	29.4	9	64.3	50.0	17	81.0	46.7	196	77.5	49.6
	b	25	20.7	52.4	11	16.9	64.4	9	52.9	31.5	3	20.0	29.4	5	35.7	50.0	4	19.0	46.7	57	22.5	49.6
Revani ^{*¶}	a	70	64.2	47.2	49	84.5	57.4	5	50.0	18.5	11	78.6	27.5	9	69.2	46.4	14	82.4	37.8	158	71.5	43.3
	b	39	35.8	47.2	9	15.5	57.4	5	50.0	18.5	3	21.4	27.5	4	30.8	46.4	3	17.6	37.8	63	28.5	43.3
Künefe [¶]	a	75	75.0	43.3	55	87.3	62.4	8	80.0	18.5	9	75.0	23.5	9	81.8	39.3	14	82.4	37.8	170	79.8	41.8
	b	25	25.0	43.3	8	12.7	62.4	2	20.0	18.5	3	25.0	23.5	2	18.2	39.3	3	17.6	37.8	43	20.2	41.8
Kadayıf [¶]	a	78	73.6	45.9	50	82.0	60.4	6	54.5	20.4	10	71.4	27.5	9	75.0	42.9	10	62.5	35.6	163	74.1	43.1
	b	28	26.4	45.9	11	18.0	60.4	5	45.5	20.4	4	28.6	27.5	3	25.0	42.9	6	37.5	35.6	57	25.9	43.1
Hanımğöbeği ^{*¶}	a	35	42.7	35.5	39	69.6	55.4	7	63.6	20.4	9	69.2	25.5	9	64.3	50.0	8	66.7	26.7	107	56.9	36.9
	b	47	57.3	35.5	17	30.4	55.4	4	36.4	20.4	4	30.8	25.5	5	35.7	50.0	4	33.3	26.7	81	43.1	36.9
Şekerpare ^{*¶}	a	43	49.4	37.7	47	73.4	63.4	3	30.0	18.5	10	71.4	27.5	8	72.7	39.3	10	76.9	28.9	121	60.8	39.0
	b	44	50.6	37.7	17	26.6	63.4	7	70.0	18.5	4	28.6	27.5	3	27.3	39.3	3	23.1	28.9	78	39.2	39.0
Şöbiyet ^{*¶}	a	31	40.3	33.3	40	67.8	58.4	3	37.5	14.8	10	66.7	29.4	10	62.5	57.1	8	72.7	24.4	102	54.8	36.5
	b	46	59.7	33.3	19	32.2	58.4	5	62.5	14.8	5	33.3	29.4	6	37.5	57.1	3	27.3	24.4	84	45.2	36.5
Şambalı ^{*¶}	a	25	31.6	34.2	27	58.7	45.5	2	22.2	16.7	6	60.0	19.6	8	53.3	53.6	9	69.2	28.9	77	44.8	33.7
	b	54	68.4	34.2	19	41.3	45.5	7	77.8	16.7	4	40.0	19.6	7	46.7	53.6	4	30.8	28.9	95	55.2	33.7
İrmik helvası [¶]	a	65	69.1	40.7	35	71.4	48.5	4	44.4	16.7	14	87.5	31.4	7	53.8	46.4	9	69.2	28.9	134	69.1	38.0
	b	29	30.9	40.7	14	28.6	48.5	5	55.6	16.7	2	12.5	31.4	6	46.2	46.4	4	30.8	28.9	60	30.9	38.0
Un helvası [¶]	a	56	63.6	38.1	36	73.5	48.5	6	85.7	13.0	15	88.2	33.3	5	50.0	35.7	9	60.0	33.3	127	68.3	36.5
	b	32	36.4	38.1	13	26.5	48.5	1	14.3	13.0	2	11.8	33.3	5	50.0	35.7	6	40.0	33.3	59	31.7	36.5
Tahin helvası [¶]	a	59	67.8	37.7	36	73.5	48.5	5	83.3	11.1	15	83.3	35.3	5	62.5	28.6	14	93.3	33.3	134	73.2	35.9
	b	28	32.2	37.7	13	26.5	48.5	1	16.7	11.1	3	16.7	35.3	3	37.5	28.6	1	6.7	33.3	49	26.8	35.9
Çekme helva ^{*¶}	a	26	41.3	27.3	29	70.7	40.6	2	33.3	11.1	13	76.5	33.3	5	50.0	35.7	9	90.0	22.2	84	57.1	28.8
	b	37	58.7	27.3	12	29.3	40.6	4	66.7	11.1	4	23.5	33.3	5	50.0	35.7	1	10.0	22.2	63	42.9	28.8

a: Beğenen

b: Beğenmeyen

* p<0.05 (Beğenme durumu)

¶ p<0.05 (Yenme durumu)

Çizelge 4.112 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tatlıların milliyete göre dağılımı (n:510) (devam)

Tatlılar	İngiliz (n=231)			Alman (n=101)			Fransız (n=54)			Rus (n=51)			Flemenk (n=28)			Diğer (n=45)			Genel (n=510)			
	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	
Lokma [¶]	a	65	72.2	39.0	40	76.9	51.5	7	77.8	16.7	15	88.2	33.3	7	70.0	35.7	11	73.3	33.3	145	75.1	37.8
	b	25	27.8		12	23.1		2	22.2		2	11.8		3	30.0		4	26.7		48	24.9	
Güllaç* [¶]	a	33	41.3	34.6	40	74.1	53.5	5	62.5	14.8	10	83.3	23.5	3	30.0	35.7	12	75.0	35.6	103	57.2	35.3
	b	47	58.8		14	25.9		3	37.5		2	16.7		7	70.0		4	25.0		77	42.8	
Sütlaç [¶]	a	61	58.7	45.0	48	81.4	58.4	4	66.7	11.1	12	66.7	35.3	6	60.0	35.7	16	76.2	46.7	147	67.4	42.7
	b	43	41.3		11	18.6		2	33.3		6	33.3		4	40.0		5	23.8		71	32.6	
Aşure* [¶]	a	31	41.9	32.0	47	81.0	57.4	6	75.0	14.8	10	66.7	29.4	4	36.4	39.3	9	75.0	26.7	107	60.1	34.9
	b	43	58.1		11	19.0		2	25.0		5	33.3		7	63.6		3	25.0		71	39.9	
Tavukgöğsü* [¶]	a	47	58.8	34.6	59	95.2	61.4	8	88.9	16.7	7	70.0	19.6	9	69.2	46.4	11	78.6	31.1	141	75.0	36.9
	b	33	41.3		3	4.8		1	11.1		3	30.0		4	30.8		3	21.4		47	25.0	
Kazandibi [¶]	a	73	73.0	43.3	62	89.9	68.3	5	62.5	14.8	10	66.7	29.4	7	70.0	35.7	16	84.2	42.2	173	78.3	43.3
	b	27	27.0		7	10.1		3	37.5		5	33.3		3	30.0		3	15.8		48	21.7	
Höşmerim* [¶]	a	15	23.4	27.7	35	67.3	51.5	4	50.0	14.8	6	66.7	17.6	9	64.3	50.0	7	63.6	24.4	76	48.1	31.0
	b	49	76.6		17	32.7		4	50.0		3	33.3		5	35.7		4	36.4		82	51.9	
İncir tatlısı* [¶]	a	31	40.3	33.3	47	72.3	64.4	6	75.0	14.8	7	70.0	19.6	10	83.3	42.9	13	100	28.9	114	61.6	36.3
	b	46	59.7		18	27.7		2	25.0		3	30.0		2	16.7					71	38.4	
Elma tatlısı [¶]	a	80	72.7	47.6	42	71.2	58.4	5	83.3	11.1	11	84.6	25.5	9	81.8	39.3	21	100	46.7	168	76.4	43.1
	b	30	27.3		17	28.8		1	16.7		2	15.4		2	18.2					52	23.6	
Ayva tatlısı* [¶]	a	33	46.5	30.7	39	72.2	53.5	6	85.7	13.0	11	84.6	25.5	9	81.8	39.3	12	92.3	28.9	110	65.1	33.1
	b	38	53.5		15	27.8		1	14.3		2	15.4		2	18.2		1	7.7		59	34.9	
Cezerye [¶]	a	44	57.9	32.9	31	66.0	46.5	6	66.7	16.7	6	54.5	21.6	9	75.0	42.9	10	83.3	26.7	106	63.5	32.7
	b	32	42.1		16	34.0		3	33.3		5	45.5		3	25.0		2	16.7		61	36.5	
Lokum [¶]	a	84	78.5	46.3	50	84.7	58.4	14	82.4	31.5	20	87.0	45.1	14	87.5	57.1	15	93.8	35.6	197	82.8	46.7
	b	23	21.5		9	15.3		3	17.6		3	13.0		2	12.5		1	6.3		41	17.2	
Hoşafklar [¶]	a	42	50.0	36.4	24	54.5	43.6	8	72.7	20.4	6	50.0	23.5	9	75.0	42.9	8	80.0	22.2	97	56.1	33.9
	b	42	50.0		20	45.5		3	27.3		6	50.0		3	25.0		2	20.0		76	43.9	
Kompostolar [¶]	a	53	55.2	41.6	25	58.1	42.6	5	55.6	16.7	8	61.5	25.5	8	72.7	39.3	11	84.6	28.9	110	59.5	36.3
	b	43	44.8		18	41.9		4	44.4		5	38.5		3	27.3		2	15.4		75	40.5	

a: Beğenen

b: Beğenmeyen

* p< 0.05 (Beğenme durumu)

¶ p<0.05 (Yenme durumu)

Beğenilme oranı en düşük olan tatlı İngiliz (%31.6), Fransız (%22.2)ve Ruslarda şambali (%60.0), Almanlarda hoşaf (%54.5) iken; Flemenklerde aynı oranda un helvası ve çekme helva (%50.0), diğer ülkelerde ise yine un helvası (%60.0) olduğu görülmektedir. Tüm tatlıların yenilme durumu ile kemalpaşa tatlısı, revani, hanımğöbeği, şekerpare, şöbiyet, şambali, çekme helva, aşure, güllaç, tavukgöğsü, incir tatlısı ve ayva tatlısının beğenilme durumunun milliyete göre değişme durumu istatistiksel olarak önemlidir ($p<0.05$).

Araştırmaya katılan yabancı turistlerin yedikleri ve beğendikleri Türk mutfağına ait tatlılar cinsiyete göre çizelge 4.113'ten incelendiğinde; erkekler tarafından en çok tüketilen tatlılarda ilk üç sırada baklava (%70.1), kemalpaşa tatlısı (%52.4), kazandibi (%47.1) yer almış iken; kadınlarda baklava (%66.7), lokum (%49.3), kemalpaşa tatlısı olarak (%47.7) sıralanmıştır.

Her iki cinsiyette de en çok beğenilen tatlı baklava (K %87.5, E %85.1), en az beğenilen ise şambalidir (E %52.8, K %39.0).

Hanımğöbeği, şöbiyet, sütlaç, aşure, elma tatlısı, ayva tatlısı, cezerye, hoşaf ve kompostonun beğenilme durumunun kadın erkek olma durumuna göre değişmesi istatistiksel olarak önemlidir ($p<0.05$).

Yabancı turistler ile yapılan başka bir çalışmada da kadınlar tarafından en fazla tüketilen tatlının (%60.9) hoşmerim, erkekler tarafından (%45.1) en fazla tüketilen tatlının ise sütlaç olduğu; her iki cinsiyet tarafından en çok beğenilen (%94.9, %94.9) tatlının aşure olduğu tespit edilmiştir (Akman 1998).

Çizelge 4.114'te turistlerin yedikleri ve beğendikleri tatlılar yaş gruplarına göre verilmiştir.

Tüm yaş gruplarında yenme oranı en yüksek olan baklavadır (18-25 yaş %65.2, 26-35 yaş %81.5, 36-45 yaş %66.7, 46 ve üzeri yaş %60.0). 18-25 yaş grubu hariç diğer tüm yaş gruplarında en az yenen çekme helva (26-35 yaş %40.8, 36-45 yaş %29.3, 46 ve üzeri yaş grubu %14.5), 18-25 yaş grubunda ise şambalidir (%29.5).

En büyük yaş grubu hariç; diğer tüm yaş gruplarında en çok beğenilen tatlının baklava (18-25 yaş %84.9, 26-35 yaş %88.7, 36-45 yaş %89.0); en büyük yaş grubunda ise elma tatlısı (%91.8) olduğu belirlenmiştir. Tüm tatlı çeşitlerinin yenme; hanım göbeği, elma tatlısı, hoşaf ve kompostonun beğenilme durumunun yaşa göre değişmesi istatistiksel olarak önemlidir ($p<0.05$).

Çizelge 4.113 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tatlı çeşitlerinin cinsiyete göre dağılımı

Tatlılar		Erkek (n=210)			Kadın (n=300)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Baklava	a	126	85.1	70.5	175	87.5	66.7
	b	22	14.9		25	12.5	
Kabak tatlısı	a	63	68.5	43.8	94	70.1	44.7
	b	29	31.5		40	29.9	
Kemalpaşa tatlısı	a	90	81.8	52.4	106	74.1	47.7
	b	20	18.2		37	25.9	
Revani	a	66	72.5	43.3	92	70.8	43.3
	b	25	27.5		38	29.2	
Künefe	a	71	80.7	41.9	99	79.2	41.7
	b	17	19.3		26	20.8	
Kadayıf	a	68	73.1	44.3	95	74.8	42.3
	b	25	26.9		32	25.2	
Hanım göbeği *	a	53	67.9	37.1	54	49.1	36.7
	b	25	32.1		56	50.9	
Şekerpare	a	56	66.7	40.0	65	56.5	38.3
	b	28	33.3		50	43.5	
Şöbiyet *	a	49	66.2	35.2	53	47.3	37.3
	b	25	33.8		59	52.7	
Şambali	a	38	52.8	34.3	39	39.0	33.3
	b	34	47.2		61	61.0	
İrmik helvası	a	53	66.3	38.1	81	71.1	38.0
	b	27	33.8		33	28.9	
Un helvası	a	44	61.1	34.3	83	72.8	38.0
	b	28	38.9		31	27.2	
Tahin helvası	a	52	74.3	33.3	82	72.6	37.7
	b	18	25.7		31	27.4	
Çekme helva	a	34	59.6	27.1	50	55.6	30.0
	b	23	40.4		40	44.4	
Lokma	a	55	77.5	33.8	90	73.8	40.7
	b	16	22.5		32	26.2	
Gülleç	a	48	64.9	35.2	55	51.9	35.3
	b	26	35.1		51	48.1	
Sütlaç *	a	72	79.1	43.3	75	59.1	42.3
	b	19	20.9		52	40.9	

Çizelge 4.113 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tatlı çeşitlerinin cinsiyete göre dağılımı (devam)

Tatlılar		Erkek (n=210)			Kadın (n=300)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Aşure *	a	50	69.4	34.3	57	53.8	35.3
	b	22	30.6		49	46.2	
Tavukgöğsü	a	62	79.5	37.1	79	71.8	36.7
	b	16	20.5		31	28.2	
Kazandibi	a	83	83.8	47.1	90	73.8	40.7
	b	16	16.2		32	26.2	
Höşmerim	a	38	56.7	31.9	38	41.8	30.3
	b	29	43.3		53	58.2	
İncir tatlısı	a	53	67.1	37.6	61	57.5	35.3
	b	26	32.9		45	42.5	
Elma tatlısı *	a	83	87.4	45.2	85	68.0	41.7
	b	12	12.6		40	32.0	
Ayva tatlısı *	a	55	77.5	33.8	55	56.1	32.7
	b	16	22.5		43	43.9	
Cezerye *	a	51	73.9	32.9	55	56.1	32.7
	b	18	26.1		43	43.9	
Lokum	a	75	83.3	42.9	122	82.4	49.3
	b	15	16.7		26	17.6	
Hoşafırlar *	a	50	73.5	32.4	47	44.8	35.0
	b	18	26.5		58	55.2	
Kompostolar *	a	54	71.1	36.2	56	51.4	36.3
	b	22	28.9		53	48.6	

Çizelge 4.114 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tatlı çeşitlerinin yaş grubuna göre dağılımı (n:510)

Tatlılar		18-25 Yaş (n=112)			26-35 Yaş (n=130)			36-45 Yaş (n=123)			46 + yaş (n=145)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Baklava [¶]	a	62	84.9	65.2	94	88.7	81.5	73	89.0	66.7	72	82.8	60.0
	b	11	15.1		12	11.3		9	11.0		15	17.2	
Kabak tatlısı [¶]	a	35	70.0	44.6	53	72.6	56.2	35	61.4	46.3	34	73.9	31.7
	b	15	30.0		20	27.4		22	38.6		12	26.1	
Kemalpaşa tatlısı [¶]	a	39	78.0	44.6	60	73.2	63.1	48	77.4	50.4	49	83.1	40.7
	b	11	22.0		22	26.8		14	22.6		10	16.9	
Revani [¶]	a	32	68.1	42.0	56	81.2	53.1	40	66.7	48.8	30	66.7	31.0
	b	15	31.9		13	18.8		20	33.3		15	33.3	
Künefe [¶]	a	38	82.6	41.1	60	83.3	55.4	42	73.7	46.3	30	78.9	26.2
	b	8	17.4		12	16.7		15	26.3		8	21.1	
Kadayıf [¶]	a	37	74.0	44.6	58	79.5	56.2	38	66.7	46.3	30	75.0	27.6
	b	13	26.0		15	20.5		19	33.3		10	25.0	
Hanımğöbeği ^{*¶}	a	20	48.8	36.6	27	46.6	44.6	33	64.7	41.5	27	71.1	26.2
	b	21	51.2		31	53.4		18	35.3		11	28.9	
Şekerpare [¶]	a	24	52.2	41.1	41	64.1	49.2	32	60.4	43.1	24	66.7	24.8
	b	22	47.8		23	35.9		21	39.6		12	33.3	
Şöbiyet [¶]	a	19	48.7	34.8	29	46.8	47.7	31	62.0	40.7	23	65.7	24.1
	b	20	51.3		33	53.2		19	38.0		12	34.3	
Şambalı [¶]	a	12	36.4	29.5	24	42.1	43.8	22	45.8	39.0	19	55.9	23.4
	b	21	63.6		33	57.9		26	54.2		15	44.1	
İrmik helvası [¶]	a	35	72.9	42.9	45	71.4	48.5	30	61.2	39.8	24	70.6	23.4
	b	13	27.1		18	28.6		19	38.8		10	29.4	
Un helvası [¶]	a	33	71.7	41.1	49	75.4	50.0	27	57.4	38.2	18	64.3	19.3
	b	13	28.3		16	24.6		20	42.6		10	35.7	
Tahin helvası [¶]	a	34	77.3	39.3	45	76.3	45.4	33	68.8	39.0	22	68.8	22.1
	b	10	22.7		14	23.7		15	31.3		10	31.3	
Çekme helva [¶]	a	23	62.2	33.0	29	54.7	40.8	19	52.8	29.3	13	61.9	14.5
	b	14	37.8		24	45.3		17	47.2		8	38.1	
Lokma [¶]	a	37	77.1	42.9	53	77.9	52.3	33	68.8	39.0	22	75.9	20.0
	b	11	22.9		15	22.1		15	31.3		7	24.1	
Güllaç [¶]	a	26	59.1	39.3	34	52.3	50.0	25	55.6	36.6	18	69.2	17.9
	b	18	40.9		31	47.7		20	44.4		8	30.8	
Sütlaç [¶]	a	38	66.7	50.9	44	60.3	56.2	34	69.4	39.8	31	79.5	26.9
	b	19	33.3		29	39.7		15	30.6		8	20.5	
Aşure [¶]	a	24	58.5	36.6	38	57.6	50.8	26	59.1	35.8	19	70.4	18.6
	b	17	41.5		28	42.4		18	40.9		8	29.6	
Tavukgöğüsü [¶]	a	32	72.7	39.3	53	77.9	52.3	37	77.1	39.0	19	67.9	19.3
	b	12	27.3		15	22.1		11	22.9		9	32.1	
Kazandibi [¶]	a	36	72.0	44.6	60	81.1	56.9	40	76.9	42.3	37	82.2	31.0
	b	14	28.0		14	18.9		12	23.1		8	17.8	
Höşmerim [¶]	a	18	50.0	32.1	23	39.7	44.6	20	47.6	34.1	15	68.2	15.2
	b	18	50.0		35	60.3		22	52.4		7	31.8	
İncir tatlısı [¶]	a	23	57.5	35.7	35	56.5	47.7	31	64.6	39.0	25	71.4	24.1
	b	17	42.5		27	43.5		17	35.4		10	28.6	
Elma tatlısı ^{*¶}	a	37	74.0	44.6	46	64.8	54.6	40	80.0	40.7	45	91.8	33.8
	b	13	26.0		25	35.2		10	20.0		4	8.2	
Ayva tatlısı [¶]	a	24	64.9	33.0	35	59.3	45.4	31	67.4	37.4	20	74.1	18.6
	b	13	35.1		24	40.7		15	32.6		7	25.9	

Çizelge 4.114 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tatlı çeşitlerinin yaş grubuna göre dağılımı (n:510) (devam)

Tatlılar		18-25 Yaş (n=112)			26-35 Yaş (n=130)			36-45 Yaş (n=123)			46 + yaş (n=145)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Cezerye [¶]	a	20	55.6	32.1	36	61.0	45.4	28	65.1	35.0	22	75.9	20.0
	b	16	44.4		23	39.0		15	34.9		7	24.1	
Lokum [¶]	a	49	86.0	50.9	63	79.7	60.8	50	83.3	48.8	35	83.3	29.0
	b	8	14.0		16	20.3		10	16.7		7	16.7	
Hoşaf lar ^{*¶}	a	19	48.7	34.8	25	40.3	47.7	31	70.5	35.8	22	78.6	19.3
	b	20	51.3		37	59.7		13	29.5		6	21.4	
Kompostolar ^{*¶}	a	21	47.7	39.3	27	44.3	46.9	31	73.8	34.1	31	81.6	26.2
	b	23	52.3		34	55.7		11	26.2		7	18.4	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p< 0.05 (Beğenme durumu) ¶ p< 0.05 (Yeme durumu)

Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tatlılar medeni duruma göre çizelge 4.115'te gösterilmiştir. Çizelgeye göre bekâr turistlerce en çok yenilen (%72.0) ve beğenilen (%88.0) tatlı baklava iken, en az yedikleri tatlı şambali (%35.8) ve cezeryedir (%35.8). Yine bekâr turistlerin en az beğendiği tatlının şambali (%36.8) olduğu tespit edilmiştir. Evli turistlerce en fazla yenilen (%64.8) ve beğenilen (%85.0) tatlının baklava, en az yenilen (%21.3) ve beğenilen (%50.9) tatlının çekme helva olduğu saptanmıştır.

Kabak tatlısı, revani, künefe, kadayıf, şekerpare, irmik helvası, un helvası, tahin helvası, çekme helva, lokma, güllaç, sütlaç, aşure, tavukgöğsü, kazandibi, hoşmerim, lokum, hoşaf ve kompostonun yenme durumu ile; hanımğöbeği, şambali, elma tatlısı, cezeryenin beğenilme durumunun turistlerin medeni durumuna göre farklılık gösterdiği yapılan ki-kare analizi ile belirlenmiştir (p<0.05).

Çizelge 4.115 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tatlı çeşitlerinin medeni duruma göre dağılımı

Tatlılar		Bekar (n=243)			Evli (n=267)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Baklava	a	154	88.0	72.0	147	85.0	64.8
	b	21	12.0		26	15.0	
Kabak tatlısı [¶]	a	87	72.5	49.4	70	66.0	39.7
	b	33	27.5		36	34.0	
Kemalpaşa tatlısı	a	99	81.8	49.8	97	73.5	49.4
	b	22	18.2		35	26.5	
Revani [¶]	a	91	75.2	49.8	67	67.0	37.5
	b	30	24.8		33	33.0	
Künefe [¶]	a	95	81.9	47.7	75	77.3	36.3
	b	21	18.1		22	22.7	
Kadayıf [¶]	a	89	75.4	48.6	74	72.5	38.2
	b	29	24.6		28	27.5	
Hanımğöbeği*	a	48	48.5	40.7	59	66.3	33.3
	b	51	51.5		30	33.7	
Şekerpare [¶]	a	62	56.9	44.9	59	65.6	33.7
	b	47	43.1		31	34.4	
Şöbiyet*	a	44	45.4	39.9	58	65.2	33.3
	b	53	54.6		31	34.8	
Şambalı*	a	32	36.8	35.8	45	52.9	31.8
	b	55	63.2		40	47.1	
İrmik helvası [¶]	a	78	72.2	44.4	56	65.1	32.2
	b	30	27.8		30	34.9	
Un helvası [¶]	a	77	72.6	43.6	50	62.5	30.0
	b	29	27.4		30	37.5	
Tahin helvası [¶]	a	81	78.6	42.4	53	66.3	30.0
	b	22	21.4		27	33.8	
Çekme helva [¶]	a	55	61.1	37.0	29	50.9	21.3
	b	35	38.9		28	49.1	
Lokma [¶]	a	91	79.1	47.3	54	69.2	29.2
	b	24	20.9		24	30.8	
Gülleç [¶]	a	61	58.7	42.8	42	55.3	28.5
	b	43	41.3		34	44.7	
Sütlaç [¶]	a	80	64.5	51.0	67	71.3	35.2
	b	44	35.5		27	28.7	
Aşure [¶]	a	62	59.6	42.8	45	60.8	27.7
	b	42	40.4		29	39.2	
Tavukgöğsü [¶]	a	84	75.7	45.7	57	74.0	28.8
	b	27	24.3		20	26.0	
Kazandibi [¶]	a	94	75.8	51.0	79	81.4	36.3
	b	30	24.2		18	18.6	
Höşmerim [¶]	a	41	45.6	37.0	35	51.5	25.5
	b	49	54.4		33	48.5	
İncir tatlısı	a	54	56.8	39.1	60	66.7	33.7
	b	41	43.2		30	33.3	
Elma tatlısı *	a	75	68.2	45.3	93	84.5	41.2
	b	35	31.8		17	15.5	

Çizelge 4.115 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tatlı çeşitlerinin medeni duruma göre dağılımı (devam)

Tatlılar		Bekar (n=243)			Evli (n=267)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Elma tatlısı *	a	75	68.2	45.3	93	84.5	41.2
	b	35	31.8		17	15.5	
Ayva tatlısı	a	54	60.7	36.6	56	70.0	30.0
	b	35	39.3		24	30.0	
Cezerye *	a	49	56.3	35.8	57	71.3	30.0
	b	38	43.7		23	28.8	
Lokum ¶	a	104	80.0	53.5	93	86.1	40.4
	b	26	20.0		15	13.9	
Hoşaf lar * ¶	a	44	44.4	40.7	53	71.6	27.7
	b	55	55.6		21	28.4	
Kompostolar * ¶	a	48	47.1	42.0	62	74.7	31.1
	b	54	52.9		21	25.3	

a: Beğenen b: Beğenmeyen * p<0.05 (Beğenme durumu) ¶ p<0.05 (İçme durumu)

Çizelge 4.116'da turistlerin yedikleri ve beğendikleri tatlılar Türkiye'ye geliş sayılarına göre verilmiştir. Türkiye'ye ilk defa gelenlerin en çok yedikleri (%60.4) ve beğendikleri (%87.5) tatlı çeşidi baklava, en az yedikleri (%22.2) ve beğendikleri (%53.2) tatlı çekme helvadır. Türkiye'ye ikinci defa gelenlerin en çok yedikleri (%65.6) ve beğendikleri (%84.7) tatlı baklava iken, en az yedikleri (%17.8) çekme helva, en az beğendikleri ise (%35.0) hoşmerimdir. Türkiye'ye üç ve daha fazla gelenlerin en fazla yedikleri (%77.4) ve beğendikleri (%86.3) tatlı baklava iken; en az yedikleri (%38.5) hoşmerim, en az beğendikleri tatlının ise şambali (%36.0) olduğu tespit edilmiştir.

Kabak tatlısı hariç tüm tatlıların yenme; hanım göbeği, şöbiyet, irmik helvası, un helvası, tahin helvası, aşure, hoşaf ve kompostonun beğenilme durumunun geliş sayısına göre değişmesi istatistiksel olarak önemlidir (p<0.05).

Çizelge 4.116 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri tatlı çeşitlerinin Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı

Tatlılar		Birinci (n=212)			İkinci (n=90)			Üç ve üzeri (n=208)		
		Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı	Sayı	%	Yeme Oranı
Baklava [¶]	a	112	87.5	60.4	50	84.7	65.6	139	86.3	77.4
	b	16	12.5		9	15.3		22	13.7	
Kabak tatlısı	a	64	77.1	39.2	21	55.3	42.2	72	68.6	50.5
	b	19	22.9		17	44.7		33	31.4	
Kemalpaşa tatlısı [¶]	a	69	79.3	41.0	29	67.4	47.8	98	79.7	59.1
	b	18	20.7		14	32.6		25	20.3	
Revani [¶]	a	54	73.0	34.9	22	64.7	37.8	82	72.6	54.3
	b	20	27.0		12	35.3		31	27.4	
Künefe [¶]	a	58	81.7	33.5	29	87.9	36.7	83	76.1	52.4
	b	13	18.3		4	12.1		26	23.9	
Kadayıf [¶]	a	55	73.3	35.4	24	77.4	34.4	84	73.7	54.8
	b	20	26.7		7	22.6		30	26.3	
Hanımğöbeği*	a	48	68.6	33.0	18	62.1	32.2	41	46.1	42.8
	b	22	31.4		11	37.9		48	53.9	
Şekerpare [¶]	a	48	67.6	33.5	20	64.5	34.4	53	54.6	46.6
	b	23	32.4		11	35.5		44	45.4	
Şöbiyet* [¶]	a	48	67.6	33.5	18	69.2	28.9	36	40.4	42.8
	b	23	32.4		8	30.8		53	59.6	
Şambali [¶]	a	32	56.1	26.9	14	48.3	32.2	31	36.0	41.3
	b	25	43.9		15	51.7		55	64.0	
İrmik helvası* [¶]	a	35	60.3	27.4	20	58.8	37.8	79	77.5	49.0
	b	23	39.7		14	41.2		23	22.5	
Un helvası* [¶]	a	31	55.4	26.4	16	53.3	33.3	80	80.0	48.1
	b	25	44.6		14	46.7		20	20.0	
Tahin helvası* [¶]	a	35	66.0	25.0	14	53.8	28.9	85	81.7	50.0
	b	18	34.0		12	46.2		19	18.3	
Çekme helva [¶]	a	25	53.2	22.2	9	56.3	17.8	50	59.5	40.4
	b	22	46.8		7	43.8		34	40.5	
Lokma [¶]	a	40	66.7	28.3	17	60.7	31.1	88	83.8	50.5
	b	20	33.3		11	39.3		17	16.2	
Güllaç [¶]	a	35	61.4	26.9	15	55.6	30.0	53	55.2	46.2
	b	22	38.6		12	44.4		43	44.8	
Aşure* [¶]	a	45	75.0	28.3	14	53.8	28.9	48	52.2	44.2
	b	15	25.0		12	46.2		44	47.8	
Tavukğöğsü [¶]	a	48	73.8	30.7	23	71.9	35.6	70	76.9	43.8
	b	17	26.2		9	28.1		21	23.1	
Kazandibi [¶]	a	59	78.7	35.4	28	80.0	38.9	86	77.5	53.4
	b	16	21.3		7	20.0		25	22.5	
Höşmerim [¶]	a	39	67.2	27.4	7	35.0	22.2	30	37.5	38.5
	b	19	32.8		13	65.0		50	62.5	
İncir tatlısı [¶]	a	41	68.3	28.3	15	50.0	33.3	58	61.1	45.7
	b	19	31.7		15	50.0		37	38.9	
Elma tatlısı [¶]	a	57	83.8	32.1	30	76.9	43.3	81	71.7	54.3
	b	11	16.2		9	23.1		32	28.3	
Ayva tatlısı [¶]	a	42	72.4	27.4	14	60.9	25.6	54	61.4	42.3
	b	16	27.6		9	39.1		34	38.6	
Cezerye [¶]	a	38	73.1	24.5	18	69.2	28.9	50	56.2	42.8
	b	14	26.9		8	30.8		39	43.8	
Lokum [¶]	a	75	87.2	40.6	31	81.6	42.2	91	79.8	54.8
	b	11	12.8		7	18.4		23	20.2	
Hoşaf lar* [¶]	a	39	76.5	24.1	17	63.0	30.0	41	43.2	45.7
	b	12	23.5		10	37.0		54	56.8	
Kompostolar* [¶]	a	42	79.2	25.0	15	51.7	32.2	53	51.5	49.5
	b	11	20.8		14	48.3		50	48.5	

4.4 Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri

Bu bölümde turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşleri milliyet, yaş, cinsiyet, medeni durum, Türkiye'ye geliş sayısı gibi değişkenlere göre incelenmiştir. Turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşleri milliyetlere göre çizelge 4.117'de olduğu gibidir.

Çizelge 4.117 Turistlerin Türk mutfağındaki yemeklere ilişkin görüşlerinin milliyete göre dağılımı

Türk mutfağına ilişkin görüşler	Katılıyor		Kararsız		Katılmıyor	
	Sayı	%	Sayı	Sayı	%	Sayı
Türk mutfağının yemekleri daha az yağlı olmalı	($\chi^2=60.31$ SD=10 p<0.05)					
İngiliz (n=231)	92	39.8	82	35.5	57	24.7
Alman (n=101)	66	65.3	27	26.9	8	7.9
Fransız(n=54)	33	61.1	9	16.7	12	22.9
Rus (n=51)	19	37.3	15	29.4	17	33.3
Hollanda (n=28)	12	42.9	9	32.1	7	25.0
Diğer ülkeler (n=45)	9	20.0	10	22.2	26	57.8
Genel Toplam (n=510)	231	45.3	152	29.8	127	24.9
Türk mutfağının yemekleri daha az salçalı olmalı	($\chi^2=26.39$ SD=10 p<0.05)					
İngiliz (n=231)	39	16.9	94	40.7	98	42.4
Alman (n=101)	35	34.7	44	43.6	22	21.8
Fransız(n=54)	13	24.1	36	48.1	15	27.8
Rus (n=51)	10	19.6	19	37.3	22	43.1
Hollanda (n=28)	5	17.9	14	50.0	9	32.1
Diğer ülkeler (n=45)	9	20.0	13	28.9	23	51.1
Genel toplam (n=510)	111	21.8	210	41.2	189	37.1
Türk Mutfağının Yemekleri daha az tuzlu olmalı	($\chi^2=25.71$ sd=10 p<0.05)					
İngiliz (n=231)	56	24.2	82	35.5	93	40.3
Alman (n=101)	33	32.7	48	47.5	20	19.8
Fransız(n=54)	21	38.9	16	29.6	17	31.5
Rus (n=51)	13	25.5	16	31.4	22	43.1
Hollanda (n=28)	10	35.7	12	42.9	6	21.4
Diğer ülkeler (n=45)	9	20.0	13	28.9	23	51.1
Genel toplam (n=510)	142	27.8	187	36.7	181	35.5
Türk Mutfağının Yemekleri daha çok sebze olmalı	($\chi^2=15.91$ sd=10 p>0.05)					
İngiliz (n=231)	69	29.9	88	38.1	74	32.0
Alman (n=101)	38	37.6	39	38.6	24	23.8
Fransız (n=54)	22	40.7	13	24.1	19	35.2
Rus (n=51)	12	23.5	16	31.4	23	45.1
Hollanda (n=28)	9	32.1	11	39.3	9	32.1
Diğer ülkeler (n=45)	11	24.4	13	28.9	21	46.7
Genel toplam (n=510)	161	24.4	180	28.9	169	46.7

Çizelge 4.117 Turistlerin Türk mutfağındaki yemeklere ilişkin görüşlerinin milliyete göre dağılımı (devam)

Türk mutfağına ilişkin görüşler	Katılıyor		Kararsız		Katılmıyor	
	Sayı	%	Sayı	Sayı	%	Sayı
Türk Mutfağıının Yemekleri daha ucuz olmalı	($\chi^2=18.54$ SD=10 p<0.01)					
İngiliz (n=231)	61	26.4	101	43.7	69	29.9
Alman (n=101)	40	39.6	40	39.6	21	20.8
Fransız (n=54)	17	31.5	17	31.5	20	37.0
Rus (n=51)	14	27.5	17	33.3	14	27.5
Hollanda (n=28)	7	25.0	14	50.0	7	25.0
Diğer ülkeler (n=45)	6	13.3	22	48.9	17	37.8
Genel toplam (n=510)	145	28.4	211	41.4	154	30.2
Türk Mutfağıının Yemekleri daha sağlıklı olmalı	($\chi^2=24.89$ SD=10 p<0.05)					
İngiliz (n=231)	65	28.1	85	36.8	81	35.1
Alman (n=101)	40	39.6	46	45.5	15	14.9
Fransız (n=54)	16	29.6	21	38.9	17	31.5
Rus (n=51)	17	33.3	16	31.4	18	35.3
Hollanda (n=28)	10	35.7	9	32.1	9	32.1
Diğer ülkeler (n=45)	7	15.6	15	33.3	23	51.1
Genel toplam n=510)	155	30.4	192	37.6	163	32.0
Türk Mutfağıının Yemekleri daha temiz olmalı	($\chi^2=18.72$ SD=10 p<0.05)					
İngiliz (n=231)	62	26.8	80	34.6	89	38.5
Alman (n=101)	37	36.6	35	34.7	29	28.7
Fransız(n=54)	14	25.9	22	40.7	18	33.3
Rus (n=51)	9	17.6	19	37.3	23	45.1
Hollanda (n=28)	6	21.4	14	50.0	8	28.6
Diğer ülkeler (n=45)	6	13.3	14	31.1	25	55.6
Genel toplam (n=510)	134	26.3	184	36.1	192	37.6
Türk Mutfağıının Yemeklerinden memnun	($\chi^2=8.41$ SD=10 p>0.05)					
İngiliz (n=231)	79	34.2	59	25.5	93	40.3
Alman (n=101)	40	39.6	29	28.7	32	31.7
Fransız(n=54)	18	33.3	15	27.8	21	38.9
Rus (n=51)	22	43.1	7	13.7	22	43.1
Hollanda (n=28)	10	35.7	5	17.9	13	46.4
Diğer ülkeler (n=45)	13	28.9	12	26.7	20	44.4
Genel toplam (n=510)	182	35.7	127	24.9	201	39.4

Çizelge 4.117’den de görüldüğü gibi genel örneklemede turistlerin %45.3’ü “Türk mutfağıının yemekleri daha az yağlı olmalı” ifadesine katıldıklarını belirtmişlerdir. Dört ifade ile ilgili (“Türk mutfağıının yemekleri daha az salçalı olmalı”, “Türk mutfağıının yemekleri daha az tuzlu olmalı”, “Türk mutfağıının yemekleri daha ucuz olmalı”, “Türk mutfağıının yemekleri daha sağlıklı olmalı”), kararsız olanların oranı en yüksektir. (sırası ile %41.2, %36.7, %41.4, %37.6 (p>0.05) .

Türk mutfağının yemeklerinden memnun olma durumuna katılmayanların oranı %39.4, katılanların oranı %35.7 olarak belirlenmiştir.

Milliyete göre incelendiği zaman; bu ifadelerden altı tanesi ile ilgili görüşlerin istatistiksel olarak farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

Türk yemeklerini yağlı, salçalı, tuzlu, ucuz, sağlıklı bulma durumunun milliyete göre değişme durumu istatistiksel olarak anlamlı ($p < 0.05$) iken, sebzeli olmalı durumuna göre anlamlı olmadığı ($p > 0.05$) belirlenmiştir. Daha az yağlı, (%65.3), daha az salçalı (%34.7), daha ucuz (%39.6), daha sağlıklı (%39.6), daha temiz (%36.6) önermesine en çok katılanlar Almanlardır. Yemeklerin daha çok sebzeli (%40.7) ve daha az tuzlu olması (%38.9) önermesine en çok katılanlar ise Fransızlardır. Buradan Fransızların Türk yemeklerini tuzlu ve az sebzeli bulduğu sonucuna varılabilir.

Daha az yağlı ve az tuzlu (%20.0), daha ucuz (%13.3), daha temiz (%13.3), daha sağlıklı (%15.6), olmalı önermesine en az katılanlar diğer ülkelerdir. Buradan diğer ülkelerin Türk mutfağı yemeklerini temiz, az tuzlu, ucuz ve sağlıklı buldukları sonucu çıkarılabilir.

Türk mutfağının yemeklerinden en çok memnun olan Ruslardır (%43.1). Türk mutfağının yemeklerinden memnunum cümlesine katılmayanlarda ilk sırayı Hollanda almıştır (%46.4). Bu ifadeye katıldığını söyleyenler tüm milliyetlerde çoğunluktadır ($p > 0.05$).

Arslan vd. (2002) yaptıkları araştırmada yabancı turistlerin %80.0'nin Türk yemeklerinden memnun kaldıklarını saptamışlardır. Araştırmaya katılanların %13.3'ü ise yemeklerin daha az yağlı, %2.9'u ise daha az salçalı olması gerektiğini ifade etmişlerdir.

Turistlerin Türk mutfağındaki yemeklere ilişkin görüşleri cinsiyete göre değerlendirildiği zaman çizelge (4.118) her iki cinsiyette de en yüksek oranda katılan "Türk mutfağının yemekleri daha az yağlı olmalıdır" ifadesidir (E %45.2, K %45.3).

Cinsiyete göre tüm ifadeler katılma durumu arasındaki farklar istatistiksel olarak önemli değildir ($p>0.05$).

Türk mutfağının yemekleri daha az salçalı (%21.9), daha az tuzlu (%32.4), daha temiz (%28.6) olmalı diyen erkeklerin oranı kadınlardan (sırası ile %21.7, %24.7, %24.7) daha fazladır. Türk mutfağının yemeklerinin daha az yağlı (%45.3), daha çok sebze (%32.3), daha ucuz (%30.0), daha sağlıklı olmalı (%33.3) diyen kadınların oranının ise erkeklerden (sırası ile %45.2, %30.5, %26.7, %26.2) daha yüksek olduğu saptanmıştır. “Türk mutfağının yemeklerinden memnunum” diyenlerin oranı her iki cinsiyette yüksek olmakla birlikte kadınlarda daha fazladır (K% 37.7 E %32.9).

Arslan vd. (2002) yaptıkları araştırmada Türk mutfağından memnun olan kadınların (%84.2) erkeklerden (%77.6) daha fazla olduğu belirlenmiştir. Türk mutfağının yemekleri daha az yağlı ve daha az salçalı olmalı diyen erkeklerin oranı (sırasıyla %14.9, %3.0), kadınlardan (sırasıyla %10.5, %2.6) daha fazladır. Diğer bir araştırmada da yemekleri çok yağlı (%42.9), çok pahalı (%34.3), çok tuzlu (%28.6), hijyenik değil (%21.4) şeklinde bulan kadınların oranı erkeklerden daha fazladır (sırası ile %37.3, %32.8, %23.9, %14.9) (Şanlıer vd. 2002).

Çizelge 4.118 Turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin cinsiyete göre dağılımı

Türk mutfağı yemekleri	Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Daha az yağlı olmalı ($\chi^2=0.66$ SD=2 p>0.05)						
Erkek (210)	95	45.2	66	31.4	49	23.3
Kadın (300)	136	45.3	86	28.7	78	26
Daha az salçalı olmalı ($\chi^2=2.45$ SD=2 p>0.05)						
Erkek (210)	46	21.9	94	44.8	70	33.3
Kadın (300)	65	21.7	116	38.7	119	39.7
Daha az tuzlu olmalı ($\chi^2=8.93$ SD=2 p>0.05)						
Erkek (210)	68	32.4	83	39.5	59	28.1
Kadın (300)	74	24.7	104	34.7	122	40.7
Daha temiz olmalı ($\chi^2=3.50$ SD=2 p>0.05)						
Erkek (210)	60	28.6	81	38.6	69	32.9
Kadın (300)	74	24.7	103	34.3	123	41.0
Daha çok sebzeli olmalı ($\chi^2=1.24$ SD=2 p>0.05)						
Erkek (210)	64	30.5	80	38.1	66	31.4
Kadın (300)	97	32.3	100	33.3	103	34.3
Daha ucuz olmalı ($\chi^2=4.97$ SD=2 p>0.05)						
Erkek (210)	55	26.7	99	47.1	56	26.7
Kadın (300)	90	30.0	112	37.3	98	32.7
Daha sağlıklı olmalı ($\chi^2=4.76$ SD=2 p>0.05)						
Erkek (210)	55	26.2	90	42.9	65	31.0
Kadın (300)	100	33.3	102	34.0	98	32.7
Memnun ($\chi^2=1.55$ SD=2 p>0.05)						
Erkek (210)	69	32.9	57	27.1	84	40.0
Kadın (300)	113	37.7	70	23.3	117	39.0

Çizelge 4.119’da turistlerin Türk mutfağındaki yemeklere ilişkin görüşleri medeni duruma göre verilmiştir. Görüldüğü gibi hem bekâr ve hem de evlilerin en yüksek oranda katıldıkları “Türk mutfağına yemekleri daha az yağlı olmalıdır” ifadesidir (B %52.3, E %39.0).

“Türk mutfağına yemekleri daha az salçalı (%24.3), daha az tuzlu (%30.5), daha temiz (%33.7), daha çok sebzeli (%38.7), daha ucuz (%35.0), daha sağlıklı olmalı (%37.9) olmalı diyen bekâr turistlerin oranı evlilerden (sırası ile %19.5, %25.5, %19.5, %25.1, %22.5) yüksektir. “Türk mutfağına yemeklerinden memnun” olanların oranı bekârlarda %42.0, evlilerde ise %30.0’dur. Tüm ifadeler katılıyorum diyen bekârların oranı evli turistlerden yüksektir. Tüm ifadeler katılma durumunun medeni duruma göre istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur (p<0.05).

Çizelge 4.119 Turistlerin Türk mutfağındaki yemeklere ilişkin görüşlerinin medeni duruma göre dağılımı

Türk mutfağıının yemekleri	Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Daha az yağlı olmalı ($\chi^2=12.99$ SD=2 p<0.05)						
Bekar (243)	127	52.3	55	22.6	61	25.1
Evli (267)	104	39.0	97	36.3	66	24.7
Daha az salçalı olmalı ($\chi^2=11.83$ SD=2 p<0.05)						
Bekar (243)	59	24.3	81	33.3	103	42.4
Evli (267)	52	19.5	129	48.3	86	32.2
Daha az tuzlu olmalı ($\chi^2=12.56$ SD=2 p<0.05)						
Bekar (243)	74	30.5	70	28.8	99	40.7
Evli (267)	68	25.5	117	43.8	82	30.7
Daha temiz olmalı ($\chi^2=19.30$ SD=2 p<0.05)						
Bekar (243)	82	33.7	67	27.6	94	38.7
Evli (267)	52	19.5	117	43.8	98	36.7
Daha çok sebze olmalı ($\chi^2=16.28$ SD=2 p<0.05)						
Bekar (243)	94	38.7	66	27.2	83	34.2
Evli (267)	67	25.1	114	42.7	86	32.2
Daha ucuz olmalı ($\chi^2=17.79$ SD=2 p<0.05)						
Bekar (243)	85	35.0	78	32.1	80	32.9
Evli (267)	60	22.5	133	49.6	74	27.7
Daha sağlıklı olmalı ($\chi^2=16.48$ SD=2 p<0.05)						
Bekar (243)	92	37.9	72	29.6	79	32.5
Evli (267)	63	23.6	120	44.9	84	31.5
Memnun ($\chi^2=8.66$ SD=2 p<0.05)						
Bekar (243)	102	42.0	51	21.0	90	37.0
Evli (267)	80	30.0	76	28.5	111	41.6

Turistlerin Türk mutfağındaki yemeklere ilişkin görüşleri yaşa göre çizelge 4.120’de verilmiştir. “Türk mutfağıının yemekleri daha az yağlı (%65.4), daha az salçalı (%27.7), daha temiz (%37.7), daha çok sebzeli (%40.8), daha ucuz (%46.9), daha sağlıklı olmalı (%46.9) olmalı diyenlerin oranı 26–35 yaş grubunda en yüksektir. Yine Türk mutfağıının yemeklerinden memnun olanların oranı 26-35 yaş grubundaki turistlerde en yüksek olup; 36-45 yaş (%41.5), 18-25 yaş (%32.1), 46 ve daha üzeri yaş grubundaki (%27.6) turistler izlemektedir. Türk mutfağıının yemekleri daha az tuzlu olmalı diyenlerde ise en yüksek oran 36–45 yaş grubundadır (%30.9).

Türk mutfağıının yemekleri daha az salçalı ve daha az tuzlu olmalı (p>0.05), dışında kalan diğer ifadelerle katılma durumu yaş grubuna göre istatistiksel olarak önemli bulunmuştur (p<0.05).

Çizelge 4.120 Turistlerin Türk mutfağı hakkındaki yemeklere ilişkin görüşlerinin yaşa göre dağılımı

Türk mutfağının yemekleri	Yaş	Katılıyor		Kararsız		Katılmıyor	
		S	%	S	%	S	%
Daha az yağlı olmalı ($\chi^2=45.18$ SD =6 p<0.05)	18-25	49	43.8	33	29.5	30	26.8
	26-35	85	65.4	26	20.0	19	14.6
	36-45	60	48.8	33	26.8	30	24.4
	46 ve üzeri	37	25.5	60	41.4	48	33.1
Daha az salçalı olmalı ($\chi^2=14.65$ SD =6 p>0.05)	18-25	22	19.6	40	35.7	50	44.6
	26-35	36	27.7	43	33.1	51	39.2
	36-45	30	24.4	53	43.1	40	32.5
	46 ve üzeri	23	15.9	74	51.0	48	33.1
Daha az tuzlu olmalı ($\chi^2=7.29$ SD =6 p>0.05)	18-25	33	29.5	32	28.6	47	42.0
	26-35	36	27.7	46	35.4	48	36.9
	36-45	38	30.9	49	39.8	36	29.3
	46 ve üzeri	35	24.1	60	41.4	50	34.5
Daha temiz olmalı ($\chi^2=32.31$ SD =6 p<0.05)	18-25	35	31.3	31	27.7	46	41.1
	26-35	49	37.7	39	30.0	42	32.3
	36-45	34	27.6	51	41.5	38	30.9
	46 ve üzeri	16	11.0	63	43.4	66	45.5
Daha çok sebze olmalı ($\chi^2=16.62$ SD =6 p<0.05)	18-25	37	33.0	36	32.1	39	34.8
	26-35	53	40.8	33	25.4	44	33.8
	36-45	40	32.5	48	39.0	35	28.5
	46 ve üzeri	31	21.4	63	43.4	51	35.2
Daha ucuz olmalı ($\chi^2=37.67$ SD =6 p<0.05)	18-25	31	27.7	39	34.8	42	37.5
	26-35	61	46.9	38	29.2	31	23.8
	36-45	27	22.0	61	49.6	35	28.5
	46 ve üzeri	26	17.9	73	50.3	46	31.7
Daha sağlıklı olmalı ($\chi^2=31.09$ SD =6 p<0.05)	18-25	32	28.6	40	35.7	40	35.7
	26-35	61	46.9	39	30.0	30	23.1
	36-45	38	30.9	45	36.6	40	32.5
	46 ve üzeri	24	16.6	68	46.9	53	36.6
Memnun ($\chi^2=13.91$ SD =6 p<0.05)	18-25	36	32.1	24	21.4	52	46.4
	26-35	55	42.3	25	19.2	50	38.5
	36-45	51	41.5	31	25.2	41	33.3
	46 ve üzeri	40	27.6	47	32.4	58	40.0

Çizelge 4.121’de turistlerin Türk mutfağı hakkındaki yemeklere ilişkin görüşleri Türkiye’ye geliş sayısına göre değerlendirildiği zaman, Türk mutfağının yemekleri daha az yağlı (%48.6), daha temiz (%26.4), daha çok sebze (%32.2), ucuz (%35.6), daha sağlıklı (%34.6), yemeklerden memnunun (%45.7) olmalı diyenlerin oranı üç ve daha fazla ülkemizi ziyaret edenlerde en yüksektir. Türk mutfağının yemekleri daha az tuzlu olmalı diyenlerin oranı ülkemizi ilk defa (%35.4), daha az salçalı olmalı diyenlerin oranı da ülkemize ikinci defa gelenlerde en yüksektir (%30.0). Türkiye’ye geliş sayısına göre incelendiği zaman Türk mutfağının yemekleri daha az yağlı, daha ucuz ve daha sağlıklı olmalı ifadesine katılanların dışında geri kalan tüm ifadeler istatistiksel olarak anlamlıdır (p>0.05).

4.121 Turistlerin Türk mutfağı hakkındaki yemeklere ilişkin görüşlerinin Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı

İFADELER	Geliş sayısı	Katılıyor		Kararsız		Katılmıyor	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Türk mutfağının yemekleri daha az yağlı olmalı ($\chi^2=6.55$ SD =6 p>0.05)	Birinci (212)	87	41.0	71	33.5	54	25.5
	İkinci (90)	43	47.8	28	31.1	19	21.1
	Üç ve daha fazla (208)	101	48.6	53	25.5	54	26.0
Türk mutfağının yemekleri daha az salçalı olmalı ($\chi^2=31.66$ SD =6 p<0.05)	Birinci (212)	50	23.6	103	48.6	59	27.8
	İkinci (90)	27	30.0	39	43.3	24	26.7
	Üç ve daha fazla (208)	34	16.3	68	32.7	106	51.0
Türk mutfağının yemekleri daha az tuzlu olmalı ($\chi^2=48.71$ SD =6 p<0.05)	Birinci (212)	75	35.4	85	40.1	52	24.5
	İkinci (90)	29	32.2	39	43.3	22	24.4
	Üç ve daha fazla (208)	38	18.3	63	30.3	107	51.4
Türk mutfağının yemekleri daha temiz olmalı ($\chi^2=20.32$ SD =6 p<0.05)	Birinci (212)	55	25.9	91	42.9	66	31.1
	İkinci (90)	24	26.7	37	41.1	29	32.2
	Üç ve daha fazla (208)	55	26.4	56	26.9	97	46.7
Türk mutfağının yemekleri daha çok sebze olmalı ($\chi^2=18.75$ SD =6 p<0.05)	Birinci (212)	64	30.2	87	41.0	61	28.8
	İkinci (90)	30	33.3	33	36.7	27	30.0
	Üç ve daha fazla (208)	67	32.2	60	28.9	81	38.9
Türk mutfağının yemekleri daha ucuz olmalı ($\chi^2=13.93$ SD =6 p>0.05)	Birinci (212)	49	23.1	91	42.9	72	34.0
	İkinci (90)	22	24.4	46	51.1	22	24.4
	Üç ve daha fazla (208)	74	35.6	74	35.6	60	28.8
Türk mutfağının yemekleri daha sağlıklı olmalı ($\chi^2=8.81$ SD =6 p>0.05)	Birinci (212)	52	24.5	87	41.0	73	34.5
	İkinci (90)	31	34.4	37	41.1	22	24.4
	Üç ve daha fazla (208)	72	34.6	68	32.7	68	32.7
Türk mutfağının yemeklerinden memnun ($\chi^2=22.35$ SD =6 p<0.05)	Birinci (212)	58	27.4	64	30.2	90	42.5
	İkinci (90)	29	32.2	27	30.0	34	37.8
	Üç ve daha fazla (208)	95	45.7	36	17.3	77	37.0

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma; tatilini geçirmek üzere Ege Bölgesine (İzmir, Muğla, Aydın) gelen ve konaklayan yabancı turistlerin Türk mutfağı ve yemeklerine ilişkin görüşlerini belirlemek amacıyla yürütülmüştür. Ege Bölgesinin çeşitli turistik tesislerine tatillerini geçirmek üzere gelen turistler arasından seçilen 3, 4, 5 yıldızlı otellerde konaklayan, en az üç geceleme yapmış olan, 18 yaş ve üzeri 510 (kadın:300, erkek:210) yabancı turist araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Araştırmaya katılan turistlerin ortalama yaşı 38.25 ± 14.205 yıldır.

Turistlerin büyük çoğunluğunun Türk mutfağı ile ilgili görüşlerinin olumlu olduğu sonucuna varılmıştır. Turistlerin Türkiye'yi tercih etme nedenleri arasında Türk mutfağının da etkili olduğu belirlenmiştir. Araştırmaya katılan turistlere konakladıkları otelin yiyecek-içecek departmanları (mutfak, restoran, havuz bar, snack bar, lobi bar, oda servisi) ile ilgili ne düşündükleri sorulmuş; "kötü" olarak değerlendirme oranının bütün departmanlar için çok düşük olduğu belirlenmiştir (%0.9-%2.1). Genel olarak yabancı turistlerden Türk mutfağının yemeklerinin çok lezzetli, damak tadına uygun, kahvaltısının çeşitli olduğu düşüncesine katılanların oranı %50.0'den fazladır. En az puan alan yargılar ise Türk mutfağı yemeklerinin fazla etli, kokusu kötü, sağlıksız, lezzeti kötü olduğuna ilişkin ifadelerdir.

Turistlerin %51.8'i Türkiye'ye gelmeden önce Türk mutfağına ilişkin herhangi bir bilgi edinmediğini belirtmiştir. Yabancı turistlerin büyük çoğunluğunun Türkiye'ye gelmeden önce; daha önce gelenlerden, tanıdıklardan, internet, seyahat acentesi gibi kaynaklardan bilgi aldıkları belirlenmiştir.

Araştırma kapsamına alınan otellerin %62.5'inin yemek malzeme miktarını standart yemek tarifesine, %50.0'sinin aşçıların tecrübesine göre belirledikleri saptanmıştır. Yemek listeleri hazırlanırken göz önüne alınan önemli hususlarda müşteri profili (%87.5) ilk sırada yer almakta, mevsim (%37.5) ve bütçe (%25.0) onu izlemektedir. Otel işletmelerinin %62.5'inde Türk mutfağından örnekler sunulan özel günlerin yapıldığı, %37.5'inde (3 otel) ise yapıldığı ifade edilmiştir. Bu otellerin birinde Türk

gecesi yapıldığı, ikisinde ise Türk mutfağına özgü yemek çeşitlerinin sunulduğu kebab, döner ve soğuk mezeler hazırlandığı belirtilmiştir.

Türk mutfağına ait çorba, etli sebze yemekleri, tavuk yemekleri, kurubaklagil yemekleri, zeytinyağı yemekler, börek ve hamur işleri, pide çeşitleri, pilav çeşitleri, meze çeşitlerini, en çok tüketenler Almanlar iken en az tüketenlerin ise Ruslar olduğu saptanmıştır. Buradan Türk mutfağına en çok uyan damak tadı, Alman mutfağı, en az uyan ise Rus mutfağı sonucuna varılabilir. Yumurta yemekleri ve salata çeşitlerini yine en çok tüketen Almanlar iken; balık ve yumurta yemeklerini en az tüketen Fransız, salata çeşitlerini ise en az tüketen İngilizlerdir. Zeytinyağı sarma ve dolmaları en çok tüketenler ise diğer ülkeler olarak belirlenmiştir.

Genel olarak bakıldığında Türk mutfağına ait herhangi bir yiyecek ve içecek grubunu tüketenlerin büyük çoğunluğunun 26-35 yaş grubunda, medeni duruma göre bekar olanlarda, Türkiye'ye geliş sayısına göre üç ve daha fazla ülkemizi ziyaret edenlerde daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Buradan ülkemize geliş sayısı arttıkça Türk mutfağını tanıma ve tatma isteğinin de arttığı sonucu çıkarılabilir.

Yabancı turistlerin Türk mutfağına ait yemeklerden en yüksek oranda tavuk yemeklerini (%88.4) yedikleri saptanmıştır. Bunu sırasıyla içecekler (%85.9), salatalar (%82.4), et yemekleri (%81.6), çorbalar (%80.0), pide çeşitleri (%79.6), börekler-hamur işleri (%78.2) izlemektedir. Turistlerce en düşük oranda yenilen yemeğin kurubaklagil yemekleri (%54.3) olduğu belirlenmiştir.

Turistlerin ülkemize geliş amaçlarının başında ülkemizin ucuz, deniz, güneş, kum turizmi için ideal bir ülke olması gibi sebepler gelmektedir. Ülkemizin deniz, kum, güneş üçlüsünden çıkartılıp alternatif turizm türlerinin denenmesi, yaygınlaştırılması ve bu konuda çalışmalar yapılması artık bir gereklilik olmaktan çok zorunluluğa dönüşmüştür. Alternatif turizm türlerinin başında kültür turizminin yaygınlaştırılması ülkemizi ucuz ülke konseptinden çıkaracak önemli bir fırsattır. Bu bağlamda kültürel değerlerimiz ön plana çıkartılmalı, doğal tarihi güzelliklerimiz yanında Türk mutfağı gibi eşsiz zenginliğe sahip olan mutfağımızda kültür turizmi kapsamında ele alınmalı ve

otel yöneticileri, akademisyenler, uzmanlarla karşılıklı uzlaşa sağlanarak yabancı turistlere Türk mutfağının tanıtılması ve bununla ilgili ortak çalışmalarının hayata geçirilmesi ile ilgili olarak bir standardizasyon oluşturulmalı ve elbirliği ile çalışılmalıdır. Ayrıca bunlara ek olarak;

—Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından desteklenen Türk mutfağı ile ilgili zengin bir arşivin oluşturulması, aynı zamanda otel işletmelerinin sadece yiyecek içecek departmanlarını denetleyen Türk Mutfağı Araştırma Enstitüsü kurulmalıdır.

—Türk mutfağı ile ilgili yapılan projeler desteklenmeli, yaygınlaştırılmalı ve ülke içi ve ülke dışında tanıtımlarının yapılması için yeterli teşvik ve desteğin verilmesi sağlanmalıdır.

—Mutfak derneklerinin yaygınlaştırılması, özellikle görsel medyada Türk mutfağını tanıtıcı yayınların artırılması sağlanmalıdır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın resmi web sitesinde Türk mutfak kültürüne yönelik bilgiler daha kapsamlı ve zengin olarak verilmelidir.

—Türk mutfağını tanıtıcı ulusal ve uluslar arası yarışmalar ve geleneksel yemek festivalleri düzenlenmelidir.

—Aşçılıkla ilgili açılacak olan ön lisans ve lisans programlarında teknik ve donanımsal altyapının zenginleştirilmesi sağlanmalıdır. Üniversitelerin ve meslek liselerinin ilgili bölümlerinde Türk mutfağı dersi zorunlu dersler arasına girmelidir. Programlar müfredat gereksinimlerine göre gözden geçirilmelidir.

—Türk mutfağı ile ilgili yapılan bilimsel makalelerin ve projeleri çeşitli kuruluşlarca desteklenmelidir.

—Dünya mutfakları ile ilgili uluslar arası düzeyde toplantılar düzenlenmeli ve Türkiye'den katılım teşvik edilmelidir.

— Konaklama işletmelerinde yöresel mutfaklara özen gösterilmeli ve geleneksel Türk gecelerinin düzenlenmesi ve gelenek haline getirilmesi sağlanmalıdır.

—Otel işletmelerinde etkin bir hijyen standardizasyonu oluşturulmalı ve denetimler artırılmalıdır.

—Otel işletmelerinde yabancı aşçı istihdamından çok Türk aşçıların istihdam sağlanmalı ve onların dünya mutfaklarını da tanınması için gerekli altyapı oluşturulmalıdır.

KAYNAKLAR

- Akat, Ö. 2000. Pazarlama ağırlıklı turizm işletmeciliği. Ekin Kitabevi.2. Baskı, 301 s., Bursa.
- Akan, L. S. 2005. Safranbolu mutfak kültürü üzerinde bir araştırma. Yüksek lisans tezi (basılmamış), Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Akgöz, E. 2003. Turizm işletmelerinde Türk gecelerinin Türk kültürünü tanıtmaya katkıları. Yüksek lisans tezi (basılmamış), Selçuk Üniversitesi, 138s., Konya.
- Akman, M. 1998. Yabancı turistlerin Türk mutfağından beklentileri, yararlanma durumları ve Türk mutfağına turizme katkısı üzerine bir araştırma. Doktora tezi (basılmamış), Ankara Üniversitesi, 145s., Ankara.
- Akman, M. ve Mete, M. 1998. Türk ve dünya mutfakları, Pak-sil Yayın, 148 s. Konya.
- Akman, M. ve Hasipek, S. 1999. Yabancı turistlerin Türk mutfağı ile ilgili tutum ve davranışları. Beslenme ve Diyet Dergisi, 28(2), 47-53.
- Akman, M. ve Hasipek, S. 1999. Yabancı turistlere sunulan yiyecek-içecek hizmetleri ve yabancı turistlerin Türk mutfağı hakkındaki düşünceleri. 2000'li Yıllara Girerken Kapadokya'nın Turizm Değerlerine Yeniden Bir Bakış Hafta Sonu Semineri VI. Nevşehir: Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu.
- Akman, M. ve Önay, D. 2007. Yabancı turistlerin Türk mutfağına ait et yemekleri hakkındaki düşünceleri üzerine bir araştırma, 24-26 Ekim, II. Uluslararası Gıda ve Beslenme Kongresi (Poster Bildiri), İstanbul.
- Akman, M. ve Sayın, N. 2008. Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin seyahat ile beklentileri ve Türk mutfağından yararlanma konusundaki düşünceleri ilgili bir araştırma. Selçuk Üniversitesi Bilimsel Araştırma projesi. Proje no:2004/119. 6. Uluslararası Türk Dünyası Sosyal Bilimler kongresi Calalabat/Kırgızistan.
- Akman, M. 2009. Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin Türk mutfağına ait çorbaları tüketme ve beğenme durumları ile ilgili bir araştırma. Selçuk Üniversitesi Bilimsel Araştırma projesi. Proje no:2004/119. TÜMAB (Türk Mutfağı Araştırma Ve Uygulama Birimi) Türk Mutfağına Kahvaltı Semineri.
- Aktaş, A., Çevirgen, A. ve Toker, B. 2007. Alanya turist profili araştırması, Akdeniz Üniversitesi. Alanya İşletme Fakültesi & TÜRSAB Alanya Bölgesel Yürütme Kurulu, www.akdeniz.edu.tr/alanya/dokuman/turist_profilu_arastirmasi2007.pdf. Erişim tarihi: 12.01.2012.
- Aktaş, A. ve Özdemir, B. 2007. Otel işletmelerinde mutfak yönetimi. Detay Yayınları:114, Sistem Ofset, 2. Baskı, 288s, Ankara.
- Aksu, A., Kınay, F. ve Uçar, Ç. 1999. Ülke mutfaklarının kültürel turizme katkıları: Antalya yöresindeki beş yıldızlı otellere yönelik bir araştırma. Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Safranbolu Meslek Yüksekokulu Kültür Turizmi Semineri Kitabı, s.103-115. Zonguldak.
- Akyıldız, E. 2010. Geleneksel Türk tatlısı "Baklava". 1.Uluslararası "Adriyatik'ten Kafkaslara Geleneksel Gıdalar" Sempozyumu Bildiri Kitabı. Başak Ofset. s. 106-108. İstanbul.
- Anonim. 2005. Türk mutfak kültürü. Web sitesi: <http://www.discoverturkey.com/kultursanat/b-hosmanli3.html>, Erişim tarihi: 10.10.2011

- Anonim. 2010. Turizm istatistikleri. Giriş çıkış yapan ziyaretçiler. Web sitesi: <http://www.tuik.gov.tr>, Erişim tarihi:13.10.2010.
- Anonim.2011a. Fransız mutfağı. Web sitesi: <http://tr.wikipedia.org/wiki/Fransızmutfağı> Erişim tarihi:28-11-2011.
- Anonim. 2011b. Çin mutfağı. Web sitesi: http://tr.wikipedia.org/wiki/Çin_mutfacı, Erişim tarihi:28-11-2011.
- Anonim. 2011c. Türk mutfağı. Web sitesi:<http://tr.wikipedia.org/wiki/Türkmutfacı> Erişim tarihi:15-12-2011.
- Arlı, M. 1981. Türk mutfağına genel bir bakış. Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları No:41, Seminer, Kongre ve Bildiriler Dizisi No:12. Ankara Üniversitesi Basımevi, 1. Baskı, s. 19-33, Ankara.
- Argunşah, M. ve Çakır, M. 2005. 15.Yüzyıl Osmanlı Mutfağı, Muhammed Bin Mahmut Şirvânî, Gökkubbe Yayınları, s.96-99. İstanbul.
- Arslan, P. 1997. Toplumun geleneksel yemek kültürünün değişimi- hızlı hazır yemek sistemine (fast food) geçiş. Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları No:20. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar. Takav Matbaası, 1. Baskı, s.29-34, Ankara.
- Arslan, E., Erdoğan, S., Konuksal, G., Kubilay, E. ve 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, s.155-162, Alanya.
- Arslan, Ö. 2010. Yabancı turistlerin yiyecek içecek işletmeleri, personel ve Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi, Alanya örneği. Yüksek lisans tezi (basılmamış). Gazi Üniversitesi, 91s., Ankara.
- Avcıkurt, C. 2007. Turizm sosyolojisi. Turist-yerel halk iletişimi. Detay Yayıncılık. 2. Baskı. 184 s., Ankara.
- Batman, O., Zengin, B., Demirkol, Ş., Çayır, C., Demirtaş, N. ve Yıldırğan, R. 2001. Konaklama işletmelerinde önbüro yönetimi ve önbüro otomasyon sistemleri. Değişim Yayınları, 1. Baskı, 308 s, Adapazarı.
- Baykan, S. ve Tekgül, N. 1993. Evlerimizde pişirilen pilav çeşitleri üzerine bir araştırma. Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları No:3. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar. Takav Matbaası, 1. Baskı, s.1-12, Ankara.
- Baysal, A. 1993. Türk yemek kültüründe değişimler. Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları No:3. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar. Takav Matbaası, 1. Baskı, s. 13-21, Ankara.
- Baysal, A. 1997. Türk mutfağında mercimek ve nohut yemekleri. Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları No:20. Türk Mutfak kültürü üzerine araştırmalar. Takav Matbaası, 1. Baskı, s. 49-61, Ankara.
- Baysal, A. 2000. Türk ve Çin Mutfağının karşılaştırılması. Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları No: 28. Türk Mutfak kültürü üzerine araştırmalar. Takav Matbaası, 1. Baskı, s. 27-33, Ankara.
- Belge, M. 2001. Tarih boyunca yemek kültürü. İletişim Yayınları, 6. Baskı. 381 s., İstanbul.
- Birer, S. 1990. Türk mutfağının tarihsel gelişim süreci içerisindeki değişimi ve bugünkü durumu. Beslenme ve Diyetetik Dergisi, 19, 251-260.

- Bozok, D. ve Çalışkan, N. 2009. Bir pazarlama aracı olarak herşey dahil sisteminin konaklama işletmeleri ve tüketiciler açısından avantaj ve dezavantajları. 3. ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri. Web sitesi:<http://www.tgyd.net/bildiri.htm>_Erişim tarihi:24.2..2011.
- Bucak, T. 2007. Otel işletmelerinde hizmet içi eğitimi ve iş tatmini ilişkisi. Yüksek lisans tezi (basılmamış), Dokuz Eylül Üniversitesi, 130s., İzmir.
- Budak, N. ve Çiçek, B. 2002. Yabancı turistlerin ülkemizde yemek kültürüne ilgileri ve yemekler ile servis ortamlarına bakışları. Turizmde Sağlık ve Beslenme Sorunları ve Çözümler Sempozyumu Bildiriler Kitabı, s.133-139, Alanya.
- Bulduk, S. 1993. Üniversite öğrencilerinin geleneksel Türk tatlılarını bilme durumları. Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları No:3. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar. Takav Matbaası, 1. Baskı, s. 22-26, Ankara.
- Buyruk, L. ve Şahin, N. 2002. Otel yiyecek-icecek departmanında çalışan işgörenlerin hijyen algılamaları konusunda bir araştırma. Turizmde Sağlık ve Beslenme Sorunları ve Çözümler Sempozyumu Bildiriler Kitabı, s. 77-90, Alanya.
- Büyüktuncer, Z. ve Yücecan, S. 2009. Türk mutfağının beslenme ve sağlık açısından değerlendirilmesi. Beslenme ve Diyet Dergisi, 37(1-2), 93-100.
- Cengiz, O. 2010. 14-15. Yüzyıl divanlarında mutfak kültürü. Yüksek lisans tezi (basılmamış), Sakarya Üniversitesi, 286 s., Adapazarı.
- Ciğirim, N. 2000. Batı ve Türk mutfağının gelişimi, etkileşimi ve yiyecek içecek hizmetlerinde Türk mutfağının yerine bir bakış. Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları, Yayın No: 28, Takav Matbaası, 1. Baskı, s. 49-61, Ankara.
- Cömert, M. Kızılkaya, Ö. ve Özkaya, D. F. 2009. Türk mutfağında ve turistik işletmelerde salebin yeri. 3. ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri. Web sitesi:<http://www.tgyd.net/bildiri.htm>, Erişim tarihi:24.2..2011.
- Çevik, N. K. 1997. Türk mutfak kültürü. Web sitesi. http://www.gh.t.gazi.edu.tr/mutfak_kulturu. Erişim tarihi:21.10.2009
- Çiçek, G. Ö. 2006. Türkiye'ye gelen yabancı turistlerdeki Türkiye imajı. Yüksek lisans tezi (basılmamış), 95 s., Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Denizer, D. 2008. Türk turizmin gelişmesinde Türk mutfağının önemi ve bugün için yapılması gerekenler. 2.Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler. Web sitesi:<http://www.tgyd.net/bildiri.htm>_Erişim tarihi:4.5.2011.
- Durlu-Özkaya, F. ve Cömert, 2008a. Zeytinyağı ile zeytin yaprağının mutfakta ve diğer alanlarda kullanımı. 1. Doğu Akdeniz Zeytin ve Zeytinyağı Zirvesi, 26-27.01.2008, Adana.
- Durlu-Özkaya, F. 2008b. Mutfak işlemleri I ders notları. Gazi Üniversitesi, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Bölümü, 45 s., Ankara.
- Eraslan, N. 2009. Konaklama işletmelerinde önbüro işlemleri ve yönetimi. Detay Yayınevi, s. 416. Ankara.
- Evcı, E. D. ve Tezcan, S. 2005. Farklı turizm yörelerindeki bazı konaklama tesislerinin sağlık açısından değerlendirilmesi ve turistlerin sağlık sorunları. İnönü Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi, 12(2), 99-109.
- Gökdemir, A. 2005 . Mutfak hizmetleri yönetimi. 2. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Gökdeniz, A. ve Dinç, Y. 2009. Konaklama işletmelerinde önbüro operasyonları ve yönetimi. Detay Yayınları, 6. Baskı, 378 s., Ankara.
- Güler, Ç. 2002. Turizm ve sağlık. Turizmde sağlık ve beslenme; sorunlar ve çözümler sempozyumu bildiriler kitabı. (Ed. A. Halıcı), s. 1-39, Ankara.

- Güler, S. 2007. Türk mutfağının değişim nedenleri üzerine genel bir değerlendirme. I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler. s.19-28, Antalya.
- Gürbüz, A. 2009. Safranbolu'yu ziyaret eden turistlerin demografik özelliklerine göre turistik ürünleri algılama durumu. Doğu Üniversitesi Dergisi, 10 (2), 217-234.
- Gürsoy, D. 1995. Yemek ve yemekçiliğin evrimi. Kurtuluş Matbaacılık San. ve Tic. Ltd. Sti. İstanbul.
- Halıcı, N. 1981. Anadolu mutfağı. Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları No:41, Seminer, Kongre ve Bildiriler Dizisi No:12. Ankara Üniversitesi Basımevi, 1. Baskı, s. 105-111, Ankara.
- Halıcı, N. 2003. Yemek kitabı; Türk halk mutfağı. İstanbul Kitabevi Yayınları, 2. Baskı. İstanbul.
- Hacıoğlu, N. Girgin, K. G. ve Giritlioğlu, İ. 2009. Yiyecek-içecek işletmelerinin pazarlama faaliyetlerinde yöresel mutfakların kullanımı – Balıkesir örneği. 3. ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri. Web sitesi: <http://www.tgyd.net/bildiri.htm>, Erişim tarihi:24.2.2011.
- Haydaroğlu, İ. 2003. Osmanlı saray mutfağından notlar. Tarih Araştırmaları Dergisi, 22(34), 1-10.
- Hussem, T.A., Şanlıer, N., Özkaya, D.F., Yaylı, A., Pelit, E., Güçer, E., Konaklıoğlu, E. ve Cömert, M. 2010. Yerli ve yabancı turistlerin Türk hamur işi ve tatlılarını bilme durumları ve tüketimin yaygınlaştırılması amacıyla reçetelerin zeytinyağıyla modifikasyonu. Gazi Üniversitesi Rektörlüğü Bilimsel Araştırma Projesi Web sitesi : http://www.elbeyipelit.com/PROJE/proje2/proje_sonucu/proje2yoreselyemekler.pdf. Erişim tarihi:22/06/2011.
- Hassan, A. Şanlıer, N., Durlu, Ö.F., Cömert, M., Gücer, E., Konaklıoğlu, E. ve Peldt, E. 2010a. Yerli ve yabancı turistlerin Türk mutfağında yer alan yemeklere ilişkin görüşleri. 1.Uluslararası Adriyatik'ten Kafkaslara Geleneksel Gıdalar Sempozyumu Bildiri Kitabı, s. 971-974, Tekirdağ.
- Hassan, A. Şanlıer, N., Durlu, Ö.F., Cömert, M., Gücer, E., Konaklıoğlu, E. ve Peldt, E. 2010b. Yerli ve yabancı turistlerin Türk mutfağında yer alan geleneksel hamur işi ve tatlıları bilme durumları. 1.Uluslararası Adriyatik'ten Kafkaslara Geleneksel Gıdalar Sempozyumu Bildiri Kitabı. s. 975-979, Tekirdağ.
- Keleş, F. 2010. Sağlıklı beslenmede baklagiller. 1.Uluslararası "Adriyatik'ten Kafkaslara Geleneksel Gıdalar" Sempozyumu Bildiri Kitabı, s. 29-34. Tekirdağ, Başak ofset. Basım yeri: İstanbul.
- Keskin, G. 2009. Otel işletmeciliği ve iş tatmini. Detay yayınları, Sözkese Matbaacılık, 1.Baskı, 140 s., Ankara.
- Kızıltan, G. Karabudak, E. ve Baş, M. 2002. Gençlerin konaklama işletmelerinin sunduğu yiyecek içecek hizmetlerinin değerlendirmesi üzerine bir araştırma. Turizmde Sağlık ve Beslenme Sorunları ve Çözümler Sempozyumu Bildiriler Kitabı, s. 298-306, Alanya.
- Kızıltan, G. ve Sonbay, G. 2002. Tüketicilerin havayolu işletmelerinin sunduğu yiyecek içecek hizmetlerinden beklentilerinin saptanması üzerine bir araştırma. 140-153s.
- Koçak, N. 1999. Yiyecek içecek hizmetleri yönetimi. Kanyılmaz matbaası, 1. Baskı, 245 s., İzmir.
- Kozak, N. ve Denizler, D. 1997. Otel işletmeciliği kavramlar ve uygulamalar. Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Yüksekokulu. Turhan Kitabevi Yayınları. Ankara.

- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. 2009. Genel turizm ilkeler ve kavramları. Turhan Kitabevi., 8. Baskı, 170 s., Ankara.
- Köroğlu, A., Köroğlu, Ö., Sarioğlu ve M. 2007. Türk mutfağının tanıtılmasında profesyonel turist rehberlerinin rolüne ilişkin ampirik bir çalışma. 1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildiriler Kitabı, s.29-40, Antalya.
- Küçükaltan, G. 2009. Küreselleşme sürecinde gastronomide yöresel tatların turistlerin destinasyon tercihlerine ve ülke ekonomilerine etkileri. 3. Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri. Web sitesi:<http://www.tgyd.net/bildiri.htm>. Erişim tarihi:24.2.2011.
- Küçükaslan, N. 2007. Özel ilgi turizmi. Ekin Yayınevi, 1. Baskı, 319 s., Bursa.
- Maviş, F. 2008. Endüstriyel yiyecek üretimi. Detay Yayınları:56, 2. Baskı, Sistem Ofset, 239s., Ankara.
- Merdol, T. K. 2003. Tarihten günümüze toplumlar ve beslenme alışkanlıkları. Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları No: 31. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar. Takav Matbaası, 1. Baskı, s. 135-143, Ankara.
- Memodov, İ. 2003. Bağımsız devletler topluluğu ülkelerinden gelen turistlerin Türkiye'yi tercih etme sebepleri, karşılaştıkları sorunlar ve beklentileri. Yüksek lisans tezi (basılmamış), 126s., Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Musmann, K. ve Pahalı, C. 1999. Konaklama tesislerinde mutfak hizmetleri. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın no: 397. 136 s. Eskişehir.
- Nahya, Z. 1981. Özel gün yemekleri. Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları No:41, Seminer, Kongre ve Bildiriler Dizisi No:12, Ankara Üniversitesi Basımevi, 1. Baskı, s. 189-197, Ankara.
- Olalı, H ve Korzay, M.1993. Otel işletmeciliği. Beta Basım Yayın. Seçkin Yayınevi, 558 s., İstanbul.
- Olalı, H. ve Timur, A. 1998. Turizm ekonomisi. Ofis Matbaacılık, 1. Baskı, 464 s., İzmir.
- Örer, N. 1995. Turistlerde görülen besin zehirlenmesi sıklığı ile otellerin sanitasyon şartlarının etkileşimi ve Türk mutfağının turistlerin ülkemize tekrar gelişlerindeki etkisi. Doktora tezi (basılmamış), Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Özdemir, B. ve 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.
- Özdipçiner, S. N. 2008. Türk turizm pazarında yaşlı yabancı tüketicilerin turistik tercihleri. Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi. s.134-146.
- Özdoğan, O. N. 2007. Turizmde konaklama ve yiyecek içecek endüstrisi. Genel Turizm, Turhan Kitabevi, 1. Baskı, s. 40-42, Ankara.
- Özkaya, D.F., Cömert, M. ve Kızılkaya, Ö. 2009a. Türk mutfağında geleneksel içeceğimiz bozanın dünü ve bugünü. 3. ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri. Web sitesi: <http://www.tgyd.net/bildiri.htm>, Erişim tarihi: 24.2.2011.
- Özkaya, D.F., Cömert, M. ve Kızılkaya, Ö. 2009b. Turizm işletmelerinde zeytinyağlarımızın yeri ve önemi. 3. ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri. Web sitesi:<http://www.tgyd.net/bildiri.htm>, Erişim tarihi: 24.2.2011.
- Ryan, C.1995. Researching tourist satisfaction issues, concepts, problems, London: Routledge.

- Rızaoğlu, B. ve Tanrısevdi, A. 2001. Kuşadası'nı ziyaret eden yabancıları ideal yemek tercihleri ve Türk yemeklerinin bu tercihlere göre değerlendirilmesi. Turizmde Sağlık ve Beslenme; Sorunlar ve Çözümler Sempozyum Bildiriler Kitabı. Başkent Üniversitesi I. Ulusal Turizm İşletmeciliği Kongresi Bildiri Kitabı, s. 145-154. Ankara.
- Rızaoğlu, B. ve Biçici, S. 2009. Restoranlarda '9 kalanlı' menü fiyat uygulamalarının yabancı turist algılamalarına etkisi. 3. ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri, Web sitesi: <http://www.tgyd.net/bildiri.htm>, Erişim tarihi: 24.2.2011.
- Rızaoğlu, B. ve Hançer, M. 2005. Menü ve yönetim. Detay Yayınları No: 125, 1. Baskı, Sistem Ofset, 278 s., Ankara.
- Samancı, Ö. 2007. Fransız üslubunda Osmanlı ziyafetleri. Yemek ve Kültür Dergisi, 8, s. 48-86.
- Sandıkçı, M. ve Çelik, S. 2007. Füzyon mutfak uygulamaları ve misafir memnuniyeti açısından önemi. 1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler, s.41-54. Antalya.
- Sarı, N. 1981. Osmanlı sarayında yemeklerin mevsimlere göre düzenlenmesi ve devrin tababetiyle ilişkisi. Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları No:41, Seminer, Kongre ve Bildiriler Dizisi No:12. Ankara Üniversitesi Basımevi, 1. Baskı, s. 245-246, Ankara.
- Sezgin, M. O. 1995. Genel turizm. Tubitay Yayınları, s. 92. Ankara.
- Sonbay, G. 2004. Golf amacıyla Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin yiyecek içecek ile ilgili tercihleri. Yüksek lisans tezi (basılmamış), Gazi Üniversitesi, 125 s., Ankara.
- Sürücüoğlu, M.S. ve Akman, M. 1998. Türk mutfağının tarihsel gelişimi ve bugünkü değişim nedenleri, Standard Dergisi, 439, 42-53.
- Sürücüoğlu, M. S. 2000. Türk dünyasındaki bazı ülkelerin mutfak kültürü üzerine bir araştırma. Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları No: 28. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar. Takav Matbaası, 1. Baskı, s. 139-145, Ankara.
- Sürücüoğlu, M.S. Özçelik, A.Ö. ve Hasipek, S. 2001. Akdeniz mutfağı içerisinde Isparta mutfağının yeri. Isparta'nın Dünü, Bugünü, Yarını Sempozyumu, Bildiriler Cilt:3 , S.D.Ü. Basımevi, s.53-64, Isparta.
- Sürücüoğlu, M.S. ve Özçelik, A. Ö. 2005. Eski Türk besinleri ve yemekleri. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar. Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayın No:34., Cilt :12, Birlik Matbaacılık, s.7-54. Ankara.
- Şanlıer, N., Yabancı, N. ve Baykan, S. 2002. Yaşlı bireylerin tatil yapma alışkanlıkları ve tatilde beslenmelerine ilişkin karşılaştıkları sorunlar. Turizmde Sağlık ve Beslenme Sorunları ve Çözümler Sempozyumu Bildiriler Kitabı, s.118-132, Alanya.
- Şanlıer, N. 2005. Yerli ve yabancı turistlerin Türk mutfağı hakkındaki görüşleri. Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 25(1), 213-227.
- Şanlıer, N. ve Hussein, A. T. 2008. Yiyecek içecek hizmeti veren otel mutfakları ve personelinin hijyen yönünden değerlendirilmesi. Kastamonu Eğitim Dergisi, 16 (2), 461-468.

- Şanlıer, N., Hussein, T.A., Özkaya, D.F., Yaylı, A., Pelit, E., Güçer, E., Konaklıoğlu, E., Cömert, M. 2010b. Türk mutfağının gençler tarafından bilinme durumunun tespiti ve yöresel yemeklerle ilgili standart tarife geliştirme. Gazi Üniversitesi Rektörlüğü Bilimsel Araştırma Projesi, Web sitesi: [http:// www. elbeyipelit. Com /PROJE/proje2/proje_sonucu/proje2_yoresel_yemekler.pdf](http://www.elbeyipelit.Com/PROJE/proje2/proje_sonucu/proje2_yoresel_yemekler.pdf). Erişim tarihi: 22/06/2011.
- Şavkay, T. 1996. Mutfağımız büyük bir kültürel renkliliğe sahip. Türsab Dergisi, 71, 44-46.
- Şener, B. 2007. Modern otel işletmelerinde yönetim ve organizasyon. Detay Yayınları. 4. Baskı. 497 s., Ankara.
- Şener, B. 2006. Konaklama işletmelerinde önbüro yönetimi, Detay Yayıncılık, Kâlemdar Ofset, s., 372. Ankara.
- Teberdar, E., Aras, B. ve Barı, N. 2003. Konya yöresi yemeklerinin özellikleri ve besin değerlerinin incelenmesi üzerine bir araştırma. Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları, Yayın No: 31, Birlik Matbaası. 1. Baskı, s.145–148, Ankara.
- Tezcan, M. 1981. Türklerde yemek yeme alışkanlıkları ve buna ilişkin davranış kalıpları. Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları No:41, Seminer, Kongre ve Bildiriler Dizisi No:12, Ankara Üniversitesi Basımevi, 1. Baskı, s. 113-118, Ankara.
- Tezcan, M. 1997. Yemek kültürü üzerine dinsel etkiler. Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları. Yayın No: 20. Birlik Matbaası, 1. Baskı, s.139-146, Ankara.
- Toygar, 1981. Değişen Türk mutfağı. Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları no:41, Seminer, Kongre ve Bildiriler Dizisi No:12. Ankara Üniversitesi Basımevi, 1. Baskı, s. 153-155, Ankara.
- Tunç, A. ve Saç, F. 1998. Genel turizm gelişimi ve geleceğı. Detay yayıncılık, No:2, 1. Baskı, 319 s., Ankara.
- Türkay, O. ve Kahraman, N. 2006. Turizm ve çevre. Detay Yayıncılık, 2. Baskı, 197 s., Ankara.
- Usta, Ö. 1992. Turizm. Altın Kitaplar Matbaası. 1. Baskı, 189 s., İstanbul.
- Usta, Ö. 2009. Turizm genel ve yapısal yaklaşım. Detay Yayıncılık, 2. Baskı, 238 s., Ankara.
- Ünsal, A. ve Koz, S. 2003. Osmanlı mutfağı. Yemek Kitabı, 2. Baskı, İstanbul Kitabevi Yayınları.
- Uygun, M.S. ve Baykan, E. 2007. Kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki değeri. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi. Web sitesi: <http://www.ttefdergi.gazi.edu.tr/makaleler/2007/Sayi2/30-49.pdf>. Erişim tarihi: 13.04.2011.
- Yılmaz, Y. 2007. Otel ve yiyecek-içecek işletmelerinde ziyafet organizasyonu ve yönetimi. Detay Yayıncılık, 1. Baskı, 340 s. Ankara.
- Yılmaz, Y. 2007a. Turizm sektörünün tanımı, yapısı ve özellikleri. Genel Turizm. Turhan Kitabevi, 2. Baskı, Ankara.

EKLER

EK 1 İşletme Anketi

EK 2 Yabancı Turist Anketi

EK 1 İŞLETME ANKETİ

Otelin Adı:.....
Bulunduğu Yer.....
Otelin yıldız Sayısı.....

Yabancı Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri: Ege Bölgesi Örneği

1.Kaç yıldır hizmet veriyorsunuz?.....yıl

2.Daha çok hangi aylarda yabancı turist geliyor?.....

3.Yabancı turistler en çok hangi ülkeden geliyor (lütfen en çoktan en aza sıralayınız)*

1..... 2..... 3.....

4..... a 5.....

4- İşletmenizde yiyecek içecek hizmeti sunan kaç ünite var?.....
ünite

5- İşletmenizde yiyecek içecek sunulan ünitelerde uygulanan servis şekilleri nelerdir? (Lütfen işaretleyiniz)

Yer	Açık büfe	Alakart	Tabldot
1)Restoran			
2)Kafeterya			
3)Bar			
4)Lobi			
5)Diğer Belirtiniz.....)			

6- İşletmenizde hangi ülkenin mutfaklarına daha çok yer vermektedir? (Lütfen öncelik sırasına göre 1, 2, 3 şeklinde sıralayarak üç mutfak belirleyiniz)

1)Türk mutfağı ()

2)Fransız mutfağı ()

3)İtalyan mutfağı ()

4)Meksika mutfağı ()

5)Çin mutfağı ()

6)Diğer (Belirtiniz.....) ()

7-İşletmenizde m?nü planlamasını ve yiyecek-içecek alışverişini kimler yapmaktadır?

Kişiler	M?nü planı	Yiyecek-içecek alışverişı
1)Baş aşçı		
2)Yiyecek içecek müdürü		
3)Restoran müdürü		
4)Genel müdür		
5)Diyetisyen		
6)Diğer (Belirtiniz).....		

8- İşletmenizde pişen yemeklerin içine giren malzeme miktarlarını nasıl belirliyorsunuz?

- 1)Aşçıların tecrübesine göre
- 2)Standart yemek tarifesine göre
- 3)Otele özgü tarifeye göre
- 4)Diğer (belirtiniz).....

9.Yemek listeleri hangi sıklıkla hazırlanıyor?

- 1)Haftalık
- 2)Aylık
- 3)Sezonluk
- 4)Diğer(belirtiniz).....

10.İşletmenizde yemek listeleri hazırlanırken göz önüne alınan hususlar nelerdir?

- 1)Müşteri profili
- 2) Mevsim
- 3)Bütçe
- 4)Diğer.....

11.İşletmeniz yiyecek-içecek servis birimlerinde kaç kişi çalışıyor?

Yiyecek-içecek servisleri				
1)Mutfak				
2)Restoran				
3)Havuz bar				
4)Snack bar				
5)Lobi bar				
6)Oda servisi				

12.İşletmenizde ana öğünlerde kaç çeşit yemek çıkıyor?

- Sabah.....
Öğlen.....
Akşam.....
Gece.....

13. Yabancı turistlerin işletmenizde en çok tükettikleri yemek gruplarından 5 tanesini en çok tüketilene 1 yazarak 1, 2, ...5 olarak numaralandırınız.

1.Çorbalar		7.Etli sarma ve dolmalar		13.Pilavlar	
2. Et yemekleri		8.Zeytinyağlı (Z.Y.) yemekler		14.Salatalar	
3.Tavuk yemekleri		9. Z.Y.sarma ve dolmalar		15.Tatlılar	
4.Balık yemekleri		10.Börekler-hamur işleri		16.İçecekler	
5.Etli sebze yemekleri		11.Pide çeşitleri		17.Mezeler	
6.Kurubaklagil yemekleri		12.Yumurta yemekleri			

14.İşletmenizde Türk mutfağından örneklerin sunulduğu özel bir gün var mı?

- 1) Var 2) Yok

15. 14. soruya cevabınız evet ise ne gibi tanıtımlar yapıyor?

.....
.....

16. Yabancı turistlerin Türk yemekleri ile ilgili hassas oldukları hususlar var mı?

- 1)Evet 2)Hayır

17- 16. soruya cevabınız evet ise aşağıdaki seçeneklerden uygun olanları işaretleyiniz.

- 1)Hijyen kurallarına uygun olmaması
- 2)Yemeklerin çok yağlı olması
- 3)Yemeklerin uygun sıcaklıkta servis edilmemesi
- 4) Yemeklerin çok baharatlı olması
- 5) Yemeklerin çok tuzlu olması
- 6) Yemeklerin sindiriminin zor olması
- 7) Kokusunun kötü olması
- 8) Diğer (Belirtiniz.....)

19- İşletmenizde sanitasyon ve hijyen eğitimleri veriliyor mu?

- 1)Evet 2)Hayır

20-19. soruya cevabınız evet ise eğitimi kim veriyor?

- 1)Otel içindeki yöneticiler
- 2)Otel dışındaki uzman kişiler (kim belirtiniz).....

21- Sanitasyon ve hijyen eğitimi ne sıklıkla veriliyor?.....

- 1)Ayda bir 2) Altı ayda bir 3)Yılda bir

22. Yiyecek-içecek departmanında çalışan personelin sağlık muayenesi yapıyor mu?

- 1)Evet 2)Hayır

23.22. soruya cevabınız evet ise ne sıklıkla yapıyor?

	Üç ayda bir	Altı ayda bir	Yılda bir	Hastalanınca
Genel muayene				
Dışkı				
Akciğer filmi				
Aşı				

EK 2 YABANCI TURİST ANKETİ

Yabancı Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri: Ege Bölgesi Örneğı

Açıklama: Bu anket formu ile sağlanan bilgiler siz değerli ziyaretçilerimize daha iyi hizmet verebilmek için yapılan bilimsel nitelikli bir araştırmada kullanılacaktır. Katkılarınız için sonsuz teşekkürler....

Öğr. Gör. Esra MANKAN

I. GENEL BİLGİLER

1. Cinsiyet 1) Erkek 2) Kadın
2. Yaşınız (lütfen belirtiniz)
- 3-Medeni durumunuz: 1) Bekâr 2) Evli
- 4-Uyruğunuz: 1) İngiliz 2) Alman 3) Fransız 4) İtalyan 5) Rus
5. Devamlı ikamet ettiğiniz ülke (lütfen yazınız)
- 6-Ne iş yapıyorsunuz?
 - 1) Sağlık Personeli
 - 2) Mühendis
 - 3) Eğitim personeli
 - 4) Öğrenci
 - 5) Serbest meslek
 - 6) Ev hanımı
 - 7) Emekli
 - 8) Kendi işi
 - 9) İşsiz
 - 10) Diğer (lütfen belirtiniz).....
- 7-Öğrenim durumunuz nedir?
 - 1) İlkokul
 - 2) Ortaokul
 - 3) Lise
 - 4) Üniversite/ Yüksekokul
 - 5) Lisansüstü
 - 6) Diğer (lütfen belirtiniz).....
- 8-Türkiye'ye kaçınıcı gelişiniz:
 - 1) Birinci
 - 2) İkinci
 - 3) Üç ve daha fazla
- 9- Türkiye'ye nasıl geldiniz?
 - 1) Tur ile
 - 2) Bireysel

10. Hangi araçla geldiniz?

- 1) Uçak 2) Gemi 3) Kendi arabası 4) Diğer.....

11-Kiminle geldiniz?

- 1) Yalnız 2) Ailemle 3) Arkadaşlarımla

12-Türkiye'ye gelmenizi etkileyen faktörler nelerdir?

(Lütfen parantezlerin içine işaretleyiniz.)

- 1) Seyahat fiyatının uygun oluşu ()
2) Konaklama fiyatının uygun oluşu ()
3) Ucuz alışveriş imkânının yüksek oluşu ()
4) Türkiye'yi merak ettiğim için ()
5) Türk halkını tanımak istediğim için ()
6) Türk mutfağına özgü yemekleri tatmak istediğim için ()
7) Doğal güzelliklerini görmek istediğim için ()
8) Tarihi ve kültürel yerlerini görmek istediğim için ()
9) Temiz bir çevrede bulunmak istediğim için ()
10) Türkiye'yi güvenli bulduğum için ()
11) Tesislerin modern ve yeni oluşu nedeni ile ()
12) Sadece iş amaçlı ()
13) Sadece spor amaçlı ()
14) Tavsiye edildiği için ()
15) Sağlık amaçlı ()
16) Dini amaçlı ()

13- Sizce ekonomik durumunuz nasıldır?

- 1) Düşük 2) Orta 3) Yüksek

14-Konakladığınız otelin yiyecek-içecek departmanlarını nasıl değerlendiriyorsunuz?

	Çok iyi	İyi	Orta	Kötü
Mutfak				
Bar				
Restoran				
Havuz bar				
Snack bar				
Lobi bar				
Oda servisi				

15-Konaklama sırasında bağırsak rahatsızlığı geçirdiniz mi? (Cevabınız hayır ise II. Bölüme geçiniz)

- 1) Evet 2) Hayır

16-15. soruya yanıtınız evet ise kaç kez rahatsızlandınız?

- 1) Bir kez 2) İki kez 3) Üç kez 4) Diğer (.....) kez

17- 15. soruya yanıtınız evet ise rahatsızlık toplam kaç gün sürdü? gün

18- 15. soruya yanıtınız evet ise nasıl bir tedavi uygulandı?

- 1) Hiçbir tedavi uygulamadım, kendiliğinden iyileşti
- 2) Otelin doktoru tarafından tedavi uygulandı
- 3) Otelin hemşiresi tarafından tedavi uygulandı
- 4) Otelin personeli tarafından en yakın sağlık kurumuna götürüldüm
- 5) Diğer (Belirtiniz.....)

II. TÜRK MUTFAĞINA AİT YEMEKLERE İLİŞKİN GÖRÜŞLER

1-Türk mutfağı ile ilgili daha önce bilgi edindiniz mi?

- 1)Evet
- 2)Hayır

2-1. soruya yanıtınız evet ise Türk mutfağı ile ilgili nereden bilgi edindiniz?

- 1)Tanıdıklarımın
- 2)İnternette
- 3.Reklamlardan
- 4)Kitap/broşürden
- 5)Seyahat acentesinden
- 6)Okuldaki öğrenimim sırasında
- 7)Diğer (belirtiniz).....

3- Türk yemeklerini daha önce tattınız mı?

- 1)Evet
- 2)Hayır

4- 3. soruya yanıtınız evet ise Türk yemeklerini genel olarak beğendiniz mi?

- 1)Evet
- 2) Hayır
- 3) Kararsızım

5- Türkiye'ye tekrar gelmeyi düşünür müsünüz?

- 1)Evet
- 2)Hayır
- 3) Kararsızım

6- 5.soruya yanıtınız evet ise bu düşüncenizde Türk mutfağının etkisi var mı?

- 1)Evet
- 2)Hayır

7- Türkiye'de bulunduğunuz sürece Türk yemeklerini mi, kendi ülkenizin yemeklerini mi yemek istersiniz?

- 1)Türk yemeklerini
- 2) Kendi ülkemizin yemeklerini
- 3)Farketmez

8- Yaptığınız gezilerde ülkelerin kültürel değerlerini öğrenirken yemek kültürleri hakkında da bilgi alıyor musunuz?

- 1)Evet
- 2)Hayır

9- Ülkenize geri döndüğünüzde Türk mutfağını çevrenizdekilere tavsiye eder misiniz?

- 1)Evet
- 2)Hayır
- 3) Kararsızım

10-Aşağıdaki soruların karşısındaki sizin için uygun olan seçeneği işaretleyiniz.

Türk Mutfağının yemekleri	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum
1)Çok lezzetli			
2)Görünüşü çok güzel			
3)Çok çeşitli			
4)İlgi çekici			
5)Oldukça hijyenik			
6)Enerjisi yüksek			
7)Yağlı			
8)Salçalı			
9)Yağlı ve salçalı			
10)Baharatlı			
11)Sindirimi kolay			
12)Besleyici			
13)Damak tadına uygun			
14)Doyurucu			
15)İştah açıcı			
16)Sağlıksız			
17)Fazla etli			
18)Bol soğanlı, sarımsaklı			
19)Tatlılar bol yağlı ve şekerli			
20)Hamur işleri çok yağlı			
21)Kokusu hoş			
22)Pahalı			
23)Ucuz			
24)Kahvaltısı çeşitli			
24)Kokusu kötü			
25)Lezzeti kötü			
26)Tatlıların lezzeti çok güzel			

11- Aşağıdaki Türk yemeklerinden yediklerinizi ve her gruptan en çok beğendiklerinizi işaretleyiniz.

A.ÇORBALAR	Duymadım	Yedim		Yemedim
		Beğendim	Beğenmedim	
1)Domates				
2)Yayla				
3)Ezogelin				
4)Tarhana				
5)İşkembe				
6)Mercimek				
7)Sebze				
8)Düğün				
9)Paça				
10)Tavuk				
11)Mantar				
12)Şehriye				
13)Balık				
14)Soğuk yoğurtlu çorba				
15)Diğer (belirtiniz.....)				

B. ET YEMEKLERİ	Duymadım	Yedim		Yemedim
		Beğendim	Beğenmedim	
1)İskender kebab				
2)Adana kebab				
3)Bahçıvan kebabı				
4)Ciğer sarma				
5)Elbasan tava				
6)Kaburga dolması				
7) Kâğıt kebabı				
8)Kuzu kapama				
9)Tas kebabı				
10)Orman kebabı				
11)Döner kebab				
12)Saç kavurma				
13)Izgara köfte				
14)Şiş köfte				
15)Kadınbudu köfte				
16. İzmir köfte				
17)Çiğ köfte				
18)İçli köfte				
19)Kelle, paça				
20)Kokoreç				
21)Diğer (Belirtiniz)				

C. TAVUK YEMEKLERİ	Duymadım	Yedim		Yemedim
		Beğendim	Beğenmedim	
1)Izgara tavuk				
2)Haşlama tavuk				
3)Tavuk şiş				
4)Tavuk döner				
5)İç pilavlı tavuk				
6)Tavuk dolması				
7)Diğer (Belirtiniz)				

D. BALIK YEMEKLERİ	Duymadım	Yedim		Yemedim
		Beğendim	Beğenmedim	
1)Hamsi tava				
2)Hamsi kuşu				
3)Çiroz				
4)Balık ızgara				
5)Fırında balık				
6)Kiremitte balık				
7)Uskumru dolma				
8) Diğer (Belirtiniz)				

E. ETLİ SEBZE YEMEKLERİ	Duymadım	Yedim		Yemedim
		Beğendim	Beğenmedim	
1)Türlü				
2)Karnıyarık				
3)Taze fasulye				
4)Güveç				
5)Bamya				
6)Patates				
7)Bezelye				
8)Kabak musakka				
9 Patlıcan musakka				
10) Diğer (Belirtiniz)				

F. KURUBAKLAGİL YEMEKLERİ	Duymadım	Yedim		Yemedim
		Beğendim	Beğenmedim	
1)Etlı kuru fasulye				
2)Etlı nohut				
3)Zeytinyağlı				
4)Mercimekli köfte				
G. ETLİ SARMA VE DOLMALAR	Duymadım	Yedim		Yemedim
		Beğendim	Beğenmedim	
1)Asma yaprağı sarması				
2)Pazı sarması				
3)Domates dolması				
3)Patlıcan dolması				
4)Kabak dolması				
5)Biber dolma				
6)Soğan dolması				
7)Pırasa dolması				
8)İşkembe dolması				
9)Mumbar dolması				

H. ZEYTİNYAĞLI YEMEKLER	Duymadım	Yedim		Yemedim
		Beğendim	Beğenmedim	
1)Taze fasulye				
2)Enginar				
3)Pırasa				
4) İmambayıldı				
5) Kereviz				
6) Barbunya pilaki				
5) Diğer (Belirtiniz)				

I.ZEYTİNYAĞLI SARMA VE DOLMALAR	Duymadım	Yedim		Yemedim
		Beğendim	Beğenmedim	
1)Asma yaprağı sarması				
2)Domates dolma				
3)Patlıcan dolma				
4)Biber dolma				
5)Kabak çiçeği dolması				
6) Diğer (Belirtiniz)				

J. BÖREKLER-HAMUR İŞLERİ	Duymadım	Yedim		Yemedim
		Beğendim	Beğenmedim	
1)Kol böreği				
2)Sebzeli börek				
3)Peynirli börek				
4)Sigara böreği				
5)Su böreği				
6)Tepsi böreği				
7)Kıymalı börek				
8)Gözleme				
9)İspanaklı börek				
10)Mantı				
K. PİDE ÇEŞİTLERİ	Duymadım	Yedim		Yemedim
		Beğendim	Beğenmedim	
1)Etlı pide				
2)Peynirli pide				
3)Patatesli pide				
4)Karışık pide				
5)Kuşbaşılı pide				
6)Mantarlı pide				
7)Lahmacun				
8) Diğer (Belirtiniz)				

L. YUMURTA YEMEKLERİ	Duymadım	Yedim		Yemedim
		Beğendim	Beğenmedim	
1)Menemen				
2)Çılbır				
3)Omlet				
4)Sahanda sucuklu yumurta				
5)Yumurtalı ispanak				
6)Diğer(Belirtiniz.....)				

M.PILAV ÇEŞİTLERİ	Duymadım	Yedim		Yemedim
		Beğendim	Beğenmedim	
1)Pirinç pilavı				
2)Bulgur Pilavı				
3)Patlıcanlı Pilav				
4)Şehriyeli Pilav				
5) İç pilav				
6)Özbek pilavı				
7)Erişte				
8)Diğer (Belirtiniz.....)				

N. SALATALAR	Duymadım	Yedim		Yemedim
		Beğendim	Beğenmedim	
1)Çoban salatası				
2)Patates salatası				
3)Patlıcan salatası				
4)Mevsim salatası				
5)Kırmızı lahana salatası				
6)Semizotu salatası				
7)Kısır				
7)Diğer (Belirtiniz)				

O. TATLILAR	Duymadım	Yedim		Yemedim
		Beğendim	Beğenmedim	
1)Baklava				
2)Kabak tatlısı				
3)Kemalpaşa tatlısı				
4)Revani				
5)Künefe				
6)Kadayıf				
7)Hanım göbeği				
8)Şekerpare				
9)Şöbiyet				
10)Şambali				
11)İrmik helvası				
12)Un helvası				
13)Tahin helvası				
14)Çekme helva				
15)Lokma				
16)Güllaç				
17)Sütlaç				
18)Aşure				
19)Tavukgöğsü				
20)Kazandibi				
21)Höşmerim				
22)İncir tatlısı				
23)Elma tatlısı				
24)Ayva tatlısı				
25)Cezerye				
26)Lokum				
27)Hoşafklar				
28)Kompostolar				

P. İÇECEKLER	Duymadım	Yedim		Yemedim
		Beğendim	Beğenmedim	
1)Ayran				
2)Limonata				
3)Şalgam				
4)Boza				
5)Rakı				
6)Kefir				
7)Türk Kahvesi				
8.Şerbet				
9.Adaçayı				
10.Ihlamur				
11.Nane-limon				

R. MEZELER	Duymadım	Yedim		Yemedim
		Beğendim	Beğenmedim	
1)Domatesli ezme				
2)Haydari				
3)Piyaz				
4)Humus				
5)Muhammara				
6)Fava				
7)Şakşuka				
8)Çerkez tavuğu				
9)Cacık				
10)Midye dolma				
11)Turşu				
12)Pastırma				
13)Diğer (Belirtiniz.....)				

III. YABANCI TURİSTLERİN TÜRK MUTFAĞINA AİT YEMEKLERE İLİŞKİN ÖNERİLERİ

1-Aşağıdaki soruların karşısındaki sizin için uygun olan seçeneği işaretleyiniz.

Türk Mutfağının yemekleri	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum
1)Daha az yağlı olmalı			
2)Daha az salçalı olmalı			
3)Daha az tuzlu olmalı			
4)Daha temiz olmalı			
5)Daha çok sebze yemeği olmalı			
6)Daha ucuz olmalı			
7)Daha sağlıklı olmalı			
8)Önerisi yok-memnun			

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı ve Soyadı: Esra MANKAN
Doğum Yeri: Antalya
Doğum Tarihi: 04-06-1978
Yabancı Dili: İngilizce

Eğitim Durumu

Lisans : Anadolu Üniversitesi- Eskişehir- Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü, 2001.
Yüksek Lisans: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisadi İdari Bilimler Bölümü, İşletme Anabilim Dalı, 2005.
Doktora : Ankara üniversitesi- Fen Bilimleri Enstitüsü Ev Ekonomisi (Beslenme Bilimleri) Anabilim Dalı, 2012.

İş Tecrübesi

Turizm İşletmecisi 2001
Öğretim Görevlisi 2003-2008 (Zonguldak Karaelmas Üniversitesi)
Öğretim Görevlisi 2008-2011 (İzmir Üniversitesi-Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü)
Öğretim Görevlisi 2011-.....(Okan üniversitesi-Gastronomi bölümü)

Yayınları:

Uluslararası Hakemli Dergilerde Yayımlanmış Araştırma Makaleleri

Şenturan, Ş. ve Mankan , E.2009. The Effect of Wage on Mobbing at Work .Journal of Social Science of the Turkish World, 50, 189-204.

Ulusal Bilimsel toplantılarda sunulan bildiriler

- Mankan, E. 2004. Toplam Kalite Yönetiminin Verimliliğe olan Etkisi. 2. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Kongresi, Düzenleyen: Çanakkale Üniversitesi (Gökçeada Meslek Yüksekokulu), s.55-56 (Çağrılı sunum).
- Mankan, E. ve Özçelik, A.Ö. 2009. Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Çaycuma Meslek Yüksekokulu'nda Okuyan Öğrencilerin Süt, Yoğurt, Peynir Tüketim Alışkanlıkları. Pamukkale Süt ve Süt Ürünleri Sempozyumu (21-23 Mayıs 2009) Bildiriler Özet Kitabı. Akın Ofset, s.152-153, Denizli.
- Mankan, E. 2010. İşletmelerde E- ticaret Uygulamaları ve Etik Kavramı. 9. Ulusal İşletmecilik Kongresi Bildiriler Kitabı. Düzenleyen: Zonguldak Karaelmas Üniversitesi. s: 178-180. (Çağrılı sunum).

Yazılan Ders Kitapları

- Mankan, E. Sandıkçı, M. ,Duran, A. Yavaş, A. Sezer, B., Karal, G. , Çetintürk, İ. ve Bahadır, İ. 2008. Önbüro İşlemleri, Rezervasyon bölümü ve işlemleri. Lisans Yayınevi, s; 57-71, İstanbul.
- Mankan, E. Baytok, A., Gül, K., Bilgiçli, İ. Ceber, M. Kızanlıklı, M. M., Şahin, T. 2008 Turizm Ekonomisi, Turizmin ekonomik etkilerinin ölçümü. Lisans Yayınevi s; 175-209, İstanbul.
- Mankan, E. Aygün, A , Öztürk, B. Kaya, H. Turan, G.M. ve Veznikli, M. 2008. Turizm Pazarlaması, Pazarlama karması olarak turistik ürün ve fiyatlama. Lisans Yayınevi s; 55-74, İstanbul.
- Mankan, E., Pajo, A., Sandıkçı, M., Yavaş, A., Sezer, B., Karal, G. ve Aksu, M. 2009. Önbüro Yönetimi, Konaklama endüstrisinde bilgisayar kullanımı ve önbüro otomasyon sistemleri, Lisans Yayınevi, s; 165-192.
- Mankan, E. 2011. E-ticaret-Ticari yönetim dizisi, Yayın no:240, İlya Yayınları, 153 s., İzmir.
- Mankan, E. 2011. Yönetim ve Organizasyon. Yayın no:241. İlya Yayınları, 200 s., İzmir.

Mankan, E. Şenturan, Ş. Gülten, Z. Yıldız, B. Demirci, B. M., Haner, B.M. Aksakalaoğlu, H., Kamitoğlu, Z. ve Arslan, G. 2008. Yönetimsel ve Örgütsel açıdan İnsan Kaynakları Yönetimi, Toplam kalite yönetiminin işgören verimliliğine etkisi. Beta Yayınevi, İstanbul.

Yürüttüğü projeler:

Projenin adı: Turizmin parlayan yıldızı temiz gümüldür- temiz özdere (İZKA-DPT)

Web sitesi: (<http://www.temizozderetemizgumuldur.com>) Proje süresi: 15 ay

Genel amaç: Gümüldür ve Özdere sahillerinin temizlenip çevre bilincinin artırılması

Proje sahibi: Özdere –Gümüldür turizmini tanııtma altyapı birliğı

Proje ortakları: İzmir üniversitesi-Menderes Kaymakamlığı

İzmir Üniversitesinin hedefleri: Beldedeki tüm pansiyon, küçük otel ,restoran ve turistik ürün satan işletmeler, beldedeki 3 ilköğretim okulu öğrencilerine eğitim desteğı vermek

Proje koordinatörü: İzmir üniversitesi-(Esra MANKAN)