T.C.
MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

BUTİK ÜRETİM SOFRA SERAMİĞİ TASARIMINDA KULLANICI DENEYİMİ

SANATTA YETERLİK TEZİ
Samet AYGÜN

Seramik ve Cam Tasarımı Anasanat Dalı
Seramik Tasarımı Programı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Zehra Sözbir Köylü

İSTANBUL 2025

T.C.
MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

BUTİK ÜRETİM SOFRA SERAMİĞİ TASARIMINDA KULLANICI DENEYİMİ

SANATTA YETERLİK TEZİ
Samet AYGÜN

Seramik ve Cam Tasarımı Anasanat Dalı
Seramik Tasarımı Programı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Zehra Sözbir Köylü

İSTANBUL 2025

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Lisansüstü Enstitüsü tez yazım kılavuzuna uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında;

- tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel etik kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- Atıfta bulunduğum eserlerin tümünü kaynak olarak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Ücret karşılığı başka kişilere yazdırmadığımı (dikte etme dışında), uygulamalarımı yaptırmadığımı,
- Bu tezin herhangi bir bölümünü bu üniversite veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı

beyan ederim.

Samet AYGÜN

BUTİK ÜRETİM SOFRA SERAMİĞİ TASARIMINDA KULLANICI DENEYİMİ

ÖZET

Seramik, insanlık tarihi boyunca hem işlevsel hem de estetik bir obje olarak çeşitli kullanım alanları bulmuş, özellikle sofra kültüründe önemli bir yere sahip olmuştur. Bu tez çalışmasında, butik üretim sofra seramiği tasarımının kullanıcı deneyimine olan etkileri incelenmektedir. Bu kapsamda, Bodrum'daki orta-üst sınıf restoranlarda yemek sunumunda kullanılan sofra seramiklerinin, kullanıcıların fiziksel ve duyusal deneyimleri üzerindeki rolü ele alınmıştır. Seramik ürünlerin rengi, dokusu ve biçimi gibi tasarım unsurları, yemek sunumu sırasında kullanıcının duyusal ve fiziksel deneyimini şekillendirerek algıları üzerinde derin bir etki bırakmaktadır. Estetik ve işlevselliğin bu şekilde birleşmesi, kullanıcılara zengin ve tatmin edici bir yemek deneyimi sunulmasına katkı sağlamaktadır. Bu unsurlar, kullanıcının sadece bir yemek değil, aynı zamanda bir bütün olarak sunum deneyimi yaşamasını desteklemekte ve bu süreçte algıları etkileyerek daha derinlemesine bir bağ kurmasına olanak vermektedir.

Nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin bir arada kullanıldığı çalışmada literatür taraması ve saha çalışması olmak üzere iki aşamalı bir yöntem benimsemiştir. Literatür taraması; tasarım, seramik tasarımı, beslenme, gastronomi, kullanıcı deneyimi alanında yayımlanmış tezler, kitap, makale, dergi, internet vb. kaynaklara dayanmaktadır. Bodrum'daki orta-üst sınıf restoranlarda yapılan yerinde araştırma ve gözleme dayalı saha çalışmaları ise kullanıcıların katıldığı anketlerle desteklenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kullanıcı Deneyimi, Butik Üretim, Butik Seramik, Endüstriyel Seramik, Sofra Seramiği

USER EXPERIENCE IN BOUTIQUE PRODUCTION TABLEWARE CERAMIC DESIGN

ABSTRACT

Ceramics have found various areas of use throughout human history as both a functional and aesthetic object, and have an important place especially in table culture. This thesis examines the effects of boutique production table ceramic design on user experience. In this context, the role of table ceramics used in food presentation in middle-upper class restaurants in Bodrum on the physical and sensory experiences of users is discussed. Design elements such as color, texture and shape of ceramic products shape the user's sensory and physical experience during food presentation and leave a deep impact on their perceptions. This combination of aesthetics and functionality contributes to providing users with a rich and satisfying dining experience. These elements support the user to experience not only a meal but also a presentation as a whole, and during this process, they affect perceptions and allow them to establish a deeper connection.

In the study where qualitative and quantitative research methods were used together, a two-stage method was adopted as literature review and field study. The literature review is based on sources such as theses, books, articles, magazines, internet etc. published in the fields of design, ceramic design, nutrition, gastronomy, user experience. On-site research and observation-based field studies conducted in middle-upper class restaurants in Bodrum were supported by surveys with users.

Key words: User Experience, Boutique Production, Boutique Ceramics, Industrial Ceramics, Table Ceramic

ÖNSÖZ

Bu tez, uzun bir çalışma ve öğrenme sürecinin bir ürünü olarak ortaya çıkmıştır. Bu süreçte yanımda olan ve desteğini hiçbir zaman esirgemeyen kıymetli insanlara teşekkür etmek isterim.

Tez çalışmalarım boyunca bilgi ve deneyimiyle bana rehberlik eden, yönlendirmeleri ve teşvikleriyle bu süreci daha anlamlı hale getiren danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Zehra Sözbir Köylü ’ye en derin teşekkürlerimi sunuyorum.

Ayrıca, değerli katkı ve destekleriyle yanımda olan Prof. Aygün Dinçer Kırca, Prof. Burcu Karabey, Doç. Betül Güneşdoğdu, Ufuk Güneşdoğdu ve Aslı Acar Bayçöl’e teşekkürlerimi borç bilirim.

Bu sürecin zorluklarını benimle paylaşan, her zaman yanımda olan ve sevgisiyle bana güç veren sevgili eşim Merve Yıldız Aygün’e sabrı, anlayışı ve desteği için minnettarım. Ayrıca, her anımda maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen kardeşlerim Burak Aygün ve Aleyna Aygün’e, sevgili anne ve babama sonsuz şükranlarımı sunuyorum.

Tez sürecinde manevi varlıklarıyla bana güç veren tüm dostlarıma, sevdiklerime ve araştırmamda desteklerini esirgemeyen restoran sahipleri ile sorumlularına da içten teşekkürlerimi iletiyorum.

Bu çalışmanın, emeği geçen herkese bir teşekkür niteliği taşımasını ve alanında faydalı bir kaynak oluşturmasını temenni ediyorum.

Samet Aygün

Ocak 2025

Sevenlerime…

İÇİNDEKİLER

ÖZET ix

ABSTRACT xi

ÖNSÖZ xiii

ŞEKİLLER v

TABLOLAR vii

1. GİRİŞ 1

1.1. Araştırmanın Arka Planı ve Konunun Önemi 2

1.2. Araştırmanın Amacı 4

1.3. Araştırma Kapsamı 5

1.4. Araştırma Yöntemi 5

1.5. Tezin Yapısı 6

2. SOFRA SERAMİĞİ 7

2.1. Endüstriyel Sofra Seramiği 11

2.2. Butik Sofra Seramiği 15

3. KULLANICI DENEYİMİ TASARIMI 19

3.1. Kullanıcı Deneyimi Tasarımını Etkileyen Faktörler 22

3.1.1. Yemek Kültürü 24

3.1.2. Deneyim Paylaşımı (Yorum) ve Yemek Fotoğrafçılığı 26

3.2. Kullanıcı Deneyimini Etkileyen Seramik Nesneler 29

4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE BULGULAR 35

4.1. Seçilen Restoranlar 36

4.1.1. Yarı Yapılandırılmış Görüşmeler 37

4.1.2. Saha Gözlemi 40

4.2. Anket Çalışması 44
5. SONUÇ VE ÖNERİLER 61
KAYNAKÇA 67
EKLER 73
ÖZGEÇMİŞ 119

ŞEKİLLER

Şekil 1. Restoran, İskender, Lahey görseli. pixabay.com/tr/photos/restoran-iskender-lahey-denneweg-646678/ (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2024) 9

Şekil 2. Rus servisi. slideplayer.biz.tr/slide/13368234/ (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2024) 9

Şekil 3. Türk servisi. turkiyeturizmansiklopedisi.com/turk-usulu-servis (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2024) 9

Şekil 4. Birleşik masalar, Meze. https://www.united-tables.com/concepts/table-concept-levant-mezze/ (Erişim Tarihi: 29 Eylül 2024) 10

Şekil 5. Tabak üretim hattı. https://www.porland.com/uretim-teknikleri/ (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2024) 12

Şekil 6. Kaliteli yemek; Geyik eti Wellington Apéritif'te www.aperitif.com/news/why-does-fine-dining-have-small-portions/ (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2024) 14

Şekil 7. Butik üretim seramik tabak. https://sellugsk.live/product_details/34519078.html (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2024) 16

Şekil 8. Fotoğrafını çektikten 45 dakika sonrası. (Young, 2011, s.91) 27

Şekil 9. Fotoğrafını çektikten 1 saat sonrası. (Young, 2011, s.91)..... 27

Şekil 10. Yemek fotoğrafçısı tarafından çekilmiş profesyonel fotoğraf. (Restoran arşivi)..... 28

Şekil 11. Kullanıcı tarafından çekilmiş olan sunumun fotoğrafı. (Samet Aygün kişisel arşivi)..... 28

Şekil 12. Samet Aygün, Restoran etiketleri kolajı. 28

Şekil 13. Studio Appetit, İdo Garini deneyim tasarımı. https://www.instagram.com/studioappetit/ (Erişim Tarihi: 7 Eylül 2024) 29

Şekil 14. Marije Vogelzang, akşam yemeğini paylaşıyor. https://www.marijevogelzang.nl/ (Erişim Tarihi: 10 Eylül 2024)..... 30

Şekil 15. Edmund de Waal'ın Beyaz Yol tabak koleksiyonunda. Victoria and Albert Museum, London https://www.vam.ac.uk/articles/on-the-white-road-edmund-de-waal (Erişim Tarihi: 10 Eylül 2024) 31

Şekil 16. The Fat Duck Restaurant, Saf bir dünyayı keşfedin. https://www.instagram.com/thefatduck/ (Erişim Tarihi: 10 Eylül 2024) 32

Şekil 17. Tabağın arkasındaki güç. 32

Şekil 18. Restoran lokasyonlarının bulunduğu harita görüntüsü. 36

Şekil 19. Restoran 6 masa düzeni ve ambiyans. 37

Şekil 20. Restoranların hizmet saat analizi 38

Şekil 21. Restoran 5'te bulunan kullanıcılar. 41

Şekil 24. Restoran 8'de bulunan kullanıcılar. 41

Şekil 22. Samet Aygün, Föylük ön yüzey tasarımı. 42

Şekil 23. Samet Aygün, Föylük arka yüzey tasarımı. 42

Şekil 25. Seramik hediyeler. 43

Şekil 26. Ankete katılım dağılımı. 44

Şekil 27. Cinsiyet dağılımı. 45

Şekil 28. Yaş dağılımı. 45

Şekil 29. Deneyime etki eden faktörler. 45

Şekil 30. Bu restoranda servis için kullanılan sofra seramiklerinin üretim şekli. 46

Şekil 31. Restoranda servis edilen yemekle ilgili toplanan önem şeması. 48

Şekil 32. Sofra seramik tercih grafiği. 49

Şekil 33. Bu restoranda kullanılan ürünlerin **rengi**, servis edilen yiyeceklerle uyumludur. 50

Şekil 34. Bu restoranda kullanılan ürünlerin **dokusu**, servis edilen yiyeceklerle uyumludur. 50

Şekil 35. Bu restoranda kullanılan ürünlerin **biçimi**, servis edilen yiyeceklerle uyumludur. 51

Şekil 36. Bu restoranda kullanılan ürünlerin **boyutu**, servis edilen yiyeceklerle uyumludur. 51

Şekil 37. Restoranlarda kullanılan seramik sofra ürünleri öncelik şeması. 52

Şekil 38. Samet Aygün, Anket soru 4 verileriyle oluşturulan kelime bulutu. 53

Şekil 39. Restoran 1 54

Şekil 40. Restoran 3 54

Şekil 41. Restoran 2 55

Şekil 42. Restoran 4 55

Şekil 43. Samet Aygün, Anket soru 7 verileriyle oluşturulan kelime bulutu. 56

TABLOLAR

Tablo 1. Tasarımda işlev ve nesneden beklenenin örneklendirilmesi (Aygün, 2019). 13

Tablo 2. Samet Aygün, Restoranlarla gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşme veri tablosu. 39

Tablo 3. Samet Aygün, Restoranlar ve anket katılım tablosu. 43

Tablo 4. Samet Aygün, Anket soru 5 için oluşturulan restoranların kullandıkları seramik ürünler ve kullanıcı anket grafiği tablosu. 47

Tablo 5. Samet Aygün tarafından anket soru 10 için oluşturulan restoranların kullandıkları seramik ürünler ve kullanıcı anket grafiği tablosu. 51

Tablo 6. Samet Aygün tarafından anket soru 7 için hazırlanan restoran ambiyans ve seramik sofra ürünleri tablosu 59

1. GİRİŞ

Seramik, insanlık tarihinin en eski ve önemli zanaatlarından biri olarak, Neolitik Çağ'dan günümüze kadar varlığını sürdürmüştür. İlk çağlardan itibaren seramik ürünler, özellikle günlük yaşantının vazgeçilmez bir parçası olan yemek kültüründe, insanların ihtiyaçlarına yanıt veren işlevsel ve estetik bir araç olarak kullanılmıştır. Zaman içinde coğrafya, kültür ve teknolojiyle evrilen seramik üretimi, bugün hem endüstriyel hem de butik alanlarda farklı yaklaşımlar ve tasarım süreçleriyle karşımıza çıkmaktadır. İnsan hayatında kritik öneme sahip olan beslenme ihtiyacı, bu alanda üretilen seramik grubu ürünlerin çeşitliliğini artıran önemli bir faktördür. Coğrafya, kültür ve mekân etkisiyle artan bu çeşitlilik, sofra grubu seramik ürün tasarımında üretici ve kullanıcı varlığından etkilenebilmektedir.

Günümüz sofra kültürü, sadece bir beslenme aracı olmanın ötesine geçmiş; kullanıcılar için estetik, sosyal ve duyusal bir deneyim haline gelmiştir. Restoranlarda ve evlerde kullanılan seramik ürünler, yemek sunumlarının bir parçası olarak, kullanıcıların fiziksel ve duyusal deneyimlerini derinden etkileyebilmektedir. Seramik ürünün rengi, dokusu, biçimi ve genel özellikleri, sunulan yiyecekle kullanıcı arasındaki etkileşimi şekillendirirken, sofra seramiği tasarımında bu unsurların doğru bir şekilde analiz edilmesi, kullanıcı deneyiminin iyileştirilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Beslenme; eğlence ya da beslence[1] amacıyla tercih edilen restoranlar, ziyaret edenlerin kimliği, amaçları, istekleri, ziyaret saatleri ve varsa geçmiş deneyimlerine göre şekillenmektedir. Bu tercihlerin oluşmasında, restoranın genel atmosferi büyük rol oynamakta; mimariden kullanılan sofra takımlarına kadar uzanan nesnelerde bir etki zinciri oluşturmaktadır. Restoran planlama sürecinin çıktıları, bu unsurların bir araya gelmesiyle bir ürün veya hizmetin geliştirilmesine önemli bir kaynak oluşturabilir (Caru & Cova, 2003). Bu bağlamda, butik üretim sofra seramiği tasarımında da kullanıcı deneyimini etkileyen unsurların dikkatle analiz edilerek göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Butik üretim sofra seramiği tasarımında, kullanıcı deneyimini etkileyen unsurların dikkatle analiz edilmesi gerekmektedir. İşlev, seramik ürünün amacını oluştururken, kullanıcılar yalnızca işlevsellikle yetinmeyebilir ve estetik bir deneyim de talep

[1] Beslence olgusu, temel anlamıyla, yemek yemenin gündelik yaşamdaki sıradanlığından koparılmasını, beslenme ve eğlencenin iç içe geçmesi durumu özelinde kullanılacaktır.

edebilirler. Estetik deneyim, (Çulha, 2020) tüketicilerin çevreyi pasif bir şekilde gözlemleyerek yorumladıkları bir süreçtir; bu süreçte, kullanıcılar çevrenin yapısını etkilemeden ortama kendilerini kaptırabilmektedir. Özellikle turistik bölgelerde, kullanıcıların estetik talepleri daha da ön plana çıkmaktadır (Zhou, Chen, & Chou, 2021). Bodrum gibi turistik bölgelerde hizmet vermekte olan restoranların kullanmakta olduğu sofra seramiklerinin rengi, dokusu ve biçimi gibi tasarım unsurları, ürünün özgün olup olmamasına bakılmaksızın, kullanıcıların deneyimini derinleştirebilmektedir.

Bodrum, coğrafi güzellikleri, doğa ve deniz sporlarına elverişli arazileri, etkinlik imkanları ve restoranlarıyla Türkiye'nin önemli turizm noktalarındandır. Bölgeye gelen turistler, doğa ve deniz sporlarının yanı sıra, farklı gastronomik deneyimler yaşamak amacıyla burada bulunan restoranları da ziyaret edebilmektedir. Tez çalışması kapsamında, Bodrum'daki orta-üst sınıf restoranlardan bazıları, yerinde araştırma, gözleme dayalı saha çalışması ve anket uygulaması yapmak amacıyla çeşitli zamanlarda ziyaret edilmiştir.

Nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin bir arada kullanıldığı "Butik Üretim Sofra Seramiği Tasarımında Kullanıcı Deneyimi" başlıklı tez çalışmasında, literatür taraması ve saha çalışması bağlamında iki yöntem tercih edilmiştir. Literatür taramasında; tasarım, seramik tasarımı, beslenme, gastronomi, kullanıcı deneyimi alanında yayımlanmış tezler, kitap, makale, dergi, internet vb. kaynaklardan yararlanılarak alana dair kapsamlı bir veri elde edilmiş bu doğrultuda yerinde araştırma ve gözleme dayalı saha çalışması yapılmıştır.

1.1. Araştırmanın Arka Planı ve Konunun Önemi

Kullanıcı deneyimine sunulan bir ürün, yalnızca bir ürün olmaktan çok daha fazlasını ifade etmektedir. Butik üretim seramik bir tabakta sunulan yemek, servis edilen masa vb. yan elemanlardan ayrı düşünülemez. Restoran için hazırlanan sofra grubu butik seramik ürün tasarımında ürüne yüklenen işlev, yemeğe uygun bir biçime, boyuta, renge ve en önemlisi kullanıma uygun olması durumudur. İşlevsel olmasının yanı sıra estetik yönü kuvvetli olan el yapımı butik üretim seramik ürünler, servis yan ürünleri ve hatta restoran mimarisini oluşturan diğer unsurlarla bütüncül bir şekilde algılanacaktır. Yüzey dokusunda, renginde ve biçiminde üreticisinin izlerini taşıyan butik seramik ürünlerin tasarımında restoranın mimarisinden sunmakta olduğu

yiyecek ve içecek hizmetine kadar her aşama özenle düşünülmelidir. Kullanıcı ve ürün arasında kurgulanan etkileşim sürecinde bilinen ve bilinmeyen birçok etken bulunabilir. Atmosfer, iç tasarım, dekor, restoranın estetik değeri, yiyecek ve içeceklerin görüntüsü, kokusu bu etkenlerden bazılarıdır. Butik üretim sofra seramiği tasarımının kullanıcı deneyimine etkisinin irdelendiği çalışmanın arka planını yemek kültürü, gastronomi, turizm, servis ve deneyim sürecine dahil olan diğer etkenler oluşturmaktadır.

Tarih boyunca birbirinden farklı ülkelerin ve medeniyetlerin yemek kültüründen beslenen ve özgün lezzetlere sahip olan Türk mutfağı, sahip olduğu bilgi ve deneyimlerle dünya mutfaklarında önemli bir yere sahiptir. Türkiye'nin turizm kentlerinden biri olan Bodrum'un mutfak kültürü incelendiğinde, tarım ile denizcilik faaliyetlerinin yanı sıra yöresel otların bölge insanı tarafından toplanıyor ve kullanılıyor olması bölgedeki yemeklerin içeriğini de doğrudan etkilemektedir. Binlerce yıldan beri süre gelen deniz mahsulleri, mantar türleri ve zeytinyağı lezzeti ve yöresel otlar bölgede hazırlanan yiyeceklerin olmazsa olmazıdır.

Kullanıcı deneyimi için restoranda kullanılan mimari, dekor, seramik ürün, servis yan ekipman, menü ve atmosfer tasarımının bütüncül bir yaklaşımla ele alınması gerekmektedir. Her aşaması detaylı bir şekilde planlanmış deneyim süreci, servis ekibi veya personelinin doğru tutum ve yaklaşımları vasıtasıyla memnuniyet verici olabilir. Restoran içi yönlendirmelerde ve kullanıcıların siparişlerinin mutfağa iletilmesinde rol oynayan servis sorumlusu, kullanıcıların ihtiyaçlarına duyarlı olmalı ve memnuniyet düzeylerini ölçebilmelidir (Walker & Walker, 2014).

Yemek kültürü bakımından zengin olan Türkiye'de bulunan restoranlar düşünüldüğünde kullanıcı deneyimi analizlerinin, orta-üst sınıf restoranlar için hazırlanacak olan butik sofra seramik tasarım kriterlerini geliştireceği açıktır. Önceden belirlenen tarih aralığında ve bütçeyle turistik geziye çıkan kullanıcılardan bazıları unutulmaz anılar biriktirmek amacıyla restoranlara yüksek ücretler ödemeye hazırdır.

Beslenme ve eğlencenin birlikte sunulabildiği orta-üst sınıf restoranlar ve buralarda kullanılan seramik vb. ürünlerin tasarımı, kullanıcı deneyimini belirgin ölçüde etkilemektedir. Kullanıcı deneyimini önemli ölçüde etkilediği düşünülen butik üretim sofra seramikleri özelinde yapılan gözlemler, saha çalışmaları, anket ve analizlerin,

restoran işletmecilerine, şeflere, tasarımcılara ve literatüre önemli katkıları olacağı düşünülmektedir.

Kullanıcı deneyimi konusunda Türkiye'de yapılan çalışmaların yoğunluk kazanmasına karşın seramik alanında yapılan çalışmalar sınırlı kalmıştır. Butik üretim seramik ürünler kapsamında herhangi bir kullanıcı deneyimi çalışmasına da rastlanmamıştır. Bu alanda yapılan yerinde araştırma, gözleme dayalı saha çalışması ve anketler ile alana katkı sağlanması çalışmanın ana hedefini oluşturmaktadır.

1.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, Muğla'nın Bodrum ilçesinde hizmet vermekte olan orta-üst sınıf restoranlarda yapılan saha gözlemi ve anket çalışmaları ile butik üretim sofra seramiklerinin kullanıcı deneyimine etkilerini araştırmaktır. Ankete katılım sağlayan yerel halk ve Bodrum'u kısa süreliğine ziyaret eden turistlerden oluşan, farklı kültürel yapı ve düşünceye sahip kullanıcıların deneyimleri özgün çıktılar sunabilmektedir. Kullanıcı deneyimini ve butik seramiklerin deneyime etkisini anlamak amacıyla geliştirilen çalışma, bu alanda faaliyetlerini sürdüren tasarımcılara rehberlik edecektir. Ayrıca çalışmadan elde edilecek sonuçlar, bu ürün grubu için tasarım kriterlerinin belirlenmesinde, dolayısıyla kullanıcı deneyiminin geliştirilmesinde faydalı olacaktır. Araştırmanın amaçları çerçevesinde belirlenen araştırma soruları aşağıda yer almaktadır:

1) Kullanıcı deneyimi nedir?
2) Restoranlarda kullanıcı deneyimini etkileyen faktörler arasında **butik sofra seramikleri/ özel üretim sofra seramikleri** nasıl bir yer tutmaktadır?
3) Restoranlarda kullanılan **butik sofra seramikleri/ özel üretim sofra seramikleri** kullanıcı deneyimini nasıl etkilemektedir?

Butik sofra seramiklerinin kullanıcı deneyimine etkisinin araştırıldığı bu çalışmanın amacı ve konusu bu bağlamda biçimlendirilmiş ve araştırma aşamaları aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

Araştırma Aşamaları

a. Restoran ziyareti, ön görüşme
b. Restoranın tanımlanması, yarı yapılandırılmış görüşme
c. Sahada gözlem, veri toplama
d. Anket ve Analiz

1.3. Araştırma Kapsamı

Temel bir ihtiyaç olan beslenme alışkanlığı kültüre ve bölgeye bağlı olarak çeşitlilik göstermektedir. Çeşitli ürün ve hizmete erişim olanağı sağlayan Bodrum, özellikle yaz turizmi için önemli bir destinasyondur. (Çulha, 2020), turizm endüstrisinde tüketim sonrasında kullanıcıların somut bir ürün ile olmasa dahi her zaman deneyim ile ayrıldıklarını vurgulamıştır. Bu bağlamda kullanıcı deneyimi konusu önemli bir turizm destinasyonu olan Bodrum'da hizmet veren orta-üst sınıf restoranlar için önem kazanmaktadır.

Seramik, en temel anlamıyla pişmiş toprak olarak tanımlanabilir. Endüstri ve atölyelerin sıklıkla kullandığı bu malzeme, inorganik yapısı ve kolay erişilebilirliği nedeniyle her dönem önemini korumuştur. İnsan ihtiyaçlarına yanıt olarak sağlık, mimari, savunma sanayi, uzay ekipmanları ve mühendislik alanlarında kullanılmış ve kullanılmaya devam etmektedir. Ancak, bu tez çalışması butik üretim sofra seramikleri özelinde kullanıcı deneyimine odaklandığı için, seramiğin genel özellikleri ve geniş kullanım alanları bu kapsamın dışında bırakılmıştır.

Tarih boyunca işlevsel yönüyle ön planda bulunan sofra seramikleri, bilinen işlevi dışında sanatsal bir ifade biçimi olarak sanatçılar tarafından kullanılagelmiştir. Ancak, sanatsal bir ifade biçimi taşıyan bu çalışmalar kapsam dışı bırakılmıştır.

Restoranların mimari özellikleri, iç mimaride kullandıkları ürün çeşitliliği, dekor ve ambiyans unsurları ile yiyecek ve içecek sunumunda kullanılan servis ekipmanları, kullanıcı deneyimiyle doğrudan ilişkilidir. Ancak restoranlar, birçok farklı ürünün bir araya gelmesiyle oluşan mekanlar olduğundan, bu çalışmada butik üretim sofra seramikleri özelinde konu ele alınmıştır. İşlevsel kaygının ön planda olduğu, estetik açıdan güçlü sayılabilecek butik üretim seramik ürünler, çalışma kapsamında araştırılmıştır. Tezin araştırma kapsamını oluşturan butik üretim seramik ürünler; renk, doku, biçim ve işlev gibi unsurlar çerçevesinde incelenmiştir.

1.4.Araştırma Yöntemi

Kullanıcı deneyiminin butik üretim sofra seramik ürünleriyle olan ilişkisini saptamak amacıyla, sofra seramik tasarımının geçirdiği evreler incelenmiş ve bu süreçlerin yemek kültürüyle olan ilişkisi detaylı bir literatür taraması ile araştırılmıştır. Ayrıca, bu tasarım süreçlerinin kullanıcı deneyimine etkileri de ele alınmıştır.

Kullanıcıların tercih ettikleri orta-üst sınıf restoranlar hakkında bilgi edinmek amacıyla restoran işletmecileri ya da şefleriyle yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Restoranlarda kullanılan ürünler gözlemlenmiştir. Kullanıcı profilini ve davranışını anlayabilmek için birkaç kez tekrarlanan saha çalışması/saha gözlemi yapılmıştır. Saha çalışmalarından ve yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen veriler doğrultusunda, butik üretim seramik sofra ürünler ile kullanıcı deneyimi arasındaki ilişkiyi anlamak amacıyla bir anket çalışması oluşturulmuş ve uygulanmıştır.

Anket çalışmalarının orta-üst sınıf restoranlarda beslence amacıyla bulunan kullanıcılara gönüllülük esasına dayanarak uygulanıyor olması, veri toplamayı yavaşlatıp, güçleştirdiğinden, katılım oranını yükseltmek amacıyla ankete katılım sağlayanlara çeşitli seramik hediyeler dağıtılmıştır. Nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin birlikte benimsendiği bu çalışma kapsamında hazırlanan ve 13 sorudan oluşan anket, 8 restoranda 312 kullanıcının katılımıyla tamamlanmıştır.

1.5. Tezin Yapısı

Tezin ikinci bölümünde sofra seramiği başlığı altında sofra, servis, kültür olgularının tarihsel süreç içerisinde gelişimi anlatılmaktadır. Endüstriyel ve butik olmak üzere iki alt başlıkta ele alınmış olan sofra seramiği özelinde işlev ve estetik kavramlarının, benzer amaçlar doğrultusunda tasarlanan endüstriyel ve butik üretim ürünlerin ayrımında nasıl rol oynadığına yer verilmiştir.

Üçüncü bölümde ise kullanıcı deneyimi tasarımının seramik sektöründeki kullanımına yer verilmiştir. Kullanıcı deneyiminin ve kullanıcı deneyimi tasarımının ne olduğu anlatılmıştır. Kullanıcı deneyiminin butik üretim seramik ürünlerle ilişkisinin irdelendiği bu bölümde deneyim sürecine etki eden faktörlerden yemek kültürü, sofra seramiği özelinde incelenmiştir.

Dördüncü bölümde çalışmada kullanılan araştırma yöntemi ve araştırma aşamaları detaylı olarak anlatılmaktadır. Bu bölümde restoranları belirlerken dikkat edilen unsurlara yer verilmiş, nitel araştırma yönteminin çalışmaya katkıları tartışılmış, ön saha çalışması ile araştırma aşamaları ve analiz süreci anlatılmıştır.

Beşinci sonuç ve öneriler bölümünde saha gözlemleri ve anketlerden elde edilen veriler analiz edilmiştir.

2. SOFRA SERAMİĞİ

Beslenme, insanın doğumu ile başlayan ve yaşamı boyunca devam eden varoluşsal bir ihtiyaçtır. İnsanın beslenirken kullandığı birçok ürün arasında yer alan sofra seramikleri, kültüre ve ihtiyaca bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Bireyin, çeşitli durum ve mekanlarda yediği yemekten aldığı tat ve duyduğu mutluluk ile kendini ve çevresini bir ölçüde tanımlıyor olması, yemek yeme durumunu ihtiyacın ötesine taşımaktadır. Roland Barthes (1997) için beslenme olgusu, bir iletişim sistemi, bir izlenim, bir tutum ve davranışları etkileyen gelişime açık bir alanı tanımlamaktadır. Bireyin yaşadığı toplumun temel özelliklerine ve kültürel yapısına bağlı gelişim gösteren yemek yeme alışkanlığı zaman içerisinde değişime uğramış, uğramaya da devam etmektedir. Öyle ki, yerleşik toplumlarda bulunan masa düzeni göçebe toplumlarda yer sofrası olarak ortaya çıkmaktadır. Toplumların yaşam biçiminde görülen değişim ve artan refah düzeyiyle beraber yemek kültürleri de değişime uğramıştır. Kırsal bölgelerde yer minderine otururak siniden yemek yeme kültürü süregelirken, Türk toplumuna özgü sini ve yer minderi kullanımına şehir hayatında rastlamak güçtür. Şehirlerde masa ve sandalye kullanımının yaygın olduğu bilinmektedir. Cemalettin Sevim (2017), 19. yüzyıl sonunda yaşam koşullarının iyileştiğini ve buna bağlı olarak toplumların bilinçlendiğini, sofra adabının gelişim gösterdiğini, sunum ve servislerde değişimlerin gözlemlendiğini aktarmaktadır.

Uzak Doğu'dan gelen ve kendine has özellikleriyle bilinen ürünlere erişmek yerel ürünlere oranla pahalı ve zahmetlidir. Bununla birlikte kullanıcı, ürünlerin temin edildiği kültüre ait imgeler ve servis biçimleri talep edebilmektedir. Kültürlerin özgün yemekleri olabileceği gibi bu yemeklere özel servisleri de bulunabilmektedir. Hayati Beşirli (2023), toplumları var eden etnik kimliklerin yemek ile yoğun bir ilişki içerisinde olduğunu, toplumların hazırladıkları yerel yemekler ve geliştirdikleri sunum teknikleri vasıtasıyla ayrıcalık ortaya koyduklarını belirtmiştir. Belli başlı yerel yemeklerle, yemek yeme biçimleriyle ya da tercih edilen tüketim mekanlarıyla ayrıcalık oluşturmaya çalışan bireyler ve topluluklar, yemeğin toplumsal yapıdan ayrı düşünülemeyeceğini bizlere göstermektedir.

Yemeğin hazırlık aşamasında kullanılan malzemeler, kültürel farklılıklara, coğrafi bölge koşullarına ve toplulukların inanışlarına bağlı olarak çeşitlilik gösterebilmektedir. Asya kıtasında yaşamını sürdüren bazı bireylerin protein kaynağı olarak böcek tüketmeleri normal görülürken, Avrupa kıtası genelinde böyle bir duruma

rastlamak güçtür. Böylesi bir durum inanç farklılıklarında da görülebilmektedir. Örneğin, Müslüman bir kimsenin domuz eti tüketmesi dini açıdan sakıncalıdır.

Yemek hazırlık ve servis aşamasında çeşitli ürün ve tekniklerden faydalanıldığı bilinmektedir. Yemeğin servis edildiği alan olarak kabul edeceğimiz sofra, kullanım alanlarına bağlı olarak farklı anlamlar barındırmaktadır. Türk Dil Kurumu Sözlükleri anlamıyla sofra, "masa, sini vb. şeylerin, yemek yemek üzere hazırlanmış durumu" ve "Genellikle tekerlek biçiminde, üzerinde yemek de yenebilen ayaklı hamur tahtası" şeklinde tanımlanmıştır (TDK, Güncel Türkçe Sözlük, 2022). Tez kapsamında, yemek yenilecek alanın yerde ya da yüksekte kurgulanmış oluşuna, geometrik şekline ve materyaline bakılmaksızın yemeğin servis edildiği ve tüketildiği alan, sofra olarak adlandırılacaktır. Ayrıca, sofra gibi farklı çağrışımlar yaratabilecek olan servis, "Sofrada hizmet etmekle görevli kimsenin yaptığı iş ve bu işin yapılma biçimi, sofra hizmeti", "Yemekte gerekli olan tabak, çatal, bıçak, kaşık, peçete vb. şeylerin tümü" ve "Bir yönetimde, bir kurum veya kuruluşta, bütünün bir parçasını oluşturan iş, hizmet; bu işin yapıldığı yer" gibi çeşitli anlamlara karşılık gelmektedir (TDK, Güncel Türkçe Sözlük, 2023). Tez kapsamında servis, yemeğin hazırlandığı alandan sunumun gerçekleştirildiği sofraya uzanan bütüncül bir süreci aktarmaktadır.

Walker ve Walter (2014), yemeğin mutfakta hazırlandığı, tabağa çekici şekilde yerleştirildiği ve yemek odasına taşınarak kullanıcıya sunulduğu süreci Amerikan servisi olarak tanımlamaktadırlar. Bu tanım doğru olmakla birlikte eksiktir. Dünyanın birçok ülkesinde kültürel farklılıklar ve kullanılan ürünlere bağlı olarak çeşitli servis yöntemleri kullanılmaktadır. Orta-üst sınıf restoranların sıklıkla tercih ettiği masaya servis yöntemi, Amerikan servisinden yararlanan mutfaktan masaya uzanan bir plan haritası içermektedir. Masa servisi, mutfaktan masaya bütüncül bir yaklaşıma sahip olması nedeniyle birçok servis biçiminden ayrışmaktadır. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü (AEGM) masa servis sürecini, "yiyecek ve içeceklerin servis görevlisi tarafından tabak, tepsi veya servis arabaları ile konuğun oturduğu masaya kadar getirilip, boşlarının yine servis görevlisi tarafından kaldırıldığı bir servis çeşidi" şekliyle tanımlamıştır (Bakanlığı, 2009).



Şekil 1. Restoran, İskender, Lahey görseli.
pixabay.com/tr/photos/restoran-iskender-lahey-denneweg-646678/ (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2024)

Servis, hazırlanan yemeğin, servise hazır edilen seramik tabağın, hatta ve hatta restoranın mimari tasarımının kullanıcı tarafından istenilen biçimiyle algılanabilmesi için kritik öneme sahiptir. Bu hizmet, çeşitli yöntemleri de bünyesinde barındırmaktadır. Bunlar Fransız servisi, İngiliz servisi, tabak servisi, Rus servisi, gueridon servisi ve Türk servisi yöntemi olarak sıralanabilir. Örneğin, gueridon servisinde yemek kullanıcı önünde gueridon üzerinde hazırlanıp porsiyon edilerek servise sunulurken Türk servisinde önceden hazırlanmış soğuk mezelerden oluşan bir tepsi ya da araba kullanıcının beğenisine sunularak seçim yapması beklenir. Kullanıcının seçtiği mezeler, sıcak servisi açılana dek masada bırakılır, kullanıcının tabağına alması beklenir. Gueridon, Rus ya da Türk servisi fark etmeksizin tercih edilecek yöntemden bağımsız hazırlanan ürün/ürünler çoğunlukla sofra seramikleriyle servis edilmektedir. (Şekil 2,3)





Şekil 2. Rus servisi. slideplayer.biz.tr/slide/13368234/ (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2024)
Şekil 3. Türk servisi. turkiyeturizmansiklopedisi.com/turk-usulu-servis (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2024)

Seramik, çeşitli sektörlerde ihtiyacı karşılamak adına birçok alanda kullanılmaktadır. En temel ihtiyaç olan beslenme sürecinde rol alması nedeniyle bireylerin hemen hemen her gün karşılaştıkları seramik ürünlerin başında sofra eşyaları gelmektedir. Seramik sofra eşyaları bazen yemeği pişirmek için bir kap, bazen de yemeği sunmak için bir tabak formuna bürünmüştür.



Şekil 4. Birleşik masalar, Meze.
https://www.united-tables.com/concepts/table-concept-levant-mezze/ (Erişim Tarihi: 29 Eylül 2024)

Öğün fark etmeksizin yemek için kurgulanan bir sofrada servis ve sunum birçok ana ürün ve yan üründen meydana gelmektedir. Seramik ürünler, kurulacak olan masaya ve tüketilecek olan gıdaya bağlı çeşitlilik göstermektedir. Çorba servisi için kullanılan kâse ve yemek servisi için kullanılan çukur tabak, sofra seramik ürünlerinin birkaçını oluşturmaktadır. Çay fincanı, kahve fincanı, kayık tabak, meze tabağı gibi seramik ürünlerin yanı sıra sofralarda bulunan tuzluk, biberlik, kürdanlık ve peçetelik gibi ürünler de sofra seramiği ailesinin küçük ebatlı ürünleridir. Gıdaya uygun ürünlerin servisi için ideal tasarımlara sahip sofra seramikleri, bünye dayanımı, geometrik yapısı, yüzey dekoru gibi biçimsel farklılıklar barındırmaktadır.

Çoğunluğunu endüstrinin ürettiği sofra seramikleri, kültürel altyapıya, tercih edilen hammaddeye, tasarlanan yüzey motiflerine, kullanımı hedeflenen mutfağa bağlı olarak çeşitlenmektedir. Servis sürecinin olmazsa olmazı seramik ürünler, varlığı gereği günceli takip etmektedir. Seramik endüstrisinin yanı sıra trend ve değişen talepleri takip eden küçük ölçekli atölyeler, sofra seramiği özelinde yaptıkları özgün tasarım ve üretimlerle bu alanda fark yaratabilmektedir.

2.1. Endüstriyel Sofra Seramiği

İnsanların ihtiyaçları ve dünya nüfusu, paralel denklemde hızla artış göstermektedir. 18. yüzyıl'da yaşanan Sanayi Devrimi, kente yapılan göç hareketini ve tüketim ürünlerine olan talebi karşılama noktasında rol oynamıştır. Küçük ölçekli atölyelerin yerini alan orta-büyük ölçekli endüstriler güçlerini buharla çalışan makinelerden almışlardır. Avrupa'da başlayıp Dünya'nın farklı bölgelerine yayılan devrimin olumlu ve olumsuz etkileri olmuştur. Birçok sektörde var olan talebi karşılamak üzere sistemsel ve planlı üretimi benimseyen endüstriler kurulmuştur. Oxford Languages and Google (OLAG), Fransa kökenli *industriel* sözcüğü "fabrikalarda hammaddelerin işlenmesi ve malların imalatı ile ilgili ekonomik faaliyet" olarak belirtilmektedir (Industry, 2023). Endüstriyel seri üretim, birbirine bağlı birimlerin ve bu birimlerdeki tasarımcı, zanaatkar ve işçilerin ortak bir amaç doğrultusunda üretim gerçekleştirmesidir. Ürün bünyesini oluşturan hammaddelere ve pişirim sıcaklığına bağlı çeşitlilik gösteren endüstriyel seramiklerden biri de sofra seramikleridir. Kendine özgü üretim sürecine ve yöntemine sahip olan sofra grubu seramik ürün üretim bandı sıklıkla tasarım, masse, şekillendirme, sırlama, pişirme, dekorlama, mamül denkleminde kurgulanmaktadır. Bu alanda farklı üretim bantları bulunmasına rağmen işleyiş bakımından üretim bantlarının tümü benzer özellikler göstermektedir. Üretim bantlarının işleyişine bakıldığında, masse (bünye) hazırlık süreci hammadde, su ve katkı malzemelerinin karıştırılmasından oluşmaktadır. Plastik şekillendirme, döküm ve kuru pres gibi şekillendirme yöntemleri tasarıma ve olanaklara bağlı olarak tercih edilmektedir. Sırlama, işletmenin benimsediği üretim yöntemine bağlı olarak bisküvi pişirimi öncesi veya sonrası yapılabilmektedir. Ürün tasarımına bağlı olarak dekor uygulaması yapılabilir. Kalite kontrolden onay alan mamuller paketlenerek stoklanır/sevk edilir. Planlı bant sistemi, endüstrilere ne kadar zamanda kaç adet mamul elde edileceğini öngörme fırsatı sunmaktadır. Niceliksel olarak büyük ölçekli üretim yapmanın avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır. İşletmelerin bünyesinde bulunan teknoloji ve makinelerin gelişimine paralel yeni, çeşitli, pratik, kaliteli ve daha hızlı üretim yapılabilmesine karşın küçük ölçekli taleplerin üretim bandında yer alması güçtür. Endüstriyel sofra seramikleri, estetik bakımdan birbirinden farklı beğenilere hitap etmede yetersiz kalabilmekte ve bu durum, birbirine benzeyen ürünlerin hızla artmasına yol açabilmektedir.



Şekil 5. Tabak üretim hattı.
https://www.porland.com/uretim-teknikleri/ (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2024)

Hammaddeye erişim, endüstriyel üretim sürecinin önemli bir ayağını oluşturmaktadır. Kaolin, silis, alüminyum oksit gibi seramik üretiminde kullanılan hammadde kaynakları bakımından zengin çeşitliliğe sahip Türkiye, bu alanda kurulmuş büyük ölçekli tesislere ev sahipliği yapmaktadır. Sahip olduğu hammadde kaynakları sayesinde "çok az ithal girdi ile çok yüklü ihracat yapabilme kabiliyetine sahip" olan seramik sektörü, "katma değerli ürün üretme" ve bu ürünleri ihraç etme noktasında ülkemizin en başta gelen önemli sektörlerinden bir tanesidir (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2020).

Seramik endüstrisinin üretmekte olduğu yer/duvar karosu, sağlık grubu vitrifiye ürünleri, sofra eşyaları ve mutfak eşyaları gibi ürünlerle gündelik hayatımızda sürekli karşılaşmaktayız. İşlevselliği ve kullanım kolaylığı göz önüne alındığında, sofra eşyaları ve sağlık grubu vitrifiye ürünleri seramik endüstrisinin üretim bandını oluşturmaktadır. Sofra seramikleri, gündelik yaşantının akışında göz ardı edilebilmesine karşın sıklıkla kullanılan ürünlerin başında gelmektedir. Günceli her dönem takip eden işletmeler, seramik ürünlerin tasarım sürecinde çeşitli sektörlerden tasarımcı ya da sanatçılarla iş birlikleri yapmaktadırlar.

> Günümüzde endüstri ürünlerinin sanat aracılığıyla kendisine pazarda yer bulma istekleri ve sanatın artık rekabet unsurlarından biri haline gelmesi, onu aynı zamanda yaşamın içinde daha çok ve daha görünür kılınmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda, birçok fabrika ve kuruluş sanatçılarla iş birliğine giderek özgün/özgür koleksiyonlar ortaya çıkarmak istemektedirler. Bünyelerinde çalıştırdıkları tasarımcılara ek olarak özel koleksiyonlarla prestij serileri oluşturmayı hedeflemektedirler. (Karakaya, 2014)

Sofra grubu seramik ürünler, kullanım alanına, üretildiği coğrafyanın hammadde kaynaklarına, kullanıcı taleplerine, kültürel altyapıya ve teknik beceriye bağlı çeşitlilik

göstermektedir. Dayanıklı olması sebebiyle endüstriyel sofra seramik ürün bünyelerinde kaliteli sert porselen kullanımı oldukça yaygındır. Sır-altı veya sır-üstü dekorların kullanımıyla ürün yelpazesi günden güne gelişmiştir. Seramik endüstrisi tarafından estetik kaygılarla şekillendirilen sofra grubu seramik ürün yüzeylerine doku aktarımı, dekor uygulaması, renkli sırlama gibi uygulamalar yapılmaktadır. Estetik kaygılarla gerçekleştirilen bu vb. uygulamalar, üretimi yapılan ürünün pazarda yer bulmasını kolaylaştırabilmektedir. İsmail Tunalı (2002), özü gereği bir sanat yapıtının estetik olması gerektiğini ancak teknik ürüne gelindiğinde burada ilk planda gelenin işlev olması gerektiğini belirtmektedir. Öyleyse, işlevsel olma durumu sofra grubu seramik bir ürünün vazgeçilmez koşuludur. Nigan Bayazıt'a (2008) göre teknik bir seramik ürünün tasarlanmasını gerekli kılan tüm amaçlar eyleme dönüştüğünde işlev ortaya konulmakta ve bu işlev bütün yardımcı işlevlerin birleşiminden oluşmaktadır. Bu nedenledir ki işlev, ihtiyaç duyulan ilişkilerin ve parçaların bütüncül birleşimidir. Seramik biçimlerinden olan bardak, tabak, çanak, testi vb. ürünlerden sıvı ya da katı bir maddeyi taşıması, depolaması, servis veya pişirim aşamasında kullanılması beklenebilir. Kendilerinden beklenileni karşılayarak işlevselliklerini gösteren seramik biçimler, süreç içerisinde ihtiyaca bağlı olarak çeşitlilik göstermektedir. Öyleyse seramikte işlev, üründen bekleneni en iyi şekilde yerine getirme durumudur.

Tablo 1. Tasarımda işlev ve nesneden beklenenin örneklendirilmesi (Aygün, 2019).

Bir seramik bardak, iç boşluğa sahip olmalıdır.	Görevi, iç boşluktaki malzemeyi tutmaktır.
Bir seramik klozet, insan vücuduna uygun olmalıdır.	Görevi, dışkıyı kanaldan göndermek ve temizlenebilir olmaktır.
Bir seramik karo, çevresel koşullara uygun olmalıdır.	Görevi, kullanıldığı mekânsal özelliklere göre farklılık gösterebilmektedir.

Endüstriyel sofra seramik ürünlerin işlevselliğini muhafaza ederek özgün ve estetik biçimler ortaya çıkaran tasarımcılar, içinde bulunduğumuz yüzyılda bu alana büyük katkılar sağlamışlardır. Kullanıcı ihtiyacını, talebini ve beklentilerini karşılamak amacıyla tasarımlarını geliştirdikleri süreçte dış koşullara bağımlı hareket ettiklerini de kabul etmektedirler. Tasarımcı, günün talep ve koşullarına uygun seramik ürün tasarımında malzeme, üretim, maliyet gibi sınırlılıkları da tasarımına dahil etmektedir. Bu durum, tasarımcı ve sanatçı arasındaki ayrımı ortaya koyan önemli bir göstergedir.



Şekil 6. Kaliteli yemek; Geyik eti Wellington Apéritif'te
www.aperitif.com/news/why-does-fine-dining-have-small-portions/ (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2024)

Sanatçı ve tasarımcıların endüstriyel sofra seramik üretim sürecine dahil olmasıyla birlikte klasik ve karakteristik üretim kalıplarından uzaklaşarak, farklı biçim ve tarzlara sahip seri üretim kullanım eşyalarına erişim imkânı artmıştır. Uluslararası pazarda fine dining[2] konsepte uygun endüstriyel sofra seramik çeşitliliğinde yaşanan artış ve erişim kolaylığı, restoranların bu alana olan ilgisini arttırmıştır. Seramik alanında alışılmışın dışında biçimlerin ortaya çıkmaya devam etmesi, bu alanda rekabetin artmasına ve yeni üretim alanlarının açılmasına neden olmaktadır.

Nasıl ki Bauhaus, endüstri devrimi sonrası seri üretime karşı ortaya çıkan Arts and Crafts hareketine karşın, endüstri ve el işçiliğini ortak paydada buluşturan bir ekol olduysa, günümüzde de butik sofra seramiklerinde benzer bir yaklaşımı görmekteyiz. Butik üretim sofra seramikleri, el işçiliğinin inceliklerini ve özgün tasarım anlayışını modern üretim teknikleriyle birleştirerek, estetik ve işlevselliği bir arada sunmaktadır. Bu yaklaşım, endüstriyel üretimin tekdüzeliğine alternatif olarak, farklı beğenilere hitap eden ve kişiselleştirilmiş ürünler oluşturma imkânı sağlamaktadır.

[2] Fine dining tanımı, "müşterilerin kaliteli yemek ve kusursuz hizmet için restoranlara yüksek ücret ödediği, tam hizmet veren bir restorana atıfta bulunmak için ima edilmektedir" (Harr, 2008)

2.2. Butik Sofra Seramiği

Fransa kökenli butik 'boutique' kelimesi TDK sözlüğünde "giyim ve süs eşyası satılan dükkân" şeklinde karşılık bulmaktadır (TDK, Güncel Türkçe Sözlük, 2022). Halk arasında da sıklıkla kullanılan bu kelime, özel tasarım ürün üretimine de karşılık gelebilmektedir. Küçük ölçekli atölye veya stüdyolarda yapılan butik seramik üretimi, endüstri devrimi öncesi dönemde olduğu gibi insan emeğinin yoğun olduğu alanlardır. Dekorasyon ürünlerinin, aksesuarların, bahçe seramiklerinin ve sofra grubu seramiklerin üretildiği bu alanlarda sofra grubu seramik ürünler ön plana çıkmaktadır. Kullanıma yönelik tasarlanan ve kullanıcının beğenisine sunulan sofra grubu butik seramik ürünler, işlevsel olmakla birlikte estetik yönü kuvvetli olan el yapımı ürünlerden oluşmaktadır. Hizmet alanında varlık göstermekte olan bazı orta-üst sınıf restoranlar, butik seramik ürünler için tasarımcılarla, atölyelerle veya tasarım ofisleriyle çalışabilmektedirler. Restoran için hazırlanan sofra grubu butik seramik tasarımında ürüne yüklenen işlev, yemeğe uygun bir biçime, boyuta, renge ve en önemlisi kullanıma uygun olması durumudur. Tasarım sürecinin istenilen amaca cevap veren bir düşünce olduğunu belirten Nesrin Önlü (2010), hem işlevselliğin hem de yaratıcılığın tasarımın bünyesinde var olduğunu ancak burada öncelikli olanın işlev olduğunu vurgulamaktadır. Seramik bir tabak veya fincan işlevini yerine getirmesine rağmen kullanıcının farklı beklentilerini karşılamakta yetersiz kalabilmektedir. Günümüzde tasarlanan bir ürünün yaratıcı olması gerektiğini belirten Özlem Alp (2009), çağın en önemli kavramı ve gereği olan yaratıcılık durumunun işlevsel ve estetik olanı bir arada sunabilme kabiliyetinden oluştuğunu belirtmektedir.

Sofra grubu alanında üretilmekte olan butik seramik ürünlerle endüstriyel seramik ürünler arasında benzerlikler olmasına karşın endüstriyel bir ürün renk, doku ve biçim konusunda bazı sınırlılıklara sahiptir. Butik seramik üretiminde esnetilebilen bu sınırlılıklar, alışılmış biçimlerin ve yüzey değerlerinin dışında farklılık gösterebilen form tasarımlarının oluşmasına olanak sağlamaktadır. Genellikle orta-üst sınıf restoranlar tarafından tercih edilen sofra grubu butik seramik ürünler, farklı form, doku, renk ve desenlere sahip özgün tasarımlardan oluşmaktadır. Ayrıca, özgün form ve dokularla kullanıcıların ilgisini çekmeyi başaran sofra grubu butik seramik ürünler, hijyenik anlamda gıdaya uygun olan çamur (terracota, akçini, porselen) ve sırlardan üretilmektedir.



Şekil 7. Butik üretim seramik tabak.
https://sellugsk.live/product_details/34519078.html (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2024)

Marka kimliği oluşturmak ya da yansıtmak isteyen restoranlar, işletme değerlerini ve ruhunu kullanıcıya aktarabilmek adına dikkat çeken, uyaran, farklı sofra grubu butik seramik ürün tasarımlarını tercih edebilmektedirler. Kullanıcıların yaşayan insanlar olduğunu ve deneyimleme arzusunun bir talep olmaktan öte bir ihtiyaç olduğunu belirten Caru ve Cova (2003), kullanıcıların uyarılmak, eğlendirilmek, eğitilmek ve zorlanmak istediklerini aktarmaktadır. Şeflerin, pazarlamacıların ve işletmecilerin kullanıcı deneyimine odaklanmaya başlamasıyla birlikte oluşan sofra grubu butik seramik ürün talebi, bu alanda üretim yapmakta olan seramik atölyeleri ve stüdyoları tarafından karşılanmaktadır. Hazırladıkları yiyecek ve içecekleri butik seramik ürünlerle sunabilen, kullanıcılarını anlayabilen ve anlamlı deneyimler sunmayı başarabilen restoranlar, kullanıcıları için unutulmaz deneyimler sunarak hayatlarının bir parçası haline gelebilecek bir restoran markası oluşturmaktadır. Aşağıda verilen ve mezenin sunulduğu kâseye de vurgu yapan alıntıdan anlaşılacağı üzere sofra eşyaları yeme içme deneyiminin bir parçası haline gelmekte ve sunulan yiyecekten alınan hazzı etkilemektedir: “O kadar basit ki, belki güzelliği de oradan geliyor. Dövülmüş sarımsak ve ceviz, beyaz peynir ve dereotuyla karıştırılıp, beş santim çapında beyaz seramik bir kâsede, üzerine dikili maydanoz eşliğinde masanıza geliyor” (Gönenç, 2015).

Kullanıcı, butik seramik bir tabakta servis edilen yemek ile servis yan ürünlerini ve hatta mekânı bütüncül bir şekilde algılamaktadır. Öyle ki, tasarım sürecinde yalnızca restoranın sunduğu yiyecek ve içeceklere odaklanmak bir anlamda eksik kalabilmektedir. Tasarımcının, mekânı algılaması, mutfak işleyişini ve servis sürecini gözlemlemesi, tasarım ve üretim süreci için önemlidir. Sofra grubu butik seramik ürünlerin bünye dokuları, renkleri, biçimleri yukarıda belirtilen durumlar göz önünde bulundurularak tasarlanmalıdır. Atölye üretimi yapmakta olan seramikçilerin, geleneksel sofra eşyası üretimleri yerine estetik ve ekonomik değeri yüksek sofra grubu butik seramik ürünler ürettiklerini belirten Hasan İn (2023), kupa, kâse, tabak vb. işlevsel ürünlerin dahi el yapımı, mütevazı, organik biçimler olarak tasarlanmaya ve pazarlanmaya çalışıldığını belirtmektedir.

Butik üretim seramik ürünler, yiyecekleri muhafaza ve servis etmekten çok daha fazlasını bünyesinde barındırmaktadır. Estetik yönüyle etkili bir obje olmanın ötesinde yapanın kişiliğinden izler taşımaktadır. El işçiliğiyle üretimi gerçekleştirilen butik sofra seramiklerinin, insan emeği ve tecrübesine dayanması sebebi ile nesne-değer oranı yüksektir ve bu endüstriyel bir seramik ürünün ulaşamayacağı bir özelliktir. Makine üretiminin kusursuzluğuna karşı el yapımı seramik ürünlerin samimi nitelikleri ön plana çıkmaktadır. Bernard Leach (1940), "üretim süreçlerinin tamamını veya tamamına yakınını kendi elleriyle gerçekleştiren bireysel çömlekçinin veya çömlekçi-sanatçının eserinin estetik kategoriye ait olduğu ve sanayileşmiş imalat veya seri üretim operasyonlarının bitmiş sonucunun başka ve oldukça farklı bir kategoriye ait olduğunu" belirtmektedir.

Restoran ve restoran kullanıcısının talep ve beklentileri doğrultusunda tasarlanan sofra grubu butik seramik ürünler, şef ve ekibi tarafından hazırlanan yiyecek ve içeceklerle birlikte kullanıcının beğenisine sunulmaktadır. Bu anlamda, şef ve ekibi tarafından hazırlanan yemeklerin biçimsel özelliklerine, renklerine ve boyutlarına uygun sofra grubu butik seramik ürün tasarımı önem kazanmaktadır. Sunum süreci ve yönteminin yiyecek ve içeceğin tadıyla ilişkili olduğu düşünüldüğünde, yiyecek ve içecekten duyulan hazzın tasarımla doğrusal bir bağlantı içerisinde olduğu varsayılabilecektir. Öyleyse, şef ve ekibi hazırladıkları ürünleri ön plana çıkaracak seramik sunum ekipmanlarına ihtiyaç duyabilmektedirler.

3. KULLANICI DENEYİMİ TASARIMI

Kullanıcı deneyimi tasarımı, ürün veya hizmet kullanımı sırasında ortaya çıkan hisler, tepkiler ve etkileşimler bütünü olarak tanımlanabilir. Disiplinlerarası birçok alanda kullanılan bu terimi seramik alanı özelinde ele almak gerektiğinde kullanıcı ve deneyim kavramlarını irdelemekte fayda vardır. Restoran tarafından sunulan yiyecek ve içecek hizmetini satın alan kişi veya kimseler kullanıcı olarak tanımlanırken, seramik bir ürünle sunulan yiyecek ve içeceklerin tüketildiği süreçte ortaya çıkan duygu, düşünce, tepki ve çeşitli etkileşimler deneyimleri oluşturmaktadır. Kullanıcı ve deneyim terimleri bütüncül bir bakış açısıyla ele alındığında kullanıcı deneyimini ortaya koymaktadır. Donald Arthur Norman tarafından 2002 yılında ilk kez Gündelik Şeylerin Tasarımı kitabında kullanılan kullanıcı deneyimi ifadesi, nesne-insan ilişkisine ve algısına odaklanmaktadır. Mads Soegaard'a (2018) göre kullanıcı deneyimine odaklanmak, tasarımın kullanıcıya odaklanmasını sağlar. Sonunda piyasaya çıktığında bir projenin başarı şansını artırır, çünkü en azından bir marka adı olduğu için kullanıcıların bir ürünü alma inancına kumar oynamaz. İnsanların ürün, hizmet ve nesnelerle kurduğu akılda kalıcı, olağan üstü, eşsiz ve unutulmaz deneyime bağlı ilişkiler, ticari başarıyı da etkileyen önemli bir faktördür.

Pine ve Gilmore, 1999 yılında deneyim ekonomisi terimini ilk kez farklı iş ortamlarındaki deneyimleri anlamak için kullanmışlardır. Karagöz vd., (2022) bireyleri kişisel olarak ilgilendiren, benzersiz, unutulmaz ve sürdürülebilir olaylar bütününe deneyim ekonomisi demektedir. Deneyim olarak tanımlanan olaylar bütününün kendiliğinden meydana gelemeyeceği, yalnızca hizmet sağlayıcıları tarafından gerçekleştirilebileceği, deneyimlerin, sağlayıcılarla etkileşimleri sonucunda tüketicilerin zihinlerinde kalan bilgi ve algıları temsil edeceği savunulmaktadır. Manhas ve Ramjıt (2013) den aktaran Çulha (2020), deneyim, somut ve/veya soyut unsurların birleşiminden oluşan tüketim sürecinin daima bir çıktısı olup özellikle somut unsurlar olmadığında kritik bir öneme sahip olduğunu belirtmiştir. Restoran vb. turizm endüstrisinde yer alan işletmelerden kullanıcılar elleri boş ancak her zaman deneyim ile ayrılabilmektedirler. Bir anlamda, restoranda yaşanılan bir deneyim, kullanıcı tarafında kullanıcının restoran ziyareti sonrası akılda kalıcı bir birlikte yaratma eylemi olarak düşünülebilecektir.

Restoranlar, kullanıcı deneyimini iyileştirmek amacıyla bulundukları coğrafyanın avantajlarından; bölgenin besinlerinden, üreticilerinden ve mutfak kültüründen faydalanabilirler. Kullanıcılarına mutfakta kullanılan yöresel besinler ve hazırlanan yiyecek ve içecekler hakkında bilgi aktarımı yapabileceği gibi, Çulha'nın aktardığı üzere "etnik mutfak bağlamında konukların sürecin içerisine dâhil edildiği otantik bir ortamda kendilerine yemek yapma fırsatı sağlanarak ya da etkileyici yöresel sunumlar izletilerek etnik mutfakları hem öğrenmeleri hem de hizmetten keyif almaları" sağlanabilir (2020).

> Yerel yemek işletmelerinde yemek yerken, uluslararası turistler restoranı takdir edebilir, yemeğin tadını çıkarabilir hem grup içi hem de yeni insanlarla etkileşim kurabilir ve diğerlerini gözlemleyebilir. Bu tür bir etkileşim, turistlerin yerel yemekler ve daha da önemlisi, bu yemeklerin geldiği kültür hakkında bilgi edinmelerine yardımcı olur. (Lin, Wang, Fu, & Yi, 2023)

Kullanıcılar, gündelik yaşantılarında seramik, cam vb. malzemelerden oluşan çeşitli yiyecek ve içecek kaplarıyla (somut nesne) düzenli bir etkileşim halindedirler. Somut nesnelerle kurulan etkileşim sonucu, hayranlık, estetik beğeni, heyecan, mutluluk, arzu ya da tiksinti gibi çeşitli duygular açığa çıkabilmektedir. Etkileşim sonucu ortaya çıkan bu duyguların hissedilmesine karşın daha az doğrulanabilir olduğunu aktaran Norman Fischer (2016), az ya da çok diğer insanların da bu duygulara sahip olduğunu belirtmektedir. "Yaşadığımız dünyaya ait olan deneyimler, bir aromaya, bir tada ve bir hisse sahiptir" (Fischer, 2016). Deneyimin gerçekleştiği zamanlar ve deneyim oluşturan nesneler (yiyecekler, butik seramik ürünler) üzerine düşünür; etkileşim kurduğumuz nesneleri anlamlandırabiliriz. Marka kimliğini ve kullanıcı deneyimini geliştirmek amacıyla restoranlar tarafından yiyecek ve içecek sunumunda kullanılacak butik sofra seramiği vb. özgün ürünler; restoran mimarisi, hizmet alanı, kullanılan yan/yardımcı ürünler, işletmeci/şef ve kullanıcı talep ve isteklerine uygun bütüncül bir bakış açısıyla tasarlanmalıdır.

Kullanıcı deneyimi, kendiliğinden var olan bir süreçten öte iyi yapılandırılmış bir planın çıktısıdır. Plan, restoranların mimari özelliklerinden kullanılan aydınlatmaya, masaya ve seramiklere uzanan büyük ve bütüncül bir haritaya sahiptir. Kullanıcıların etkileşime geçecekleri ürün ve hizmet türleri, bir akış içerisinde birlikte hareket edebilmelidir. Kullanıcılara yaklaşım biçimi, akış için kritik öneme sahiptir. Kullanıcının etkileşime girdiği her alan, deneyim sürecini olumlu/olumsuz etkilemektedir. Can sıkıcı/memnuniyet verici, yüksek/düşük kaliteli, önemli/önemsiz,

genelden özele doğru kurgulanan bu etkileşimler, servis edilen ürünle ilgili birçok fikir ve duyguyu bilinçli ya da bilinçsiz olarak harekete geçirebilmektedir. Beş duyu organımız vasıtasıyla çevremizdeki nesnelerle bağlarımızın oluştuğunu belirten Mehmet Asatekin (1976), nesnelerin görsel, dokunsal, işitsel, kokusal ve kinesthetic duygu organlarına yönelik niteliklerinin algılama sürecine temel olduğunu ve nesnelerle ilişkide ilk ve en ivedi köprünün görsel algılama olduğunu belirtmektedir. Görme durumu etkin bir algılama olmasına karşın tek başına yetersiz kalabilecektir. Kullanıcının butik seramik bir ürüne dokunması, hazırlanan yiyecek ve içeceği koklaması, tatması ve çevresindeki sesleri duyması deneyim sürecini etkileyen diğer faktörlerdir.

Sunumda kullanılan seramik ürünlerin, servis yan ürünlerinin, masa düzeninin, restoran mimarisinin ve atmosfer tasarımının bütüncül olarak düşünülmesi, kullanıcı deneyimini olumlu etkileyecektir. Kullanıcı deneyimini odağına alan bu yaklaşım, restoranda geçirilen zamanın her aşamasında mümkün olan en iyi deneyimi sunmayı sağlayacaktır. Restoran tasarımında kullanılan ürünler, masa, sandalye, ışık, bardak, çatal, tabak olmaktan öte bütünlüklü ve bütünleşmiş bir deneyim kümesini oluşturmaktadır. Kullanıcı, butik seramik bir tabakta sunulan yiyeceği deneyimlerken bu kümeyi oluşturan diğer ürünlerle de etkileşim kuracaktır. Benzeray (2021), bütünlüklü ve entegre olan deneyim kümesini oluşturan ürün veya hizmetlerin tasarım aşamasından son kullanıcıya kadar tüm aşamalarının düşünülmesi gerektiğini belirtmektedir. Kullanıcı deneyimi tasarımcıları tüm bunların bir arada sorunsuz şekilde çalışmasını sağlamalıdır.

Kullanıcı deneyimi tasarımında, demografik etkenlerin, talep, istek ve ihtiyaçların analiz edilmesi başarılı bir tasarım sürecinin temelini oluşturmaktadır. Kullanıcı-nesne arasındaki her etkileşim benzersiz bir potansiyel oluşturabilecektir. Ayrıca, sofra seramikleri gibi kullanılabilir, algılanabilir, güvenilebilir, erişilebilir, değerli ve çekici ürünler bu potansiyeli artırabilecektir. Kullanıcı deneyiminin muhteşem bir öğretmen olduğunu aktaran Koçyiğit (2019), yaşayacağınız bir ürün deneyiminin başka kullanıcıların deneyimlerini aynen yansıtamayacağını belirtmektedir. Öyleyse, bir plan ve organizasyon çıktısı olan kullanıcı deneyimi tasarımı, deneyim sürecine dahil olan kullanıcılar arasında farklı hatıra ve anılara etki edebileceği gibi çeşitli duyguların da açığa çıkmasını sağlayacaktır.

3.1. Kullanıcı Deneyimi Tasarımını Etkileyen Faktörler

Kullanıcı deneyimi tasarımı, kullanıcılar ve ürünler arasındaki etkileşim tasarımı şeklinde tanımlanabilir. Etkileşim tasarımının amacı, kullanıcı istek ve arzularını karşılayabilmesi için ideal deneyimi yaşatacak bir hizmet veya ürünü oluşturmaktır (Soegaard, 2018). Kullanıcı ve ürün arasında kurgulanan etkileşim sürecinde bilinen ve bilinmeyen birçok etken bulunabilir. Etkenlerin en iyi şekilde saptanabilmesi adına restoranda bulunan kullanıcıyı etkileyen ürünler grubu analiz edilmelidir. Kullanıcıların etkileşimde bulunduğu seramik ürünler, atmosfer, masa, tekstil vb. bütün malzemeler, kullanıcı deneyimiyle ilişkilidir. Asatekin'e (1976) göre tasarlanan her ürün, kullanıcının fizyolojik ölçülerine uygun tasarlanmak durumundadır. Bu ilişki birebir fiziksel bir ilişki olabileceği gibi uzaktan oluşturulan (görsel, işitsel, vb.) bir ilişki de olabilir. Buradan hareketle butik üretim sofra seramiği tasarımı, kullanıcının ve servis edilen masanın ölçüleriyle uyumlu olmak durumundadır.

Kullanıcılar ürünle hangi fiziksel nesneler aracılığıyla etkileşime girer: butik seramik bir ürün veya iyi hazırlanmış bir menüyle mi? Yoksa çatal, bıçak ya da masa ve sandalye aracılığıyla mı? Ayrıca, kullanıcı bunu ne tür bir fiziksel alanda yapar? Örneğin, kullanıcı akşam yemeği için bir restoranda mı yoksa evde ya da ofiste mi bulunuyor? Bunların hepsi kullanıcı ve ürün arasındaki etkileşimi etkileyen faktörlerdir. Bir olayın gerçekleşmesi için kurgulanan alan tamamen bağlamla ilgilidir ve kullanıcının ürünü görmesine, işitmesine ve algılamasına etki edebilmektedir. Kullanıcı, karşılaştığı ürün grubunun nasıl oluşturulduğunu bilmese bile, kulağa sinir bozucu hatta gülünç gelebilir ama iyi tasarlanmış ürünü bilir (Greever, 2015). Rosenzweig'e (2015) göre kullanıcının "etkileşimde bulunduğu iyi tasarımlar görünmezdir", çünkü bir şey iyi çalıştığında, kullanıcılar mutlaka fark etmezler. Örneğin, kullanıcılar restoranda bulunan bir sandalyenin iyi tasarlanıp tasarlanmadığını düşünmezler, çünkü sandalye sorunsuz bir şekilde görevini yapmaktadır. Bu önerme kısmen doğru olmakla birlikte eksiktir. Kullanıcılar, yiyecek ve içecek tükettikleri kapları, butik seramik ürünleri tasarımının iyi ya da kötü olmasından bağımsız olarak inceleme isteğinde olabilecektir. Öyleyse, butik seramik ürünler kullanıcı deneyimine etki eden ürünlerin başında gelebilmektedir. Yemek deneyimini geliştirmek amacıyla seramik ürünleri ve masayı alışılmışın dışında kullanan Le Petit Chef'in, kullandığı birçok projeksiyon yardımıyla animasyon veya görselleri masaya ve seramik ürünlere yansıtarak kullanıcı memnuniyetini artırdığı,

yapılan çalışmalarda vurgulanmıştır (Mutlu Öztürk, 2020, s.230). Gastronomi 4.0[3] ile seramik ürünlerin ve masaların üzerine yiyecek ve içeceklerin hazırlık aşamalarını içerebilen çeşitli animasyon ve görüntülerin yansıtıldığı restoranlar her geçen gün yaygınlaşmaktadır. Restoranlar, kullandıkları bu yöntemler vasıtasıyla kullanıcı deneyimini artırırken, kullanıcının etkileşimde olduğu bölgelere dokunulduğunda ses veya ışık üretebilen interaktif teknolojik ürünleri kullanabilmektedir.

Kullanıcı, yalnızca yemek yeme için değil hafızada kalıcı deneyimler edinmek için çeşitli restoranlar arayabilir ve buna uygun ortamın oluşturulduğu bir yeri seçebilir. Kuşkusuz ki yemek anına eşlik eden müziğin yanı sıra sofra grubu ürünler, iç mekân tasarımı, kullanılan dekorasyon türü de restoranın onaylanmasında önemli bir rol oynayabilir (Newton, 2003). Seramik ürünler, atmosfer, mimari tasarım, iç tasarım, dekor ve restoranın estetik değeri bu unutulmaz deneyimi oluşturmada kritik bir rol oynayabilir (Ryu & Han, 2011). Restoranın tercih ettiği müzik, koku, sıcaklık gibi görsel olmayan ortam unsurları, kullanıcılar üzerinde bilinçaltı duyulara etki edebilecek maddi olmayan ve duyguları ortaya çıkarabilen arka plan özellikleridir. Kullanıcı deneyimini ve memnuniyetini etkileyen arka plan özellikleri, restoran kimliğine yönelik kullanıcı algılarını da değiştirebilmektedir.

Kullanıcılar tarafından talep edilen ürünlerin hazırlanılması için bilgi aktaran, hazırlanan ürünün tüm servis aşamalarında görev alan servis elemanları, servis yapılan ortamdaki servis çalışanlarını ifade etmektedir. Servis elemanlarının kullanıcıya yaklaşımları, fiziksel varlıklarının ötesinde gerçek bir etkileşim barındırmaktadır. Spesifik olarak, servis elemanı ve kullanıcı arasındaki etkileşimler, restoran mimarisinden ve tasarlanmış bir grup üründen ayrı düşünülmelidir. Şef ve ekibi tarafından özenle hazırlanan bir yemek sunumunda butik üretim seramik ürünler kullanılabilir. Kullanılan butik seramik ürünlerin kullanıcıda nasıl algılanacağı restoran mimarisi, ambiyansı ve dekorunun dışında servis elemanının tavır ve kullanıcıya olan yaklaşımıyla da ilgilidir. Kullanıcının, beslenme ihtiyacının ötesinde beslence amacıyla tercih ettiği restoranda gurur duyulacak bir lezzet deneyimine erişmesinde birden fazla etmen rol almaktadır. Öyleyse, kullanıcı deneyimi tasarımını etkileyen birkaç unsur şu şekilde sıralanabilir;

[3] Yiyecek ve içecek alanında yenilikçi teknolojileri (dijital) ifade etmektedir. (Keskin & Sezen, 2021)

- Kullanıcı ve mekân analizi yapılarak tasarlanmış bir restoran, kullanıcı deneyimini etkiler.
- Restoranda kullanılan aydınlatma elemanlarının doğru seçilmesi kullanıcı deneyimini etkiler.
- Ambiyans (müzik, koku vb. olgular), kullanıcı deneyimini etkiler.
- Butik seramik ürünler, masaların kalitesi ve yardımcı yan elemanlar kullanıcı deneyimini etkiler.
- Servis elemanlarının tutum ve yaklaşımları kullanıcı deneyimini etkiler.

3.1.1. Yemek Kültürü

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (KTB) kültürü, "bir toplumu diğer toplumlardan farklı kılan, geçmişten beri değişerek devam eden, kendine özgü, sanatı, inançları, örf ve adetleri, anlayış ve davranışları ile onun kimliğini oluşturan yaşayış ve düşünüş tarzıdır" şeklinde tanımlamaktadır (KTB, 2022). Toplumsal farklılıkların bir ayağını insanların yemek kültürleri oluşturmaktadır. Yaşadığı çevreden elde ettiği besin kaynaklarını öğrendiği çeşitli tekniklerle yemeğe dönüştüren bireyler, kültürel gelişime katkı sağlamaktadırlar. Gıdanın bir sistem olduğunu belirten Barthes (1997), birçok unsurdan oluşan bu sistemi görmenin yolunun toplumda var olan besinler ile ilgili (ürünler, teknikler, alışkanlıklar) her şeyi incelemekten geçtiğini belirtmektedir. Yemek ile bağlantılı ürünlerin başında sofra seramikleri gelmektedir. Sunum sürecinde önemli rol alan sofra seramikleri, hazırlanan yemeğin amacına ve kullanım alanına yönelik çeşitlilik göstermektedir. Dini mekanlarda verilen toplu yemeklerde, düğünlere özel hazırlanan sofralarda, yöresel farklılıklar gösteren kahvaltı sofralarında, doğudan batıya gittikçe baharatlı ürünlerden zeytinyağlılara uzanan lezzet yolculuğunda kullanılan sofra seramikleri biçim, renk ve doku anlamında farklılık gösterebilmektedir.

Yemek yeme (doyma) ihtiyacını varoluşundan bugüne geliştirerek taşıyan insan, çeşitli dönemlerde yeme alışkanlıklarında değişimler yaşamıştır. Türk tarihinde de benzer bir durum vardır. "Osmanlı İmparatorluğu'nda XIX. yüzyılda Avrupa ile temasın artması neticesinde geleneksel mutfak kültürü de farklılaşmıştır. 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Batı'dan etkilenmeye başlayan Osmanlı Saray ve İstanbul mutfağı, 20. yüzyılın başlarında geleneksel ve modern mutfak uygulamalarını içeren mutfak kültürüne geçiş yapmıştır" (Solmaz & Altıner, 2018). Türklerin yemek kültüründe sıklıkla karşılaşılan bu durum, günümüzde sofra seramiklerinin sunum şekillerini ve

yemek hazırlık özelinde teknik becerileri geliştirmektedir. Türklerin yemek alanındaki teknik becerileriyle eş zamanlı gelişim gösteren estetik yemek tadımı, alışılmışın dışında tasarımlara sahip butik sofra seramiklerine ihtiyacı doğurmuştur.

> Sürücüoğlu ve Özçelik (2008)'den aktaran Solmaz ve Altıner (2018), "Türk mutfağının genel özellikleri oldukça geniştir. Ana başlıklara bakıldığında özet olarak aşağıdaki özelliklerin ön plana çıktığı görülmektedir".

a) Türk beslenmesinde ana yiyecek, kutsal olarak da kabul edilen ekmektir.
b) Kebaplar, sulu yahni şeklinde et yemekleri ve hamur işleri çoğunluktadır.
c) Sebzelerin et ile birlikte soğanlı, salçalı pişirilmesi yaygındır.
d) Zeytinyağı çoğunlukla Batı Anadolu'da yapılan yemeklerde kullanılmaktadır.
e) Bulgur, çorba, sebze yemekleri ve köftelerde çok sık kullanılan Anadolu'ya özgü bir tahıldır.
f) Türk mutfağında yemekler meyve ve meyve kurusuyla tatlandırılır.
g) Yemeklerde baharat kullanımı yaygındır. En çok kullanılan baharat kırmızıbiberdir ve tuzdur.
h) Yoğurt Türk sofralarının olmazsa olmazıdır. Yemeklerin çoğu üzerine sarımsaklı veya sade yoğurt dökülerek tüketilmektedir.
i) Tatlılarda tatlandırıcı olarak şekerle birlikte pekmez de kullanılmaktadır.
j) Sofrada sonradan sos servisi olmadığı gibi yemeklerde ve tabaklarda süsleme yapılmaktadır.

> Türk mutfağının zenginlik sebepleri; yiyecek ve içecek hammaddesi kaynaklarının bereketliliği, çeşitliliği ve Türk milletinin köklü bir tarihe sahip oluşu şeklinde sıralanabilir. Türkler ilk çağlardan bu zamana çok çeşitli milletlerle komşu olmuş, beraber yaşamış ve yemek yeme kültürü bilgi alışverişinde bulunmuştur. (Solmaz & Altıner, 2018)

Beslence olgusu, temel anlamıyla, yemek yemenin gündelik yaşamdaki sıradanlığından koparılmasını, beslenme ve eğlencenin iç içe geçmesi durumu özelinde kullanılacaktır. Tüketim kültürünün egemen olduğu günümüz dünyasında kendine yer bulan beslence kavramı, Akarçay'a (2020) göre orta ve üst sınıf gelire sahip bireyler için, dışarıda yemek yeme durumunun ihtiyaçtan öte bir tüketim amacına; ferahlatıcı, nefes aldırıcı, keyif verici yemek ortamlarına dönüşmesidir. Dolayısıyla yemek salt karın doyurmanın ötesine geçerek keyif arayışının bir parçası haline gelmektedir. İşte tam da burada beslence kavramı açıklayıcı bir araç olarak kullanılabilir. Bu nedenle "beslenme ve eğlence kelimelerinden türetilen beslence, tek adımda derdini anlatan bir motif" olarak karşılık bulabilmektedir (Akarçay, 2020).

Özetle, insanlık tarihindeki en temel ihtiyaç ve uğraş olan beslenme ile yemeğin sunumunda kullanılan seramikler, coğrafya ve kültürle ilgili çeşitli bilgiler barındırmaktadır. Mehmet Murat Kadri Belge (2001), yemek ve ideolojiyi "bir ulusun yediği yemeklerin ve yemek yeme üslubunun hem ideolojisinden etkilenmemesi hem de ideolojisini etkilememesi imkânsız. Bir ulusal mutfak, sadece ulusal ekonominin ürünü değil, bir dünya görüşünün ürünü aynı zamanda" şeklinde yorumlamaktadır. Öyle ki, özenle hazırlanan yemekler butik seramik kaplarda servis edilirken ihtiyacın ötesine taşar, toplumu ve kültürü oluşturan bireyleri etkisi altına alır. Bu durum Akarçay'ın (2020) "İnsanlık tarihinde yemek, belki de günümüzdeki kadar üzerine konuşulan, yazılan, görünür kılınan, görüntüsü kaydedilen ve paylaşılan bir şey olmadı" ifadelerinde de görülmektedir.

3.1.2. Deneyim Paylaşımı (Yorum) ve Yemek Fotoğrafçılığı

Her alanda olduğu gibi restoran deneyimlerini de diğer kullanıcılarla paylaşma gayreti ve isteği içerisinde olan kullanıcı, konuşarak, not ederek, çevrimiçi yorumlar yaparak deneyimlerini aktarmaktadır. Geçmişte konuşarak aktarılan deneyimler günümüze kıyasla daha kısıtlı kullanıcı kitlelerine erişim sağlamaktaydı. Ağızdan ağıza iletişimin elektronik ortamda kayıt altında tutulması ve diğer kullanıcıların bu kayıtlara kolay erişimi olarak tanımlayabileceğimiz web 2.0 teknolojisi, çevrimiçi yorumlar vasıtasıyla kullanıcıların deneyimlerini diğer kullanıcılara aktarabildikleri yüksek etkileşimli bir mecradır. Restoranların sitelerinde veya üçüncü taraf web sitelerinde yayınlanan ve kullanıcılar tarafından oluşturulan ürün değerlendirmeleri olarak tanımlayabileceğimiz çevrimiçi yorumlar, kullanıcılar tarafından etkin olarak kullanılmaktadır. Restoran deneyimleri "beklentileri aştığında, kullanıcı memnuniyeti derecelendirme puanlarına genellikle olumlu yansımaktadır" (Banerjee & Chua, 2016). Bilakis, beklentilerin karşılanamadığı deneyim süreçleri de derecelendirme puanlarına olumsuz yansıyabilecektir. Kullanıcıların duygu, düşünce ve fikirlerini aktarması, diğer kullanıcıların restoran ürün ve hizmetleri hakkında bilgi edinmesinde etkili bir yöntemdir.

Kullanıcı, okuduğu çevrimiçi yorumlar, edindiği bilgiler, karşılaştığı reklam afişleri veya menüde yer alan fotoğraflar vasıtasıyla restoranın hazırladığı yiyecek ve içecekler özelinde estetik, lezzet vb. çeşitli beklentiler içerisinde bulunabilir. Beklentiyi karşılamak amacıyla hazırlanan ürünün lezzeti ve görsel algısı, malzeme kalitesine, hava koşuluna, mekân atmosferine vb. durumlara bağlı olarak değişkenlik

gösterebilir. Hava durumuna bağlı olarak farklı değerlere sahip olan ışık, yiyecek ve içecekleri oluşturan malzemeleri ve kıvamı algılamamızda fiziksel bir etkendir[4]. Genellikle gözüne hoş gelen yiyecek ve içeceği denemek isteyen kullanıcı, görsel olarak tasarlanmış ve iyi fotoğraflanmış ürünleri sipariş edebilmektedir. Restoranlar, yiyecek ve içeceklerini müşterilerine daha güzel gösterebilmek adına, değişik ve dikkat çekici menüler, broşürler, afişler ve reklamlar hazırlayabilmek için yiyecek ve içecek stilistleri ve fotoğrafçılarına başvurmaktadırlar (Bekar & Karakulak, 2016). Yiyecek ve içecek fotoğrafçılığı, günümüzde görsellik ve dikkat çekicilik açısından aranılan ve avantajlı mesleklerden biri haline gelmiştir (Özdoğan, 2014, s.168). Yiyecek ve içecek stilistliği ve fotoğrafçılığının birçok duyuyu harekete geçirdiği düşünüldüğünde, başarılı yiyecek ve içecek fotoğraflarının insanlar üzerindeki etkisi bu mesleğe olan ilginin artmasını sağlamıştır (Bekar & Karakulak, 2016).



Şekil 8. Fotoğrafını çektikten 45 dakika sonrası. (Young, 2011, s.91)

Şekil 9. Fotoğrafını çektikten 1 saat sonrası. (Young, 2011, s.91)

Yiyecekleri şekillendirirken ve fotoğraflarını çekerken, yiyeceklerin taze kalması için genellikle çok hızlı çalışmanız gerekir. Tüm yiyeceklerin sınırlı bir ömrü vardır ve bu, fotoğraflarını çekerken daha da belirgindir. Parlak yiyecekler parlaklığını kaybeder, yağlar ve soslar pişmiş etlere karışır ve otlar ve marul gibi yiyecekler çok çabuk solar. (Young, 2011)

[4] Enerji. TDK





Şekil 10. Yemek fotoğrafçısı tarafından çekilmiş profesyonel fotoğraf. (Restoran arşivi)

Şekil 11. Kullanıcı tarafından çekilmiş olan sunumun fotoğrafı. (Samet Aygün kişisel arşivi)

Yemek tasarımının kullanıcı memnuniyetine, kullanıcı memnuniyetinin de tekrar deneyimleme niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Yiyecek ve içecek tasarımında sofra grubu ürünlerden ve yardımcı ekipmanlardan faydalanılmaktadır. Bu anlamda tasarlanmış butik üretim sofra seramiğinin rengi, dokusu ve biçimi hazırlanan yemek ve mekân ile uyum içerisinde olmalıdır. Yiyecek ve içeceklere özel tasarlanan butik seramik ürünler, ihtiyacın ötesinde arzu edilen yemeklerin hazırlanmasına olanak sağlamaktadır. Fotoğraf aracılığıyla çeşitli duygularla etkileşime geçen, hafızalarda yer eden anıları ve fantezileri çağrıştıran, yiyeceği tüketme arzusu uyandıran yemek stilistliğinde çeşitli yöntemler kullanılmaktadır. Gerektiğinde yiyecekleri boyamakta, gerektiğinde içeceklere tutkal karıştırmakta, gerektiğinde yiyecek ve içecekleri spreylemektedir. Bu nedenle fotoğraflarda yer alan sunum ile sipariş edilen ürün görünüşünde farklılıklar olabilmektedir.



Şekil 12. Samet Aygün, Restoran etiketleri kolajı.

Saha çalışması ve anket uygulamalarının gerçekleştirildiği Ağustos 2024 dönemi, Türkiye'de Instagram'a erişimin yasaklandığı 2-11 Ağustos tarihleri arasında, sosyal medya platformlarının restoran tercihleri üzerindeki etkisi gözlemlenmiştir. Sahada işletmecilerle yapılan sohbetlerden edinilen bilgilere göre bu dönemde kullanıcıların bir kısmı, restoran rezervasyonlarını iptal etme kararı almıştır. Bu durum, sosyal medyanın özellikle Instagram gibi görsel platformların restoran seçimi, kullanıcı kararları ve davranışları üzerinde rol oynadığını göstermektedir.

3.2. Kullanıcı Deneyimini Etkileyen Seramik Nesneler

Butik üretim seramik sofra nesneleri, estetik, işlev, tasarım, üretim, üretim hacmi, malzeme çeşidi, maliyet, çevresel etki ve kullanıcı deneyimine etkileri konularında farklılık göstererek, işlevsel bir araç olmanın ötesine geçmiş, estetik ve duyusal deneyimlerin merkezine yerleşmiştir. Sofra kültürü ve yemek deneyimi, nesnelerin yalnızca bir sunum aracı olarak değil, aynı zamanda kullanıcıya duygusal, sosyal ve sanatsal anlamlar sunan objeler haline gelmesiyle dönüşmektedir. Butik üretim sofra seramiklerinin kullanıcı deneyimini nasıl etkilediğinin incelendiği bu çalışmada; İdo Garini, Marije Vogelzang, Edmund de Waal gibi isimlerin çalışmalarından esinlenerek, seramiğin duyusal, kültürel ve estetik boyutları araştırılmaktadır.

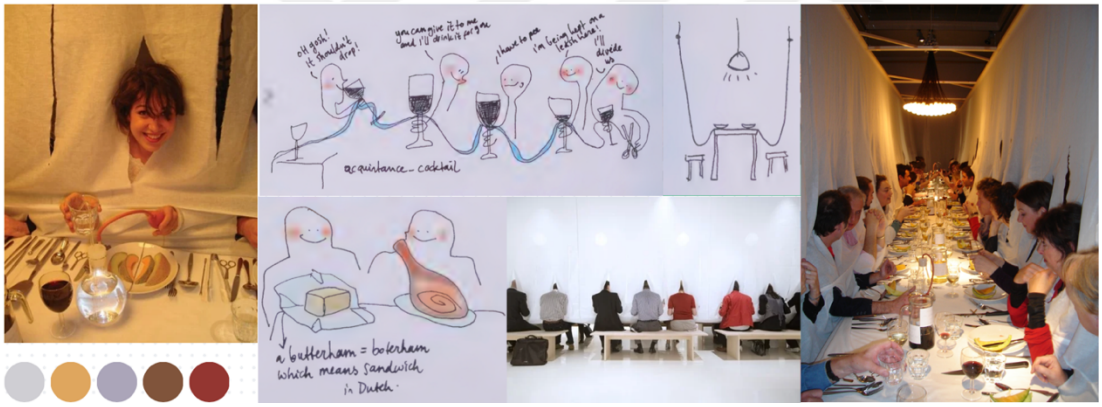


Şekil 13. Studio Appetit, İdo Garini deneyim tasarımı.
https://www.instagram.com/studioappetit/ (Erişim Tarihi: 7 Eylül 2024)

Butik seramiklerin kullanıcı deneyimine en belirgin etkilerinden biri, duyusal algı üzerine kuruludur. İdo Garini ve Marije Vogelzang gibi isimler, yemek ve obje ilişkisini yeniden kurgulayan yemek deneyimi tasarımcılarıdır. Garini'nin (2017) çalışmaları, kullandığı seramik nesneler vasıtasıyla sofra deneyimlerini çok duyulu bir yolculuğa dönüştürmeyi amaçlarken, Vogelzang (2010) ise yemeğin etrafında dönen kültürel ritüelleri derinlemesine ele alır. Görmek, koklamak, tatmak ve bilinçli olarak

deneyimlemek tüm bunlar Vogelzang'a (2010) göre "Her projede daha derin bir anlam (…) ve hikayeyle uyuşan bir ritüele yerleştirilebilir. Onu, genellikle sadece gastronomi turları yaratmakla ilgilenen ve bunları daha sonra cömertçe dekore edilmiş tabaklarda ve masalarda sunan" şeflerinden ayıran şey, yemeğe ve sunumu oluşturan nesnelere olan yaklaşımıdır. Garini'e göre (2017), "alışılmışın dışında görülen seramik sofra takımlarımızı sergilememizle gelen sanatsal fotoğrafların" yemeğin algılanmasına ve tüketilmesine yansımaktadır. Bu anlamda butik seramikler, kullanıcının sadece tat alma duyusunu değil, aynı zamanda görme, dokunma ve hatta işitme duyularını harekete geçirebilmektedir.

> Studip Appetit'in kurucusu İdo Garini, seramik nesneleri tasarlarken, estetik ve işlevselliğin ötesine geçerek yemek yeme ritüelini daha derin bir deneyime dönüştürmeyi hedeflemektedir. Seramik kaseler, tabaklar ve bardaklar sadece yiyecek sunmak için değil, aynı zamanda hikâye anlatımının ve duygusal etkileşimin araçları olarak kullanılmaktadır. Seramiğin dokusu, renkleri ve şekli, kullanıcıda duyusal bir rezonans oluşturmakta ve yemekle olan ilişkisini daha anlamlı bir noktaya taşımaktadır. (Garini, 2017)



Şekil 14. Marije Vogelzang, akşam yemeğini paylaşıyor.
https://www.marijevogelzang.nl/ (Erişim Tarihi: 10 Eylül 2024)

2005 yılında gerçekleştirilen akşam yemeği paylaşımı, yemeğin bütünsel bir deneyim olarak tasarlanmasına bir örnektir . Droog benden bir Noel yemeği tasarlamamı istediğinde ilk başta tereddüt ettim. Noel yemekleri genellikle aşırı tasarlanmış, aşırı süslenmiş ve ritüeller ve klişelerle doludur. Ancak konuyu daha derinlemesine incelediğimde Noel'in hindi ve Noel bisküvileriyle ilgili olmadığını fark ettim. Dini yönünün yanı sıra paylaşmak ve birliktelikle ilgilidir." Bu nedenle Vogelzang, insanlar arasındaki iletişime odaklanmaya ve yemek başlangıcı olarak kavunlu jambon ve ana yemek olarak kaburga gibi kolektif hafızada yer etmiş bilindik klasiklerle sınırlamaya karar verdi. (…) Konuklar başlarını ve ellerini bezdeki özel açıklıklardan geçirmeye davet edildi. Böylece insanlar artık kıyafetlerinden ayırt edilemiyordu; bu hem Hristiyan geleneğine hem de eşitlikçi Komünist ideallere bir göndermeydi. Konuklar daha sonra birbirleriyle iletişim kurmaları için çeşitli şekillerde baştan çıkarıldılar. Başlangıç,

ortasından kesilmiş ve sadece jambon veya sadece kavun içeren tabaklarda servis edildi, böylece komşular tabakları değiştirmek zorunda kaldı. Ana yemekle birlikte bir misafire bütün bir marul başı, diğerlerine ise bütün bir kaburga, patates veya sadece sos servis edildi. Tam anlamıyla yemek yiyebilmek için yemeği birbirleriyle paylaşmak zorundaydılar. (…) çok başarılı bir buluşmaydı. Gerçek bir Noel yemeği!. (Vogelzang, Eat Love: food concepts by eating-designer, 2010)



Şekil 15. Edmund de Waal'ın Beyaz Yol tabak koleksiyonunda.
Victoria and Albert Museum, London
https://www.vam.ac.uk/articles/on-the-white-road-edmund-de-waal (Erişim Tarihi: 10 Eylül 2024)

Edmund de Waal (2010), hafıza ve mekân arasındaki ilişkiyi eserleri aracılığıyla derinlemesine sorgulayan bir tasarımcıdır. Onun minimalist ve zarif seramik eserleri, estetik ile işlevsellik arasında dengeli bir uyuma sahiptir. Bu uyum, kullanıcıların sofra deneyimlerini daha derin bir anlamla yaşamasına olanak tanımaktadır. De Waal'ın (2015) eserleri, sadece işlevsel objeler olmanın ötesine geçerek, hafızayı canlandıran bir simge işlevi görmekte ve kullanıcılar arasında kişisel ya da toplumsal geçmişle bir bağ kurulmasına yardımcı olmaktadır.

De Waal'ın (2010) butik üretim seramikleri, yemekle olan etkileşimde kullanıcının hafızasında geçmişe dair izler bırakma potansiyeline sahiptir. Hem günlük kullanım objeleri olarak işlevselliğini sürdürmekte hem de estetik bir deneyim sunarak duygusal bir etkileşim oluşturmakta olan butik seramiklerin kullanıcılarda oluşturduğu etkilere tanık olan De Waal (2015), el yapımı butik seramiklerin endüstriyel üretimden ayrışan yönü olan "hikâye anlatıcılığı" ve "kişisel bağ" unsurlarını ustalıkla ele alan önemli bir seramik sanatçısıdır.

Butik üretim seramikler, estetik açıdan kullanıcıya rafine bir deneyim sunmaktadır. De Waal'ın eserlerinde olduğu gibi, objenin malzeme kalitesi ve el işçiliği, objeye yüklenen anlamı zenginleştirmektedir. Bu yönüyle kullanıcılar, sıradan bir tabak ya da kâse ile değil, bütüncül ve düşünsel bir nesneyle etkileşim içerisindedirler.



Şekil 16. The Fat Duck Restaurant, Saf bir dünyayı keşfedin.
https://www.instagram.com/thefatduck/ (Erişim Tarihi: 10 Eylül 2024)

Sofra seramikleri, yemek kültüründe önemli bir rol oynamaktadır. Sofra kültürü, sadece bir yemek yeme ritüeli olmanın ötesinde, toplumsal ve kültürel bir etkileşim alanı olarak değerlendirilebilir. Heston Blumenthal ve Bompas and Parr (2022) gibi sınırları zorlayan şefler, yemek ve sofra tasarımında seramik nesnelerin kullanıcı deneyimi üzerindeki etkilerini ön plana çıkartmaktadırlar. The Fat Duck restoranın sahibi ve ünlü şefi Blumenthal'ın yemek sunumlarında, seramik objelerin görsel estetiği kadar duyusal uyandırıcılığı da vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, sofra seramiklerinin biçimi, kullanıcının yemek deneyimini doğrudan etkileyerek yemeğin algılanma biçimini şekillendirebilmektedir.



Şekil 17. Tabağın arkasındaki güç.
https://bompasandparr.com/case-study/diplomatic-dining/ (Erişim Tarihi: 29 Aralık 2022)

Butik seramiklerin yapısal ve estetik özellikleri, sofradaki kültürel ve sosyal ritüellerin önemli bir parçası haline gelebilmektedir. Bu seramik nesneler, yemek deneyimini yalnızca bireysel bir eylem olarak sunmakla kalmaz, aynı zamanda sosyal etkileşimlerin, paylaşımların ve ritüellerin bir parçası haline getirebilir. Örneğin, Bompas and Parr'ın (2022) 'The power behind the plate / Tabağın arkasındaki güç' interaktif tat deneyimleri, seramiğin kullanıcı üzerindeki duyusal etkilerini araştırmakta ve aynı zamanda seramiği sosyal bir obje olarak konumlandırmaktadır.

Sofrada kullanılan seramiklerin rengi, dokusu ve biçimi, kullanıcıda fiziksel ve duygusal bir tepki uyandıracaktır. Butik seramiklerin el yapımı doğası, onları endüstriyel ürünlerden ayırmakta ve kişisel bir bağ kurmayı kolaylaştırmaktadır. Kendine has bir hikâyesi bulunan her bir seramik nesne, kullanıcıların yemek deneyimine daha fazla anlam katmasına olanak sağlayacaktır. Vogelzang'ın 2017 yılında gerçekleştirdiği 'Volumes / Hacimler' projesinde de görüleceği üzere kullanıcıların yiyeceklerle olan etkileşimlerini değiştiren seramik nesneler, porsiyon kontrolünden yemek alışkanlıklarına kadar geniş bir alanı etkilemektedir (Vogelzang, Volumes Product, 2024).

Butik seramik nesneler, kullanıcı deneyimine estetik, duyusal ve sosyal boyutlarda derin etkiler bırakmaktadır. Bu nesneler, yemek tasarımı ile birleştiğinde, sofra kültürünün bir parçası olmanın ötesine geçerek kullanıcıya fiziksel ve duygusal bir deneyim sunmaktadır. Seramiklerin dokusu, şekli ve estetik yapısı, yemekle olan etkileşimde yeni anlam katmanları oluşturarak, her bir sofra deneyimini eşsiz kılmaktadır.

4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE BULGULAR

Bu bölümde, tez çalışması kapsamında benimsenen araştırma yaklaşımı, saha gözlemleri, veri toplama süreci ve veri analizi detaylı bir şekilde açıklanmaktadır. Nicel ve nitel araştırma arasındaki farkı ortaya koymayı hedefleyen Dabbs (1982) belirtmiştir ki "nitelik kavramı eşyanın doğasında esastır. Nitelik bir şeyin ne, nasıl, ne zaman, nerede ve nedeni -özü ve ortamı- ile ilgilidir" (Berg & Lune, 2019, s.13). Seramik ürünün anlamına, kavramına, tanımına, özelliğine, mecazlarına, sembollerine gönderme yapan nitel araştırmanın aksine nicel araştırma: seramik ürünün ne kadar büyük olduğuna, kaç adet olduğuna ve bu ürünlerden bir tanesi ile karşılaşma ihtimalimizin ne kadar olduğuna gönderme yapmaktadır. "Nitel araştırmanın en temel prensiplerinden birisinin, araştırmaya katılan bireylerin yalnızca fikir ve davranışlarını kaydetmek yerine deneyimlerini anlamayı hedeflemektir" (Sözbir Köylü & Er, 2016, s.81). Araştırma kapsamında orta-üst sınıf restoranların kullandıkları seramik ürünlerin yemekten duyulan hazza etkisi bulunup bulunmadığının anlaşılabilmesi adına mekândan masaya bütüncül bir yaklaşım ile ayrıntılı bir inceleme yapılması gerekmektedir. Bu nedenle araştırmada nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin birlikte kullanılmasına karar verilmiştir.

Seçilen orta-üst sınıf restoranlardaki kullanıcı deneyimlerini incelemek için çok yönlü bir yaklaşım benimsenmiştir. Hem seramik ürünlere odaklanan anketler hem de restoran işletmecileri/şefleriyle yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla veri toplanmıştır. Bu yaklaşım, restoranların sunduğu hizmetler ve yapısal özelliklerdeki çeşitliliği de dikkate alarak, kullanıcıların bu mekanları yalnızca doymak için değil, aynı zamanda sosyalleşmek için tercih ettikleri gerçeğini yansıtmaktadır.

Bu çalışmada turizm sektöründe önemli bir yeri bulunan orta-üst sınıf restoranlarda sunum için kullanılan sofra seramikleri ile bu seramik ürünlerin kullanıcı deneyimine etkileri araştırılmıştır. Kullanıcı deneyimine etki edebilen atmosfer, konum, fiyat, seramik ürün vb. birçok değişken bulunmaktadır. Çalışmada seramik sofra ürünlerine odaklanılmıştır. Hizmet kapasitesi ve kalitesi anlamında yerli ve yabancı kullanıcıların tercih ettiği ve doymanın ötesinde hazzın arandığı orta-üst sınıf restoranlar çalışma kapsamında bilinçli olarak seçilmiştir. Seçilen restoranlarla yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılarak işletmelerin kapasitesi ve hizmet kapsamı hakkında bilgi edinilmiştir.

4.1. Seçilen Restoranlar



Şekil 18. Restoran lokasyonlarının bulunduğu harita görüntüsü.

Araştırmanın evrenini Muğla ili Bodrum ilçesinde faaliyet gösteren orta-üst sınıf restoranlar oluşturmaktadır. Beslence, kullanıcıların beslenme ve eğlence ihtiyaçlarını bir arada karşıladığı durumu ifade etmektedir. Beslence amacıyla tercih edilen orta-üst sınıf restoranlar, hem lezzetli yemeklerin tadını çıkarma hem de sosyal etkileşimin sağlandığı yoğun deneyim alanları sunabilmektedir. Kullanıcı deneyiminin ön planda olduğu bu restoranlar, beslenme ve eğlence açısından zengin bir ortam sunmaktadır. Araştırma kapsamında Bodrum'un farklı lokasyonlarında hizmet veren 20 kadar orta-üst sınıf restoran ziyaret edilmiştir. Ziyaret edilen restoranlardan 10 tanesi kişisel iletişimlerin yararlı olması sonucu çalışmaya katılım sağlayacağını bildirmiş, yarı yapılandırılmış görüşmelerde bulunulmuştur (Şekil 18). Bodrum'un çeşitli lokasyonlarında hizmet vermekte olan bu restoranlardan birisi ekonomik nedenlerden ötürü kapanmış, bir diğeriyse saha çalışmasının başlangıç sürecinde fikir değişikliğine giderek çalışmadan ayrılmak istemiştir. İşletme özelliklerini ve kullanıcı tipolojilerini anlayabilmek amacıyla çalışmanın gerçekleştirildiği 8 restorana aralıklı ziyaretlerde bulunarak saha çalışmaları yapılmıştır. Saha çalışmaları, restoranların çalışma saatleri, ambiyansları, kullandıkları ürünler ve kullanıcıların buralarda geçirdikleri vakit hakkında bilgi sunmaktadır. Kullanıcılar, lokasyon ve manzara avantajı bulunan restoranlarda vakit geçirme eğiliminde bulunabilirler. Doymanın ötesinde sosyalleşme olanağı sunabilen bu restoranlardan bazıları tüm gün bazılarıysa gün sonu (akşam) hizmet vermektedir. Çalışmanın gerçekleştirildiği beş restoran tüm gün, üç restoran gün sonu (akşam) misafir kabul etmektedir (Şekil 20).

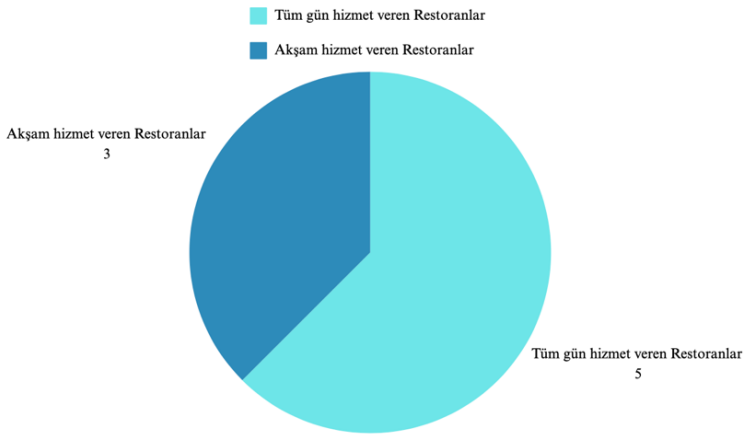


Şekil 19. Restoran 6 masa düzeni ve ambiyans.

Kullanıcı araştırması 02.07.2024-15.09.2024 tarihleri arasında Google forms anketler aracılığıyla veri toplanarak gerçekleştirilmiştir. Toplanan veriler işletmecinin talep etmesi durumunda restoran özelinde paylaşılacaktır. Bu çalışma Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi (Etik Kurul)'nın 10.06.2024 tarih ve 170662 sayılı etik onayı çerçevesinde gerçekleştirilmiştir.

4.1.1. Yarı Yapılandırılmış Görüşmeler

Muğla'nın Bodrum ilçesinde Türkbükü, Yalıkavak, Merkez, Turgutreis, Akyarlar, Ortakent, Bitez gibi farklı lokasyonlarda yer alan restoranlar, hizmet verdikleri bölge ve turistik amaçla bölgeyi ziyaret eden, doymanın ötesinde haz duymak ve sosyalleşmek isteyen kullanıcılar tarafından tercih edilen orta-üst sınıf restoranlar, çalışma kapsamına uygun olduğu düşünülerek ziyaret edilmiştir. Ziyarette bulunulan restoranların işletmecileri ya da şefleriyle çalışmanın amacı paylaşılmıştır. Çalışmaya uygunluk veren restoranlar yarı yapılandırılmış görüşmeler amacıyla tekrar ziyaret edilmiştir. Restoranların isimleri gizlenerek numaralandırılmıştır. Çalışmanın yapılacağı orta-üst sınıf restoranlarla gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler, katılımcının soruları yanıtlarken diğer kişilerden etkilenmeyeceği, iletişim sorunu yaşamayacağı bir ortamda yapılmıştır.



Şekil 20. Restoranların hizmet saat analizi

Yarı yapılandırılmış görüşme veri tablosu, sekiz farklı restoranın yönetim, fiyat, kapasite, istihdam, uzmanlık alanları, servis süreleri ve çalışma saatlerine göre bir karşılaştırma verisi sunmaktadır (Tablo 2). İşletme tercihlerini ortaya koyan bu raporu yönetim, fiyat, uzmanlık alan, servis süreleri, çalışma saatleri, kapasite ve istihdam sayıları özelinde incelemek faydalı olacaktır. Restoran yöneticileriyle yapılan görüşmelerde, işletmelerin aile ya da kurumsal yapıda yönetildiği ifade edilmiştir. Restoranlar arasında kişi başı ücretlerde görülen farklılıkların temel nedeni görüşmelerin yapıldığı 2 yıllık süre içerisinde yaşanan yüksek enflasyon kaynaklıdır. Restoranlar uzmanlık alanı ve bulundukları lokasyona bağlı olarak kullanıcılardan farklı hizmet bedeli talep etmektedir. Restoran 1 ve Restoran 2, deniz ürünleri ve balık üzerine uzmanlaşmış olup, bölgesel mezeler ve zeytinyağlılar gibi yerel tatlarla menülerini zenginleştirmektedir. Restoran 5, Tayland mutfağı üzerine odaklanarak farklı bir gastronomi deneyimi sunmaktadır. Öte yandan, Restoran 7 ve Restoran 8, sağlıklı yaşam ve karma menüler ile müşterilere daha çeşitli ve dengeli seçenekler sunmaktadır. Bu gruplandırma, restoranların menü stratejilerini ve hedef kitlelerini anlamada önemli bir yol göstermektedir. Restoranlar, uzmanlık alanlarına ve servis pratiklerine bağlı olarak farklı çalışma saatlerine ve çeşitli servis sürelerine sahiptir. Restoranlar arasında hizmet kapasitesi ve istihdam sayısı açısından da büyük farklılıklar bulunmaktadır. En büyük kapasiteye sahip olan Restoran 6, 650 kişi kapasitesi ve 80 çalışanı ile dikkat çekmektedir. Bu restoran, geniş çaplı hizmet verebilen kurumsal bir yapıya sahiptir. Buna karşılık, en küçük kapasiteli restoran olan Restoran 7, sadece 40 kişilik kapasiteye sahip olup 5 çalışanla hizmet vermektedir. Restoran 1 gibi diğer restoranlar ise 200-300 kişilik kapasite ve ortalama 20-30

çalışanla daha orta ölçekli işletmeler olarak öne çıkmaktadır. Restoranlar arasındaki farklılıklar, her bir işletmenin kendine özgü bir müşteri kitlesine hitap ettiğini göstermektedir.

Tablo 2. Samet Aygün, Restoranlarla gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşme veri tablosu.

Görüşme Tarih	20/06/2022	09/06/2022	01/06/2022	20/06/2022	29/05/2024	21/08/2022	31/07/2024	04/07/2024
Restoran Adı	Restoran 1	Restoran 2	Restoran 3	Restoran 4	Restoran 5	Restoran 6	Restoran 7	Restoran 8
Şirket Yönetimi	Aile İşletmesi	Aile İşletmesi	Aile İşletmesi	Aile İşletmesi	Aile İşletmesi	Aile İşletmesi	Kurumsal	Kurumsal
Restoran Kuruluş Yılı	1979	1978	2001	1996	İstanbul (2001) Bodrum (2024)	2006	2023	2021
İstihdam Sayısı	20	25-30	35-40	14	14	80	5	30
Hizmet Kapasitesi	300	200	140	100	140	650	40	100
Kişi Başı Ücret (Ortalama)	350 ₺	500 ₺	400-450 ₺	300 ₺	2000 ₺	1000 ₺	550-600 ₺	500-1500 ₺
Menünün Oluşturması (Kim, Nasıl, Önemli Noktalar)	İşletmeci	İşletmeci ve Şef tarafından oluşturulmaktadır.	Müşteri geri bildirimleri kış aylarında denenir, işletmeci ve şef işbirliğiyle yenilenir veya revize edilir.	Şef ve İşletmeci	2001 yılında belirlenen Tayland menüsü aynı şekilde devam ediyor	İşletmeci	İşletmeci-Diyetisyen	İşletmeci ve ekibi tarafından oluşturuluyor
Uzmanlık Alanı (Et, Balık, Sebze, Karma)	Balık	Balık ve meze çeşitleri.	Zeytinyağlı ege mezeleri, yöresel et yemekleri, yöresel deniz ürünleri	Deniz Mahsülleri, Balık	Tayland Yemekleri	Et, Meze, Balık, Makarna	Sağlıklı yaşam, karma	Fırın, Sebze, Karma
Servis Süresi	20 ila 30 dk arası.	Ortalama 15dk.	20-30 dk arası hazırlık sürmektedir. Masa servis süreci 100 ila 140dk	Ortalama 30 dk.	-	Sipariş edilen ürüne bağlı farklılık göstermektedir.	Ortalama 20 dk.	15 ila 30 dk arası.
Servis Gün ve Saatleri	7gün 09:00-02:00	7gün 18:00-02:00	7gün 18:00-00:00	7gün 08:30-01:00	7gün 18:00-22:30/01:00	7gün 09:00-15:00 19:30-02:00	6gün 10:00-22:00	7gün 07:00-00:00
Servis ve Menülerin Yenilenme Süresi	Sürekli	Servis her 5 yılda bir, menüler her yıl.	Sezon başlarında	Sezon Öncesi, Her Yıl	Standart zamanlarımız var	Her yıl eklenen ve çıkartılanlar olmaktadır.	Yılda 3 kez, 4'er aylık periyotlarda	Sürekli bir devinim mevcut
Re-new/Re-invent (Yeşil Tasarım)	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır
Fon Müzik Tercihi (Evet/Hayır)	Evet	Evet	Evet	Hayır	Evet	Evet (Canlı Müzik)	Evet	Evet

4.1.2. Saha Gözlemi

Araştırmacının gerçekleştirdiği saha gözlemi, bir işletmenin üretim ve hizmet süreçlerini anlamak için önemli bir yöntemdir ve mutfaktan masaya gelen yemeğin geçtiği tüm süreci kapsamaktadır. Restoranların sistematik birer üretim alanı olduğu varsayıldığında, yaşanacak herhangi bir olumsuzluk doğrudan kullanıcıya yansıyabilir. Bu nedenle, kullanıcı memnuniyetini sağlamak adına mutfak ve mutfakla ilişkili birimlerde çalışan personel arasında güçlü bir iletişim modeli geliştirilmiştir. Ancak, iletişim önemli bir unsur olmakla birlikte tek başına yeterli değildir. Planlama da bu süreçte kritik bir rol oynar. Sahada gözlemlendiği üzere bazı restoranların şefi ve ekibi, sabahın erken saatlerinden itibaren, restorana gelecek müşterileri memnun edebilmek için kullanacakları malzemeleri seçmekte ve bu malzemelerin ön hazırlığını yapmaktadır. Restoranın hizmet verdiği uzmanlık alanına bağlı olarak bu sürecin farklılık gösterebildiği gözlemlenmiştir.

Restoran işletmecileri, kullanıcıların tükettikleri yiyeceklerin üretim ve sunum süreçlerini anlamalarına yardımcı olmak amacıyla bilgilendirici metinler veya videolar sunabilir. Restoran 2'nin kullanıcıların beğenisine sunduğu kaya levreği, sübye, fener balığı vb. ürünler hakkında bilgilendirme metni bulundurması bu konuya örnek niteliğindedir. Özellikle orta-üst sınıf restoranlarda karşılaşılan bu tür içerikler, müşterilerin tüketim tercihlerini ve restorana karşı beklentilerini şekillendirebilir. Bu tür bilgilendirmeler, müşterilerin restorana olan güvenini artırabilir, onların yiyecek seçimlerini daha bilinçli bir şekilde yapmalarına yardımcı olabilir.

Kullanıcı deneyimi, yemeğin lezzetiyle sınırlı kalmaz; restoranın iç mimarisi, masanın düzeni, ambiyans ve sunulan hizmetin kalitesi gibi birçok unsuru kapsamaktadır. Kullanıcılar, mekâna girdikleri andan itibaren dekorasyon, aydınlatma, ses seviyesi ve hatta kullanılan mobilyalara kadar birçok detayı algılayabilecektir. Kullanıcının zihninde restoran hakkında bir öngörü oluşturabilecek bu unsurlar, deneyiminin olumlu ya da olumsuz olup olmayacağını belirleyebilir.

Kullanıcının oturduğu masanın konforu, masanın düzeni ve kullanılan sofra takımlarının kalitesi, müşterinin kendini nasıl hissettiğini etkileyecektir. Bu bağlamda, estetik ve işlevsel düzenlemeler müşteri memnuniyetine katkı sunabilmektedir.



Şekil 21. Restoran 5'te bulunan kullanıcılar.

Kullanıcının restoran deneyimleri üzerindeki mimari, masa düzeni ve yemek lezzeti gibi unsurların bütüncül etkisi, genel memnuniyet düzeyini belirleyen ana faktörler arasındadır. Kullanıcıların tüm bu unsurları değerlendirerek oluşturdukları izlenimler, restoranın marka imajına da katkı sağlayacaktır. İyi bir kullanıcı deneyimi, müşterilerin restorana tekrar gelme olasılığını artırırken, olumsuz deneyimler onların memnuniyetsizliğine neden olabilmektedir.

8 restoranda gerçekleştirilen saha gözlemlerini, işletmelerin üretim ve hizmet süreçlerinin haricinde kullanıcı deneyimini anlamaya yönelik bir anket çalışması takip etmiştir. Kullanıcılar, restoran masalarına yerleştirilen föylüklerde bulunan QR kodlar aracılığıyla gönüllü olarak ankete katılım sağlamıştır (Şekil 22-23). 2 Temmuz 2024 tarihinde başlayan ve 15 Eylül 2024 tarihinde sona eren anket uygulamasına toplamda 312 kullanıcı katılım sağlamıştır. Anket uygulama süresi ve katılımcı sayısı restoran özelinde farklılık göstermektedir (Tablo 3).



Şekil 22. Restoran 8'de bulunan kullanıcılar.



Şekil 23. Samet Aygün, Föylük ön yüzey tasarımı.

Şekil 24. Samet Aygün, Föylük arka yüzey tasarımı.

Restoranlara yerleştirilen föylüklerde bulunan QR kod, kullanıcıların ankete katılımını kolaylaştırmıştır. Ancak QR kodun yer aldığı föylüklerin rotasyonlu olarak masalara yerleştirilmesi, anket başarısı açısından kritik önem taşımıştır. Restoran 8'de gözlemlenen personelin föylük yerleştirme alışkanlığını edinmemesi durumu, müşteri katılımını doğrudan etkileyen bir faktör olmuştur. Bu nedenle, personelin anket çalışmalarıyla ilgili daha iyi bilgilendirilmesi ve sürece dahil edilmesi gerektiği anlaşılmıştır. Restoran 3 ve Restoran 5 gibi daha yüksek katılımcı sayısına sahip restoranların daha popüler oldukları ve müşteri kitlesinin bu tür katılımlara yatkın olduğu varsayılabilir. Bu varsayım, "restoran hedef kitle ve atmosferi, kullanıcıların ankete katılım oranını etkilemektedir" düşüncesini destekler niteliktedir.

Anket katılım oranlarını artırmak amacıyla toplamda 173 kullanıcıya teşvik edici seramik hediyeler dağıtılmıştır. Teşviklerin, föylüklerin düzenli yerleştirilmesinin ve restoran türüne göre farklı yaklaşımların müşteri katılımı üzerinde önemli etkisi olduğu tespit edilmiştir.

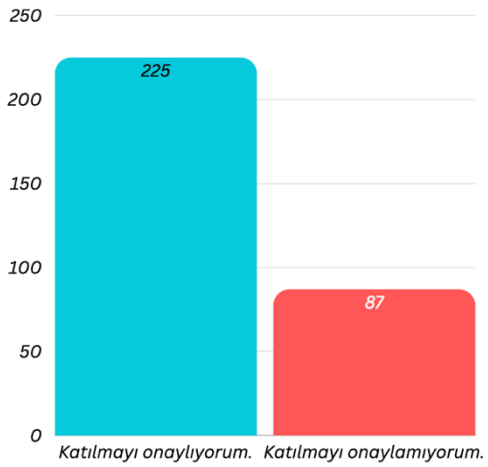


Şekil 25. Seramik hediyeler.

Tablo 3. Samet Aygün, Restoranlar ve anket katılım tablosu.

Restoran 1	Restoran 5
Anket süresi: 22 Temmuz - 15 Eylül 2024	Anket süresi: 2 Temmuz - 15 Eylül 2024
Katılımcı sayısı: 29	Katılımcı sayısı: 60
Föylük sayısı: 8	Föylük sayısı: 12
Restoran 2	Restoran 6
Anket süresi: 31 Temmuz - 15 Eylül 2024	Anket süresi: 10 Temmuz - 15 Eylül 2024
Katılımcı sayısı: 39	Katılımcı sayısı: 46
Föylük sayısı: 10	Föylük sayısı: 8
Restoran 3	Restoran 7
Anket süresi: 31 Temmuz - 15 Eylül 2024	Anket süresi: 1 Ağustos - 15 Eylül 2024
Katılımcı sayısı: 44	Katılımcı sayısı: 33
Föylük sayısı: 10	Föylük sayısı: 7
Restoran 4	Restoran 8
Anket süresi: 3 Ağustos - 15 Eylül 2024	Anket süresi: 8 Temmuz - 15 Eylül 2024
Katılımcı sayısı: 24	Katılımcı sayısı: 37
Föylük sayısı: 6	Föylük sayısı: 10

4.2. Anket Çalışması



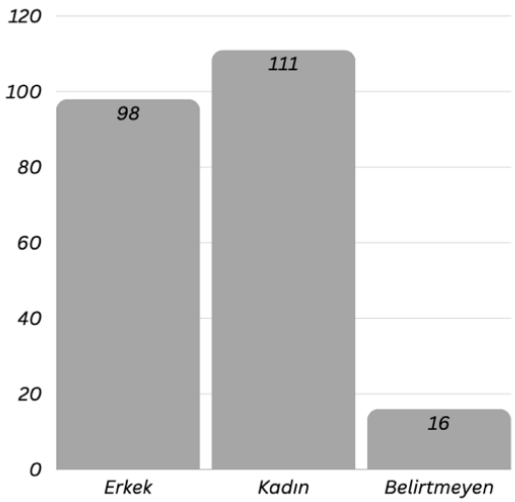
Şekil 26. Ankete katılım dağılımı.

Ankete Katılım Onayı "Çalışmaya katılım durumunuzu onaylayarak devam ediniz"

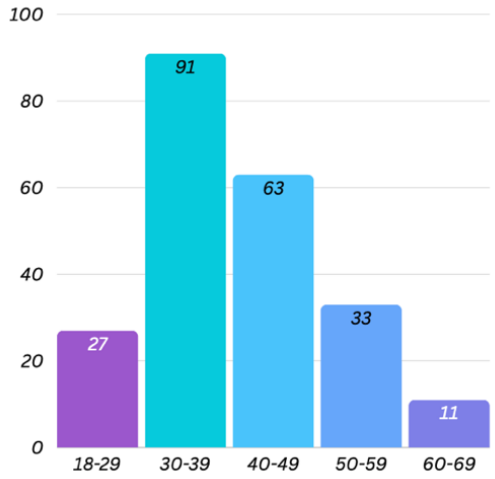
Anket soru 1 "Cinsiyetiniz"

Anket soru 2 "Doğum Yılınız"

Veri toplama süreci, kullanılan yönteme bağlı olarak farklılık göstermektedir. Örneğin, anket yönteminin kullanıldığı bir durumda, bu süreç anketin hazırlanması, katılımcılara dağıtılması ve toplanan verilerin analiz edilmesi aşamalarını içermektedir. Butik sofra seramik ürünlerin kullanıcı deneyimini nasıl etkilediğini belirlemeyi amaçlayan araştırma verileri anket formu ile elde edilmiştir. İki bölümden ve 13 sorudan oluşan anket formunu doldurmak yaklaşık 5 dakika sürmektedir. Birinci bölüm yaş ve cinsiyet ile ilgili demografik sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölüm ise kullanıcı deneyimini analiz edebilmek amacıyla hazırlanan duyu, renk, doku, biçim vb. soruları konu edinen 11 sorudan oluşmaktadır. Katılım oranını yükseltmek amacıyla sorular anlaşılır ve kısa tutulmuştur. Katılımın gönüllülük esasına bağlı olduğu araştırmaya 250 kişinin katılması hedeflenmiştir. Anket uygulamasının sonlandırıldığı 15 Eylül 2024 tarihi itibariyle anketin uygulandığı 8 restorandan toplam 312 katılımcının olduğu tespit edilmiştir. Katılımcılardan 225 kişi (%72,1) çalışmaya katılım durumlarını onaylarken, 87 kişi (%27,9) çalışmaya katılım durumlarını onaylamamışlardır (Şekil 26). Katılımcıların cinsiyet dağılımı, 111 kişi (%49,3) kadın, 98 kişi (%43,6) erkek ve 16 kişi (%7,1) cinsiyetini belirtmek istemeyen bireylerden oluşmaktadır. (Şekil 27). Yaş aralığına bakıldığında %40,4 lük oran ile 30-39 yaş arası katılımcı yoğunluğu görülmektedir (Şekil 28).



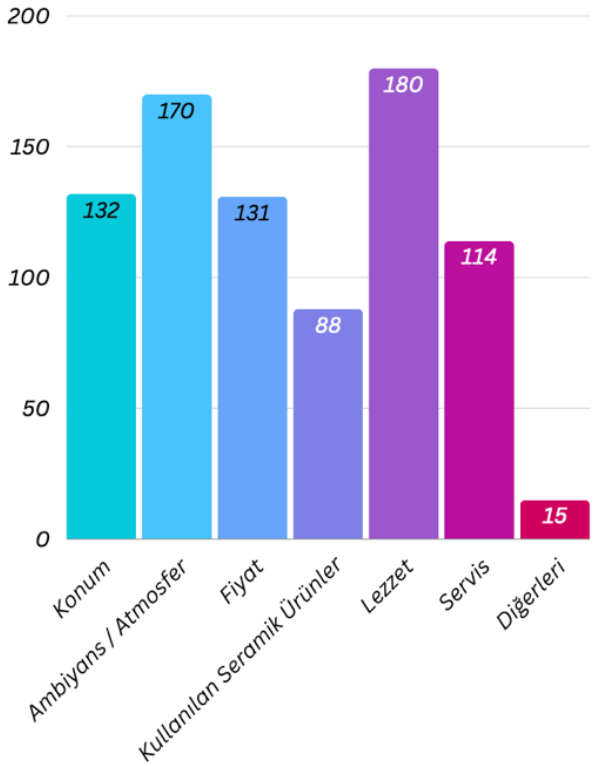
Şekil 27. Cinsiyet dağılımı.



Şekil 28. Yaş dağılımı.

Anket Soru 3 "Deneyim üzerinde hangilerinin etkisi vardır?"

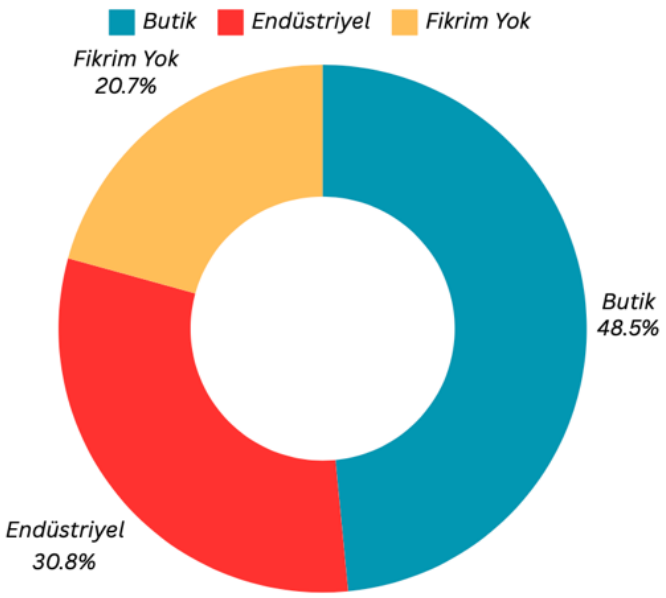
Kullanıcılar, restoran deneyiminizi etkileyen başlıca faktörler sorusuna %21,7 oranında lezzet, %20,5 oranında ambiyans/atmosfer, %15,9 oranında konum, %15,8 oranında fiyat, %13,7 oranında servis ve %10,6 oranında kullanılan seramik ürünler cevabını vermiştir (Şekil 29). Ankete verilen cevaplar, seramik ürünlerin restoran deneyimine olumlu bir katkı sağladığını, ancak ambiyans ve yemek lezzeti gibi diğer faktörlerin daha belirleyici ve güçlü etkiler yarattığını göstermektedir.



Şekil 29. Deneyime etki eden faktörler.

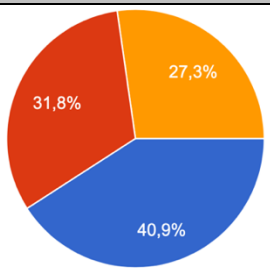
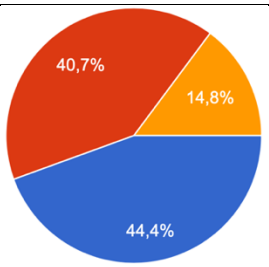
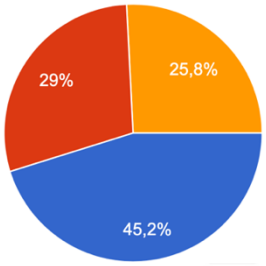
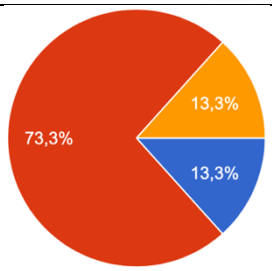
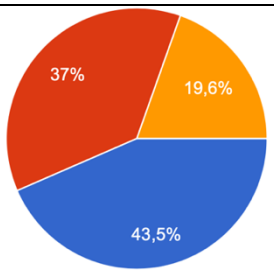
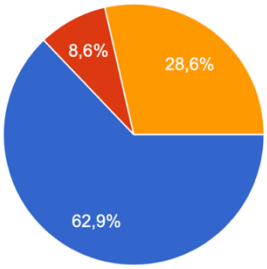
Anket soru 5 "Bu restoranda servis için kullanılan sofra seramikleri ____ üretimdir?"

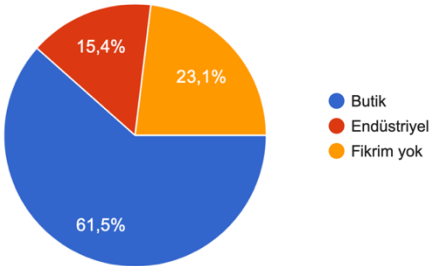
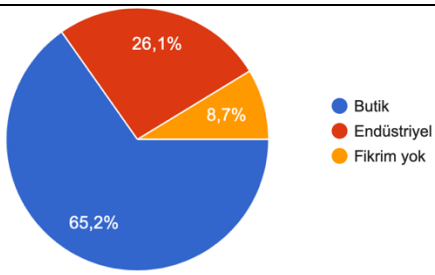
Kullanıcıların %48,5'i restoranlarda kullanılan seramik ürünleri butik olarak tanımlarken, %30,8'i bu ürünleri endüstriyel olarak değerlendirmiştir. %20,7'si ise bu konuda fikir belirtmemiştir (Şekil 30). Bu grafiği restoran özelinde ele almak kullanıcı tanımlamalarını destekleyecektir. Tablo 4'e bakıldığında, endüstriyel seramik ürünler kullanmakta olan Restoran 1 ve 2'de sırasıyla %40,9 ve %44,4 oranında verilen butik üretim yanıtı, kullanıcıların endüstriyel ve butik üretim seramik ayrımı noktasında yanılabileceklerini göstermektedir. Ayrıca, butik üretim seramik ürünler kullanılan restoran 3, 5, 6 ve 7'de sırasıyla %29, %37, %8,6 ve %15,4 oranında verilen endüstriyel seramik üretim yanıtı, yanılgının yalnızca butik üretim seramik ürünler özelinde olmadığını vurgulamaktadır. Fakat, endüstriyel seramik üretim yanıtının restoran 6'da %8,6 ve restoran 7'de %15,4 gibi düşük bir oranda olması dikkat çekicidir. Restoran 6 ve 7'de kullanılan butik seramik ürünlerin bünye renklerinin kullanıcı tarafından kolay algılanması, oranların düşük olmasının nedenleri arasında gösterilebilir.



Şekil 30. Bu restoranda servis için kullanılan sofra seramiklerinin üretim şekli.

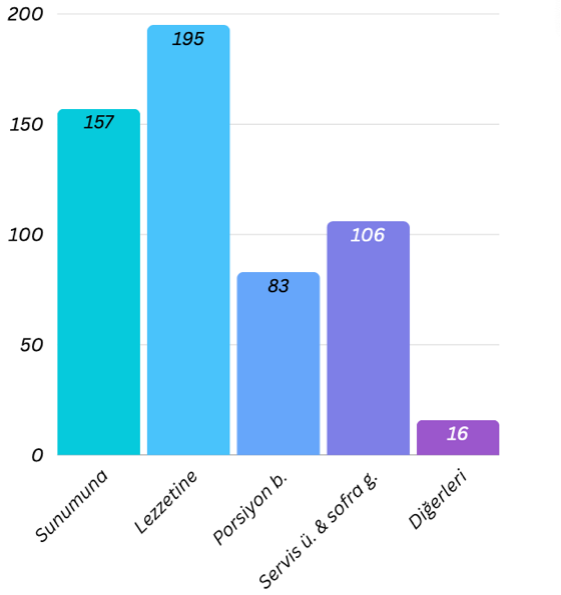
Tablo 4. Samet Aygün, Anket soru 5 için oluşturulan restoranların kullandıkları seramik ürünler ve kullanıcı anket grafiği tablosu.

Restoran	Seramik Ürünler	Kullanıcı Anket Grafiği	Grafik Renk Dağılımı	Katılımcı Sayısı
1			Butik Endüstriyel Fikrim yok	22
2			Butik Endüstriyel Fikrim yok	27
3			Butik Endüstriyel Fikrim yok	31
4			Butik Endüstriyel Fikrim yok	15
5			Butik Endüstriyel Fikrim yok	46
6			Butik Endüstriyel Fikrim yok	35

7				26
8				23

Anket soru 6 "Restoranda servis edilen ya da yediğiniz yemekle ilgili aşağıdakilerden hangilerine önem verirsiniz"

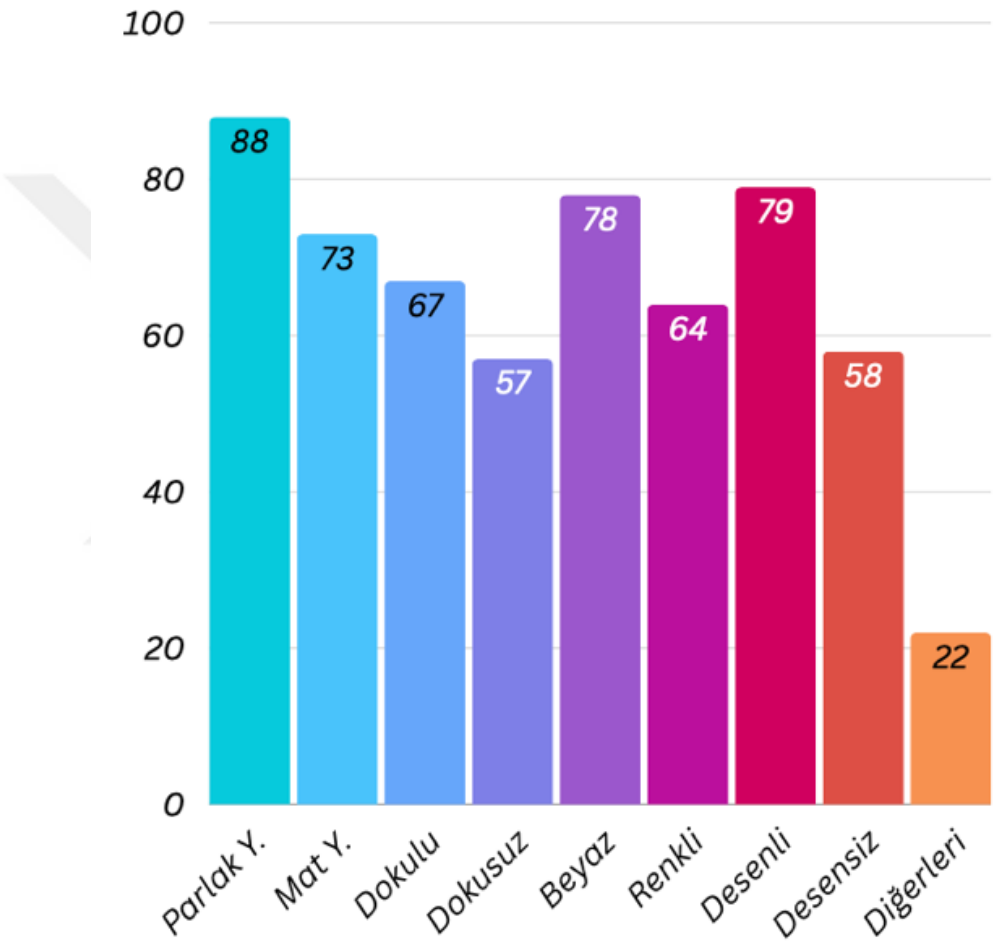
Anket çalışmasına göre, kullanıcıların %35'i yemeklerin lezzetine, %28,2'si yemeklerin sunumunu önemli bulmaktadır. Bununla birlikte, servis ve porsiyon boyutu gibi diğer faktörlerin etkisinin daha düşük düzeyde kaldığı görülmektedir (Şekil 31).



Şekil 31. Restoranda servis edilen yemekle ilgili toplanan önem şeması.

Anket soru 8 "Aşağıdaki özelliklere sahip sofra seramiklerini tercih ederim"

Kullanıcılara tercih ettikleri seramik sofra ürünlerinin özellikleri sorulduğunda, parlak yüzeyli ürünleri tercih edenlerin oranı %15, desenli ürünleri tercih edenler %13,5, beyaz renkli ürünleri tercih edenler %13,3, mat yüzeyli ürünleri tercih edenler %12,5, dokulu ürünleri tercih edenler %11,4, renkli ürünleri tercih edenler %10,9, desensiz ürünleri tercih edenler %9,9 ve dokusuz ürünleri tercih edenlerin oranı ise %9,7 olmuştur (Şekil 32).



Şekil 32. Sofra seramik tercih grafiği.

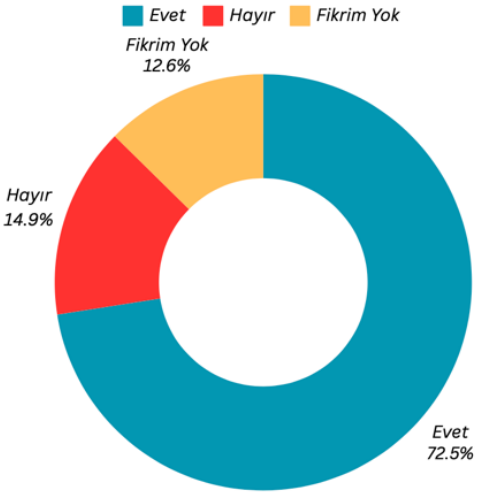
Anket soru 9 "Bu restoranda kullanılan ürünlerin rengi servis edilen yiyecekle uyumludur"

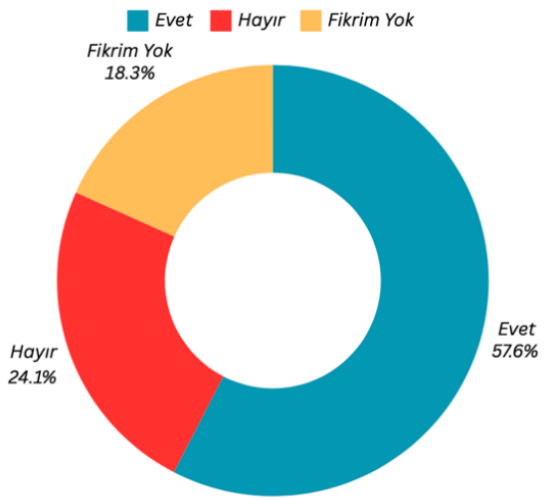
Anket soru 10 "Bu restoranda kullanılan ürünlerin dokusu servis edilen yiyecekle uyumludur"

Anket soru 11 "Bu restoranda kullanılan ürünlerin biçimi servis edilen yiyecekle uyumludur"

Anket soru 12 "Bu restoranda kullanılan ürünlerin boyutu servis edilen yiyecekle uyumludur"

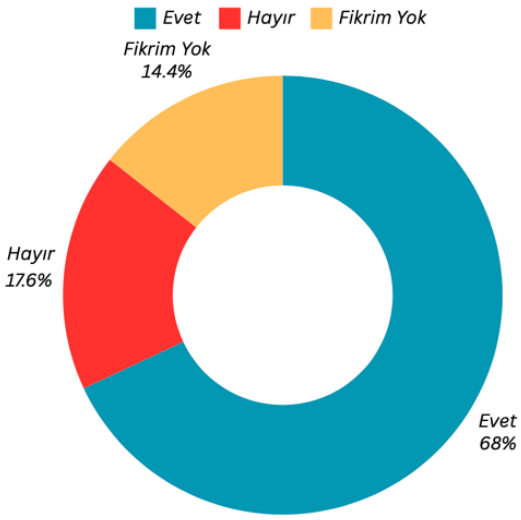
Kullanılan seramik ürünlerin yemeklerle uyumları değerlendirildiğinde renk uyumu %72,5, doku uyumu %57,6, biçim uyumu %68 ve boyut uyumu %68,9 oranında olumlu bulunmuştur. Bu bulgular, seramik sofra ürünlerinin görsel ve dokunsal özelliklerinin yemek deneyimiyle olan ilişkisini ortaya koymaktadır. Doku uyumunun diğer özelliklere göre daha düşük oranda olumlu değerlendirilmesi, seramik ürünlerin yüzey özelliklerinin yemek deneyimi üzerindeki etkisini restoran özelinde incelenmesi fayda sağlayacaktır. Tablo 5'te yer alan grafiklere bakıldığında restoran 2 için %34,6 ve restoran 4 için %33,3 oranında 'uyumsuzdur' yanıtı verilmiştir. Bu tabloda dikkat çeken bir diğer nokta, %28,6 oranında uyumsuzdur yanıtı verilen Restoran 6'dır. Butik seramik ürünler kullanan Restoran 6'nın, kullanıcılarından aldığı 'uyumsuzdur' geri bildirimi, seramik ürünlerin yüzey dokusunun yalnızca üretim şekline (endüstriyel veya butik) değil, dokusal özelliklerine göre de detaylı bir şekilde değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

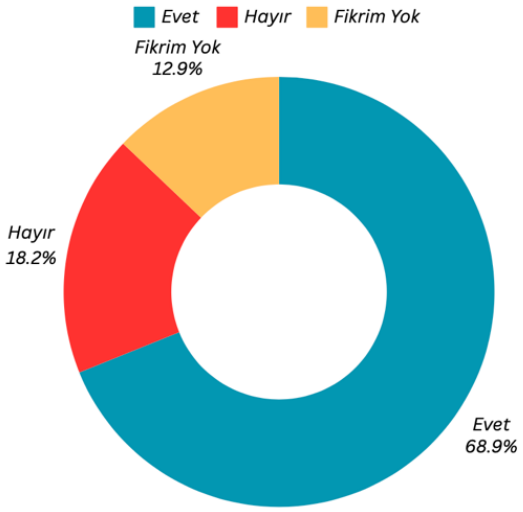




Şekil 33. Bu restoranda kullanılan ürünlerin **rengi**, servis edilen yiyeceklerle uyumludur.

Şekil 34. Bu restoranda kullanılan ürünlerin **dokusu**, servis edilen yiyeceklerle uyumludur.

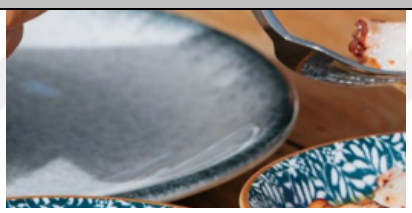
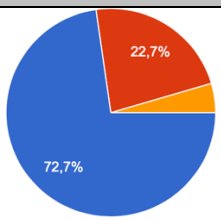
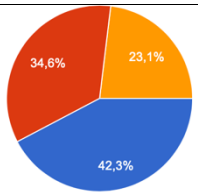
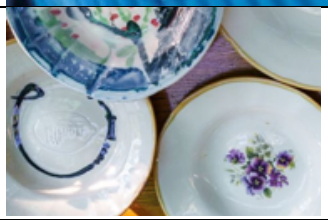
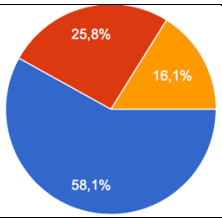
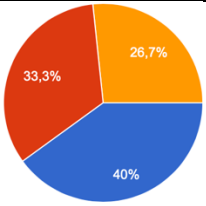


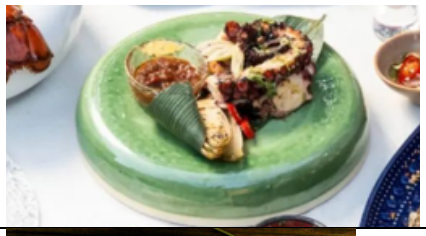
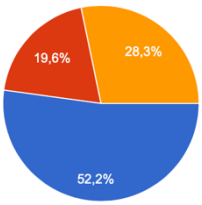
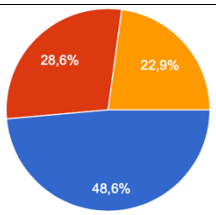
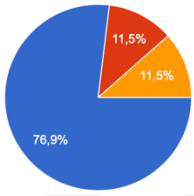
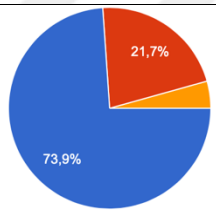


Şekil 35. Bu restoranda kullanılan ürünlerin **biçimi**, servis edilen yiyeceklerle uyumludur.

Şekil 36. Bu restoranda kullanılan ürünlerin **boyutu**, servis edilen yiyeceklerle uyumludur.

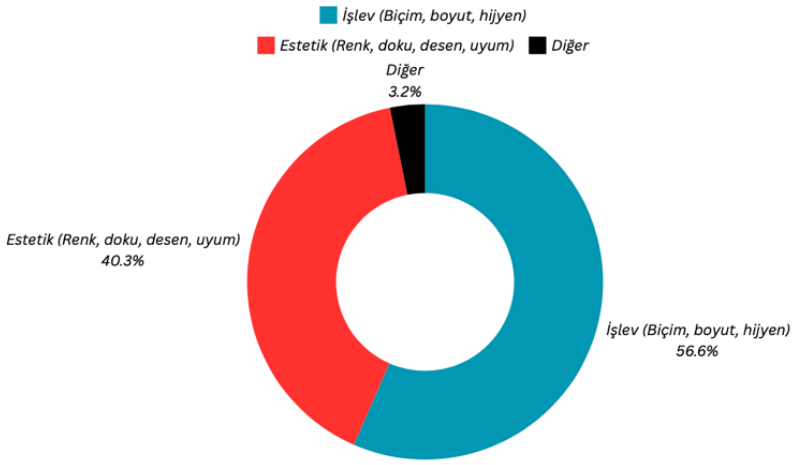
Tablo 5. Samet Aygün tarafından anket soru 10 için oluşturulan restoranların kullandıkları seramik ürünler ve kullanıcı anket grafiği tablosu.

Restoran No	Seramik Yüzeyler	Kullanıcı Anket Grafiği	Grafik Renk Dağılımı	Katılımcı Sayısı
1				22
2				26
3				31
4				15

5				46
6				35
7				26
8				23

Anket soru 13 "Restoranlarda kullanılan sofra ürünlerinde aşağıdakilerden hangisi öncelikli olmalıdır?"

Sofra ürünlerinde hangi özelliğin öncelikli olduğu sorulmuş ve %56,6 oranında işlevsellik, %40,3 oranında ise estetik öncelikli bulunmuştur. Bu bulgular, seramik sofra ürünlerinde işlevselliğin temel bir gereklilik olduğunu, ancak estetik özelliklerin de önemli bir faktör olarak öne çıktığını göstermektedir (Şekil 37).



Şekil 37. Restoranlarda kullanılan seramik sofra ürünleri öncelik şeması.

Anket soru 4 "Bu restoranda kullanılan seramik sofra ürünlerini nasıl tarif edersiniz?"

Anket soru 7 "Restoranların kullandığı seramik ürünler yemek yeme deneyiminizi nasıl etkilemektedir?"



Şekil 38. Samet Aygün, Anket soru 4 verileriyle oluşturulan kelime bulutu.

Anket çalışması iki adet açık uçlu soru barındırmaktadır. Orta-üst sınıf restoranlarda kullanılan seramik sofra ürünlerinin kullanıcı deneyimi üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla hazırlanan anket sorularından 4 numaralı "Bu restoranda kullanılan seramik sofra ürünlerini nasıl tarif edersiniz?" sorusuna verilen 147 yanıt tematik olarak kategorize edilmiştir. Bu temalar sırasıyla beğeni, fiziksel özellik, bütünün parçası olma, üretim şekli ve malzeme ve işlevsellik başlıklarında toplanmıştır. Anket verilerinden elde edilen bulgular, restoranlarda kullanılan seramik sofra ürünlerinin kullanıcı deneyimini etkilediğini ortaya koymaktadır.

Beğeni: Anket sonuçlarına göre katılımcıların %47'si seramik sofra ürünlerini beğeni odaklı ifadelerle tanımlamıştır. Kullanıcıların "Bu restoranda kullanılan seramik sofra ürünlerini nasıl tarif edersiniz?" sorusuna karşılık verdikleri cevapların seramik ürünlerin rengi, dokusu vb. fiziksel özelliklerinden daha çok kişisel beğeni çerçevesinde ele aldıkları görülmektedir. Restoran 1'de verilen "mükemmel kusursuz", "şık ve zarif", şeklindeki cevaplar ile Restoran 3'te verilen "kararında ve şık", "özel", "birbirinden farklı kaliteli" cevapları ve diğer restoranlarda verilen benzer cevaplar beğeni başlığı altında toplanmıştır.



Şekil 39. Restoran 1



Şekil 40. Restoran 3

Fiziksel Özellik: Restoran 3'te "sade", "kare ve oval", Restoran 4'te "farklı desenlere sahip çeşitli tabaklar var", Restoran 5'te "özenle seçilmiş rengarenk harika ürünler", "kapaklı çorba kaseleri", "sağlam ve standart beyaz seramikler dışında farklı tasarımlı", Restoran 6'da "yuvarlak geniş tabaklar", "özenle seçilmiş beyaz tabaklar" şeklindeki yanıtlar fiziksel özellik başlığı altında toplanmıştır. Anket sonuçları katılımcıların %24'ünün seramik ürünlerin biçim, renk ve dokularına dair özelliklere dikkat ettiğini ve ürünleri bu şekilde tanımladığını ortaya koymaktadır.

Bütünün Parçası Olma: Kullanıcıların %23'ü, restoranlarda kullanılan seramik sofra ürünlerinin, restoran konseptiyle bir bütün içerisinde algılandığını ifade etmektedir. Restoran 1'de "ambiyansı güzelleştiren", "yemekle alakasız ve restoranla uyumsuzlar" Restoran 2'de "yemeklerle uyumlu ürünler", "her yerde olanların aynısı" Restoran 4'te "kullanılan ürünler konseptle uyumlu" Restoranların bütününde "standart" şeklinde verilen yanıtlar bütünün parçası olma başlığı altında toplanmıştır. Kullanıcı yorumlarında, seramik sofra ürünlerin ambiyansı güzelleştiren ve yemeklerle uyumlu unsurlar olarak değerlendirildiği görülmektedir. Bununla birlikte, seramik sofra ürünlerin konseptle olan ilişkisinin bazı kullanıcılar tarafından sorguladığı ya da bu ürünlerin kullanıcılar tarafından standart olarak nitelendirdiği de dikkat çekmektedir. Bu durum, restoranların genel konsept ve ürün seçimi arasındaki bağın, kullanıcı algısında kritik bir rol oynadığını göstermektedir.



Şekil 41. Restoran 2



Şekil 42. Restoran 4

Üretim Şekli ve Malzeme: Az sayıda kullanıcı, restoranlarda kullanılan seramik ürünleri tanımlarken, el yapımı seramik ürünlerin üretim süreçlerine ve malzemelerine atıfta bulunmuştur. Örneğin, Restoran 3'te "handmade", Restoran 5'te "butik", Restoran 6'da ise "el yapımı", "butik" gibi ifadeler kullanılmıştır. Ancak bu tür yanıtların toplamda (%5) gibi düşük bir oranda kalması, kullanıcıların el yapımı seramik ürünler ve üretim süreçleri hakkında sınırlı bir farkındalığa sahip olduğu göstermektedir. Ayrıca, anketin 5. sorusunda olduğu gibi, bu konuya spesifik olarak değinilmediğinde kullanıcıların fikir belirtme eğiliminin daha düşük olduğu anlaşılmaktadır.

İşlevsellik: Seramik ürünlerin kullanıcılar tarafından algılanmasında, işlevsellik teması geri planda kalmaktadır. Katılımcıların yalnızca %1'i, seramik ürünleri tarif ederken işlevsellik özelliğine referans vermiştir. Bu durum, işlev odaklı bir soru yöneltilmediğinde kullanıcıların seramik ürünleri daha çok görsel ve estetik açıdan değerlendirdiğini göstermektedir. Ancak, anket soru 13'te olduğu üzere işlevsellik doğrudan sorulduğunda, katılımcıların bu konu hakkında daha fazla görüş bildirdiği görülmektedir. Seramik sofra ürünlerin kullanıcı algısında işlevsellik, estetik unsurların gölgesinde kalmaktadır. Kullanıcılar, ürünleri genellikle görsellik ve estetik açıdan değerlendirirken, işlevsellik ancak spesifik bir şekilde sorulduğunda dikkate alınmaktadır.



Şekil 43. Samet Aygün, Anket soru 7 verileriyle oluşturulan kelime bulutu.

Orta-üst sınıf restoranlarda kullanılan seramik sofra ürünlerinin kullanıcı deneyimi üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla hazırlanan anket sorularından 7 numaralı "Restoranların kullandığı seramik ürünler yemek yeme deneyiminizi nasıl etkilemektedir?" sorusuna verilen 128 yanıt tematik olarak kategorize edilmiştir. Bu temalar sırasıyla duygusal ve deneyimsel etki, görsel estetik ve sunum, iştah açıcı etki, nötr veya olumsuz yorumlar, restoran imajı başlıklarında toplanmıştır. Anket verilerinden elde edilen bulgular, kullanıcıların seramik ürünlerin yeme deneyimlerine görsellik, iştah açıcı etki, uyum ve duygusal etkiler yönünden değer kattığını ortaya koymaktadır. Görsel estetik en öne çıkan yönlerden biri olurken, bunu iştah açıcı etki takip etmektedir.

Duygusal ve Deneyimsel Etki: Kullanıcılar, seramik ürünlerin beslenmenin yanı sıra kendilerine iyi hissettirmesi veya yeme deneyimini keyifli hale getirmesi gibi duygusal etkilerden bahsetmektedir. Beslence sürecinde estetik unsurların psikolojik bir etki oluşturarak deneyimi zenginleştirdiğini ortaya koyan bu durum, duygu, mutluluk, keyif veya özel hislerin deneyim sürecinde yoğunlaştığını göstermektedir. Seramik ürünlerin yeme deneyimine kattığı duygusal ve deneyimsel değeri ankete katılım sağlayan kullanıcıların cevaplarından da görmek mümkündür. 128 katılımcıdan 49'unun (%38) bu kategoriyi vurgulaması, estetik unsurların sadece görsel değil, aynı zamanda psikolojik bir etki oluşturarak deneyimi daha tatmin edici bir noktaya taşıdığı

görülmektedir. Restoran 1'de "Müşteriye kendisini iyi ve özel hissettirdiğini düşünüyorum. Tercih ederek gittiğim bir restoranın ambiyansını tamamlayan en önemli ögelerden biri diyebilirim.", Restoran 5'te "Mutlu eder", Restoran 6'da "Kullanılan seramik ürünler, yemekten aldığım zevki kesinlikle çok etkiler" ve Restoran 8'de "Keyif veriyor" yanıtları da göstermektedir ki seramik ürünler, kullanıcıya kendini iyi ve özel hissettirme gibi duygusal unsurları artırmada önemli bir rol oynamaktadır.

Görsel Estetik ve Sunum: Kullanılan seramik ürünlerin fiziksel özellikleri, renkleri, şekilleri ve dokularının yemeğin sunumuna ve görünümüne etkisi olduğu düşünülmektedir. Kullanıcılar, "Restoranda servis edilen ya da yediğiniz yemekle ilgili aşağıdakilerden hangilerine önem verirsiniz?" 6. anket sorusuna, %28,2 gibi yüksek bir oranda sunumuna cevabını vermiştir (Şekil 31). Anket çalışması, seramiğin renginin, dokusunun ve tasarımının yemeğin görünümünü etkilediğini belirtmektedir. Öte yandan görsellik, kullanıcı deneyimi üzerinde de önemli bir etkiye sahiptir. Katılımcılardan %25'inin bu konuyu öne çıkarması, görsel sunumun kullanıcılar için oldukça önemli olduğunu göstermektedir. Restoran 8'de "Sunuma önem veren birisi olarak görsel şöleni arttırmasına dikkat ediyorum.", "Yemeklerin dokuları, renkler ve bunların kombinasyonları tecrübemiz için önemlidir. Kullanılan seramikler de bu ölçütler dahilinde doğrudan etkilidir.", Restoran 5'te "Yemeğin lezzetini algılarımızdan aldığımız düşünüldüğünde görsellik önemlidir.", Restoran 2'de "Tabaklar ve sunum iyiydi" gibi öne çıkan yanıtlar, seramik ürünlerin, restoranın genel atmosferi ve yemeklerin sunumu ve cazibesi üzerinde güçlü bir rol oynadığını vurgulamaktadır.

İştah Açıcı Etki: Seramik sofra ürünlerinin servis edilen yemekle uyumundan kaynaklı kullanıcı iştahını artırması beklenebilir. İştah açıcı etki, katılımcıların yaklaşık %20'sinin özellikle vurguladığı bir temadır. Kullanıcıların çoğu, seramiklerin iştah açıcı bir sunum sunduğunu ve yemeği daha cazip hale getirdiğini belirtmektedir. Görselliğin estetik bir unsur olmanın ötesinde iştahlandırma gibi fiziksel bir tepki oluşturduğu da görülmektedir. Restoran 5'te "İştahımı açar", "Yemeğin daha da lezzetli görünmesinde çok büyük bir etkiye sahiptir", "Yemeği gösteren tabaktır", Restoran 6'da "İştahımı kabartır", Restoran 7'de "Yemekten çok yemeğin görüntüsüne önem veririm. Tabağı gördüğümde iştahımı kabartmıyorsa lezzet alıyorum diyemem.", Restoran 8'de "Kullanılan renkler iştahımı artırıyor." gibi farklı restoran kullanıcıları

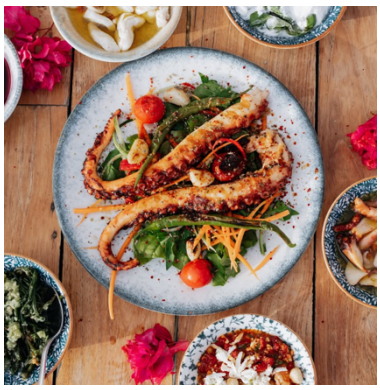
tarafından verilen benzer yanıtlar, seramiklerin rengi, dokusu ve şeklinin iştah açıcı etkisini net bir şekilde ortaya koymaktadır.

Nötr veya Olumsuz Yorumlar: Kullanıcıların %11'i, yemek yeme deneyimine seramik sofra ürünlerinin etkisinin olmadığını veya az olduğunu belirtmektedir. Restoran 1'de "etkilemez", Restoran 2'de "etkilemedi", Restoran 4'te "bende bir etkisi yok" ve Restoran 7'de "etkilemiyor" şeklinde yapılan yorumlar azınlıkta olsalar da, bazı kullanıcıların görselliğe daha az değer verdiğini veya yemeğin lezzeti, hizmet kalitesi vb. diğer faktörlere odaklandıklarını göstermektedir.

Restoran İmajı: Seramik sofra ürünlerinin restoranın imajına ve sunum kalitesine katkı sağladığını belirten kullanıcı oranı %6 olmuştur. Restoran 1'de "Kaliteli ama uyumsuz ürünlerle derme çatma", Restoran 3'te "Kaliteli bir yemek aynı kalitede bir servisle sunulmalı", "Eğer ürün güzel gözüküyorsa dikkatimi çeker ve mekana daha pozitif yaklaşırım", Restoran 6'da "Ambiyansa uygun ve sunulan yemeği hem estetik hem de kullanışlılık bakımından tamamlayan ürünler deneyimimi olumlu etkiler" şeklindeki yorumlar göstermektedir ki restoran marka algısını ve kullanıcıların restorana olan bakışını seramik sofra ürünleri etkileyebilmektedir.

Kullanıcılar, bu ürünlerin sunumu daha cazip hale getirdiğini ve yemek deneyimine estetik açıdan olumlu bir katkı sağladığını belirtmektedir. Bununla birlikte, kullanıcı deneyiminde lezzet ve ambiyans gibi faktörlerin önemli etkenler olduğu görülmüştür. Restoranların, seramik ürünler aracılığıyla sundukları görsel ve dokunsal deneyimi iyileştirerek kullanıcı deneyimini artırabileceği düşünülmektedir.

Tablo 6. Samet Aygün tarafından anket soru 7 için hazırlanan restoran ambiyans ve seramik sofra ürünleri tablosu

Restoran 1		
Restoran 3		
Restoran 6		

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Butik üretim sofra seramiklerinin kullanıcı deneyimine etkilerinin araştırıldığı tez çalışması, Muğla'nın Bodrum ilçesinde faaliyet gösteren orta-üst sınıf restoranlarda gerçekleştirilen saha gözlemleri, anketler ve literatür taraması ile kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır. Çalışmanın Bodrum ilçesinde yapılmasının başlıca nedenleri arasında önemli bir turizm lokasyonu olmasıdır. Bölgede hizmet veren orta-üst sınıf restoranlardan bazıları araştırma kapsamında ziyaret edilmiş, saha gözlemleri yapılmış ve kullanıcılara anket uygulamaları yapılmıştır. Çalışmanın restoranları ziyaret aşamasının iki yıl sürdüğü düşünüldüğünde aralıklı tekrarlanan saha gözlemlerinde bazı restoranların masa, servis ürünleri ve menülerinde değişime gittikleri gözlemlenmiştir. Restoran 2'ye yapılan ilk ziyaretten (2022) son ziyarete (2024) geçen üç yıllık zaman diliminde seramik sofra ürünlerinin iki defa yenilendiği görülmüştür. Benzer bir durumun Restoran 3, Restoran 4, Restoran 6 gibi diğer restoranlarda da görülüyor olması, seramik ürünlerin yalnızca işlevsel değil, aynı zamanda estetik bir unsur olarak restoran deneyiminin ayrılmaz bir parçası olduğunu ortaya koymaktadır.

Anket çalışmasına katılım gösteren 312 gönüllü kullanıcı yanıtı göstermektedir ki seramik sofra ürünleri, yemek sunumunun estetik değerini artıran ve kullanıcı deneyimlerini zenginleştiren bir unsurdur. Seramik ürünlerin estetik ve işlevsel özellikleriyle restoran deneyimine nasıl katkı sağladığını anlamak açısından önemli veriler sunmakta olan anket çalışması; kullanıcıların estetik ve işlev dengesi sağlayan seramik ürünlere önem verdiğini, bu ürünlerin yemeklerin sunumunu ve lezzet algısını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir.

Çalışma kapsamında ziyaret edilen restoranların kullandıkları seramik sofra ürünlerin kullanıcı deneyimi üzerindeki etkisi hem estetik hem de işlevsel bağlamda incelenmiştir. Elde edilen bulgular göstermektedir ki, seramik sofra ürünleri sadece yemeklerin sunumuna değil, aynı zamanda restoran genel atmosferine ve marka imajına önemli bir katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda, restoran işletmecileri ve tasarımcılar için seramik ürünlerin seçimi ve kullanımı, kullanıcı deneyimini iyileştirmek adına stratejik bir araçtır.

Ankete katılan kullanıcıların çoğu, seramik ürünlerin rengi, dokusu, biçimi gibi tasarım unsurlarının, yemek sunumlarının görselliği ve iştah açıcı etkisi üzerinde belirleyici olduğunu vurgulamaktadır. Bu durum, renk, doku ve biçim gibi tasarım

unsurlarının yemeklerle uyum içinde, deneyimi zenginleştiren temel faktör olarak ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Ancak, estetik değerlere ek olarak işlevsellik de kullanıcı memnuniyeti açısından önemli bir kriter olarak öne çıkmaktadır.

Bununla birlikte, bazı kullanıcılar tarafından Restoran 1'de "yemekle alakasız ve restoranla uyumsuzlar", Restoran 2'de "her yerde olanların aynısı", Restoranların bütününde "standart" şeklinde verilen yanıtlar, seramik sofra ürünlerin etkisinin sınırlı bulunduğunu veya restoran konseptiyle uyumsuz olduğunu göstermektedir. Standart ürünlerin kullanıcıları etkilemediği göz önünde bulundurulduğunda restoranlar kullanıcı deneyimini etkileyebilecek yenilikçi ve farklı seramik servis ürünlerine ihtiyaç duymaktadır. %10 oranında verilen 'uyumsuzdur' yanıtları detaylı olarak incelenmeli ve memnuniyetsizliğin nelerden kaynaklandığı analiz edilmelidir. Beslence amacıyla ziyaret edilen bu restoranlarda verilen bu yanıtlar düşündürücüdür. Beslence niyetiyle ziyaret edilen bir restoranda 'uyumsuzdur' yanıtları haricinde varlık gösteren farkında olmama durumu %2 gibi düşük bir orandadır. Beslence amacıyla ziyaret edilmeyen diğer restoranlarda bu oranın daha yüksek olabileceği öngörülmektedir. Olumsuz görüşlerin ve farkında olmama durumunun oranlarının azaltılabilmesi adına kullanıcı deneyimine yeni bir yaklaşım veya öneri geliştirilebilir.

Anketin 3. sorusunda kullanıcılar, restoran deneyimlerini etkileyen faktörler arasında en yüksek oranda %21,7 ile lezzeti, %20,5 ile ambiyansı belirtmişlerdir. Bununla birlikte, konum (%15,9), fiyat (%15,8) ve servis (%13,7) gibi unsurlar da önemli bulunmuştur. Kullanılan seramik ürünlerin deneyim üzerindeki etkisi %10,6 olmuştur. Bu bulgu, ambiyansı oluşturan temel etkenlerden birisinin seramik olduğunu, sunumda kullanılan seramik ürünlerin sınırlı farkındalığa sahip kullanıcıların deneyimlerine olan katkısının önemli olduğunu ortaya koyabilmektedir. Dolayısıyla, seramik ürünlerin restoran deneyiminde göz ardı edilmemesi gereken bir etken olduğu, ambiyansla birlikte etkisinin büyük olduğu sonucuna ulaşılabilir.

Ankete katılan kullanıcıların yanıtları, seramik sofra ürünlerin estetik, işlev ve duyusal deneyim açısından nasıl bir rol oynadığını anlamak için önemli bir zemin oluşturmuştur. Araştırma kapsamında elde edilen temel bulgular aşağıda özetlenmektedir:

- Seramik sofra ürünlerinin estetik ve işlevsel özelliklerinin dengeli bir şekilde sunulması, kullanıcılar için tatmin edici bir deneyim sunmaktadır. İşlevsellik

temel bir gereklilik olarak değerlendirilirken, estetik ürünlerin tercih edilmesinde güçlü bir etki oluşturmaktadır.

- Renk, doku ve biçim gibi tasarım unsurları, restoranların genel atmosferi ve yemeklerin sunumu ile uyumlu olduğunda kullanıcılar üzerinde olumlu bir etki bırakmaktadır. Bu unsurlar, yemeklerin görsel cazibesini artırarak kullanıcı deneyimini zenginleştirmektedir.
- Ankete katılan bazı kullanıcılar seramik sofra ürünlerin deneyim üzerindeki etkisini sınırlı bulmuş, bazıları ise bu ürünlere dikkat etmediğini ifade etmiştir. Bu durum, bireysel algıların ve tercihlerinin kullanıcı deneyiminde etkili olabileceğini göstermektedir.
- Kullanıcılar, seramik sofra ürünlerinin yalnızca görsel değil, aynı zamanda duygusal bir etki oluşturduğunu belirtmiştir. Restorana özel tasarlanmış ve butik olarak üretilmiş seramik ürünler, kullanıcıların kendilerini özel hissetmelerine ve restoran deneyimlerini daha anlamlı bulmalarına katkıda bulunmaktadır.
- Kullanıcıların sosyal medya platformlarında yemek fotoğraflarını paylaşma isteğinin restoran tercihleri üzerinde etki oluşturabileceği saha çalışmaları sürecinde gözlemlenmiştir. Kullanıcılardan bazıları sosyal medya kısıtlamalarının olduğu Ağustos 2024 tarihinde rezervasyonlarını iptal ederek bu restoranlara gitmeme eğiliminde bulunmuşlardır. Bu durum, sosyal medyanın restoran seçiminde önemli bir etken olduğunu ve kullanıcı deneyimlerinin paylaşımının, restoran ziyaretlerini doğrudan etkilediğini ortaya koymaktadır.
- Kullanıcıların el yapımı seramik ürünler konusunda sınırlı bir farkındalığa sahip olduğu, bu ürünlerin üretim süreci ve el işçiliği değerine dair bilgi eksikliğinden kaynaklandığı görülmektedir. Bu durum, seramik ürünlerin estetik ve işlevsel özelliklerinin yanı sıra üretim sürecine dair farkındalık artırıcı yaklaşımların önemini vurgulamaktadır.
- Restoranların genel atmosferine ve yemek sunumlarına uyumlu seramik sofra ürünlerinin, kullanıcı deneyimini ve restoran imajını olumlu yönde etkileyebileceği değerlendirilmiştir. Bu bulgu, seramik ürünlerin sadece yemek sunumu özelinde değil, aynı zamanda restoranın bütünsel algısı üzerinde de etkili olduğunu göstermektedir.

Araştırma sırasında, restoranlarda kullanılan seramik ürünlerin konseptle uyumsuzluğu, standart tasarımların kullanıcı deneyimine sınırlı etkisi ve el yapımı ürünlere yönelik farkındalık eksikliği gibi sorunlar tespit edilmiştir. Araştırma kapsamında öne çıkan sorunlar aşağıda özetlenmektedir:

- Bazı restoranlarda kullanılan seramik ürünlerin restoranın konsepti veya yemek sunumlarıyla uyumlu olmadığı gözlemlenmiştir.
- Standart ve sıradan seramiklerin, kullanıcı deneyimini sınırlı ölçüde etkilediği görülmüştür.
- El yapımı seramik ürünlerin tanıtımı ve farkındalığının artırılması gerektiği anlaşılmıştır.

Bu araştırmada elde edilen bulgular doğrultusunda, restoran deneyimini iyileştirmek ve seramik ürünlerin kullanıcı deneyimine katkısını artırmak amacıyla aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

- Restoranlar, seramik ürünlerin renk, doku ve biçim gibi tasarım özelliklerini restoran konseptine ve sunulan yemeklere uyumlu olacak şekilde seçmelidir. Bu, kullanıcıların estetik ve işlevsellik taleplerini karşılamak için kritik öneme sahiptir. Restoranlar, genel atmosfere ve yemeklere uyumlu seramik sofra ürünleri seçerek, kullanıcı deneyimini iyileştirebilir ve restoran imajını güçlendirebilir. Seramik ürünlerin, yalnızca kullanıcı deneyimi bağlamında değil, işletmenin restoran imajını yansıtan bir araç olarak değerlendirilmesi önerilmektedir.
- El yapımı seramik ürünlerin üretim süreçlerinin tanıtılması ve bu ürünlerin hikayelerinin paylaşılması, kullanıcıların ürünlere olan ilgisini ve takdirini artırabileceği gibi aynı zamanda restoran imajına da olumlu katkılar sunacaktır. Kullanıcı farkındalığını artırmak amacıyla restoranlar, seramik ürünlerin el yapımı özelliklerine dair kısa açıklamalar veya bilgilendirici içerikler sunabilir. Ürünlerin üretim sürecine ve el işçiliği değerine vurgu yapan hikayeler, kullanıcıların bu ürünlere olan ilgisini artırarak deneyimi iyileştirebilir.
- Restoranlar, farklı kullanıcı gruplarına hitap edecek çeşitli seramik tasarımları sunarak kullanıcı deneyimini zenginleştirebilir. Özellikle konsepte uygun veya bölgeye özgü tasarım seçeneklerinin sunulması, kullanıcı deneyimini iyileştirebilir.

- Restoran çalışanlarına, seramik sofra ürünlerinin kullanıcı deneyimine etkisi hakkında eğitimler verilmesi, bu ürünlerin doğru kullanımı ve tanıtımı açısından faydalı olacaktır.
- Restoranlar, kullanıcı deneyimi verilerini analiz ederek seramik ürünlerini ve hizmet sürecini sürekli olarak iyileştirmelidir.
- Estetik ve işlevsellik arasındaki denge, kullanıcı deneyimi tasarımında öncelikli bir kriter olarak ele alınmalıdır. Bu bağlamda, restoranların seramik ürün seçimi sürecinde hem işlevsel hem de estetik unsurları göz önünde bulundurması önemlidir.

Anket sonuçlarına göre, kullanıcıların %35'i yemeklerin lezzetini en önemli unsur olarak görürken, %28,2'si sunumun da lezzet kadar kritik olduğunu ifade etmektedir. Sunumda yer alan seramik ürünler, estetik algıyı zenginleştirerek kullanıcı deneyimine önemli katkılar sağlamaktadır. Bu durum, seramik sofra ürünlerinin kullanıcı deneyimine dolaylı olarak katkıda bulunduğunu, yemeklerin sunumunda merkezi bir rol oynadığını ve restoran imajı ile kullanıcı algısı üzerinde belirgin bir etki oluşturduğunu göstermektedir. Sonuç olarak deneyim sürecine dolaylı katkı sağlayan seramik ürünler, sunumun genel etkisi üzerinde güçlü bir izlenim bırakmaktadır.

Bu çalışma, butik seramik sofra ürünlerinin restoranlarda kullanımı ve kullanıcı deneyimine etkisine dikkat çekmekte ve bu alanda varlık gösteren tasarımcılar, şefler ve işletmeciler için rehberlik edecek önemli veriler sunmaktadır. Çalışmanın sonuçları, seramik ürünlerin restoran deneyimine katkısını anlamaya yönelik önemli bir zemin oluşturmakla birlikte, bazı sınırlılıkları da beraberinde getirmektedir. Gelecekte yapılacak çalışmalar, seramik sofra ürünlerin farklı kültürel bağlamlardaki etkilerini ve kullanıcıların dokunsal ve duyusal deneyimlerini daha derinlemesine inceleyebilir. Farklı bölgelerde bulunan kullanıcıların deneyimleri analiz edilebilir. Ayrıca, el ile üretim süreçlerinin restoran marka imajı ve kullanıcı deneyimi üzerindeki katkılarının daha ayrıntılı bir şekilde ele alınması, bu alanda önemli bir katkı sağlayabilir.

KAYNAKÇA

Çulha, O. (2020). Turizmde Deneyim Ekonomisi Uygulamaları. *Alanya Akademik Bakış Dergisi, 4*(2), 495-519.

Önlü, N. (2010, Şubat 17). TASARIMDA YARATICILIK VE İŞLEVSELLİK TEKSTİL TASARIMINDAKİ KONUMU. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3*(1), 85-95. https://dergipark.org.tr/tr/pub/ataunisosbil/issue/2813/37843 adresinden alındı

Özdoğan, O. (2014). Yiyecek Stilistliği ve Fotoğrafçılık. O. N. Özdoğan içinde, *Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Başarı Hikayeleri* (s. 167-188). Ankara: Detay Yayıncılık.

Akarçay, E. (2020). Yemeğin Sosyolojisi, Beslence ve Dahası. *Betonart Dergisi*(64), 10-19.

Alp, K. Ö. (2009, Haziran). Uygulamalı Sanatlar Eğitiminde Tasarım, Yapı, İşlev, Estetik Ve Algı Sorunu. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi*, 48-59. http://efdergi.yyu.edu.tr/ adresinden alındı

Asatekin, M. (1976). Endüstri Tasarımında Tasarım Ölçütlerine Bütünsel Bir Yaklaşım. *ODTÜ Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 247-263. http://jfa.arch.metu.edu.tr/archive/0258-5316/1976/cilt02/sayi_2/247-263.pdf adresinden alındı

Aygün, S. (2019). Seramik Sanatında İşlev. *Yüksek Lisans Tezi*, 1-88.

Bakanlığı, T. K. (2009). *Yiyecek Ve İçecek Servisi.* Ankara: Hazar Reklam.

Banerjee, S., & Chua, A. Y. (2016, Nisan). In search of patterns among travellers' hotel ratings in TripAdvisor. *Tourism Management*, 125-131. doi:10.1016/j.tourman.2015.09.020

Barthes, R. (1997). Toward a Psychology of Contemporaray Food Consumption. C. Counihan, & P. V. Esterik (Dü) içinde, *Food and Culture: A Reader* (s. 20-27). New York: Routledge.

Bayazıt, N. (2008). *Tasarımı Anlamak.* İstanbul: İdeal Kültür&Yayıncılık.

Beşirli, H. (2023). Yiyecek Ve Mutfağın Toplumsal Görünümleri - Yemek Ve Mutfak Tipolojisi Çalışması. *Toplum ve Kültür Araştırmaları Dergisi, 11*, 45-62. doi:10.48131/jscs.1261843

Bekar, A., & Karakulak, Ç. (2016, Mart 1). Yiyecek ve İçecek Stilistliği ve Fotoğrafçılığı. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*(53), 104-113.

Belge, M. M. (2001). *Tarih Boyunca Yemek Kültürü.* İstanbul: İletişim Yayınları.

Benzeray, S. (2021, Eylül 30). *UX Nedir*. WIXBlog: https://tr.wix.com/blog/makale/ux-nedir-ux-design adresinden alındı

Berg, B. L., & Lune, H. (2019). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (9.Baskıdan Çeviri).* (A. Arı, Dü.) Konya: Pearson (2016), Eğitim Yayınevi (2019).

Caru, A., & Cova, B. (2003). Revisiting Consumption Experience: A More Humble but Complete View of the Concept. *Marketing Theory, 3*(2), 267-286. doi:https://doi.org/10.1177/14705931030032004

De Waal, E. (2010). *The Hare with Amber Eyes: a Hidden Inheritance.* London: Chatto & Windus.

De Waal, E. (2015). *The White Road: Journey Into an Obsession.* New York: Chatto & Windus.

Fischer, N. (2016). *Experience: Thinking, Writing, Language, and Religion.* Alabama: University of Alabama Press.

Gönenç, O. (2015). *"yerseniz" Ege Kokan Yemekler.* İstanbul: Cinius Yayınları.

Garini, İ. (2017, Kasım 19). *Theme: Now more than ever*. TEDxMnchen: https://www.ted.com/tedx/events/23969 adresinden alındı

Greever, T. (2015). *Articulating Design Decisions: Communicate with Stakeholders, Keep Your Sanity, and Deliver the Best User Experience* . California, USA: O'Reilly Media.

Harr, K. L. (2008, Ocak). Service dimensions of service quality impacting customer. *UNLV Theses*. Las Vegas, Nevada: University of Nevada. doi:10.34917/1910687

İn, H. (2023). Sofra Eşyası Tasarımının Estetik Değeri. *Sanatta Yeterlik Sanat Çalışması Raporu*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.

Industry. (2023, Haziran 13). Oxford Languages and Google: https://languages.oup.com/google-dictionary-tr/ adresinden alındı

Karagöz, H. A., Demirçiftci, T., & Erkmen, E. (2022). Local Restaurants' Effect on Tourist Experience: A Case from Istanbul. *Journal of Economy Culture and Society, 65*, 313-327. doi:10.26650/JECS2021-1007826

Karakaya, F. B. (2014). Endüstrileşme Sürecinde Porselen Ürün Tasarımı ve Örnek Uygulama. *Sanatta Yeterlik Tezi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.

Keskin, E., & Sezen, N. (2021, Ağustos 16). Gastronomi 4.0 Üzerine Kavramsal Bir Araştırma. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, 5*(2), 177-198.

Koçyiğit, M. (2019). Giriş. B. L. Berg, & H. Lune içinde, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (A. Arı, Çev., s. 11-31). KONYA, Türkiye: Pearson (2016), Eğitim Yayınevi (2019).

KTB. (2022, Kasım 11). *TÜRK KÜLTÜR TARİHİ*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı: https://www.ktb.gov.tr/TR-96254/kultur.html adresinden alındı

Leach, B. (1940). *A Potter's Book.* Russell Square London: Faber and Faber Ltd.

Lin, B., Wang, S., Fu, X., & Yi, X. (2023). Beyond local food consumption: the impact of local food consumption experience on cultural competence, eudaimonia and behavioral intention. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 35*(1), 137-158. doi:10.1108/IJCHM-01-2022-0099

Mutlu Öztürk, H. (2020). Teknolojik Gelişmeler Ve Gastronomi Alanına Yansımaları: Gastronomi 4.0. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 4*(2), 222-239. doi:10.32572/guntad.703872

Newton, H. (2003). *Restaurant Decors.* Atrium Group.

Parr, B. (2022, Aralık 29). *Diplomatic Dining*. Bompas&Parr: https://bompasandparr.com/case-study/diplomatic-dining/ adresinden alındı

Rosenzweig, E. (2015). *Successful User Experience Strategies and Roadmaps.* Massachusetts USA: Morgan Kaufmann Publishers. doi:10.1016/C2013-0-19353-1

Ryu, K., & Han, H. (2011). New or repeat customers: How does physical environment influence their restaurant experience? *International Journal of Hospitality Management, 30*, 599-611. doi:10.1016/j.ijhm.2010.11.004

Sözbir Köylü, Z., & Er, A. H. (2016, Temmuz 12). Kamusal Tuvaletlerde Kullanıcı Deneyimini Anlamak: Bir Araştırma Yöntemi Olarak Kültür Sondaları. *Tasarım + Kuram, 11*(9), 76-94. doi:10.23835/tasarimkuram.239590

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, T. (2020). *Seramik Sektörü Raporu.* Ankara: Sanayi Genel Müdürlüğü.

Sevim, C. (2017). Yemek Kültürü ve Sofra Seramikleriyle Etkileşimi. *Sanat ve Tasarım Dergisi, 7*(2), 195-206. doi:10.20488/www-std-anadolu-edu-tr.394034

Sürücüoğlu, M. S., & Özçelik, A. Ö. (2008). Türk Mutfak Ve Beslenme Kültürünün Tarihsel Gelişimi. *Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu*, 1289-1310.

Soegaard, M. (2018). *The Basics of User Experience Design: A UX Design Book by the Interaction Design Foundation.* Açık Erişim: Interaction Design Foundation.

Solmaz, Y., & Altıner, D. D. (2018, Aralık 28). Türk Mutfak Kültürü ve Beslenme Alışkanlıkları Üzerine Bir Değerlendirme. *Safran Kültür Ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 1*(3), 108-124.

TDK. (2022, Ekim 23). *Güncel Türkçe Sözlük*. Türk Dil Kurumu Sözlükleri : https://sozluk.gov.tr/ adresinden alındı

TDK. (2022, Eylül 26). *Güncel Türkçe Sözlük*. Türk Dil Kurumu Sözlükleri: https://sozluk.gov.tr/ adresinden alındı

TDK. (2023, Şubat 15). *Güncel Türkçe Sözlük*. Türk Dil Kurumu Sözlükleri: https://sozluk.gov.tr/ adresinden alındı

Tunalı, İ. (2002). *Tasarım Felsefesine Giriş.* İstanbul: Yem Yayın.

Vogelzang, M. (2010). *Eat Love: food concepts by eating-designer* (2. b.). Amsterdam: BIS Publishers.

Vogelzang, M. (2024, Eylül 29). *Volumes Product*. MarijeVogelzang: https://www.marijevogelzang.nl/past-projects/volumes/ adresinden alındı

Walker, J. R., & Walker, J. T. (2014). *Introduction to Hospitality Management* (United States of America b.). England: Pearson.

Young, N. S. (2011). *Food Photography: From Snapshots to Great Shots.* California, USA: Peachpit Press.

Zhou, W., Chen, L.-Y., & Chou, R.-J. (2021, Temmuz 7). Important Factors Affecting Rural Tourists' Aesthetic. *MDPI, 13*(14), 1-24.

EKLER

Yapılandırılmış Görüşme Soruları

Restoranların kullanıcıya sunduğu yemek kaplarını ve/veya servis düzenlemelerini gerçekleştirenlerle yapılacak olan görüşme soruları ve kapsamı

Görüşmenin zamanı yeri ve tarihi:

<table>
<tr><td></td><td>Giriş ve formaliteler</td></tr>
<tr><td>1</td><td>Yerleşim (Görüşmecinin diğer kişilerden etkilenmeyeceği, iletişimin kolayca gerçekleşeceği, kayıt ve işitme sorunları oluşmayacak şekilde, mümkünse kare yerleşimde görüşmecinin çaprazına yerleşmek gerekmektedir).</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Görüşmenin amacının açıklanması: (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Seramik ve Cam Anasanat Dalı Seramik Tasarımı Sanatta Yeterlik Programı öğrencisiyim. Tezimle ilgili olarak size sofra seramikleriniz, restoranda kullandığınız masa üstü yan/yardımcı araçlarınız, servis biçimleriniz, servis süreniz, masa üstü araçlarına karar vericilerin ve kararı etkileyenlerin kimler olduğu, masa üstü araç ve gereçlerin seçim süreci, bu kararların nasıl alındığı, yeme içme şekilleri, geçmişi, zaman içinde bu konulardaki değişiklikler hakkında bilgi toplamak amacıyla aşağıdaki çeşitli soruları sıralayabilirim).</td></tr>
<tr><td>3</td><td>Notlar (Kayıt yöntemi olarak defterime notlar alacağım. Bu yöntem görüşme sırasında gözden kaçırdığım bazı önemli noktaları hatırlamamda bana yardımcı olacaktır. Fakat, her şeyi yazarak not etmek çok zaman alabilir, bu nedenle ses kaydı almamda herhangi bir sakınca bulunuyor mu)?
<table>
<tr><td>Ses Kaydı Yapıldı</td><td></td><td>Ses Kaydı Yapılmadı</td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>4</td><td>Araştırma ve Analiz (Sanatta yeterlik tez çalışması kapsamında ya da süreç hakkında merak ettiğiniz şeyler olabilir, soru sormaktan çekinmeyin).</td></tr>
</table>

Katılımcının Kimlik Bilgileri :	
Restoranla ilişkisi / konumu:	
Kaç yıldır bu konumda çalışmaktadır:	
Restorandaki Görevi (varsa diğer mesleği):	
Mesleki Geçmişi/ Geçmişte bu alandaki veya diğer alanlarda çalışmaları konu ile ilişkisi açısından:	
İletişim Bilgileri:	

Görüşme Soruları

a) Restoran hangi yemek türlerinde hizmet vermektedir? Sebebi nedir?

b) Sizi ön plana çıkaran özel yemekler var mı? Bu yemekleri nasıl servis ediyorsunuz?

c) Serviste kullandığınız seramik ürünlerin renk ve biçimlerinden söz eder misiniz?

d) Servis tabaklarınızın yemekten duyulan haz (mutluluk) ile doğrudan bir bağı var mıdır?

e) Servis öncesi ve süresince tercih ettiğiniz seramik ürünlerin markaları, sürdürülebilirlikleri, yüzey tasarımları gibi konularda bilgi verebilir misiniz? Temel alınabilecek birkaç ürün fotoğrafı alabilir miyim?

f) Üst sınıf restoranlarda kullanıcı deneyimine sunulan seramik servis tabaklarının işlevselliği tercih sürecinde belirleyici midir?

g) Servis sürecinde kullandığınız seramik tabakların servis edilen yemeğe özgü ayırt edici özellikleri var mıdır?

h) Sırsız seramik kaplarla hazırladığınız yemekler var mıdır?

i) Restoranınızda kullandığınız ve olmazsa olmaz dediğiniz seramik ürün/ürünler nelerdir?

j) Kullanıcı deneyimine yönelik özel olarak tasarlanmış seramik ürünler ürettiriyor musunuz?

k) Seramik yemek kapları seçiminde sizin lüks olarak tanımlayabileceğiniz herhangi bir hizmet aldınız mı? Tasarım, servis öneri yardımı vb.

l) Yemek kaplarının seçiminde etkilendiğiniz dergi, kitap, kişi ya da kurumlar var mıdır?

m) Üst sınıf restoranlarda masa üstü düzeni sizce nasıl olmalı? Kullanıcı deneyimi özelinde yaratmak istediğiniz etki ile bu konu arasındaki ilişki nedir?

n) Servis sürecinde kullandığınız seramik kapları ne sıklıkla yenilemektesiniz? Yenileme sebepleriniz genellikle nelerdir?

o) Kullanıcı deneyimini iyileştirmek amacıyla diğer üst sınıf restoranlardan farklı olarak neler yapmaktasınız?

p) Masa üstü ön servis biçim tasarımını kim/kimler yapmaktadır?

q) Kullanıcıyı karşılama ve servis açma sürecinizi anlatır mısınız?

r) Muğla/Bodrum'da bulunan çevre restoranlarla karşılaştırmak gerekirse seramik ürünler özelinde ne tür farklılıklarınız bulunmaktadır?

s) Seramik ürünler, servis biçimleri ve hazırlanan yemek çeşitliliği özelinde restoranın kuruluşundan bu zamana geçen süreçte ne tür değişimler gözlenmektedir?

t) Seramik ürünlere ne sıklıkla ve hangi ölçüde yatırımlar gerçekleştirmektesiniz?

u) Kullanıcı deneyimine katılmasını beklediğiniz restoran müşterileri kimlerdir? (Turist, Yerleşik)

Restoran Adı	
Görüşülen Kişi	
Tarih	
Şirket Yönetimi	
Restoran Kuruluş Yılı	
İstihdam Sayısı	
Uzmanlık Alanı (Et, Balık, Sebze, Karma)	
Hizmet Kapasitesi	
Kişi Başı Ücret (Ortalama)	
Menünün Oluşturması (Kim, Nasıl, Önemli Noktalar)	
Re-new/Re-invent (Yeşil Tasarım)	
Fon Müzik Tercihi (Evet/Hayır)	
Servis ve Menülerin Yenilenme Süresi	
Servis Gün ve Saatleri	
Servis Süreci (Özet)	

Kullanıcı Deneyimi Anket Formu

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Lisansüstü Enstitüsü Seramik Tasarımı Programında hazırlanmakta olan "Butik Üretim Sofra Seramiği Tasarımında Kullanıcı Deneyimi" başlıklı araştırmaya sizi davet ediyoruz. Bu araştırmanın amacı, butik sofra seramik ürünlerin kullanıcı deneyimini nasıl etkilediğini belirlemektir. Anket yaklaşık 5 dakika sürmektedir. Araştırmaya 250 kişinin katılması hedeflenmektedir. Çalışmaya katılım gönüllülük esasına dayanmaktadır. Çalışmanın amacına ulaşması için sizden beklenen, bütün soruları eksiksiz, kimsenin baskısı veya telkini altında olmadan, size en uygun gelen cevapları içtenlikle verecek şekilde cevaplamanızdır. Bu formu okuyup onaylamanız, araştırmaya katılmayı kabul ettiğiniz anlamına gelecektir. Ancak, çalışmaya katılmama veya katıldıktan sonra herhangi bir anda çalışmayı bırakma hakkına da sahipsiniz. Bu çalışmadan elde edilecek bilgiler tamamen araştırma amacı ile kullanılacak olup kişisel bilgileriniz gizli tutulacaktır; ancak verileriniz yayın amacı ile kullanılabilir. Eğer araştırmanın amacı ile ilgili verilen bu bilgiler dışında şimdi veya sonra daha fazla bilgiye ihtiyaç duyarsanız araştırmacıya şimdi sorabilir veya s*******@**** e-posta adresi ve +90 5******* numaralı telefondan ulaşabilirsiniz. Araştırma tamamlandığında genel sonuçların sizinle paylaşılmasını istiyorsanız lütfen araştırmacıya iletiniz.

Restoran (1-8)

"Butik üretim seramik", seri üretim sofra seramiklerinden farklı olarak restoranlara özel tasarlanmış ve üretilmiş seramik ürünleri tanımlamaktadır.

Öğr. Gör. Samet Aygün

Çalışmaya katılım durumunuzu onaylayarak devam ediniz.

Evet, bu çalışmaya katılmayı onaylıyorum. (1. *soruya gidin)*

Hayır, bu çalışmaya katılmayı onaylamıyorum.

1) Cinsiyetiniz

Erkek	Kadın	Belirtmek istemiyorum	Diğer:

2) Doğum yılınız

3) Aşağıda belirtilen faktörlerden, restoran deneyiminiz üzerinde hangilerinin etkisi vardır? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz.)

Konum	Ambiyans/Atmosfer	Fiyat	Diğer:
Lezzet	Kullanılan Seramik Ürünler	Servis	

4) Bu restoranda kullanılan seramik sofra ürünlerini nasıl tarif edersiniz?

5) Bu restoranda servis için kullanılan sofra seramikleri _____ üretimdir.

Butik	Endüstriyel	Fikrim yok

6) Restoranda servis edilen ya da yediğiniz yemekle ilgili aşağıdakilerden hangilerine önem verirsiniz (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz.)

Sunumuna	Lezzetine	Porsiyon büyüklüğüne	Servis ürünleri ve sofra gereçlerine	Diğer:

7) Restoranların kullandığı seramik ürünler yemek yeme deneyiminizi nasıl etkilemektedir?

8) Aşağıdaki özelliklere sahip sofra seramiklerini tercih ederim. (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz.)

Parlak Yüzeyli	Mat Yüzeyli	Dokulu
Dokusuz	Beyaz	Renkli
Desenli	Desensiz	Diğer:

9) Bu restoranda kullanılan ürünlerin **rengi** servis edilen yiyecekle uyumludur. Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

Evet	Hayır	Fikrim yok

10) Bu restoranda kullanılan ürünlerin **dokusu** servis edilen yiyecekle uyumludur. Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

Evet	Hayır	Fikrim yok

11) Bu restoranda kullanılan ürünlerin **biçimi** servis edilen yiyecekle uyumludur. Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

Evet	Hayır	Fikrim yok

12) Bu restoranda kullanılan ürünlerin **boyutu** servis edilen yiyecekle uyumludur. Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

Evet	Hayır	Fikrim yok

13) Restoranlarda kullanılan sofra ürünlerinde aşağıdakilerden hangisi öncelikli olmalıdır?

İşlev (Biçim, boyut, hijyen)	Estetik (Renk, doku, desen, uyum)	Diğer:

Restoran 1

Görüşme Soruları ve Kapsamı

Restoranların kullanıcıya sunduğu yemek kaplarını ve/veya servis düzenlemelerini gerçekleştirenlerle yapılacak olan görüşme soruları ve kapsamı

Görüşmenin zamanı yeri ve tarihi: ***Restoran 1 – 20/06/2022***

<table>
<tr><td></td><td>Giriş ve formaliteler</td></tr>
<tr><td>1</td><td>Yerleşim (Görüşmecinin diğer kişilerden etkilenmeyeceği, iletişimin kolayca gerçekleşeceği, kayıt ve işitme sorunları oluşmayacak şekilde, mümkünse kare yerleşimde görüşmecinin çaprazına yerleşmek gerekmektedir).</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Görüşmenin amacının açıklanması: (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Seramik ve Cam Anasanat Dalı Seramik Tasarımı Sanatta Yeterlik Programı öğrencisiyim. Tezimle ilgili olarak size sofra seramikleriniz, restoranda kullandığınız masa üstü yan/yardımcı araçlarınız, servis biçimleriniz, servis süreniz, masa üstü araçlarına karar vericilerin ve kararı etkileyenlerin kimler olduğu, masa üstü araç ve gereçlerin seçim süreci, bu kararların nasıl alındığı, yeme içme şekilleri, geçmişi, zaman içinde bu konulardaki değişiklikler hakkında bilgi toplamak amacıyla aşağıdaki çeşitli soruları sıralayabilirim).</td></tr>
<tr><td>3</td><td>Notlar (Kayıt yöntemi olarak defterime notlar alacağım. Bu yöntem görüşme sırasında gözden kaçırdığım bazı önemli noktaları hatırlamamda bana yardımcı olacaktır. Fakat, her şeyi yazarak not etmek çok zaman alabilir, bu nedenle ses kaydı almamda herhangi bir sakınca bulunuyor mu)?
<table>
<tr><td>Ses Kaydı Yapıldı</td><td>X</td><td>Ses Kaydı Yapılmadı</td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>4</td><td>Araştırma ve Analiz (Sanatta yeterlik tez çalışması kapsamında ya da süreç hakkında merak ettiğiniz şeyler olabilir, soru sormaktan çekinmeyin).</td></tr>
</table>

Katılımcının Kimlik Bilgileri :	***R**** *********
Restoranla ilişkisi / konumu:	***İşletmeci***
Kaç yıldır bu konumda çalışmaktadır:	***15 Yıl***
Restorandaki Görevi (varsa diğer mesleği):	***Mutfak, Bulaşık.***
Mesleki Geçmişi/ Geçmişte bu alandaki veya diğer alanlarda çalışmaları konu ile ilişkisi açısından:	**-**
İletişim Bilgileri:	***+90 5**** *** ****

Görüşme Soruları

a) Restoran hangi yemek türlerinde hizmet vermektedir? Sebebi nedir?

Balık, geçmişten günümüze uzmanlık alanımız bu.

b) Benzer hizmet alanlarını göz önüne aldığımızda sizi ön plana çıkaran özel yemekler var mı? Bu yemekleri özel kılan ne tür farklılıklar var?

Lezzet, konum ve servis.

c) Restoranda servis edilen yemeklerin / özel olan yemeklerin servisine özgü tasarlanmış seramik ürünler var mı? Bu ürünlerin seçiminde özellikle dikkat edilen noktalar nelerdir?

Hayır.

d) Serviste kullandığınız seramik ürünleri anlatır mısınız? Servis edilen yemeklerin kullanıcıya verdiği haz ile bu ürünlerin bağı nedir?

Dairesel alışılmış formlar kullanmaktayız. Bu formların yüzeylerinde deniz mahsullerinin motifleri bulunmakta. Deniz kenarında bu motifleri gören kullanıcının izlediği manzarayla bir bağ kurmasını beklemekteyiz.

e) Servis öncesi ve süresince tercih ettiğiniz seramik ürünlerin renk, ebat, malzeme vb. fiziksel özellikleri yanı sıra markaları, sürdürülebilirlikleri, yüzey tasarımları gibi konularda bilgi verebilir misiniz? Temel alınabilecek birkaç ürün fotoğrafı alabilir miyim?

Masa ortasında serpme biçiminde servis açılmaktadır.

f) Üst sınıf restoranlarda kullanıcı deneyimine sunulan yemek kaplarının (seramik) fonksiyonelliği hangi ölçüde önemlidir?

İşlevsellik çok önemli değildir. Estetik çok önemlidir.

g) Servise sunduğunuz seramik tabaklarda olmazsa olmaz dediğiniz özellikler nelerdir? Bu formlarda aradığınız ilk özellik nedir?

Görsel etki çok önemlidir. Kullanıcılara sunulan tabakların renkleri ve deniz mahsulleri motifleri olmazsa olmazımızdır.

h) Sırsız seramik kaplarla hazırladığınız yemekler var mıdır?

Evet.

i) Restoranınızda kullandığınız ve olmazsa olmaz dediğiniz seramik ürün/ürünler nelerdir?

Servis tabağı, meze tabağı.

j) Üst sınıf restoranınızda kullanıcı deneyimine sunmak amacıyla özel olarak tasarlanmış seramik ürünler ürettiriyor musunuz?

Hayır.

k) Seramik yemek kapları seçiminde sizin lüks olarak tanımlayabileceğiniz herhangi bir hizmet aldınız mı? Tasarım, servis öneri yardımı vb.

Hayır.

l) Yemek kaplarının seçiminde etkilendiğiniz dergi, kitap, kişi ya da kurumlar var mıdır?

Yemek kaplarını seçerken diğer restoranları ve mağazaları gezerim.

m) Üst sınıf restoranlarda masa üstü düzeni sizce nasıl olmalı? Kullanıcı deneyimi özelinde yaratmak istediğiniz etki ile bu konu arasındaki ilişki nedir?

Serpme biçimde servis açılmalıdır. Masaya getirilen balık büyüklüğüne göre özel tabaklara servis edilmelidir.

n) Servis sürecinde kullandığınız seramik kapları ne sıklıkla yenilemektesiniz? Yenileme sebepleriniz genellikle nelerdir?

Sürekli yenilemekteyiz.

o) Kullanıcı deneyimini iyileştirmek amacıyla sizi diğer üst sınıf restoranlardan ne tür farklılıklarınız olmalı?

Sürekli aktif olunmalı ve yeni trendler takip edilmelidir.

p) Masa üstü ön servis düzenlemelerini kim/kimler yapmaktadır?

Garsonlar.

q) Kullanıcıyı karşılama ve servis açma sürecini tasarlayan kim/kimlerdir?

İşletmeci.

r) Muğla/Bodrum'da bulunan çevre restoranlarla karşılaştırmak gerekirse seramik ürünler özelinde ne tür farklılıklarınız bulunmaktadır?

Yok.

s) Seramik ürünler, servis biçimleri ve hazırlanan yemek çeşitliliği özelinde restoranın kuruluşundan bu zamana geçen süreçte ne tür değişimler gözlenmektedir?

Melamin tabaklar vardı eskiden, bugün porselen tabaklar var. Eskiden tabağın görselliğine önem verilmezdi ama şimdilerde görsel en önemli faktör.

t) Seramik ürünlere ne sıklıkla ve hangi ölçüde yatırımlar gerçekleştirmektesiniz?

Sürekli yatırım yapabiliyoruz. Bu alana yaptığımız yatırımın oranını bilemiyorum.

u) Kullanıcı deneyimine katılmasını beklediğiniz restoran müşterileri kimlerdir? (Turist, Yerleşik)

Yerel turist.

Restoran Adı	***Restoran 1***
Görüşülen Kişi	***R*** ************
Tarih	***20/06/2022***
Şirket Yönetimi	***Aile İşletmesi***
Restoran Kuruluş Yılı	***1979***
İstihdam Sayısı	***20***
Uzmanlık Alanı (Et, Balık, Sebze, Karma)	***Balık.***
Hizmet Kapasitesi	***300***
Kişi Başı Ücret (Ortalama)	***350 ₺***
Menünün Oluşturması (Kim, Nasıl, Önemli Noktalar)	***İşletmeci***
Re-new/Re-invent (Yeşil Tasarım)	***Hayır***
Fon Müzik Tercihi (Evet/Hayır)	***Evet***
Servis ve Menülerin Yenilenme Süresi	***Sürekli***
Servis Gün ve Saatleri	***7 gün / 09:00 – 02:00***
Servis Süresi (Ortalama)	***20 ila 30 dk arası.***

Restoran 2

Görüşme Soruları ve Kapsamı

Restoranların kullanıcıya sunduğu yemek kaplarını ve/veya servis düzenlemelerini gerçekleştirenlerle yapılacak olan görüşme soruları ve kapsamı

Görüşmenin zamanı yeri ve tarihi: ***Restoran 2 – 09/06/2022***

<table>
<tr><td></td><td>Giriş ve formaliteler</td></tr>
<tr><td>1</td><td>Yerleşim (Görüşmecinin diğer kişilerden etkilenmeyeceği, iletişimin kolayca gerçekleşeceği, kayıt ve işitme sorunları oluşmayacak şekilde, mümkünse kare yerleşimde görüşmecinin çaprazına yerleşmek gerekmektedir).</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Görüşmenin amacının açıklanması: (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Seramik ve Cam Anasanat Dalı Seramik Tasarımı Sanatta Yeterlik Programı öğrencisiyim. Tezimle ilgili olarak size sofra seramikleriniz, restoranda kullandığınız masa üstü yan/yardımcı araçlarınız, servis biçimleriniz, servis süreniz, masa üstü araçlarına karar vericilerin ve kararı etkileyenlerin kimler olduğu, masa üstü araç ve gereçlerin seçim süreci, bu kararların nasıl alındığı, yeme içme şekilleri, geçmişi, zaman içinde bu konulardaki değişiklikler hakkında bilgi toplamak amacıyla aşağıdaki çeşitli soruları sıralayabilirim).</td></tr>
<tr><td>3</td><td>Notlar (Kayıt yöntemi olarak defterime notlar alacağım. Bu yöntem görüşme sırasında gözden kaçırdığım bazı önemli noktaları hatırlamamda bana yardımcı olacaktır. Fakat, her şeyi yazarak not etmek çok zaman alabilir, bu nedenle ses kaydı almamda herhangi bir sakınca bulunuyor mu)?
<table>
<tr><td>Ses Kaydı Yapıldı</td><td>X</td><td>Ses Kaydı Yapılmadı</td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>4</td><td>Araştırma ve Analiz (Sanatta yeterlik tez çalışması kapsamında ya da süreç hakkında merak ettiğiniz şeyler olabilir, soru sormaktan çekinmeyin).</td></tr>
</table>

Katılımcının Kimlik Bilgileri :	***A*** ********
Restoranla ilişkisi / konumu:	***İşletmeci***
Kaç yıldır bu konumda çalışmaktadır:	***30 Yıl***
Restorandaki Görevi (varsa diğer mesleği):	**-**
Mesleki Geçmişi/ Geçmişte bu alandaki veya diğer alanlarda çalışmaları konu ile ilişkisi açısından:	***Garson, bulaşık ve ön hazırlık süreçlerinde çalışılmıştır.***
İletişim Bilgileri:	***+90 5** *** *******

Görüşme Soruları

a) Restoran hangi yemek türlerinde hizmet vermektedir? Sebebi nedir?

Balık ve meze çeşitleri. Denizle olan sıkı geçmiş.

b) Benzer hizmet alanlarını göz önüne aldığımızda sizi ön plana çıkaran özel yemekler var mı? Bu yemekleri özel kılan ne tür farklılıklar var?

Kişisel lezzetlerimiz ve kalamar tavamız.

c) Restoranda servis edilen yemeklerin / özel olan yemeklerin servisine özgü tasarlanmış seramik ürünler var mı? Bu ürünlerin seçiminde özellikle dikkat edilen noktalar nelerdir?

Hayır.

d) Serviste kullandığınız seramik ürünleri anlatır mısınız? Servis edilen yemeklerin kullanıcıya verdiği haz ile bu ürünlerin bağı nedir?

Dairesel alışılmış formlar kullanmaktayız. Bu formların yüzeylerinde mavi renk kullanıcıların isteği üzerine tercih edildi.

e) Servis öncesi ve süresince tercih ettiğiniz seramik ürünlerin renk, ebat, malzeme vb. fiziksel özellikleri yanı sıra markaları, sürdürülebilirlikleri, yüzey tasarımları gibi konularda bilgi verebilir misiniz? Temel alınabilecek birkaç ürün fotoğrafı alabilir miyim?

Dairesel, amorf ve oval formların çeşitli ebatlarını tercih ediyoruz. Renk olarak yeşiller ve maviler ağırlıklıdır.

f) Üst sınıf restoranlarda kullanıcı deneyimine sunulan yemek kaplarının (seramik) fonksiyonelliği hangi ölçüde önemlidir?

İşlevsellik en önemli şeydir.

g) Servise sunduğunuz seramik tabaklarda olmazsa olmaz dediğiniz özellikler nelerdir? Bu formlarda aradığınız ilk özellik nedir?

İşlevsel oluşu, estetik kaygılarla tasarlanmış olması ve hijyenik olması.

h) Sırsız seramik kaplarla hazırladığınız yemekler var mıdır?

Evet.

i) Restoranınızda kullandığınız ve olmazsa olmaz dediğiniz seramik ürün/ürünler nelerdir?

Servis tabağı, meze tabağı.

j) Üst sınıf restoranınızda kullanıcı deneyimine sunmak amacıyla özel olarak tasarlanmış seramik ürünler ürettiriyor musunuz?

Hayır.

k) Seramik yemek kapları seçiminde sizin lüks olarak tanımlayabileceğiniz herhangi bir hizmet aldınız mı? Tasarım, servis öneri yardımı vb.

Hayır.

l) Yemek kaplarının seçiminde etkilendiğiniz dergi, kitap, kişi ya da kurumlar var mıdır?

Online dergi, instagram.

m) Üst sınıf restoranlarda masa üstü düzeni sizce nasıl olmalı? Kullanıcı deneyimi özelinde yaratmak istediğiniz etki ile bu konu arasındaki ilişki nedir?

Merkezde mezeler, kullanıcıların önünde ana yemekler ve içecekler şeklinde.

n) Servis sürecinde kullandığınız seramik kapları ne sıklıkla yenilemektesiniz? Yenileme sebepleriniz genellikle nelerdir?

5 yılda bir yenilemekteyiz.

o) Kullanıcı deneyimini iyileştirmek amacıyla sizi diğer üst sınıf restoranlardan ne tür farklılıklarınız olmalı?

Sürekli eksiklikler çıkıyor. Bu eksiklikleri tanımlayıp, araştırıp hızlı aksiyon almalıyız.

p) Masa üstü ön servis düzenlemelerini kim/kimler yapmaktadır?

İşletmeci.

q) Kullanıcıyı karşılama ve servis açma sürecini tasarlayan kim/kimlerdir?

İşletme sahibi.

r) Muğla/Bodrum'da bulunan çevre restoranlarla karşılaştırmak gerekirse seramik ürünler özelinde ne tür farklılıklarınız bulunmaktadır?

Seramik ürünler kullanıcıların isteklerine uygun yenilenmektedir.

s) Seramik ürünler, servis biçimleri ve hazırlanan yemek çeşitliliği özelinde restoranın kuruluşundan bu zamana geçen süreçte ne tür değişimler gözlenmektedir?

Meze servisleri ciddi ölçüde değişti. Ana servislerde günün trendlerine ve kullanıcıların istedikleri renklere uygun düzenlendi.

t) Seramik ürünlere ne sıklıkla ve hangi ölçüde yatırımlar gerçekleştirmektesiniz?

5 yılda bir ana bütçemizin %10'u oranında yatırım yapmaktayız.

u) Kullanıcı deneyimine katılmasını beklediğiniz restoran müşterileri kimlerdir? (Turist, Yerleşik)

Yerel turist.

Restoran Adı	***Restoran 2***
Görüşülen Kişi	***A*** *******
Tarih	***09/06/2022***
Şirket Yönetimi	***Aile İşletmesi***
Restoran Kuruluş Yılı	***1978***
İstihdam Sayısı	***25-30***
Uzmanlık Alanı (Et, Balık, Sebze, Karma)	***Balık ve meze çeşitleri.***
Hizmet Kapasitesi	***200***
Kişi Başı Ücret (Ortalama)	***500 ₺***
Menünün Oluşturması (Kim, Nasıl, Önemli Noktalar)	***İşletmeci ve Şef tarafından oluşturulmaktadır.***
Re-new/Re-invent (Yeşil Tasarım)	***Hayır***
Fon Müzik Tercihi (Evet/Hayır)	***Evet***
Servis ve Menülerin Yenilenme Süresi	***Servis her 5 yılda bir, menüler her yıl.***
Servis Gün ve Saatleri	***7 gün / 18:00 – 02:00***
Servis Süresi (Ortalama)	***Ortalama 15dk.***

Restoran 3

Görüşme Soruları ve Kapsamı

Restoranların kullanıcıya sunduğu yemek kaplarını ve/veya servis düzenlemelerini gerçekleştirenlerle yapılacak olan görüşme soruları ve kapsamı

Görüşmenin zamanı yeri ve tarihi: ***Restoran 3 – 01/06/2022***

<table>
<tr><td></td><td>Giriş ve formaliteler</td></tr>
<tr><td>1</td><td>Yerleşim (Görüşmecinin diğer kişilerden etkilenmeyeceği, iletişimin kolayca gerçekleşeceği, kayıt ve işitme sorunları oluşmayacak şekilde, mümkünse kare yerleşimde görüşmecinin çaprazına yerleşmek gerekmektedir).</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Görüşmenin amacının açıklanması: (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Seramik ve Cam Anasanat Dalı Seramik Tasarımı Sanatta Yeterlik Programı öğrencisiyim. Tezimle ilgili olarak size sofra seramikleriniz, restoranda kullandığınız masa üstü yan/yardımcı araçlarınız, servis biçimleriniz, servis süreniz, masa üstü araçlarına karar vericilerin ve kararı etkileyenlerin kimler olduğu, masa üstü araç ve gereçlerin seçim süreci, bu kararların nasıl alındığı, yeme içme şekilleri, geçmişi, zaman içinde bu konulardaki değişiklikler hakkında bilgi toplamak amacıyla aşağıdaki çeşitli soruları sıralayabilirim).</td></tr>
<tr><td>3</td><td>Notlar (Kayıt yöntemi olarak defterime notlar alacağım. Bu yöntem görüşme sırasında gözden kaçırdığım bazı önemli noktaları hatırlamamda bana yardımcı olacaktır. Fakat, her şeyi yazarak not etmek çok zaman alabilir, bu nedenle ses kaydı almamda herhangi bir sakınca bulunuyor mu)?
<table>
<tr><td>Ses Kaydı Yapıldı</td><td>X</td><td>Ses Kaydı Yapılmadı</td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>4</td><td>Araştırma ve Analiz (Sanatta yeterlik tez çalışması kapsamında ya da süreç hakkında merak ettiğiniz şeyler olabilir, soru sormaktan çekinmeyin).</td></tr>
</table>

Katılımcının Kimlik Bilgileri :	***C****** *******
Restoranla ilişkisi / konumu:	***İşletme Ortağı***
Kaç yıldır bu konumda çalışmaktadır:	***15 Yıl***
Restorandaki Görevi (varsa diğer mesleği):	***İşletme Müdürü***
Mesleki Geçmişi/ Geçmişte bu alandaki veya diğer alanlarda çalışmaları konu ile ilişkisi açısından:	***Müzisyen***
İletişim Bilgileri:	***+90 5** *** *******

Görüşme Soruları

a) Restoran hangi yemek türlerinde hizmet vermektedir? Sebebi nedir?

Zeytinyağlı ege mezeleri, yöresel et yemekleri, yöresel deniz ürünleri, dört beş çeşit batı etkisi altındaki parfa ve mozaik gibi tatlılar.

b) Benzer hizmet alanlarını göz önüne aldığımızda sizi ön plana çıkaran özel yemekler var mı? Bu yemekleri özel kılan ne tür farklılıklar var?

Zaman, malzemeye olan saygı, proses.

c) Restoranda servis edilen yemeklerin / özel olan yemeklerin servisine özgü tasarlanmış seramik ürünler var mı? Bu ürünlerin seçiminde özellikle dikkat edilen noktalar nelerdir?

*Evet, g**i* ser**i* ten tuzluk, menüye özel meze tabaklar. Ürünlerin porselen olması önemlidir. Porselen harici ürün kullanmayı tercih etmiyoruz.*

d) Serviste kullandığınız seramik ürünleri anlatır mısınız? Servis edilen yemeklerin kullanıcıya verdiği haz ile bu ürünlerin bağı nedir?

Ağırlıklı yuvarlak formların yanı sıra ince uzun dikdörtgen formlarda mevcut. Meze servislerinde yine yuvarlak formlar tercih edilmektedir. Görsellik kullanıcının aldığı hazzı doğrudan etkiler.

e) Servis öncesi ve süresince tercih ettiğiniz seramik ürünlerin renk, ebat, malzeme vb. fiziksel özellikleri yanı sıra markaları, sürdürülebilirlikleri, yüzey tasarımları gibi konularda bilgi verebilir misiniz? Temel alınabilecek birkaç ürün fotoğrafı alabilir miyim?

f) Üst sınıf restoranlarda kullanıcı deneyimine sunulan yemek kaplarının (seramik) fonksiyonelliği hangi ölçüde önemlidir?

İşlev ön plandadır.

g) Servise sunduğunuz seramik tabaklarda olmazsa olmaz dediğiniz özellikler nelerdir? Bu formlarda aradığınız ilk özellik nedir?

h) Sırsız seramik kaplarla hazırladığınız yemekler var mıdır?

Sırsız seramiklerimiz yok.

i) Restoranınızda kullandığınız ve olmazsa olmaz dediğiniz seramik ürün/ürünler nelerdir?

Servis ve meze tabakları.

j) Üst sınıf restoranınızda kullanıcı deneyimine sunmak amacıyla özel olarak tasarlanmış seramik ürünler ürettiriyor musunuz?

Evet, farklı kişilerle bu konuda çalıştığımız zamanlar oldu.

k) Seramik yemek kapları seçiminde sizin lüks olarak tanımlayabileceğiniz herhangi bir hizmet aldınız mı? Tasarım, servis öneri yardımı vb.

Evet aldık fakat kullanıma sunulması pek mümkün olmuyor. Değerli ürünler servis sürecinde kırılabildiği için daha çok vitrin ürünleri olabiliyor.

l) Yemek kaplarının seçiminde etkilendiğiniz dergi, kitap, kişi ya da kurumlar var mıdır?

Dekorasyon kitapları.

m) Üst sınıf restoranlarda masa üstü düzeni sizce nasıl olmalı? Kullanıcı deneyimi özelinde yaratmak istediğiniz etki ile bu konu arasındaki ilişki nedir?

Minimal, dış mekâna uygun ve botanik atmosferi destekler biçimde olmalıdır. Doğayla kullanıcıyı buluşturmak.

n) Servis sürecinde kullandığınız seramik kapları ne sıklıkla yenilemektesiniz? Yenileme sebepleriniz genellikle nelerdir?

Servis sürecinde sıklıkla servis elemanları kırılabiliyor. Eksikler oluştukça tamamlamak gerekiyor. Dolayısıyla sürekli yenilemekteyiz.

o) Kullanıcı deneyimini iyileştirmek amacıyla sizi diğer üst sınıf restoranlardan ne tür farklılıklarınız olmalı?

Çeşitli alanlarda çalışan alaylı veya alanında uzman kişilere sorumluluklar verilirdi ve sonuçlar çoğunlukla olumlu olurdu. Sıklıkla sanatçılardan aldığımız destekler, restoranın atmosferini yeniden kurgulamaktadır. Sonuç olarak çevre ve diğer restoranlardan bu vb. uygulamalarla ayrışmaktayız.

p) Masa üstü ön servis düzenlemelerini kim/kimler yapmaktadır?

Şef ve işletme yönetimi.

q) Kullanıcıyı karşılama ve servis açma sürecini tasarlayan kim/kimlerdir?

İşletme yönetimi.

r) Muğla/Bodrum'da bulunan çevre restoranlarla karşılaştırmak gerekirse seramik ürünler özelinde ne tür farklılıklarınız bulunmaktadır?

Restorana özel porselen ürünlerimiz bulunmaktadır. Meze tabaklarımız özel olarak tasarlanmıştır.

s) Seramik ürünler, servis biçimleri ve hazırlanan yemek çeşitliliği özelinde restoranın kuruluşundan bu zamana geçen süreçte ne tür değişimler gözlenmektedir?

Tabaklardan servislere birçok şey değişti fakat menümüz uzun yıllardır küçük değişikliklerle aynı lezzetleri kullanıcılara sunmaya devam ediyor.

t) Seramik ürünlere ne sıklıkla ve hangi ölçüde yatırımlar gerçekleştirmektesiniz?

Net bir oran vermek mümkün değildir. İhtiyaç duyulduğu ölçüde yatırım yapılıyor.

u) Kullanıcı deneyimine katılmasını beklediğiniz restoran müşterileri kimlerdir? (Turist, Yerleşik)

Yerel turist.

Restoran Adı	***Restoran 3***
Görüşülen Kişi	***C**** ********
Tarih	***01/06/2022***
Şirket Yönetimi	***Aile İşletmesi***
Restoran Kuruluş Yılı	***2001***
İstihdam Sayısı	***35-40***
Uzmanlık Alanı (Et, Balık, Sebze, Karma)	***Zeytinyağlı ege mezeleri, yöresel et yemekleri, yöresel deniz ürünleri***
Hizmet Kapasitesi	***140***
Kişi Başı Ücret (Ortalama)	***400-450 ₺***
Menünün Oluşturması (Kim, Nasıl, Önemli Noktalar)	***Müşteri geri bildirimleri kış aylarında denenir, işletmeci ve şef işbirliğiyle yenilenir veya revize edilir.***
Re-new/Re-invent (Yeşil Tasarım)	***Hayır***
Fon Müzik Tercihi (Evet/Hayır)	***Evet (Heavy Metal)***
Servis ve Menülerin Yenilenme Süresi	***Sezon başlarında***
Servis Gün ve Saatleri	***7 gün / 18:00 – 00:00***
Servis Süresi (Ortalama)	***20-30 dk arası hazırlık sürmektedir. Masa servis süreci ortalama 100 ila 140dk aralığındadır.***

Restoran 4

Görüşme Soruları ve Kapsamı

Restoranların kullanıcıya sunduğu yemek kaplarını ve/veya servis düzenlemelerini gerçekleştirenlerle yapılacak olan görüşme soruları ve kapsamı

Görüşmenin zamanı yeri ve tarihi: ***Restoran 4 – 20/06/2022***

<table>
<tr><td></td><td>Giriş ve formaliteler</td></tr>
<tr><td>1</td><td>Yerleşim (Görüşmecinin diğer kişilerden etkilenmeyeceği, iletişimin kolayca gerçekleşeceği, kayıt ve işitme sorunları oluşmayacak şekilde, mümkünse kare yerleşimde görüşmecinin çaprazına yerleşmek gerekmektedir).</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Görüşmenin amacının açıklanması: (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Seramik ve Cam Anasanat Dalı Seramik Tasarımı Sanatta Yeterlik Programı öğrencisiyim. Tezimle ilgili olarak size sofra seramikleriniz, restoranda kullandığınız masa üstü yan/yardımcı araçlarınız, servis biçimleriniz, servis süreniz, masa üstü araçlarına karar vericilerin ve kararı etkileyenlerin kimler olduğu, masa üstü araç ve gereçlerin seçim süreci, bu kararların nasıl alındığı, yeme içme şekilleri, geçmişi, zaman içinde bu konulardaki değişiklikler hakkında bilgi toplamak amacıyla aşağıdaki çeşitli soruları sıralayabilirim).</td></tr>
<tr><td>3</td><td>Notlar (Kayıt yöntemi olarak defterime notlar alacağım. Bu yöntem görüşme sırasında gözden kaçırdığım bazı önemli noktaları hatırlamamda bana yardımcı olacaktır. Fakat, her şeyi yazarak not etmek çok zaman alabilir, bu nedenle ses kaydı almamda herhangi bir sakınca bulunuyor mu)?
<table>
<tr><td>Ses Kaydı Yapıldı</td><td>X</td><td>Ses Kaydı Yapılmadı</td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>4</td><td>Araştırma ve Analiz (Sanatta yeterlik tez çalışması kapsamında ya da süreç hakkında merak ettiğiniz şeyler olabilir, soru sormaktan çekinmeyin).</td></tr>
</table>

Katılımcının Kimlik Bilgileri :	***M***** *********
Restoranla ilişkisi / konumu:	***İşletmeci***
Kaç yıldır bu konumda çalışmaktadır:	***22 Yıl***
Restorandaki Görevi (varsa diğer mesleği):	***Mutfak ve Karşılama***
Mesleki Geçmişi/ Geçmişte bu alandaki veya diğer alanlarda çalışmaları konu ile ilişkisi açısından:	***Bankacılık, İşletmecilik***
İletişim Bilgileri:	***+90 5** *** *****

Görüşme Soruları

a) Restoran hangi yemek türlerinde hizmet vermektedir? Sebebi nedir?

Deniz ürünleri, Mezeler, Balık Çeşitleri. Uzmanlık alanımız bu olduğu için bu alanda hizmet vermekteyiz.

b) Benzer hizmet alanlarını göz önüne aldığımızda sizi ön plana çıkaran özel yemekler var mı? Bu yemekleri özel kılan ne tür farklılıklar var?

Kullanıcıya verilen değer.

c) Restoranda servis edilen yemeklerin / özel olan yemeklerin servisine özgü tasarlanmış seramik ürünler var mı? Bu ürünlerin seçiminde özellikle dikkat edilen noktalar nelerdir?

Hayır, seramik ürünler yok fakat tereyağlı karides için özel olarak bakır kaplar hazırlattık.

d) Serviste kullandığınız seramik ürünleri anlatır mısınız? Servis edilen yemeklerin kullanıcıya verdiği haz ile bu ürünlerin bağı nedir?

Oval ya da yuvarlak seramik formlar tercih ediyoruz. Bu alanda sıklıkla yuvarlak tabaklar kullanılmaktadır, dolayısıyla kullanıcı bu ürünlerle bir bağ kurabilmektedir.

e) Servis öncesi ve süresince tercih ettiğiniz seramik ürünlerin renk, ebat, malzeme vb. fiziksel özellikleri yanı sıra markaları, sürdürülebilirlikleri, yüzey tasarımları gibi konularda bilgi verebilir misiniz? Temel alınabilecek birkaç ürün fotoğrafı alabilir miyim?

f) Üst sınıf restoranlarda kullanıcı deneyimine sunulan yemek kaplarının (seramik) fonksiyonelliği hangi ölçüde önemlidir?

İşlevsellik her şeyden önemlidir.

g) Servise sunduğunuz seramik tabaklarda olmazsa olmaz dediğiniz özellikler nelerdir? Bu formlarda aradığınız ilk özellik nedir?

Kırılgan bir yapıya sahip olan seramiklerin ince olmasını istemem. Balık servislerinde kullandığımız tabakların sığ olması gerekiyor, çukur tabakta servis yapılmasını istemem. Formlarda aradığım ilk özellik ise hazırlanan ürünü kullanıcıya sunma sürecinde bizlere problem yaratmaması olabilir.

h) Sırsız seramik kaplarla hazırladığınız yemekler var mıdır?

Güveçler ve fırın kaplarımız mevcuttur.

i) Restoranınızda kullandığınız ve olmazsa olmaz dediğiniz seramik ürün/ürünler nelerdir?

Servis tabağı, meze tabağı.

j) Üst sınıf restoranınızda kullanıcı deneyimine sunmak amacıyla özel olarak tasarlanmış seramik ürünler ürettiriyor musunuz?

Hayır.

k) Seramik yemek kapları seçiminde sizin lüks olarak tanımlayabileceğiniz herhangi bir hizmet aldınız mı? Tasarım, servis öneri yardımı vb.

Hayır.

l) Yemek kaplarının seçiminde etkilendiğiniz dergi, kitap, kişi ya da kurumlar var mıdır?

Yemek kaplarını seçerken sürekli olarak gezerim. Onları tercih etmemde rol oynayan bir faktör var ise oda güzel olmalarının yanı sıra dayanıklı olmalarıdır.

m) Üst sınıf restoranlarda masa üstü düzeni sizce nasıl olmalı? Kullanıcı deneyimi özelinde yaratmak istediğiniz etki ile bu konu arasındaki ilişki nedir?

Örtüsüz, hijyenik bir yüzey olmalı. Balığın boyutu ve kişinin / kişilerin talebine uygun düzenlenmektedir.

n) Servis sürecinde kullandığınız seramik kapları ne sıklıkla yenilemektesiniz? Yenileme sebepleriniz genellikle nelerdir?

Her yıl yenilemekteyiz.

o) Kullanıcı deneyimini iyileştirmek amacıyla sizi diğer üst sınıf restoranlardan ne tür farklılıklarınız olmalı?

Pişirim teknikleri daime güncellenmeli ve yeni trendler takip edilmelidir.

p) Masa üstü ön servis düzenlemelerini kim/kimler yapmaktadır?

İşletmeci ve şef ortak karar almaktadır.

q) Kullanıcıyı karşılama ve servis açma sürecini tasarlayan kim/kimlerdir?

İşletmeci tarafından belirlenmektedir. Genellikle hoşgeldiniz denir ve sonra rezerve masa kullanıcıya gösterilir.

r) Muğla/Bodrum'da bulunan çevre restoranlarla karşılaştırmak gerekirse seramik ürünler özelinde ne tür farklılıklarınız bulunmaktadır?

Yüzey dekorları farklıdır.

s) Seramik ürünler, servis biçimleri ve hazırlanan yemek çeşitliliği özelinde restoranın kuruluşundan bu zamana geçen süreçte ne tür değişimler gözlenmektedir?

Düz formlardan kare formlara. Çiçekli motiflerden balık motiflerine.

t) Seramik ürünlere ne sıklıkla ve hangi ölçüde yatırımlar gerçekleştirmektesiniz?

Her yıl %5 oranında yatırım yapabiliyoruz.

u) Kullanıcı deneyimine katılmasını beklediğiniz restoran müşterileri kimlerdir? (Turist, Yerleşik)

Yerel turist.

Restoran Adı	***Restoran 4***
Görüşülen Kişi	***M***** *****
Tarih	***20/06/2022***
Şirket Yönetimi	***Aile İşletmesi***
Restoran Kuruluş Yılı	***1996***
İstihdam Sayısı	***14***
Uzmanlık Alanı (Et, Balık, Sebze, Karma)	***Deniz Mahsülleri, Balık***
Hizmet Kapasitesi	***100***
Kişi Başı Ücret (Ortalama)	***300 ₺***
Menünün Oluşturması (Kim, Nasıl, Önemli Noktalar)	***Şef ve İşletmeci***
Re-new/Re-invent (Yeşil Tasarım)	***Hayır***
Fon Müzik Tercihi (Evet/Hayır)	***Hayır***
Servis ve Menülerin Yenilenme Süresi	***Sezon Öncesi, Her Yıl***
Servis Gün ve Saatleri	***7 gün / 08:30 – 01:00***
Servis Süresi (Ortalama)	***Ortalama 30 dk.***

Restoran 5

Görüşme Soruları ve Kapsamı
Restoranların kullanıcıya sunduğu yemek kaplarını ve/veya servis düzenlemelerini gerçekleştirenlerle yapılacak olan görüşme soruları ve kapsamı

Görüşmenin zamanı yeri ve tarihi: 29.05.2024 – Restoran 5

	Giriş ve formaliteler **-** ***Restoran 5***
1	**Yerleşim** (Görüşmecinin diğer kişilerden etkilenmeyeceği, iletişimin kolayca gerçekleşeceği, kayıt ve işitme sorunları oluşmayacak şekilde, mümkünse kare yerleşimde görüşmecinin çaprazına yerleşmek gerekmektedir).
2	**Görüşmenin amacının açıklanması:** (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Seramik ve Cam Anasanat Dalı Seramik Tasarımı Sanatta Yeterlik Programı öğrencisiyim. Tezimle ilgili olarak size sofra seramikleriniz, restoranda kullandığınız masa üstü yan/yardımcı araçlarınız, servis biçimleriniz, servis süreniz, masa üstü araçlarına karar vericilerin ve kararı etkileyenlerin kimler olduğu, masa üstü araç ve gereçlerin seçim süreci, bu kararların nasıl alındığı, yeme içme şekilleri, geçmişi, zaman içinde bu konulardaki değişiklikler hakkında bilgi toplamak amacıyla aşağıdaki çeşitli soruları sıralayabilirim).
3	**Notlar** (Kayıt yöntemi olarak defterime notlar alacağım. Bu yöntem görüşme sırasında gözden kaçırdığım bazı önemli noktaları hatırlamamda bana yardımcı olacaktır. Fakat, her şeyi yazarak not etmek çok zaman alabilir, bu nedenle ses kaydı almamda herhangi bir sakınca bulunuyor mu)?
4	**Araştırma ve Analiz** (Sanatta yeterlik tez çalışması kapsamında ya da süreç hakkında merak ettiğiniz şeyler olabilir, soru sormaktan çekinmeyin).

Ses Kaydı Yapıldı	**X**	Ses Kaydı Yapılmadı	

Katılımcının Kimlik Bilgileri :	F***** *****
Restoranla ilişkisi / konumu:	Şirket Sahibi
Kaç yıldır bu konumda çalışmaktadır:	7 yıl
Restorandaki Görevi (varsa diğer mesleği):	Şirket Sahibi
Mesleki Geçmişi/ Geçmişte bu alandaki veya diğer alanlarda çalışmaları konu ile ilişkisi açısından:	Turizm (Seyahat Acentesi)
İletişim Bilgileri:	+90 5** *** ****

Görüşme Soruları

a) Restoran hangi yemek türlerinde hizmet vermektedir? Sebebi nedir?

Tayland mutfağı, otantik thai restoranı.

b) Sizi ön plana çıkaran özel yemekler var mı? Bu yemekleri nasıl servis ediyorsunuz?

Thai köri ve Pat Thai.

c) Serviste kullandığınız seramik ürünlerin renk ve biçimlerinden söz eder misiniz?

Tayland'dan porselenler getirtiyoruz. Bunlar kobalt mavisi ve beyaz ağırlıklı ananas desenli porselen ürünler.

d) Servis tabaklarınızın yemekten duyulan haz (mutluluk) ile doğrudan bir bağı var mıdır?

Evet, fark var.

e) Servis öncesi ve süresince tercih ettiğiniz seramik ürünlerin markaları, sürdürülebilirlikleri, yüzey tasarımları gibi konularda bilgi verebilir misiniz? Temel alınabilecek birkaç ürün fotoğrafı alabilir miyim?

f) Üst sınıf restoranlarda kullanıcı deneyimine sunulan seramik servis tabaklarının işlevselliği tercih sürecinde belirleyici midir?

Estetik ön planda, ikinci planda işlev geliyor.

g) Servis sürecinde kullandığınız seramik tabakların servis edilen yemeğe özgü ayırt edici özellikleri var mıdır?

Tabaklar yemeklere uygun olarak seçildi.

h) Sırsız seramik kaplarla hazırladığınız yemekler var mıdır?

Hayır.

i) Restoranınızda kullandığınız ve olmazsa olmaz dediğiniz seramik ürün/ürünler nelerdir?

Çorba kasesi.

j) Kullanıcı deneyimine yönelik özel olarak tasarlanmış seramik ürünler ürettiriyor musunuz?

Evet.

k) Seramik yemek kapları seçiminde sizin lüks olarak tanımlayabileceğiniz herhangi bir hizmet aldınız mı? Tasarım, servis öneri yardımı vb.

Çorba kasesi

l) Yemek kaplarının seçiminde etkilendiğiniz dergi, kitap, kişi ya da kurumlar var mıdır?

Şeflerin kullandıkları tabakları takip ediyoruz.

m) Üst sınıf restoranlarda masa üstü düzeni sizce nasıl olmalı? Kullanıcı deneyimi özelinde yaratmak istediğiniz etki ile bu konu arasındaki ilişki nedir?

Restoranın lüks olup olmadığını gösteren ana şey masa örtüsüdür. Masa örtüsü keten, peçete kumaş olmalı. Serviste kullanılan seramik ve cam gibi ürünler kaliteli olmalı.

n) Servis sürecinde kullandığınız seramik kapları ne sıklıkla yenilemektesiniz? Yenileme sebepleriniz genellikle nelerdir?

Ürünler sürekli olarak kırıldığı için yıl içerisinde iki kez eksikleri tamamlıyoruz.

o) Kullanıcı deneyimini iyileştirmek amacıyla diğer üst sınıf restoranlardan farklı olarak neler yapmaktasınız?

-

p) Masa üstü ön servis biçim tasarımını kim/kimler yapmaktadır?

Klasik Tayland mutfak kültüründen esinleniliyor.

q) Kullanıcıyı karşılama ve servis açma sürecinizi anlatır mısınız?

Rezervasyon sistemiyle çalışmaktayız. Rezerve yapan müşteri kapıda kültürel kıyafet giyen karşılama personeli tarafından restoranda seçilmiş olan masaya alınır. Şef garson siparişi alır ve mutfağa bildirir.

r) Muğla/Bodrum'da bulunan çevre restoranlarla karşılaştırmak gerekirse seramik ürünler özelinde ne tür farklılıklarınız bulunmaktadır?

İstanbul kökenli bir firmayız. Bodrum'da bu yıl hizmet vermeye başlıyoruz. Şunu söyleyebilirim, uzak doğu mutfağıyız.

s) Seramik ürünler, servis biçimleri ve hazırlanan yemek çeşitliliği özelinde restoranın kuruluşundan bu zamana geçen süreçte ne tür değişimler gözlenmektedir?

Kullandığımız ürünlerin tasarımları nadir değişim göstermektedir. Bodrum'da açtığımız bu restoranda bu konuyu biraz esnetmeye çalışıyoruz. Klasik servis elemanlarımızı değiştirmek için arayışlarda bulunuyoruz.

t) Seramik ürünlere ne sıklıkla ve hangi ölçüde yatırımlar gerçekleştirmektesiniz?

Bu alana sürekli olarak her yıl yatırım yapmaktayız.

u) Kullanıcı deneyimine katılmasını beklediğiniz restoran müşterileri kimlerdir? (Turist, Yerleşik)

Yerli ve Yabancı müşterilerimiz bulunmakta.

Restoran Adı	Restoran 5
Görüşülen Kişi	F**** *******
Tarih	29.05.2024
Şirket Yönetimi	Aile Şirketi (Kurumsal Yönetim)
Restoran Kuruluş Yılı	İ**** (2001), Bodrum (2024)
İstihdam Sayısı	14
Uzmanlık Alanı (Et, Balık, Sebze, Karma)	Taylan Yemekleri
Hizmet Kapasitesi	140
Kişi Başı Ücret (Ortalama)	2000 - 3000₺
Menünün Oluşturması (Kim, Nasıl, Önemli Noktalar)	Tayland menüsü 2001 yılından beri aynı
Re-new/Re-invent (Yeşil Tasarım)	Hayır
Fon Müzik Tercihi (Evet/Hayır)	Evet
Servis ve Menülerin Yenilenme Süresi	Klasik
Servis Gün ve Saatleri	18:00 – 22:30 / 01:00
Servis Süreci (Özet)	

Restoran 6

Görüşme Soruları ve Kapsamı

Restoranların kullanıcıya sunduğu yemek kaplarını ve/veya servis düzenlemelerini gerçekleştirenlerle yapılacak olan görüşme soruları ve kapsamı

Görüşmenin zamanı yeri ve tarihi: ***Restoran 6 – 21/08/2022***

	Giriş ve formaliteler
1	**Yerleşim** (Görüşmecinin diğer kişilerden etkilenmeyeceği, iletişimin kolayca gerçekleşeceği, kayıt ve işitme sorunları oluşmayacak şekilde, mümkünse kare yerleşimde görüşmecinin çaprazına yerleşmek gerekmektedir).
2	**Görüşmenin amacının açıklanması:** (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Seramik ve Cam Anasanat Dalı Seramik Tasarımı Sanatta Yeterlik Programı öğrencisiyim. Tezimle ilgili olarak size sofra seramikleriniz, restoranda kullandığınız masa üstü yan/yardımcı araçlarınız, servis biçimleriniz, servis süreniz, masa üstü araçlarına karar vericilerin ve kararı etkileyenlerin kimler olduğu, masa üstü araç ve gereçlerin seçim süreci, bu kararların nasıl alındığı, yeme içme şekilleri, geçmişi, zaman içinde bu konulardaki değişiklikler hakkında bilgi toplamak amacıyla aşağıdaki çeşitli soruları sıralayabilirim).
3	**Notlar** (Kayıt yöntemi olarak defterime notlar alacağım. Bu yöntem görüşme sırasında gözden kaçırdığım bazı önemli noktaları hatırlamamda bana yardımcı olacaktır. Fakat, her şeyi yazarak not etmek çok zaman alabilir, bu nedenle ses kaydı almamda herhangi bir sakınca bulunuyor mu)?
4	**Araştırma ve Analiz** (Sanatta yeterlik tez çalışması kapsamında ya da süreç hakkında merak ettiğiniz şeyler olabilir, soru sormaktan çekinmeyin).

Ses Kaydı Yapıldı	**X**	Ses Kaydı Yapılmadı	

Katılımcının Kimlik Bilgileri :	U**** *****
Restoranla ilişkisi / konumu:	İşletmeci
Kaç yıldır bu konumda çalışmaktadır:	12 Yıl
Restorandaki Görevi (varsa diğer mesleği):	-
Mesleki Geçmişi/ Geçmişte bu alandaki veya diğer alanlarda çalışmaları konu ile ilişkisi açısından:	Otel Restaurant
İletişim Bilgileri:	+90 5** *** ****

Görüşme Soruları

a) Restoran hangi yemek türlerinde hizmet vermektedir? Sebebi nedir?

Deniz mahsülleri, et ürünleri ve makarnalar.

b) Sizi ön plana çıkaran özel yemekler var mı? Bu yemekleri nasıl servis ediyorsunuz?

Dülger balığı, kemik üstü fileto. Fileto kemiğin üzerinde özel olarak servis ediliyor.

c) Serviste kullandığınız seramik ürünlerin renk ve biçimlerinden söz eder misiniz?

*Beyaz renkli '****' yazılı kırmızı çamurdan ürettirdiğimiz tabakları serviste kullanmaktayız.*

d) Servis tabaklarınızın yemekten duyulan haz (mutluluk) ile doğrudan bir bağı var mıdır?

Kesinlikle evet. Sade ve doğallığı ortaya çıkarıyor.

e) Servis öncesi ve süresince tercih ettiğiniz seramik ürünlerin markaları, sürdürülebilirlikleri, yüzey tasarımları gibi konularda bilgi verebilir misiniz? Temel alınabilecek birkaç ürün fotoğrafı alabilir miyim?

İnsanlık tarihine baktığınız zaman bir çamurun belirli bir şekle getirilerek yemek kabı olarak kullanıldığı örnekler görebilirsiniz. Bu yemek kapları kırmızı çamurdan yapılmıştır. Bizde servis tabaklarımızı müşterilerimiz için işte bu kırmızı çamurdan ürettiriyoruz. Sonuç olarak müşterilerimizde bu durumdan memnun kalıyor diyebiliriz.

f) Üst sınıf restoranlarda kullanıcı deneyimine sunulan seramik servis tabaklarının işlevselliği tercih sürecinde belirleyici midir?

İşlevsel olmasının yanı sıra dayanıklı olması da önemli.

g) Servis sürecinde kullandığınız seramik tabakların servis edilen yemeğe özgü ayırt edici özellikleri var mıdır?

Dairesel, özgün, kırmızı çamur üzeri beyaz opak sırlı yüzey yemeği ön plana çıkartıyor.

h) Sırsız seramik kaplarla hazırladığınız yemekler var mıdır?

Hayır.

i) Restoranınızda kullandığınız ve olmazsa olmaz dediğiniz seramik ürün/ürünler nelerdir?

Servis tabağı, vazo ve meze tabağı.

j) Kullanıcı deneyimine yönelik özel olarak tasarlanmış seramik ürünler ürettiriyor musunuz?

Sürekli olarak kesinlikle toprak malzemeden servis, meze ve kürdanlıklar ürettiriyoruz.

k) Seramik yemek kapları seçiminde sizin lüks olarak tanımlayabileceğiniz herhangi bir hizmet aldınız mı? Tasarım, servis öneri yardımı vb.

Kullandığımız servis tabaklarının her biri lüks sınıfa girebilir.

l) Yemek kaplarının seçiminde etkilendiğiniz dergi, kitap, kişi ya da kurumlar var mıdır?

Kendi tasarım, proje ve düşüncemizin ürünleridir.

m) Üst sınıf restoranlarda masa üstü düzeni sizce nasıl olmalı? Kullanıcı deneyimi özelinde yaratmak istediğiniz etki ile bu konu arasındaki ilişki nedir?

Amerikan servis, tabak + çatal + bıçak + bardak şeklinde olmalıdır.

n) Servis sürecinde kullandığınız seramik kapları ne sıklıkla yenilemektesiniz? Yenileme sebepleriniz genellikle nelerdir?

Seramik kaplar her yıl düzenli olarak yenilenmektedir.

o) Kullanıcı deneyimini iyileştirmek amacıyla diğer üst sınıf restoranlardan farklı olarak neler yapmaktasınız?

Masalarda servis tabaklarını kapalı olarak bekletip kullanıcı geldiği vakit servis tabaklarını açıyoruz. Servis tabaklarının kapalı pozisyonda kullanıcıyı beklemesi önemlidir.

p) Masa üstü ön servis biçim tasarımını kim/kimler yapmaktadır?

Restoranımızda bölümlere özel kişiler var. Her bölümün tasarımı özel olarak hazırlanıyor. Bizde operasyon şu şekilde başlıyor. Her bölgenin servis

sorumluları var. Operasyon şöyle başlıyor; a) rezervasyon aramaları b) rezervasyon teyit aramaları c) rezervasyon teyit aramaları sonrası kişi sayısı ve misafirlerin hangi alanlarda oturmak istedikleri belirlendikten sonra bir ayrımı da meslek gruplarına yönelik gerçekleştiriyoruz. Bunun sebebini de şu şekilde aktarmakta fayda var, bir sanayiciyle bir sanayici ya da bir marangozla bir marangoz yakın konular konuştuğundan birbirlerinden rahatsız olmazlar.

q) Kullanıcıyı karşılama ve servis açma sürecinizi anlatır mısınız?

Rezervasyon sistemiyle müşterilerimizi ağırlıyoruz. Masada tabakları kapalı olarak açıyorum. Özellikle yazlık alanda tabağı açık koyuyorlar, onun içine havada uçuşan gördüğümüz ve göremediğimiz birçok istenmeyen şey doluyor. Oturduğunuz anda meze söylediğinizde direkt o tabakla servis yapabiliyoruz.

r) Muğla/Bodrum'da bulunan çevre restoranlarla karşılaştırmak gerekirse seramik ürünler özelinde ne tür farklılıklarınız bulunmaktadır?

Bizim operasyonumuzda her aşama özgün ve değerlidir. Aynı şekilde servis ekipmanlarımız da özgün ve bize ait tasarlanmıştır.

s) Seramik ürünler, servis biçimleri ve hazırlanan yemek çeşitliliği özelinde restoranın kuruluşundan bu zamana geçen süreçte ne tür değişimler gözlenmektedir?

Değişim derken, çok ciddi bir değişim yok. Ana tabak (toprak tabaklar) hiçbir zaman değişmedi ama çatal bıçak takımları bardaklar ve ara sıcaklarda kullandığım antre tabaklar ara ara değişti.

t) Seramik ürünlere ne sıklıkla ve hangi ölçüde yatırımlar gerçekleştirmektesiniz?

Net karın minimum %5'i her yıl bu alana yatırılmaktadır.

u) Kullanıcı deneyimine katılmasını beklediğiniz restoran müşterileri kimlerdir? (Turist, Yerleşik)

Bizlerin her geçen gün büyüyen bir müşteri portföyü var. Bu sebeple turist ya da yerleşik olarak sınırlandırmak doğru olmaz. Her ikisi de bizi tercih ediyor demek daha doğru olacaktır.

Restoran Adı	***Restoran 6***
Görüşülen Kişi	***U**** *******
Tarih	***21.08.2022***
Şirket Yönetimi	***Aile Şirketi***
Restoran Kuruluş Yılı	***2006***
İstihdam Sayısı	***80***
Uzmanlık Alanı (Et, Balık, Sebze, Karma)	***Et, Meze, Balık, Makarna***
Hizmet Kapasitesi	***500 + 150 = 650***
Kişi Başı Ücret (Ortalama)	***1000 ₺***
Menünün Oluşturması (Kim, Nasıl, Önemli Noktalar)	***Patron (Haluk)***
Re-new/Re-invent (Yeşil Tasarım)	***Hayır.***
Fon Müzik Tercihi (Evet/Hayır)	***Evet (Canlı Müzik)***
Servis ve Menülerin Yenilenme Süresi	***Her yıl eklenen ve çıkartılanlar olmaktadır.***
Servis Gün ve Saatleri	***09:00-15:00 - 19:30-02:00 (7 Gün)***
Servis Süreci (Özet)	

Restoran 7

Görüşme Soruları ve Kapsamı
Restoranların kullanıcıya sunduğu yemek kaplarını ve/veya servis düzenlemelerini gerçekleştirenlerle yapılacak olan görüşme soruları ve kapsamı

Görüşmenin zamanı yeri ve tarihi: **Restoran 7 / 15:30 / 31.07.2024**

<table>
<tr><td></td><td>Giriş ve formaliteler - Restoran 7</td></tr>
<tr><td>1</td><td>Yerleşim (Görüşmecinin diğer kişilerden etkilenmeyeceği, iletişimin kolayca gerçekleşeceği, kayıt ve işitme sorunları oluşmayacak şekilde, mümkünse kare yerleşimde görüşmecinin çaprazına yerleşmek gerekmektedir).</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Görüşmenin amacının açıklanması: (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Seramik ve Cam Anasanat Dalı Seramik Tasarımı Sanatta Yeterlik Programı öğrencisiyim. Tezimle ilgili olarak size sofra seramikleriniz, restoranda kullandığınız masa üstü yan/yardımcı araçlarınız, servis biçimleriniz, servis süreniz, masa üstü araçlarına karar vericilerin ve kararı etkileyenlerin kimler olduğu, masa üstü araç ve gereçlerin seçim süreci, bu kararların nasıl alındığı, yeme içme şekilleri, geçmişi, zaman içinde bu konulardaki değişiklikler hakkında bilgi toplamak amacıyla aşağıdaki çeşitli soruları sıralayabilirim).</td></tr>
<tr><td>3</td><td>Notlar (Kayıt yöntemi olarak defterime notlar alacağım. Bu yöntem görüşme sırasında gözden kaçırdığım bazı önemli noktaları hatırlamamda bana yardımcı olacaktır. Fakat, her şeyi yazarak not etmek çok zaman alabilir, bu nedenle ses kaydı almamda herhangi bir sakınca bulunuyor mu)?
<table>
<tr><td>Ses Kaydı Yapıldı</td><td>X</td><td>Ses Kaydı Yapılmadı</td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>4</td><td>Araştırma ve Analiz (Sanatta yeterlik tez çalışması kapsamında ya da süreç hakkında merak ettiğiniz şeyler olabilir, soru sormaktan çekinmeyin).</td></tr>
</table>

Katılımcının Kimlik Bilgileri :	B**** ******
Restoranla ilişkisi / konumu:	İşletmeci
Kaç yıldır bu konumda çalışmaktadır:	1 Yıl
Restorandaki Görevi (varsa diğer mesleği):	Yok
Mesleki Geçmişi/ Geçmişte bu alandaki veya diğer alanlarda çalışmaları konu ile ilişkisi açısından:	Diyetisyen
İletişim Bilgileri:	+90 5** *** ****

Görüşme Soruları

a) Restoran hangi yemek türlerinde hizmet vermektedir? Sebebi nedir?
-Bodrum'da eksik olduğunu gördüğümüz Dünya mutfağını Restoran 7'de hizmete sunduk. Hizmet vermekte olduğumuz **** Bodrum bölgesinin bu çeşitliliğe ihtiyacı olduğu düşüncesindeyiz.

b) Sizi ön plana çıkaran özel yemekler var mı? Bu yemekleri nasıl servis ediyorsunuz?
-Bowl salata özelinde tavuklu bowl en çok tercih edilen yemeğimiz diyebilirim.

c) Serviste kullandığınız seramik ürünlerin renk ve biçimlerinden söz eder misiniz?
-Kırmızı çamur bünye üzeri kobalt rengi sırlı çanaklar ve endüstriyel üretim olan somon-pembe arası renkli düz tabaklarımız mevcut.

d) Servis tabaklarınızın yemekten duyulan haz (mutluluk) ile doğrudan bir bağı var mıdır?
-Lezzet açısından buna bir cevap vermem zor olacak ancak görsel anlamda bakıldığında, evet.

e) Servis öncesi ve süresince tercih ettiğiniz seramik ürünlerin markaları, sürdürülebilirlikleri, yüzey tasarımları gibi konularda bilgi verebilir misiniz? Temel alınabilecek birkaç ürün fotoğrafı alabilir miyim?
-Seramik denildiğinde aklıma ilk gelen şey tabaklar olsa da biz s**** den seramik masa hizmeti aldık. Masalarımız butik üretim seramik kaplamalar. Bowl (çanak) larımız ve bazı fincanlarımız da el üretimi.

f) Üst sınıf restoranlarda kullanıcı deneyimine sunulan seramik servis tabaklarının işlevselliği tercih sürecinde belirleyici midir?
-İşlev önemlidir.

g) Servis sürecinde kullandığınız seramik tabakların servis edilen yemeğe özgü ayırt edici özellikleri var mıdır?
-Salata servisimiz bowl ile yapılır.

h) Sırsız seramik kaplarla hazırladığınız yemekler var mıdır?
-Hayır, yok.

i) Restoranınızda kullandığınız ve olmazsa olmaz dediğiniz seramik ürün/ürünler nelerdir?
-Masa ve bowl.

j) Kullanıcı deneyimine yönelik özel olarak tasarlanmış seramik ürünler ürettiriyor musunuz?
-Masa, bowl ve fincanlarımız özel olarak tasarlandılar.

k) Seramik yemek kapları seçiminde sizin lüks olarak tanımlayabileceğiniz herhangi bir hizmet aldınız mı? Tasarım, servis öneri yardımı vb.
-Masa.

l) Yemek kaplarının seçiminde etkilendiğiniz dergi, kitap, kişi ya da kurumlar var mıdır?
-Hayır.

m) Üst sınıf restoranlarda masa üstü düzeni sizce nasıl olmalı? Kullanıcı deneyimi özelinde yaratmak istediğiniz etki ile bu konu arasındaki ilişki nedir?
- Masalarda runner ve servis planlaması olması üst sınıf göstermektedir. Biz restoranımız da bunu tercih etmedik. Bizler doğrudan özel masa tasarımı yaptırdık.

n) Servis sürecinde kullandığınız seramik kapları ne sıklıkla yenilemektesiniz? Yenileme sebepleriniz genellikle nelerdir?
- 2 ila 3 yıl aralığında.

o) Kullanıcı deneyimini iyileştirmek amacıyla diğer üst sınıf restoranlardan farklı olarak neler yapmaktasınız?
- Eğitimli ve sağduyulu personel istihdamı.

p) Masa üstü ön servis biçim tasarımını kim/kimler yapmaktadır?
- İşletmeci.

q) Kullanıcıyı karşılama ve servis açma sürecinizi anlatır mısınız?
- Rezervasyon sistemini kullanmıyoruz. Müşteri geldiği zaman karşılanır ve uygun masaya yönlendirilir. Sipariş alınır ve servis süreci başlamış olur.

r) Muğla/Bodrum'da bulunan çevre restoranlarla karşılaştırmak gerekirse seramik ürünler özelinde ne tür farklılıklarınız bulunmaktadır?
-

s) Seramik ürünler, servis biçimleri ve hazırlanan yemek çeşitliliği özelinde restoranın kuruluşundan bu zamana geçen süreçte ne tür değişimler gözlenmektedir?

- Yeni bir restoran olduğumuz için her 4 ayda bir mevsime ve talebe bağlı olarak menümüzde güncellemeler yapıyoruz.

t) Seramik ürünlere ne sıklıkla ve hangi ölçüde yatırımlar gerçekleştirmektesiniz?

- karımızın %2 si kadar yatırım gerçekleştiriyoruz.

u) Kullanıcı deneyimine katılmasını beklediğiniz restoran müşterileri kimlerdir? (Turist, Yerleşik)

- Bodrum ilçesinde yerli ve turist müşterilerimiz var. Her ikisinin de katılım sağlamasını beklerim.

Restoran Adı	Restoran 7
Görüşülen Kişi	B**** ******
Tarih	31.07.2024
Şirket Yönetimi	Kurumsal
Restoran Kuruluş Yılı	2023
İstihdam Sayısı	5
Uzmanlık Alanı (Et, Balık, Sebze, Karma)	Karma
Hizmet Kapasitesi	40
Kişi Başı Ücret (Ortalama)	550-600
Menünün Oluşturması (Kim, Nasıl, Önemli Noktalar)	İşletmeci (Diyetisyen)
Re-new/Re-invent (Yeşil Tasarım)	Hayır
Fon Müzik Tercihi (Evet/Hayır)	Evet
Servis ve Menülerin Yenilenme Süresi	4 Ay
Servis Gün ve Saatleri	Pazartesi kapalı, 6 gün 10:00 - 22:00
Servis Süreci (Özet)	Mutfaktan masaya planlanmış servis modeli.

Restoran 8

Görüşme Soruları ve Kapsamı
Restoranların kullanıcıya sunduğu yemek kaplarını ve/veya servis düzenlemelerini gerçekleştirenlerle yapılacak olan görüşme soruları ve kapsamı

Görüşmenin zamanı yeri ve tarihi: 04.07.2024 - Restoran 8

	Giriş ve formaliteler **-** ***Restoran 8***
1	**Yerleşim** (Görüşmecinin diğer kişilerden etkilenmeyeceği, iletişimin kolayca gerçekleşeceği, kayıt ve işitme sorunları oluşmayacak şekilde, mümkünse kare yerleşimde görüşmecinin çaprazına yerleşmek gerekmektedir).
2	**Görüşmenin amacının açıklanması:** (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Seramik ve Cam Anasanat Dalı Seramik Tasarımı Sanatta Yeterlik Programı öğrencisiyim. Tezimle ilgili olarak size sofra seramikleriniz, restoranda kullandığınız masa üstü yan/yardımcı araçlarınız, servis biçimleriniz, servis süreniz, masa üstü araçlarına karar vericilerin ve kararı etkileyenlerin kimler olduğu, masa üstü araç ve gereçlerin seçim süreci, bu kararların nasıl alındığı, yeme içme şekilleri, geçmişi, zaman içinde bu konulardaki değişiklikler hakkında bilgi toplamak amacıyla aşağıdaki çeşitli soruları sıralayabilirim).
3	**Notlar** (Kayıt yöntemi olarak defterime notlar alacağım. Bu yöntem görüşme sırasında gözden kaçırdığım bazı önemli noktaları hatırlamamda bana yardımcı olacaktır. Fakat, her şeyi yazarak not etmek çok zaman alabilir, bu nedenle ses kaydı almamda herhangi bir sakınca bulunuyor mu)?
4	**Araştırma ve Analiz** (Sanatta yeterlik tez çalışması kapsamında ya da süreç hakkında merak ettiğiniz şeyler olabilir, soru sormaktan çekinmeyin).

Ses Kaydı Yapıldı	**X**	Ses Kaydı Yapılmadı	

Katılımcının Kimlik Bilgileri :	T***** *****
Restoranla ilişkisi / konumu:	Restoran İşletmecisi
Kaç yıldır bu konumda çalışmaktadır:	4 yıl
Restorandaki Görevi (varsa diğer mesleği):	Pasta Şefi
Mesleki Geçmişi/ Geçmişte bu alandaki veya diğer alanlarda çalışmaları konu ile ilişkisi açısından:	17 yıl Finans sektöründe bankacılık
İletişim Bilgileri:	+90 5** *** ****

Görüşme Soruları

a) Restoran hangi yemek türlerinde hizmet vermektedir? Sebebi nedir?

Burası sabah 07:00 ila akşam 24:00 arasında insanların tüketebilecekleri öğünlere odaklanmaktadır. Restoran 8'den her gün taze olarak üretilen 82 çeşit yiyecek ile günü pişirme vizyonu insanlara aktarılmaktadır.

b) Sizi ön plana çıkaran özel yemekler var mı? Bu yemekleri nasıl servis ediyorsunuz?

Müşteri portföyümüz farklı yeme alışkanlıklarına sahiptir. İşletmemize gelen müşteriler diledikleri türden yiyeceğin en taze ve kalitelisini tüketebilmektedir. Keto beslenmek isteyen müşterimize bunu sağladığımız gibi glutensiz beslenmek isteyen müşterimize glutensiz ürün sunuyoruz. Bizi ön plana çıkaran durumun ise servis biçimimiz olduğunu düşünüyorum. Bizde masanın her yerinde farklı ürünler göremezsiniz. Tek bir tabak içerisinde bir çok malzemeden oluşturulmuş ürünler müşterilerimizle buluşur.

c) Serviste kullandığınız seramik ürünlerin renk ve biçimlerinden söz eder misiniz?

Bunu tek bir tarifle anlatmak doğru olmaz. 3 farklı şubemiz var ve 3 şubemizde de farklı seramik ürünler tercih ediyoruz. Bu aslında müşterimizin talebine ve erişim kapasitemize bağlı sürekli güncellenmekte. Bugünden bahsetmek gerekirse eğer mavi ağırlıklı yuvarlak tabaklar kullanıyoruz.

d) Servis tabaklarınızın yemekten duyulan haz (mutluluk) ile doğrudan bir bağı var mıdır?

Kesinlikle bir bağ söz konusu. Görmek tatmak kadar önemli bir eylem.

e) Servis öncesi ve süresince tercih ettiğiniz seramik ürünlerin markaları, sürdürülebilirlikleri, yüzey tasarımları gibi konularda bilgi verebilir misiniz? Temel alınabilecek birkaç ürün fotoğrafı alabilir miyim?

f) Üst sınıf restoranlarda kullanıcı deneyimine sunulan seramik servis tabaklarının işlevselliği tercih sürecinde belirleyici midir?

Bilemiyorum. Bir ürün satın alırken işlevsel olması gerektiği veya gerekmediği noktası tasarımcının elinde olan bir konudur. Genellikle bir ürün satın

aldığımızda bizim yiyeceklerimizle uygunsuz olduğunda siparişi kısıtlı tutup sonlandırıyoruz.

g) Servis sürecinde kullandığınız seramik tabakların servis edilen yemeğe özgü ayırt edici özellikleri var mıdır?

Bunu denedik fakat başarılı olduğumuzu söyleyemem. Gibi bodrum, Eylem Ankara seramik atölyelerinden çeşitli tabaklar istedik ama gerek sırlarda oluşan çatlaklar gerekse kırılmalar kaynaklı devam edemedik.

h) Sırsız seramik kaplarla hazırladığınız yemekler var mıdır?

Hayır.

i) Restoranınızda kullandığınız ve olmazsa olmaz dediğiniz seramik ürün/ürünler nelerdir?

Her ürünün kullanıldığı farklı saat ve yiyecekler mevcut. Bu soruya şu ürün diye bir cevap vermem zor.

j) Kullanıcı deneyimine yönelik özel olarak tasarlanmış seramik ürünler ürettiriyor musunuz?

Evet, bir dönem ürettirdik ama şu an için butik görünen fabrikasyon ürünler alıyoruz. Seramik atölyeleriyle irtibat kuruyoruz. Yakın zamanda tekrar olması iyi olur.

k) Seramik yemek kapları seçiminde sizin lüks olarak tanımlayabileceğiniz herhangi bir hizmet aldınız mı? Tasarım, servis öneri yardımı vb.

Hayır.

l) Yemek kaplarının seçiminde etkilendiğiniz dergi, kitap, kişi ya da kurumlar var mıdır?

Elbette, etkileşim olmazsa olmaz.

m) Üst sınıf restoranlarda masa üstü düzeni sizce nasıl olmalı? Kullanıcı deneyimi özelinde yaratmak istediğiniz etki ile bu konu arasındaki ilişki nedir?

Biz masanın boş olduğu, tabak içerisinde yemeğin daha iyi algılandığı bir servisi benimsiyoruz.

n) Servis sürecinde kullandığınız seramik kapları ne sıklıkla yenilemektesiniz? Yenileme sebepleriniz genellikle nelerdir?

Yıl içerisinde sürekli olarak yenilenmekteler. Genel sebep çatlak ve kırıklar olmakla birlikte modasının geçiyor olması da söylenebilir.

o) Kullanıcı deneyimini iyileştirmek amacıyla diğer üst sınıf restoranlardan farklı olarak neler yapmaktasınız?

Pro aktif bir tavır almaktayız. Müşteriyi gözlemleyerek eksik yanlarımızı hızla telafi etmekteyiz. Zaman zaman memnuniyet ölçümleri yaparız.

p) Masa üstü ön servis biçim tasarımını kim/kimler yapmaktadır?

Bu tasarım sürecini ben planlamaktayım.

q) Kullanıcıyı karşılama ve servis açma sürecinizi anlatır mısınız?

Bizde müşteri kapıda karşılanır. Yiyeceği ürünü teşir dolabından belirtebileceği gibi masadan da sipariş verebilmektedir.

r) Muğla/Bodrum'da bulunan çevre restoranlarla karşılaştırmak gerekirse seramik ürünler özelinde ne tür farklılıklarınız bulunmaktadır?

Buraya geldiğinizde sürekli olarak farklı seramik ürünlerle karşılaşmanın oldukça mümkündür. Ayrıca diğer şubelerimize gittiğinizde bu şubede olan seramik ürünlerden oldukça farklı seramik ürünler görebilirsiniz.

s) Seramik ürünler, servis biçimleri ve hazırlanan yemek çeşitliliği özelinde restoranın kuruluşundan bu zamana geçen süreçte ne tür değişimler gözlenmektedir?

Biçimsel olarak aynı görünmelerine karşın sürekli olarak değişim içerisinde olan bir alan olduğunu düşünüyorum. Bizde bu değişimleri takip edip servis elemanlarımızı güncellemeye gayret gösteriyoruz.

t) Seramik ürünlere ne sıklıkla ve hangi ölçüde yatırımlar gerçekleştirmektesiniz?

İhtiyaç duyulan her vakit bu alana yatırım yapıyoruz. Yatırım oranımız ihtiyaca yönelik değişiklik gösteriyor.

u) Kullanıcı deneyimine katılmasını beklediğiniz restoran müşterileri kimlerdir? (Turist, Yerleşik)

Her ikisi de.

Restoran Adı	Restoran 8
Görüşülen Kişi	T**** ******
Tarih	04.07.2024
Şirket Yönetimi	Kurumsal
Restoran Kuruluş Yılı	2021 Şubat
İstihdam Sayısı	30 Kişi
Uzmanlık Alanı (Et, Balık, Sebze, Karma)	Fırın, Sebze, Karma
Hizmet Kapasitesi	100 Kişi
Kişi Başı Ücret (Ortalama)	Min: 100₺ Maks: 1500₺
Menünün Oluşturması (Kim, Nasıl, Önemli Noktalar)	T***** ve ekibi tarafından oluşturuluyor.
Re-new/Re-invent (Yeşil Tasarım)	Hayır
Fon Müzik Tercihi (Evet/Hayır)	Evet
Servis ve Menülerin Yenilenme Süresi	Sürekli
Servis Gün ve Saatleri	7 gün 07:00 ila 24:00
Servis Süreci (Özet)	

ÖZGEÇMİŞ

Samet AYGÜN

2012 yılında Nuh Kuşçulu Cam ve Seramik Anadolu Meslek Lisesi'nden mezun olduktan sonra, aynı yıl Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik Bölümü'nde eğitim almaya başlamış ve 2016 yılında mezun olmuştur. 2016-2019 yılları arasında, yine aynı üniversitede "Seramik Sanatında İşlev" başlıklı yüksek lisans tezini başarıyla savunmuştur.

Kariyeri boyunca cam ve seramik alanında çeşitli fabrikalarda endüstriyel üretim süreçlerinde görev almış ve deneyim kazanmıştır. 2019 yılında Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Lisansüstü Enstitüsü Seramik ve Cam Tasarımı Anasanat Dalı Seramik Programı'na katılmış ve Sanatta Yeterlik öğrenimini 2025 yılında tamamlamıştır.

2022 yılında Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Bodrum Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik Bölümü'nde öğretim görevlisi olarak göreve başlamış ve burada endüstriyel seramik, seramik teknolojisi ve 3D baskı teknolojileri konularında eğitim ve araştırma çalışmalarına devam etmektedir.