



ANKARA

HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ

**LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**ESNAF LOKANTALARININ GELENEKSEL TÜRK  
MUTFAĞININ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ ÜZERİNDEKİ  
ETKİLERİ**

**Nurşah SİNER**

**Tez Danışmanı**

**Dr. Öğr. Üyesi Melek YAMAN**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI**

**GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI BİLİM DALI**

**OCAK 2023**



**ESNAF LOKANTALARININ GELENEKSEL TÜRK MUTFAĞININ  
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ**

**Nurşah SİNER**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI  
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI BİLİM DALI**

**ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ**

**LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**OCAK 2023**

## ETİK BEYAN

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Nurşah SİNER  
19.01.2023

ESNAF LOKANTALARININ GELENEKSEK TÜRK MUTFAĞININ  
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ  
(Yüksek Lisans)

Nurşah SİNER

ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Ocak 2023

ÖZET

Bu çalışma esnaf lokantalarının Türk mutfağının sürdürülebilirliği üzerindeki etkilerini tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Bu doğrultuda hazırlanan anket formu 231 erkek, 155 kadın olmak üzere toplam 386 katılımcıya objektif sonuç alabilmek adına esnaf lokantalarında tüketim yaparken yüz yüze uygulanmıştır. Katılımcıların %24,6'sı 25 yaş ve altı, %26,2'si 26-35 yaş, %22,0'si 36-45 yaş, %14,5'i 46-55 yaş ve %12,7'si ise 56 yaş ve üzeri katılımcılardan oluşmaktadır. Eğitim durumuna bakıldığında okuryazar %2,8, ilköğretim %12,7, ortaöğretim %14,2, lise %33,2, üniversite %31,1 ve lisansüstü %6 oranında dağılım göstermektedir. Medeni durum incelendiğinde ise %57,5 kişi evli iken %42,5 bekârdır. Katılımcıların meslek dağılımına bakıldığında en üst sırada serbest meslek %38,6, memur %17,6, öğrenci %13,2, çalışmıyor/işsiz %9,3, özel sektör %8,3, işçi %6,7 ve emekli %6,2 şeklinde dağılım göstermektedir. Son olarak katılımcıların gelir düzeyi çok iyi %5,4, iyi %30,8, orta %53,1, kötü %8,5 ve çok kötü %2,1 şeklindedir. Esnaf lokantalarında memnuniyetin en yüksek olduğu ifadeler aynı oranla insan ilişkileri/nezaket (4,14) ve müşteriye gösterilen ilgi (4,14) olmuştur. İkinci sırada iş ahlakı (4,08) yer alırken ardından yiyeceklerin kalitesi (3,91), yiyeceklerin tazeliği (3,88), yiyeceklerin çeşitliliği (3,86), tercihlere uygun yiyecek bulabilme olanağı (3,83), güvenilirlik (3,79), tüketici hakları (3,70), iş yerinin fiziksel şartları (3,59), orijinal değişik yemek bulabilme (3,56) ve fiyatların uygunluğu (3,46) yer almaktadır. Katılımcıların tercih etme nedenleri hiyerarşik olarak şu şekildedir; güvenilir olması (%75,6), güler yüzlü hizmet verilmesi (%60,9), uygun fiyatlı olması (%57,5), samimi olması (%52,1), taze ürünlerin fazla bulunması (%50,3), Türk damak tadına hitap etmesi (%46,6), tanındık olması (%39,6), ürün çeşitliliğinin fazla olması (37,8), esnafa destek olmak (%32,6), eve/işe yakın olması (%28,8), alışkanlık (%25,4), AVM' de ve restoranda olmayan geleneksel yemeklerin olması (%21,8), kolay alışveriş yapılması (%21,8), gelenek (%19,9), kalabalık olmaması (%19,7) ve veresiye imkanı (%9,6) olarak azalarak devam etmektedir. Tüketilme sıklığı en fazla olan besinler pilavlar (5,72), salata ve piyazlar (5,63), kurubaklagil çorbaları (5,62), ızgaralar (4,99), sütlu tatlılar (4,91) olurken en az tüketimi yapılar gıdalar ise sakatat çorbaları (3,73), balıklar (3,57), kremalı çorbalar (3,53) ve sakatat yemekleri (3,48) şeklindedir. Katılımcılar daha çok insan ilişkileri/nezaket, iş ahlakı, müşteriye gösterilen ilgi gibi davranışsal ve soyut durumlardan pozitif tutum sergilerken, fiyatların uygunluğu, iş yerinin fiziksel şartları ve orijinal/değişik bulabilme olanağı gibi somut ve fiziki durumlardan memnuniyetsizlik duymaktadır.

BilimKodu :116905

AnahtarKelimeler : Esnaf, Lokanta, Esnaf Lokantası, Türk Mutfağı

SayfaAdedi : 154

Tez Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi Melek YAMAN

THE EFFECTS OF LOCAL RESTAURANTS ON THE SUSTAINABILITY OF  
TRADITIONAL TURKISH CUISINE

(M.Sc. Thesis)

Nurşah Siner

ANKARA HACI BAYRAM VELİ UNIVERSITY  
THE INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES

January 2023

**ABSTRACT**

This study was conducted in order to determine the effects of local restaurants on the sustainability of Turkish cuisine. The questionnaire form prepared in this direction was applied face-to-face to a total of 386 participants, 231 men and 155 women, in order to get objective results while consuming in local restaurants. 24.6% of the participants are 25 years of age or younger, 26.2% are 26-35 years of age, 22.0% are 36-45 years of age, 14.5% are 46-55 years of age and 12.7% are 56 years of age or older. According to the state of education, literacy rate is 2.8%, primary education is 12.7%, secondary education is 14.2%, high school is 33.2%, university is 31.1% and postgraduate is 6%. When marital status is examined, 57.5% of people are married and 42.5% are single. Considering the occupational distributions of the participants, self-employed 38.6%, civil servant 17.6%, student 13.2%, unemployed 9.3%, private sector 8.3%, employee 6.7% and pensioner 6.2% are as follows. Finally, the income level of the participants is very good 5.4%, good 30.8%, moderate 53.1%, bad 8.5% and very bad 2.1%. The expressions with the highest satisfaction in local restaurants were human relations / kindness (4.14) and customer attention (4.14) with the same ratio. In the second place business ethics (4.08) while the quality of the food (3.91), the freshness of the food (3.88), a variety of foods (3.86), the ability to find food to suit your preferences (3.83), reliability (3.79) consumer rights (3.70), the physical conditions of the workplace (3.59), the original to be able to find different food (3.56) and the appropriateness of prices (3.46) is located. The reasons for the preference of the participants are hierarchically as follows; to be reliable (%75,6), friendly service provision (%60,9), to be affordable (%57,5), to be sincere (%52,1), more presence of fresh products (%50,3), to cater for Turkish taste (%46,6), to familiar (%39,6), more product variety (37,8), to support the artisans (32,6%), work/home to be close to (28,8), habit (%25,4), shopping center and restaurants in non-traditional the presence of food (%21,8), easy shopping done (%21,8), tradition (%19,9), lack of crowds (%19,7) and credit facilities (%9,6) as continues to decrease. The most common nutrients, the consumption of rice (5,72), salad and bean salads (5,63), legumes soups (5,62), grids (4,99), desserts (4,91) while the consumption of foods structures at least offal soup (3,73), fish (3,57) creamy soups (3,53) and offal dishes (3,48) is. Participants exhibit positive attitudes mostly from behavioral and abstract situations such as human relations / kindness, work ethic, interest shown to the customer. Participants are not satisfied with concrete and physical situations such as the suitability of prices, the physical conditions of the workplace and the ability to find original / different ones.

Science Code : 116905  
Key Words : Small Business, Restaurant, Local Restaurant, Turkish Cuisine  
Page Number : 154  
Supervisor : Assist. Prof. Melek YAMAN

## TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın tamamlanmasında; rehberlik ve önerilerinden yararlandığım, bilgi, birikim ve tecrübeleri ile bana yol gösteren, zorlu süreçte her zaman anlayışını ve desteğini esirgemeyen değerli danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Melek YAMAN'a sonsuz teşekkürü borç bilirim. Verilerin toplanması sürecinde işletmelerinin kapılarını sonuna kadar açan esnaf lokantası sahiplerine ve işletmecilerine, verilerin analizinde profesyonel destek sağlayan İstatistik Atölyesi'ne teşekkür ederim. Üniversite eğitim hayatım süresince tanışma fırsatına sahip olduğum, bilgileriyle ve donanımlarıyla her daim doğru yolu gösteren Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi'ndeki tüm hocalarıma katkıları için teşekkür ederim. Üniversite hayatımın en başından beri yan yana yürüdüğüm sevgili dostum Tansu AKBIYUK'a bu zorlu süreçte de verdiği desteklerden ötürü teşekkür ederim. Bu çalışma sürecinde desteğini hiçbir zaman benden esirgemeyen her daim yanımda olan arkadaşım Arş. Gör. Ümit Can KAYA'ya yardımlarından dolayı teşekkür ederim. Tez yazım sürecinde her daim varlığını yanımda hissettiğim, ihtiyacım olduğunda yardımını ve desteklerini sunan arkadaşlarım Samed AYGÜN, Burak DORUK, Feyza COŞKUN ve Hilal ŞAHİNBAKAN'a teşekkür ederim. Eğitim hayatım boyunca maddi ve manevi desteğini esirgemeyen sevgili babam Resul SİNER'e, sevgili annem Lütfiye İDMAN'a, biricik abim Müslüm SİNER'e ve eşi Seda SİNER'e sonsuz teşekkür ederim. Veri toplama sürecinde çokça desteğini hissettiğim sevgili kuzenim Ervanur SİNER'e teşekkür ederim. Ve son olarak varlığıyla ruhuma neşe katan biricik yeğenim Asya SİNER'e çok teşekkür ederim.

## İÇİNDEKİLER

### Sayfa

|                                                               |      |
|---------------------------------------------------------------|------|
| ÖZET.....                                                     | iv   |
| ABSTRACT.....                                                 | v    |
| TEŞEKKÜR.....                                                 | vi   |
| İÇİNDEKİLER .....                                             | vii  |
| TABLoların LİSTESİ.....                                       | xi   |
| ŞEKİLLERİN LİSTESİ .....                                      | xiii |
| GRAFİKLERİN LİSTESİ.....                                      | xiv  |
| HARİTALARIN LİSTESİ.....                                      | xv   |
| KISALTMALAR .....                                             | xvi  |
| 1. GİRİŞ .....                                                | 1    |
| 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE .....                                    | 5    |
| 2.1. Türk Mutfak Kültürü .....                                | 5    |
| 2.1.1. Türklerde Yeme-İçme Kültürünü Etkileyen Faktörler..... | 7    |
| 2.1.1.1. Göçebe kültür.....                                   | 8    |
| 2.1.1.2. Gelenek ve görenekler .....                          | 9    |
| 2.1.1.3. Tarım ve hayvancılık .....                           | 9    |
| 2.1.1.4. Sosyo-ekonomik yapı .....                            | 10   |
| 2.1.1.5. Coğrafi bölgeler .....                               | 11   |
| 2.1.1.6. Dini inanç.....                                      | 12   |
| 2.1.1.7. Diğer kültürler.....                                 | 13   |
| 2.2. Türk Mutfağının Sınıflandırılması .....                  | 14   |
| 2.2.1. Orta Asya Dönemi Türk Mutfağı .....                    | 15   |
| 2.2.2. Selçuklu Dönemi Türk Mutfağı .....                     | 19   |
| 2.2.3. Osmanlı Dönemi Türk Mutfağı.....                       | 23   |

|                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------|----|
| 2.2.4.Cumhuriyet Dönemi Türk Mutfağı .....                    | 29 |
| 2.3.Türk Yemeklerinin Gruplandırılması .....                  | 33 |
| 2.3.1. Çorbalar .....                                         | 34 |
| 2.3.2. Et ve Sakatat Yemekleri .....                          | 36 |
| 2.3.3. Sebze Yemekleri .....                                  | 39 |
| 2.3.4. Kurubaklagil Yemekleri .....                           | 43 |
| 2.3.5. Pilavlar .....                                         | 45 |
| 2.3.6. Makarnalar ve Mantılar .....                           | 47 |
| 2.3.7.Dolmalar ve Sarmalar.....                               | 50 |
| 2.3.8. Salatalar ve Mezeler .....                             | 52 |
| 2.3.9. Tatlılar .....                                         | 55 |
| 2.3.10. Hoşaf lar ve Kompostolar .....                        | 57 |
| 2.4. Sürdürülebilirlik Kavramı ve Tanımı .....                | 58 |
| 2.4.1.Yiyecek İçecek İşletmelerinde Sürdürülebilirlik.....    | 59 |
| 2.5.Esnaf Lokantaları .....                                   | 63 |
| 2.5.1. Esnaf Tanımı ve Tarihsel Gelişimi.....                 | 63 |
| 2.5.1.1. Ahilik .....                                         | 65 |
| 2.5.1.2. Lonca teşkilatı.....                                 | 69 |
| 2.5.1.3. Cumhuriyette esnaf birlikleri .....                  | 72 |
| 2.5.2. Lokanta Tanımı ve Tarihsel Gelişimi.....               | 74 |
| 2.5.2.1. Esnaf lokantası kavramı.....                         | 79 |
| 2.5.2.2. Yiyecek içecek işletmelerinin sınıflandırılması..... | 82 |
| 2.5.2.3. Lokantaların sınıflandırılması.....                  | 83 |
| 2.5.3. Mevzuatta Esnaf Lokantaları .....                      | 86 |
| 3. YÖNTEM.....                                                | 89 |

|                                                                                                              |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.1. Problem Durumu .....                                                                                    | 89  |
| 3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....                                                                        | 89  |
| 3.3. Araştırmanın Varsayımları .....                                                                         | 90  |
| 3.4. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları .....                                                             | 90  |
| 3.5. Araştırmanın Deseni.....                                                                                | 90  |
| 3.6. Araştırmanın Evreni .....                                                                               | 91  |
| 3.7. Veri Toplama Aracı.....                                                                                 | 94  |
| 3.8. Verilerin Analizi.....                                                                                  | 94  |
| 4. BULGULAR.....                                                                                             | 95  |
| 4.1. Araştırmaya Katılanları Demografik Özellikleri.....                                                     | 95  |
| 4.2. Esnaf Lokantaları İçin Memnuniyet Düzeyleri .....                                                       | 98  |
| 4.2.1. Esnaf Lokantalarından Memnuniyet Düzeylerinin Cinsiyet<br>Açısından İncelenmesi .....                 | 101 |
| 4.2.2. Esnaf Lokantalarından Memnuniyet Düzeylerinin Yaş Açısından<br>İncelenmesi .....                      | 103 |
| 4.2.3. Esnaf Lokantalarından Memnuniyet Düzeylerinin Eğitim Durumu<br>Açısından İncelenmesi .....            | 105 |
| 4.2.4. Esnaf Lokantalarından Memnuniyet Düzeylerinin Medeni Durum<br>Açısından İncelenmesi .....             | 107 |
| 4.2.5. Esnaf Lokantalarından Memnuniyet Düzeylerinin Meslek Açısından<br>İncelenmesi .....                   | 108 |
| 4.2.6. Esnaf Lokantalarından Memnuniyet Düzeylerinin, Gelir Düzeyi<br>Açısından İncelenmesi .....            | 109 |
| 4.3. Esnaf Lokantalarını Tercih Etme Nedenleri.....                                                          | 111 |
| 4.3.1. Esnaf Lokantalarını Tercih Etme Nedenleri İle Cinsiyet Arasındaki<br>İlişkinin İncelenmesi .....      | 112 |
| 4.3.2. Esnaf Lokantalarını Tercih Etme Nedenleri İle Yaş Arasındaki<br>İlişkinin İncelenmesi .....           | 115 |
| 4.3.3. Esnaf Lokantalarını Tercih Etme Nedenleri İle Eğitim Durumu<br>Arasındaki İlişkinin İncelenmesi ..... | 117 |

|                                                                                                             |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.3.4. Esnaf Lokantalarını Tercih Etme Nedenleri İle Medeni Durum<br>Arasındaki İlişkinin İncelenmesi ..... | 119 |
| 4.3.5. Esnaf Lokantalarını Tercih Etme Nedenleri İle Meslek<br>Arasındaki İlişkinin İncelenmesi .....       | 120 |
| 4.3.6. Esnaf Lokantalarını Tercih Etme Nedenleri İle Gelir Düzeyi<br>Arasındaki İlişkinin İncelenmesi ..... | 122 |
| 4.4. Türk Mutfağına Ait Yemeklerin Tüketim Sıklığı .....                                                    | 124 |
| 5. SONUÇ VE ÖNERİLER .....                                                                                  | 131 |
| KAYNAKLAR .....                                                                                             | 137 |
| EKLER.....                                                                                                  | 147 |
| Ek-1. Etik Kurul Onay Formu .....                                                                           | 147 |
| Ek-2. Anket Formu Örneği.....                                                                               | 148 |
| ÖZGEÇMİŞ .....                                                                                              | 153 |

## TABLoların LİSTESİ

| Tablo                                                                                                             | Sayfa |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Tablo 2.1. Türk mutfağındaki çorbaların içerdikleri malzemelere göre sınıflandırılması ve örneklendirilmesi ..... | 36    |
| Tablo 2.2. Türk Mutfağındaki et yemeklerinin sınıflandırılması ve örneklendirilmesi .....                         | 39    |
| Tablo 2.3. Türk mutfağındaki sebze yemeklerinin sınıflandırılması ve örneklendirilmesi.....                       | 43    |
| Tablo 2.4. Türk mutfağındaki kurubaklagillerle hazırlanan yemeklerin sınıflandırılması ve örneklendirilmesi.....  | 45    |
| Tablo 2.5. Türk mutfağındaki pilavların sınıflandırılması ve örneklendirilmesi.....                               | 47    |
| Tablo 2.6. Türk mutfağındaki makarnaların sınıflandırılması ve örneklendirilmesi .                                | 49    |
| Tablo 2.7. Türk mutfağındaki özgü mantıların sınıflandırılması ve örneklendirilmesi.....                          | 50    |
| Tablo 2.8. Türk mutfağındaki dolma ve sarmaların sınıflandırılması ve örneklendirilmesi.....                      | 52    |
| Tablo 2.9. Türk mutfağındaki salataların sınıflandırılması ve örneklendirilmesi.....                              | 54    |
| Tablo 2.10. Türk mutfağındaki mezelerin sınıflandırılması ve örneklendirilmesi ....                               | 55    |
| Tablo 2.11. Türk mutfağındaki tatlıların sınıflandırılması ve örneklendirilmesi.....                              | 56    |
| Tablo 2.12. Türk mutfağındaki hoşaf ve kompostaların sınıflandırılması ve örneklendirilmesi.....                  | 58    |
| Tablo 4. 1 Araştırmaya katılanların demografik bulguları.....                                                     | 95    |
| Tablo 4.2. Esnaf lokantaları için memnuniyet düzeyleri .....                                                      | 99    |
| Tablo 4.3. Memnuniyet düzeylerinin cinsiyet açısından incelenmesi .....                                           | 102   |
| Tablo 4.4. Memnuniyet düzeylerinin yaş açısından incelenmesi .....                                                | 103   |
| Tablo 4.5. Memnuniyet düzeylerinin eğitim durumu açısından incelenmesi .....                                      | 105   |
| Tablo 4.6. Memnuniyet düzeylerinin medeni durum açısından incelenmesi.....                                        | 107   |
| Tablo 4.7. Memnuniyet düzeylerinin meslek açısından incelenmesi .....                                             | 108   |
| Tablo 4.8. Memnuniyet düzeylerinin gelir düzeyi açısından incelenmesi.....                                        | 110   |
| Tablo 4.9. Esnaf lokantalarını tercih etme nedenleri .....                                                        | 111   |

| <b>Tablo</b>                                                                              | <b>Sayfa</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Tablo 4.10. Tercih etme nedenleri ile cinsiyet arasındaki ilişkinin incelenmesi .....     | 113          |
| Tablo 4.11. Tercih etme nedenleri ile yaş arasındaki ilişkinin incelenmesi .....          | 115          |
| Tablo 4.12. Tercih etme nedenleri ile eğitim durumu arasındaki ilişkinin incelenmesi..... | 117          |
| Tablo 4.13. Tercih etme nedenleri ile medeni durum arasındaki ilişkinin incelenmesi.....  | 119          |
| Tablo 4.14. Tercih etme nedenleri ile meslek arasındaki ilişkinin incelenmesi .....       | 120          |
| Tablo 4.15. Tercih etme nedenleri ile gelir düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi.....  | 122          |
| Tablo 4.16. Türk mutfağı yemeklerinin tüketilme sıklığı .....                             | 125          |

## ŞEKİLLERİN LİSTESİ

| Şekil                                                            | Sayfa |
|------------------------------------------------------------------|-------|
| Şekil 2.1. Türk Mutfak Kültürünü Etkileyen Faktörler .....       | 8     |
| Şekil 2.2. Türk Mutfağının Sınıflandırılması.....                | 15    |
| Şekil 2.3. Cumhuriyet dönemi mutfağında yaşanan gelişmeler.....  | 32    |
| Şekil 2.4. Yiyecek-içecek işletmelerinin sınıflandırılması ..... | 82    |



## GRAFİKLERİN LİSTESİ

| Grafik                                                                                  | Sayfa |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Grafik 4.1. Araştırmaya katılanların demografik bulgularının yüzdelik dağılımı ..... 97 |       |
| Grafik 4.2. Esnaf lokantaları için memnuniyet düzeylerinin ortalamaları..... 101        |       |
| Grafik 4.3. Esnaf lokantalarının tercih etme nedenlerinin dağılımı..... 112             |       |
| Grafik 4.4. Türk mutfağı yemeklerinin tüketilme sıklığı ortalamaları..... 130           |       |



## HARİTALARIN LİSTESİ

### Harita

### Sayfa

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| Harita 3.1. Sakarya ilinde bulunan ilçelerin konumu..... | 92 |
|----------------------------------------------------------|----|



## KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

| Kısaltmalar | Açıklamalar                                            |
|-------------|--------------------------------------------------------|
| HZ.         | Hazreti                                                |
| İŞKUR       | Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü                      |
| KOBİ        | Küçük ve Orta Büyüklükte İşletmeler                    |
| M.Ö         | Milattan Önce                                          |
| M.S         | Milattan Sonra                                         |
| OECD        | Organisation for Economic Co-Operation and Development |
| T.C         | Türkiye Cumhuriyeti                                    |
| TDK         | Türk Dil Kurumu                                        |
| TESK        | Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu            |
| TÜİK        | Türkiye İstatistik Kurumu                              |
| VD.         | Ve Diğerleri                                           |
| Y.Y.        | Yüzyıl                                                 |

## 1. GİRİŞ

Yemek kavramı insanın varoluşundan itibaren elzem bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkmaktadır. Yüzyıllardır bu ihtiyacın peşinden giderek doğada bulunan besin kaynaklarından yararlanılmıştır. Zamanla yemek yeme kavramı sadece yaşamı sürdürme ihtiyacı olmanın ötesine geçerek kültürel bir olgu haline gelmiştir. Mutfak kültürü beslenmeyi sağlayan yiyecek ve içecek çeşitleri ile bunların hazırlanması, pişirilmesi, saklanması ve tüketilmesi sürecini ifade etmektedir. Türk mutfak kültürü ise Türkiye’de yaşayan insanların beslenmesinde yer alan her türlü yiyecek ve içecek ile bu yiyecek ve içeceklerin hazırlanma sürecinde kullanılan araç gereç, pişirme teknikleri, yemek yeme adabı ve mutfak çevresinde şekillenen uygulamaları kapsamaktadır (Kesici, 2012: 33-37; Solmaz ve Dülger-Altın, 2018: 109-110; Arslan, 2010: 32).

Türk mutfak kültürünün çok kapsamlı bir yapıya sahip olmasının birçok sebebi bulunmaktadır. Bunlardan ilki Türk mutfak kültürünün çok eski yıllara dayanması ve ilk çağlardan bu zamana çok çeşitli milletlerle etkileşim halinde olmasıdır. Gelenek ve görenekler, göçebe kültür, tarım ve hayvancılık, sosyo-ekonomik yapı, din ve coğrafi bölgeler Türk mutfağının şekillenmesinde etkili olan diğer unsurlardır. Zaman içinde Türk devletlerinin yıkılıp yeni Türk devletlerinin kurulması mutfak kültürünü yok etmeyip aksine her kültürden parçalar alarak şekillenmesini sağlamıştır. Orta Asya göçebe insanının tarım, et ve süt ürünleri ile Selçuklu ve Osmanlı saraylarında gelişen yeni tatlar bugünkü Türk Mutfak kültürünün çeşitlenmesinde ve şekillenmesinde rol oynamıştır (Demirgöl, 2018: 105-106; Güler, 2010: 24; Şanlı vd. 2008: 1123-1124).

Türk mutfağına özgü pişirme yöntemleri ile çeşitli malzemelerin bir araya gelmesiyle zengin ve lezzetli yemekler ortaya çıkmaktadır. Bu zengin yemek kültürü yemeklerin sınıflandırılması ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. İlk olarak Fransa’da ortaya çıkan yemeklerin gruplandırılması servis sırasında karmaşayı ortadan kaldırmak amacı ile yapılmıştır. Türk yemeklerinin gruplandırılması ise çeşitli araştırmacılar tarafından farklı şekillerde yapılmakla birlikte bu araştırma da çorbalar, et ve sakatat yemekleri, sebze yemekleri, kurubaklagil yemekleri, pilavlar, makarnalar ve mantılar, dolmalar ve sarmalar, salatalar ve mezeler, tatlılar, hoşaf ve kompostolar şeklinde sınıflandırılmaktadır (Arslan, 2010: 34-35; Kaya, 2016: 11; Alabacak, 2018: 53).

Tarihsel olarak yiyecek içecek işletmelerine ihtiyaç bireylerin seyahati sırasında doğmuştur. Bu temel ihtiyaç, insanların seyahatleri ve geçici konaklamaları süresince giderilmesi gereken bir zorunluluk hâline gelmiştir. Öncelikli olarak seyahat edenlerin barınabilecekleri yerler inşa edilmiş, sonrasında yemek yemelerinin sağlanması amacıyla çalışmalar yapılmıştır. Başlangıçta hem konaklama hem de yeme-içme hizmetlerinin aynı yerde sunulduğu ilkel yapılar ortaya çıkarken bu yapılar zamanla gelişerek daha özellikli yapılar hâline gelmiştir. Bu zorunluluk doğrultusunda yeme-içme hizmeti sunan yapılar ortaya çıkmıştır. Seyyahların seyahati sırasında oluşan ihtiyaçları karşılamak için ortaya çıkan yapılara hanlar, kervansaraylar ve tavernalar örnek verilebilir (Benli, 2019: 2; Çakmak ve Sarıışık, 2020: 364; Özdemir-Güzel, 2017:4; Bulut, 2019: 541).

Bugün bildiğimiz anlamıyla restoranların bir işletme olarak açılması ve kişiye özel hizmet vermeye başlaması insanlık tarihinde yakın bir geçmişe sahiptir. Geç başlayan restorancılığın gelişimi ise dönemsel gelişmelere paralel olarak hızlı gerçekleşmiştir. Bugünkü restoranların ortaya çıkışı Fransa'ya gelen kişilerin yemek ihtiyaçlarını kaldıkları odalarda kendi kendilerine veya toplu yemek sunan yerlerden sipariş vererek gidermelerine dayanmaktadır. İlk restoran işletmesi 1765 yılında Boulanger tarafından Paris'te açılan "Restorante" dir. Fransız Restoran Devrimi de denen Fransız devrimi ile birlikte açılan bu işletmeler yavaş yavaş kapanmıştır. Devrimle birlikte işsiz kalan ünlü aşçıların kendilerini geçindirmek için farklı ülkelere göç ederek restoranlar açmaları, restoranların dünyada yayılmasının önemli nedenlerindendir. Türkiye'de ise ilk restoran 1888 yılında II. Abdülhamit'in isteği üzerine açılan "Victoria"dır. 1890 yılında aşçısının adını alarak "Abdullah Efendi Lokantası" olmuştur (Badem ve Öztel, 2018: 72; Akoğlan-Kozak ve Zencir, 2012: 2; Sürmen ve Bayraktar, 2018: 55; Çelik vd., 2020: 1292).

Lokantalar, tarihsel süreçte öncelikle olarak isminden anlaşılacağı üzere esnaf kesimine hitap etmiş, zamanla herkesin ihtiyacını karşılayacak çeşitliliğe bürünmüşlerdir. Esnaf lokantaları "birbirini tanımayan insanların aynı masayı paylaşarak yeme-içme faaliyetinde bulunmaktan çekinmedikleri, ızgara ateşinin gün boyu yandığı, tencere yemeklerinin başrolde bulunduğu, gerekirse tepsi servisleriyle işyerinden ayrılamayan çalışanlara hizmetin sağlandığı ve kendine has masa adabına sahip bu işletmelerin, devamlı müşteri kabul edilen çarşı

esnafına yönelik, samimiyet ve güven ilkelerine dayalı yeme-içme işletmeleri” olarak tanımlanmaktadır. Geleneksel bir nitelik taşıyan esnaf ve sanatkârlar nesilden nesile aktararak Türk toplumunda önemli bir yer edinmiştir. Esnaflığın tarihi incelendiğinde 13. Yüzyıldan 18. Yüzyıla kadar “Ahilik” daha sonraları “Lonca teşkilatı” altında birleşmiş bir yapılanma görülmektedir. Klasik dönem boyunca toplumun sosyal ve ekonomik yapısını düzenleyen esnaf oluşumları; dünyadaki keşiflerle birlikte yeni sanayi-ticaret yollarının oluşması, kitlesel üretim fikrinin yoğunlaşması ve devlet içindeki siyasi-askeri bozulmalarla birlikte oldukça zayıflamıştır. 1912’de çıkarılan bir kanuna lonca teşkilatı, 1924’te esnaf birlikleri tamamen yok olmuştur. 20. Yüzyılın başlarında tamamen ortadan kalkan Ahilik ve Lonca teşkilatlanmalarının yerini yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti’nde Odalar, Esnaf ve Sanatkâr Dernekleri, İşçi ve İşveren Sendikaları almıştır (Bayram, 2012: 110; Akbaş vd., 2018: 196; Çıkrıkçıoğlu, 1987: 2; Bulut, 2019: 547; Akgündüz, 2014:13; Toprak, 2004: 2).

Geçmiş ilkçağlardaki takas yöntemine kadar uzanan esnaflık, tüketim olgusunun varoluşundan itibaren önemli bir yer tutmuştur. Gelişmiş veya az gelişmiş tüm ülkelerde ekonominin sağlıklı bir şekilde işleyebilmesi için küçük ve orta ölçekli işletmelerin varlığı ve ekonomi içindeki payları büyük önem arz etmektedir. Türkiye’de de ekonomik ve toplumsal açıdan bakıldığında, esnaf ve sanatkarlar ile KOBİ’ler önemli bir konuma sahiptir. Buradan yola çıkarak esnaf lokantalarının varlığı hem ülke ekonomisine sağladığı katkı hem de Türk mutfağının geleceğe aktarımı üzerinde ki etkisi sebebi ile önem taşımaktadır (Yıldız vd., 2013: 123-124; Baykul ve Dulupçu, 2009: 67-68).

Bu çalışma ile esnaf lokantalarında tüketim yapan bireylere uygulanan anket çalışmasında esnaf lokantalarından memnuniyet düzeyleri, tercih sebepleri ve yemeklerin tüketim sıklıklarının tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Böylelikle Türk mutfağının gelecek nesillere aktarılmasında esnaf lokantalarının rolü belirlenecektir.



## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Türk Mutfak Kültürü

İnsanlar yaşamlarını devam ettirmek için yemek yemek zorundadırlar ve yüzyıllardır doğada bulunan besin kaynaklarından yararlanarak bu ihtiyaçlarını karşılamaya devam etmişlerdir. İnsanların, doğumdan ölüme yol aldıkları süreç içinde beslenmek durumunda olması zamanla doğada bulduğu yiyecekler arasından seçim yaparak uygun olanları yetiştirmeyi, yetiştirdiklerini işleyip saklayarak bulunmayan zamanlarda kullanmayı öğrenmelerine ve belirli kuralları ortaya çıkarmıştır. Bu kurallar, zamanla toplumların kendi yapılarına ve değer yargılarına uygun gelenek, görenek, dinsel inançları, töre ve törenleriyle birleşerek toplumun kendine has beslenme ve mutfak kültürünü ortaya çıkarmıştır (Canbolat ve Yaman, 2017: 50; Arslan, 2010: 32; Işın, 2008: 128; Seçim, 2018: 122).

Kültür her toplumun kendisi dışında toplumlarla temasa geçmesi ile oluşan ve gelişen bir olgudur. Dilimizde kültür çok değişik anlamlarda kullanılır. Tarih öncesi dönemleri ifade ederken (neolitik kültürü gibi), bir konuda birikmiş, özümsemiş geniş ve sistemli bilgiler bölümü (tarih kültürü, müzik kültürü gibi) anlamında kullanıldığı gibi eleştiri, değerlendirme, zevk alma yetenekleri gelişmiş olma, bir topluma ulusa özgü davranış ve yaşam biçimlerinin tümü ve uygarlık anlamında da kullanıldığı görülür (Arlı ve Gümüş, 2007: 143-146).

Mutfak kültürü ise kavram olarak, beslenmeyi sağlayan yiyecek ve içecek çeşitleri ve bunların hazırlanması, pişirilmesi, saklanması ve tüketilmesi sürecini; buna bağlı olarak mekan, donanım ve yeme içme geleneği ile toplumun sosyokültürel, ekonomik durumuna, tarihsel kimliğine, yeme içme alışkanlıklarına, tarımsal üretimine göre şekillenmiş mutfağında içine alan kendine özgü kültürel bir yapıyı temsil eder (Solmaz ve Dülger-Altınır, 2018: 109-110; Arslan, 2010: 32). Türk mutfağı denildiğinde Türkiye’de yaşayan insanların beslenmesini sağlayan yiyecekler- içecekler, bunların hazırlanması, pişirilmesi, korunması; bu işlemler için gerekli araç-gereç ve teknikler ile yemek yeme adabı ve mutfak çevresinde gelişen tüm uygulamalar ve inanışlar anlaşılmalıdır (Kesici, 2012: 33-37).

Ayrıca, her Türk evinin bir odası günümüzde olduğu gibi mutfak olarak tanzim edilmiş ve evin bu kısmına yemek pişirilen yer anlamında “aşlık” adı verilmiştir.

Arapça bir mekân ismi olan “matbah” yani “yemek pişirilen yer” anlamına gelen bu kelime, Türkler tarafından mutfak olarak telaffuz edilmiş ve çok eski zamanlardan beri kullanılmaktadır (Arslan, 2010: 34; Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008: 1289).

Türkiye’de yerel mutfakların özgün etkilerini içinde barındıran köklü ve çok yönlü bir mutfak kültürü yaşamaktadır. Diğer kültürlerle yaşanan etkileşim, Orta Asya göçebe insanının tarım ürünlerini, et (av hayvanları), mayalanmış süt ve süt (tereyağı, peynir, yoğurt, ayran) ürünlerini, Mezopotamya’nın tahıllarını, Akdeniz çevresinin sebze ve meyvelerini, Güney Asya’nın baharatı ile birlikte, Selçuklu ve Osmanlı saraylarında gelişen yeni tatlar gibi nedenler bugünkü Türk Mutfak kültürünün çeşitlenmesinde ve şekillenmesinde rol oynamıştır (Güler, 2010: 24; Şanlı vd. 2008: 1123-1124). Türk mutfağına deniz ürünlerinin girmesi ise Fatih Sultan Mehmet’in İstanbul’u fetih etmesinden sonraki döneme denk gelmektedir. Deniz ürünlerinin tüketimi bu dönemde oldukça artmıştır (Albayrak, 2013: 5052).

Pek çok yemek otoritesine göre Türk Mutfağı’nın dünyanın en iyi mutfaklarından birisi olarak sayılmasını Türklerin anayurtları olan Orta Asya ve daha sonra göçmüş oldukları Anadolu’da göçebe yaşamla yerleşik yaşamı bir arada sürdürebilmelerinin getirdiği pratiklik ile yerleşik yaşamda elde edilen tarımsal gıdaların kullanımı, gıdaların fermentasyon ve kurutma gibi farklı uygulamalar ile hem dayanıklı hem de lezzetli olması sağlanmıştır. Böylece zengin ve farklı unsurları bulunan bir beslenme kültürü ortaya çıkmıştır (Demirgöl, 2018: 105-106).

Bir toplumun beslenme kültürü coğrafya, iklim, tarım, hayvancılık, sanayileşme ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması gibi birçok faktörden etkilenerek gelişmekte ve değişmektedir. Türk mutfağı genel özellikleri açısından incelendiğinde genel olarak tarımsal ve hayvansal ürünlere dayanan dolayısıyla et, süt ürünleri ve buğdayın temel besin öğelerini oluşturduğu söylenebilir. Aynı zamanda coğrafi bölgelerin, özel gün ve törenlerin ve İslam dininin etkilerinin de görüldüğü bir mutfaktır. Dini faktörler beslenme kültürünü etkilemekte, oruç vb. eylemler ile din yemek aracılığıyla ibadete dönüşmektedir (Albayrak, 2013: 5052; Esir, 2006: 122; Uyanık ve Yaman, 2019: 965)

Din olgusu hayatın her alanına yansıyan ve toplumdan topluma özgü inanç yapılarıyla şekillenen bir kavramdır. Bundan dolayı, insanların yeme-içme kültürlerini de derinden etkilemektedir. Belirli dine mensup toplumlar, o dinin gerektirdiği ölçütte, inançları doğrultusunda, yedikleri-içtikleri besinleri belirleyerek, dinlerince yasak olduğu belirtilen yiyecekleri tüketmemektedir (Canbolat ve Yaman, 2017: 50).

Türklerin İslam dinini kabul etmiş olmalarının etkileri de mutfak kültürlerine yansımıştır. Örneğin, Kuran-ı Kerimde yasak olan domuz eti Türk mutfak kültüründe hiç yer almamış, eşek, at, katır gibi tek tırnaklı hayvanların eti ve sütü ile sürüngen, kurbağa, tilki gibi hayvanlar yine dinin etkisiyle mutfağımıza hiç girmemiştir (Albayrak, 2013: 5053; Ertaş ve Gezmen- Karadağ, 2013: 119).

Türkler, tarih sahnesine çıktıkları andan itibaren beslenmeye önem vermişlerdir. Bunu karakterize eden en açık örnekler olarak da yağmalı toylar, imece toplantıları, doğumlar, ölümler, düğünlerde yenilen yemeklerdir. Bu toplantılarda geleneğe göre sofralar hazırlanır, yemekler çıkarılır, bütün oymak, boy veya köy halkı birlikte yer, birlikte eğlenir veya acı paylaşılmaktadır (Talas, 2005: 274-276).

### **2.1.1.Türklerde Yeme-İçme Kültürünü Etkileyen Faktörler**

Yeme içme, bir kişinin yaşamsal ihtiyacı olmasının yanında insanlığın göçebelik ve yerleşik hayata geçiş süreciyle farklı malzeme, teknik, dönemsel iktidar ilişkileri, cinsiyet rolleri, sınıfsal, dinsel ve ırksal vb. algıları bünyesinde barındıran bir yapıdır (Fendal, 2007: 159). M.Ö. 6000-5000 yıllarında çiğ ya da ateşte kızartılarak tüketilen yiyecekler, zamanla kap içinde pişirilmeye başlandığı ve ilk kapların sürüngen kabukları, hayvan skapulası ve hayvan midesi olduğu bildirilmektedir. Daha sonra kadınlar tarafından çanak-çömlek yapımı geliştirilmiştir ve böylece yemek yapma sanatı ortaya çıkmıştır (Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008: 1290; Arslan, 2010: 35).

Türk mutfak kültürü Orta Asya'dan M.Ö 200'lü yıllardan 21.yy'a kadar uzanıp, Asya ve Anadolu topraklarının zengin ürün çeşitliliğiyle ve tarihsel süreç içerisinde diğer kültürlerle olan etkileşim,Selçuklu ve Osmanlı saraylarında yeni gelişen tatların varlığı gibi etkenlerle yoğrulup zaman içinde bazı değişimler

yaşamış ve günümüze kadar ulaşmıştır (Kızıldemir vd., 2014: 191 ; Güler, 2010: 24; Faraqhi, 2000: 224).

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 etkileşim halinde olmuş ve yemek yeme kültürü bilgi alışverişinde bulunmuştur. Bunun sonucu olarak Türk mutfağı, geniş bir kültürel birikimle günümüzdeki mutfak kültürünü oluşturmuştur. Geleneksel Türk Mutfağı'nın kendine özgülüğü, çeşitliliği ve geleneksel görenekleri onu diğer kültürlerin mutfaklarından ayıran en belirgin özelliktir (Solmaz ve Dülger-Altınır, 2018: 109-110). Türk mutfağının zenginlik kaynağı ve yeme içme alışkanlıkları incelenirken mutfak kültürüne etki eden faktörler, Şekil 1'de gösterilen başlıklar altında toplanmaktadır.



Şekil 2.1. Türk Mutfak Kültürünü Etkileyen Faktörler(Solmaz, Dülger-Altınır, 2018: 111; Arslan, 2010: 37; Güler, 2010: 25)

#### 2.1.1.1.Göçebe kültür

Türklerin yeme içme alışkanlıklarında göçebe kültürün etkisi oldukça fazladır. Farklı mekânlara göç eden Türkler bu esnada karşılaşılan topluluklarla ve uygarlıklarla etkileşim haline girmiş ve çeşitli mutfak kültürü alışverişinde bulunmuştur. Orta Asya'da yaşayan Eski Türklerde yerleşik hayata geçene kadar binek hayvanı olarak kullandıkları hayvanların eti tüketilmekteyken, göç edilen yerlerdeki bitkilerin kullanımına pek rastlanılmamıştır. Türklerin göçebe

kültürden yerleşik yaşama geçiş yapmaları ile hayvansal ürünlerin dışında tahıl ve bitkilerle tanışılmış ve bu tarım ürünlerinden özellikle hububatlar, Türk yiyeceklerinin büyük bir çoğunluğunu oluşturmuştur (Kızıldemir vd, 2014: 192).

En çok tüketilen gıdalar arasında buğday unu ile yoğrulmuş hamur isi, sut ve sut ürünleri ile et ve etten, özellikle de koyun etinden yapılan et yemekleri yer almıştır. Pastırma ve sucuk da göçebeliliğin gereği olarak ortaya çıkmış Türk yiyecekleri arasında yer almaktadır. Çünkü bu yiyeceklerin uzun süre dayanıklı oluşları göçebelik yaşamına çok uygundur. Ayrıca kurutulmuş et ve et tozu da pastırma ile birlikte savaş sırasında büyük önem taşımaktadır. Böylece Türklerin eti uzun süre muhafaza etmenin sırrını keşfettikleri söylenebilir (Arslan, 2010: 37-38).

#### **2.1.1.2. Gelenek ve görenekler**

Eski çağlardan beri Türklerde birlikte yeme-içme geleneği vardır. Türk Mutfak kültürü ile ilgili bu adetler günümüzde hala özel gün ve törenlerde yaşatılmaktadır. Yaşam boyunca, insanların hayatlarındaki düğün, sünnet gibi özel törenlerde, dini veya genel bayramlarda ikram edilen gıdalar bir geleneğe bağlı gibi uygulanmaktadır. Yusuf Has Hacib'in Kutadgu Bilig adlı çalışmasında bahsedilen küdenke aşısı (düğün yemeği), sünnet aşısı, ad aşısı (ad- san alma yemeği), toğum aşısı (doğum yemeği), koldaş aşısı (arkadaş yemeği), yoğ/yoğ aşısı (ölü yemeği) ziyafet yemeklerinin bir kısmı 6. Yüzyıldan günümüze kadar gelmiş ve hala uygulanmaya devam etmektedir (Solmaz ve Dülger-Altınar, 2018: 117-118).

Bu özel günlerde yapılan yemekler, insanların sevinç ve üzüntülerini paylaşmakta Türklerin yaşamlarında tarihten beri özel bir yeri vardır. Yemek yeme tarih boyunca biyolojik ihtiyaçların karşılandığı bir olgu olmanın yanı sıra bireylerin birbiriyle kaynaştıkları, sevinç ve üzüntülerini paylaştıkları, kutlama ve eğlence faaliyetlerini gerçekleştirdikleri sosyal bir araç olmuştur. Ayrıca bu yemekler, Türklerin ikram konusunda ne kadar eli açık bir millet olduklarını da göstermektedir (Diker vd, 2016: 1-5; Erdem vd. 2018: 44-47).

#### **2.1.1.3. Tarım ve hayvancılık**

Orta Asya Türkleri, tarım ve hayvancılıkla uğraşmışlardır. Ancak tarım hayatları göç ettikleri bölgelerdeki yabancı bitkileri işlemekle sınırlıdır. Eski çağlardan beri Türklerde, eti yenen hayvanların başında koyun gelmektedir. Koyunu sırasıyla,

keçi ve sığır izlemektedir. Bu hayvanlar süt üretimi için kullanılmaktadır (Önçel, 2015: 34)

Türklerin yeme içme alışkanlıklarında tarımsal yapının etkisi oldukça fazladır. Orta Asya'da yaşayan Eski Türklerde yerleşik hayata geçene kadar binek hayvanı olarak at kullanılmıştır. Binek olarak kullandıkları atın eti tüketilmekteyken aynı zamanda sütünden de yararlanılmıştır. Mayalanmış kısırak sütünden elde edilmiş kımız, eski Türklerin en önemli içkileri arasında yer almaktadır (Güler, 2010: 26).

Türklerin göçebe kültürden yerleşik yaşama geçiş yapmaları ile tarım da yavaş yavaş gelişmeye başlamış, hayvansal ürünlerin dışında tahıl ve bitkilerle tanışılmış ve bu tarım ürünlerinden özellikle hububatlar, Türk yiyeceklerinin büyük bir çoğunluğunu oluşturmuştur. Kuru fasulye, nohut, bulgur pilavı, soğan Türk yiyeceğinin simgesi haline gelmiştir. Kırsalda bu gıdaların çok fazla tüketildiği görülmektedir (Solmaz ve Dülger-Altınır, 2018: 117-118; Kızıldemir vd, 2014: 192; Arslan, 2010: 37-38).

Patates, domates, taze biber, kabak çeşitleri gibi bugünkü Türk Mutfak kültüründe yer alan ve çok sevilen sebzelerin mutfakta kullanılmaya başlanması Amerika kıtasının keşfedilmesi ile olmuştur. Bu yiyeceklerin Türk Mutfak kültüründe de yer almaya başlamasıyla kullanımı Anadolu'ya kadar ulaşmıştır. Anadolu'nun iklim özelliklerinin buğday ekimine uygun olması nedeniyle, buğday ve buğdaydan elde edilen un, bulgur ve bulgurun yoğurt, et, kurubaklagiller ve sebzelere katılmasıyla elde edilen yemekler, Anadolu Türk mutfak kültürünün temelini oluşturmaktadır. Türklerin ekonomisinin ikinci temelini oluşturan buğdayı ekemeyen ve bulamayanlar, buğdayın yerine arpa ve darı ekip biçilerek tüketilmiştir (Arslan, 2010: 37-38; Solmaz ve Dülger-Altınır, 2010: 118-119).

#### **2.1.1.4.Sosyo-ekonomik yapı**

Sosyo-ekonomik düzeyin farklı olmasının Türk mutfak kültüründe etkisi görülmektedir. Bu durum ailelerin beslenme alışkanlıklarında rol oynayan önemli bir faktördür. Gelir arttıkça gıda tüketim düzeyi ve tüketilen gıda niteliği de yükselmektedir. Tarihsel olarak Osmanlı başkentleri ve büyük kentlerde, saray köşk ve konaklardan kaynaklanan saray mutfağı ve yöresel halk mutfağı biçimindeki ayrım da sosyo-ekonomik farklılaşmayı ifade etmektedir. Özellikle saraylarda, konak ve yalılarıdaki yemek geleneklerine göre sofraların çeşit

bakımından son derece zengin olduğu, bununla birlikte yöresel halk mutfağının daha sade kaldığı bilinmektedir (Solmaz ve Dölger-Altınır, 2010: 118-119; Arslan, 2010: 38-39; Güler, 2010: 27).

Et, Türk Mutfak kültüründe önemli bir besin öğesidir. Özellikle ziyafetlerde, özel günlerde, düğünlerde etli yemeklerin verilmesi geleneği hala devam etmektedir. Ancak toplumların ekonomik durumunun kötüye gitmesi, beslenme alışkanlıklarının değişmesine neden olmaktadır. Halk mutfağını yansıtan mütevazı evlerde tüm hane halkı aynı yer sofrasında yemek yemektedir. Bu evlerde ve toplu yemek dağıtılan kurumlarda aksam yemeğinin bir çorba ve bir ana yemekten oluşurken, varlıklı Osmanlıların sofralarında düğün ya da özel bir ziyafet olmadığı halde aksam yemeğinde sofrada 20-25 çeşit yemek bulunduğu belirtilmiştir (Yerasimos, 2005: 127; Arslan, 2010: 38-39).

#### **2.1.1.5.Coğrafi bölgeler**

Türklerin yaşadığı coğrafi bölgeler, mutfak kültürlerindeki çeşitliliği belirleyen etkenler arasında olmuştur. Et ve fermente süt ürünlerinden oluşan beslenme çeşidi Orta Asya'dan, gelişen tarım sistemine bağılı olarak tahıla dayalı beslenme kültürü Mezopotamya'dan, meyve ve sebze türleri ile çeşitlenen beslenme sistemi ise Akdeniz ve Ege bölgelerinden gelerek Türk mutfak kültürünün temelini belirlemiştir(Durlu-Özkaya, 2009: 268).

Türk yemekleri yaşanan coğrafi yerlere göre değişiklik göstermektedir. Türkiye'nin farklı bölgelerinde farklı yemek çeşitleri bulunduğu gibi, her bölgenin kendine göre yöresel yiyeceklerinden oluşan bir beslenme biçimi ve yemek pişirme yöntemleri vardır (Diker vd, 2016: 1-5). Bu farklılıklar iller arasında bile değişiklik gösterebilmektedir. Türkiye'de, yaşanan bölgenin iklimsel özellikleri ve yetiştirilen sebze ve meyveler bölgesel mutfak kültürünün zenginlik ve çeşitliliğini oluşturmaktadır (Solmaz ve Dölger-Altınır, 2010: 117-119). Hem bulunduğu bölgenin özelliklerini yansıtan hem de sadece o bölgeye has olan yiyecekler ya da yemekler bütünü olarak tanımlanan yöresel mutfak kavramı da bu şekilde oluşmaktadır (Erdem vd. 2018: 47-51; Akdemir ve Selçuk, 2018: 2035).

Bir bölgede yetiştirilen ürünlerin ve o bölgenin kültürüne özgü pişirme şekli, tüketim ve sunumu ile bir araya getirilerek oluşturulan, yöreye has olan ve o

yörede gelenek haline gelmiş yiyecekler, yöresel yiyecek ya da yöresel yemek olarak adlandırılmaktadır. İnsanların yöresel yiyecekleri tercih etme nedenleri; taze ve lezzetli olmaları, bilinen üreticiler tarafından üretilmesinin sağladığı güven ve yerel ekonominin sürdürülebilirliğine sağladığı katkıyla ilişkilendirilmektedir (Ayaz ve Türkmen, 2018: 22-23; Akdemir ve Selçuk, 2018: 2035).

Geleneksel Akdeniz beslenme sistemi, çok genel hatlarıyla tahıl (özellikle buğday), zeytinyağı, sebze-meyve, su ürünleri, süt türevleri, baharat ve şaraba dayandırılmaktadır. Karadeniz bölgesinde balık başta olmak üzere mısır, mısır unundan yapılan yiyecekler, karalâhana, taze ve kuru fasulye, patates ve pirinç en çok tüketilen yiyeceklerdir. Ege bölgesinde, yoğunlukta zeytinyağlı yemekler, salatalar, tahıllar ve iç şehirlere ilerledikçe et ve hamur işi tüketiminin arttığı görülmektedir. İç Anadolu bölgesinde küçükbaş hayvanların, tahıl ve baklagillerin sıklıkla tüketildiği görülmektedir. Doğu Anadolu bölgesinde ise ipek yolu üzerinde bulunmasının yanı sıra iklim koşulları da etkili olmuştur. Geleneksel mutfak kültüründe et, bakliyat, tahıl, hayvansal yağlar, kurutulmuş sebze ve meyveler önem kazanmıştır (Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 122-128).

#### **2.1.1.6.Dini inanç**

Türkler İslamiyet'i seçtikten sonra, dinin yenmemesini emrettiği gıdalardan uzak durmaya çalışmışlardır. Çeşitli hayvanların etini yemeyi, içinde alkol bulunan (kımız ve şarap vb.) içecekleri içmeyi dini inançları gereği terk etmişlerdir. Kuran'da tek yasaklanmış hayvan domuzdur. Bunun yanında zamanla eşek, at, katır gibi tek tırnaklı hayvanların eti ve sütü; kertenkele, sümüklüböcek gibi sürünenler ile kurbağa, tilki gibi hayvanların yenmemesi de öğütlenmiştir. İçinde az miktarda alkol bulunan kefir, bazı yörelerde az miktarlarda ve genellikle sağlık gerekçeleriyle tüketilmektedir. Diğer taraftan Müslümanlığı seçen Türkler, Arap kültürüyle etkileşime girerek beslenme alışkanlıklarında onlara ait birçok yiyecek ve içeceği Türk mutfağına dâhil etmişlerdir. Özellikle Güneydoğu bölgesi yemeklerinde Arap mutfak kültürünün etkisi fazladır. Baharatın fazla kullanılması, örneğin acı biberin kullanımı bu etkinin örneklerindendir (Güler, 2010: 27; Solmaz ve Dülger-Altın, 2010: 117-118; Arslan, 2010: 41).

İslamiyet'in getirdiği kurallar aynı dinin, farklı mezheplerine mensup bireyler arasında farklılıklar görüldüğü belirtilmiştir. Yenilebilecek ve yenilemeyecek

yiyecekler konusunda dinin temeliyle çelişmeyecek farkları görmek mümkündür. Bu durum mezhep mensuplarının yaşadığı coğrafya ve beslenme alışkanlıkları ile açıklanabilir. Aynı mezhebe ait olanlar için yiyecek olan bir hayvan, kültürel süreçlerin etkisiyle başka bir toplulukta besin olarak kabul görmemektedir. Orta Asya coğrafyasında at ve at sütünden elde edilen kırmızın besin olarak tüketilmesi bunun en tipik bir örneği olarak verilebilir (Önçel, 2015: 34-35).

#### **2.1.1.7.Diğer kültürler**

Türk mutfak kültüründe yer alan yiyeceklerin bazılarında başka kültürlerin etkilerini görmek mümkündür. Türklerin Orta Asya'dan getirdikleri yemek kültürü diğer toplumlarla olan etkileşimleri sonucu çeşitlenmiş ve zenginleşmiştir. Orta Asya'dan batıya doğru hareket eden Türklerin bir kısmı Asya'nın kuzeydoğusunda devletler kurarken, bir kısmı da Umman Denizi'ne kadar uzanan verimli topraklarda Karahanlılar, Gazneliler ve Büyük Selçuklular gibi devletler kurmuşlardır. Bu topraklarda Arap, İran ve hatta Hint kültürleri ile kültür alışverişinde bulunarak ortaya yeni lezzetler çıkartarak zenginleşmişlerdir (Arslan,2010: 39-40; Albayrak, 2013: 5053).

Türk mutfakının Batı mutfak kültürüyle ilişkisi 19. yy'da Tanzimat Fermanı ile başlamıştır. Bu dönemde Türk mutfak gelenek ve göreneklerinde ve sofrada adabında büyük değişiklikler meydana gelmiştir. En önemli değişiklik, masada yemek yeme alışkanlığının başlamasıdır. Bu geleneğin II. Mahmut döneminde başladığı, ancak bu tür uygulamaların daha çok Sultan Abdülmecit döneminde yaygınlaştığı görülmektedir. İlk önceleri sofrada yenilikler başlamış, daha sonraları sini yerine masa, minder yerine sandalye, ortak kullanılan tencere yerine herkesin kendine ait kullandığı tabak ve beraberinde çatal, bıçak ve su takımları saraylarda kullanılmaya başlanmıştır. Dış dünyada meydana gelen değişim, artan ithalat ve ticaretin canlandığı sosyal alandaki gelişmeler Osmanlı toplum yaşamını etkilemeye başlamıştır. Osmanlı devletinin bu gelişmeyi önleme olanağı olmamıştır. İthalatın artışı ile birlikte Batılı ülkelerdeki yeni tüketim alışkanlıkları da Osmanlı toplumuna aktarılmıştır (Coşar, 2010: 5; Güler, 2010: 27; Önçel, 2015: 35-36).

Mutfak kültürümüz batı mutfaklarından da etkilenmiştir. Örneğin; pasta Fransız mutfakından, makarna İtalyan mutfakından, tavukgöğsü ve kazandibi

Romalılardan, balık, zeytin, zeytinyağlı yemeklerin pek çoğu Bizanslılardan geçmiştir. Osmanlı patates, domates, taze biber, kabak çeşitleri gibi bugünkü Türk mutfak kültüründe yer alan ve çok sevilen sebzelere Amerika kıtasının keşfedilmesi ile ulaşmıştır (Albayrak, 2013: 5052).

Avrupa içlerine giren Türkler 1400'lerden itibaren Avrupa mutfak kültüründen bazı yiyecekleri İstanbul'a getirmişlerdir. Çerkez tavuğu ve Arnavut ciğeri bunlardan birkaçıdır. Eski bir saray yemeği olan iç pilav İran'dan kalmadır. Tatlı ve tuzlunun bir arada olduğu bu pilav önce saray mutfağında sonra da halk sofralarında yerini almıştır. Türk mutfak kültürünün en görkemli zamanını Osmanlı İmparatorluğu döneminde yaşamasının nedenlerinden biri Osmanlı imparatorluğunun fetihlerle çok geniş bir coğrafi alana hâkim olması ve diğer kültürlerle tanışması ve onlardan etkilenmesidir (Şavkay, 2000: 15; Arslan, 2010: 39-40; Solmaz ve Dülger-Altınar, 2010: 117-118).

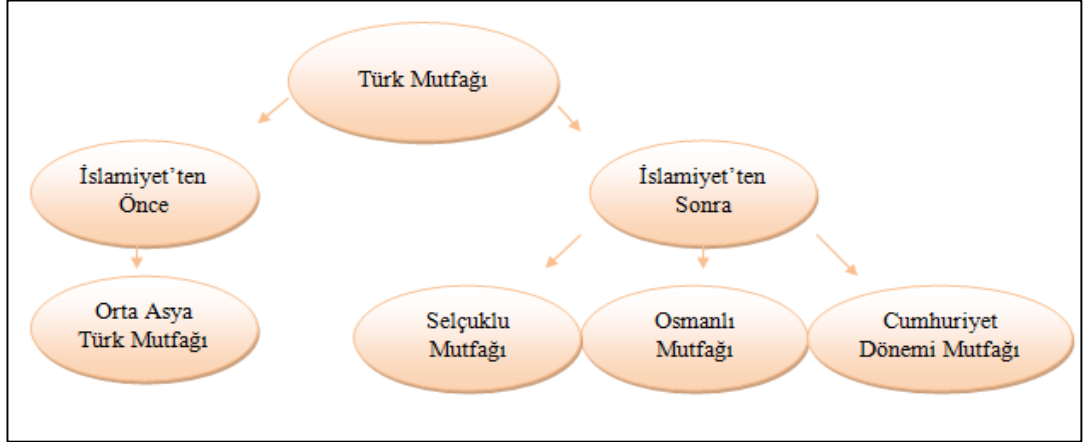
## **2.2.Türk Mutfağının Sınıflandırılması**

İnsanoğlunun şüphesiz en temel ihtiyaçlarından biri beslenme ihtiyacıdır. İnsanoğlu hangi zaman olursa olsun her zaman bir şekilde beslenme ihtiyacını giderecek bir yol bulmuştur. Tarih sahnesinin ilk çağlarında yemek arayışı içinde olan insanoğlu bu arayışını hala sürdürmektedir (Kurnaz ve İşlek, 2018: 50).

Her milletin, ülkenin yapısı ve alışkanlıklarına göre kendi mutfağı vardır. Türk mutfağı, Türk kültürünün önemli bir unsuru ve evrensel mutfak kültüründe hatırı sayılır bir yer tutmaktadır. Çeşitli faktörlerin etkisiyle Selçuklu ve Osmanlı Mutfağının zengin yemek kültürüne yol açılmış, Çin ve Fransız Mutfağı ile birlikte dünyanın en önemli ve beğenilen Türk Mutfağı ortaya çıkmıştır (Şanlıer, 2005: 213; Demirgöl, 2018: 106-107; Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008: 1290; Seçim, 2018: 127).

Sentez bir özellik taşıyan modern Türk Mutfağının beslendiği kaynakların belirlenebilmesi için, Türklerin Orta Asya'dan Anadolu'ya kadar uzanan yolculuğunun aydınlatılması gerekmektedir. Türk Mutfağının Orta Asya Türkleri, Selçuklu ve Osmanlı İmparatorluğu döneminin izlerini taşıması tarihsel olarak; Orta Asya dönemi, Selçuklu dönemi, Osmanlı dönemi ve Cumhuriyet dönemi olarak sınıflandırılmasını mümkün kılmıştır (Düzgün ve Durlu-Özkaya, 2015: 42-

43; Kızıldemir vd, 2014: 192-193; Demirgöl, 2018: 108). Türk Mutfağının evreleri aşağıdaki şekilde gösterilmektedir.



Şekil 2.2. Türk Mutfağının Sınıflandırılması(Solmaz ve Dülger-Altın, 2018: 115)

### 2.2.1.Orta Asya Dönemi Türk Mutfağı

Türkler Cıralı Taş devrinde Orta Asya'ya gelip yerleştikten sonra Ural ve Altay dağları arasındaki Asya'nın geniş steplerini yurt edinmişlerdir. Atlı göçebe kültürü burada doğmuş ve gelişmiştir. At ve koyun sürülerine sahip olan Türkler, ilkbaharda geniş meraları olan yaylalara göçüp, sonbaharda ise kurak vadilere, özellikle nehir kıyılarına inmişlerdir. Dolayısıyla İslamiyet'ten önce Türklerin tarihi sadece Orta Asya ile sınırlı olmayıp, Kafkaslar, Karadeniz'in kuzeyi ve hatta Macaristan ovalarına kadar uzanan geniş bölgeleri de kapsamaktadır. Türklerin 10. yüzyıldan sonra İslamiyet'i kabul etmesiyle, İslam ülkeleri ile olan temasları artmış, bu da Türklerin Batı'ya, İran'a, Anadolu'ya gelmelerine neden olmuştur. Anadolu topraklarına ulaşan Türkler mutfak kültürlerinin hem zenginleşmesine hem de yeme içme alışkanlıklarının bazı değişimler yaşamasına sebep olacaktır (Kızıldemir vd. 2014: 192; Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008: 1291).

Ülkelerin mutfak kültürünün şekillenmesinde sahip oldukları tabiat ve iklim özellikleri rol oynamaktadır. Buna göre Orta Asya'nın karakteristik özelliği olan sert iklimi ile kurak topraklara sahip olması, dolayısıyla tarımsal faaliyetlerden uzak olması ve denize uzaklığı gibi faktörler Türk mutfağının şekillenmesinde etkili olmuştur (Erdoğan-Aracı, 2016: 122; Demirgöl, 2018: 108).

Türkler, göç ettikleri yörelerde doğal yetişen hayvan ve bitkilerden yararlanmıştır. Bozkırın zorlu iklimsel koşulları altında göçebe yaşam süren Türkler için en önemli besin kaynağı kuşkusuz et olmuştur. Orta Asya'da, M. S. VI. ve VIII.

yüzyıllara ait mezarlardan çıkarılan av sahnelerini tasvir eden bronz levhalar ile Türkçe yazıtlara göre etler içinde göçebe yaşama en uygun hayvanlar olan koyun ve at etinin en çok tercih edildiğine dair bulgular elde edilmiştir. Bu mezarlardan ayrıca koyun eti ve at etinin yanında sığır, geyik etlerinin de tüketildiğine ilişkin bulgular da elde edilmiştir. Eski çağlardaki bu mezarlarda at eti daha çok bulunurken, zamanla azalmaya başlamış, geyik etleri ise ortadan tamamen kalkmıştır. Daha sonraki mezarlarda kuş ve balık kalıntılarına da rastlanmıştır. Bunun yanında, Kırgızlar tavşan ve geyik gibi av hayvanlarını da sıklıkla tüketmişlerdir. İnsanların yaşantısına yön veren unsurların başında gelen bölgesel konum ve yaşayış biçimi göçer Türklerin mutfak kültürüne şekil vermiştir (Erdoğan-Aracı, 2016: 122-123; Demirgöl, 2018: 109-111; Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008: 1292; Seçim, 2018: 127-128).

Türkler bazı hayvanların etlerini tüketmemektedir. Bunların başında domuz eti gelmektedir. Öyle ki Türkler İslam'ı kabul etmeden önce, dahi domuz beslememiş ve domuz eti yememişlerdir. Domuzun göçebe hayata uygun olmaması bunda bir etkense de yerleşik hayata geçen Uygurların, Mani dinini kabul etmeden önce, pek çok et türü tüketmiş olmalarına karşın domuz eti tüketmemiş olmaları, domuzun tüketilmeme gerekçelerinin altında kültürel veya dini başka sebeplerin de rolü olabileceğini düşündürmektedir (Demirgöl, 2018: 109).

Türklerde göçebe yaşam tarzının bir getirisi olarak et üretimleri fazla ve et değerli bir gıda olarak görülmektedir. Göçebe yaşam tarzına uygun olan hayvanları yetiştirmişler ve yetiştirdikleri hayvanların etlerini zorlu şartlarda tüketebilmek amacıyla basit tekniklerle işlemişlerdir. Bu nedenle eti uzun süre bozulmadan saklayabilmek için konserve yapmayı çok erken dönemlerde geliştirmişlerdir. Konservelemenin yanında Türkler yiyecekleri koruyabilmek için farklı muhafaza yöntemleri de kullanmışlardır. Bunlar; kurutma, kavurma ve fermantasyon yöntemleridir. Orta Asya'da kesilen hayvanların sadece etleri değil sakatatları da kullanılmıştır. Türkler et ve sakatatları tandır veya ateş üzerinde pişirmişlerdir. Ayrıca etler kuşbaşı doğranarak kavrulmuş ve kış için saklanmıştır (Erdoğan-Aracı, 2016: 123; Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008: 1293).

Et tuzlanıp güneş altında kurutulularak da saklanmıştır. Pastırma olarak da bilinen kurutulmuş et Türkler için oldukça değerli bir gıda olmuştur. Özellikle sefere giden askerlerin en önemli besin kaynağını oluşturmuştur. Bunun nedeni uzun

süreçli seferlerde bozulma riski az olan gıdaların tercih edilmesidir. Etlerin bir başka muhafaza yöntemi ise fermentasyondur. Eski Türkler etleri bağırsak kılıflarında fermente ederek bugün de Türk mutfağında yer alan sucuk yapımını öğrenmişlerdir. Sucuk bazı bölgelerde ince doğranmış kavrulmuş et, pirinç ve undan yapılmışken, bazı bölgelerde ise beyin, kuyruk yağı ve kandan yapılmıştır (Demirgöl, 2018: 109-111; Erdoğan-Aracı, 2016: 124).

Eski Türklerin tükettiği et yemeklerinin içinde, topuk kemiğinden yapılan yemek anlamına gelen topık süngük (paça çorbası) önemli bir yer tutmuştur. Paça çorbasının yanında tarhana çorbası, yoğurtlu çorba, un çorbası ve mercimek çorbasını çok tüketmişlerdir. Ayrıca ana maddesi genellikle yuvarlak kesilen erişte olan çeşitli tahıl ürünlerinden umaç (oğmaç, omaç) adı verilen bir tür çorbada yapılmıştır (Demirgöl, 2018:111; Güler, 2010: 27).

Orta Asya Türkleri için etten sonra gelen besin maddesi süt ve süt ürünleri olmuştur. Günlük besin ihtiyaçları yalnızca etler üzerinden değil, diğer hayvansal kaynaklı gıdalardan olan süt ürünleri vasıtasıyla da sağlanmıştır (Cömert ve Alabacak, 2019: 2124). Süt(genellikle kısırak sütü), içilerek tüketildiği gibi, yoğurt, peynir, kaymak, yağ, kımız, kefir, ayran ve çökelek yapımında da kullanılmaktadır. Aynı zamanda sütlü ve yoğurtlu yemekler ve tatlılarda yapılmıştır (Solmaz ve Dülger-Altınır, 2018: 115-116; Esir, 2006: 122).

Yoğurt, taze olarak tüketilmeyecekse kışın tüketilmek üzere kurutularak saklanmaktadır. “Kurut“ adı verilen kurutulmuş yoğurt, Anadolu’da bazı yörelerde hala görülmektedir. (Güler, 2010: 28). Yoğurda ılık suyun katılıp, hayvan derilerinden elde edilen tulumlarda çalkalanıp tereyağı çıkartılması, yağı alındıktan sonra tuz konularak kaynatılması ve süzülmesi ile çökelek, keş gibi peynir türlerinin yapılması geleneği hala devam etmektedir (Önçel, 2015: 35-36). Özellikle hayvancılıkla uğraşan Türkler için yağ temel besin kaynağı olarak görülmekteydi. Tereyağı süttten ziyade yoğurttan elde edilirdi. Tereyağından başka iç ve don yağı da kullanılmaktaydı. Yoğurdun bir diğer önemli üretim alanı ise ‘tarhana’dır. Tarhananın Türkler tarafından bulunup dünya mutfaklarına kazandırılmış olduğu genel kabul geçerdır (Güler, 2010: 28; Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 122; Demirgöl, 2018: 109-111; Kızıldemir vd. 2014: 196-197).

Mayalanmış kısırak sütünden elde edilmiş kımız, eski Türklerin en önemli içkileri arasında yer almaktadır. Kımızın hazırlanışı, taze kısırak sütü ve bu sütün üçte biri oranında önceden hazırlanmış mayalık kımız deri torbaya doldurulur. Deri torba içinde ılık bir yerde saklanan bu kımız, torbanın ağzından bir sopa ile sık sık dövülür, 12 veya 24 saat sonra kımız içilecek hale gelmektedir. Kısırak sütünün fermantasyonu ile elde edilen hafif alkollü bir süt içkisi olan kımız, eski Türkler'in en sevdikleri içkiler arasında yer almıştır. Eski Türkler süt ve kısırak sütünden yapmış oldukları kımız gibi hayvansal içeceklerinin yanında çeşitli bitkisel içecekler de tüketmişlerdir. Bunlardan bir tanesi tarasundur. Tarasun darıdan şarap yapıp bunun kımızla karıştırılmasıyla elde edilmiş olan bir içkidir. Ayrıca üzümünden de şarap yapılmıştır. Hun Türklerinin bal şarabı olduğu düşünülen medus ve arpadan yapılan camum adında içkiler hazırlamış oldukları bilinmektedir. Türkler bunların dışında buğday ve darıdan yapılmış olan ve begni adı verilen başka bir içki de tüketmişlerdir. Ayrıca Hun Türkleri adına Io denilen yoğurdun kiraz ve kayısı ile tatlandırılmasıyla üretilmiş olan alkolsüz bir içecek tüketmişlerdir. Çoğunlukla darıdan yapılmış olan boza, Orta Asya Türkleri tarafından sevilerek tüketilen içecekler arasında yer almıştır. Ayrıca İslam öncesi dönemlerde at kanının da yenilip içildiğinden bazı kaynaklarda bahsedilmektedir (Güler, 2010: 26; Demirgöl, 2018: 112; Kızıldemir vd, 2014: 196-197).

Türklerin Oğuz boyunun bu dönemde yerleşik hayatı tercih ederek ziraat ve balıkçılık ile uğraştıkları da bilinmektedir. Türkler arasında ziraatçılığın varlığı M.Ö. I. yüzyıl ortalarına dayanmaktadır. Bu tarihten itibaren kurganlarda ortaya çıkan "Ezme Taş" denilen aletler Türklerin çok eskiden beri tahıl tarımı yaptığının bir göstergesidir (Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008: 1295-1296; Demirgöl, 2018: 107-111).

Türkler konargöçer yaşamdan yerleşik yaşama geçilmesiyle birlikte tarımla uğraşmaya başlamıştır. Türklerin dayandığı ikinci ekonomik kaynak buğday olmuştur. Yemeklerde en çok buğday ve buğday unu ile yapılan yağlı hamur işleri daha ön plana çıkmıştır. Türklerin yetiştirdiği başlıca ürünler buğdayın yanında, arpa, darı, çavdar, burçak, susam, pirinç de tarımı yapılan tahıllar arasındadır. Özellikle darıdan yapılan boza, Orta Asya Türklerinin ilk gıdaları arasında yer almaktadır (Önçel, 2015: 35-36; Demirgöl, 2018: 111-113; Kızıldemir vd, 2014: 193).

Eski Türklerde ekmek tüketimi günümüze benzer özellikler taşımaktadır. Genellikle somun, bazlama ve yufka ekmek olmak üzere üç çeşit tüketilmiştir. Ekmek çoğunlukla buğday, arpa, çavdar ve darıdan yapılmıştır. Günümüzde yufka adıyla halen yapılmakta olan yuga, yuvga veya yupka buğday veya arpa unundan yapılabilmektedir. Buğdaydan bugün de yapıldığı gibi yarma (dövme) ve bulgur da yapılmıştır. Buğdayın etle pişirilmesiyle yapılan keşkek ise günümüzde bile özel günlerin vazgeçilmez ziyafet yemeklerinden biridir (Demirgöl, 2018: 109-111; Güler, 2010: 25-26).

Yusuf Has Hacib, Kutadgu Bilig adlı eserinde XI. yüzyılın ziyafet türleri olarak altı çeşit yemekten bahsetmektedir. Bu yemekler; düğün yemeği (küdenke aş), sünnet yemeği (sünnet aş), ad, san alma yemeği (at aş), doğum yemeği (togum aş), arkadaş yemeği (koldaş aş), ölü yemeği (yoğ=yuğ aş) 'dır. Benzer ziyafetler günümüzde de yapılmaktadır (Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008: 1296-1297).

Göçebe Türklerin evleri kıl çadırlardan oluşmaktadır. Çadırlarda mutfak için özel bir bölümün ayrılmış olması Türklerin mutfığa ve beslenmeye verdikleri önemi göstermektedir. Orta Asya'da yapılmış bazı kazı çalışmalarında bulunan düztabanlı ve ağzı geniş kulpsuz kaplar ile içki kadehlerinin bulunması gelişmiş bir mutfak kültürüne sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bulunan diğer çeşitli fincanlar, küçük bıçaklar, kaşıklar, kulplu güveçler ve farklı çeşitteki mutfak eşyaları da bunun bir göstergesidir (Solmaz ve Dülger-Altın, 2018: 111-112). Kaşgarlı Mahmud, Divan-u Lügat'it Türk adlı eserinde; bardak, selçibiçek (aşçı bıçağı), etlik (et çengeli), ıvrık (ibrik), tewsi (tepsi), kova, saç, şiş, soku (havan) ve susgak (susak, tahta su kabı) gibi aletlerin yanı sıra; küp, çanak, çömçe (tahta kepçe), kaşuk, tekne, tuzluk gibi toprak ve ahşap eşyalar; sarnıç (su tulumu), tulkuk (tuluk), tagar (çuval), sanaç (işlenmiş koyun derisinden torba) gibi deriden yapılan araç gereçlerin eski Türkler tarafından kullanılmış olduğundan bahsetmiştir. Tencere yerleşik hayata daha uygun gibi görünse de göçebelerin de yanlarında az sayıda bu tür kap kacakları taşımış oldukları bilinmektedir (Erdoğan-Aracı, 2016: 124-125).

### **2.2.2.Selçuklu Dönemi Türk Mutfacı**

Selçuklular yarı göçebe olarak Mezopotamya ve Anadolu'ya gelmiş, tarıma elverişli olan bu topraklarda zaman içinde yerleşik hayata geçerek tarımdan daha

fazla yararlanmaya başlamışlardır. Yerleşik hayata geçen Selçuklular Göçebe Türklere kıyasla tarımsal gıdalardan daha fazla yararlanmışlardır. Selçuklu Türk mutfağı Anadolu'ya göç ettikleri XII. Yüzyıldan sonra gelişmeye başlamıştır. Orta Asya'dan getirdikleri kültürlerini beslenme kültürleriyle harmanlamışlar, gösterişsiz ve sade bir mutfak anlayışına bu dönemde de devam etmişlerdir. Bu dönemde ocak ve mutfakın kutsallığına büyük önem verilmiştir. Bu sayede kendilerine özgü bir mutfak anlayışı ortaya çıkmıştır (Demirgöl, 2018: 105-107; Solmaz ve Dölger-Altın, 2018: 111-112).

Türk Mutfak kültürü içinde Selçuklular yemek çeşitleri, yemek pişirme yöntemleri ve muhafaza teknikleri yönünden hem geleneklerine bağlı hem de yenilikçi olarak çeşitli ve kendilerine özgü bir kültür oluşturmuşlardır. Selçuklularda kuşluk ve akşam (zeval) yemeğı adı verilen iki öğün bulunmaktadır. Kuşluk, sabahla öğlen arasında yapılmaktadır. Tok tutan yağlı hamur işleri tercih edilmektedir. Bu dönemde öğle yemeğı anlayışı yoktur. İhtiyaç duyulursa kuruyemiş ve meyve gibi atıştırmalıklar tercih edilmektedir. Akşam yemeğinde ise çeşit boldur ve hava kararmadan yenmektedir. Selçuklular döneminde et, un ve yağ yemek alışkanlığının vazgeçilmez unsuru olarak görülmektedir (Güler, 2010: 26-27; Arslan, 2010: 35-36; Cömert ve Alabacak, 2019: 2125).

Selçuklular geçmiş dönemlere göre gelişmiş bir muhafaza teknolojisine sahiptir. Hayvansal gıda maddelerini bozulmadan uzun süre saklayabilecek şekle soktukları gibi, meyve ve sebzeleri de aynı muhafaza teknolojisi ile gelecek zamanlarda kullanmak üzere saklayabilmişlerdir. Selçukluların gelecekte kullanmak üzere çeşitli gıda maddelerini muhafaza etmeleri seferlerde başarı kazanmalarına yardımcı olmuştur. Nitekim yemek hazırlamakla uzun zaman harcamayan Türkler, at üzerinde dahi yemek yiyerek yemek süresinden kısılablmışlardır (Arslan, 2010: 35-36; Seçim, 2018: 127-128).

Selçuklu döneminde de büyükbaş ve küçükbaş hayvanların etleri tüketilmektedir. Bunlar; kuzu, erkeç, keçi, koyun, sığır ve tavuk en çok eti yenen hayvandır. At ise daha çok Anadolu'da binek hayvanı olarak kullanılmıştır. Bunlara kuşlar ve balıklar ilave edilebilir. Kesilen hayvanın sakatatının çok tüketildiğı bilinmektedir. Aynı zamanda av hayvanlarının etleri de tüketilmiştir. Özellikle Türk kavimleri av hayvanlarının çok olduğı alanları konaklama yeri olarak tercih

etmişlerdir. Selçuklu döneminde et söğürme/söğülme, çevirme, biryan (kebab), köfte, yahni ve tirit yapılarak tüketilmektedir. Ayrıca bu dönemde etten pastırma, kavurma, sucuk da yapılmıştır (Arslan, 2010: 35-36; Cömert ve Alabacak, 2019: 2125; Közleme, 2012: 115-116; Şeren-Karakuş vd. 2015: 63-64).

Hayvansal kaynaklı ürünlerin yanında yenilebilir bitkiler, hububatlar ve sebzelerden de yararlanılmıştır. Ancak Selçuklu döneminde sebze tüketimi et ve tahıl tüketimine göre geri planda kalmıştır. Selçuklu mutfağında kullanılan bitkiler ise; buğday başta olmak üzere arpa, çavdar, mısır, pirinç, fasulye, mercimek, nohut, pırasa, soğan, sarımsak, ıspanak, patlıcan, biber, kereviz, nane, marul, haşhaş, havuç, salatalık, kabak, tere, turp, ayva, nar, elma, armut, şeftali, üzüm, dut, kayısı, incir, kavun, karpuz, keçiboynuzu, kestane, ceviz, badem, fındık, fıstık, turunçgiller, hurma, safran, kimyon, susamdır (Kızıldemir vd. 2014: 198; Arslan, 2010: 35-36; Yalçın ve Yaman, 2019: 539).

Selçuklu mutfağında ekmek kutsal sayılmıştır ve her öğünde tüketilmiştir. Ekmeğin ana besin olarak tüketilmesi, Orta Asya Türk mutfağından temel bir fark olarak ortaya çıkmaktadır. Ekmek çoğunlukla buğday unundan yapılmasının yanında arpa, çavdar, kepek, mısır gibi çeşitli tahıllar kullanılarak da yapılmıştır (Közleme, 2012: 114; Seçim, 2018: 125-126; Yalçın ve Yaman, 2019: 538; Solmaz ve Dülger-Altınır, 2018: 112-113). Selçuklu mutfağında 'Ak ekmek' iyi elenmiş buğday unundan yapılan 'has ekmek'e verilen genel addır. Bazı Türk budunlarının buğday ekmeğine süt katarak ekmeği beyazlaştırdığı belirtilmiştir. 'Kara ekmek' ise arpa ya da darı unundan yapılmaktadır. 'Darı ekmeği' ise Moğolistan ve Altayların kuzeyinde yenen bir ekmek çeşididir. Kara ekmeği ve darı ekmeğini daha çok fakir halk tüketmektedir. Ekmek çeşitleri arasında en beğenileninin buğday unundan yapılmış ak ekmekler olduğu anlaşılmaktadır. Tam olarak elle yemek yemenin olmadığı dönemin mutfağında yufka ekmeği bazen kaşığın yerine kullanılmaktaydı. Selçuk name'de adı geçen arı girde, sadece buğday unundan yapılmış olan yufka ekmeği demek olup, bu ekmeklerin padişahların tüketimi için yapılmış olduğu düşünülmektedir. Bu dönemde su buharıyla pişirilen ve çukmin adı verilen kurabiye şeklindeki ekmekler de tüketilmiştir (Şavkay, 2000: 14-15; Demirgöl, 2018: 105-111; Kızıldemir vd. 2014: 197).

Selçuklu mutfağında İslam'ı benimsemenin belirgin etkileri görülmüştür. İslami anlayışın etkisiyle beraber, geleneksel gıda maddelerinin kullanımının ve israftan kaçınmanın getirdiği gösteriştan uzaklık ve sadelik göze çarpmaktadır (Kızıldemir vd. 2014: 198; Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015: 42-43).İslamiyet, Türk Mutfak kültüründe yemek konusunda pek çok uygulama ve gelenek meydana getirmiştir. Domuz eti ile eşek, at, katır gibi tek tırnaklı hayvanların eti ve sütü de yine dinin etkisiyle mutfağımıza hiç girmemiştir. Günümüzde de Türk Mutfak kültüründe bu tür hayvanlar hala yer almamaktadır (Güler, 2010: 26-27; Önçel, 2015: 35-36). Aynı etki içeceklerde de görülmüştür. İslamiyet'in bir gereği olarak sarhoşluk verici içeceklerden uzak durulmuştur. Başta kımız olmak üzere şarap gibi içkilerin tüketiminden vazgeçilmiştir. Zamanla bu içeceklerin yerini şerbetler almıştır (Arslan, 2010: 35-36; Önçel, 2015: 35-36; Arman, 2011: 12-13).

İslamiyet Selçuklu kültüründe yeni gelenekler doğurmuştur. Yemek yedikten sonra sofrada duasının yapılması çok yaygın bir gelenektir. Aile bireylerinin tamamı sofrada yer alır ve babanın besmele çekmesiyle yemeğe başlanıp hamd ile bitirilmektedir. Bununla birlikte yemek yenirken kırıntıların yere dökülmemesi için yere bir örtü açılması, örtü üzerine 40 cm yükseklikte bir altlık ve sini üzerinde yemek yeme alışkanlıkları görülmektedir (Seçim, 2018: 123; Önçel, 2015: 36; Cömert ve Alabacak, 2019: 2125).

Selçuklu döneminde misafirlğe büyük önem verilmiş ve fakir halka destekleyici uygulamalar yapılmıştır. Cuma sabahları ziyafet sofraları düzenlenmekle birlikte onların konaklaması için han ve kervansaraylar inşa edilmiştir. Dönemin şehirlerinde aşevi olarak kullanılan imaretler, sosyal yardımlaşmayı ve her kesimden insanın kaynaşmasını sağlamıştır. Şehirlerde darüzziyafe imaretlerinde her kandil gecesi halka ücretsiz helva dağıtılmakta ve böylece mukaddes gün ve gecelerin önemi vurgulanmaktadır(Erdoğan-Aracı, 2016: 125-126). İmaretler ve aşevlerinde genellikle pirinç ve buğday çorbası, et, pilav, ıspanak, şalgam ve her türlü sebze, un helvası, ballı kadayıf vb. yemekler ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmaktadır (Şavkay, 2000: 15). Türk kültüründe özel günlerde yapılan yemeklerin topluca yenildiği ve bu yemeklerde insanların sevinç ve üzüntülerinin paylaşıldığı bu kültürün ise 6. yüzyıldan günümüze kadar gelerek günümüzde de uygulanmaktadır (Yalçın ve Yaman, 2019: 538; Solmaz, Dülger Altınar, 2018: 112-113).

Selçuklu mutfağı görgü kuralları arasında, önce yemeğe büyüklerin başlaması, herkesin kendi önünden yemesi, elin yemeğin içine girmesinin hoş karşılanmaması, yemekten önce ve sonra ellerin yıkanması, yemeğin sağ el ile yenilmesi ve sofrada artık bırakılmaması yer almaktadır (Seçim, 2018: 123; Kızıldemir vd. 2014: 192)

Selçuklu mutfağına ait sıklıkla tüketilen ve çoğu günümüze kadar taşınmış bazı yemekler şunlardır; tutmaç (buğday unu ve et ile yapılır), herise (keşkek), kalye (patlıcan, kabak ve kıyma ile yapılan sebze yemeği), borani (ıspanak ve pirinç ile yapılır), tirit (et suyuna doğranmış ekmek aşısı), pilav, çorbalar (en önemlisi tarhana), kebablar (şiş kebab), yahni, kelle-paça, bulamaç (un, Şeker ve yağ ile pişirilir), pastırma, balık, av yemekleri, yufka, etli ekmek, tandır ekmeği, çörek, börek, pişmiş baş, bulgur aşısı, patlıcan turşusu, helva, kadayıf, hoşmerim, gülbeşeker, zerde, şerbet (Kızıldemir vd. 2014: 193-194; Seçim, 2018: 124; Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008: 1299).

Selçuklu döneminde kullanılan başlıca mutfak eşyaları bıçak, çatal, kaşık, kepçe, sini-tepsi, kâse, tas, tencere – kazan, havan, etlik (et asmaya yarayan çengel), güveç, testi, küp, sürahi, ibrik, maşrapa, kadeh, susak, tabak, tekne, elek ve kalbur şeklinde sıralanmaktadır (Kızıldemir vd. 2014: 193-194; Seçim, 2018: 124-125).

### **2.2.3.Osmanlı Dönemi Türk Mutfağı**

Türk mutfak kültürü en görkemli zamanını Osmanlı İmparatorluğu döneminde yaşamıştır. Üç kıtaya yayılmış olup çok uluslu bir yapıya sahip olan Osmanlı İmparatorluğunun zenginliği mutfağa da yansımış ve kendine özgü bir mutfak kültürü oluşturmuştur. Yüzyıllar boyunca devam eden göç, savaş, ticaret gibi pek çok faktöre bağlı olarak kültürler birbirinden etkilenmiş ve toplumlar mutfak kültürlerini geliştirmişlerdir. Geniş bir yemek yelpazesine sahip, israfı önleyici ve sağlıklı bir mutfak olması Osmanlı Mutfağını dünya mutfaklarından ayıran en önemli özelliklerden birisi olmuştur. Üstelik bereketli topraklar üzerinde, geniş bir bitki örtüsü, verimli toprak ve deniz ürünlerine sahip olmak da bu mutfağın zenginliğini artırmıştır. 15. yüzyılda oldukça sade olan Osmanlı mutfağı Fatih Sultan Mehmet'in 15. yy.'ın ikinci yarısında Topkapı Sarayı'na yeni mutfaklar yaptırmalarıyla gelişmeye başlamış hatta Topkapı Sarayında, sayısız kubbe ve bacalarıyla dikkat çeken bu mutfak yapılanmasına "Yeni Saray" adı verilmiştir.

16. yüzyılda en görkemli yıllarını yaşayan Osmanlı mutfağı 17. ve 18. yüzyılda da bu görkemli dönemi devam ettirmiştir. 19. yüzyılda devletin fakirleşmesiyle bu görkem azalmaya başlamıştır. Osmanlı Mutfağını şekillendiren en önemli faktörler; geleneksel Türk mutfak kültürü, İslam'ın kabulü, göçler sırasında Arap ve İran mutfaklarıyla yaşanan etkileşim, imparatorluk sınırlarında ikamet eden Rum, Gürcü, Ermeni ve Musevi topluluklarının yemek kültürleridir. Ayrıca Osmanlı İmparatorluğunun sınırları genişledikçe mutfak daha da zenginleşmiştir (Demirgöl, 2018: 113-114; Kurnaz ve İşlek, 2018: 50; Cömert ve Alabacak, 2019: 2125; Arslan, 2010: 35-36; Hatipoğlu ve Batman, 2014: 64; Önçel, 2015: 35).

Osmanlı Mutfağını, saray ve halk mutfağı şeklinde ikiye ayrılmaktadır. Kent mutfağı ve köy mutfağı şeklinde sınıflandırmakta mümkündür. Saray mutfağı gösterişli ve çeşit bakımından zenginken, halk mutfağı oldukça sade ve mütevazıdır. Osmanlı Devleti döneminde saraylarda yiyeceklere ve sofraya çok önem verilmiştir. Dönemin aşçıları padişahlara ve ileri gelenlere yemeklerini beğendirmek için birbirleriyle yarışa girmişlerdir. Aynı zamanda dışarıdan gelen elçileri ve diğer ülkelerin yöneticilerini etkilemek adına oldukça gösterişli sofralar kurulmuştur. Nitekim pek çok yabancı devlet adamı aşçılarını yetiştirmek için Türk aşçılarının yanına göndermiştir. Bu durumda saray sofrasında gördüğümüz çeşitli tatlılar toz dondurma ve toz et (et suyu ile karıştırılıp çorba yapılan bir çeşit tuzlu, toz haline getirilmiş et) ikramı, buzdan kâselerde hoşaf servisi, limonun ikiye bölünerek bir tüle sarılarak çekirdeksiz bir şekilde suyunun sıkılması gibi birtakım uygulamalar etkili olmuştur. Halk mutfağı ise zengin bir imparatorluk yapısı içerisinde yer almasına rağmen oldukça sade ve gösterişsizdir. Ancak lezzet ve çeşit bakımından oldukça zengin bir menüye sahiptir (Cömert ve Alabacak, 2019: 2125; Arslan, 2010: 35-36; Erdoğan-Aracı, 2016: 125; Özlü, 2014: 211).

Osmanlıda halkın sofrası ekmek, biraz koyun eti ya da pastırma, pirinç çorbası ya da pirinç pilavı, çeşitli sebze ve meyvelerden oluşmuştur. Yemekler yerde sofra bezi üzerine oturularak yenmiştir. Yiyeceklerin yanında içecek olarak genellikle şerbet, gül suyu ve meyve hoşafı içilmiştir. Sofrada kaşıktan başka bir araç kullanılmamış iki elin parmakları, çatal olarak kullanılmıştır. Bu nedenle saray ve konaklarda yemekten önce sofraya ibrik ve leğen getirilerek sofraya oturanların ellerini yıkaması sağlanmıştır (Demirgöl, 2018: 114).

Osmanlı Saray Mutfağı ise oldukça kapsamlı bir sistemden oluşmaktadır. Saray mutfak yapılanmasına Matbah-ı Amire denmektedir. Matbah-ı Amire'nin 1200'e yakın çalışanı bulunmaktadır ve her gün binlerce kişiye yemek pişirilmektedir. Kuşhane bölümü sadece padişaha hizmet verilen, en kaliteli malzemelerin kullanıldığı, en iyi yemeklerin pişirildiği bölüm olarak ayrılmaktadır. Matbah-ı Amire'nin helvahane bölümü ise çeşitli tatlı türleri, reçeller, hoşaf ve şerbet türü içecekler, macunlar ve turşuların imal edildiği alanı oluşturmaktadır. Ayrıca helvahanede sultan ve haremi başta olmak üzere tüm saray halkı için şifa kaynağı olarak tüketilen macunlar üretilmiştir. Bu macunlar hap şeklinde de üretilmiştir. Macunlardan en ünlüsü Türklerde baharın başlangıcı olarak kutlanan Nevruz'da çok çeşitli baharat ve bitkilerin karıştırılmasıyla hazırlanan Nevruziye (mesir) macunudur. Fatih Sultan Mehmet döneminde Matbah-ı Amire ve eklentileri büyütülmüş ve balıkhane bölümü eklenmiştir. Ayrıca Matbah-ı Amire bünyesinde kiler, mandıra, fırın, simidhane gibi bölümlerde bulunmaktadır. Mutfakta görevli olan kişiler aşçıbaşı, ikinci aşçıbaşı, kalfalar, kebabçı başı, tatlıcı başı, börekçi başı, balıkçı başı, perhizci başı, pilavcı, hoşafçı, tatlıcı ve hamurcu olmak üzere gruplara ayrılmıştır (Demirgöl, 2018: 114-115; Erdoğan-Aracı, 2016: 125; Kızıldemir vd. 2014: 199; Akın vd. 2015: 43; Özlü, 2014: 211; Hatipoğlu ve Batman, 2014: 65).

Geçmiş dönemlerde olduğu gibi Osmanlı mutfağının da temelini et, süt ürünleri ve tahıllar oluşturmaktadır. Et yemek ve ikram etmek zenginliğin ve misafire verilen değer bir göstergesi sayılmıştır. Dönemin en sık tüketilen et mevsimi uygunsa kuzu değilse koyun etidir. Sığır eti koyun etine göre daha az lezzetli kabul edildiğinden tüketimi oldukça sınırlı kalmıştır. Genellikle sığır eti pastırma ve sucuk yapımında kullanılmıştır. Tavuk ve piliç eti de sevilip yaygın şekilde tüketilmiştir. Av hayvanlarından güvercin, bıldırcın, keklik, ördek, kaz, tavşan ve geyik etleri de sıklıkla kullanılmıştır. Amerika'nın keşfinden sonra hindi eti de Osmanlı sofralarında yerini almıştır. Osmanlı imparatorluğu döneminde balıkçının tüketimi diğer et çeşitlerine göre oldukça sınırlıdır. Osmanlı balık ve deniz ürünleriyle daha çok Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul'u fethi ile tanışmış ve kullanmaya başlamıştır. Balık halk mutfağında ve saray mutfağında tüketilmiştir. Etten genellikle yahni, köfte, külbastı, kızartma ve çeşitli kebablar yapılmıştır

(Şeren-Karakuş, 2015: 63-64; Demirgöl, 2018: 117; Solmaz ve Dülger-Altın, 2018: 114; Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008: 1306).

Osmanlı sofralarında et kadar yoğun olmamakla birlikte sebze tüketimine de rastlanmaktadır. Soğan, pazı, ıspanak, patlıcan, kabak vb. sebzeler ile sade veya etle birlikte yemekler hazırlanmaktadır. İlerleyen yıllarda yenedünya sebzeleriyle tanışılmış ve bu sebzelerde Osmanlı mutfağında yerlerini almıştır. Bu sebzeler domates, fasulye, patates, mısır, taze biber, yerelması, sakız kabağı ve bal kabağı çeşitleridir. Saray Mutfağı'na Afrika kökenli bir sebze olan bamya 17. yüzyıldan itibaren girmeye başlamıştır. Portakal, mandalina, muz, ananas gibi meyvelerde Amerika'nın keşfinden sonra Osmanlı mutfağına girmiştir (Erdoğan-Aracı, 2016: 126; Demirgöl, 2018: 117; Kızıldemir vd, 2014: 200).

Osmanlı mutfağında ekmek sadakat ve bağlılığı simgeleyen, kutsal bir yiyecek maddesi olarak sayılmaktadır. Osmanlı mutfağında ekmek genellikle buğday unundan yapılmış, arpa unundan ise sadece kıtlık ve savaş dönemlerinde ekmek yapılmıştır. Osmanlılar tarafından buğday unundan yapılan ekmekler arasında en sevileni ve sık tüketileni, buğdayın rüşeym ve kepeğinin alınmasıyla yapılan beyaz ekmek olmuştur. Ekmek, saray fertlerinin konumuna göre farklı kalitede ve cinsten hazırlanan bir gıda maddesi olmuştur. Buna göre padişah ve ailesine farklı kalitede, hizmetkârlara farklı kalitede ekmekler yapılmıştır. Osmanlı'da beyaz ekmeğin yanı sıra, nan-ı aziz ekmeği (daha çok halkın tüketmiş olduğu ekmek), orta kaliteli has ekmek (nan-ı hass orta), vasat ekmek (nan-ı adi), yassı beyaz ekmek (fodula), uzun iyi beyaz ekmek (francala), yufka ekmeği ve kepekli undan yapılmış olan somun ekmekleri de tüketilmiştir (Demirgöl, 2018: 117; Seçim, 2018: 126).

Osmanlı'da baharat kullanımı da oldukça yaygındır. Yiyeceklere lezzet ve hoş koku vermek amacıyla kullanılan baharatlar Anadolu'ya Araplar ile yaşanan etkileşim vasıtasıyla gelmiştir. Güneydoğu Asya'nın tropik kesimlerinde yetişen ve kaynaklarda fülül olarak da geçen karabiber pahalı olmasına rağmen Osmanlı Saray Mutfağında en fazla kullanılan baharat olmuştur. Özellikle 18. ve 19. yüzyılda yapılmış olan çoğu etli yemeğe karabiber katılmıştır. Osmanlı'da en çok kullanılan baharatlar kimyon, safran, hardal, kişniş ve tarçındır. Taze otlardan ise nane, maydanoz, fesleğen, reyhan sıklıkla kullanılmıştır. Sarımsak, soğan ve Amerika'nın keşfinden sonraki yıllarda kırmızıbiber, vanilya, yenibahar ve salça

ise kullanılan diğer tatlandırıcılardandır. Dönemin en pahalı baharatlarını ise kaşalot balinasının bağırsaklarında oluşan ve dışkısıyla atılan hoş kokulu bir madde olan amber ile dağlık bölgelerde yaşayan bir tür erkek geyiğin karın derisi altındaki bir bezden çıkarılan misk oluşturmuştur (Akın vd. 2015: 44; Yerasimos, 2005: 129-130; Demirgöl, 2018: 117-118; Demircioğlu vd. 2007: 161-162).

Türk kahvesi de geleneksel Türk Mutfağının vazgeçilmez unsurlarındandır. 15. yüzyılın sonlarına doğru içecek haline gelen kahvenin, Yavuz Sultan Selim'in Mısır seferinden sonra 16. Yüzyılın ilk çeyreğinde Müslüman tüccarlar tarafından İstanbul'a geldiği görüşü hâkimdir. Osmanlı halkı, bu içeceği benimseyerek kahvenin Türk örf ve adetlerinin içine girmesini sağlamıştır. Ziyafetlerden sonra konuklara önce hoşaf sonra kahve ikram edilmesi gelenek haline gelmiştir. 17. yüzyılda büyük bir kitle tarafından tüketilmeye başlanan kahve evlerde ve kahvehanelerde içilmeye başlanmıştır (Solmaz ve Dülger- Altın, 2018: 112-113; Coşar, 2010: 5; Demirgöl, 2018: 118).

Osmanlı mutfağında yapılan başlıca yemekler et ve etli yemekler, pirinç ve bulgur pilavı çeşitleri, baklagil ve tahılla hazırlanan çorbalar, etli dolmalar, sebzeler ile hazırlanan bazı tencere yemekleri, yaş ve kuru meyveler ile hazırlanmış hoşaf, şerbet, şurup gibi içecekler ve tatlı olarak helvalar, sütlü tatlılar, baklava, zerde, aşure, muhallebi, lokma, güllaç ve kadayıf sofrada yer alan diğer yemeklerdir (Solmaz ve Dülger-Altın, 2018: 115; Kızıldemir vd. 2014: 199; Akın vd. 2015: 43).

Osmanlıda yemek ve sofraya belirli bir düzen çerçevesinde gerçekleşmektedir. Yemek yiyecek olanlar sininin etrafında, bağdaş kurarak ya da ayaklarını sininin altına uzatarak oturmuştur. Sofralar yabancı devlet temsilcilerinin ağırlanması hariç gösteriştan uzak ve sadelik tercih edilmiştir. Sofrada tabak, çatal ve kaşık gibi ekipmanlar bulunmaz ana yemekler gelmeden önce, sininin üzerine misafir sayısına kaşık, ekmek parçaları, salata, zeytin, reçel ve çeşitli turşularla dolu küçük tabaklarda iştah açıcı yiyecekler yerlerini almıştır. Yemek çorbanın getirilmesi ile başlayıp hoşaf ve şerbet ikramı ile bitmiştir. Fatih Kanunnamesi ile Osmanlılarda ilk defa yemek yeme kuralları uygulanmaya uygulanmıştır. Bunun yanında sofralarda kimin nerede oturacağı ve yemek adabı kanunlarla belirlenmiştir. Fatih döneminden itibaren padişahlar yemeklerini yalnız veya

haremleriyle yemeye başlamışlardır (Seçim, 2018: 126-127; Demirgöl, 2018: 116; Öncel, 2015: 35; Kızıldemir vd. 2014: 200-201; Koz, 2009: 53).

Osmanlı sofrada adabında bazı hoş sayılmayan kurallardan bahsedilmektedir;

- Yemeğe ev sahibinden önce oturmak, ondan evvel kalkmak,
- Ev sahibinden önce yemeğe başlamak,
- İhtiyaçtan fazlasını yemek,
- Başkasının önünden yemek,
- Ekmek ve yemeği büyük lokmalar halinde almak,
- Yemek yerken kaşığı sonuna kadar ağza sokmak,
- Yemekte eliyle ekmek kırıntılarını toplamak,
- Yemek yerken başkasının eline ve gözüne bakmak,
- Herkes yemekten elini çektiği halde yine yemeğe uzanmak,
- Kahveyi içerken ağızla ses çıkarmak,
- Suyu çok hızlı, şerbeti sonuna kadar içmek.

Osmanlıda özel günlere ve konuk ağırlamaya çok önem verilmiştir. Padişah ve erkânı ile soylular bir sofrada etrafında toplanmayı düzenli bir aktivite olarak gerçekleştirmiştir. Ayrıca, Osmanlıdaki düğünlerin, donanmaların ve şenliklerin; tören merasimleri, katılan konukları, sunulan armağanları, yapılan gösterileri, yenilip içilen ve ikramlık yemekleri ile bir şölen şeklinde gerçekleşmiştir. Aynı zamanda Osmanlı devlet politikası olan yoksulları idame etmek doğrultusunda ülkede aç insan kalmamasını kendilerine amaç edinmişlerdir. Bu nedenle vakıf imaretlerinde öncelikle fakir, yoksul ve yolcular olmak üzere herkes ücretsiz olarak yemek yiyebilmiştir (Solmaz ve Dülger- Altın, 2018: 114; Güler, 2010: 25; Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008: 1304; Seçim, 2018: 126).

Osmanlı döneminde belirli tatlılara çeşitli sembolik anlamlar yüklenmiştir. İftarın hurma ile açılması, dini günlerde lokma dökülmesi, her muharrem ayında aşure yapılıp hanedan üyelerine, sarayda yaşayanlara ve halka dağıtılması bu duruma örnektir. Türk mutfak kültüründe sembol yönü olan yiyeceklerden biri de helvadır. Helva yas, sevinç ve manevi bir bereketi paylaşmanın sembolü olarak görülmektedir (Öncel, 2015: 36; Özlü, 2014: 211; Demirgöl, 2018: 116).

Osmanlı İmparatorluğu'nda XIX. Yüzyılda Avrupa ile temasın artmasıyla birlikte geleneksel mutfak kültürü de değişmiştir. Batı'ya ait ürünler Osmanlı piyasasında

artış göstermiştir. Bu değişimler Osmanlı toplumunun beslenme alışkanlıklarına yansımıştır. Osmanlı Devleti'nde son dönemde gıda sektöründe yer alan Avrupalı ürünler arasında çikolata ve kakao da önem taşımaktadır. Hammaddesi Osmanlı topraklarında olmayan bu ürünler, ithalatın artması sonucunda Osmanlı'da satılmaya başlamıştır. İthal malların çeşitlenmesi ve yaşam biçimindeki değişim birçok alanda etkili oldu; masada yemek, tabak, çatal, kaşık, bıçak, su takımı vb. gibi kullanılan her türlü malzemeyi etkilemiştir. Aynı zamanda beslenme alışkanlıkları da değişimler meydana gelmiştir. Yerli unun yabancı unla ikamesinin yanı sıra mayalı ekmek, francala ekmek, pasta, makarna gibi yeni tüketim alışkanlıkları da ortaya çıkmıştır. Yaşanan bu etkileşim sayesinde Türk mutfağına ait bazı gıda maddeleri de Avrupa'da kullanımı görülmüştür. Osmanlıların yaptığı erişte, dolma, sarma, yoğurt, ayran ve baklava gibi yemekler bu duruma örnek teşkil etmektedir (Akın vd. 2015: 44; Coşar, 2010: 5-12; Kurukamçı, 2017: 49; Güler, 2010: 26).

#### **2.2.4.Cumhuriyet Dönemi Türk Mutfağı**

Cumhuriyet döneminde Türk mutfağı geçmiş yüzyılların birikimiyle şekillenen Orta Asya, Selçuklu ve Osmanlı'nın izlerini taşıyan bir mutfak kültürüne sahiptir. Belirli bir oranda taşıdığı kültürü devam ettirmiş ancak bu dönemde de önemli gelişmeler ve değişimler yaşanmıştır. Osmanlı İmparatorluğunun 19. Yüzyılda Avrupa ile temasının artması neticesinde geleneksel mutfak kültürü de farklılaşmıştır. 19. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren Batı'dan etkilenmeye başlayan Osmanlı Saray ve İstanbul mutfağı, 20. Yüzyılın başlarında hem geleneksel hem de modern mutfak uygulamalarını barındıran ve kullanan bir mutfak olmuştur (Solmaz ve Dülger-Altın, 2018: 117).

Cumhuriyet dönemi mutfak kültürünü temel olarak iki bölümde incelemek mantıklıdır. Bunlardan birincisi İstanbul mutfağı, ikincisi ise Anadolu mutfağıdır. İstanbul yüzyıllar boyunca bünyesinde barındırdığı ulusların kültürlerinden belirli parçaları özümsemiş ve böylelikle çok uluslu ve zengin bir mutfak kültürünün ortaya çıkması sağlamıştır. İstanbul mutfağının temel özellikleri olarak, sofraya gelen yemekler hem doyurucu hem de hafiftir, ayrıca görsel olarak göze hitap etmektedir. Büyük bir ticari merkez olan İstanbul'a çok çeşitli gıda ürünleri mevcuttur. Eski medeniyetlerin mirasından ve göçlerle birlikte Anadolu'nun dört bir yanından izler taşıyan İstanbul mutfağı, örnek bir karma mutfak özelliği

taşımaktadır. Anadolu mutfağında ise, sofraya düzeni, pişirme yöntemleri, kışa hazırlık için hazırlanan konserve, turşu, reçel, erişte ve tarhana gibi yiyecekler ile çok zengin bir mutfak olarak karşımıza çıkmaktadır. Anadolu mutfak kültürü ve yemek anlayışı halk mutfaklarını oluşturur. Halk mutfakları da şehir ve kırsal kesim olarak ayrılabiliriz. Kırsal kesimde sofraya adabı hala yerde sini üstünde devam etmektedir. Ancak şehir kısımlarında yemekler masa üzerinde tüketilmektedir. Geçmiş dönemlerden farklı olarak günümüzde günde üç öğün yemek yenilmektedir. Aile fertlerinin bir arada olmasından dolayı akşam yemeği daha ayrıntılı ve zengindir (Kızıldemir vd, 2014: 217; Közleme, 2012: 162-169; Cömert ve Alabacak, 2019: 2125; Solmaz ve Dülger-Altınır, 2018: 117).

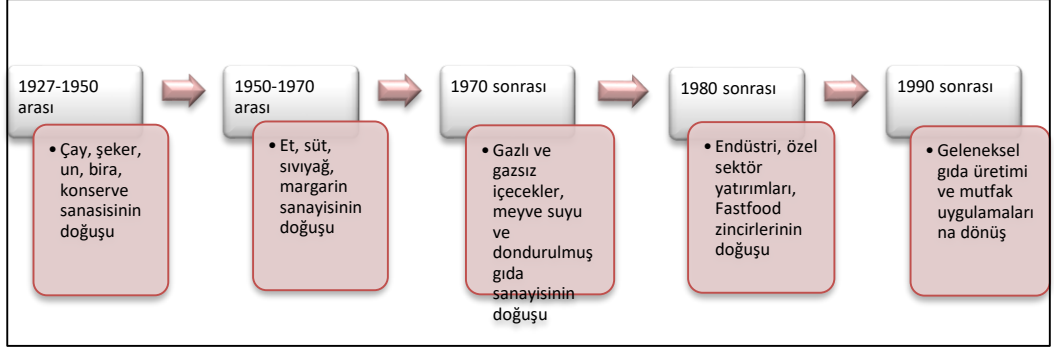
Geçen yüzyıllarda olduğu gibi et cumhuriyet döneminde de önemli bir besin kaynağıdır. Tahıl ve baklagillerde eski önemini korumaktadır. Diğer dönem mutfaklarından farklı olarak sebze ve türevlerinin tüketimi artış göstermiştir. Bu durum sağlıklı beslenme konusunda ki bilincin artmasının doğurduğu bir etki olarak gösterilebilir. Cumhuriyetin ilk yıllarında en sık tüketilen etler diğer dönemlerle benzerlik gösterirken, günümüz Türkiye'sinde dana ve sığır eti tüketimi koyun ve kuzu eti tüketimi ile benzer orantıdadır. Tavuk ve balık eti de sıklıkla tüketilmektedir. Midye, karides ve ahtapot gibi deniz hayvanları dini sebeplerden dolayı yaygınlaşmamıştır. Geçmiş dönemlerden gelen sebzelerin tüketimi devam etmekle birlikte yeni meyve ve sebzelerde eklenmiştir. Osmanlı da pek tercih edilmeyen domates ve domates salçası şuan mutfakların vazgeçilmez bir parçasıdır. Anadolu'da yetişen çeşitli otlar da beslenmede önemli bir yer tutmaktadır. Isırgan otu, kuzukulağı, ebegümeci, dereotu, maydanoz, madımak ve radika bu otlardan birkaçıdır. Türk mutfakları, Osmanlı'dan kalan mirasa ve ikliminin çeşitliliğine bağlı olarak sahip olduğu zengin bitki çeşidi ile seçkin bir mutfak olma karakterini bugün de korumaktadır (Şavkay, 2000: 16; Erdoğan-Aracı, 2016:127; Közleme, 2012: 165).

Türkiye'de halkın beslenmesinde temel besin maddesi ekmektir. Eskiye oranla Türkiye'de ekmek çeşitlerinin artmasında etkili olan en önemli faktör, ekmek hamuruna katılan katkı ürünleridir. Yörelere özgü ekmek çeşitlerinde, o yörelerde yetiştirilen bazı ürünler ekmek hamuruna katılmakta ve ekmeğe de adını vermektedir. Ekmek çeşitlerinin artmasındaki diğer önemli bir faktör ise ekmeğin pişirilme şeklidir. Ekmeğin pişirilme şekli üzerinde ise daha çok kültürel

faktörlerin etkili olduğu görülmektedir. Balkan göçmenleri, basit fırınlar yapmışlar ve ekmeklerini fırınlarda pişirmişlerdir. Konargöçer kültürünün hâkim olduğu Orta Anadolu, Akdeniz, Güneydoğu Anadolu, Ege gibi bölgelerde ise yufka ekmek yapılmış ve sac üzerinde pişirilmiştir. Doğu Bölgesi ile Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin doğu yarısında ise ekmek pişirmek için tandır tercih edilmiştir. Tandır; yere gömülmüş, çömlek biçiminde, gav denilen yağlı killi kırmızı topraktan hazırlanan çamur ile yüksek ısıya dayanıklı olan tandır taşlarının örülmesiyle yapılan fırın olarak tanımlanmaktadır (Erdoğan-Aracı, 2016:128).

İçecek olarak tüketilen ürünlerin başında çay ve kahve gelmektedir. Siyah çay, çeşitli bitki, meyve, ot ve baharatlardan yapılan çaylar, Türk kahvesi ve suda eriyen granül kahveler evlerde her gün rastlanan içeceklerin arasındadır. Bu sıralamayı ayran takip etmektedir. Ancak küreselleşmenin etkisiyle beraber kola gibi asitli içecekler, pastörize meyve suları ve alkollü ürünlerinin üretiminin serbest kalmasıyla rakı, şarap, bira, votka, konyak, cin gibi içeceklerde tüketilmektedir. Şerbet ve hoşaf tüketme alışkanlığı yok denilecek kadar azalmıştır. Aynı zamanda İslami etkiyle domuz eti ülke insanı tarafından tüketilmemekte ancak ülkenin turizm potansiyeli açısından gelen turistlere bazı işletmelerde sunumu yapılmaktadır (Közlme, 2012: 170; Kızıldemir vd. 2014: 203; Hatipoğlu ve Batman, 2014: 67).

Türkiye'de yedi coğrafi bölge bulunup her bölge kendine özgü yemek ve mutfak kültürü barındırmaktadır. Her bölgenin kendine özgü pişirme teknikleri ve beslenme kültürü bulunmaktadır. Bu farklılıklar iller arasında bile değişiklikler gösterebilmektedir. Birçok bölgede Türk mutfak kültüründe halen devam eden özellikler incelendiğinde, yemek pişirme yöntemleri içerisinde; suda pişirme (haşlama, su buharı), yağda pişirme (az/çok yağda), kuru ısıda pişirme (fırın, ızgara, közleme) gibi uygulamalar kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca, sofrası sunumları açısından çorbanın ilk yemek olması, et ve etli yemeklerin ana yemek oluşu, sebze yemeklerinin üçüncü yemek olması, tatlının en son tüketilmesi ve salata, turşu, yeşilliklerin sofrada garnitür olarak yer alması geçmişten gelen beslenme alışkanlıklarının devam ettiğini göstermektedir (Erdoğan-Aracı, 2016:128; Düzgün ve Durlu-Özkaya, 2015: 45; Güler, 2010: 28; Akdemir ve Selçuk, 2018: 2035).



Şekil 2.3. Cumhuriyet dönemi mutfağında yaşanan gelişmeler (Solmaz ve Dülger-Altın, 2018: 117)

Son elli, altmış yıl klasik Türk mutfak geleneğinde büyük değişiklikler olmuştur. Sanayi toplumunun getirdikleri ve beslenme anlayışının değişimi Türk mutfak geleneğini etkilemiştir. Örneğin 1960'lı yıllardan itibaren elektrikli fırın, buzdolabı, düdüklü tencere ve çelik tencere gibi endüstriyel ekipmanlar mutfaklarda yerini almıştır. Geçmişte tercih edilen tereyağı ya da “sadeyağ” yerini önce margarine daha sonraları zeytinyağı ve diğer sıvı yağlara terk etmiş; zenginliğin göstergesi beyaz ekmek yerini tercihen doğal köy ekmeklerine bırakmıştır. Son yıllarda gıda sanayinin gelişmesi sonucunda dondurulmuş besinler, yarı ve tam hazır besinler de mutfaklarda yerini almıştır (Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008: 1307; Közleme, 2012: 168-169; Önçel, 2015: 39; Kızıldemir vd. 2014: 202).

Türk mutfağında yaşanan değişimin sebepleri ise;

- Küreselleşme ve sanayileşme,
- Ulaşım altyapısının gelişmesi,
- Teknolojik gelişmelerin yaşanması,
- Mutfak ekipmanlarındaki farklılaşma,
- Kadının iş yaşamına girmesi,
- Sağlıklı yaşam bilincinin artması,
- Hızlı nüfus artışı,
- Değişen lezzet anlayışı,
- Okur-yazarlık oranının artması,
- Kitle iletişim araçlarının etkisi,
- Yemek kitaplarında yabancı yemek tariflerinin yer alması olarak sıralanabilir.

Türkiye’de yaşanan değişim çeşitli ihtiyaçlar doğurmuştur. Ailede iş hayatına katılan bireylerin artmasından dolayı evde gıda tüketimi azalmış dışarıda hızlı ve pratik yemek yeme ihtiyacı doğmuştur. Fastfood sistemi, insanın zamanla yarışmasından dolayı yemek yeme ihtiyacını karşılamak amacıyla ortaya çıkan bir değişimin sonucudur. Aslında eskiden beri Türk yemek kültüründe ayaküstü beslenme geleneği önemli bir yer tutmaktadır. Ekmek arası, döner, lahmacun, seyyar pilavcılar çalışanların zamandan tasarruf edebilmelerini sağlayan Türk hızlı yemek endüstrisinin unsurlarıdır. Bunun yanında pideciler, kebabçılar, muhallebici gibi küçük işletmeler de kişilerin karınlarını ayaküstü doyurabilecekleri yerler arasında sayılabilir. Ama son yıllarda Fast food sisteminin etkisi ile kebabın yerini hamburger, pide-lahmacunun yerini pizza, süt tatlılarının yerini pasta almaya başlamıştır. Fast food ürünlerin kolay tüketilebilir ve pratik olması kişileri etkilerken, gıda değeri yüksek ve lezzetli geleneksel Türk yemeklerinin unutulmasına ve ihmal edilmesine de neden olmaktadır (Önçel, 2015: 40; Kızıldemir vd., 2014: 202; Siew vd., 2017: 73; Közleme, 2012: 166).

### **2.3.Türk Yemeklerinin Gruplandırılması**

Her milletin toplumsal yapısına göre bir mutfak kültürü vardır. Türk mutfağı, Orta Asya’da başlayıp Selçuklu ve Osmanlı mutfak kültürüyle zenginleşen yiyecek ve içecek çeşitlerinin günümüze yansımasıdır. Çok çeşitli malzemeler ve tat vericilerle Türk mutfağına özgü pişirme şekilleri birleşerek zengin ve lezzetli yemekler yapılmaktadır. Bu zenginliğin sebepleri mutfak kültürünün çok eski tarihlere dayanması ve Türkiye’nin coğrafi konumudur (Arslan, 2010: 34-35; Kaya, 2016: 11).

Yemeklerin gruplandırılması ilk olarak Fransa da ortaya çıkmıştır. XII. Louis’nin kraliyet döneminde yemeklere ve gösterişli sofralara düşkün olduğu bilinmektedir. Bu doğrultuda verdiği ziyafetlerde çeşitli yemekler hazırlatmakta ve zengin sofralar kurdurmaktadır. Bütün yemek gruplarının aynı anda servis edilmesi sofrada karmaşa oluşturduğundan karmaşanın önüne geçmek için bir sıralama oluşturarak yemeklerin servis edilmesi planlanmıştır. Bu uygulama ile birlikte klasik menü sıralaması olarak bilinen uygulama ortaya çıkmış, sonucunda da yemek grupları ayrılmıştır. Türk yemeklerinin gruplandırılması ise çeşitli araştırmacılar tarafından farklı şekillerde yapılmıştır. Baysal (2002:42) Türk mutfağında yer alan yemekleri içerik ve yapılış teknikleri açısından çorbalar,

kebablar, yahniler, köfteler, sarma ve dolmalar, börekler, pilavlar, etli sebze yemekleri, zeytinyağlı sebze yemekleri, kurubaklagil yemekleri, tavuk, balık, yumurta yemekleri, salatalar, turşular, ekmekler ve tatlılar şeklinde sınıflandırmıştır. Mankan (2012: 35-36) ise çorbalar, et yemekleri, etli sebze yemekleri, diğer sebze yemekleri, etli kurubaklagil yemekleri, zeytinyağlı yemekler, yumurta yemekleri, pilavlar, makarna ve mantılar, börekler, ekmek, çörek ve pideler, salata ve turşular, tatlılar, hoşafklar olarak 14 başlık altında toplamıştır (Alabacak, 2018: 53; Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 120; Arslan, 2010: 37).

### **2.3.1. Çorbalar**

Çorba et, sebze veya sadece suyun içine çeşitli malzemeler katılarak sıcak, ılık nadiren de soğuk olarak tüketilen sıvı bir besindir. Yemek tarihçileri çorbanın geçmişinin, yemek pişirmenin geçmişi kadar eski olduğunu ifade etmektedir. Çorbanın tarihi M.Ö 20.000 yılına kadar uzanmaktadır. Kaynatma yöntemi kullanılmaya başlandıktan sonra suyun içerisine çeşitli malzemeler eklenerek tüketilmesi çorbanın başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Çorba Latince ‘suppa’ denilen et suyuna batırılmış ekmek uygulamasından gelmektedir. Bu uygulama Fransızların ünlü soğan çorbasının kökenini oluşturmaktadır. Çorba kelimesi Farsça “Şurba” kelimesinden gelmiştir. Tuzlu anlamında kullanılan “Şur” ve aş anlamında kullanılan “Ba” kelimelerinin birleşmesiyle oluşmuştur (Wu vd. 2012: 1697; Goltz, 2008: 2-3; Alabacak, 2018: 54; Koz, 2009: 51-55).

Çorbalar Türk mutfağında oldukça önemli bir yere sahiptir. Batı mutfaklarında genellikle sadece iştah açıcı olarak tüketilen çorba Türk Mutfağında ayrı bir yemek olarak yer almaktadır. Türk mutfağında sabah kahvaltısı da dahil olmak üzere herhangi bir öğünün ilk yemeği olarak tüketilebilmektedir. Kahvaltıda çorba servisi, Türk yemek kültüründe daha fazla yer almaktadır. Çorbalar, Anadolu’da hala sabahları, özellikle kışın sık tüketilmektedir. Türk mutfağında çorba için içmek terimi kullanılırken batı mutfak kültüründe çorba yemek ifadesi kullanılmaktadır. Bunun sebebi Türk mutfağına ait çorbaların daha sulu, daha az taneli, daha az etli ya da sebzeli olmasıdır. Örneğin Türk mutfak kültüründe ana yemek olarak tüketilen kuru fasulye batıda çorba sınıfına dâhildir. Almanların kuru fasulye yemeğine çok benzeyen "Bohnensuppe" isimli yemeği çorba olarak tüketilmektedir (Alabacak, 2018: 54; Bedir, 2018: 8; Arlı ve Gümüş, 2007: 145;

Güldemir vd. 2018: 57; Şavkay, 2000: 19; Megep: Türk Mutfağı Yemekleri, 2011: 3).

Türk mutfağında çorbalar genellikle tavuksuyu, et suyu veya yoğurt kullanılarak yapılmaktadır. Balık çorbaları ise balık suyu ilavesi ile hazırlanmaktadır. İçerik olarak genellikle et, tavuk, balık, pirinç, bulgur, mercimek, tarhana unu ve çeşitli sebzeler kullanılmaktadır. Ekşi tat istenirse limon, sirke, erik suyu veya koruk suyu eklenmektedir. Çoğu çorbaya nane, pul biber, karabiber, toz biber ve zerdeçal gibi baharatlar eklenerek tatlandırılmaktadır. Aynı zamanda bazı çorbalara tereyağına baharat eklenerek elde edilen sos, limon-sirke-sarımsak sos, salçalı sos, kızgın yağ, çeşitli baharatlar ve bazen de kurutulmuş (bayat) ekmekler dökülerek servis edilmektedir (Demirgöl, 2018: 117; Koz, 2009: 51-55; Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 1204; Arlı ve Gümüş, 2007: 147).

Çorbaya beslenme açısından bakıldığında; lezzetli, doyurucu ve kolay sindirilebilir oluşunun yanında şifa kaynağı olarak da görülmektedir. Gribal enfeksiyonlar, mide-bağırsak hastalıkları vb. gibi rahatsızlıkları iyileştirmeye yönelik hazırlanan çorba çeşitleri halk arasında sıklıkla kullanılmaktadır. Tavuk çorbası, tarhana çorbası, mercimek çorbası ve çeşitli sakatatlarla hazırlanan işkembe ve kelle-paça çorbaları bu işlevi yerine getiren çorbalar olarak gösterilebilir. Osmanlıca bir tıp kitabında geçen “*Tavuk Suyu Çorbası: Nohut suyu, tarçın ve durak otuyla pişerse epilepsiye; tatlı badem yağı ile pişerse kolik; marul yaprağı ve azıcık kişniş ile pişerse melankoli ve sinire iyi gelir*” ifadesi çorbanın tıbbi vazifesini destekler niteliktedir. Ayrıca birçok çorba çeşidinde yumurta, süt veya yoğurt kullanılarak hazırlanan terbiyeler kullanılmaktadır. Bu uygulamalar çorbaların protein değerinin artmasını sağlamaktadır. Ancak unlu çorbaların pişirilmesi sırasında yağda unun pembeleşinceye kadar kavrulması, protein değerinin azalmasına ve vitamin kaybına yol açmaktadır. Tarhananın hazırlanmasında ise, kurutma işleminin B grubu vitaminlerinin kaybının önlenmesi amacıyla gölgede yapılması gerekmektedir (Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 120; Bedir, 2018: 8; Alabacak, 2018: 55; Koz, 2009: 51-55).

Zengin bir çorba çeşitliliğine sahip olan Türk mutfağındaki çorbaları pek çok ayrı kategoride gruplamak mümkündür. Yapılış şekline göre çorbalar unlu, taneli ve süzme-ezme çorbalar olmak üzere üç grupta incelenmektedir. Unlu çorbalara

tarhana, toyga, arabaşı, düğün, domates gibi çorbalar; taneli çorbalara tutmaç, mercimekli oğmaç, işkembe, paça, ezogelin gibi çorbalar; süzme-ezme çorbalara ise mercimek, sebze çorbası gibi örnekler verilebilir. Türk mutfağındaki çorbaların içerdikleri malzemelere göre sınıflandırılması ve örneklendirilmesi aşağıdaki tabloda sıralanmaktadır(Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 1204; Arlı ve Gümüş, 2007: 148-150; Alabacak, 2018: 55; Şavkay, 2000: 51).

| <b>Tahıl Ve Hamur-Unla Hazırlanan Çorbalar</b> | <b>Kuru Baklagiller İle Hazırlanan Çorbalar</b> | <b>Et Ve Sakatat Çorbaları</b> | <b>Tavuk Ve Kümes Hayvanları İle Hazırlanan Çorbalar</b> | <b>Su Ürünleriyle Hazırlanan Çorbalar</b> | <b>Yoğurt Ve Sütle Hazırlanan Çorbalar</b> | <b>Sebzeler İle Hazırlanan Çorbalar</b> |
|------------------------------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------|
| Şehriye Çorbası                                | Mercimek Çorbası                                | Düğün Çorbası                  | Tavuk Çorbası                                            | Balık Çorbası                             | Yayla Çorbası                              | Karalahana Çorbası                      |
| Tarhana Çorbası                                | Ezogelin Çorbası                                | Analı Kızıl Çorbası            | Tavuklu Şehriye Çorbası                                  | Karides Çorbası                           | Süt Çorbası                                | Bamya Çorbası                           |
| Buğday Çorbası                                 | Yeşil Mercimek Çorbası                          | Yuvalama Çorbası               | Terbiyeli Hindi Çorbası                                  | Hamsi Çorbası                             | Ayran Aşı Çorbası                          | Patates Çorbası                         |
| Mısır Çorbası                                  | Mahluta Çorbası                                 | İşkembe Çorbası                | Bıldırcın Çorbası                                        | Terbiyeli Levrek Çorbası                  | Toyga Çorbası                              | Brokoli Çorbası                         |

Tablo 2.1. Türk mutfağındaki çorbaların içerdikleri malzemelere göre sınıflandırılması ve örneklendirilmesi (Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 1204; Arlı ve Gümüş, 2007: 148-150; Megep: Türk Mutfağı Yemekleri, 2011: 4-50)

### 2.3.2. Et ve Sakatat Yemekleri

Et yaygın olarak kasaplık hayvanların insan tüketimi için uygun iskelet kaslarından elde edilen gıda maddesi olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım kasların yanı sıra karaciğer, böbrek, beyin gibi organları ve diğer yenilebilir dokuları da içerecek şekilde genişletilmiştir. Et ilk insanlardan itibaren beslenmede önemli bir

yer tutmaktadır. Başlarda sadece otçul olarak yaşamını sürdüren insanoğlu zamanla hayvanları taklit ederek beslenmelerine eti de katmışlardır. Et tüketimi avcılık ile sınırlıyken yerleşik hayata geçilmesiyle çeşitli hayvanlar evcilleştirilmiştir. Evcilleştirme, koyunlar üzerinde MÖ 7000'den önce gerçekleştirilse de, büyükbaş hayvanların kontrolü MÖ 5000 yıllarında gerçekleşmiştir (Lawrie ve Ledward, 2006: 1-3; Candoğan ve Çarkcıoğlu, 2015: 3; Alabacak, 2018: 56).

Et ve et ürünleri, gelişmiş ülkelerin diyetlerinin vazgeçilmez bileşenleridir. Et tüketimi çeşitli sosyal, ekonomik, politik ve coğrafi faktörlerden etkilenmektedir. Türkler tarafından tüketilen etler öncelikle dana, koyun, kuzu, kümes hayvanları ve balık olarak sıralanmaktadır. Etin yanında hayvanın yenilebilir diğer parçaları olan ciğer, böbrek, beyin, işkembe ve paça gibi sakatatları da kullanılmaktadır. Domuz eti ise İslami gerekçelerden ötürü Türkiye de tüketilmezken diğer ülkelerde sıklıkla tüketilmektedir. Geleneklere ve doğal faunasına göre dünyanın farklı yerlerinde çeşitli hayvanların etleri yenmektedir. Örneğin, fok ve kutup ayısı Eskimoların, kanguru Avustralya yerlilerinin, zürafa, gergedan, su aygırı ve fil Orta Afrika'nın bazı kabilelerinin, köpekler ve kediler ise Asyalıların beslenmesinde yer almaktadır (Lasztity, 2009: 121-122; Lawrie ve Ledward, 2006: 1-3; F Jimenez-Colmenero vd. 2001: 6-7; Alabacak, 2018: 56; Candoğan ve Çarkcıoğlu, 2015: 1).

Et ve et ürünleri önemli protein, vitamin, mineral ve elzem aminoasit kaynaklarıdır. Aynı zamanda yağ, doymuş yağ asitleri, kolesterol, tuz vb. içerdiklerinden sağlık için olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Bu sebeple kontrollü ve bilinçli bir şekilde tüketilmelidir. İşlenmiş et ürünlerinde nitrat ve nitrit gibi çeşitli kimyevi maddeler bulunmaktadır. Bunun yanında ette böcek ilacı ve veteriner ilaçları kalıntılarına rastlanmaktadır. Bu sebeple içerdiği zararlı bileşiklerin ve kimyevi maddelerin izin verilen miktarı mevzuatla belirlenmektedir. Et ürünlerinin pişirilmesi sırasında ısı kaynağına yakınlığı dikkat edilmesi gereken bir diğer unsurdur. Izgaraya yakın tutularak pişirilen etlerde karsinojen bir madde olan nitrozamin oluşumu görülmektedir. Ayrıca etlerin ızgara edilmesi ile B2, B12 ve folik asit kaybı oluşmaktadır (Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 120-121; Lasztity, 2009: 121-122; F Jimenez-Colmenero vd. 2001: 6-7; Candoğan ve Çarkcıoğlu, 2015: 1).

Günümüz Türk mutfağında etler kasap hayvanları (sığır, dana, koyun, kuzu, keçi, oğlak), kümes hayvanları (tavuk, hindi, kaz, ördek, piliç vb.), av hayvanları (bıldırcın, keklik, çulluk, sülün), deniz ürünleri (beyaz ve siyah etli balıklar ve diğerleri) olarak sınıflandırılmaktadır. Bunlardan av hayvanları ormanda veya kırlarda doğal özgürlükleriyle yaşayan yenilebilir hayvanlar olarak tanımlanmaktadır. Nitekim tilki, porsuk ve ya karganın av hayvanı kategorisinde bulunmasına rağmen eti tüketilmemektedir. Hayvanların cinsiyeti, yetiştikleri yöre, kesildikleri zaman, kesildikten sonra bekletme süreleri lezzeti etkileyen önemli faktörlerdir (Bedir, 2018: 10; Brillant-Savarin, 2016: 80).

Türk Mutfağında et önemli bir yere sahiptir ve geniş bir yemek yelpazesi mevcuttur. Et yemekleri menüde her zaman ana yemek olarak yer almaktadır. Çevirmeler, kızartmalar, ızgaralar, tava yemekleri, kavurmalar, ızgara kebapları, tencere kebapları, yahniler, güveçler, sahan yemekleri, buğulamalar, kapamalar, haşlamalar, köfteler, etli dolmalar, meyveli et yemekleri, etli sebze yemekleri ve sakatat yemekleri bu zenginliğe örnek olarak gösterilebilir (Şeren-Karakuş vd., 2015: 63; Güldemir ve Halıcı, 2009: 565; Alabacak, 2018: 56).

Türk mutfağına özgü et yemeklerini yahniler (sulu et yemekleri), köfteler (ince kıyılmış etle hazırlanıp pişirilenler) ve kebaplar (ızgarada pişirilmiş etler) şeklinde sınıflandırmak mümkündür. Yahni, et parçalarının önce yağda alt üst edilerek kızartılıp daha sonra soğan ve bazı sebzeler ile birlikte su içinde kısık ateşte yavaş yavaş kaynatılarak pişirilmesiyle hazırlanmaktadır. Kebaplar, etin şişte doğrudan kömür ateşi üzerinde veya etin tencerede kısık ateş üzerinde ocakta veya fırında pişirilmesi ile hazırlanmaktadır. Kebapları birbirinden ayıran ete eşlik eden sebzeler, üzerine dökülen soslar, içine konulan baharatlardır. Patlıcan kebabı, mantar kebabı, tepsi kebabı örnek olarak gösterilebilir. Aslında kebaptan çok az farkı olan külbastılar fileto etin ızgara üzerinde pişirilmesi ve daha sonra az bir sıvı içinde ısıtılmasıyla hazırlanmıştır. Köfteler ise en yaygın pişirilen et yemeğidir. Köfteler genellikle kıyma ve yumurta, soğan, sarımsak, ekmek kırıntısı, baharatlar gibi çeşitli malzemeler ile karıştırılarak yapılmaktadır. Bunun yanında Güneydoğu, Doğu ve Akdeniz bölgelerinde ince bulgur ile hazırlananları da bulunmaktadır (Demirgöl, 2018: 115; Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 120-121; Alabacak, 2018: 56).

Geleneksel Türk mutfağında kümes hayvanları ve deniz ürünleri etleri ile yapılan et yemekleri kırmızı et yemeklerine kıyasla daha sınırlıdır ve daha az tüketilmektedir. Kümes hayvanları genellikle yahni, ızgara ve kızartma olarak tüketilmektedir. Türk mutfağında balık tüketimi ise Karadeniz bölgesinde hamsi ve kalkan, Ege ve Akdeniz bölgelerinde çipura, Marmara bölgesinde lüfer, levrek, palamut vb. balıklar tava, ızgara, buğulama gibi farklı şekillerde hazırlanmaktadır. Anadolu'nun kıyı kesimlerinde ise orta kesimlere göre daha fazla deniz ürünlerinin tüketildiği görülmektedir (Alabacak, 2018: 56; Bedir, 2018: 11).

Sakatat ise kasaplık hayvanların insanlarca yenilebilen çeşitli organlarına verilen isimdir. Sakatat kırmızı ve beyaz olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Kırmızı sakatat ciğer, kalp, böbrek, dil, kelle ve kuyruk beyaz sakatat ise işkembe, beyin, uykuluk, billur (koç yumurtası) ayak (paça) ve omurilik iliği olarak sıralanmaktadır. Tüketicilerin sakatat hakkında çeşitli tereddütleri bulunmaktadır. Bu tereddüdü yaratan bazı nedenler bayatlık kuşkusu, hoşa gitmeyen görünüşü, içinde kimyasal kalıntı olma şüphesi, sağlık açısından zararlı olma ihtimali vb olarak gösterilmektedir. Genelde yöresel lokantalar sakatat yemeği üretimini ciğer, beyin ve dana böbreği ile sınırlı tutmaktadır. Sakatatın fiyatı düşük olduğu için daha çok alım gücü sınırlı olan kesim tarafından tercih edilmektedir (Megep: , 2011: 79-80).

| Yahniler      | Kebaplar        | Köfteler     | Sakatatlar      |
|---------------|-----------------|--------------|-----------------|
| Sakız Yahnisi | Tas Kebabı      | Kuru Köfte   | Ciğer Taplaması |
| Nardan Aşı    | Tepsi Kebabı    | Ekşili Köfte | Bumbar Dolması  |
| Keşkek        | Patlıcan Kebabı | İzmir Köfte  | Arnavut Ciğeri  |
| Papaz Yahnisi | Sini Kebabı     | İnegöl Köfte | Kokoreç         |

Tablo 2.2. Türk Mutfağındaki et yemeklerinin sınıflandırılması ve örneklendirilmesi (Megep: Türk Mutfağı Yemekleri, 2011: 3-94)

### 2.3.3. Sebze Yemekleri

Sebze ve meyveler beslenmede kullanılan bitkisel besinlerin yenilebilen kısımlarına denmektedir. Türkiye bitki florası yönünden oldukça geniş bir yelpazeye sahiptir. Anadolu topraklarının oldukça verimli ve farklı iklimsel özellikler göstermesi bu sonuca varmayı destekler niteliktedir. Türk mutfağında, Akdeniz ve Ege

mutfaqları başta olmak üzere her yörede bitkilerden faydalanılmaktadır. Sebze yemekleri Türk mutfağında et ve hamur işleri kadar önemli bir bölümü oluşturur ve tatlı, tuzlu, pişmiş veya çiğ olarak çeşitli şekillerde kullanılmaktadır. Türk Mutfağının sebze yemekleri, genellikle ana yemek niteliğinde tüketilirken, başlangıç, çorba, salata, meze hatta tatlı yapımında dahi kullanılmaktadır. Sebze yemekleri maliyeti düşük, pratik, sağık ve beslenme açısından son derece yararlı olduğundan sıklıkla tercih edilmekte ve Türk mutfağının zenginliğini simgelemektedir (Durlu-Özkaya, 2009: 268; Alabacak, 2018: 57; Kılıçarslan, 2021, 2021; Bedir, 2018:13).

Türk mutfağında sebzelerin kullanıldığı sayısız yemek bulunmaktadır. Dört mevsim çok çeşitli sebze ve meyvenin yetişebilmesi Türk mutfak kültürüne katkı sağlamıştır. Sebzelerin bir kısmı eski Türklerden bu yana mutfaklarda kullanılırken bir kısmı Amerika kıtasının keşfi sonrasında dahil olmuştur. Bu sebzeler Türk mutfağına sonradan dahil olmasına karşın günümüzde yemeklerin içerisinde sıklıkla yer almaktadır. Taze sebzelerin yanı sıra kurutulmuş veya salamura sebzelerle yapılan yemekleri de Türk mutfağında görmek mümkündür (Megep, 2010: 49, 2021; Bedir, 2018:13).

Sebzeler bitkiden elde edildikleri kısma göre bir gruplandırmaya tabi tutulmuştur. Kök ve yumru sebzeler; bazı sebzelerin toprak altında kalan yenebilir kısımlarına denmektedir. Şalgam grubu, havuç, kereviz, pancar, patates yer elması bu grup sebzelere örnektir. Gövde sebzeler; soğan sebzeler şeklinde de anılmaktadır. Pırasa, taze soğan, taze sarımsak, mantar, bürüksel lahanası gibi sebzeler bu gruba giren sebzelerdir. Sürgün sebzeler; kuşkonmaz, soya filizi ve alabaş olarak sıralanmaktadır. Yaprak sebzeler, demir, kalsiyum ve C vitamini açısından zengin sebzelerdir. Lahana, ıspanak, marul, semizotu, pazı, maydanoz, dereotu, tere vb. yaprak sebzelerdendir. Çiçek ve çiçek tablalı sebzeler; enginar, karnabahar, brokoli, A,B,C vitaminlerinin yanında kalsiyum, potasyum, demir, manganez ve fosfor gibi çeşitli mineral maddelerince zengin sebzelerdir. Meyve sebzeler; domates, patlıcan, biber, kabak, bamya gibi bitkinin meyvesi olan sebzelerdir. Meyve ve tohum sebzeler ise taze fasulye, bezelye, bakla hem bitkinin meyvesi hem de tohumları tüketilebilen sebzeler grubunda yer almaktadır (Bedir, 2018:13; Megep, 2010: 50, 2021; Aras, 2021).

Türk mutfağında önemli bir yere sahip olan sebze yemekleri besin değerleri açısından son derece zengindirler. Sebzelerin kalori değerleri düşük olduğu için günlük enerji ve protein gereksinimine çok az katkıda bulunmaktadır. Ancak vitaminler ve madensel maddeler yönünden oldukça zengindirler. İçeriğinde posa, vitamin, mineral ve fitokimyasallar gibi yararlı bileşenlerin yanında sindirimi de kolaydır. Fazla miktarda selüloz içerdikleri için bağırsak faaliyetlerine yardımcı olmaktadır. Taze bir sebzenin ortalama % 70'i su, % 3,5'u protein ve % 1'i yağ %1 i karbonhidrat olduğu için diyet menülerinde sebze yemekleri önemli bir yer tutmaktadır (Bedir, 2018:13; Kılıçarslan, 2021; Megep, 2011: 24, 2021).

Her türlü sebze kullanılarak yapılan sebze yemekleri genel olarak iki başlık altında toplanmaktadır. Bunlar sıcak sebze yemekleri soğuk sebze yemekleridir. Sıcak sebze yemekleri genellikle et ve kıyma kullanılarak yapılan yemeklerdir. Türk mutfağı oldukça zengin ve çeşitli sıcak sebze yemeği repertuarına sahiptir. Soğuk sebze yemekleri ise genellikle zeytinyağlı sebze yemekleri olarak anılmaktadır. Türk Mutfağında genellikle sebze yemeklerinin kıyı kesimlerde sadece sebzelerle iç kesimlerdeyse etli şekilde yapıldığı görülmektedir. Bir diğer sınıflandırma ise Alabacak (2018: 57)'a göre etli sebze yemekleri, zeytinyağlı sebze yemekleri, kızartmalar ve diğer sebze yemekleri şeklinde belirtilmiştir (Alabacak, 2018: 57; Bedir, 2018: 13; Megep, 2011: 6).

Sıcak sebze yemekleri, sebzelere küçük parça olarak doğranmış et ve türevlerinin eklenerek pişirilmesidir. Besin değerleri yüksek ve lezzetli yemeklerdir. Etli sebze yemeklerini sebzeli kebablardan ayıran özellik et ölçüsünün yarıya yakın az olmasıdır. Etli sebze yemeklerinin yapılışı genel olarak şöyledir; et ve sebzelerin çiğden bir araya getirilip ocak veya fırında pişirilmesi veya etlerin önce az yağda suyu saldırılmadan kavrulup soğan ve salça ilavesinin ardından pişmeye yakın sebzelerin eklenerek pişirilmesi şeklinde gerçekleşmektedir. Tavalar, silkmeler, kavurmalar, bastılar, musakkalar, kızartmalar, oturtmalar ve sarma-dolmalar sıcak sebze yemeklerine örnek olarak gösterilebilir (Kılıçarslan, 2021; Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 121-122; Alabacak, 2018: 57; Bedir, 2018:13).

Tavalar genellikle patlıcan, biber veya kabağın doğrudan veya unla birlikte yağda kızartılmasıyla hazırlanıp sosla servis edilmektedir. Silkmeler, patlıcan gibi sebzelerin önce hafif kızartılıp pişmiş etle birlikte tencerede silkelenerek pişirilmesi ile hazırlanan sebze yemeklerine verilen isimdir. Musakkalar ise

sebzelerin önce kızartılması ardından kıyma konularak yağlı suda pişirilmesiyle hazırlanmıştır. Oturtmalarda musakkalardan farklı olarak sebzenin içi oyularak hazırlanmaktadır (Demirgöl, 2018: 115; Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 121-122; Alabacak, 2018: 57; Bedir, 2018:13).

Soğuk sebze yemekleri diğer bir ismiyle zeytinyağlı sebze yemekleri Türk mutfağında önemli bir yer tutmaktadır. Türkler zeytinyağı ile Anadolu'ya geldikten sonra Doğu Roma mutfak kültürü sayesinde tanışmıştır. Özellikle zeytinyağının sağlık açısından olumlu etkilerinin ortaya çıkmasıyla sağlıklı yaşam bilincinin arttığı son yıllarda zeytinyağlı yemeklere verilen önem giderek artmaktadır. Türkiye'de Ege, Marmara ve Akdeniz bölgelerinde tüketimi fazla olan zeytinyağlı sebze yemekleri genellikle soğuk olarak tüketilmektedir (Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 121-122; Demirgöl, 2018: 115; Çelik vd. 2016: 69-70).

Zeytinyağının insan beslenmesinde önemli bir yeri vardır. Diğer bitkisel yağlardan farklı olarak, hiçbir kimyasal işlem görmeden, doğal hali ile elde edilip tüketilebilmektedir. Zeytinyağı, özellikle doymuş yağ oranlarının düşük olması, vücut için gerekli ancak vücutta sentezlenemeyen temel yağ asitleri ile sadece yağda eriyebilen E vitamininin kaynağını oluşturması ve yüksek kalori değerinin bulunması nedeniyle sağlıklı beslenme için büyük önem taşımaktadır. Zeytinyağı, natürel, rafine ve riviera tipi olmak üzere üç sınıfa ayrılmaktadır. Besin öğeleri açısından incelendiğinde en değerli zeytinyağı natürel sızma zeytinyağıdır. Bu zeytinyağının besin değerini kaybetmeden kullanılabilmesi için daha çok çiğ olarak tüketilmesi uygundur ( Durlu-Özkaya vd., 2018: 264; Türkoğlu vd., 2012: 1-2; Çelik vd. 2016: 69-70; Durlu-Özkaya, 2009: 267-268).

Zeytinin sıkılıp işlenmesi ile elde edilen zeytinyağının Türk mutfak kültüründe önemli bir kullanım alanı mevcuttur. Ülkemizde zeytinyağı ağırlıklı olarak Ege, Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde yetiştirilmektedir. Yine zeytinyağlı yemeklerin en sık tüketimi bu üç bölgede bulunan illerde yoğunluk göstermektedir. İç kesimlerde kalan illerde ise zeytinyağlı yemek kültürü yok denecek kadar azdır. Zeytinyağlı yemekler, dünyada "soğuk başlangıç yemekleri" kategorisinde değerlendirilmektedir. Ancak zeytinyağlılar Türk mutfak kültüründe hem başlangıç olarak hem ana yemek olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle yaz mevsiminde hafif ve serin olan zeytinyağlılar sofralarda ana yemek olarak yer almaktadır. Ayrıca Türk mutfak kültüründe yapılan çeşitli salatalar, sebze ve et

yemekleri,kızartmalar, bazı hamur işleri, pasta ve börekler zeytinyağı kullanımıyla lezzetlendirilmektedir (Çelik vd. 2016: 69-70; Durlu-Özkaya, 2009: 267-268; Durlu-Özkaya vd., 2018: 269-272).

| <b>Etli Sebze Yemekleri</b> | <b>Zeytinyağlı Sebze Yemekleri</b> | <b>Kızartmalar</b>         | <b>Diğer Sebze Yemekleri</b> |
|-----------------------------|------------------------------------|----------------------------|------------------------------|
| Patlıcan Musakka            | Zeytinyağlı Enginar                | Soslu Kızartma             | Kabak Mücver                 |
| Patates Oturtma             | Zeytinyağlı Taze Fasulye           | Yoğurtlu Havuç Kızartması  | Karnabahar Graten            |
| Kabak Silkme                | İmam Bayıldı                       | Domatesli Biber Kızartması | Fasulye Tavası               |
| Karışık Sebzeli Güveç       | Barbunya Pilaki                    | Kabak Çiçeği Kızartması    | Lahana Diblesi               |

Tablo 2.3. Türk mutfağındaki sebze yemeklerinin sınıflandırılması ve örneklendirilmesi (Megep: Türk Mutfağı Yemekleri, 2011: 51)

#### 2.3.4. Kurubaklagil Yemekleri

Baklagiller, *Leguminosae* ya da *Fabaceae* familyası bitkilerinin tohumları veya meyveleri olarak tanımlanmaktadır. Baklagil kelimesi Latince Legumen kelimesinden türemiş olup, kabuklu baklanın hasat edilen tohumları anlamına gelmektedir. Bakliyat ise Latince *puls* kelimesinden türemiş olup yulaf lapası, pelte anlamına gelmektedir. Kuru baklagiller ilk ehlileştirilen bitkilerdendir ve güney Anadolu’da M.Ö. 5500 yıllarında insan beslenmesinde kullanıldığına dair kanıtlar bulunmaktadır. En çok tüketimi yapılan baklagiller nohut, fasulye, bakla, mercimek, börülce, kuru bezelye, soya fasulyesi ve barbunyadır. Türk mutfağında da baklagil tüketimi önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye’de baklagil üretimi ülke geneline yayılmış olmakla beraber Güneydoğu Anadolu, Orta Anadolu ve Marmara Bölgesinin güneyi üretimin en yoğun olduğu bölgelerdir. Kuru fasulye Orta Anadolu’da, kırmızı mercimek Güneydoğu Anadolu Bölgesinde yaygın olarak yetiştirilirken, yeşil mercimek ve nohut üretimi ise Orta Anadolu ve geçit

bölgelerinde yapılmaktadır (Hasdemir ve Terzi, 2015: 1; Megep, 2011: 12: 3; Sağdıç, 2021; Sarioğlu ve Velioğlu, 2018: 483-484).

Eski çağlardan beri tüketilen kurubaklagillerle Türklerin tanışması Anadolu'ya yerleşmesiyle gerçekleşmiştir. Kuru baklagillerin uzun süre saklanabilir, besleyici değeri yüksek ve lezzetli olması Türk mutfağının vazgeçilmez besinleri arasına girmesini sağlamıştır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde insanların beslenmesinde hayvansal protein açığını kapatma da önemli bir tol üstlenmiştir. Türk mutfağında en çok tüketilen kurubaklagiller nohut, fasulye ve mercimektir. Bu ürünlerin sade zeytinyağlı, etli, çeşitli sebzelerle veya tahılların ilavesiyle tüketildiği görülmektedir. Kurubaklagillerin parça etle birlikte su eklenerek pişirilmesine “yahni” zeytinyağı ile pişirilmesine “pılaki” adı verilmektedir Kuru baklagiller hazırlanışlarına göre menüde değişik şekillerde yer almaktadır (Megep: Türk Mutfağı Yemekleri, 2011: 5; Bedir, 2018: 12; Sirat, 2020: 245-246; Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 122; Alabacak, 2018: 58);

- Sıcak ana yemek olarak çeşitli etlerle birlikte,
- Tek başına veya diğer besinlerle,
- Bulgur ve pirinç pilavlarında,
- Zeytinyağlı soğuk yemeklerde,
- Salatalarda,
- Mezelerde,
- Tatlılarda veya
- Kuru yemiş olarak birçok yerde kullanılmaktadır.

Baklagiller iyi birer bitkisel protein kaynağıdır. Aynı zamanda değerli mikro besinler, diyet lifler, mineraller (demir, çinko ve magnezyum) ve vitaminler (başta folat) açısından önemli gıdalardır. Bunun yanında yağ miktarı ve kalorisi de düşüktür. Bu nedenle beslenmesine dikkat eden bireyler için kullanımı uygundur. Ayrıca sağlığa yararlı besleyici etkilerinin yanı sıra, düşük fiyatlı olmaları nedeniyle hayvansal kaynaklı ürünlere sofralarında yer veremeyen bireylere iyi bir ikame özelliği taşımaktadır. Baklagillerin diğer bir kullanım alanı ise vegan ve vejetaryen beslenme tarzlarıdır. Et ve türevlerine yer verilmeyen bu beslenme şekillerinde alınması gereken besin değerleri kurubaklagillerden sağlanmaktadır (Sarioğlu ve Velioğlu, 2018: 483-484; Ekinci, 2016; Sağdıç, 2021).

Kurubaklagillerin pişirilme şekli besin değeri açısından önem taşımaktadır. Genellikle etler, sebzeler, tahıllar, baharatların ilavesiyle pişirilmesi besin değerini arttırırken havuç, patates, soğan gibi sebzelerin eklenmesi hem göze hitap etmesini sağlayıp hem de lezzetlendirmektedir. Kurubaklagillerin pişirilmesi sırasında yapılan bazı hatalar bulunmaktadır. Kurubaklagillerin tarımda kullanılan ilaçların vücuda alınmasını önlemek için yıkandıktan sonra pişirilmesi gerekmektedir. Ayrıca ıslatılmadan pişirilmesi ise proteinin biyoyararlılığını azaltan proteinaz inhibitörlerinin inaktif hale gelmesini önlemektedir. Kurubaklagillerin haşlama suyunun dökülmesi ise vitamin ve mineral kayıplarını arttırırken iyi pişirilmeyen kurubaklagiller sindirimi güçleştirmektedir (Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 122; Bedir, 2018: 12).

Kurubaklagillerin genel geçer bir sınıflandırılması bulunmadığı için ürün bazlı bir tablo yapılmıştır. Belirli kurubaklagillerden yapılan çeşitli yemekler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

| <b>Fasulye</b>       | <b>Nohut</b>       | <b>Mercimek</b>          | <b>Bezelye</b>               | <b>Bakla</b>          |
|----------------------|--------------------|--------------------------|------------------------------|-----------------------|
| Etli Kuru Fasulye    | Etli Nohut Yahnisi | Mercimek Çorbası         | Bezelye Çorbası              | Bakla Pilaki          |
| Kuru Fasulye Bastısı | Nohutlu Pilav      | Yeşil Mercimekli Bükme   | Bezelyeli Pilav              | Fava                  |
| Fasulye Pilaki       | Tavuklu Nohut      | Mercimek Köftesi         | Tavuklu Bezelye Yemeği       | Baklalı Enginar       |
| Kuru Fasulye Piyazı  | Humus              | Mercimekli Bulgur Pilavı | Zeytinyağlı Bezelye Salatası | Baklalı Bulgur Pilavı |

Tablo 2.4. Türk mutfağındaki kurubaklagillerle hazırlanan yemeklerin sınıflandırılması ve örneklendirilmesi ( Megep-Türk Mutfağı Yemekleri, 2011: 4-37).

### 2.3.5. Pilavlar

Pilav kelimesi farsça pulav-pilev sözcüklerinden gelmektedir. Pilavlar geçmişten günümüze önemini yitirmeden gelip Türk mutfak kültüründe kendilerine ayrı bir yemek çeşidi olarak önemli bir yer bulmuştur. Eski çağlarda pirinç Hindistan'dan göç yollarıyla Anadolu'ya gelmiş ve sofralarımıza yerleşmiştir. Pilavlar yalnızca Türk mutfağına özgü bir gıda grubu olmayıp tüm dünyada yapılmaktadır.

İtalya’da risotto, İspanya’da paella ve Uzakdoğu ülkelerinde lapa şeklinde hazırlanmaktadır. Türkiye’de ise diğer ülkelerden farklı olarak iyi hazırlanmış bir pilavın ölçütü pirinçlerin tane tane olması ve birbirine yapışmamasıdır (Alabacak, 2018: 59; Ertaş ve Gezmen- Karadağ, 2013: 122; Megep-Mutfak Uygulamaları Cilt 2, 2011:7; www.ostimmem, 2021).

Türk mutfağında pilav denildiğinde akla ilk olarak pirinç pilavı gelmektedir. Pirinç pilavı dışında bulgur pilavı da sıklıkla tercih edilen bir diğer pilav çeşididir. Geleneksel Türk mutfağında pilav yapımında Doğu ve Güneydoğu Anadolu’da bulgur, Batı bölgelerinde ise pirinç daha sık tercih edilmektedir. Türkiye’nin bütün bölgelerinde pilav yapılmakla birlikte Karadeniz Bölgesinde bulunan Tosya, Boyabat ve Bafra ilçelerinde yetişen pirinçler ve pilavlar ün kazanmıştır. Pirinç ve bulgur dışında şehriye, döğme, kuskus, erişte ve firik gibi tahıl ve türevlerinden de yararlanılmaktadır. En sık tercih edilen pişirme yöntemi kavurma olup haşlama ve salma yöntemleri de mevcuttur. Çeşitli sebze, et, tavuk, balık türevleri, kurubaklagiller, kuruyemişler, çeşitli otlar ve baharatların ilavesi ile birbirinden çeşitli ve lezzetli pilavlar yapılmaktadır. Pilavlar genellikle et veya tavuk suyu ile pişirilmektedir. Bu uygulamalar pilavların besin değerini arttırmaktadır (Ertaş ve Gezmen- Karadağ, 2013: 122; Alabacak, 2018: 59; Megep-Mutfak Uygulamaları Cilt 2, 2011:7; Bedir, 2018: 14).

Türk Mutfağında pilavlar genellikle ana yemeğe eşlik eden konumundadır. Ancak garnitür olmayıp büyük porsiyonlarla yan yemek olarak servis edilmektedir. Et yemeklerinin, sebze yemeklerinin ve kurubaklagil yemeklerinin yanında sıklıkla görmek mevcuttur. Ancak etli, sebzeli veya hamurla pişirilen bazı pilavlar ana yemek olarak sofralarda yer almaktadır. Özellikle kuru fasulye yemeği ve pirinç pilavı ayrılmaz bir ikili olarak evlerde ve esnaf lokantalarında sunulmaktadır. Aynı zaman da pilavlar Türkiye’de ritüel nitelikli bir yemek grubudur. Çeşitli özel günler ve kutlamalar için pilav ikramı uygulamasına sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Düğünlerde, sünnetlerde veya cenazelerde değişik yöresel pilav çeşitlerine rastlamak mümkündür (Bedir, 2018: 14; Megep-Mutfak Uygulamaları Cilt 2, 2011:7).

Pilav yapımında kullanılan tahıllar insanların günlük beslenme gereksinimlerinin karşılamasına önemli derecede katkı sağlamaktadır. Tahıl ve tahıl ürünlerinde bulunan karbonhidrat, protein ve lifler önemli bir enerji kaynağıdır. Bunun yanı

sıra E ve B vitaminleri, sodyum, magnezyum, çinko, azot, fosfor ve potasyum gibi makro ve mikro besin elementlerini de içermektedir. Bulgur, B grubu vitaminlerinden ve posadan en zengin tahıl ürünüdür. Pirinç ise işlenme sürecine bağlı olarak özellikle B grubu vitaminlerince fakirdir. Bu nedenle bulgurla yapılan pilavların pirince göre besin değeri daha yüksektir. Pilavlar pişirilirken yüksek sıcaklıkta kavurma protein biyoyararlılığının azalmasına ve karsinojenik maddelerin oluşmasına neden olmaktadır. Aynı zamanda iyi yıkanmadan pişirilen tahıllar tarım ilaç kalıntılarının vücuda alınmasına neden olur (Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 122; Erbaş-köse ve Mut, 2018: 1125; Ardıç-Yetiş, 2020: 716-717; Şeren-Karakuş vd. 2008:1879).

Türk mutfağında pilavlar içerdikleri malzemeye göre dört gruba ayrılmaktadır. Bunlar; sebzeli pilavlar, etli pilavlar, kurubaklagilli pilavlar ve hamur-yufka ile hazırlanan pilavlardır. Örnekler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

| <b>Sebzeli Pilavlar</b> | <b>Etli Pilavlar</b> | <b>Kurubaklagilli Pilavlar</b> | <b>Hamur-Yufka ile Hazırlanan Pilavlar</b> |
|-------------------------|----------------------|--------------------------------|--------------------------------------------|
| Meyhane Pilavı          | İç Pilav             | Nohutlu Pilav                  | Perde Pilavı                               |
| Domatesli Pilav         | Tavuklu Pilav        | Mercimekli Bulgur Pilavı       | Örgü Pilavı                                |
| Patlıcanlı Pilav        | Hamsili Pilav        | Bezelyeli Pilav                | Yufkalı pilav                              |
| Garnitürlü pilav        | İstanbul Pilavı      | Kestaneli Pilav                | Kesme Hamurlu Pilav                        |

Tablo 2.5. Türk mutfağındaki pilavların sınıflandırılması ve örneklendirilmesi (Megep- Mutfak Uygulamaları Cilt 2, 2011: 54-74)

### 2.3.6. Makarnalar ve Mantılar

Makarna durum buğdayından elde edilen irmiğin su ve bazı zenginleştirici maddelerin karıştırılması ile edilen bir gıda maddesidir. Karıştırılmış hamura istenilen şekiller verilip kurutulmasıyla elde edilen makarna yarı hazır besin grubundadır. İçeriğine göre sade, tam buğday, çeşnili, zenginleştirilmiş, vitamin, mineral ilaveli makarna olarak adlandırılmaktadır. Makarnanın kalitesini belirlemede kullanılan en önemli kriterler sertlik, elastikiyet, yüzey yapışkanlığı, pişme toleransı, su absorpsiyonu, şişme derecesi ve pişirme suyuna geçen madde miktarıdır. Kaliteli bir makarna yarı şeffaf, parlak sarı renkte, nokta, benek ve

çatlak barındırmayan düzgün bir yüzeye sahip olmalıdır. Tahıl ürünlerinden olan makarna, kullanım sıklığına göre ekmekten sonra yer almaktadır. Makarnanın bu kadar yaygın olarak kullanılmasının nedenleri, uzun süre muhafaza edilebilmesi, çeşitliliği, kolay hazırlanması, lezzeti, besleyiciliği, maliyeti düşük olması, çok düşük düzeyde yağ ve tuz içermesi, sindirim hızı ve oranının düşük olmasıdır (Ceyhun-sezgin ve Bülbül, 2017: 1081-1089; Alabacak, 2018: 59-60; Erbaş-köse ve Mut, 2018: 1125; Yurtsever, 2007:1-7; Köten vd., 2014: 34).

Türkiye’de erişte ile başlayan makarnanın tarihi ve tüketimi çok eski yıllara dayanmaktadır. Birçok ülke beslenmesinde önemli bir yere sahip olan makarna farklı isimlerle anılmaktadır. İtalyanların “pasta-spaghetti”, Amerikalıların “spaghetti noodles- macaroni”, İngilizlerin “pasta-macaroni”, Almanların “teigwaren-spaetzli,” Çinlilerin “mein”, Japonların “udon” adını verdikleri makarnanın kökeni konusunda farklı bilgiler bulunmaktadır. Makarnanın ilk kez İtalya’da üretildiği bu bilgiler arasındadır. Kuvvetli bir diğer görüş ise makarnanın Uzakdoğu’dan yayılmasıdır. Görüşe göre Çin veya Japonya’da yapılmaya başlanan makarna Marco Polo aracılığıyla Avrupa’ya taşınmıştır. Kültürlere göre farklılık gösterse de makarnalar yemeklerde sıcak (ana) yemek, ana yemeğin yanında garnitür veya soğuk salata olarak sunulabilmektedir (Alexander, 2000: 535; Ceyhun-sezgin ve Bülbül, 2017: 1081-1089; Yurtsever, 2007:1-7; Alabacak, 2018: 60).

Türkiye’de başlangıçta ev yapımı erişte olarak tüketilen makarnanın, 1922 yılından sonra sanayileşme adımlarına başlanmıştır. İlk makarna üretim işletmesi İzmir Bayraklıda kurulmuştur. Üretim ilk yıllarda küçük ölçekli işletmeler tarafından yapılırken 1950li yıllardan itibaren yüksek kapasiteli fabrikalar vasıtasıyla artarak ilerlemiştir. Sektördeki üretim tesisleri coğrafi olarak durum buğdayının verimli ve sık yetiştirildiği Güneydoğu Anadolu, Orta Anadolu ve Batı Anadolu bölgelerinde yoğunlaşmıştır (Köten vd., 2014: 34).

Tahıl ürünleri uzun yıllardır insan beslenmesinin ana bileşeni olma rolünü korumuştur. Makarna yapımında kullanılan durum buğdayı tahıl tanesinin üç kısmını da (endosperm, kabuk ve embriyo) barındırdığı için tam tahıl kategorisindedir. Koyu renkli ve protein açısından zengin bir buğday çeşidi olan durum buğdayından üretilen, vitamin ve mineraller açısından zengin olan makarna A, B1, B2 vitaminleri, kalsiyum, potasyum, fosfor ve demir yönünden iyi bir

kaynaktır. Bir porsiyon (140 gr) pişmiş makarnada 151 kcal, 4,8 gr. protein, 32 gr. karbonhidrat ve 11 mg. kalsiyum değeri bulunmaktadır. Ancak makarna pişirirken sıklıkla yapılan hatalardan olan makarnanın haşlama suyunu dökmek vitamin ve mineral kayıplarına neden olmaktadır (Erbaş-köse ve Mut, 2018: 1125; Ceyhun-sezgin ve Bülbül, 2017: 1081-1089; Ertaş ve Gezmen- Karadağ, 2013: 122; Alabacak, 2018: 60).

| Ana Yemek               | Yan Yemek           | Salata                          |
|-------------------------|---------------------|---------------------------------|
| Kıymalı Makarna         | Etin Yanında        | Ton Balıklı Makarna Salatası    |
| Fırın Makarna           | Tavuğun Yanında     | Sebzeli Makarna Salatası        |
| Domates Soslu Makarna   | Balığın Yanında     | Tavuklu Makarna Salatası        |
| Kremalı Tavuklu Makarna | Izgaraların Yanında | Deniz Mahsullü Makarna Salatası |

Tablo 2.6. Türk mutfağındaki makarnaların sınıflandırılması ve örneklendirilmesi (Yurtsever, 2007:1-7; Alabacak, 2018: 60; Megep: Türk Mutfağı Yemekleri, 2011: 3-21).

Çok eski bir Türk yemeği olan mantıya, Orta Asya’da “Metni” adı verilmektedir. Mantının Farsça adı olan ‘cuşburek’ yani ‘kaynatılan börek’ ise Arapçaya ‘şuşbarak’ olarak geçmiştir. Türkçede kullandığımız mantı kelimesi esasen Çin-Kore kökenli “mantou” dan gelmektedir. Avrupa’da da üretim şekli mantıya benzeyen yemekler ulunmaktadır. İtalyanların ‘ravioli’ olarak adlandırdıkları yemek bu yemeklere örnektir. Mantı, genel olarak un, su, yumurta ve tuzun belirli oranlarda karıştırılıp yoğrulmasıyla elde edilen hamur içine kıyma veya başka türlü iç malzemesi konulup pişirilmesiyle hazırlanmaktadır. Elde edilen mantı genel olarak suda haşlanarak pişirilmektedir. Pişirilen mantı çoğunlukla sarımsaklı yoğurt ve toz biber, nane, pul biber veya sumak ile hazırlanan yağ sos ilavesiyle servis edilmektedir. Mantı yemeği tarifi Türkçe yazılı kaynaklarda ilk olarak 15. yüzyılda Şirvani’nin kitabında geçmektedir. Tarife göre kıymaya nohut, tarçın ve sirke konulup tepsi içinde piştikten sonra üzerine sarımsaklı yoğurt ve sumak konulduğu yazmaktadır. Farklı olarak Osmanlı sarayında sıklıkla yapılan mantının içinde soğan olduğu bilinmektedir (Talas, 2005: 280; Ceyhun-sezgin ve Bülbül, 2017: 1081-1089; Akkor, 2019: 63-64; Güneydaş-Biçer, 2011: 11-14).

Mantı Türk mutfağının geleneksel yiyeceklerinden biridir. Mantı, birden fazla mantı yemeğinin genel adı olup makarnanın bir türü olarak ifade edilmektedir. Yaygın olarak tüketilen çeşidi Kayseri mantısı olarak bilinen etli mantıdır. Hamurun belirli büyüklüklerde parçalara bölünerek her bir parçaya kıyma konulduktan sonra hamurun katlanmasıyla yapılmaktadır. Çok küçük olarak katlanan mantıya yoğurt, eritilmiş tereyağı, biber ve kuru nane ile bazen de kaynatıldığı suyu ile birlikte servis edilmektedir. Kayseri’de ana yemek olarak değil çorba olarak tüketilme alışkanlığı bulunmaktadır. Kayseri’de “bir kaşığa kırk mantı sığdırmak” şeklinde bir söz bulunmaktadır. Eski zamanlarda Kayseri’de bulunan kaynanalar müstakbel gelinin el becerisini ölçmek için gelinden kendilerine mantı hazırlamalarını istemektedir. Eğer gelinin hazırladığı mantılardan 40 tanesi bir kaşığa sığarsa gelinin bu sınavdan başarıyla geçtiğini göstermektedir (Akkor, 2019: 63-64; Ceyhun-sezgin ve Bülbül, 2017: 1081-1089).

Mantı belirli kriterlere göre farklı şekillerde isimlendirilmektedir. Bu kriterler katlama şekli, pişirme şekli ve kullanılan iç malzemedir. Katlama şekli klasik bohça şeklinde katlamanın dışında üçgen ve dikdörtgen şekilde olabilmektedir. Pişirme şekli ise haşlama, kızartma fırınlama veya buharda gerçekleşmektedir. İçerisine konulan dolgu malzemesine göre de ıspanaklı mantı, kıymalı mantı vb. isimler almaktadır. Mantıların örneklendirilmesi aşağıdaki tabloda verilmiştir.

| Katlama Şekli   | Pişirme Şekli   | İç Malzemesi    |
|-----------------|-----------------|-----------------|
| Kayseri Mantısı | Mantı Çorbası   | Kıymalı Mantı   |
| Üçgen Mantı     | Tepsi Mantısı   | Soğanlı Mantı   |
| Bohça Mantı     | Kızarmış Mantı  | Ispanaklı Mantı |
| Hingel Mantı    | Sosyete Mantısı | Mantarlı Mantı  |

Tablo 2.7. Türk mutfağındaki özgü mantıların sınıflandırılması ve örneklendirilmesi (Güneydaş-Biçer, 2011: 11-15; Megep: Türk Mutfağı Yemekleri, 2011: 21-46).

### 2.3.7.Dolmalar ve Sarmalar

Dolma ve sarmalar Türk mutfak kültüründe önemli bir yer tutmaktadır. Dolma, içi doldurulmuş sebze, kuru sebze, meyve ve kök sebzelerle verilen isimdir. Sarma

ise, yaprak halindeki bitkilerin içine konulan dolgunun sarılmış haline denmektedir. Dolma ve sarmalar genel olarak zeytinyağı ve etli olarak iki başlık altında incelenmektedir. Bütün etin(kuzu, koyun) ve bütün kümes hayvanlarının(tavuk, hindi) doldurulması ile elde edilen yemeklerde dolma adı altında yer almaktadır (Bedir, 2018: 13; Megep: Türk Mutfağı Yemekleri, 2011: 3-7; [www.dolmalar.blogspot](http://www.dolmalar.blogspot), 2021).

Türkçede dolma olarak geçen kelime, Farsçada dolmeh, Rumcada dolmathes, Arapçada ise mihşidir. Sözcüğün Türkçe olması, dolma kültürünün Balkanlar'dan Kuzey Afrika'ya kadar Osmanlı İmparatorluğu tarafından kazandırıldığı izlenimini yaratmaktadır. Anadolu'da ve Girit'te yapılan arkeolojik kazılarda bulunan dolma oyacakları bu durumu destekler niteliktedir. Osmanlı döneminde dolma ve sarma kültürü çok geniş bir yelpazeye sahiptir. Deniz ürünlerinden(balık dolması, midye dolması), kümes hayvanlarından(piliç dolması), sakatatlardan(şirden), etlerden(kuzu dolması) ve sebzelerden(pazı sarması) dolmalar ve sarmalar yapılmaktadır. Günümüzde yöresel olarak farklı dolmalar yapılmasına karşın dolma ve sarma kültürü Osmanlı mutfağından kalan mirası devam ettirmektedir (Megep: Türk Mutfağı Yemekleri, 2011: 3-7; [www.dolmalar.blogspot](http://www.dolmalar.blogspot), 2021).

Zeytinyağı dolma ve sarmalar birçok sebzedden yapılmaktadır. Soğuk olarak tüketilen bu yemekler menüde genellikle başlangıç veya meze rolündedir. Zeytinyağı dolma ve sarmaların içeriği genellikle pirinç, çam fıstığı, kuş üzümü, soğan, dereotu, taze nane, karabiber, tarçın, pul biber gibi malzemelerden oluşmaktadır. Dolma yapılan sebzelere biber, patlıcan, kabak, patates, domates, soğan, kereviz, enginar, mantar örnek olarak verilebilir. Bu sebzelerin kurutulmuş şekillerinden yapılan dolmalar ile ayva ve balkabağı gibi tatlımsı dolmalarda Türk mutfağında yer almaktadır. Sarma yapımında kullanılan yapraklar ise asma yaprağı, beyaz lahana yaprağı, karalahana yaprağı, pazı yaprağı, kiraz yaprağı, dut yaprağı vb. olarak sıralanabilir. Ayrıca zeytinyağı sarma için “kalem gibi uzun ve ince” olması gerektiği sözü zeytinyağı sarmanın Türk Mutfağı için önemini göstermektedir (Alabacak, 2018: 57-58; Bedir, 2018:13; Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 121; Durlu-Özkaya vd., 2018: 272).

Etli dolmalar ise genellikle ana yemek görevinde ve sıcak olarak tüketilmektedir. Etli dolma ve sarmaların temel iç malzemesi pirinç ve kıymadır. Soğan, karabiber,

pul biber, maydanoz gibi malzemelerle zenginleştirilmektedir. Patlıcan, kabak, pırasa, soğan, pazı, beyaz lahana gibi sebzeler etli olarak da pişirilmektedir. Kümes ve av hayvanlarının yanı sıra kuzu ve oğlak gibi hayvanların da dolması ve sarması yapılmaktadır. Fakat bu yemekler daha çok törensel veya büyük ziyafetlerde sunulmaktadır (Bedir, 2018:13; Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 121).

| <b>Zeytinyağlı Dolma ve Sarmalar</b> | <b>Etli Dolma ve Sarmalar</b> | <b>Et ve Sakatat Dolmaları</b> | <b>Kümes Hayvanı Dolmaları</b> | <b>Deniz Mahsulü Dolmaları</b> |
|--------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| Biber Dolması                        | Bonfile Sarması               | Kaburga Dolması                | Hindi Dolması                  | Midye Dolması                  |
| Yaprak Sarması                       | Etli Yaprak Sarması           | Bumbar Dolması                 | Piliç Dolması                  | Balık Dolması                  |
| Kabak Dolması                        | Etli Kabak Dolması            | Şirden Dolması                 | Topkapı Sarması                | Kalamar Sarması                |
| Pazı Sarması                         | Ekşili Dolma                  | Kuzu Dolması                   | Sebzeli Tavuk Sarması          | Levrek Sarma                   |

Tablo 2.8. Türk mutfağındaki dolma ve sarmaların sınıflandırılması ve örneklendirilmesi (Megep: Türk Mutfağı Yemekleri, 2011: 3-36).

### 2.3.8. Salatalar ve Mezeler

Salatalar Türk mutfağında önemli bir yer tutmaktadır. Zengin bir floraya sahip olunması salata çeşitliliği önemli oranda etkilemektedir. Her mevsim yetişen farklı sebze ve otlar ile yüzlerce tarif uygulanabilmektedir. Türk mutfağında salata genellikle ana yemeğe eşlik eden tamamlayıcı görevindedir. Salatalar çiğ sebzelerden ve yapraklardan hazırlanabildiği gibi, haşlanmış sebzelerden, kurubaklagillerden, meyvelerden ve etlerden de hazırlanabilmektedir. Sıklıkla tüketilen salatalar renk ve görünüş açısından iştah açıcı olmasının yanında barındırdığı vitamin ve minerallerle besin değeri açısından oldukça zengindir. Sebzeler dışında içerisine katılan çeşitli salata sosları, et ve süt ürünleri, kurubaklagil ve tahıllar, makarna, yumurta ve bitkisel yağlar ile protein, karbonhidrat ve yağ ihtiyacını da karşılamaktadır. Ayrıca içerisinde bulunan lifli sebzeler sayesinde sindirimi desteklemektedir (Bedir, 2018: 10; Durlu-Özkaya ve Cömert, 2017: 130; Demir, 2002: 5; Büyüktuncer ve Yücecan, 2009: 94).

Türk mutfağında salata malzemeleri mevsimsel olarak değişiklik göstermektedir. Yaz aylarında genellikle domates, salatalık, sivri biber ve soğan ile hazırlanan çoban salata tercih edilirken, kış aylarında ise genellikle kıvırcık, marul, roka, nane, maydanoz, havuç ve turplarla hazırlanan yeşil salatalar tüketilmektedir. Sıklıkla salatası yapılan bir diğer sebze ise patlıcandır. Patlıcan közlenip içine katılan çeşitli malzemeler ile tüketilmektedir. Patates, karnabahar, brokoli, havuç, kereviz gibi sebzelerle yapılan salatalar ile kurubaklagil ve tahıllardan yapılan piyaz ve kısır gibi salatalarda mevsim fark etmeksizin sofralarda yer almaktadır (Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 121 Büyüktuncer ve Yücecan, 2009: 94; Bedir, 2018: 10-11; Megep: Temel Yiyecek Üretimi, 2010: 19).

Salatalar çeşitli salata sosları ile lezzetlendirilmekte, aynı zamanda besin değeri arttırılmaktadır. Salatayı lezzetlendirmek amacıyla genellikle limon suyu ve bitkisel yağlar kullanılmaktadır. Aynı zamanda sirke çeşitleri, yoğurt, krema, mayonez, ketçap, çeşitli otlar ve baharatlar, kapari çiçeği, tuz, şeker, hardal ve nar ekşisi gibi besinler de salataları lezzetlendirmek için kullanılmaktadır. Besin değeri dikkate alındığında bitkisel yağlar içinden sızma zeytinyağının salatalarda tercih edilmesi önerilmektedir (Bedir, 2018: 10-11; Durlu-Özkaya ve Cömert, 2017: 130).

Salatalar farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır. Bunlardan biri Demir(2002:6)'e göre çiğ sebzelerden yapılan salatalar, haşlanmış sebzelerden yapılan salatalar, et-tavuk-balık ürünü ile yapılan salatalar, mayonez veya yoğurt ile yapılan salatalar ve tatlı olarak sunulan salatalar şeklinde 5 kategoride toplanmaktadır. Megep(2011)'e göre ise sebzelerle hazırlanan salatalar, tahıl ve makarnalar ile hazırlanan salatalar, kurubaklagillerle hazırlanan salatalar, et ve sakatatlarla hazırlanan salatalar ve deniz ürünleri ile hazırlanan salatalar şeklinde sınıflandırılmaktadır.

| <b>Çiğ Sebzeler<br/>ile Yapılan<br/>Salatalar</b> | <b>Pişmiş Sebzeler<br/>ile Yapılan<br/>Salatalar</b> | <b>Et-Tavuk-Balık<br/>Ürünü ile<br/>Yapılan<br/>Salatalar</b> | <b>Yoğurt veya<br/>Mayonez ile<br/>Yapılan<br/>Salatalar</b> | <b>Tatlı Olarak<br/>Sunulan<br/>Salatalar</b> |
|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Çoban Salata                                      | Patates Salatası                                     | Bonfile Salata                                                | Yoğurtlu Havuç<br>Salatası                                   | Meyve Salatası                                |
| Gavurdağı<br>Salata                               | Pancar salatası                                      | Tavuklu Salata                                                | Mayonezli<br>Patates Salatası                                | Nar Salatası                                  |
| Yeşil Salata                                      | Brokoli Salatası                                     | Ton Balıklı<br>Salata                                         | Rus Salatası                                                 | Tropik Meyve<br>Salatası                      |
| Semizotu Salata                                   | Kereviz Salatası                                     | Kalamar Salata                                                | Makarna Salatası                                             | Ekşi Elma<br>Saltası                          |

Tablo 2.9. Türk mutfağındaki salataların sınıflandırılması ve örneklendirilmesi(Megep: Mutfak Uygulamaları Cilt 1, 2011: 18).

Mezeler başlangıç tabağı olarak sunulabileceği gibi ana yemeğe eşlik edici olarak da tüketilebilir. Genellikle ana yemek servisinden önce sunulan ve ana yemekle birlikte tüketilmeye devam edilen iştah açıcı gıdalardır. Aynı zamanda mezeler, açık büfe ve kokteyl menülerinde de yer almaktadır. Türkiye’de ve Ortadoğu’da “Meze”, İtalya’da “Antipasta”, Fransa’da (Hors d’oeuvre) “Ordövr”, İspanya’da “Taps”, Magrip ülkelerinde ise “Mukabalat” şeklinde isimlendirilmektedir. Mezelerin Türk Mutfağına girmesinde İstanbul’un meyhane kültürü önemli rol oynamıştır. Meze kategorisinde çok çeşitli yiyecekler bulunmaktadır. Zeytinyağlı yemeklerin hepsi, sebze garnitürleri, kroketler, dip soslar, bütün kızartmalar, balıklar ve diğer deniz ürünleri, turşular, peynirler, soğuk etler, çirozlar, cipsler ve kuruyemişler meze olarak tüketilen yiyecekler arasındadır. Aynı zamanda tüm salatalar meze olarak kabul görmektedir. Aynı zamanda mezeler içerisinde kullanılan zeytinyağı herhangi bir ısıtma işlem görmediği için besleyici değerini kaybetmemektedir (Durlu-Özkaya ve Cömert, 2017: 130; Megep, 2010: 106-122).

| Sıcak Mezeler    | Soğuk Mezeler        | Diğer Mezeler         |
|------------------|----------------------|-----------------------|
| Mini Börek       | Zeytinyağlı Barbunya | Fındık, Fıstık, Badem |
| Karışık Kızartma | Humus                | Patates Cips          |
| Patates Kroket   | Çiğköfte             | Ezine Peynir          |
| Kalamar Tava     | Acılı Ezme           | Salatalık Turşusu     |

Tablo 2.10. Türk mutfağındaki mezelerin sınıflandırılması ve örneklendirilmesi(Megep, 2010: 106-122)

### 2.3.9. Tatlılar

Türklerin tatlılarla tanışmaları İslâmiyet'in kabulünden sonra gerçekleşmiş olmasına karşın Türk mutfak kültüründe tatlılar önemli bir yer tutmaktadır. Meyve, sebze, kurubaklagil, tahıl, kuruyemiş ve süt ürünlerinden yapılan tatlılar geniş bir yelpaze oluşturmaktadır. Türk mutfağındaki tatlılar hamur işi tatlıları (baklava, lokma vb.), taze veya kuru meyve ve sebzelerle yapılan tatlılar (kabak tatlısı, ayva tatlısı vb.), sütlü tatlılar(kazandibi, sütlaç vb.) ve tahıl tatlıları (aşure, zerde vb.) olarak dört gruba ayrılmaktadır (Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 123; Alabacak, 2018:62; Şanlıer vd. 2008: 1123).

Türk mutfak kültüründe en sık hamur işi tatlıları tüketilmektedir. Hamur tatlılarının başında baklava gelmektedir. Her yörede baklava tüketilmesine karşın Gaziantep iliyle özdeşleşmiş bir tatlıdır. İnce açılan hamurun içerisine fıstık, fındık, cevizden biri ve kaymak konularak pişirilen tatlıya şerbet dökülmesi ile hazırlanmaktadır. Hamur tatlısı yapımında kullanılan diğer bir yöntem ise hamurun yağda kızartılıp şerbetlenmesi ile olmaktadır. Dilberdudağı, hanımgöbeği, tulumba tatlısı ve vezirparmağı mayasız hamurdan, lokma ve şambaba ise mayalı hamurdan yapılmaktadır. Hamurun saca sicim gibi dökülmesi ile yapılan kadayıf yine bu grupta değerlendirilmektedir. Künefe, kadayıf dolması, taş kadayıf gibi tatlılar örnek gösterilebilir (Kaya, 2016: 31; Bedir, 2018: 16; Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 122).

Taze veya kuru meyve ve sebzelerle yapılan tatlılarda Türk mutfak kültüründe önemli bir yer tutmaktadır. Hamur tatlılarına göre daha hafif ve düşük kalorili olması bu grubu tercih edilir kılmaktadır. Meyve ve sebzelerin tatlılarda kullanımı mevsime göre değişiklik göstermektedir. Bununla beraber kullanılan taze meyve

ve sebzelere ayva, elma ve bal kabağı, kuru meyvelere ise incir, kayısı, üzüm ve erik örnek gösterilebilir. Ayva tatlısı, kabak tatlısı, elma tatlısı, incir tatlısı vb. tatlılar bu gruba dâhildir. Ayva tatlısı kaymakla, kabak tatlısı ise tahin ve ceviz ile birlikte tercih edilmektedir (Bedir, 2018: 16; Megep, 2011: 3-7).

Ana malzeme olarak süt kullanılan tatlılara sütlü tatlılar denir. Sütlü tatlıların yapımı kolay ve maliyeti düşüktür. Aynı zamanda besin değerinin yüksek ve kalorisinin düşük olması Türk mutfak kültüründe önemli bir noktaya getirmiştir. Sütlü tatlılar, sütün içerisine kıvam ve lezzet veren başka malzemelerin ilave edilmesiyle hazırlanmaktadır. Muhallebi, sütlaç, tavukgöğsü, kazandibi, keşköl, güllaç gibi tatlılar örnek olarak gösterilebilir. Nişasta yufkalarının süt, şeker ve gül suyu ile ıslatılmasıyla yapılan güllaç özellikle ramazan ayında tercih edilmektedir. Süt, pirinç ve şekerin kaynatılması ile elde edilen sütlaç, “sütlü aş” kelimelerinin zaman içinde kaynaşması ile meydana gelmiştir. Sütlü tatlılara lezzet ve görsellik kazandırmak için eklenen fındık, fıstık, ceviz, badem gibi kuruyemişler, kuru ve taze meyveler ve tarçın ise aynı zamanda besin değerini artırmaktadır (Bedir, 2018: 17; Megep, 2011: 8-11).

Tahıllar Türk mutfak kültüründe önemli bir yer tutmaktadır. Besin değerinin yüksek olması tahılların sofralardan eksik edilmemesini sağlamaktadır. Buğday, mısır, pirinç, arpa ve çavdar başlıca tahıllardandır. Zerde, aşure, bulamaç, hedik, un veya irmikten yapılan helvalar bu grupta değerlendirilmektedir. Tahıl, kurubaklagil, çeşitli meyveler ve şekerle yapılan aşureye kültürel olarak çokça anlam yüklenmiştir. Un veya irmikten yapılan helvalar ise özel günlerde yapılan tatlıların başında gelmektedir (Bedir, 2018: 16; Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 122;saglik. gov, 2021).

| Hamur Tatlıları | Sebze ve Meyve Tatlıları | Sütlü Tatlılar | Tahıl Tatlıları |
|-----------------|--------------------------|----------------|-----------------|
| Baklava         | Kabak Tatlısı            | Sütlaç         | Zerde           |
| Lokma           | Ayva Tatlısı             | Kazandibi      | Aşure           |
| Kadayıf         | İncir Tatlısı            | Muhallebi      | İrmik Helvası   |
| Şekerpare       | Kayısı Tatlısı           | Keşköl         | Hedik           |

Tablo 2.11. Türk mutfağındaki tatlıların sınıflandırılması ve örneklendirilmesi (Megep, 2011: 8-11; Bedir, 2018: 16; Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 122)

### 2.3.10. Hoşaf lar ve Kompostolar

Türk mutfak tarihi boyunca hoşaf ve kompostolar önemli bir yer tutmuştur. Bazı kaynaklarda tatlı başlığı altında incelenen hoşaf lar ve kompostolar kuru veya taze meyvelerin su ve şeker eklenerek kaynatılması sonucu oluşan bir içecektir. Kimi zaman şekerin yerini pekmez veya bal gibi tatlandırıcılar almıştır. Kurutulmuş meyveden yapılırsa hoşaf, taze meyveden yapılırsa komposto adı verilmektedir. Hoşaf kelimesinin aslı hoş-ab yani hoş su'dur (Megep, 2011: 3-11; Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 119; Bedir, 2018: 16).

Hoşaf ve komposto yapımında kullanılan meyveler elma, kayısı, armut, ayva, vişne, portakal, kıvılcık, erik, üzüm ve çilek olarak sıralanabilir. Bu meyvelerden taze veya kurutulmuş olarak faydalanılmaktadır. Ancak kuru meyve olarak genellikle üzüm, kayısı, erik ve elma tercih edilmektedir. Komposto yapılırken kullanılan meyvenin yumuşaklık derecesine göre pişirme yöntemi farklılık göstermektedir. Çilek, vişne, kayısı ve şeftali gibi meyveler komposto yapılırken önce su ve şeker kaynatılıp daha sonra meyveler eklenir. Burada ki amaç meyvelerin parçalanmasını engellemektir. Ayva, elma ve armut gibi sert meyveler ise su ile yumuşayana kadar pişirilip şekerin sonradan eklenmesi şeklinde gerçekleşir. Hoşaf yapımında kullanılacak kuru meyveler ise önceden ıslatılıp şişirildikten sonra aynı suyun içine şeker ilavesi yapıp kaynatılarak hazırlanır (Megep: Temel Yiyecek Üretimi, 2011: 3-11; Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 119).

Hoşaf ve kompostolar Türk mutfak kültüründe özel günlerde sıklıkla tercih edilmektedir. Ziyafet, düğün, sünnet veya bayram sofraları menülerinde mutlaka yer verilmiştir. Ramazanda ise iftar ve sahur sofralarında bulundurulmaktadır. Özellikle kuru ve ağır yemeklerin ardından ferahlatıcı bir unsur olarak kullanılmıştır. Osmanlı sofralarında menüde son ürün olan hoşaf tatlıdan sonra kahveden önce servis edilmiştir (Alabacak, 2018: 62; Megep, 2011: 3-11).

| Hoşaf lar      | Kompostolar         |
|----------------|---------------------|
| Kayısı Hoşaf ı | Kızılcık Kompostosu |
| Üzüm Hoşaf ı   | Vişne Kompostosu    |
| Erik Hoşaf ı   | Şeftali Kompostosu  |
| Elma Hoşaf ı   | Ayva Kompostosu     |

Tablo 2.12. Türk mutfağındaki hoşaf ve kompostaların sınıflandırılması ve örneklendirilmesi (Megep, 2011: 8-11; Bedir, 2018: 16; Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 122)

#### 2.4. Sürdürülebilirlik Kavramı ve Tanımı

Sürdürülebilirliği tanımlamayı ve gerçekleştirmeyi amaçlayan araştırmalar yüzyıllardır bulunmaktadır. Sürdürülebilirlik terimi, Almanca Nachhaltigkeit (Sürdürülebilirlik) kelimesi ile ilk olarak 1650'lerde ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilirlik kelime olarak ilk kez 1712'de Alman bilim insanı Hans Carl von Carlowitz'nin yazdığı "Sylvicultura Oeconomica" isimli kitabında yer almıştır. O zamanlar araştırmalar, odun kaynaklarının sürdürülebilirliğini destekleyebilecek toprakların korunmasıyla ilgiliydi. Konuyla ilgili araştırmalar, insanların neden olduğu olumsuz çevresel etkilerle 19. yüzyılda artmıştır. Daha sonraki yıllarda sürdürülebilirlik aşırı nüfus ve nüfus kontrolü ile bağdaştırılmıştır. Aşırı nüfus ve kaynakların sınırlı mevcudiyeti ile sürdürülebilirlik yıllar içerisinde daha önemli hale gelmiştir. Günümüzde sürdürülebilirlik eylemlerine yönelik eylemler ve planlar artmıştır. Hükümetler politikalarını ve düzenlemelerini bu yönde değiştirmiş ve geliştirmiştir. Ayrıca gönüllü sosyal sorumluluk kuruluşları ve insanların tüketim kalıplarını değiştirmek için çeşitli eğitim programları oluşturulmuştur (Kotob, 2000:3).

Sürdürülebilirlik kavramı, ilgili olduğu alanlara göre farklı tanımlar ile açıklanmaktadır. Çevre bilimi ekolojik hayatın gözetilmesiyle ilgili iken, ekonomi biliminde ise hayat standartlarının sınırlı bir düzeyde sabitlenmesi gerekliliğiyle ilgili tanımlamalar yer almaktadır. Sürdürülebilirlik var olan ekosistem döngüsünün devamlı ve düzenli bir şekilde işleyebilmesini ve dünyanın taşıyabileceği kapasitenin korunmasını amaçlamaktadır (Taş ve Olum, 2020:3084).

Doğal kaynakların sorumsuz ve aşırı bir şekilde tüketilmesi dünyanın ekolojik sisteminde bozulmalara sebep olmaktadır. Dünyada nüfus artışı, umarsız tüketim fazlalığından dolayı ortaya çıkan küresel ısınma, biyolojik çeşitlilikteki dengelerin değişmesi ve insanların taleplerindeki artış ve değişkenliklerden dolayı doğal çevreye zarar verilmiştir. Bu risklerin fark edilmesiyle birlikte önlem alma gerekliliğinin önemi ortaya çıkmıştır. Dünya çapında yapılan planlamalar, zirveler ve toplantılar sonucunda 1987 yılında yayınlanan Brundtland Raporu ile sürdürülebilirlik konusuna ilk kez dikkat çekilmiştir. Raporda sürdürülebilirlik “ bugünkü kaynaklara zarar verilmeden bu kaynakların gelecek nesillere aktarılması ” şeklinde belirtilmiştir. Uluslararası alanda sunulan Brundtland Raporu ile sürdürülebilirlik kavramı birçok alanda benimsenmiş ve önemsenmiştir. Özellikle turizm sektöründe de sürdürülebilirlik kavramı önemsenmeye başlanmıştır (Apak ve Gürbüz,2022:195).

#### **2.4.1. Yiyecek İçecek İşletmelerinde Sürdürülebilirlik**

Turizmin çevre, ekosistemler, ekonomi, toplumlar ve kültür üzerinde önemli etkileri söz konusudur. Turizm sürdürülebilirlik ilkesi altında yönetilirse bölgesel kalkınmaya önemli katkılar sağlamaktadır. Aksi takdirde doğa ve insan üzerinde yıkıcı etkiler meydana getirmektedir. Turizm potansiyelinde ve turizme katılan kişi sayısında yıllar içinde artış olmuştur. Özellikle son 50 yıldan bu yana hızlı bir yükseliş olmuştur ve gelecek yıllarda da bu şekilde artarak devam edeceği düşünülmektedir. Turizmin kitlesel bir olgu olması, destinasyonlarda oluşturduğu aşırı yoğunluk ve bu yoğunluğun olumsuz çevresel etkileri destinasyonları hızlı bir tükeniş tehdidi ile yüz yüze getirmektedir. Bu noktada destinasyonlar yaşam sürelerini uzatmak ve bu sorunlarla başa çıkabilmek için sürdürülebilir turizmin faydalarından yararlanmaktadırlar. Sürdürülebilir turizm, destinasyonlarda bulunan doğal ve kültürel kaynakların kirletilmeden, tüketilmeden ve korunarak gelecek nesillere aktarılmasını hedeflemektedir (Akdağ vd., 2016:273).

Turizm tüketim odaklı yapısı ile sürdürülebilirliğe en fazla ihtiyaç duyan sektörlerden biridir. Çevre ve sürdürülebilirlik ilişkisi içinde turizm, turistler için çevrenin çekici nitelikte olması, çevre unsurunun turizmi etkilemesi ve turizmin çevre üzerindeki etkileri ile öne çıkmaktadır. Sürdürülebilir turizmin amacı turizme katılan insanların doğal ve beşeri çevreyi tüketmeden gerçekleştirdikleri bir turizm yaratmak ve ürün kalitesini geliştirerek korumaktır. Bu boyutuyla

sürdürülebilir turizm; turistlerin, yerel halkın, ekonominin ve çevrenin kullandığı ve gelecekte kullanacağı kaynakları gözetmekle görevlidir. Esas olan, yerel bölgelerin, doğal alanların ve kültürel mirasın geleceğin turizmine aktarılmasıdır (Şimşek ve Akdağ, 2017:354).

Turizm sürdürülebilirliği, yalnızca doğal çevrenin korunmasıyla değil, tarihi önemi olan mimari yapıların, ekonomik girdilerin, toplumsal yapının ve kültürel kimliğin korunması açısından da önem kazanmıştır. Kültürel kimliğin önemli bir parçası olan mutfak kültürü destinasyon seçiminde önemli bir role sahiptir. Bu boyutuyla ele alındığında mutfak kültürünün korunması ve bölgeyi ziyaret eden turistlere kültürel kimliğin tanıtılması açısından mutfak kültürünün sürdürülebilirliği önem arz etmektedir (Ocak vd., 2021:2657). Yerel mutfak kültürünün tanıtımı ve sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından esnaf lokantaları önemli bir yere sahip yiyecek-içecek işletmeleridir.

Sürdürülebilir turizm kapsamında turizm endüstrisinin bütün ortaklarının katkıları gerekli olduğundan dolayı yiyecek-içecek işletmelerinin rolü de önemli bir etmendir. Turizm sektöründe yer alan yiyecek-içecek işletmeleri bu endüstrinin önemli paydaşlarındandır. Büyük ve köklü işletmeler sürdürülebilirlik ve çevre yönetimi açısından kendilerine yetecek kaynaklara sahipken, küçük işletmeler ise yetersiz kalmaktadır. Sürdürülebilirlik yönetimi ile ilgili çalışmaların küçük işletmeler olarak görülen KOBİ'lere, dolayısıyla bu kapsama giren restoran ve esnaf lokantalarına yönelik yapılması gerekmektedir (Sünnetçioğlu ve Yılmaz, 2015:98).

Sürdürülebilir turizmin alanını giren sürdürülebilir gastronomi kavramı, yerel yiyecekler, özel restoranlar, gastronomi festivalleri, organik tarım ve organik ürünler, geleneksel üretim, yerel yemek üretimi ve yerel esnaf lokantaları gibi unsurlardan oluşmaktadır. Gastronomi turizmi, asıl seyahat amacının yöresel mutfak kültürü ve yerel yemekleri deneyimlemek olan seyahatlerdir. "Yemek turizmi", "tatma turizmi" veya "mutfak turizmi" olarak da ifade edilmektedir. Gastronomi turizmi, turistik faaliyetler içerisinde zamanla daha fazla katılımcının dâhil olduğu turistik bir hareketlilik olmasının yanı sıra yerel kültürün ve mutfak kültürünün korunma bilirliliği açısından da önem kazanmıştır. Sürdürülebilir gastronomi, yerel ürünlerin fiziki ve beşeri etmenlerden korunmasını üretimin güçlendirilmesini kapsamaktadır. Gastronomi turizmi ve dahilinde sürdürülebilir

gastronomi yerel yiyecek-içecek işletmelerinin kalkınmasını ve devamlılığını desteklemektedir (şimşek ve Akdağ 2017:357).

Dışarıda yemek yeme olgusu, genel anlamda ev dışı yiyecek içecek tüketimiyle ilintilidir. Ticari anlamda ise dışarıda yemek yeme bireylerin ev dışı bir işletme tarafından üretilen ve hizmete sunulan yiyecek ve içecekleri ücret karşılığında tüketmelerini ifade etmektedir. Bu nedenle dışarıda yemek yeme, yiyecek içecek hizmetleri endüstrisinin varlık sebebi olarak görülmektedir (zdemir, 2010:220). İnsanlar bir yemeğİ deneyimlemek, özel bir restoranı veya yerel bir esnaf lokantası ziyaret etmek için de turizm faaliyetlerine katılım göstermektedirler. Turizm faaliyetlerine katılan bireylerin birinci ncelliğİ dinlenme ve kültürel amaçlı seyahatler olsa da gastronomik amaçlı faaliyetler de önemli yere sahiptir (Akbiyuk, 2021:128).

Dışarıda yemek yeme olgusu sanayileşme, kentleşme ve modernleşme gibi süreçlerin sonucunda Batı Avrupa’da ortaya çıkmıştır. 2. Dünya savaşı sonrası değİşen ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal koşulların öncesine göre toplumun psikolojik olarak yararlanabileceğİ yeni yemekler ve zevkler sunduğ izlenmiştir. Modernleşme ile birlikte kazanılan toplumsal statüler, akrabalığa verilen önemin azalması dışarıda yemek yeme pazarının oluşmasında önemli faktörler olarak görülmektedir. Bireylerin seyahat etme sıklıkları sanayileşme ve kentleşme olgusu ile birlikte artmıştır. Bu bireylerin evlerinden uzakta beslenme ihtiyaçlarını karşılama zorunlulukları, dışarıda yemek yemenin ticari bir faaliyete dönüşmesine sebep olmuştur (Akarçay ve Suğur, 2015:10-15).

Yemek yeme, biyolojik ihtiyaçların karşılanmasının yanında, insanların birbiriyle kaynaştıkları, sohbet ettikleri, eğlendikleri, sevinç ve üzüntülerini paylaştıkları, kutlamalar yaptıkları ve böylece sosyal gereksinmelerini karşıladıkları bir olgudur. Geçmişte insanlar restoranları ve esnaf lokantalarını tercih ederek aynı zamanda sosyal bir faaliyette bulunmaktaydılar. Günümüzde hızlı kentleşme, sanayileşme, batı kültürüne açılma, yemek hazırlama zamanın kısıtlı olması, kitle iletişim araçlarının etkisi, reklamlar, gıda sanayinin gelişmesi gibi birçok etken doğal olarak fastfood (hızlı hazır yemek) beslenme sisteminin gelişmesine yol açmıştır. Bu gelişme restoranların ve esnaf lokantalarının sürdürülebilirliğini tehlikeye sokmaktadır (Sormaz vd.,2008:1218).

Yiyecek- içecek işletmeleri sürdürülebilirlik açısından ele alındığında gıda atıkları, enerji kullanımı, mutfak kültürünün korunması ve kurumsal varlıklarının sürdürülmesi gibi farklı perspektiflerle incelenmelidir. Sürdürülebilirlik, kaynakların korunması ve devamlılığını işaret ederken aynı zamanda doğru ve kontrollü üretmeyi de ifade etmektedir. Gıda sektöründe amaca uygun üretim, doğru işleme ve uygun depolama sürdürülebilirlik için önemli unsurlardır. Gıda sektöründe her yıl artan gıda atıkları ve gereksiz enerji kullanımı sürdürülebilirlik kavramını önemini ortaya çıkarmaktadır. Bu alanda sürdürülebilirlik, gıdaların üretiminden tüketimine uzanan süreçte ortaya çıkan ekonomik ve ekolojik zararları en aza düşürme olarak özetlenebilir.

Esnaf lokantası kavramı; birbirine yabancı insanların aynı ortamda ve hatta bazen aynı masada yer alarak yeme-içme faaliyetlerinde bulunmaktan keyif aldıkları, gün boyu ızgara ateşinin yandığı, tencere ve kazan yemeklerinin başköşede yer aldığı ve kendine özgü servis ve masa kültürüne sahip olan güven ve samimiyet ilişkilerine dayalı yeme-içme işletmeleri olarak ifade edilmektedir. Esnaf lokantalarının geleneksel miras ve misyonla genellikle babadan/oğula aktarılacak yoluyla sürdürülebildikleri korunmaya çalışılmıştır (Çelik vd., 2020:1293).

Esnaf lokantalarının temel amaçlarından biride süreklilik veya varlığını devam ettirebilmektir. Kurumsal sürdürülebilirlik olarak adlandırılan bu gereksinim ekonomik bir amaca sahip işletmelerin faaliyetlerini sürdürme çabasıdır. Kurumsal sürdürülebilirlik ile yiyecek-içecek işletmeleri karşılaşacakları riskleri en aza indirgeyerek daha güçlü ve kurumsal bir yapıyı gelecek nesillere aktarmayı planlamaktadırlar. Türkiye’de, yiyecek-içecek alanında çok farklı bir yere sahip olan lokantacılık hizmetinde, genellikle işletme sahip ve çalışanlarının eğitim düzeyi yeterli düzeyde değildir. Markalaşma ve kurumsallaşma çalışmaları, nitelik ve nicelik olarak düşük iş gücü potansiyelleri, tanıtım ve tutundurma hareketleri kurumsal sürdürülebilirliklerini karşılayacak nitelikte değildir. Öte yandan yöresel ve tarihi mutfak kültürünü taşıyıcı nitelikte olan esnaf lokantalarına istenilen destek verilmemektedir. Ülke ekonomisine ve turizmine katkı sağlayan lokantacılık kültürünün gelecek kuşaklara aktarılabilmesi amacıyla gerekli önlemlerin ivedilikle alınması son derece önem arz etmektedir.

Türkiye’de esnaf lokantaları Turizm sektörü içerisinde yer alan yiyecek-içecek işletmeleri arasında %11,5 oranıyla önemli bir kısmını temsil etmektedir. Aynı

zamanda yiyecek-içecek sektörü içerisinde küçük ölçekli işletmeler grubunu yansıtmaktadır. Dolayısıyla bu işletmelerin varlığını koruması, doğru yönetilmesi ve karlılığı kendi çıkarlarının yanı sıra turizm sektörünün verimliliği açısından da önem arz etmektedir. Esnaf lokantalarının yıllar içerisinde gelişimi incelendiğinde yenilikçi hareketleri önemli bir kriter olarak görmedikleri ortaya çıkmıştır. Bu durum esnaf lokantalarının geleneksel kültürlerinden kopamaması, sürekli müşterilerinden vazgeçmedikleri ve kendilerine rakip görmemeleri ile açıklanmaktadır. Esnaf lokantaları yöneticilerinin perspektif değiştirerek sürdürülebilirliklerini sağlamaları gerekmektedir (Akoğlan-Kozak ve Zencir, 2012: 15).

## **2.5.Esnaf Lokantaları**

### **2.5.1. Esnaf Tanımı ve Tarihsel Gelişimi**

Geçmiş ilkçağlardaki takas yöntemine kadar uzanan esnaflık, tüketim olgusunun varoluşundan itibaren önemli bir yer tutmuştur. Gelişmiş veya az gelişmiş tüm ülkelerde ekonominin sağlıklı bir şekilde işleyebilmesi için küçük ve orta ölçekli işletmelerin varlığı ve ekonomi içindeki payları büyük önem arz etmektedir. Türkiye’de de ekonomik ve toplumsal açıdan bakıldığında, esnaf ve sanatkarlar ile KOBİ’ler önemli bir konuma sahiptir (Yıldız vd.,2013: 123-124; Baykul ve Dulupçu,2009: 67-68).

Arapçada sınıflar anlamına gelen "esnaf" tabiri imalatçı, zanaatkar ve sanat erbaplarını içerisinde barındıran kapsamlı bir ifadedir. Esnaf ve KOBİ kavramları çoğu zaman birbirinin yerine kullanılabilen ekonomik ve sosyal politikalar bakımından arz ettikleri ortak özellikler sebebiyle benzerlik gösteren iki yapılanmadır. Küçük esnaf işletmelerinin yarısından fazlası tek kişi tarafından idare edilen, diğer kısmı 10 veya daha az işçi çalıştıran işletmelerdir. Gelirlerini kendi emeklerine dayalı olarak elde etmeleri bakımından işgörenlerle benzerlik taşımaktadır. Kendi sermayesi ile bağımsız bir şekilde çalışması ise tacire benzeyen yanlarıdır. Buradan yola çıkarak esnaflığın tacir ile işgören kavramlarının arasında yer aldığı söylenebilir (Çelebi vd., 2009: 3; Büyükboyacı, 2011:159; Demirer, 2017: 154; Erdeğirmenci, 2015: 10).

Esnaf ve sanatkâr terimlerinin kapsamı ve anlamı konusunda kesin bir fikir birliği bulunmamakta, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde farklı tanımlamalar

yapılmaktadır. Bunun sebebi işletmeler için kullanılan küçük ifadesinin göreceli olmasıdır. Bir ülkede küçük olarak algılanan kavramın diğer bir ülkede büyük olarak düşünülebilmektedir (Çelebi vd., 2009: 3; Yıldız vd., 2013: 123-124).

Esnaf tanımını Türk Hukuk Mevzuatında farklı kanunlarda bulmak mümkündür. 6102 sayılı Ticaret Kanunu'nda esnaf tabirine yer verildiği görülmektedir. İlgili kanunun on beşinci maddesinde esnaf, “ister gezici olsun, ister bir dükkânda veya sokağın belli yerlerinde sabit bulunsun, ekonomik faaliyeti sermayesinden fazla bedeni çalışmasına dayanan ve geliri on birinci maddenin ikinci fıkrası uyarınca çıkarılacak kararnamede gösterilen sınırı aşmayan ve sanat veya ticaretle uğraşan kişi” olarak tanımlanmıştır. Yine mevzuatta yer alan 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanununun 3. maddesine göre; “İster gezici ister sabit bir mekânda bulunsun, Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulunca belirlenen esnaf ve sanatkâr meslek kollarına dâhil olup, ekonomik faaliyetini sermayesi ile birlikte bedeni çalışmasına dayandıran ve kazancı tacir veya sanayici niteliğini kazandırmayacak miktarda olan, basit usulde vergilendirilenler ve işletme hesabı esasına göre deftere tabi olanlar ile vergiden muaf bulunan meslek ve sanat sahibi kimseler” olarak tanımlanmaktadır (Yıldız vd., 2013: 123-124; Demirer, 2017: 154; Biniş, 2015: 53; Büyükboyacı, 2011: 159; Baykul ve Dulupçu, 2009: 67-68).

Küçük işletme özellikleriyle esnaf ve sanatkârlar, sağlamış oldukları üretimle ekonomik büyümeye ve sosyal yaşama katkıda bulunurken ekonomide istikrarın sürdürülmesinde etkin rol oynamaktadır. Esnek bir yapıya sahip olan bu işletmeler ekonomik dalgalanmalara karşı dayanıklılık gösterip piyasanın taleplerine hızlı cevap vermektedirler. Türk ekonomisinde de önemli bir yeri olan esnaf ve sanatkârlar, ülkedeki işsizlik sorununa ve istihdamı arttırmaya, üretime, piyasaların işlemesine, bölgeler arası dengeli gelişmeye ve büyümeye katkıda bulunma, büyük sanayi işletmelerinin tamamlayıcısı durumunda olma ve yan sanayi olarak faaliyette bulunma, nitelikli elemanların yetiştirilmesine katkıda bulunma, gelir yelpazesi içinde orta sınıf rolü oynama ve denge unsuru olma gibi özelliklerinden dolayı ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır (Yıldız vd., 2013: 123-124; Çoban ve İrmiş, 2015: 31-32; T.C Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2017: 5)

Esnaflık ve küçük işletmeler ülkemizde toplam işletmeler içinde %98, toplam istihdam içinde %60, toplam üretim içinde %37, toplam yatırım içinde %26'lık paya sahiptir (T.C Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2017: 5)

Geleneksel bir nitelik taşıyan esnaf ve sanatkârlar nesilden nesile aktararak Türk toplumunda önemli bir yer edinmiştir. Esnaflığın tarihi incelendiğinde 13. Yüzyıldan 18. Yüzyıla kadar “Ahilik” daha sonraları “Lonca teşkilatı” altında birleşmiş bir yapılanma görülmektedir. 20.Yüzyıl başlarına kadar sosyal ve ekonomik hayatın düzenlenmesinde önemli bir fonksiyonu olan bu teşkilatlanmalar zaman zaman devlet yönetiminde de etkili olmuştur (Çıkrıkçıoğlu, 1987: 2).

#### **2.5.1.1. Ahilik**

Türk toplumunda esnaflık kültürünün tarihine bakıldığında zaman Türk boylarının 12. Yüzyıldan itibaren doğudan Anadolu'ya göç ederek yerleşik bir hayat oluşturmaları şeklinde başlamıştır. Esnaflık kavramının var olması belirli kurallar çerçevesinde düzenlemeler yapılma ihtiyacını doğurmuştur. Her ne kadar İslam temellerine dayanan fütüvvet anlayışı olsa da düzenli bir teşkilatlanma örneği olarak ilk “ahilik” kavramı karşımıza çıkmaktadır. 13. Yüzyıl ile 18. Yüzyıllar arasında var olan ahilik daha sonra yerini loncalara bırakmıştır (Milli Eğitim Bakanlığı, 2019: 19; Çıkrıkçıoğlu, 1987: 4; Taner, 2009: 1).

Anadolu Selçuklularından bu yana sistemli bir şekilde çalışarak oluşturulan esnaf teşkilatlanması olan ahilik Avrupa'da oluşan “Collegia” denilen lonca yapılanmalarına benzetilmesine karşın oldukça farklıdır. Misyonunu çok daha eskilere dayanan fütüvvet anlayışından almaktadır. Arapça genç, yiğit, delikanlı anlamına gelen “feta” kelimesinden türeyen Fütüvvet; Allah'ın emirlerine uyma, ibadet etme, kötülüğü bırakma, güzel ahlaka sahip olma demektir. Fütüvvet sahibi olabilmenin temel şartı, kendini değil başkalarını düşünmek, insanların kusur ve eksikliğini aramamak; mert, yiğit ve kerem sahibi olmaktır. Bu özellikleri taşıyan Müslüman tüccarın ticari hayatlarında karşılıklı yardımlaşma, cömertlik ve yiğitlik gibi konularda birleşmeleri fütüvvetin temelini meydana getirmektedir (Çıkrıkçıoğlu, 1987: 4; Akgündüz, 2014: 11; Büyükboyacı, 2011: 164; Hacıgökmen, 2012: 268).

Ahi kavramı; kardeş, arkadaş, yaren, dost, yiğit anlamlarında kullanılmaktadır. Fakat Ahi kelimesinin kaynağı hakkında iki görüş bulunmaktadır. Bunlardan ilki Arapça “kardeşim” demek olan “ahi” kelimesinden geldiği; diğeri ise “eli açık, cömert” anlamına gelen “akı” kelimesinden geldiğidir. İkinci görüşte meydana gelen ses olayını Anadolu’da “k” harfi h veya g şeklinde (ohumak, bahmak gibi) telaffuz edildiğinden “akı” kelimesinin ahîye dönüşmesi olarak yorumlanmaktadır. Ahilik terimi ise belli kurallarla üretime dayalı işleyen esnaf ve sanatkârlar birliğini ifade eder (Akgül, 2017: 12; Akgündüz, 2014: 10; Alper, 2017: 2032; Cihangir ve Karakaya, 2016: 115).

Ahilik kurumunda yer alan kişi mutlaka sanat, ticaret ya da bir mesleğe mensup kimsedir. Ahiliğin temel amacı esnafların etik ve ahlaki davranış çerçevesinde hareket etmesidir. Ahi olan kişinin olgun, ahlaklı, iyiliksever, merhametli, dürüst ve güvenilir olması beklenir. Yerleşik hayatın düzenlenmesi, toplumda birliğin ve refahın sağlanması, sosyal adaletin sağlanması ve geliştirilmesi, kişiyi yararlı, ahlaklı ve bilinçli hale getirmek, yoksulluk, sosyal dışlanma, muhtaçlık, gelir adaletsizliği, eşitsizlik, ayrımcılık gibi durumlara karşı önlem almak ahi birliklerinin temel amaçlarıdır. Diğer önemli amacı ise Asya’dan Anadolu’ya ticaret amacıyla gelen esnafın yerli Bizanslı esnaflar karşısında rekabet edebilmek ve ticaretleriyle yeni bir hayat tarzı oluşturulmasında destek olmaktır (Alper, 2017: 2030-2032; Akgül, 2017: 12; Yüksel, 2015: 289-290; Çoban, 2017: 90).

Ahiliğin resmi olarak teşkilatlanma olarak bir araya gelmesi Ahi Evran vasıtası ile olmuştur. Ahi Evran’ın asıl adı Şeyh Nasîrüddîn Mahmud Ahi Evran b. Abbasdır. 1171’de Azerbaycan sınırları içerisinde bulunan Hoy’da doğupHorasan da yetişen Ahi Evran debbağlık mesleği ile uğraşmıştır. 13. Yüzyılın başlarında Anadolu’ya gelip ilk olarak debbağları Konya’da ahilik çatısı altında toplamış ardından tüm esnaf bu yapılanmaya dahil olmuştur. Bu yüzden ki Türk toplumunda en eski ve sistemli esnaf ve sanatkârlık olarak debbağlık( dericilik) ve demircilik görülmektedir. Daha sonra Ahi Evran’ın Kırşehir’e yerleşmesi ile Ahiliğin merkezi Kırşehir haline gelmiştir. Orada hocası Evhadud-din Kirmani’nin kızı Fatma ile evlenmiş ve hanımını da “Fatma Bacı” ya da “Kadın Ana” adıyla Anadolu’nun ilk kadın örgütlerinden biri olan “Bacıyan-ı Rum” (Anadolu bacıları) örgütünün kurucusudur. İlk kadın teşkilatlanması örneği olan Bacıyan-ı Rum, özellikle savaş dönemi oldukça etkili olmuştur.Ahiliğin kurucusu olarak

kabul edilen Ahi Evran esnaf ve sanatkârları bir birlik altında toplayarak, sanat ve ticaret ahlâkını, üretici ve tüketici çıkarlarını güven altına almak suretiyle, toplumda var olan politik ve ekonomik çalkantılar içinde onların yaşama ve direnme gücüne sahip olmaları sağlanmıştır (Çıkrıkçıoğlu, 1987: 4-15; Küçükdağ, 2017: 180; Çoban, 2017: 90; Büyükboyacı, 2011: 164; Cora, 2017: 3-4; Akgül, 2017: 13).

Ahi birliğinde yürütülen esnaflık kurallarla şekillenmekteydi. Üretilen sanat veya meslekleri için gerekli olan hammadde tedarikinden, işleyip satılış aşamasına kadar geçen süreç belirli kurallar çerçevesinde standartlaştırılmaktaydı. Her türlü ekmek, unlu mamul, kasapların ve hayvanların özellikleri, fiyatları, temizliği, aşçıların, garsonların ve lokantalarda kullanılan ekipmanın temizliği belirli kurallar çerçevesinde düzenli olarak teftiş edilmekteydi. Yapılan bu düzenlemeler esnaf ve sanatkâr arasında çekişmeyi ve rekabeti ortadan kaldırarak yerini düzen ve huzur ortamına bırakmaktaydı. Ahilikte düzeni sağlamak için ceza sistemi uygulanmaktaydı. Sistemli bir kalite kontrol mekanizması olan ahilikte, imalatın standardın altına düşmesi, sahte mal üretilip gerçek gibi satılmaya çalışılması suç niteliği taşımaktaydı. Yapılan hatanın önemine göre kınama, para cezası, dayak atma, hapis cezası veya meslekten men edilme gibi cezalar uygulanmaktaydı. “Pabucun dama atılması” tabiri bu dönemde kalitesiz mal üreten esnafın ürününü dama atılarak, suçunun herkesçe bilinir duruma getirilmesi ahilik döneminde uygulanan cezalara bir örnektir (Çıkrıkçıoğlu, 1987: 16; Akgül, 2017: 8-15; Akgündüz, 2014: 16).

“Eline, beline, diline hakim ol” ve “alın, kalbi, eli açık ol” felsefelerini benimseyen Ahilik teşkilatlanmasına katılmak belirli düzenlemeler çerçevesinde gerçekleşmekteydi. Ahi olmak için gerekli olan kişilik özelliklerini taşıyan esnaf, yetkili kişiye başvurması ve onay alması gerekliydi. İstenildiği takdirde teşkilattan çıkmak mümkündü. Geleneksel bir yapısı olan Ahilik çıraklıktan ustalığa uzanan bir yolculuğu temsil ediyordu. Ahi Fütüvvetnamelerinde belirlenen iş ve ahlak disiplini ile şeyh, usta, kalfa, çırak hiyerarşisi içinde çalışmak ibadet hâline gelmişti. Hiyerarşik sistemde herkes birbirine sevgi ve saygı çerçevesinde davranırdı. Çıraklar, kalfalarına saygı duyar, kalfa ise çırağına sevgi duyar ve mesleğin tüm inceliklerini öğretmesi gerekirdi. Mesleğin inceliğinde sadece teknik bir eğitim verilmez, öncelikle ideal insan olmanın kuralları öğretilir, bunun

yanında teknik eğitim verilirdi. İdeal insan olabilmek için herkese iyi davranmak, saygıda kusur etmemek, yeme- içme adabına uymak gibi görgü kuralları yanında, mesleğini en iyi şekilde icra etmek, tüketiciyi kandırmamak, kaliteli ürün çıkarmak, dürüst olmak öğretilir, yoksul/muhtaç durumda olanlara yardım etmeye yönlendirilmekteydi (Yüksel, 2015: 492; Cora, 2017: 5; Çıkrıkçıoğlu, 1987: 16; Akgül, 2017: 13).

Teşkilatta Ahi birliklerinin fiilen çalışan yamak, çırak, kalfa ve ustalardan oluşan dahili üyeler ile herhangi bir sebeple çalışamayan emekliler, güçsüzler, sakatlar ve hastalardan oluşan haricî üyeler olmak üzere iki sınıf üyesi bulunmaktaydı. Dâhili üyeler çocuk yaşta bir esnafın yanına yerleştirilerek mesleki ve ahlaki eğitimi üst personel tarafından verilirdi. Bir esnafın yanında çalışmak üzere verilen 10 yaşından büyük olmayan çocuklara yamak denirdi. Bir kimse iki yıl yamaklık yaptıktan sonra çırak, üç yıl çıraklık yaptıktan sonra kalfa, üç yıl kalfalıktan sonra ustalığa yükseltilirdi. Her yükselme belirli tören ile yapılırdı. Yükselme merasimlerine “Şed Kuşanma Merasimi” denirdi. Mesleki eğitim her aşama da titizlikle verilir ayrıca ahlaki ve dini eğitim ile silah kuşanma ve ata binme becerileri de kazandırarak orduya gerekli olduğu koşulda asker temini yapılırdı. Ahilikte benimsenen eğitim sistemi bireyin çatışmacı değil dayanışmacı bir ruha sahip olmasını, zengin ile fakir üretici ve tüketici, emekçi ve sermayedar, halk ve idareciler olmak üzere tüm toplum kesimleri ile iyi münasebetler kurmasını, herkesin huzur içinde yaşamasını sağlamıştır (Çoban, 2018: 724; Çıkrıkçıoğlu, 1987: 17).

İslami değerler çevresinde şekillenen ahilik teşkilatında her meslekte bir pir yani “ilk usta” bulunmaktaydı. Tüccarların piri Hz. Muhammet, seyyahların piri Hz. İsa, kasapların piri Ebu’l Muhcin ve aşçıların piri ise Hz İbrahim’di. Hz. İbrahim helal kazanç elde etmek adına Allah’a kendisine bir zanaat öğretmesi hususunda dua etmiştir. Allah Hz. Cebrail’e aşçılık hünerini Hz. İbrahim’e öğretmesini buyurur. Böylece Hz. İbrahim aşçılık mesleğinin öncüsü olarak kabul edilmiştir. Ahilikte genellikle sahaflar çarşısı, kunduracılar çarşısı gibi her esnafın kendi adıyla anılan bir çarşısı vardır. Her meslek grubu kendi mesleğine ait olan bölgede faaliyet gösterirken aşçılar her zaman ihtiyaç duyulabileceği için her bölgede lokanta veya fırın dükkânı açma hakkına sahiptir (Alper, 2017: 2030-2032; Bayram, 2012: 101; Cora, 2017: 5).

Ahî teşkilatı XIX. yüzyılın ilk yarısına kadar etkilerini sürdürmüştür. İslamiyet çevresinde şekillenen Ahi anlayışı Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul fethinden sonra sayısı giderek artan gayrimüslim esnafın teşkilatlanma ihtiyacı, Ahiliğin Müslümanlara özgü olan yapısını zedelemiştir. Ortaya çıkan merkeziyetçi tutum sonucu Ahilik geleneğinden uzaklaşmıştır. Artık nitelikleri Ahilik özelliklerini taşıyan ancak Müslüman ve gayrimüslim esnafın aynı çatı altında var olmasını sağlayan lonca teşkilatına dönüşmüştür. Ahi babanın rolü Lonca teşkilatının ortaya çıkmasıyla değişmiş, esnaf amirlerinin (şeyh) adı da "Kethüda, Yiğitbaşı, Kâhya, Nizam Ustaları" olarak değiştirilmiştir. Ahiliğin çöküş nedenlerinden bazıları ise ekonomik faaliyetlerin araç değil amaç haline dönüşmesi, toplumsal huzur ve refahın amaç olduğunun unutulmasıdır (Yüksel, 2015: 497; Çoban, 2018: 725; Küçükdağ, 2017: 190; Okumuş vd., 2018: 9-10; Çıkrıkçıoğlu, 1987: 17).

#### **2.5.1.2. Lonca teşkilatı**

Lonca teşkilatı 13. Yüzyılda ortaya çıkan ahiliğin devamı niteliğindedir. Fakat gerek ekonomik ve sosyal yapısının büyüklüğü gerekse gayrimüslim esnafı da içinde barındıran nüfus alanının genişliği nedeniyle farklı fonksiyonları da yerine getiren bir niteliğe sahiptir. Lonca teşkilatının tam olarak organizasyonel bir yapıya dönüşmesinde çok uluslu oluşunun ve toprak genişliğinin etkisi oldukça fazladır (Akbaş vd., 2018: 165; Akgündüz, 2014:13).

Ahi teşkilatları zamanın uyum sağlayarak farklı özellikler kazanarak lonca isimli esnaf örgütlerine dönüşmüşlerdir. Bu şekilde ortaya çıkan loncalar uzun yıllar boyunca Osmanlı ekonomisinin temel yapıtaşı haline gelmiştir. Lonca sözcüğü, İtalyanca Lociye Loggiya, Fransızca Loj (Loge) kelimelerinden türeyip Osmanlı'da oda anlamında kullanılmaktadır. İlk olarak, hammaddelerin ihtiyaç sahiplerine verildiği yer anlamında kullanılan lonca kavramı, zamanla esnaf birliklerinin üyelerinin toplantı yaptığı yerler için daha sonrada bu birliklerin kendisi için kullanılmaya başlanmıştır. Lonca kavramı aslında esnaf teşkilatlanmasının anlamını genişleterek örgütlenmiş esnaf birlikleri haline dönüşmesini ifade etmektedir (Akbaş vd., 2018: 173; Akgündüz, 2014:13; Salt, 2019: 52).

Lonca teşkilatının ahilikten asıl farkı dini temellere dayanmamasıdır. Fetihden sonra dağılan Bizans loncaları ile Anadolu'dan gelen Ahi teşkilatı dönemin şartlarına göre harmanlanarak her iki örgütlenmeyi içinde barındıracak şekilde yapılmıştır. Azınlık esnafının taleplerinin de artması ile birlikte Ahilik Teşkilatı yerini Lonca Teşkilatı'na bırakmıştır. Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul'u fethetmesiyle birlikte lonca teşkilatının tam anlamıyla faaliyete geçmesi 15.yüzyıl olarak ifade edilmektedir. Bu doğrultuda loncaları ahilik ve fütüvvet anlayışından farklı kılan yegane şey gayrimüslim halkın lonca teşkilatı çatısı altında bulunmasıdır. 17. Yüzyılın İstanbul'una bakılacak olursa loncaların büyük bir çoğunluğunu (%57,9) Müslümanların oluşturduğu görülmektedir. Bu dönemde Hristiyanlar loncaların %24,4'ünü; Yahudiler %1,4'ünü; bu üç din dışında kalanlar ise %16,3'lük kısmı oluşturmaktadır (Akbaş vd., 2018: 173-174; Salt, 2019: 53).

Lonca Teşkilatının kendine has çok sayıda kural ve ilkeleri bulunmaktadır. Temel ilkeleri loncaya katılan yeni üyelere iyi eğitim vermek ve böylelikle üretimde kalite standartlarından taviz vermemektir. Mesleğe sadakat, gelenek ve göreneklere bağlılık gibi çeşitli ahlaki kurallara sahip olan loncalarda, lonca heyetlerinin aldığı kararlara uymayanlar para cezası, loncadan çıkarılma, hapis cezası, grup dışına atılarak yalnız bırakılma, gerçekleştirilen sanattan alıkonulma gibi ağır cezalarla karşılaşabilmekteydi. Lonca teşkilatında ceza sisteminin ahilikten farklı yönü cezalandırmada devlet desteğinin olmasıydı. Bu sistemde esnafın birbirleriyle ve hükümetle ilişkilerini düzenleyen kethüda ve şeyh adı verilen görevliler bulunmaktaydı. Teşkilat tarafından seçilen bu görevliler, kötü davranışı görülmediği sürece görev yapabilmekteydi (Akbaş vd., 2018: 173-174; Salt, 2019: 53; Çiftçi, 2004: 22; Taner, 2009: 17).

Ayrıca Lonca Teşkilatı, örgütlenmeye giriş konusunda Ahi Teşkilatı'nın koymuş olduğu mesleğe giriş engellerini ortadan kaldırmıştır. Lonca Teşkilatı'na girişte herhangi bir dine veya tarikata bağlı olma koşulu aranmamaktadır. Esnaf ve zanaatkâr hangi dine mensup olurlarsa olsun Lonca Teşkilatına dahil olabilmektedir. Teşkilatlanma içindeki hiyerarşi yamak, kalfa, çırak ve usta şeklinde ahilikle aynı devam etmiştir. Ancak kıdem atlarken gerçekleştirilen şed kuşanma töreni eski önemini yitirmiştir. İslam inancı doğrultusunda yapılan bu törenler, gayrimüslim halkın katılması ile sadece sembolik olarak

gerçekleştirilmiştir. Önceleri dini vecibeleri yüksek bireyler kıdem atlarken artık mesleki nitelikleri yüksek bireyler kıdem atlamıştır (Bayram, 2012: 105; Akbaş vd., 2018: 173-174).

Osmanlı Devleti'nde esnaf gerek kendi içindeki ilişkilerde gerek merkezi yönetim ile olan ilişkilerinde belirli düzenlemelere tabidir. Hangi meslekten olursa olsun, ihtiyaç olmadığı takdirde dükkân açmamaktadır. Yeni kurulmak istenen dükkânın üreteceği ve satacağı mallar halkın ihtiyacını karşılar nitelikte ve talep doğrultusunda gerçekleşmektedir. İhtiyaç oranında esnaf (dükkân) bulundurulması hususunda gerekli özen gösterilmiş ve sayının kontrolsüz olarak artışı engellenmiştir. Bu doğrultuda değişik zamanlarda esnaf sayımları gerçekleştirilmiş ve aynı zamanda esnaftan alınacak vergiler belirlenmiştir. Bir dalda ustalaşıp dükkân açmak isteyen, esnaf kurulu tarafından sınava ve incelemeye alınmaktadır. Yeterli meslekî birikimi, ticarî ve kişisel ahlâki ve dürüst kazancı olmayana dükkân açma hakkı verilmemektedir. Sahtekârlık, müşteriye aldatma ve maldan çalma yöntemleri ile kendine aşırı kâr sağlamak isteyenlere bu imkân sağlanmamıştır (Çiftçi, 2004: 27; Genç, 2009: 278; Akbaş vd., 2018: 183).

Loncaların sektörel dağılımına ilişkin değerlendirmelere bakıldığında, 17. Yüzyılda İstanbul'da loncaların büyük bir çoğunluğunun yiyecek sektöründe faaliyet gösterdiği görülmektedir. Berber, hamal gibi loncaların da içinde yer aldığı hizmet sektöründe faaliyet gösteren loncalar, sektörel dağılımda en büyük ikinci kategoriyi oluşturmaktaydı. Giyim sektöründe yer alan loncalar ise, üçüncü en büyük esnaf sınıfını oluşturmaktaydı. Osmanlı döneminde yiyecek içecek ticareti ile geçimini sağlayan birçok esnaf kolu bulunmaktaydı. Bunlar; yoğurtçu, muhallebici, sütçü, ekmekçi, baklavacı, börekçi ve simitçi, pideci, fırıncı, şekerlemeci ve şerbetçi, bakkal, ciğerci, kasap, dondurmacı, balıkçı, meyhaneci ve lokantacı olarak sıralanabilir (Akbaş vd., 2018: 186; Taner, 2009: 184-270).

Lonca teşkilatının yapısının bozularak tarihe karışmasında birkaç etken bulunmaktadır. Bunlardan biri gerileme döneminde olan Osmanlı devletinde Yeniçerilere esnaf olma hakkı verilmesidir. Esnaflığa başlayan kimi yeniçeriler mesleki bilgisinin yetersiz olması ve esnaf teşkilatı ahlâki öğretilmediği için ticaretten beklentilerinin daha çok ekonomik olmasıdır. Bu durum kalitesiz ürün

piyasaya sürülmesine ve ahlaki bozukluklara yol açarak teşkilatın çözülmesini hızlandırmıştır (Salt, 2019: 55; Aydın, 2016: 1).

16. yüzyılın sonlarında, Batıya ait endüstri mallarının Anadolu piyasalarında hâkimiyet sürmeye başlaması sonucu üretilen mallara talep azalmış olup Türk esnafı bu yeni batılılaşma durumuna ayak uydurmakta zorlanmıştır. Bu yeni koşullarda ayakta kalmaya çalışan Türk esnafı hem hammadde temini hususunda sıkıntılarla karşılaşmış hem de ürettiği ürünlere alıcı bulamamaya başlamıştır (Salt, 2019: 55; Aydın, 2016: 1).

18.yüzyıl boyunca Anadolu, ekonomik ve sosyal olarak köklü değişimlere uğramıştır. Sanayileşme ile birlikte geleneksel iş kollarının birçoğu gereksiz hale gelmiştir. Birçok esnaf ekmek teknesini daha hızlı ve seri üretim yapan makinelerle kaptırmıştır. Toplumsal hayat ve üretim sistemi üzerinde, esnaf oluşumlarının etkinliği gittikçe azalmaya başlamıştır. Klasik dönem boyunca toplumun sosyal ve ekonomik yapısını düzenleyen esnaf oluşumları; dünyadaki kesiflerle birlikte yeni sanayi-ticaret yollarının oluşması, kitlesel üretim fikrinin yoğunlaşması ve devlet içindeki siyasi-askeri bozulmalarla birlikte oldukça zayıflamıştır. Osmanlı esnaf sisteminde tekelleşmeye gidilmesi zamanla fiyatların yükselmesine neden olmuştur. 1912’de çıkarılan bir kanuna lonca teşkilatı, 1913’te gedik usulü ve 1924’te esnaf birlikleri resmen tarihe karışmıştır (Bayram, 2012: 81; Buluttekin, 2014: 95; Akgündüz, 2014:13; Toprak, 2004: 2).

#### **2.5.1.3. Cumhuriyette esnaf birlikleri**

Küçük ve orta büyüklükteki işletmeler ülke ekonomileri için her zaman bel kemiği konumunda olmuştur. OECD ülkelerinde işletmelerin % 95’inden fazlasını KOBİ’ler oluşturmaktadır. Türkiye’de önemli bir konumda olan KOBİ’lerin tarihi ahilik ve lonca teşkilatına kadar uzanmaktadır. 20. Yüzyılın başlarında tamamen ortadan kalkan Ahilik ve Lonca teşkilatlanmalarının yerini yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti’nde Odalar, Esnaf ve Sanatkâr Dernekleri, İşçi ve İşveren Sendikaları almıştır (Bayram, 2012: 110; Toprak, 2004: 2; Akbaş vd., 2018: 196).

20. yüzyılın başlarında batıya duyulan ilgiye paralel olarak ekonomideki yabancı unsurların giderek arttığı gözlemlenmektedir. Dönemin Osmanlı’sında esnaf ve sanatkâr birliklerinin yıkılması Avrupa’da olduğu gibi sanayi hareketi sonucu olmadığı için büyük bir boşluk oluşmuştur. 1912’de loncaların tamamen

kaldırılmasıyla esnaf ve sanatkârlar açıkta kalmıştır. Bu yıllarda sanayi faaliyetleri yok denecek kadar azdır. Ziraat ilkel şartlarda yürütölmekte ithalat ve ihracat dışa bağımlı hale gelmiştir. Batı için Türkiye bir hammadde pazarı haline dönuşmüştür (Çıkırıkcıoğlu, 1987: 25).

17 Şubat 1923 tarihinde İzmir’de başlatılan I. İktisat Kongresi Türk iktisat tarihinin dönüm noktası olmuş, bu kongrede ortaya atılan görüşler daha sonra Türk devletinin iktisadi görüş ve kararlarının esasını teşkil etmiştir. Bu kongre de sanayi çırak mekteplerinin açılması, usta kurslarının açılması, esnaf dernekleri ve loncalarının güçlü bir şekilde tesis edilmesi kararları alınmıştır. Osmanlının yıkılışından güçsüz ve dağınık bir yapıya sahip olan esnaf ve sanatkârlar, Cumhuriyetin ilanını izleyen senelerde tekrar eski gücüne kavuşmak için azimle çalışmışlardır (Çıkırıkcıoğlu, 1987: 26)

Kongre de alınan kararlar üzerine 1925 yılında ilk olarak esnaf loncalarını tekrar hayata geçirmek adına çalışmalar başlatılmıştır. Ancak eşzamanlı olarak Ticaret ve Sanayi Odaları yasası gereğince “esnaf odaları” kurulmaya başlanmış olup kurulması planlanan esnaf loncalarının önüne geçilmiştir (Çıkırıkcıoğlu, 1987: 69).

Cumhuriyetin ilanından sonra esnaf ve sanatkârları ilgilendiren ilk yasa 1925 yılında çıkartılan “Ticaret ve Sanayi Odaları Yasası” olmuştur. Bu kanunla, örgütlenme zorunluluğu getirilerek esnaf ve dükkânı bulunan sanatkâr ile küçük tacirin, Ticaret ve Sanayi Odaları tarafından ticaret siciline kaydedilmesi zorunluluğu konmuştur. Esnaf, “dükkânı bulunan sanatkar” ve “küçük tacir” olmak üzere ayırma tabi tutulmuştur. 1926 tarihli Türk Ticaret Kanunu ile tacir niteliğinin gerektirdiği bazı yükümlölüklerden dolayı küçük ticaret erbabını, “tacir” ve “küçük tacir” ayırımı yapılmıştır. 1927 tarihli Teşvik-i Sanayi Kanunu ile de “küçük sanayi” tabiri kullanılarak “küçük sanatkâr” sanayi erbabından farklı bir konumda ele alınmıştır. Böylece 1925 mevzuatında kullanılan “esnaf” tabirinin, “küçük tacir” ile “küçük sanatkâr”ı kapsadığı belirlenmiştir (Toprak, 2004: 8; Çıkırıkcıoğlu, 1987: 65).

Ardından 1943 yılında “Ticaret ve Sanayi Odaları Esnaf Odaları ve Ticaret Borsaları Yasası” çıkarılmış ancak bu yasa hem özel hukuk hem de kamu hukukunun uygulanması sebebiyle birçok karışıklığa neden olmuştur. Bu sebeple süreci 1949 yılında çıkartılan “Esnaf Dernekleri ve Esnaf Birlikleri Yasası”

izlemiştir. 1949 yılında çıkartılan bu yasa ile Esnaf Odaları ile Ticaret ve Sanayi Odalarının birbirinden ayrılarak bağımsız çalışmalarını sağlamaktadır (Çıkrıkçıoğlu, 1987: 65; Toprak, 2004: 7).

Kanunun yürürlükte bulunduğu 1949-1964 döneminde Türkiye'de kurulan dernek sayısı 4.115'e, birlik sayısı ise 113'e ulaşmıştır. Bu dönemde, yasada dayanağı olmadığı halde, 14 Esnaf Federasyonu ve bütün bu mesleki kuruluşların en üst kuruluşu olarak da Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Teşkilatı Konfederasyonu faaliyete geçmiştir. 1964 tarihli Esnaf ve Küçük Sanatkarlar Kanunu ile yeni bir düzenlemeye gidilmiştir. Esnaf ve sanatkarların mesleki örgütleri, yalnız esnaf topluluğunu değil aynı zamanda küçük sanatkarları da kapsayacak şekilde, Esnaf ve Küçük Sanatkarlar Dernekleri olarak adlandırılmıştır. Esnaf ve sanatkarların bağımsız olarak ilk teşkilatlanmaları 1949 yılında kabul edilen 5373 sayılı Esnaf Dernekleri ve Esnaf Birlikleri Yasası ile mümkün olmuş 1964 tarih ve 507 sayılı Esnaf ve Sanatkarlar yasası ile daha da organize bir teşkilatlanma sağlanarak dernek, birlik, federasyon ve konfederasyon hiyerarşisi geliştirilmiştir (Toprak, 2004: 11; Çıkrıkçıoğlu, 1987: 69).

Türkiye'nin II. Dünya Savaşı'ndan sonra hızla sanayileşmesi ve 60'lı yıllarda planlı ekonomiye geçiş, ülkede ölçekleri büyütmüş, bugün KOBİ diye nitelenen küçük ve orta büyüklükteki işletmelere gelinmiştir. Esnafa verilen önem 1982 Anayasası'nda da teminat altına alınmış olup, ilgili Anayasanın 173. maddesi esnaf ve sanatkârlara ayrılmıştır. İlgili maddede: “Devlet, esnaf ve sanatkârı koruyucu ve destekleyici tedbirleri alır.” ifadesine yer almaktadır (Toprak, 2004: 11; Salt, 2019: 30).

### **2.5.2. Lokanta Tanımı ve Tarihsel Gelişimi**

Lokanta tanımı yapılmadan önce literatürde “lokanta” ve “restoran” kavramlarının birbirinin yerine kullanılabildiğinden altını çizmek gereklidir. Turizm Bakanlığı Turizm Nitelikleri Yönetmeliği'ne ve TDK'ya göre bu iki kavram eş anlamlı olarak kabul edilmektedir (Akoğlan Kozak ve Zencir, 2012: 4; Sürmen ve Bayraktar, 2018: 49).

Lokanta kavramı dilimize İtalyanca “Locanta” teriminden geçmiştir. Türk Dil Kurumu Sözlüğünde lokanta, yemek pişirilip satılan yer, aşevi, restoran; lokantacı, lokanta işleten kimse; lokantacılık ise lokantacının yaptığı iş olarak

tanımlanmaktadır. Eski dönemlerde konaklama odaları da bulunan aşçı dükkânı, han şeklinde tasvir edilen lokanta kelimesi, Ahmed Vefik Paşa'nın, Lehce-i Osmani adlı eserinde; Aşçı dükkânı, bekâr konağı ve hanın alafrangası olarak da tanımlanmaktadır (Lokantacılık Meslek Kılavuzu, 2021: 11; Tetik, 2022: 108; Sürmen ve Bayraktar, 2018: 49; Gökyıldız, 2009: 11).

Restoran kelimesi Fransızca “restore”den gelmekte olup yeniden düzenlemek, formuna sokmak anlamına gelmektedir. Tarihsel süreçte “restaurer”, “restaurar” ve “restaurant” şeklinde kullanılmış ve değinilen unsurların “yenilemek” ve “onarmak” olduğu görülmektedir. Restoran kelimesi için sözlüklerde ve çalışmalarda farklı tanımlamalar bulunmaktadır. Türk Dil Kurumunda restoran kelimesinin karşılığında lokanta yer almakta ve “yemek pişirilip satılan yer, aş evi ve restoran” anlamına gelmektedir. İŞKUR'a göre restoran işletmecisi ise “Konuklara yemek ve içki sağlamak için bir restorani kendi hesabına ya da ortak olarak çalıştıran kişidir” şeklinde açıklanmaktadır. Bu açıklamalardan hareketle, lokantacılık “konuklara çeşitli yemek ve içecek sağlamak için bir restoranın işletilmesi mesleği” olarak tanımlanabilir (Badem ve Öztel, 2018: 73; Lokantacılık Meslek Kılavuzu, 2021: 11; Çakmak ve Sarıışık, 2020: 364).

Dışarıda yemek yeme kavramı olarak yeme ihtiyacının ev dışında bir yiyecek içecek işletmesinde karşılanma durumudur. Ticari olarak ise ev harici herhangi bir işletme tarafından bir ücret karşılığında üretilen ve servis edilen yiyecek ve içeceklerin tüketimini ifade etmektedir. Yiyecek içecek işletmeleri hakkında ise farklı tanımlamaların yapılması ile beraber “Yiyecek- İçecek işletmeleri yapısı, şekli, teknik donanımı gibi nicel sosyal değeri, hizmet-ürün ve personel kalitesi gibi niteliksel olgular ile müşterilerin açlık ihtiyaçlarının karşılanmasını mesleki olarak sağlayan sosyal, ekonomik ve disiplin altına alınmış örgüttür” tanımı yerinde olacaktır (Badem ve Öztel, 2018: 71).

Tarihsel olarak yiyecek içecek işletmelerine ihtiyaç bireylerin seyahati sırasında doğmuştur. Bu temel ihtiyaç, insanların seyahatleri ve geçici konaklamaları süresince de giderilmesi gereken bir zorunluluk hâline gelmiştir. Öncelikli olarak seyahat edenlerin barınabilecekleri yerler inşa edilmiş, sonrasında yemek yemelerinin de sağlanması amacıyla çalışmalar yapılmıştır. Başlangıçta hem konaklama hem de yeme-içme hizmetlerinin aynı yerde sunulduğu ilkel yapılar ortaya çıkarken bu yapılar zamanla gelişerek daha özellikli yapılar hâline

gelmiştir. Bu zorunluluk doğrultusunda yeme-içme hizmeti sunan yapılar ortaya çıkmıştır. Seyyahların seyahati sırasında oluşan ihtiyaçları karşılamak için ortaya çıkan yapılara hanlar, kervansaraylar ve tavernalar örnek verilebilir (Benli, 2019: 2; Çakmak ve Sarıışık, 2020: 364; Özdemir-Güzel, 2017:4; Bulut, 2019: 541).

İpek yolu ve Baharat yolu üzerinde bulunan ticaretin canlı olduğu bölgelerde seyyahların ve tüccarların ihtiyaçlarını karşılamak adına kervansaraylar bulunmaktaydı. Bu kervansarayların başlıca faaliyeti ihtiyaç duyanların konaklaması üzerineydi. Aynı zamanda tamamen ücretsiz olan bu yapılar konaklayan kişinin her türlü ihtiyacını karşılamak üzerine düzenlenmişti. Konaklama, yiyecek-içecek sağlama, hayvanların bakımı için gerekli donanım, hamam, berber, mescit ve her türlü tamir ustaları bulunmaktaydı. Kervansaraylar binek hayvanların kat edebileceği mesafe hesaplanarak aşağı yukarı 40 km aralıklarla kurulmaktaydı. Şehirden uzak olan bu yapılar güvenliğin sağlanması adına kale görünümünde inşa edilmekteydi. Anadolu Selçuklu Devleti'nde önemli bir konumda olan kervansarayların yerini Osmanlı Devleti'nin kurulmasıyla yavaş yavaş hanlar ve bedestenler almıştır. Bu yapılar kervansaraylardan farklı olarak şehir merkezlerinde konumlanmıştır. Yapı olarak daha küçük olmaları ve sadece temel ihtiyaçları karşılayacak nitelikte yapılması hanları kervansaraylardan farklı kılan bir başka noktadır (Acun, 2007: 14-17; Kılıçoğlu, 1985: 2-14; Sönmez, 2007: 274).

Bugünün yiyecek içecek işletmelerinin temeli olan kurumlardan biri de "İmaret(Aşevi)"dir. İmaretler ihtiyaç sahiplerine karşılıksız yemek hizmeti sunmak adına kurulmuş sosyal yardımlaşma müesseseleridir. Türk tarihinde çok eskilere dayanan bu yapılar Osmanlı döneminde özel bir konumdadır. İmaretlerde medrese öğrencilerine, tesiste konaklayan misafirlere, tesis çalışanlarına ve her türlü ihtiyaç sahibine yemek hizmeti sunulmaktadır. Günümüzde Kızılay benzer nitelikler taşıyan bir kurum olarak karşımıza çıkmaktadır (Gürbıyık, 2015: 24-25; Utkugün ve Ortak, 2019: 119-120; Erdeğirmenci, 2015: 11).

İnsanların toplu olarak yemek yeme alışkanlıkları 12.000 yıl öncesine kadar dayanmaktadır. Romalılarda ve Antik yunanlarda banket faaliyetlerine 2500 yıl öncesinde rastlanmaktadır. Bugün bildiğimiz anlamıyla restoranların bir işletme olarak açılması ve kişiye özel hizmet vermeye başlaması insanlık tarihinde yakın bir geçmişe sahiptir. Geç başlayan restorancılığın gelişimi ise dönemsel

gelişmelere paralel olarak hızlı gerçekleşmiştir. Bugünkü restoranların ortaya çıkışı, 14. Louis'nin gösterişli döneminden sonra Fransa'ya gelen kişilerin yemek ihtiyaçlarını kaldıkları odalarda kendi kendilerine veya toplu yemek sunan yerlerden sipariş vererek gidermelerine dayanmaktadır (Badem ve Öztel, 2018: 72; Akoğlan-Kozak ve Zencir, 2012: 2).

İlk restoran işletmesi 1765 yılında Boulanger tarafından Paris'te açılan "Restorante" dir. Bu dükkanda "restaurers" adını verdiği kişilere şifa verdiği iddia edilen çorbalar satılmaktaydı. Bu doğrultuda restoran kelimesinin "*Restaurers-iyileştiren*" kelimesinden geldiği görülmektedir. Bir afiş olarak duvara asılan restoran kelimesi zamanla müşterilere yemek seçeneklerinin sunulacağı tesisler olarak literatüre geçmiştir. Boulanger'den sonra, ilk menüsü ve masa servisi olan restoran 1782 yılında Beauvillers tarafından açılmıştır. Bunu takip eden Fransız devrimi, restorancılığı etkileyen önemli bir olaydır. Fransız Restoran Devrimi denen Fransız devrimi ile birlikte açılan bu işletmeler yavaş yavaş kapanmıştır. Devrimle birlikte işsiz kalan ünlü aşçıların kendilerini geçindirmek için farklı ülkelere göç ederek, yaptıkları işleri devam ettirmek adına restoranlar açmaları, restoranların dünyada yayılmasının önemli nedenlerindendir (Akoğlan-Kozak ve Zencir, 2012: 2; Badem ve Öztel, 2018: 73; Aksoy vd., 2016: 60; Korkmaz, 2010: 122; Erdeğirmenci, 2015: 23).

Menülerin yazılmaya başlanması ve mutfakta kuzineli sisteme geçilmesi restorancılıkta yeni akımlar ortaya çıkarmıştır. 19. Yüzyılın başlarında Antuan Careme, Grande Cuisine dönemini başlatmıştır. Aristokrat sınıfına hitabeden bu dönemde çok süslü ve çoksayıda yemeğin sunumu esas alınmıştır. Restorancılığı etkileyen bir diğer isim Auguste Escoffier'dir. Escoffier, 10-14 çeşit yemek bulunan klasik ziyafet menüsünü oluşturmuştur. Aşçılık camiasındaki önemli isimlerden biri olan Ferdinand Point ise 1900'lü yılların başlarında 3-6 yemekten oluşan Modern Menü (Nouvelle Cuisine) anlayışının mimarı olarak kabul edilmektedir. Point'in açmış olduğu "La Pyramide" uzun yıllar hizmet vermiş ve çeşitli aşçıların eğitim yeri ve efsanesi olmuştur (Korkmaz, 2010: 123; Özdemir-Güzel, 2017: 7).

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra kurumların kendi yiyecek içecek birimlerini bulundurmaya başlaması, yiyecek- içecek endüstrisinin hızlı bir şekilde gelişmesini sağlamıştır. Bütün dünyaya yayılan bir diğer akım 1960'lı yıllarda

Amerika'dan başlayan, hızlı yiyecek servisi (fast food) sunan restoranlardır. Fast food restoranları, yiyecekleri hızlı bir şekilde tedarik edebilen ve minimum hizmet gerektiren bir hizmet işletmesi olarak tanımlanmaktadır. Bu yeni akımla birlikte fast food restoran işletme sayılarında artış yaşanmış ve fast food üzerine faaliyet gösteren zincir işletmeler diğer ülkelere imtiyaz hakkı (franchise) vererek tüm dünyaya yayılmaya başlamıştır (Özdemir-Güzel, 2017: 7; Siew vd, 2016: 15; Sumaedi ve Yarmen, 2015: 120).

Türkiye'de ise restorancılık hizmetlerinin başlangıcı 15. Yüzyılda kahvehanelerin kurulması olarak kabul edilmektedir. Ancak 1888 yılında II. Abdülhamit'in isteği üzerine bugün ki anlamı ile ilk restoran olan "Victoria" kurulmuştur. 1890 yılında aşçısının adını alarak "Abdullah Efendi Lokantası" olmuştur. Günümüzde hal "Hacı Abdullah Lokantası" adı ile hizmet vermektedir. Bu lokantadan sonra Hacı Ahmet Doyuran tarafından 1897 yılında İstanbul - Sirkeci'de "Konya Lezzet Lokantası" açılmış ve daha sonra adı "Konyalı Lokantası" olarak değiştirilmiştir. Bu Lokanta bugün "Konyalı" adıyla hizmet vermektedir. Cumhuriyet döneminde ise modernleşme çabalarının etkisi ile restoran sayısı giderek artmıştır (Sürmen ve Bayraktar, 2018: 55; Çelik vd., 2020: 1292; Güldemir, 2014: 748; Özdemir-Güzel, 2017: 6).

Dünyadaki yiyecek sektöründe gerçekleşen gelişmeler Türkiye'yi de etkilemiştir. Özellikle 1980'li yıllarda hızlı yemeğin (fast food) yaygınlaşmasıyla yemek kültürü de bu yönde değişmiştir. Uluslar arası Mc Donalds, Pizza Hut, KFC, Burger King gibi işletmeler Türkiye pazarında yer almaya başlamıştır. Türk mutfak kültüründe yer alan simit, çeşitli börekler, çörekler, seyyar açık/kapalı arabalarda porsiyon usulü satılan hamur tatlıları, kumpir, kokoreç, tantuni, nohutlu pilav, ekmek arası ciğer, balık, döner, köfte, lahmacun, ızgara et-şiş gibi yiyecekler Türk toplumundaki fast food alışkanlığının göstergelerindendir. Bugünkü anlamda fast food restoranlarına örnek olarak pideci, dönerci, kebabçı, muhallebici, börekçi, köfteci gibi restoranlar gösterilebilir (Korkmaz, 2010: 125; Ulaş-Kadioğlu, 2019: 205).

19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Endüstri Devrimi'yle tüketicilerin gelirlerinde meydana gelen artış dışarıda yemek yemeye olan ihtiyacı arttırmıştır. Evden uzakta çalışanların öğle yemeğini dışarıda yemek zorunda kalmaları ve kadınların iş hayatına girmesi bu durumu desteklemiştir. Ancak dışarıda yemek

yeme durumunu etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bunlar; zaman tasarrufu, ekonomiklik, yeni insanlarla tanışarak sosyalleşme, aile/arkadaşlarla birlikte olma, eğlenme, kolaylık, statü-prestij, yenilik arayışı, evde yemek hazırlamaktan kaçınma olarak sıralanabilir (Safi vd., 2020: 128; Akoğlan Kozak ve Zencir, 2012: 1; Albayrak, 2014: 195; Arıker, 2012: 11; Ulaş-Kadioğlu, 2019: 207; Yüksekbiçgili, 2014: 6354).

#### **2.5.2.1. Esnaf lokantası kavramı**

Türk kültüründe yer alan han, kervansaray, aşhane, aşevi, aşçı dükkânı kavramları esnaf lokantalarının temelini oluşturmaktadır. Başlarda hanlar ve kervansarayların içinde bulunan bu yapılar daha sonra bağımsızlaşarak günümüz lokantacılık anlayışına evrilmeye başlamıştır. Bağımsız olarak açılan ilk işletme 1888 yılında İstanbul/Galata’da hizmet vermeye başlayan Viktorya’dır. 19. Yüzyıl sonlarına doğru “çarşı lokantası” denilen ve ev yemeklerini daha uygun bir ortam ve hizmet anlayışıyla sunan yerler açılmıştır. Günümüze benzer nitelikte Osmanlı döneminde de yiyecek içecek sektöründeki esnaf kollara ayrılmış geleneksel yemek aşçıları esnafı, kebabçı ve köfteci esnafı, yahnici esnafı gibi farklı branşlarda hizmet vermiştir (Korkmaz, 2010: 124-125; Safi vd, 2020: 127).

Lokantacılık Meslek Kılavuzu’na (2021: 12-13) göre çorbacılar ve işkembeciler, döner-lahmacun ve pideci, ciğer-kokoreç-köfte ve kebabçılar, pizzacılar, ulaştırma hizmetlerinin yemek bölümleri, mantıcı ve gözlemciler, fastfood restoranları, kafe ve kafeteryalar ve banket firmaları lokantacılık başlığı altında işletilmektedir. Ancak araştırmanın konusunu oluşturan lokantalar, daha geleneksel bir konumda bulunan esnaf lokantalarıdır.

Esnaf lokantası kavramı hakkında genel geçer bir tanımlama olmamakla birlikte çeşitli tanımlamalar bulunmaktadır. Bu tanımlamalardan en yaygın olarak kullanılanı “birbirini tanımayan insanların aynı masayı paylaşarak yeme-içme faaliyetinde bulunmaktan çekinmedikleri, ızgara ateşinin gün boyu yandığı, tencere yemeklerinin başrolde bulunduğu, gerekirse tepsi servisleriyle işyerinden ayrılamayan çalışanlara hizmetin sağlandığı ve kendine has masa adabına sahip bu işletmelerin, devamlı müşteri kabul edilen çarşı esnafına yönelik, samimiyet ve güven ilkelerine dayalı yeme-içme işletmeler” olarak tanımlanmasıdır. Diğer bazı tanımlamalar aşağıda sıralanmıştır:

- “Sahip oldukları geleneksel miras ve misyonla hem bu işi yapmaya soyunan ya da babadan/dededen kalma dükkânını sürdürenlerin hem de tüketicilerin üzerine titremesi gereken müesseselerdir” (Bulut, 2019: 542).
- “Lokantacılığın ve Avrupa restorancılığının Türkiye özelindeki yapıtaşı olarak görülen; ev tipi yeme-içme alışkanlığını önceleri yerel halka sunan, daha sonra güncel gelişmeleri takip edip, lezzet ile sağlık unsurlarında kalite artırımı, ayrıştırmayan huzur ortamı ve müşteri memnuniyetinin ikili ilişkilerle sağlanması tercihi sayesinde, gastronomi turistlerine geleneksel yeme-içme kültürünü tanıma imkanı sağlamaya başlayan işletmelerdir” (Çelik vd., 2020: 1292).
- “Esnaf lokantaları, dikdörtgen tepsilerin (küvetlerin) bulunduğu satış tezgâhlarında ağırlıklı olarak ev yemeklerinin sunulduğu, uzun yıllar hizmet veren, müdavimleri olan, sokak aralarında konumlanmış küçük işletmeler olarak bilinmektedir. Sonuçta, esnaf lokantası; ustalık belgesine sahip aşçı/aşçıların bulunduğu, sıhhi müessese kriterlerini ve yerel idarelerce (belediye, vergi dairesi vb.) istenen belgeleri tamamlamış, ağırlıklı olarak ev yemekleri olmak üzere kebab ve pide çeşitlerine de yer veren işletmeler olarak tanımlanabilir” (Akoğlan-Kozak ve Zencir, 2012: 2).

Lokantalar, tarihsel süreçte öncelikle olarak isminde de anlaşılacağı üzere esnaf kesimine hitap etmiş, zamanla herkesin ihtiyacını karşılayacak çeşitliliğe bürünmüşlerdir. Esnaf lokantası çalışan insanların vakit kaybetmeden karın doyurabildiği, çarşı sakinlerinin ve yerli çevrenin günlük temel yeme-içme ihtiyaçlarını saygı, sevgi, samimiyet, huzur ve güven ortamında karşılayan, ‘fast food’ kavramı yaratılmadan çok önce ‘hızlı yemek’ anlayışını hayata geçirmiş işletmelerdir (Bulut, 2019: 547; Çelik vd., 2020: 1296).

Yöresel lezzetlerin en iyi örneklerinin sunulduğu esnaf lokantalarında sabahın erken saatlerinde hummalı bir çalışma başlamakta, tencereler kaynayarak yemekler hazırlanmaktadır. Sabah erken saatlerde çorba servisi ile kapılarını açan esnaf öğlen saatlerinde yemek servisini gerçekleştirmektedir. Tezgâhta yemekleri tükenen esnaf lokantası saat 3-4 gibi kepenkleri indirmektedir. Daha uzun saatler hizmet veren esnaf lokantaları da bulunmaktadır. Esnaf lokantası menüsünde çorba, pilav ve kuru fasulye olmazsa olmaz olarak kabul görmektedir. Hatta “Bir

esnaf lokantasının temel taşı tencere aşıdır. Onların şahı da kuru fasulye ve pilavdır” söylemi bulunmaktadır. Tezgâhta yer alan diğer yemekler ise genellikle mevsime uygun olarak seçilmektedir. Ayrıca bu lokantalarda “aşçı tabağı” diye bir kavram bulunmaktadır. Karışık tabakta denilen bu kavram aşçının inisiyatifi ile çeşitli yemeklerin aynı tabak içinde servis edilme şeklidir (Yıldız, 2019: 1127; Erdeğirmenci, 2015: 7-61).

Bir işletmeyi esnaf lokantası yapan kendine has bazı özelliklerinin olduğunu vurgulamakta da yarar vardır. Esnaf lokantalarını esnaf lokantası yapan ve esnaf lokantalarını bu derece samimi ve vazgeçilmez kılan "Esnaf Lokantalarının Olmazsa Olmazı" olarak ifade edilen kendilerine has özellikleri şöyle Yıldız (2019: 1131) şu şekilde sıralamıştır:

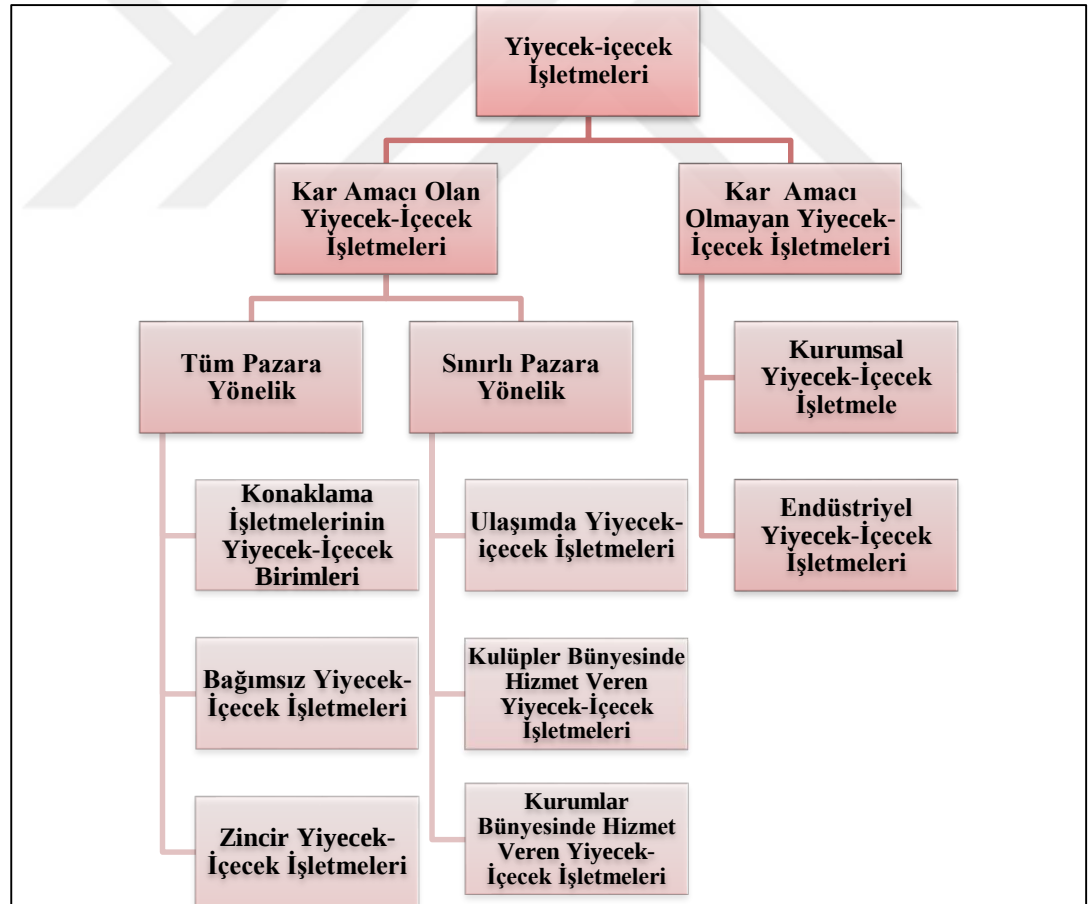
- Az, bol, üstü kavramlarının çok önemli olması: az çorba, pilav üstü bol kuru.
- Menünün olmaması, yemekleri görerek seçme keyfi.
- Bir süre gittikten sonra müşteriye ismiyle hitap etmeye başlayan çalışanlar.
- Masaların bitim noktasında sıralanmış içecekler.
- Cam bardakların içine yerleştirilmiş peçete niyetine pembe kâğıtlar.
- Plastik kaplarda gelişigüzel doğranmış ekmekler.
- Florsan lamba ve tavandaki pervane.
- Çekmek fiilinin yemeği servis etmek anlamında kullanılması.
- Gerektiğinde tanımadığınız insanlarla aynı masada yemek yemenin son derece doğal olması.
- Hesabın kasada ödenmesi ve kasadaki, genellikle müessese sahibi hafif göbekli amca.

TÜİK verilerine göre ülkemizde lokantacılık mesleğinde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkâr sayısı 104.375’dir. Bu esnaf ve sanatkârların %71,57’si erkek, %28,43’ü ise kadındır. Mesleğin bölgesel dağılımına bakıldığında en fazla lokantacı bulunan bölgemiz Marmara Bölgesi’dir. Onu sırasıyla Ege, Akdeniz, İç Anadolu ve Karadeniz bölgeleri takip etmekte olup, en az lokantacı Doğu Anadolu ve Güney Doğu Anadolu bölgelerinde bulunmaktadır. Lokantacıların illerdeki dağılımına bakıldığında ise ülkemizde tüm il ve ilçelerde yer alan

lokantacılar en fazla İstanbul’da, ardından ise sırasıyla İzmir, Antalya, Muğla, Ankara ve Bursa’da yer almaktadır (Lokantacılık Meslek Kılavuzu, 2021: 14).

#### 2.5.2.2. Yiyecek içecek işletmelerinin sınıflandırılması

Yiyecek içecek işletmeleri çeşitli kıstaslar göz önünde bulundurularak sınıflandırmaya tabi tutulmuştur. Yiyecek-içecek işletmelerinin sınıflandırılması, çeşitli ölçütlere göre yapılmaktadır. İşletmenin büyüklüğüne, mülkiyetine, hukuki yapılarına ve işletmenin amaçlarına göre sınıflandırma yapmak mümkündür. Ancak en genel geçer ve kapsamlı sınıflandırma yiyecek-içecek işletmelerinin kuruluş amaçları göz önünde bulundurularak yapılan sınıflandırmadır. Bu sınıflandırmada kullanılan ölçütler, yiyecek-içecek tesisinin amacı, sahiplik şekli, hizmet sunulan pazarın tipi ve yiyecek-içecek faaliyetinin temel bir faaliyet veya ikincil bir faaliyet olup olmadığıdır (Benli, 2019: 5; Rızaoğlu ve Hançer, 2013: 3). Yiyecek içecek işletmelerinin amaçlarına göre sınıflandırılması aşağıdaki gibidir;



Şekil 2.4. Yiyecek-içecek işletmelerinin sınıflandırılması

Temelde yiyecek içecek işletmeleri kar amacı olma ya da kar amacı olmama durumuna göre ikiye ayrılmaktadır. Kar amacı güden yiyecek-içecek

işletmelerinin birincil amacı müşteri memnuniyetini sağlayarak kârlılığını artırmaktır. Bu tür işletmeler özel veya kamu mülkiyetli olabilmektedir. Bu bağlamda kâr amaçlı yiyecek-içecek işletmeleri tüm pazara ya da sınırlı bir pazara hizmet sunmalarına göre iki alt başlıkta değerlendirilmektedir (Benli, 2019: 6-9; Rızaoğlu ve Hançer, 2013: 3).

Tüm pazara yönelik kâr amaçlı yiyecek-içecek işletmeleri, yiyecek-içecek pazarının tamamına hitap eden restoranlar (lüks, sıradan, özellikli, büyük ölçekli), barlar, kafe ve kafeteryalar bu alanda faaliyet gösteren işletmelerdir. Bu işletmeler; bağımsız, zincir ve konaklama işletmesi bünyesinde yer alan yiyecek-içecek işletmeleri şeklinde sınıflanmaktadır (Rızaoğlu ve Hançer, 2013: 3).

Sınırlı bir pazara yönelik kâr amaçlı yiyecek-içecek işletmeleri ise pazarın tamamına hitap etmemektedir. Bunun nedeni, işletmenin bulunduğu yerden ya da hitap edilen müşteri grubundan kaynaklanabilmektedir. Öte yandan sınırlı bir pazara yönelik işletmelerin daha dar müşteri gruplarına hitap ettiklerini söylemek de mümkündür. Bu işletmeler üç başlıkta incelenmektedir. Ulaşım da yiyecek-içecek işletmeleri, kulüpler bünyesinde hizmet veren yiyecek-içecek işletmeleri ve kurumlar bünyesinde hizmet veren yiyecek-içecek işletmeleridir (Benli, 2019: 6-9).

Kâr Amacı Olmayan Yiyecek-İçecek İşletmeleri, kâr amaçlı yiyecek-içecek işletmeleri dışında kalan ve asıl faaliyet alanı yiyecek-içecekten farklı olan işletmelerdir. Bu tür işletmelerde yiyecek-içecek faaliyetleri destekleyici hizmet niteliğinde gerçekleşmektedir. Kâr amacı olmayan yiyecek-içecek işletmeleri, kendi içerisinde kurumsal ve endüstriyel olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Kurumsal yiyecek-içecek işletmeleri okul ve üniversiteler, hastaneler, askeri birlikler bünyesinde gerçekleşen yiyecek-içecek faaliyetlerini kapsarken, endüstriyel yiyecek-içecek işletmeleri çalışanlarının gerekli öğünlerde yiyecek-içecek ihtiyacının karşılanması üzerine kurulmuştur (Benli, 2019: 10-11; Rızaoğlu ve Hançer, 2013: 3).

### **2.5.2.3. Lokantaların sınıflandırılması**

Tüketicilere yiyecek içecek hizmeti sunan lokantalar, işletmenin sahip olduğu belli özelliklere göre birbirinden ayrılmaktadır. Tarihsel süreçle birlikte artan ve farklılaşan restoranlar zaman içerisinde belgelendirme, sahiplik, büyüklük ve

servis usulü gibi özelliklerine bağlı olarak sınıflandırılmıştır. Türkiye’de yasal olarak restoranlar Belediye belgeli ve Kültür ve Turizm Bakanlığı belgeli olmak üzere iki şekilde belgelendirilmektedir. Turizm İşletme Belgeli lokanta T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan işletme belgesi alarak faaliyet gösteren ve denetimleri bağlı olduğu bakanlık tarafından yapılan işletmelerken Belediye Belgeli lokanta ise kuruluş sırasında gerekli izinlerin bağlı oldukları belediyelerden alındığı ve denetimlerinin belediyeler tarafından yapıldığı işletmelerdir (Sürmen ve Bayraktar, 2018: 59-60; Akoğlan-Kozak ve Zencir, 2012: 3).

Bakanlığa bağlı restoranlar, Yeme-İçme ve Eğlence Tesisleri Yönetmeliği’nin 26. maddesine göre birinci sınıf ve ikinci sınıf olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Ancak çeşitli araştırmacılar tarafından farklı sınıflandırmalar da yapılmaktadır. Örneğin Sürmen ve Bayraktar (2018: 52) lokantaları hedef kitlesi yüksek satın alma gücüne sahip tüketiciler olan zengin bir menüye sahip dünya lezzetlerinden seçkin örnekler sunan “lüks lokantalar”, orta ve alt gelir gruplarını hedef alan menü, personel, tasarım açısından profesyonel olmayan servis kalitesi ve fiyatları düşük “sıradan lokantalar”, menüsü dekoru, yöreselliği ve ana temasıyla hizmet sunumu yapan “özellikli lokantalar”, ayrıldıkları alan açısından diğerlerine kıyasla kitlelere hitap eden “büyük ölçekli restoranlar” ve yiyecek - içeceklerin hızla üretilip tüketiciye hemen sunulduğu “çabuk yemek sunan (fast-food) lokantalar” olmak üzere beş grupta sınıflandırmaktadır. Badem ve Öztel (2018: 74) ise restoranları lüks restoranlar, sıradan restoranlar, hızlı hizmet ve belirli bir türde az çeşit yemek sunan restoranlar ve özgün, temalı ve etnik restoranlar olmak üzere dört grupta toplamıştır (Güldemir, 2014: 753; Korkmaz, 2010: 126; Sürmen ve Bayraktar, 2018: 52; Badem ve Öztel, 2018: 74).

Mevzuatta geçen lokantaları sınıflandırma kriterleri aşağıda sıralanmaktadır (Lokantacılık Meslek Klavuzu, 2021: 63-64);

#### Birinci sınıf lokantalar

- Ustalık belgesine sahip en az iki aşçı bulunacaktır.
- Mutfak; hazırlama, pişirme ve bulaşık yıkama yeri olmak üzere üç bölümden oluşacaktır. Bulaşık yıkamak için sıcak ve soğuk su tesisatı bulunacaktır.
- Girişte yeterli büyüklükte bir antre bulunacaktır.

- Giriş ve salon dahil bütün duvarları yağlı boya veya benzeri maddeler ile boyanmış veya kaplanmış olacaktır.
- Isıtma, soğutma ve havalandırma kalorifer veya klima ile yapılacaktır.
- Giriş ve salonun zemini ahşap parke, seramik veya mermer gibi kolay temizlenebilir ve dezenfekte edilebilir madde ile kaplanacaktır.
- İçki ve yemek servisi için yeterli sayıda tekerlekli servis masası bulunacaktır.
- Masalar üzerinde iyi cins örtü ve peçete bulunacaktır.
- Tabaklar tek tip ve iyi cins porselen veya camdan; çatal, kaşık, bıçak ise iyi cins paslanmaz çelikten olacaktır. Masalar üzerinde kristal, seramik veya porselen tablalar olacaktır.
- Bay ve bayanlara ait sıcak suyu akan aynalı, lavabolu, sıvı sabunlu, kurutma makineli veya peçeteli ayrı tuvaletler bulunacaktır. Ayrıca, çocuk temizliği yapılmak üzere çocuk odası ve çocuk tuvaleti bulunacaktır.
- Mutfağın dışarıya açılan pencere ve kapılarında sineklik telleri bulunacaktır.
- Garsonlar ve çalışanlar lokantanın belirlediği özel kıyafeti giyecektir.
- Lokantanın müşteri kapasitesine uygun otoparkı bulunacaktır.
- Mutfak, müşterilerin doğrudan doğruya görebileceği şekilde dizayn edilecektir.
- Müşteri kapasitesine yeterli bankolu vestiyer bulunacaktır.

#### İkinci sınıf lokantalar

- Ustalık belgesi bulunan en az bir aşçı bulunacaktır.
- Mutfak; hazırlama, pişirme ve bulaşık yıkama yeri olmak üzere üç bölümden oluşacaktır. Bulaşık yıkamak için sıcak ve soğuk su tesisatı bulunacaktır.
- Mutfak, giriş ve salonun zemini seramik veya mermer gibi kolay temizlenebilir, yıkanabilir ve dezenfekte edilebilir sert malzeme ile kaplı olacaktır.
- Isıtma, soğutma ve havalandırma için yeterli tesisat bulunacaktır.
- Masalar üzerinde örtü ve peçete bulunacaktır.

- Mutfak salondan ayrı bir yerde olacak ve mutfağın dışarıya açılan kapı ve pencerelerinde sineklik telleri bulunacaktır.
- Bay ve bayanlara ait aynalı, lavabolu, sıvı sabunlu yeteri kadar tuvalet bulunacaktır.

#### Üçüncü sınıf lokantalar

- Ustalık belgesi bulunan en az bir aşçı bulunacaktır.
- Mutfak; hazırlama, pişirme ve bulaşık yıkama yeri olmak üzere üç bölümden oluşacaktır.
- Zemin, seramik, mermer veya mozaik gibi kolay temizlenebilir, yıkanabilir ve dezenfekte edilebilir sert malzeme ile kaplı olacaktır.
- Havalandırma, en azından aspiratörle sağlanacaktır.
- Bay ve bayanlara ait aynalı, lavabolu, sıvı sabunlu yeteri kadar tuvalet bulunacaktır.

#### **2.5.3. Mevzuatta Esnaf Lokantaları**

Türkiye’de esnaf ve sanatkârlar Anayasal seviyede koruma altına alınmıştır. Anayasa’nın 173. maddesinde, “Devlet, esnaf ve sanatkârı koruyucu ve destekleyici tedbirleri alır” hükmü yer almaktadır. Anayasa’da genel olarak çizilen bu çerçeve ile Türkiye’de esnaf ve sanatkârın ekonomik, sosyal, idari ve politik bakımdan korunması, kollanması ve desteklenmesi öngörülmüştür. Böylece Türkiye’de esnaf ve sanatkâr, Anayasa ile tanımlanan, varlığı ve gerçekliliği kabul görmüş bir toplumsal kesim olarak benimsenmiştir (T.C Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2017: 9; Salt, 2019: 32).

5373 sayılı Esnaf Dernekleri ve Esnaf Birlikleri Kanunu ve 1964 yılında yürürlüğe konulan 507 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Kanunu, esnaf-sanatkârlar kesiminin günümüz modern örgütlenmesinin başlangıcı olarak kabul edilebilir. Son olarak 21 Haziran 2005’de yürürlüğe giren 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu hükümleri doğrultusunda Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Konfederasyonu mensuplarına hizmet vermektedir (Salt, 2019: 32).

5362 numaralı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu çeşitli düzenlemeler getirmiştir. Bu kanunun 1. Maddesine göre, kanunun amacı esnaf ve sanatkârlar ile bunların yanlarında çalışanların meslekî ve teknik ihtiyaçlarını

karşlamak, meslekî faaliyetlerini kolaylaştırmak, mesleğin genel menfaatlerine uygun olarak gelişmelerini ve meslekî eğitimlerini sağlamak, meslek mensuplarının birbirleriyle ve halk ile olan ilişkilerinde dürüstlüğü ve güveni hâkim kılmak, meslek disiplini ve ahlâkını korumak ve bu maksatla kurulan tüzel kişiliğe sahip kamu kurumu niteliğindeki esnaf ve sanatkârlar odaları ile bu odaların üst kuruluşu olan birlik, federasyon ve Konfederasyonun çalışma usûl ve esaslarını düzenlemektir. İlgili kanunda esnaflar esnaf odalarına, esnaf odaları esnaf birliklerine, esnaf birlikleri bulunduğu bölgedeki federasyona ve her federasyon ise TESK’e bağlı olduğu beyan edilmektedir (resmigazete.gov,Erişim: 20.10.22).

6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu’na göre “İster gezici olsun ister bir dükkânda veya bir sokağın belirli yerlerinde sabit bulunsun, ekonomik faaliyeti sermayesinden fazla bedenî çalışmasınadayananvegeliri11 inci maddenin ikincifikrası uyarınca çıkarılacak kararnamede gösterilen sınırı aşmayan ve sanat veya ticaretle uğraşan kişi esnaftır” tanımlaması yer almaktadır (Salt, 2019: 33).

5179 Sayılı Gıdaların Üretimi, Tüketimi ve Denetlenmesine Dair Kanunda Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığını gıda ve gıda ile temasta bulunan madde ve malzemeler konularında üretim, işleme, ihracat ve ithalat aşamalarında yürütülen tescil, mevzuat, denetim ve kontrol hizmetlerinde tek yetkili kamu kurumu kılan, gıdaya ilişkin tüm hizmetleri tek bir yetkili merci otoritesine veren bu Kanun, toplam 41 madde ile 6 geçici maddeden oluşmaktadır. Kanun’un amacı; kapsamlı gıda güvenliği sağlamak olup buna uygun olarak her türlü gıda maddesinin ve gıda ile temasta bulunan madde ve malzemelerin teknik ve hijyenik şekilde üretim, işleme, muhafaza, depolama, pazarlama gibi aşamalarda üretici ve tüketici haklarını korumaktır. Buna uygun olarak hem bu maddelerin taşımaları gereken asgari nitelikleri, hem bu maddeleri üreten ve satan iş yerlerinde bulunması gereken asgari teknik ve hijyenik şartları ve hem de bunu sağlamak üzere verilecek hizmetlerin usul ve esaslarını belirleyen hükümleri içermektedir (T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2017: 270).

5996 Sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu “tarladan/çiftlikten sofraya/çatala” gıda güvenliği sistemini baştan sona değiştirmektedir. Kanun; gıda ve gıda ile temas eden madde ve malzeme ile yemlerin üretim, işleme ve dağıtımının tüm aşamalarını, bitki koruma ürünü ve

veteriner tıbbi ürün kalıntıları ile diğer kalıntıların ve bulaşanların kontrollerini, salgın veya bulaşıcı hayvan hastalıkları, bitki ve bitkisel ürünlerdeki zararlı organizmalarla mücadeleyi, çiftlik ve deney hayvanları ile ev ve süs hayvanlarının refahını, zootekni kanunlarını, veteriner sağlık ve bitki koruma ürünlerini, veteriner ve bitki sağlığı hizmetlerini, canlı hayvan ve ürünlerin ülkeye giriş ve çıkış işlemlerini ve bu konulara ilişkin resmî kontrolleri ve yaptırımları kapsamaktadır (T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2017: 270).

Gıda Hijyeni Yönetmeliği'nin amacı, gıda güvenilirliği açısından tüketicinin korunmasını sağlamak amacıyla gıda işletmecisinin, gıdanın birincil üretiminden son tüketiciye arzına kadar uyması gereken gıda hijyenine ilişkin genel kuralları belirlemektir. Yönetmelik; gıda işletmecisinin birincil üretim aşaması dâhil üretim, işleme ve dağıtımın tüm aşamalarında gıda

hijyenini sağlamak üzere uyması gereken genel hijyen kuralları ile sorumluluklarına ilişkin usul ve esasları kapsamaktadır. Gıda işletmecisi, kontrolü altındaki üretim, işleme ve dağıtım aşamalarının tümünün bu yönetmelikte belirtilen ilgili hijyen gerekliliklerinin sağlanmasından sorumludur. Gıda güvenilirliğinin sağlanmasında sorumluluk, öncelikle gıda işletmecisindedir. Gıda güvenilirliğinin birincil üretimden başlayarak son tüketiciye kadar gıda zinciri boyunca sağlanması gereklidir (T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2017: 292).

Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından hazırlanan “Bitkisel Atık Yağların Kontrolü Yönetmeliği” 06.06.2015 tarihli ve 29378 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanmıştır. Söz konusu yönetmeliğin amacı; bitkisel atık yağların oluşumundan bertarafına kadar çevre ve insan sağlığına zarar vermeden yönetiminin sağlanması, yönetiminde gerekli teknik ve idari standartların oluşturulması ve buna yönelik prensip, politika ve programların belirlenmesine ilişkin usul ve esasları düzenlemektir (T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2017: 326).

### 3. YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde “Problem Durumu”, “Araştırmanın Amacı ve Önemi”, “Araştırmanın Varsayımları”, “Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları”, “Araştırmanın Deseni”, “Araştırmanın Evreni”, “Veri Toplama Aracı” ve “Verilerin Analizi” başlıkları üzerinde durulmuştur.

#### 3.1. Problem Durumu

Türk Mutfak kültürü köklü bir geçmişe sahiptir. Zaman içerisinde çeşitli etkenler çerçevesinde şekillenerek gelişmiştir. Ancak kültür kavramı gelecek nesillere aktarılabilirse varlığında söz edilebilir. Endüstriyel mutfak ürünlerinin hayata girmesi ve yeni mutfak akımlarının rağbet görmesi ile geleneksel Türk yemekleri ikinci planda kalma riskiyle karşı karşıyadır. Bu sebeple yöresel Türk mutfağının hala yaşatıldığı esnaf lokantalarında çalışma yapılarak memnuniyet, tercih sebebi ve yemeklerin tüketim sıklığının incelenmesi araştırmanın problemini oluşturmaktadır.

#### 3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırma ile Türk mutfağının gelecek nesillere aktarılmasında esnaf lokantalarının rolünün belirlenmesi amaçlanmaktadır. Yapılan literatür taramasında, Türk mutfak kültürünün özellikleri, barındırdığı çeşitliliğin sebep ve sonuçları incelenmiş, gelişim göstermesine etki eden temel faktörler ortaya konmaya çalışılmıştır. Esnaf ve lokanta kavramı üzerinde durularak tanımı, tarihi, sınıflandırılması ve güncel mevzuattaki durumuna sırasıyla yer verilmiştir. Esnaf lokantaları Türk mutfağının gelişim evrelerinde varlığını sürdüren bir olgu olduğu için Türk mutfağı ile paralel olarak gelişerek ve değişerek günümüzdeki şeklini almıştır. Değişen küresel sisteme ayak uydurmayarak geleneksel Türk yemeklerini bünyesinde barındıran esnaf lokantaları genç neslin Türk yemeklerini tanımaları ve geleneksel yemeklere olan talebini korumak adına önem taşımaktadır. Yapılan çalışmada tüketicilerin esnaf lokantalarından memnuniyet durumunun belirlenmesi ve tercih sebeplerinin demografik özelliklere göre değişkenliğinin belirlenmesi alt amaçları oluşturmaktadır. Türk mutfağına ait yiyeceklerin ne sıklıkla tüketildiği belirlenerek Türk mutfağının sürdürülebilirliği hususuna ve gelecek çalışmalara destek olacağı varsayılmaktadır. Ayrıca Türk mutfak kültüründe önemli bir noktada olan esnaf lokantaları hakkında yapılan

Çalışmaların azlığı dikkat çekmektedir. Bu sebeple araştırma sonucu elde edilecek verilen literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

### **3.3. Araştırmanın Varsayımları**

Esnaf lokantası varlığının Türk mutfağının sürdürülebilirliği üzerindeki etkilerini ortaya koymaya yönelik yapılan bu çalışma, aşağıdaki varsayımlar çerçevesinde yapılmıştır:

- Katılımcıların, araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanan anket formunda yer alan soruları anladığı ve verilen cevapların gerçek ve/veya doğru olduğu,
- Anket formundaki soruları yanıtlayan katılımcıların hiçbir etki ve baskı unsuru altında kalmadan soruları cevapladıkları,
- Araştırmada seçilen örneklemin evreni temsil ettiği varsayılmaktadır.

### **3.4. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları**

Araştırmanın kapsamı ve sınırlandırıldığı noktalar aşağıda belirtildiği gibidir:

- Araştırma, bünyesinde sulu yemek bulunduran esnaf lokantaları ile sınırlandırılmıştır.
- Katılımcının esnaf lokantalarında tüketiminin ardından anket formunun uygulanması şeklinde sınırlandırılmıştır.
- Araştırma anket çalışmasına katılan 386 kişiye kapsamaktadır.
- Verilerin toplanması Sakarya’da bulunan Adapazarı, Erenler, Serdivan, Hendek ve Akyazı ilçeleri ile ulaşım zorluğu açısından kısıtlanmıştır.
- Araştırmaya ilişkin görüşmeler Temmuz 2022 tarihi ile sınırlandırılmıştır.
- Araştırma, bireylerin anket formuna verdikleri cevaplar ile sınırlıdır.
- İkincil verilere ulaşılmasında esnaf lokantaları ile alakalı yeterli ve detaylı kaynak bulunamaması kısıtlar arasında yer almaktadır.

### **3.5. Araştırmanın Deseni**

Yapılan çalışmada esnaf lokantalarının Türk mutfağının üzerindeki etkilerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Dolayısı ile araştırmada nicel araştırma yöntemlerinin kullanılması uygundur. Nicel araştırmalar sayısal veriler kullanır ve genel-geçer bilgilere ulaşmayı amaçlamaktadır. Aynı zamanda bu çalışmalar

tekrarlanabilirlik ve nesnellik özelliklerine sahiptir (Gürbüz ve Şahin, 2017:102-103).

Çalışmada esnaf lokantalarında tüketimde bulunan katılımcıların mevcut memnuniyet durumları ve tercih sebepleri incelenecek olduğundan araştırma modeli açısından betimsel bir araştırma özelliği taşımaktadır. Betimsel araştırmalar araştırma konusuyla ilgili mevcut durumu saptamayı, olayı tasvir ederek problemi anlamayı amaçlamaktadır (Arıkan, 2013: 27).

Esnaf lokantalarında tüketim yapan bireylerin memnuniyet düzeylerinin, tercih sebeplerinin ve yemek tüketim sıklıklarının tespit edilebilmesi adına anket çalışması uygulanmıştır. Anket formu, T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın (2017) yayınladığı Esnaf ve Sanatkarlar Özelinde Sektör Analizleri Projesi incelenerek hazırlanmıştır. Kullanılacak anket formunun güvenilirliğini sağlamak adına yapılan pilot çalışma, iki farklı ilçede bulunan esnaf lokantalarında tüketim yapan 25 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler istatistik programında cronbach alfa testine tabi tutulup güvenilirlik 0,917 olarak saptanmıştır. Güvenilir olarak saptanan anket formu araştırmacı tarafından katılımcılara yüz yüze uygulanmıştır. Elde edilen veriler istatistik programında analiz edilerek yorumlanmıştır.

### **3.6. Araştırmanın Evreni**

Evren, araştırmacının elemanlarına ilişkin bilgileri topladıktan sonra, tanımaya ve genelleme yapmaya çalıştığı topluluktur. Evren birden fazla birimden oluşabilmektedir. Bu durum evreni tanımayı ve anlamayı güçleştirmektedir. Bundan dolayı evreni temsil edecek büyüklükte bir kısım seçilerek genelleme yapılmaya çalışılır. Bu kısma ise örneklem denir. Örneklem bağlı bulunduğu kümeyi temsil eder ve buradan sağlanan bilgilerle evren hakkında genelleme yapmayı sağlar (Arıkan, 2013: 43-44).

Araştırmanın evrenini Sakarya'da ikamet eden 17 yaş ve üzeri bireyler oluşturmaktadır. 2021 yılı verilerine göre Sakarya nüfusu 1.060.876'dır. Bu nüfus, 531.366 erkek ve 529.510 kadından oluşmaktadır. Ulaşılan verilere göre 15 yaş ve üzeri nüfus ise 838.321 olarak tespit edilmiştir.



Harita 3.1. Sakarya ilinde bulunan ilçelerin konumu (<https://www.sakarya.bel.tr/tr/Harita>, 2022)

Araştırmanın kapsamını Sakarya ilinde bulunan Adapazarı, Serdivan, Erenler, Hendek ve Akyazı olmak üzere beş ilçe oluşturmaktadır. Bahsi geçen ilçelerde bulunan esnaf lokantalarında tüketimde bulunan 386 kişi üzerinde anket formu uygulanmıştır. Katılımcılara kolaylı örneklem yöntemi kullanılarak veri toplanması sağlanmıştır. Bu yöntemde araştırmacı, yakın olan ve erişilmesi kolay olan bir durumu seçer ve örneklem girecek kişi sayısı istenen örneklem büyüklüğüne ulaşıncaya kadar devam eder (Gürbüz, 2018:5).

Araştırmanın örnekleme, evren içerisinde iki ya da daha fazla aşama ile gerçekleştirilen çok aşamalı örneklem yöntemine göre seçilen grup oluşturmaktadır. %95 güven aralığı ve 0,05 hata payına sahip evren büyüklüğü 838.321 olan araştırma için toplanması gereken veri sayısı 384'dür. Örneklem sayısının hesaplanmasında aşağıdaki formül kullanılmıştır (Büyüköztürk, vd., 2017)

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

Formülde kullanılmış olan simgelerin anlamı şöyledir:

n: Örneklem büyüklüğü

N: Evren büyüklüğü

t: Belirli bir anlamlılık düzeyinde t tablosuna göre bulunan teorik değer

p: İncelenen olayın gerçekleşme olasılığı

q: İncelenen olayın gerçekleşmeme olasılığı

d: Hata payı

İfade edilen değerler yerlerine yerleştirildiğinde örneklem sayısı;

$$n = \frac{838.321 \times (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2 \times (838.321 - 1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{805.123,4884}{2095,8 + 0,9604} = 383,98$$

Hesaplamalarla da belirlendiği üzere araştırmada örneklemin evreni temsil edebilmesi için, örneklemin en az 384 kişi olması gerekmektedir. Araştırmada olası olumsuzlukların önüne geçilebilmesi için 420 kişiye anket uygulanmıştır. Hatalı anketlerin çıkartılması ile araştırma kapsamında 386 anket değerlendirilmiştir. Değerlendirilen anket sayısı örneklemin evreni temsil yeteneğini karşılamaktadır.

### **3.7. Veri Toplama Aracı**

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Anket formu toplam 4 bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm katılımcıların demografik bilgileri ile ilgili 6 sorudan oluşmaktadır. İkinci ve üçüncü bölüm T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın (2017) yayınladığı Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Sektör Analizleri Projesi incelenerek hazırlanmıştır. Bu bölümlerin ikincisinde katılımcıların esnaf lokantaları hakkında memnuniyet durumlarının saptanması amacıyla 12 adet 5li likert tipi soru sunulmuştur. Üçüncü bölümde ise 16 adet tercih etme durumu verilerek duyulan öneme göre 6 tanesinin işaretlenmesi istenmektedir. Son bölüm ise Esnaf ve Sanatkârlar Odasının hazırladığı fiyat çizelgesinde bulunan yemek listesine göre düzenlenmiş olup, ne sıklıkla hangi yemeğin tercih edildiği belirlenmektedir. Bu bölümde yemekler 25 başlık altında kategorize edilmiştir. Her kategorinin yanına parantez içinde kategoriye örnek olarak yemek isimleri yazılmıştır. 7 adet tüketim sıklığı ifadesi kullanılmıştır.

### **3.8. Verilerin Analizi**

Elde edilen verilerin analizi SPSS 21.0 (Statistical Package For Social Sciences) programı ile yapılmış olup %95 güven düzeyinde çalışılmıştır. Analiz sonucunda çıkan sonuçlar değerlendirilmiştir. Analizlerde kategorik değişkenler için frekans ve yüzde; likert tarzı olan kategorik değişkenler için frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmış ve grafikler çizilmiştir. Esnaf lokantalarından memnuniyet düzeylerinin, iki gruplu değişkenler açısından incelenmesi Mann Whitney testi ile 3 ve daha fazla gruplu değişkenler açısından incelenmesi Kruskal Wallis testi ile analiz edilmiştir. Esnaf Lokantalarını Tercih Etme Nedenleri ile kategorik değişkenler arasındaki ilişki ise Ki-kare testi ile analiz edilmiştir.

#### 4. BULGULAR

Katılımcılara uygulanan anket formundan elde edilen veriler gruplandırılarak analiz edilmiştir. Araştırmaya katılanlara ait demografik özellikler, esnaf lokantalarından memnuniyet düzeyleri ve demografik özelliklere göre memnuniyet durumlarının farklılıkları, esnaf lokantalarının tercih durumları ve demografik özelliklere göre tercih durumlarının farklılıkları ile esnaf lokantalarında bulunan Türk mutfağına ait yemeklerin tüketim sıklığına ilişkin bulgulara ve yorumlara yer verilmiştir.

##### 4.1. Araştırmaya Katılanları Demografik Özellikleri

Sakarya’da yaşayan ve esnaf lokantasında tüketimde bulunan bireylerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum, meslek ve gelir düzeyi sorulmuştur. Araştırmaya katılanlara ait demografik özelliklerine ait bulgular Tablo 4.13’ de sunulmuştur.

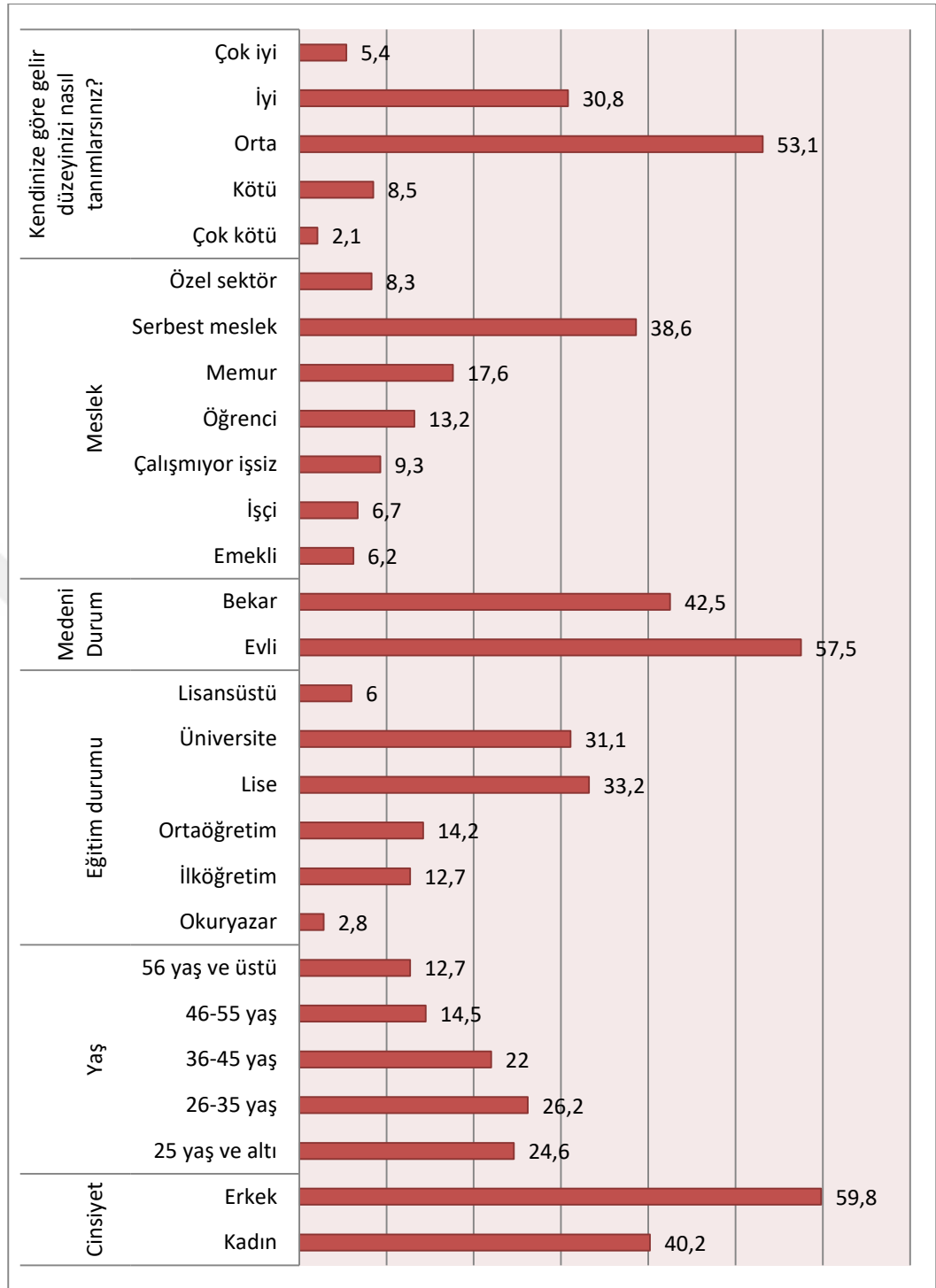
|               |                | n   | %    |
|---------------|----------------|-----|------|
| Cinsiyet      | Kadın          | 155 | 40,2 |
|               | Erkek          | 231 | 59,8 |
| Yaş           | 25 yaş ve altı | 95  | 24,6 |
|               | 26-35 yaş      | 101 | 26,2 |
|               | 36-45 yaş      | 85  | 22,0 |
|               | 46-55 yaş      | 56  | 14,5 |
|               | 56 yaş ve üstü | 49  | 12,7 |
| Eğitim durumu | Okuryazar      | 11  | 2,8  |
|               | İlköğretim     | 49  | 12,7 |
|               | Ortaöğretim    | 55  | 14,2 |
|               | Lise           | 128 | 33,2 |
|               | Üniversite     | 120 | 31,1 |
|               | Lisansüstü     | 23  | 6,0  |

Tablo 4.1. Araştırmaya katılanların demografik bulguları

|                                                             |                  |            |             |
|-------------------------------------------------------------|------------------|------------|-------------|
| <b>Medeni Durum</b>                                         | <b>Evli</b>      | <b>222</b> | <b>57,5</b> |
|                                                             | Bekar            | 164        | 42,5        |
| <b>Meslek</b>                                               | Emekli           | 24         | 6,2         |
|                                                             | İşçi             | 26         | 6,7         |
|                                                             | Çalışmıyor işsiz | 36         | 9,3         |
|                                                             | Öğrenci          | 51         | 13,2        |
|                                                             | Memur            | 68         | 17,6        |
|                                                             | Serbest meslek   | 149        | 38,6        |
|                                                             | Özel sektör      | 32         | 8,3         |
| <b>Kendinize göre gelir düzeyinizi nasıl tanımlarsınız?</b> | Çok kötü         | 8          | 2,1         |
|                                                             | Kötü             | 33         | 8,5         |
|                                                             | Orta             | 205        | 53,1        |
|                                                             | İyi              | 119        | 30,8        |
|                                                             | Çok iyi          | 21         | 5,4         |

Tablo 4.1. (devam) Araştırmaya katılanların demografik bulguları

Yapılan araştırmanın örneklem grubunu esnaf lokantasında tüketim yapan 386 katılımcı oluşturmaktadır. Uygulanan kolaylı örneklem yöntemi ile ulaşılan 386 katılımcının demografik özellikleri yukarıda ki Tablo 4.13’ de verilmiştir.



Grafik 4.1. Araştırmaya katılanların demografik bulgularının yüzdelik dağılımı

Yukarıda Tablo 4.13. ve Grafik 4.1.'de verilen bilgilere dayanarak demografik özelliklerin dağılımı şu şekildedir; Katılımcıların cinsiyetleri %59,8 erkek, %40,2 kadın olarak dağılmaktadır. Oranlar incelendiğinde katılımcılarda çoğunluğu erkekler oluşturmaktadır. Yaş oranları ise sırasıyla 26-35 yaş %26,2, 25 yaş altı %24,6, 36-45 yaş %22, 46-55 yaş %14,5, 56 yaş ve üstü ise %12,7 şeklinde sıralanmaktadır. Bu durumda en çok katılımcı 26-35 yaş aralığında yer alırken en

az katılımcı ise 56 yaş ve üstü aralığında yer almaktadır. Eğitim durumu, lise %33,2, üniversite %31,1, ortaöğretim %14,2, ilköğretim %12,7, lisansüstü %6 ve okuryazar %2,8 şeklinde dağılım göstermektedir. Buna göre en yüksek katılımcı %33.2 ile lise olurken ikinci sırada ise %31.1 ile üniversite bulunmaktadır. Lise mezunu ve üniversite mezunu oranı birbirine oldukça yakındır. Katılımcılarda en düşük oran ise %2.8 ile okuryazarlardır. Medeni durum incelendiğinde ise %57,5 kişi evli iken %42,5 bekârdır. Evli katılımcıların oranı bekar katılımcıların oranından yüksektir. Katılımcıların meslek dağılımına bakıldığında en üst sırada serbest meslek bulunmaktadır. Serbest meslek %38, 6, memur %17,6, öğrenci %13,2, çalışmıyor %9,3, özel sektör %8,3, işçi %6,7 ve emekli %6,2 şeklinde dağılım göstermektedir. En yüksek katılımcı serbest mesleğe sahipken en düşük katılımcı emekli olarak görülmektedir. Son olarak katılımcılara “ Gelir düzeyinizi nasıl tanımlarsınız?” sorusu yöneltilmiştir. Dağılım ise sırasıyla şu şekildedir; orta %53,1, iyi %30,8, kötü %8,5 çok iyi %5,4 ve çok kötü %2,1. Bu durumda gelir düzeyini orta olarak tanımlayanlar en üst sırada yer alırken, gelir düzeyini çok kötü olarak tanımlayanlar ise en alt sıra da yer almaktadır.

#### **4.2. Esnaf Lokantaları İçin Memnuniyet Düzeyleri**

Bu başlık altında katılımcılara sorulan memnuniyet düzeylerinin ve sebeplerinin öğrenilmesi amaçlanan sorunun analizi ve yorumu yapılmıştır. Memnuniyet düzeyleri sorusunda katılımcılara 12 adet memnuniyet durumu verilmiştir. Memnuniyet durumuna göre 5’li likert içinden kendi düşünce ve tutumlarına uygun olanı işaretlemeleri istenmiştir. Buna göre bulgular Tablo 4.14.’de verilmiştir.

|                                              | Hiç memnun değilim |     | Memnun değilim |      | Kararsızım |      | Memnunum |      | Çok memnunum |      | Ort  | ss   |
|----------------------------------------------|--------------------|-----|----------------|------|------------|------|----------|------|--------------|------|------|------|
|                                              | n                  | %   | n              | %    | n          | %    | n        | %    | n            | %    |      |      |
| Yiyeceklerin kalitesi                        | 3                  | ,8  | 33             | 8,5  | 46         | 11,9 | 218      | 56,5 | 86           | 22,3 | 3,91 | 0,86 |
| Yiyeceklerin tazeliği                        | 2                  | ,5  | 32             | 8,3  | 65         | 16,8 | 199      | 51,6 | 88           | 22,8 | 3,88 | 0,87 |
| Yiyeceklerin çeşitliliği                     | 9                  | 2,3 | 36             | 9,3  | 59         | 15,3 | 179      | 46,4 | 103          | 26,7 | 3,86 | 0,99 |
| Fiyatların uygunluğu                         | 30                 | 7,8 | 59             | 15,3 | 79         | 20,5 | 141      | 36,5 | 77           | 19,9 | 3,46 | 1,19 |
| Güvenilirlik                                 | 9                  | 2,3 | 28             | 7,3  | 95         | 24,6 | 158      | 40,9 | 96           | 24,9 | 3,79 | 0,98 |
| Tüketici hakları(Ürün iadesi ve değişim vb.) | 15                 | 3,9 | 39             | 10,1 | 77         | 19,9 | 171      | 44,3 | 84           | 21,8 | 3,70 | 1,04 |
| Müşteriye gösterilen ilgi                    | 3                  | ,8  | 14             | 3,6  | 38         | 9,8  | 203      | 52,6 | 128          | 33,2 | 4,14 | 0,79 |
| Tercihlere uygun yiyecek bulabilme olanağı   | 6                  | 1,6 | 38             | 9,8  | 69         | 17,9 | 177      | 45,9 | 96           | 24,9 | 3,83 | 0,97 |
| İş yerinin fiziksel şartları                 | 5                  | 1,3 | 49             | 12,7 | 113        | 29,3 | 150      | 38,9 | 69           | 17,9 | 3,59 | 0,97 |
| Orijinal/değişik yemek bulabilme             | 14                 | 3,6 | 61             | 15,8 | 91         | 23,6 | 136      | 35,2 | 84           | 21,8 | 3,56 | 1,10 |
| İnsan ilişkileri/nezaket                     | 1                  | ,3  | 16             | 4,1  | 43         | 11,1 | 193      | 50,0 | 133          | 34,5 | 4,14 | 0,79 |
| İş ahlakı                                    | 4                  | 1,0 | 10             | 2,6  | 59         | 15,3 | 191      | 49,5 | 122          | 31,6 | 4,08 | 0,81 |

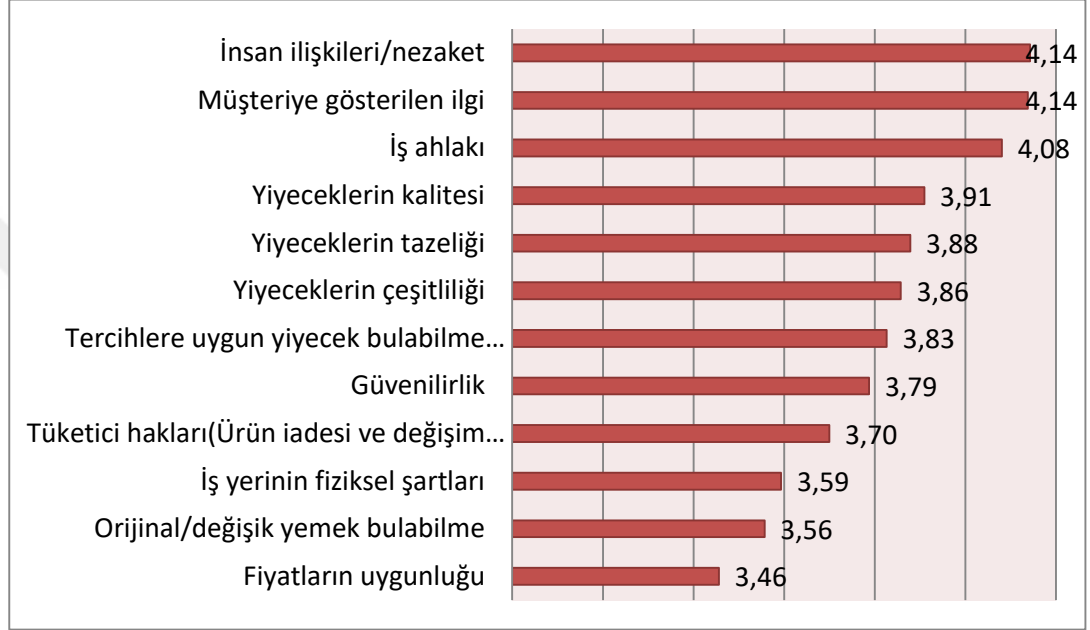
Tablo 4.2. Esnaf lokantaları için memnuniyet düzeyleri

Memnuniyet düzeyleri arasında farklılıklar bulunmaktadır. Yiyeceklerin kalitesi ifadesinde en çok tercih edilen %56,5 oran ile memnunum seçeneği olurken, sırasıyla çok memnunum %22,3, kararsızım %11,9, memnun değilim %8,5 ve hiç memnun değilim %0,8 katılımcı şeklindedir. Yiyeceklerin tazeliği ifadesinde en çok tercih edilen %51,6 oran ile memnunum seçeneği olurken sırasıyla çok

memnunum %22,8, kararsızım %16,8, memnun değilim %8,3, hiç memnun değilim %0,5 katılımcı şeklinde devam etmektedir. Yiyeceklerin çeşitliliği ifadesinde en çok tercih edilen %46,4 katılımcı ile memnunum seçeneği olurken sırasıyla çok memnunum %26,7, kararsızım %15,3, memnun değilim %9,3, hiç memnun değilim %2,3 olarak tespit edilmiştir. Fiyatların uygunluğu ifadesinde en çok tercih edilen %36,5 katılımcı ile memnunum seçeneği olurken sırasıyla kararsızım %20,5, çok memnunum %19,9, memnun değilim %15,3, hiç memnun değilim %7,8 katılımcı tarafından işaretlenmiştir.

Güvenilirlik ifadesinde en sık tercih edilen %40,9 katılımcı ile memnunum seçeneği olurken sırasıyla çok memnunum %24,9, kararsızım %24,6, memnun değilim %7,3, hiç memnun değilim %2,3 katılımcı olarak belirlenmiştir. Tüketici hakları ifadesinde ise en çok tercih edilen %44,3 katılımcı ile memnunum seçeneği olurken sırasıyla çok memnunum %21,8, kararsızım %19,9, memnun değilim %10,1, hiç memnun değilim %3,9 katılımcı olarak tespit edilmiştir. Tüketici hakları ifadesinde ise %52,6 katılımcı ile memnunum seçeneği en üst sırada olurken sırasıyla çok memnunum %33,2, kararsızım %9,8, memnun değilim %3,6, hiç memnun değilim ise %0,8 katılımcı tarafından seçilmiştir. Tercihlere uygun yiyecek bulabilme olanağı ifadesinde en çok tercih edilen %45,9 katılımcı ile memnunum seçeneği olurken sırasıyla çok memnunum %24,9, kararsızım %17,9, memnun değilim %9,8, hiç memnun değilim ise %1,6 katılımcı şeklinde devam etmektedir. İş yerinin fiziksel şartları ifadesinde en çok tercih edilen ifade %38,9 katılımcı ile memnunum seçeneği olurken sırasıyla kararsızım %29,3, çok memnunum %17,9, memnun değilim %12,7, hiç memnun değilim %1,3 kişi tarafından işaretlenmiştir. Orijinal/değişik yemek bulabilme ifadesinde en çok tercih edilen %35,2 katılımcı ile memnunum seçeneği olurken sırasıyla kararsızım %23,6, çok memnunum %21,8, memnun değilim %15,8, hiç memnun değilim %3,6 katılımcı şeklinde tespit edilmiştir. İnsan ilişkileri/nezaket ifadesinde en çok tercih edilen %50,0 katılımcı ile memnunum seçeneği olurken sırasıyla çok memnunum %34,5, kararsızım %11,1, memnun değilim %4,1, hiç memnun değilim ise %0,3 katılımcı olarak belirlenmiştir. İş ahlakı ifadesinde en çok tercih edilen %49,5 katılımcı ile memnunum seçeneği olurken sırasıyla çok memnunum %31,6, kararsızım %15,13, memnun değilim %2,6, hiç memnun değilim ise %1,0 katılımcı şeklinde devam etmektedir.

Memnuniyet durumlarından hiç memnun değilim ölçeği en sık fiyatların uygunluğu ifadesinde işaretlenerek esnaf lokantalarında en az memnuniyet durumunu fiyatların uygunluğu olarak ortaya koymaktadır. Memnun değilim ölçeğinin en sık işaretlendiği ifade orijinal/değişik yemek bulabilme, kararsızım ölçeğinin en sık işaretlendiği ifade iş yerinin fiziksel şartları, memnunum ölçeğinin en sık işaretlendiği ifade yiyeceklerin kalitesi ve çok memnunum ölçeğinin en sık işaretlendiği ifade ise insan ilişkileri/nezaket olarak belirlenmiştir.



Grafik 4.2. Esnaf lokantaları için memnuniyet düzeylerinin ortalamaları

Elde edilen veriler doğrultusunda esnaf lokantaları için memnuniyet düzeyi en yüksek olanlar; insan ilişkileri/nezaket, müşteriye gösterilen ilgi ve iş ahlakı en üst sırada yer almaktadır. Memnuniyet oranı en düşük olanlar ise fiyatların uygunluğu, orijinal/değişik yemek bulabilme ve iş yerinin fiziksel şartlarıdır.

#### 4.2.1. Esnaf Lokantalarından Memnuniyet Düzeylerinin Cinsiyet Açısından İncelenmesi

Esnaf lokantalarından memnuniyet düzeylerinin, cinsiyet açısından incelenmesi için yapılan Mann Whitney testi sonuçları aşağıda verilmiştir.

|                                              | Cinsiyet |      |       |      | U         | p     |
|----------------------------------------------|----------|------|-------|------|-----------|-------|
|                                              | Kadın    |      | Erkek |      |           |       |
|                                              | Ort      | ss   | Ort   | Ss   |           |       |
| Yiyeceklerin kalitesi                        | 3,74     | ,83  | 4,02  | ,87  | 14161,500 | ,000* |
| Yiyeceklerin tazeliği                        | 3,70     | ,86  | 4,00  | ,86  | 14266,500 | ,000* |
| Yiyeceklerin çeşitliliği                     | 3,67     | 1,03 | 3,98  | ,95  | 14819,000 | ,002* |
| Fiyatların uygunluğu                         | 3,40     | 1,07 | 3,49  | 1,27 | 16556,500 | ,194  |
| Güvenilirlik                                 | 3,57     | ,91  | 3,93  | ,99  | 13783,500 | ,000* |
| Tüketici hakları(Ürün iadesi ve değişim vb.) | 3,59     | 1,00 | 3,77  | 1,06 | 15762,000 | ,035* |
| Müşteriye gösterilen ilgi                    | 4,01     | ,81  | 4,22  | ,77  | 15248,500 | ,006* |
| Tercihlere uygun yiyecek bulabilme olanağı   | 3,67     | ,95  | 3,93  | ,97  | 14955,000 | ,003* |
| İş yerinin fiziksel şartları                 | 3,41     | ,98  | 3,72  | ,93  | 14712,000 | ,002* |
| Orijinal/değişik yemek bulabilme             | 3,26     | 1,04 | 3,76  | 1,10 | 12981,000 | ,000* |
| İnsan ilişkileri/nezaket                     | 4,03     | ,80  | 4,22  | ,78  | 15403,500 | ,011* |
| İş ahlakı                                    | 3,92     | ,80  | 4,19  | ,80  | 14577,000 | ,001* |

Tablo 4.3. Memnuniyet düzeylerinin cinsiyet açısından incelenmesi

Yapılan Mann Whitney testi ile edilen sonuçlara göre memnuniyet düzeylerinin cinsiyete göre farklılık gösterdiği ortaya konmaktadır. Bu doğrultuda yiyeceklerin kalitesinden memnuniyet( $p<0,05$ ), yiyeceklerin tazeliğinden memnuniyet( $p<0,05$ ), yiyeceklerin çeşitliliğinden memnuniyet( $p<0,05$ ), güvenilirlikten memnuniyet ( $p<0,05$ ), tüketici haklarından memnuniyet( $p<0,05$ ), müşteriye gösterilen ilgiden memnuniyet ( $p<0,05$ ), tercihlere uygun yiyecek bulabilme olanağından memnuniyet( $p<0,05$ ), iş yerinin fiziksel şartlarından memnuniyet ( $p<0,05$ ), orijinal/değişik yemek bulabilmeden memnuniyet( $p<0,05$ ), insan ilişkileri/nezaketten memnuniyet( $p<0,05$ ) ve iş ahlakından memnuniyet( $p<0,05$ ) cinsiyete göre farklılık göstermektedir. Her memnuniyet durumunda erkeklerde memnuniyet daha fazladır.

Erkekler ve kadınlar arasında ki memnuniyet durumunun en yüksek oranda farklılaştığı memnuniyet durumu orijinal/değişik yemek bulabilmedir. Ardından güvenilirlikten memnuniyet gelmektedir. Erkekler ve kadınlar arasındaki memnuniyet durumunun en düşük oranda farklılaştığı memnuniyet durumu ise fiyatların uygunluğudur.

#### 4.2.2. Esnaf Lokantalarından Memnuniyet Düzeylerinin Yaş Açısından İncelenmesi

Esnaf lokantalarından memnuniyet düzeylerinin, yaş açısından incelenmesi için yapılan Kruskal Wallis testi sonuçları aşağıda verilmiştir.

|                                              | Yaş            |      |           |      |           |      |           |      |                |      | X2     | p     |
|----------------------------------------------|----------------|------|-----------|------|-----------|------|-----------|------|----------------|------|--------|-------|
|                                              | 25 yaş ve altı |      | 26-35 yaş |      | 36-45 yaş |      | 46-55 yaş |      | 56 yaş ve üstü |      |        |       |
|                                              | Ort            | ss   | Ort       | ss   | Ort       | ss   | Ort       | ss   | Ort            | ss   |        |       |
| Yiyeceklerin kalitesi                        | 4,07           | ,76  | 3,95      | ,74  | 3,61      | ,91  | 3,79      | 1,00 | 4,16           | ,90  | 19,759 | ,001* |
| Yiyeceklerin tazeliği                        | 4,00           | ,77  | 3,88      | ,77  | 3,66      | ,85  | 3,70      | 1,11 | 4,22           | ,87  | 18,569 | ,001* |
| Yiyeceklerin çeşitliliği                     | 4,13           | ,79  | 3,82      | ,99  | 3,58      | ,93  | 3,55      | 1,25 | 4,24           | ,88  | 26,660 | ,000* |
| Fiyatların uygunluğu                         | 3,44           | 1,24 | 3,48      | 1,14 | 3,39      | 1,15 | 3,32      | 1,28 | 3,71           | 1,21 | 3,455  | ,485  |
| Güvenilirlik                                 | 3,83           | ,86  | 3,78      | ,92  | 3,61      | ,96  | 3,64      | 1,15 | 4,18           | 1,01 | 15,133 | ,004* |
| Tüketici hakları(Ürün iadesi ve değişim vb.) | 3,75           | 1,02 | 3,67      | ,93  | 3,73      | ,97  | 3,73      | 1,15 | 3,57           | 1,29 | 1,142  | ,888  |
| Müşteriye gösterilen ilgi                    | 4,22           | ,66  | 4,11      | ,69  | 4,04      | ,87  | 3,93      | 1,02 | 4,45           | ,71  | 13,321 | ,010* |
| Tercihlere uygun yiyecek bulabilme olanağı   | 3,95           | ,95  | 3,79      | ,85  | 3,60      | ,99  | 3,66      | 1,18 | 4,24           | ,75  | 16,615 | ,002* |
| İş yerinin fiziksel şartları                 | 3,78           | ,91  | 3,42      | ,93  | 3,38      | ,95  | 3,64      | 1,03 | 3,92           | ,95  | 18,486 | ,001* |

Tablo 4.4. Memnuniyet düzeylerinin yaş açısından incelenmesi

|                                         |             |             |             |             |             |             |             |             |             |            |               |              |
|-----------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|---------------|--------------|
| <b>Orijinal/değişik yemek bulabilme</b> | <b>3,59</b> | <b>1,05</b> | <b>3,50</b> | <b>1,02</b> | <b>3,36</b> | <b>1,18</b> | <b>3,39</b> | <b>1,27</b> | <b>4,12</b> | <b>,86</b> | <b>16,191</b> | <b>,003*</b> |
| <b>İnsan ilişkileri/nezaket</b>         | <b>4,22</b> | <b>,76</b>  | <b>4,16</b> | <b>,63</b>  | <b>4,00</b> | <b>,86</b>  | <b>4,05</b> | <b>0,92</b> | <b>4,31</b> | <b>,85</b> | <b>7,039</b>  | <b>,134</b>  |
| <b>İş ahlakı</b>                        | <b>4,21</b> | <b>,71</b>  | <b>4,05</b> | <b>,70</b>  | <b>3,96</b> | <b>,88</b>  | <b>4,07</b> | <b>0,95</b> | <b>4,10</b> | <b>,92</b> | <b>4,504</b>  | <b>,342</b>  |

Tablo 4.4. (devam) Memnuniyet düzeylerinin yaş açısından incelenmesi

Yapılan Kruskal Wallis testi ile elde edilen sonuçlara göre memnuniyet düzeylerinin yaşa göre farklılık gösterdiği ortaya konmaktadır. Yiyeceklerin kalitesinden memnuniyet, yaşa göre farklılık göstermektedir ( $p<0,05$ ). 56 yaş ve üstü olanlarda memnuniyet en fazladır. Sırasıyla 25 yaş ve altı, 26-35 yaş, 46-55 yaş ve 36-45 yaş şeklinde azalarak ilerlemektedir. Yiyeceklerin kalitesinden memnuniyetin en düşük olduğu yaş grubu 36-45 yaş grubu katılımcılardır. Yiyeceklerin tazeliğinden memnuniyet, yaşa göre farklılık göstermektedir ( $p<0,05$ ). 56 yaş ve üstü olanlarda memnuniyet en fazladır. Sırasıyla 25 yaş ve altı, 26-35 yaş, 46-55 yaş ve 36-45 yaş şeklinde ilerlemektedir. Yiyeceklerin tazeliğinden memnuniyetin en düşük olduğu yaş grubu 36-45 yaş grubu katılımcılardır. Yiyeceklerin çeşitliliğinden memnuniyet, yaşa göre farklılık göstermektedir ( $p<0,05$ ). 56 yaş ve üstü olanlarda memnuniyet en fazladır. Sırasıyla 25 yaş ve altı, 26-35 yaş, 36-45 yaş ve 46-55 yaş olarak belirlenmiştir. Yiyeceklerin çeşitliliğinden memnuniyetin en düşük olduğu yaş grubu 46-55 yaş grubu katılımcılara aittir. Güvenilirlikten memnuniyet, yaşa göre farklılık göstermektedir ( $p<0,05$ ). 56 yaş ve üstü olanlarda memnuniyet en fazladır. Sırasıyla 25 yaş ve altı, 26-35 yaş, 46-55 yaş ve 36-45 yaş şeklinde sıralanmaktadır. Güvenilirlikten memnuniyetin en düşük olduğu yaş grubu 36-45 yaş grubu olarak tespit edilmiştir.

Müşteriye gösterilen ilgiden memnuniyet, yaşa göre farklılık göstermektedir ( $p<0,05$ ). 56 yaş ve üstü olanlarda memnuniyet en fazladır. Sırasıyla 25 yaş ve altı, 26-35 yaş, 36-45 yaş ve 46-55 yaş şeklinde azalarak ilerlemektedir. Müşteriye gösterilen ilgiden memnuniyetin en düşük olduğu yaş grubu 46-55 yaş grubu katılımcılardır. Tercihlere uygun yiyecek bulabilme olanağından memnuniyet, yaşa göre farklılık göstermektedir ( $p<0,05$ ). 56 yaş ve üstü olanlarda memnuniyet en çoktur. Sırasıyla 25 yaş ve altı, 26-35 yaş, 46-55 yaş ve 36-45 yaş şeklinde belirlenmiştir. Tercihlere uygun yiyecek bulabilme olanağından memnuniyetin en düşük olduğu yaş grubu 36-45 yaş grubu katılımcılara aittir. İş yerinin fiziksel

şartlarından memnuniyet, yaşa göre farklılık göstermektedir ( $p<0,05$ ). 56 yaş ve üstü olanlarda memnuniyet en fazladır. Sırasıyla 25 yaş ve altı, 46-55 yaş, 26-35 yaş ve 36-45 yaş şeklinde devam etmektedir. İş yerinin fiziksel şartlarından memnuniyetin en düşük olduğu yaş grubu 36-45 yaş grubu katılımcılardır. Orijinal/değişik yemek bulabilmeden memnuniyet, yaşa göre farklılık göstermektedir ( $p<0,05$ ). 56 yaş ve üstü olanlarda memnuniyet en yüksek seviyededir. Sırasıyla 25 yaş ve altı, 26-35 yaş, 46-55 yaş ve 36-45 yaş şeklinde olarak devam etmektedir. Orijinal/değişik yemek bulabilmeden memnuniyet memnuniyetin en düşük olduğu yaş grubu 36-45 yaş grubudur.

Fiyatların uygunluğundan memnuniyet, tüketici haklarından memnuniyet, insan ilişkilerinden memnuniyet ve iş ahlakından memnuniyet yaşa göre belirgin farklılık göstermemektedir.

#### 4.2.3. Esnaf Lokantalarından Memnuniyet Düzeylerinin Eğitim Durumu Açısından İncelenmesi

Esnaf lokantalarından memnuniyet düzeylerinin, eğitim durumu açısından incelenmesi için yapılan Kruskal Wallis testi sonuçları aşağıda verilmiştir

|                          | Eğitim durumu |      |            |     |             |      |      |      |            |     |            |     | X2     | p     |
|--------------------------|---------------|------|------------|-----|-------------|------|------|------|------------|-----|------------|-----|--------|-------|
|                          | Okuryazar     |      | İlköğretim |     | Ortaöğretim |      | Lise |      | Üniversite |     | Lisansüstü |     |        |       |
|                          | Ort           | ss   | Ort        | ss  | Ort         | ss   | Ort  | ss   | Ort        | ss  | Ort        | ss  |        |       |
| Yiyeceklerin kalitesi    | 4,09          | 1,04 | 4,24       | ,75 | 3,69        | 1,02 | 3,90 | ,92  | 3,88       | ,76 | 3,87       | ,63 | 13,447 | ,020* |
| Yiyeceklerin tazeliği    | 4,09          | 1,04 | 4,06       | ,97 | 3,78        | 0,94 | 3,88 | ,90  | 3,83       | ,78 | 3,91       | ,73 | 6,059  | ,300  |
| Yiyeceklerin çeşitliliği | 4,27          | 0,90 | 4,08       | ,95 | 3,65        | 1,14 | 3,87 | 1,03 | 3,86       | ,90 | 3,61       | ,89 | 9,218  | ,101  |

Tablo 4.5. Memnuniyet düzeylerinin eğitim durumu açısından incelenmesi

|                                                     |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |               |              |
|-----------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|--------------|
| <b>Fiyatların uygunluğu</b>                         | <b>4,09</b> | <b>0,94</b> | <b>3,57</b> | <b>1,14</b> | <b>3,29</b> | <b>1,24</b> | <b>3,30</b> | <b>1,24</b> | <b>3,54</b> | <b>1,19</b> | <b>3,74</b> | <b>,86</b>  | <b>8,538</b>  | <b>,129</b>  |
| <b>Güvenilirlik</b>                                 | <b>4,09</b> | <b>0,83</b> | <b>4,02</b> | <b>1,07</b> | <b>3,64</b> | <b>1,18</b> | <b>3,82</b> | <b>,96</b>  | <b>3,74</b> | <b>,86</b>  | <b>3,57</b> | <b>,90</b>  | <b>8,247</b>  | <b>,143</b>  |
| <b>Tüketici hakları(Ürün iadesi ve değişim vb.)</b> | <b>3,91</b> | <b>1,14</b> | <b>3,61</b> | <b>1,22</b> | <b>3,71</b> | <b>1,07</b> | <b>3,78</b> | <b>1,03</b> | <b>3,66</b> | <b>,97</b>  | <b>3,52</b> | <b>1,04</b> | <b>2,906</b>  | <b>,714</b>  |
| <b>Müşteriye gösterilen ilgi</b>                    | <b>4,45</b> | <b>0,69</b> | <b>4,24</b> | <b>,90</b>  | <b>4,09</b> | <b>0,89</b> | <b>4,20</b> | <b>,78</b>  | <b>4,03</b> | <b>,73</b>  | <b>4,04</b> | <b>,71</b>  | <b>9,225</b>  | <b>,100</b>  |
| <b>Tercihlere uygun yiyecek bulabilme olanağı</b>   | <b>4,18</b> | <b>0,75</b> | <b>3,94</b> | <b>1,03</b> | <b>3,73</b> | <b>1,03</b> | <b>3,79</b> | <b>1,01</b> | <b>3,85</b> | <b>,89</b>  | <b>3,74</b> | <b>,92</b>  | <b>3,503</b>  | <b>,623</b>  |
| <b>İş yerinin fiziksel şartları</b>                 | <b>3,64</b> | <b>0,81</b> | <b>4,00</b> | <b>,89</b>  | <b>3,55</b> | <b>1,00</b> | <b>3,63</b> | <b>1,01</b> | <b>3,50</b> | <b>,93</b>  | <b>3,13</b> | <b>,81</b>  | <b>15,899</b> | <b>,007*</b> |
| <b>Orijinal/değişik yemek bulabilme</b>             | <b>3,91</b> | <b>1,04</b> | <b>3,80</b> | <b>1,12</b> | <b>3,67</b> | <b>1,06</b> | <b>3,56</b> | <b>1,13</b> | <b>3,47</b> | <b>1,09</b> | <b>3,04</b> | <b>1,02</b> | <b>10,296</b> | <b>,067</b>  |
| <b>İnsan ilişkileri/nezaket</b>                     | <b>4,45</b> | <b>0,69</b> | <b>4,22</b> | <b>,82</b>  | <b>4,11</b> | <b>0,90</b> | <b>4,16</b> | <b>,81</b>  | <b>4,09</b> | <b>,74</b>  | <b>4,04</b> | <b>,64</b>  | <b>4,704</b>  | <b>,453</b>  |
| <b>İş ahlakı</b>                                    | <b>4,27</b> | <b>0,79</b> | <b>4,10</b> | <b>,92</b>  | <b>3,96</b> | <b>0,92</b> | <b>4,18</b> | <b>,78</b>  | <b>4,05</b> | <b>,77</b>  | <b>3,83</b> | <b>,72</b>  | <b>7,488</b>  | <b>,187</b>  |

Tablo 4.5. (devam) Memnuniyet düzeylerinin eğitim durumu açısından incelenmesi

Yapılan Kruskal Wallis testi ile elde edilen sonuçlara göre memnuniyet düzeylerinin eğitim durumuna göre farklılık gösterdiği ortaya konmaktadır. Yiyeceklerin kalitesinden memnuniyet, eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir ( $p<0,05$ ). İlköğretim mezunu olanlarda memnuniyet en fazladır. Sırasıyla okuryazar olanlar, lise mezunu olanlar, üniversite mezunu olanlar, lisansüstü mezunu olanlar ve orta öğretim mezunu olanlar şeklinde sıralanmaktadır. En düşük memnuniyet oranı orta öğretim mezunlarına aittir. İş yerinin fiziksel şartlarından memnuniyet, eğitim durumuna göre farklılık

göstermektedir ( $p<0,05$ ). İlköğretim mezunu olanlarda memnuniyet en yüksek orana sahiptir. Okuryazar olanlar, lise mezunu olanlar, orta öğretim mezunu olanlar, üniversite mezunu olanlar ve lisansüstü mezunu olanlar şeklinde sıralanmaktadır. En düşük memnuniyet lisansüstü mezunu olanlarda görülmektedir. Bu veriler doğrultusunda eğitim seviyesi yükseldikçe iş yerinin fiziksel şartlarından memnuniyetin düştüğü söylenebilir.

Yiyeceklerin tazeliğinden ( $p>0,05$ ), yiyeceklerin çeşitliliğinden ( $p>0,05$ ), fiyatların uygunluğundan ( $p>0,05$ ), güvenilirlikten ( $p>0,05$ ), tüketici haklarından ( $p>0,05$ ), müşteriye gösterilen ilgiden ( $p>0,05$ ), tercihlere uygun yiyecek bulabilme olanağından ( $p>0,05$ ), orijinal/değişik yemek bulabilmeden ( $p>0,05$ ), insan ilişkileri/nezaketten ( $p>0,05$ ) ve iş ahlakından memnuniyette ( $p>0,05$ ) eğitim durumuna göre farklılık bulunmamaktadır.

#### 4.2.4. Esnaf Lokantalarından Memnuniyet Düzeylerinin Medeni Durum Açısından İncelenmesi

Esnaf lokantalarından memnuniyet düzeylerinin, medeni durum açısından incelenmesi için yapılan Kruskal Wallis testi sonuçları aşağıda verilmiştir.

|                                              | Medeni Durum |      |       |      | U         | p    |
|----------------------------------------------|--------------|------|-------|------|-----------|------|
|                                              | Evli         |      | Bekar |      |           |      |
|                                              | Ort          | ss   | Ort   | ss   |           |      |
| Yiyeceklerin kalitesi                        | 3,86         | ,89  | 3,98  | ,82  | 17127,000 | ,268 |
| Yiyeceklerin tazeliği                        | 3,81         | ,92  | 3,97  | ,80  | 16739,000 | ,142 |
| Yiyeceklerin çeşitliliği                     | 3,77         | 1,04 | 3,97  | ,92  | 16467,000 | ,087 |
| Fiyatların uygunluğu                         | 3,46         | 1,18 | 3,45  | 1,21 | 18089,500 | ,913 |
| Güvenilirlik                                 | 3,71         | 1,01 | 3,89  | ,91  | 16662,000 | ,134 |
| Tüketici hakları(Ürün iadesi ve değişim vb.) | 3,64         | 1,07 | 3,77  | 1,01 | 17097,500 | ,280 |
| Müşteriye gösterilen ilgi                    | 4,10         | ,84  | 4,18  | ,73  | 17533,000 | ,493 |
| Tercihlere uygun yiyecek bulabilme olanağı   | 3,80         | ,99  | 3,87  | ,93  | 17722,500 | ,636 |
| İş yerinin fiziksel şartları                 | 3,59         | ,93  | 3,60  | 1,02 | 18091,500 | ,913 |
| Orijinal/değişik yemek bulabilme             | 3,56         | 1,14 | 3,55  | 1,06 | 17952,500 | ,810 |
| İnsan ilişkileri/nezaket                     | 4,10         | ,81  | 4,20  | ,77  | 16975,000 | ,214 |
| İş ahlakı                                    | 4,05         | ,82  | 4,12  | ,80  | 17398,500 | ,418 |

Tablo 4.6. Memnuniyet düzeylerinin medeni durum açısından incelenmesi

Yapılan Kruskal Wallis testi ile elde edilen sonuçlara göre esnaf lokantalarından memnuniyet düzeyleri, medeni duruma göre farklılık göstermemektedir ( $p>0,05$ ).

#### 4.2.5. Esnaf Lokantalarından Memnuniyet Düzeylerinin Meslek Açısından İncelenmesi

Esnaf lokantalarından memnuniyet düzeylerinin, meslek açısından incelenmesi için yapılan Kruskal Wallis testi sonuçları aşağıda verilmiştir.

|                                              | Meslek |      |      |      |                  |      |         |      |       |      |                |      |             |      | X2     | p     |
|----------------------------------------------|--------|------|------|------|------------------|------|---------|------|-------|------|----------------|------|-------------|------|--------|-------|
|                                              | Emekli |      | İşçi |      | Çalışmıyor işsiz |      | Öğrenci |      | Memur |      | Serbest meslek |      | Özel sektör |      |        |       |
|                                              | Ort    | ss   | Ort  | ss   | Ort              | ss   | Ort     | ss   | Ort   | ss   | Ort            | ss   | Ort         | ss   |        |       |
| Yiyeceklerin kalitesi                        | 4,21   | ,88  | 3,88 | ,95  | 3,81             | ,79  | 4,02    | ,76  | 3,74  | ,70  | 3,95           | ,96  | 3,84        | ,85  | 12,670 | ,049* |
| Yiyeceklerin tazeliği                        | 4,25   | ,85  | 3,85 | ,83  | 3,67             | 1,01 | 4,02    | ,73  | 3,76  | ,76  | 3,90           | ,94  | 3,78        | ,79  | 11,901 | ,064  |
| Yiyeceklerin çeşitliliği                     | 4,29   | ,81  | 3,85 | ,92  | 3,67             | 1,10 | 4,16    | ,76  | 3,78  | ,83  | 3,88           | 1,08 | 3,34        | 1,07 | 21,493 | ,001* |
| Fiyatların uygunluğu                         | 3,46   | 1,28 | 2,92 | 1,09 | 3,56             | 1,05 | 3,33    | 1,32 | 3,60  | 1,04 | 3,48           | 1,25 | 3,53        | 1,14 | 7,319  | ,292  |
| Güvenilirlik                                 | 4,21   | 1,02 | 3,77 | ,82  | 3,56             | 1,11 | 3,84    | ,88  | 3,57  | ,94  | 3,87           | 1,01 | 3,75        | ,88  | 13,803 | ,032* |
| Tüketici hakları(Ürün iadesi ve değişim vb.) | 3,67   | 1,20 | 3,27 | 1,15 | 3,64             | ,99  | 3,80    | 1,00 | 3,50  | 1,01 | 3,88           | ,98  | 3,56        | 1,16 | 13,165 | ,040* |
| Müşteriye gösterilen ilgi                    | 4,33   | ,76  | 3,92 | 1,09 | 4,19             | ,92  | 4,16    | ,70  | 4,03  | ,75  | 4,20           | ,76  | 4,00        | ,72  | 7,744  | ,257  |
| Tercihlere uygun yiyecek bulabilme olanağı   | 4,13   | ,80  | 3,50 | ,91  | 3,75             | 1,08 | 3,80    | 1,02 | 3,84  | ,82  | 3,90           | ,96  | 3,63        | 1,18 | 7,963  | ,241  |
| İş yerinin fiziksel şartları                 | 3,75   | ,85  | 3,19 | 1,02 | 3,89             | ,82  | 3,80    | ,85  | 3,31  | ,93  | 3,66           | 1,03 | 3,44        | ,91  | 18,455 | ,005* |
| Orijinal/değişik yemek bulabilme             | 3,96   | ,81  | 3,46 | 1,03 | 3,44             | 1,21 | 3,61    | 1,00 | 3,38  | 1,08 | 3,65           | 1,14 | 3,31        | 1,20 | 8,586  | ,198  |
| İnsan ilişkileri/nezaket                     | 4,17   | ,82  | 4,00 | ,89  | 4,31             | ,75  | 4,22    | ,78  | 4,04  | ,70  | 4,19           | ,82  | 3,94        | ,80  | 8,155  | ,227  |
| İş ahlakı                                    | 4,04   | ,75  | 4,00 | ,85  | 4,11             | ,92  | 4,18    | ,65  | 4,00  | ,65  | 4,13           | ,89  | 3,91        | ,89  | 5,874  | ,437  |

Tablo 4.7. Memnuniyet düzeylerinin meslek açısından incelenmesi

Yiyeceklerin kalitesinden memnuniyet, mesleğe göre farklılık göstermektedir ( $p<0,05$ ). Emekli olanlarda memnuniyet en fazladır. Memnuniyet sırasıyla öğrenci, serbest meslek, işçi, özel sektör, çalışmıyor/işsiz ve memur şeklinde azalarak ilerlemektedir. En düşük memnuniyet memur olan katılımcılara aittir. Yiyeceklerin çeşitliliğinden memnuniyet, mesleğe göre farklılık göstermektedir

( $p<0,05$ ). Emekli olanlarda memnuniyet en yüksektir. Memnuniyet sırasıyla öğrenci, serbest meslek, işçi, çalışmıyor/işsiz ve özel sektör de çalışanlar olarak azalarak ilerlemektedir. En düşük memnuniyet özel sektör de çalışan katılımcılara aittir.

Güvenilirlikten memnuniyet, mesleğe göre farklılık göstermektedir ( $p<0,05$ ). Emekli olanlarda memnuniyet en fazladır. Memnuniyet sırasıyla serbest meslek, öğrenci, işçi, özel sektör, memur ve çalışmıyor/işsiz şeklinde azalarak ilerlemektedir. En düşük memnuniyet çalışmıyor/işsiz kategorisindeki katılımcılara aittir. Tüketici haklarından (Ürün iadesi ve değişim vb.) memnuniyet, mesleğe göre farklılık göstermektedir ( $p<0,05$ ). Serbest meslek sahibi olanlarda memnuniyet en üst sıradadır. Memnuniyet öğrenci, emekli, çalışmıyor/işsiz, özel sektör, memur ve işçi şeklinde azalarak ilerlemektedir. En düşük memnuniyet işçi olarak çalışan katılımcılara ait olduğu tespit edilmiştir. İş yerinin fiziksel şartlarından memnuniyet ise mesleğe göre farklılık göstermektedir ( $p<0,05$ ). Çalışmıyor/işsiz olanlarda memnuniyet en fazla orana sahiptir. Memnuniyet öğrenci, emekli, serbest meslek, özel sektör, memur ve işçi olarak sıralanmaktadır. En düşük memnuniyet işçi olarak çalışan katılımcı grubuna aittir. Yiyeceklerin tazeliğinden, fiyatların uygunluğundan, müşteriye gösterilen ilgiden, tercihlere uygun yiyecek bulabilme olanağından, orijinal/değişik yemek bulabilmeden, insan ilişkileri/nezaketten ve iş ahlakından memnuniyette mesleğe göre farklılık saptanmamıştır ( $p>0,05$ ).

#### **4.2.6. Esnaf Lokantalarından Memnuniyet Düzeylerinin, Gelir Düzeyi Açısından İncelenmesi**

Esnaf lokantalarından memnuniyet düzeylerinin, gelir düzeyi açısından incelenmesi için yapılan Kruskal Wallis testi sonuçları aşağıda verilmiştir.

|                                              | Kendinize göre gelir düzeyinizi nasıl tanımlarsınız? |      |      |      |      |      |      |      |         |      | X2     | p     |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|---------|------|--------|-------|
|                                              | Çok kötü                                             |      | Kötü |      | Orta |      | İyi  |      | Çok iyi |      |        |       |
|                                              | Ort                                                  | ss   | Ort  | ss   | Ort  | ss   | Ort  | ss   | Ort     | ss   |        |       |
| Yiyeceklerin kalitesi                        | 3,75                                                 | ,89  | 3,76 | ,75  | 3,89 | ,92  | 4,01 | ,78  | 3,86    | ,96  | 3,648  | ,456  |
| Yiyeceklerin tazeliği                        | 3,88                                                 | ,83  | 3,79 | ,82  | 3,83 | ,91  | 3,96 | ,86  | 4,00    | ,71  | 2,057  | ,725  |
| Yiyeceklerin çeşitliliği                     | 4,13                                                 | ,83  | 3,91 | ,77  | 3,87 | 1,00 | 3,85 | 1,05 | 3,57    | 1,03 | 2,890  | ,576  |
| Fiyatların uygunluğu                         | 3,75                                                 | 1,04 | 2,58 | 1,23 | 3,41 | 1,17 | 3,67 | 1,14 | 3,90    | 1,14 | 24,211 | ,000* |
| Güvenilirlik                                 | 4,13                                                 | ,83  | 3,64 | ,82  | 3,71 | 1,03 | 3,90 | ,94  | 4,05    | ,80  | 5,804  | ,214  |
| Tüketici hakları(Ürün iadesi ve değişim vb.) | 3,25                                                 | 1,28 | 3,27 | 1,21 | 3,68 | 1,00 | 3,81 | 1,05 | 4,14    | ,79  | 11,411 | ,022* |
| Müşteriye gösterilen ilgi                    | 3,88                                                 | 1,36 | 4,06 | ,93  | 4,11 | ,79  | 4,18 | ,72  | 4,38    | ,67  | 2,410  | ,661  |
| Tercihlere uygun yiyecek bulabilme olanağı   | 3,75                                                 | 1,04 | 3,52 | 1,18 | 3,83 | ,92  | 3,93 | ,96  | 3,67    | ,97  | 4,487  | ,344  |
| İş yerinin fiziksel şartları                 | 3,38                                                 | 1,19 | 3,33 | ,99  | 3,50 | ,98  | 3,80 | ,88  | 3,86    | 1,01 | 11,612 | ,020* |
| Orijinal/değişik yemek bulabilme             | 3,38                                                 | 1,41 | 3,58 | 1,09 | 3,52 | 1,10 | 3,61 | 1,13 | 3,67    | 1,02 | 0,992  | ,911  |
| İnsan ilişkileri/nezaket                     | 4,38                                                 | ,74  | 4,15 | ,83  | 4,07 | ,82  | 4,23 | ,74  | 4,29    | ,72  | 4,058  | ,398  |
| İş ahlakı                                    | 4,25                                                 | ,89  | 4,24 | ,66  | 3,99 | ,82  | 4,18 | ,83  | 4,05    | ,80  | 7,416  | ,115  |

Tablo 4.8. Memnuniyet düzeylerinin gelir düzeyi açısından incelenmesi

Fiyatların uygunluğundan memnuniyet, gelir düzeyine göre farklılık göstermektedir ( $p<0,05$ ). Gelir düzeyini çok iyi bulanlarda memnuniyet en fazladır. Memnuniyet sırasıyla çok kötü bulanlar, iyi bulanlar, orta bulanlar ve kötü bulanlar şeklinde devam etmektedir. Fiyatların uygunluğundan memnuniyet oranının en düşük olduğu seçenek ise gelir durumunu kötü bulanlar olarak ortaya çıkmaktadır. Tüketici haklarından (Ürün iadesi ve değişim vb.) memnuniyet, gelir düzeyine göre farklılık göstermektedir ( $p<0,05$ ). Gelir düzeyini çok iyi bulanlarda memnuniyet en fazla olurken gelir düzeyini iyi bulanlar, orta bulanlar, kötü bulanlar ve çok kötü bulanlar şeklinde azalarak ilerlemektedir. Tüketici haklarından en düşük memnuniyete sahip grup gelir düzeyini çok kötü bulanlardır. İş yerinin fiziksel şartlarından memnuniyet, gelir düzeyine göre farklılık göstermektedir ( $p<0,05$ ). Gelir düzeyini çok iyi bulanlarda memnuniyet en fazladır. Memnuniyet sırasıyla gelir düzeyini iyi bulanlar, orta bulanlar, çok kötü bulanlar ve kötü bulanlar olarak belirlenmiştir. İş yerinin fiziksel şartlarından

en düşük memnuniyet durumuna sahip olan grup gelir düzeyini kötü bulanlara aittir.

Yiyeceklerin kalitesinden, yiyeceklerin tazeliğinden, yiyeceklerin çeşitliliğinden, güvenilirlikten, müşteriye gösterilen ilgiden, tercihlere uygun yiyecek bulabilme olanağından, insan ilişkileri/nezaket ve iş ahlakından memnuniyet durumlarında gelir düzeyine göre bir farklılık tespit edilmemiştir ( $p>0,05$ ).

#### 4.3. Esnaf Lokantalarını Tercih Etme Nedenleri

Bu başlık altında katılımcılara sorulan esnaf lokantalarının tercih edilme nedenlerini saptamayı amaçlanan sorunun analizi ve yorumu yapılmıştır. Tercih nedenleri sorusunda katılımcılara 16 adet tercih etme nedeni verilmiştir. 16 adet tercih etme nedeni arasından kendi düşünce ve tutumlarına uygun olarak 6 işaretleme yapmaları istenmiştir. Buna göre bulgular Tablo 4.21.'de verilmiştir.

| Tercih etme nedenleri                                        | n   | %    |
|--------------------------------------------------------------|-----|------|
| Güvenilir olması                                             | 292 | 75,6 |
| Güler yüzlü hizmet verilmesi                                 | 235 | 60,9 |
| Uygun fiyatlı olması                                         | 222 | 57,5 |
| Samimi olunması                                              | 201 | 52,1 |
| Taze ürünlerin fazla bulunması                               | 194 | 50,3 |
| Türk damak tadına hitap etmesi                               | 180 | 46,6 |
| Tanıdık olması                                               | 153 | 39,6 |
| Ürün çeşitliliği fazla olması                                | 146 | 37,8 |
| Esnafa destek olmak                                          | 126 | 32,6 |
| Eve /işe yakın olması                                        | 111 | 28,8 |
| Kolay alışveriş yapılması                                    | 84  | 21,8 |
| Alışkanlık                                                   | 98  | 25,4 |
| AVM' de ve restoranda olmayan geleneksel ürünlerin bulunması | 84  | 21,8 |
| Gelenek                                                      | 77  | 19,9 |
| Kalabalık olmaması                                           | 76  | 19,7 |
| Veresiye imkanı                                              | 37  | 9,6  |

Tablo 4.9. Esnaf lokantalarını tercih etme nedenleri

Veriler incelendiğinde güvenilir olması %75,6, uygun fiyatlı olması %57,5, eve /işe yakın olması %28,8, güler yüzlü hizmet verilmesi %60,9, samimi olunması %52,1, alışkanlık %25,4, tanıdık olması %39,6, ürün çeşitliliği fazla olması %37,8, taze ürünlerin fazla bulunması %50,3, esnafa destek olmak %32,6, kolay alışveriş yapılması %21,8, gelenek %19,9, veresiye imkanı %9,6, kalabalık olmaması 19,7, Türk damak tadına hitap etmesi %46,6, AVM' de ve restoranda olmayan geleneksel ürünlerin bulunması ise %21,8 oranında kişi tarafından işaretlenmiştir.



Grafik 4.3. Esnaf lokantalarının tercih etme nedenlerinin dağılımı

Esnaf lokantalarının tercih nedenlerinin yüzdelik olarak dağılımını gösteren bu grafiğe göre, katılımcılar tarafından en yüksek oranda işaretlenen tercih etme nedenleri güvenilir olması (%75,6), güler yüzlü hizmet verilmesi (%60,9) ve uygun fiyatlı olması (%57,5) dır. Sırasıyla samimi olması, taze ürünlerin fazla bulunması, Türk damak tadına hitap etmesi, tanıdık olması, ürün çeşitliliğinin fazla olması, esnafa destek olmak, eve/işe yakın olması, alışkanlık, AVM' de ve restoranda olmayan geleneksel yemeklerin olması, kolay alışveriş yapılması, gelenek, kalabalık olmaması ve veresiye imkânı olarak azalarak devam etmektedir. Tercih durumunu en az etkileyen faktörler ise veresiye imkânı, kalabalık olmaması ve gelenek olarak karşımıza çıkmaktadır.

#### 4.3.1. Esnaf Lokantalarını Tercih Etme Nedenleri İle Cinsiyet Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Esnaf lokantalarını tercih etme nedenleri ile cinsiyet arasındaki ilişkinin incelenmesi için yapılan Ki-kare testi sonuçları aşağıda verilmiştir.

|                                                             |       | Cinsiyet |      |       |      | Ki-kare             | p     |
|-------------------------------------------------------------|-------|----------|------|-------|------|---------------------|-------|
|                                                             |       | Kadın    |      | Erkek |      |                     |       |
|                                                             |       | n        | %    | n     | %    |                     |       |
| Güvenilir olması                                            | Hayır | 41       | 26,5 | 53    | 22,9 | ,620 <sup>a</sup>   | ,431  |
|                                                             | Evet  | 114      | 73,5 | 178   | 77,1 |                     |       |
| Uygun fiyatlı olması                                        | Hayır | 49       | 31,6 | 115   | 49,8 | 12,534 <sup>a</sup> | ,000* |
|                                                             | Evet  | 106      | 68,4 | 116   | 50,2 |                     |       |
| Eve /işe yakın olması                                       | Hayır | 105      | 67,7 | 170   | 73,6 | 1,550 <sup>a</sup>  | ,213  |
|                                                             | Evet  | 50       | 32,3 | 61    | 26,4 |                     |       |
| Güler yüzlü hizmet verilmesi                                | Hayır | 57       | 36,8 | 94    | 40,7 | ,598 <sup>a</sup>   | ,439  |
|                                                             | Evet  | 98       | 63,2 | 137   | 59,3 |                     |       |
| Samimi olunması                                             | Hayır | 87       | 56,1 | 98    | 42,4 | 6,981 <sup>a</sup>  | ,008* |
|                                                             | Evet  | 68       | 43,9 | 133   | 57,6 |                     |       |
| Alışkanlık                                                  | Hayır | 126      | 81,3 | 162   | 70,1 | 6,099 <sup>a</sup>  | ,014* |
|                                                             | Evet  | 29       | 18,7 | 69    | 29,9 |                     |       |
| Tanıdık olması                                              | Hayır | 114      | 73,5 | 119   | 51,5 | 18,821 <sup>a</sup> | ,000* |
|                                                             | Evet  | 41       | 26,5 | 112   | 48,5 |                     |       |
| Ürün çeşitliliği fazla olması                               | Hayır | 77       | 49,7 | 163   | 70,6 | 17,205 <sup>a</sup> | ,000* |
|                                                             | Evet  | 78       | 50,3 | 68    | 29,4 |                     |       |
| Taze ürünlerin fazla bulunması                              | Hayır | 67       | 43,2 | 125   | 54,1 | 4,398 <sup>a</sup>  | ,036* |
|                                                             | Evet  | 88       | 56,8 | 106   | 45,9 |                     |       |
| Esnafa destek olmak                                         | Hayır | 103      | 66,5 | 157   | 68,0 | ,097 <sup>a</sup>   | ,756  |
|                                                             | Evet  | 52       | 33,5 | 74    | 32,0 |                     |       |
| Kolay alışveriş yapılması                                   | Hayır | 125      | 80,6 | 177   | 76,6 | ,881 <sup>a</sup>   | ,348  |
|                                                             | Evet  | 30       | 19,4 | 54    | 23,4 |                     |       |
| Gelenek                                                     | Hayır | 138      | 89,0 | 171   | 74,0 | 13,081 <sup>a</sup> | ,000* |
|                                                             | Evet  | 17       | 11,0 | 60    | 26,0 |                     |       |
| Veresiye imkanı                                             | Hayır | 146      | 94,2 | 203   | 87,9 | 4,268 <sup>a</sup>  | ,039* |
|                                                             | Evet  | 9        | 5,8  | 28    | 12,1 |                     |       |
| Kalabalık olmaması                                          | Hayır | 122      | 78,7 | 188   | 81,4 | ,420 <sup>a</sup>   | ,517  |
|                                                             | Evet  | 33       | 21,3 | 43    | 18,6 |                     |       |
| Türk damak tadına hitap etmesi                              | Hayır | 80       | 51,6 | 126   | 54,5 | ,321 <sup>a</sup>   | ,571  |
|                                                             | Evet  | 75       | 48,4 | 105   | 45,5 |                     |       |
| AVM’de ve restoranda olmayan geleneksel ürünlerin bulunması | Hayır | 113      | 72,9 | 189   | 81,8 | 4,330 <sup>a</sup>  | ,037* |
|                                                             | Evet  | 42       | 27,1 | 42    | 18,2 |                     |       |

Tablo 4.10. Tercih etme nedenleri ile cinsiyet arasındaki ilişkinin incelenmesi

Esnafların lokantalarını tercih etme sebebi uygun fiyatlı olması ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Kadınlarda uygun fiyatlı olması

sebebiyle tercih etme durumu daha fazladır. Kadınlarda %68,4 tercih sebebi olarak uygun fiyatlı olmasını evet işaretlerken erkeklerde bu oran %50,2'dir. Tercih etme sebebi samimi olunması ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Erkeklerde samimi olunması sebebiyle tercih etme durumu daha fazladır. Erkeklerde %57,6 tercih sebebi olarak samimi olunması evet işaretlenirken kadınlarda bu oran %49,5'dir. Esnaf lokantalarını tercih etme sebebi olarak alışkanlık ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Erkeklerde alışkanlık sebebi ile tercih etme durumu daha fazladır. Erkeklerde %29,9 tercih sebebi olarak alışkanlık ifadesine evet işaretlenirken kadınlarda bu oran %18,7'dir. Tercih etme sebebi olarak tanıdık olması ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Erkeklerde tanıdık olması sebebiyle tercih etme durumu daha fazladır. Erkeklerde %48,5 tercih sebebi olarak tanıdık olması ifadesine katılırken kadınlarda bu oran %26,5'dir. Ürün çeşitliliğinin fazla olması ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Kadınlarda bu sebepten tercih etme durumu daha fazladır. Kadınlarda %50,3 tercih sebebi olarak ürün çeşitliliği fazla olması ifadesi evet işaretlenirken erkeklerde bu oran %29,4' dür. Esnaf lokantalarını tercih etme sebebi taze ürünlerin fazla bulunması ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Kadınlarda bu sebepten tercih etme durumu daha fazladır. Kadınlarda %56,8 tercih sebebi olarak taze ürünlerin fazla bulunması ifadesi işaretlenirken erkeklerde bu oran %45,9' dur. Gelenek ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Erkeklerde bu sebepten tercih etme durumu daha fazladır. Erkeklerde %26,0 tercih sebebi olarak gelenek işaretlenirken kadınlarda bu oran %11,0' dır. Tercih etme sebebi olarak veresiye imkânı ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Erkeklerde bu sebepten tercih etme durumu daha fazladır. Erkeklerde %12,1 tercih sebebi olarak veresiye imkanı bulunması ifadesi evet işaretlenirken kadınlarda bu oran %5,8' dır. Tercih etme sebebi AVM' de ve restoranda olmayan geleneksel ürünlerin bulunması ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Kadınlarda bu sebepten tercih etme durumu daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Kadınlarda %27,1 tercih sebebi olarak AVM' de ve restoranda olmayan geleneksel ürünlerin bulunması ifadesi evet işaretlenirken erkeklerde bu oran %18,2'dir.

Tercih sebebi olarak güvenilir olması, eve/işe yakın olması, güler yüzlü hizmet verilmesi, esnafa destek olmak, kolay alışveriş yapılması, kalabalık olmaması ve Türk damak tadına hitap etmesi cinsiyet açısından farklılık göstermemektedir ( $p>0,05$ ).

#### 4.3.2. Esnaf Lokantalarını Tercih Etme Nedenleri İle Yaş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Esnaf lokantalarını tercih etme nedenleri ile yaş arasındaki ilişkinin incelenmesi için yapılan Ki-kare testi sonuçları aşağıda verilmiştir.

|                                |       | Yaş            |      |           |      |           |      |           |      |                |      | Ki-kare             | p     |
|--------------------------------|-------|----------------|------|-----------|------|-----------|------|-----------|------|----------------|------|---------------------|-------|
|                                |       | 25 yaş ve altı |      | 26-35 yaş |      | 36-45 yaş |      | 46-55 yaş |      | 56 yaş ve üstü |      |                     |       |
|                                |       | n              | %    | n         | %    | n         | %    | n         | %    | n              | %    |                     |       |
| Güvenilir olması               | Hayır | 21             | 22,1 | 20        | 19,8 | 22        | 25,9 | 18        | 32,1 | 13             | 26,5 | 3,475 <sup>a</sup>  | ,482  |
|                                | Evet  | 74             | 77,9 | 81        | 80,2 | 63        | 74,1 | 38        | 67,9 | 36             | 73,5 |                     |       |
| Uygun fiyatlı olması           | Hayır | 28             | 29,5 | 54        | 53,5 | 36        | 42,4 | 23        | 41,1 | 23             | 46,9 | 12,009 <sup>a</sup> | ,017* |
|                                | Evet  | 67             | 70,5 | 47        | 46,5 | 49        | 57,6 | 33        | 58,9 | 26             | 53,1 |                     |       |
| Eve /işe yakın olması          | Hayır | 72             | 75,8 | 67        | 66,3 | 59        | 69,4 | 39        | 69,6 | 38             | 77,6 | 3,306 <sup>a</sup>  | ,508  |
|                                | Evet  | 23             | 24,2 | 34        | 33,7 | 26        | 30,6 | 17        | 30,4 | 11             | 22,4 |                     |       |
| Güler yüzlü hizmet verilmesi   | Hayır | 38             | 40,0 | 40        | 39,6 | 35        | 41,2 | 22        | 39,3 | 16             | 32,7 | 1,053 <sup>a</sup>  | ,902  |
|                                | Evet  | 57             | 60,0 | 61        | 60,4 | 50        | 58,8 | 34        | 60,7 | 33             | 67,3 |                     |       |
| Samimi olunması                | Hayır | 49             | 51,6 | 33        | 32,7 | 45        | 52,9 | 28        | 50,0 | 30             | 61,2 | 14,348 <sup>a</sup> | ,006* |
|                                | Evet  | 46             | 48,4 | 68        | 67,3 | 40        | 47,1 | 28        | 50,0 | 19             | 38,8 |                     |       |
| Alışkanlık                     | Hayır | 74             | 77,9 | 76        | 75,2 | 63        | 74,1 | 45        | 80,4 | 30             | 61,2 | 6,185 <sup>a</sup>  | ,186  |
|                                | Evet  | 21             | 22,1 | 25        | 24,8 | 22        | 25,9 | 11        | 19,6 | 19             | 38,8 |                     |       |
| Tanıdık olması                 | Hayır | 62             | 65,3 | 59        | 58,4 | 54        | 63,5 | 32        | 57,1 | 26             | 53,1 | 2,804 <sup>a</sup>  | ,591  |
|                                | Evet  | 33             | 34,7 | 42        | 41,6 | 31        | 36,5 | 24        | 42,9 | 23             | 46,9 |                     |       |
| Ürün çeşitliliği fazla olması  | Hayır | 59             | 62,1 | 60        | 59,4 | 50        | 58,8 | 38        | 67,9 | 33             | 67,3 | 2,062 <sup>a</sup>  | ,724  |
|                                | Evet  | 36             | 37,9 | 41        | 40,6 | 35        | 41,2 | 18        | 32,1 | 16             | 32,7 |                     |       |
| Taze ürünlerin fazla bulunması | Hayır | 48             | 50,5 | 48        | 47,5 | 40        | 47,1 | 29        | 51,8 | 27             | 55,1 | 1,123 <sup>a</sup>  | ,891  |
|                                | Evet  | 47             | 49,5 | 53        | 52,5 | 45        | 52,9 | 27        | 48,2 | 22             | 44,9 |                     |       |

Tablo 4.11. Tercih etme nedenleri ile yaş arasındaki ilişkinin incelenmesi

|                                                                    |              |           |             |           |             |           |             |           |             |           |             |                          |             |
|--------------------------------------------------------------------|--------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|--------------------------|-------------|
| <b>Esnafa destek olmak</b>                                         | <b>Hayır</b> | <b>66</b> | <b>69,5</b> | <b>65</b> | <b>64,4</b> | <b>60</b> | <b>70,6</b> | <b>38</b> | <b>67,9</b> | <b>31</b> | <b>63,3</b> | <b>1,390<sup>a</sup></b> | <b>,846</b> |
|                                                                    | <b>Evet</b>  | <b>29</b> | <b>30,5</b> | <b>36</b> | <b>35,6</b> | <b>25</b> | <b>29,4</b> | <b>18</b> | <b>32,1</b> | <b>18</b> | <b>36,7</b> |                          |             |
| <b>Kolay alışveriş yapılması</b>                                   | <b>Hayır</b> | <b>79</b> | <b>83,2</b> | <b>81</b> | <b>80,2</b> | <b>63</b> | <b>74,1</b> | <b>43</b> | <b>76,8</b> | <b>36</b> | <b>73,5</b> | <b>3,150<sup>a</sup></b> | <b>,533</b> |
|                                                                    | <b>Evet</b>  | <b>16</b> | <b>16,8</b> | <b>20</b> | <b>19,8</b> | <b>22</b> | <b>25,9</b> | <b>13</b> | <b>23,2</b> | <b>13</b> | <b>26,5</b> |                          |             |
| <b>Gelenek</b>                                                     | <b>Hayır</b> | <b>72</b> | <b>75,8</b> | <b>88</b> | <b>87,1</b> | <b>67</b> | <b>78,8</b> | <b>44</b> | <b>78,6</b> | <b>38</b> | <b>77,6</b> | <b>4,597<sup>a</sup></b> | <b>,331</b> |
|                                                                    | <b>Evet</b>  | <b>23</b> | <b>24,2</b> | <b>13</b> | <b>12,9</b> | <b>18</b> | <b>21,2</b> | <b>12</b> | <b>21,4</b> | <b>11</b> | <b>22,4</b> |                          |             |
| <b>Veresiye imkanı</b>                                             | <b>Hayır</b> | <b>83</b> | <b>87,4</b> | <b>94</b> | <b>93,1</b> | <b>78</b> | <b>91,8</b> | <b>51</b> | <b>91,1</b> | <b>43</b> | <b>87,8</b> | <b>2,445<sup>a</sup></b> | <b>,655</b> |
|                                                                    | <b>Evet</b>  | <b>12</b> | <b>12,6</b> | <b>7</b>  | <b>6,9</b>  | <b>7</b>  | <b>8,2</b>  | <b>5</b>  | <b>8,9</b>  | <b>6</b>  | <b>12,2</b> |                          |             |
| <b>Kalabalık olmaması</b>                                          | <b>Hayır</b> | <b>74</b> | <b>77,9</b> | <b>87</b> | <b>86,1</b> | <b>67</b> | <b>78,8</b> | <b>44</b> | <b>78,6</b> | <b>38</b> | <b>77,6</b> | <b>2,982<sup>a</sup></b> | <b>,561</b> |
|                                                                    | <b>Evet</b>  | <b>21</b> | <b>22,1</b> | <b>14</b> | <b>13,9</b> | <b>18</b> | <b>21,2</b> | <b>12</b> | <b>21,4</b> | <b>11</b> | <b>22,4</b> |                          |             |
| <b>Türk damak tadına hitap etmesi</b>                              | <b>Hayır</b> | <b>53</b> | <b>55,8</b> | <b>58</b> | <b>57,4</b> | <b>47</b> | <b>55,3</b> | <b>20</b> | <b>35,7</b> | <b>28</b> | <b>57,1</b> | <b>8,312<sup>a</sup></b> | <b>,081</b> |
|                                                                    | <b>Evet</b>  | <b>42</b> | <b>44,2</b> | <b>43</b> | <b>42,6</b> | <b>38</b> | <b>44,7</b> | <b>36</b> | <b>64,3</b> | <b>21</b> | <b>42,9</b> |                          |             |
| <b>AVM’de ve restoranda olmayan geleneksel ürünlerin bulunması</b> | <b>Hayır</b> | <b>73</b> | <b>76,8</b> | <b>80</b> | <b>79,2</b> | <b>64</b> | <b>75,3</b> | <b>45</b> | <b>80,4</b> | <b>40</b> | <b>81,6</b> | <b>1,077<sup>a</sup></b> | <b>,898</b> |
|                                                                    | <b>Evet</b>  | <b>22</b> | <b>23,2</b> | <b>21</b> | <b>20,8</b> | <b>21</b> | <b>24,7</b> | <b>11</b> | <b>19,6</b> | <b>9</b>  | <b>18,4</b> |                          |             |

Tablo 4.11. (devam)Tercih etme nedenleri ile yaş arasındaki ilişkinin incelenmesi

Esnaflar lokantalarını tercih etme sebebi uygun fiyatlı olması ile yaş arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). 25 yaş ve altı olanlarda (%70,5) bu sebepten tercih etme durumu en fazladır. Tercih etme durumu olarak uygun fiyatlı olmasını evet işaretleyenler sırasıyla 46-55 yaş (%58,9), 36-45 yaş (%57,6), 56 yaş ve üstü (%53,1) ve 26-35 yaş aralığı (%46,5) olarak devam etmektedir. Esnaflar lokantalarını tercih etme sebebi samimi olunması ile yaş arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). 26-35 yaş arası (%67,3) olanlarda bu sebepten tercih etme durumu en fazla olarak belirlenmiştir. Tercih etme durumu olarak samimi olunması ifadesini evet işaretleyenler sırasıyla 46-55 yaş (%50,0), 25 yaş ve altı (%48,4), 36-45 yaş (%47,1) ve 56 yaş ve üstü (%38,8)olarak tespit edilmiştir.

Tercih sebebi olarak güvenilir olması, eve/işe yakın olması, güler yüzlü hizmet verilmesi, alışkanlık olması, tanıdık olması, ürün çeşitliliğinin fazla olması, taze ürünlerin fazla olması, esnafa destek olmak, kolay alışveriş yapılması, gelenek, veresiye imkanı, kalabalık olmaması, Türk damak tadına hitap etmesi ve AVM’de ve restoranda olmayan geleneksel ürünlerin bulunması yaş açısından farklılık göstermemektedir ( $p>0,05$ ).

#### 4.3.3. Esnaf Lokantalarını Tercih Etme Nedenleri İle Eğitim Durumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Esnaf lokantalarını tercih etme nedenleri ile eğitim durumu arasındaki ilişkinin incelenmesi için yapılan Ki-kare testi sonuçları aşağıda verilmiştir.

|                                |       | Eğitim durumu |      |            |      |             |      |      |      |            |      |            |      | Ki-kare             | p     |
|--------------------------------|-------|---------------|------|------------|------|-------------|------|------|------|------------|------|------------|------|---------------------|-------|
|                                |       | Okuryazar     |      | İlköğretim |      | Ortaöğretim |      | Lise |      | Üniversite |      | Lisansüstü |      |                     |       |
|                                |       | n             | %    | n          | %    | n           | %    | n    | %    | n          | %    | n          | %    |                     |       |
| Güvenilir olması               | Hayır | 5             | 45,5 | 11         | 22,4 | 9           | 16,4 | 27   | 21,1 | 34         | 28,3 | 8          | 34,8 | 7,789 <sup>a</sup>  | ,168  |
|                                | Evet  | 6             | 54,5 | 38         | 77,6 | 46          | 83,6 | 101  | 78,9 | 86         | 71,7 | 15         | 65,2 |                     |       |
| Uygun fiyatlı olması           | Hayır | 8             | 72,7 | 18         | 36,7 | 27          | 49,1 | 51   | 39,8 | 48         | 40,0 | 12         | 52,2 | 7,315 <sup>a</sup>  | ,198  |
|                                | Evet  | 3             | 27,3 | 31         | 63,3 | 28          | 50,9 | 77   | 60,2 | 72         | 60,0 | 11         | 47,8 |                     |       |
| Eve /işe yakın olması          | Hayır | 9             | 81,8 | 39         | 79,6 | 38          | 69,1 | 98   | 76,6 | 72         | 60,0 | 19         | 82,6 | 13,014 <sup>a</sup> | ,023* |
|                                | Evet  | 2             | 18,2 | 10         | 20,4 | 17          | 30,9 | 30   | 23,4 | 48         | 40,0 | 4          | 17,4 |                     |       |
| Güler yüzlü hizmet verilmesi   | Hayır | 2             | 18,2 | 18         | 36,7 | 15          | 27,3 | 51   | 39,8 | 54         | 45,0 | 11         | 47,8 | 7,886 <sup>a</sup>  | ,163  |
|                                | Evet  | 9             | 81,8 | 31         | 63,3 | 40          | 72,7 | 77   | 60,2 | 66         | 55,0 | 12         | 52,2 |                     |       |
| Samimi olunması                | Hayır | 6             | 54,5 | 27         | 55,1 | 31          | 56,4 | 53   | 41,4 | 57         | 47,5 | 11         | 47,8 | 4,962 <sup>a</sup>  | ,421  |
|                                | Evet  | 5             | 45,5 | 22         | 44,9 | 24          | 43,6 | 75   | 58,6 | 63         | 52,5 | 12         | 52,2 |                     |       |
| Alışkanlık                     | Hayır | 5             | 45,5 | 37         | 75,5 | 45          | 81,8 | 95   | 74,2 | 89         | 74,2 | 17         | 73,9 | 6,494 <sup>a</sup>  | ,261  |
|                                | Evet  | 6             | 54,5 | 12         | 24,5 | 10          | 18,2 | 33   | 25,8 | 31         | 25,8 | 6          | 26,1 |                     |       |
| Tanıdık olması                 | Hayır | 6             | 54,5 | 23         | 46,9 | 37          | 67,3 | 75   | 58,6 | 79         | 65,8 | 13         | 56,5 | 6,754 <sup>a</sup>  | ,240  |
|                                | Evet  | 5             | 45,5 | 26         | 53,1 | 18          | 32,7 | 53   | 41,4 | 41         | 34,2 | 10         | 43,5 |                     |       |
| Ürün çeşitliliği fazla olması  | Hayır | 9             | 81,8 | 32         | 65,3 | 34          | 61,8 | 86   | 67,2 | 65         | 54,2 | 14         | 60,9 | 6,669 <sup>a</sup>  | ,246  |
|                                | Evet  | 2             | 18,2 | 17         | 34,7 | 21          | 38,2 | 42   | 32,8 | 55         | 45,8 | 9          | 39,1 |                     |       |
| Taze ürünlerin fazla bulunması | Hayır | 6             | 54,5 | 27         | 55,1 | 28          | 50,9 | 62   | 48,4 | 61         | 50,8 | 8          | 34,8 | 2,898 <sup>a</sup>  | ,716  |
|                                | Evet  | 5             | 45,5 | 22         | 44,9 | 27          | 49,1 | 66   | 51,6 | 59         | 49,2 | 15         | 65,2 |                     |       |
| Esnafa destek olmak            | Hayır | 2             | 18,2 | 36         | 73,5 | 39          | 70,9 | 89   | 69,5 | 81         | 67,5 | 13         | 56,5 | 14,751 <sup>a</sup> | ,011* |
|                                | Evet  | 9             | 81,8 | 13         | 26,5 | 16          | 29,1 | 39   | 30,5 | 39         | 32,5 | 10         | 43,5 |                     |       |
| Kolay alışveriş yapılması      | Hayır | 7             | 63,6 | 40         | 81,6 | 39          | 70,9 | 100  | 78,1 | 97         | 80,8 | 19         | 82,6 | 4,178 <sup>a</sup>  | ,524  |
|                                | Evet  | 4             | 36,4 | 9          | 18,4 | 16          | 29,1 | 28   | 21,9 | 23         | 19,2 | 4          | 17,4 |                     |       |
| Gelenek                        | Hayır | 9             | 81,8 | 36         | 73,5 | 46          | 83,6 | 107  | 83,6 | 93         | 77,5 | 18         | 78,3 | 3,335 <sup>a</sup>  | ,649  |
|                                | Evet  | 2             | 18,2 | 13         | 26,5 | 9           | 16,4 | 21   | 16,4 | 27         | 22,5 | 5          | 21,7 |                     |       |

Tablo 4.12. Tercih etme nedenleri ile eğitim durumu arasındaki ilişkinin incelenmesi

|                                                                    |       |        |       |    |      |    |      |     |      |     |      |    |      |                    |      |
|--------------------------------------------------------------------|-------|--------|-------|----|------|----|------|-----|------|-----|------|----|------|--------------------|------|
| <b>Veresiye imkanı</b>                                             | Hayır | 1<br>1 | 100,0 | 42 | 85,7 | 50 | 90,9 | 110 | 85,9 | 114 | 95,0 | 22 | 95,7 | 9,030 <sup>a</sup> | ,108 |
|                                                                    | Evet  | 0      | 0,0   | 7  | 14,3 | 5  | 9,1  | 18  | 14,1 | 6   | 5,0  | 1  | 4,3  |                    |      |
| <b>Kalabalık olmaması</b>                                          | Hayır | 7      | 63,6  | 34 | 69,4 | 44 | 80,0 | 106 | 82,8 | 100 | 83,3 | 19 | 82,6 | 6,912 <sup>a</sup> | ,227 |
|                                                                    | Evet  | 4      | 36,4  | 15 | 30,6 | 11 | 20,0 | 22  | 17,2 | 20  | 16,7 | 4  | 17,4 |                    |      |
| <b>Türk damak tadına hitap etmesi</b>                              | Hayır | 8      | 72,7  | 28 | 57,1 | 25 | 45,5 | 68  | 53,1 | 70  | 58,3 | 7  | 30,4 | 9,374 <sup>a</sup> | ,095 |
|                                                                    | Evet  | 3      | 27,3  | 21 | 42,9 | 30 | 54,5 | 60  | 46,9 | 50  | 41,7 | 16 | 69,6 |                    |      |
| <b>AVM’de ve restoranda olmayan geleneksel ürünlerin bulunması</b> | Hayır | 1<br>0 | 90,9  | 42 | 85,7 | 44 | 80,0 | 101 | 78,9 | 86  | 71,7 | 19 | 82,6 | 6,081 <sup>a</sup> | ,298 |
|                                                                    | Evet  | 1      | 9,1   | 7  | 14,3 | 11 | 20,0 | 27  | 21,1 | 34  | 28,3 | 4  | 17,4 |                    |      |

Tablo 4.12. (devam)Tercih etme nedenleri ile eğitim durumu arasındaki ilişkinin incelenmesi

Esnaf lokantalarını tercih etme sebebi eve /işe yakın olması ile eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Üniversite mezunu (%40,0) olanlarda bu sebepten tercih etme durumu en fazladır. Tercih etme durumu olarak eve/işe yakın olması ifadesini işaretleyenler sırasıyla ortaöğretim mezunu (%30,9), lise mezunu (%23,4), ilköğretim mezunu (%20,4), okuryazar (%18,2) ve lisansüstü mezunu (%17,4) olanlar şeklindedir. Tercih etme sebebi esnafa destek olmak ile eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ). Okuryazar(%81,8) olanlarda bu sebepten tercih etme durumu en fazladır. Tercih etme durumu olarak esnafa destek olmak ifadesini işaretleyenler sırasıyla lisansüstü mezunu (%43,5), üniversite mezunu (%32,5), lise mezunu (%30,0), orta öğretim mezunu (%29,1)ve ilköğretim mezunu (%26,5) olarak belirlenmiştir.

Tercih sebebi olarak güvenilir olması, uygun fiyatlı olması, güler yüzlü hizmet verilmesi, samimi olunması, alışkanlık olması, tanıdık olması, ürün çeşitliliğinin fazla olması, taze ürünlerin fazla olması, kolay alışveriş yapılması, gelenek, veresiye imkanı, kalabalık olmaması, Türk damak tadına hitap etmesi ve AVM’de ve restoranda olmayan geleneksel ürünlerin bulunması eğitim durumu açısından anlamlı farklılık göstermemektedir ( $p>0,05$ ).

#### 4.3.4. Esnaf Lokantalarını Tercih Etme Nedenleri İle Medeni Durum Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Esnaf lokantalarını tercih etme nedenleri ile medeni durum arasındaki ilişkinin incelenmesi için yapılan Ki-kare testi sonuçları aşağıda verilmiştir.

|                                                             |       | Medeni Durum |      |       |      | Ki-kare            | p     |
|-------------------------------------------------------------|-------|--------------|------|-------|------|--------------------|-------|
|                                                             |       | Evli         |      | Bekar |      |                    |       |
|                                                             |       | n            | %    | n     | %    |                    |       |
| Güvenilir olması                                            | Hayır | 58           | 26,1 | 36    | 22,0 | ,892 <sup>a</sup>  | ,345  |
|                                                             | Evet  | 164          | 73,9 | 128   | 78,0 |                    |       |
| Uygun fiyatlı olması                                        | Hayır | 107          | 48,2 | 57    | 34,8 | 6,975 <sup>a</sup> | ,008* |
|                                                             | Evet  | 115          | 51,8 | 107   | 65,2 |                    |       |
| Eve /işe yakın olması                                       | Hayır | 158          | 71,2 | 117   | 71,3 | ,001 <sup>a</sup>  | ,971  |
|                                                             | Evet  | 64           | 28,8 | 47    | 28,7 |                    |       |
| Güler yüzlü hizmet verilmesi                                | Hayır | 94           | 42,3 | 57    | 34,8 | 2,279 <sup>a</sup> | ,131  |
|                                                             | Evet  | 128          | 57,7 | 107   | 65,2 |                    |       |
| Samimi olunması                                             | Hayır | 109          | 49,1 | 76    | 46,3 | ,287 <sup>a</sup>  | ,592  |
|                                                             | Evet  | 113          | 50,9 | 88    | 53,7 |                    |       |
| Alışkanlık                                                  | Hayır | 168          | 75,7 | 120   | 73,2 | ,312 <sup>a</sup>  | ,576  |
|                                                             | Evet  | 54           | 24,3 | 44    | 26,8 |                    |       |
| Tanıdık olması                                              | Hayır | 133          | 59,9 | 100   | 61,0 | ,045 <sup>a</sup>  | ,832  |
|                                                             | Evet  | 89           | 40,1 | 64    | 39,0 |                    |       |
| Ürün çeşitliliği fazla olması                               | Hayır | 138          | 62,2 | 102   | 62,2 | ,000 <sup>a</sup>  | ,995  |
|                                                             | Evet  | 84           | 37,8 | 62    | 37,8 |                    |       |
| Taze ürünlerin fazla bulunması                              | Hayır | 110          | 49,5 | 82    | 50,0 | ,008 <sup>a</sup>  | ,930  |
|                                                             | Evet  | 112          | 50,5 | 82    | 50,0 |                    |       |
| Esnafa destek olmak                                         | Hayır | 139          | 62,6 | 121   | 73,8 | 5,350 <sup>a</sup> | ,021* |
|                                                             | Evet  | 83           | 37,4 | 43    | 26,2 |                    |       |
| Kolay alışveriş yapılması                                   | Hayır | 170          | 76,6 | 132   | 80,5 | ,847 <sup>a</sup>  | ,357  |
|                                                             | Evet  | 52           | 23,4 | 32    | 19,5 |                    |       |
| Gelenek                                                     | Hayır | 171          | 77,0 | 138   | 84,1 | 2,994 <sup>a</sup> | ,084  |
|                                                             | Evet  | 51           | 23,0 | 26    | 15,9 |                    |       |
| Veresiye imkanı                                             | Hayır | 203          | 91,4 | 146   | 89,0 | ,636 <sup>a</sup>  | ,425  |
|                                                             | Evet  | 19           | 8,6  | 18    | 11,0 |                    |       |
| Kalabalık olmaması                                          | Hayır | 179          | 80,6 | 131   | 79,9 | ,034 <sup>a</sup>  | ,854  |
|                                                             | Evet  | 43           | 19,4 | 33    | 20,1 |                    |       |
| Türk damak tadına hitap etmesi                              | Hayır | 109          | 49,1 | 97    | 59,1 | 3,826 <sup>a</sup> | ,051  |
|                                                             | Evet  | 113          | 50,9 | 67    | 40,9 |                    |       |
| AVM’de ve restoranda olmayan geleneksel ürünlerin bulunması | Hayır | 173          | 77,9 | 129   | 78,7 | ,030 <sup>a</sup>  | ,863  |
|                                                             | Evet  | 49           | 22,1 | 35    | 21,3 |                    |       |

Tablo 4.13. Tercih etme nedenleri ile medeni durum arasındaki ilişkinin incelenmesi

Esnaf lokantalarını tercih etme sebebi uygun fiyatlı olması ile medeni durum arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Bekar olanlarda bu sebepten tercih etme durumu daha fazladır. Bekar olanlarda uygun fiyatlı olması sebebiyle tercih etme oranı %65,2, evli olan katılımcılarda ise bu oran %51,8’dir. Tercih etme sebebi olarak esnafa destek olmak ile medeni durum arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir ( $p<0,05$ ). Evli olanlarda bu sebepten tercih etme

durumu daha fazladır. Evli olanlarda esnafa destek olmak sebebiyle tercih etme oranı %37,4, bekâr olan katılımcılarda ise bu oran %26,2'dir.

Tercih sebebi olarak güvenilir olması, eve/işe yakın olması, güler yüzlü hizmet verilmesi, samimi olunması, alışkanlık olması, tanıdık olması, ürün çeşitliliğinin fazla olması, taze ürünlerin fazla olması, kolay alışveriş yapılması, gelenek, veresiye imkanı, kalabalık olmaması, Türk damak tadına hitap etmesi ve AVM' de ve restoranda olmayan geleneksel ürünlerin bulunması medeni durum açısından farklılık göstermemektedir ( $p>0,05$ ).

#### 4.3.5. Esnaf Lokantalarını Tercih Etme Nedenleri İle Meslek Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Esnaf lokantalarını tercih etme nedenleri ile meslek arasındaki ilişkinin incelenmesi için yapılan Ki-kare testi sonuçları aşağıda verilmiştir.

|                               |       | Meslek |      |      |      |                     |      |         |      |       |      |                |      |             |      | Ki-kare             | p     |
|-------------------------------|-------|--------|------|------|------|---------------------|------|---------|------|-------|------|----------------|------|-------------|------|---------------------|-------|
|                               |       | Emekli |      | İşçi |      | Çalışmıyor<br>işsiz |      | Öğrenci |      | Memur |      | Serbest meslek |      | Özel sektör |      |                     |       |
|                               |       | n      | %    | n    | %    | n                   | %    | n       | %    | n     | %    | n              | %    | n           | %    |                     |       |
| Güvenilir olması              | Hayır | 8      | 33,3 | 7    | 26,9 | 11                  | 30,6 | 12      | 23,5 | 22    | 32,4 | 24             | 16,1 | 10          | 31,3 | 10,602 <sup>a</sup> | ,101  |
|                               | Evet  | 16     | 66,7 | 19   | 73,1 | 25                  | 69,4 | 39      | 76,5 | 46    | 67,6 | 125            | 83,9 | 22          | 68,8 |                     |       |
| Uygun fiyatlı olması          | Hayır | 11     | 45,8 | 8    | 30,8 | 16                  | 44,4 | 10      | 19,6 | 26    | 38,2 | 75             | 50,3 | 18          | 56,3 | 19,292 <sup>a</sup> | ,004* |
|                               | Evet  | 13     | 54,2 | 18   | 69,2 | 20                  | 55,6 | 41      | 80,4 | 42    | 61,8 | 74             | 49,7 | 14          | 43,8 |                     |       |
| Eve/işe yakın olması          | Hayır | 20     | 83,3 | 22   | 84,6 | 30                  | 83,3 | 42      | 82,4 | 45    | 66,2 | 93             | 62,4 | 23          | 71,9 | 16,148 <sup>a</sup> | ,013* |
|                               | Evet  | 4      | 16,7 | 4    | 15,4 | 6                   | 16,7 | 9       | 17,6 | 23    | 33,8 | 56             | 37,6 | 9           | 28,1 |                     |       |
| Güler yüzlü hizmet verilmesi  | Hayır | 8      | 33,3 | 8    | 30,8 | 14                  | 38,9 | 21      | 41,2 | 31    | 45,6 | 55             | 36,9 | 14          | 43,8 | 2,978 <sup>a</sup>  | ,812  |
|                               | Evet  | 16     | 66,7 | 18   | 69,2 | 22                  | 61,1 | 30      | 58,8 | 37    | 54,4 | 94             | 63,1 | 18          | 56,3 |                     |       |
| Samimi olunması               | Hayır | 15     | 62,5 | 12   | 46,2 | 21                  | 58,3 | 25      | 49,0 | 32    | 47,1 | 65             | 43,6 | 15          | 46,9 | 4,802 <sup>a</sup>  | ,569  |
|                               | Evet  | 9      | 37,5 | 14   | 53,8 | 15                  | 41,7 | 26      | 51,0 | 36    | 52,9 | 84             | 56,4 | 17          | 53,1 |                     |       |
| Alışkanlık                    | Hayır | 14     | 58,3 | 19   | 73,1 | 29                  | 80,6 | 43      | 84,3 | 48    | 70,6 | 112            | 75,2 | 23          | 71,9 | 7,327 <sup>a</sup>  | ,292  |
|                               | Evet  | 10     | 41,7 | 7    | 26,9 | 7                   | 19,4 | 8       | 15,7 | 20    | 29,4 | 37             | 24,8 | 9           | 28,1 |                     |       |
| Tanıdık olması                | Hayır | 12     | 50,0 | 17   | 65,4 | 20                  | 55,6 | 40      | 78,4 | 43    | 63,2 | 80             | 53,7 | 21          | 65,6 | 12,035 <sup>a</sup> | ,061  |
|                               | Evet  | 12     | 50,0 | 9    | 34,6 | 16                  | 44,4 | 11      | 21,6 | 25    | 36,8 | 69             | 46,3 | 11          | 34,4 |                     |       |
| Ürün çeşitliliği fazla olması | Hayır | 16     | 66,7 | 15   | 57,7 | 25                  | 69,4 | 31      | 60,8 | 34    | 50,0 | 99             | 66,4 | 20          | 62,5 | 6,720 <sup>a</sup>  | ,347  |
|                               | Evet  | 8      | 33,3 | 11   | 42,3 | 11                  | 30,6 | 20      | 39,2 | 34    | 50,0 | 50             | 33,6 | 12          | 37,5 |                     |       |

Tablo 4.14. Tercih etme nedenleri ile meslek arasındaki ilişkinin incelenmesi

|                                                             |       |    |      |    |      |    |      |    |      |    |      |     |      |    |      |                     |       |
|-------------------------------------------------------------|-------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|-----|------|----|------|---------------------|-------|
| Taze ürünlerin fazla bulunması                              | Hayır | 17 | 70,8 | 12 | 46,2 | 17 | 47,2 | 20 | 39,2 | 37 | 54,4 | 77  | 51,7 | 12 | 37,5 | 9,491 <sup>a</sup>  | ,148  |
|                                                             | Evet  | 7  | 29,2 | 14 | 53,8 | 19 | 52,8 | 31 | 60,8 | 31 | 45,6 | 72  | 48,3 | 20 | 62,5 |                     |       |
| Esnafa destek olmak                                         | Hayır | 14 | 58,3 | 20 | 76,9 | 20 | 55,6 | 42 | 82,4 | 46 | 67,6 | 98  | 65,8 | 20 | 62,5 | 9,984 <sup>a</sup>  | ,125  |
|                                                             | Evet  | 10 | 41,7 | 6  | 23,1 | 16 | 44,4 | 9  | 17,6 | 22 | 32,4 | 51  | 34,2 | 12 | 37,5 |                     |       |
| Kolay alışveriş yapılması                                   | Hayır | 18 | 75,0 | 20 | 76,9 | 27 | 75,0 | 41 | 80,4 | 55 | 80,9 | 116 | 77,9 | 25 | 78,1 | ,827 <sup>a</sup>   | ,991  |
|                                                             | Evet  | 6  | 25,0 | 6  | 23,1 | 9  | 25,0 | 10 | 19,6 | 13 | 19,1 | 33  | 22,1 | 7  | 21,9 |                     |       |
| Gelenek                                                     | Hayır | 17 | 70,8 | 20 | 76,9 | 31 | 86,1 | 40 | 78,4 | 54 | 79,4 | 124 | 83,2 | 23 | 71,9 | 4,643 <sup>a</sup>  | ,590  |
|                                                             | Evet  | 7  | 29,2 | 6  | 23,1 | 5  | 13,9 | 11 | 21,6 | 14 | 20,6 | 25  | 16,8 | 9  | 28,1 |                     |       |
| Veresiye imkanı                                             | Hayır | 21 | 87,5 | 20 | 76,9 | 32 | 88,9 | 43 | 84,3 | 62 | 91,2 | 140 | 94,0 | 31 | 96,9 | 11,730 <sup>a</sup> | ,068  |
|                                                             | Evet  | 3  | 12,5 | 6  | 23,1 | 4  | 11,1 | 8  | 15,7 | 6  | 8,8  | 9   | 6,0  | 1  | 3,1  |                     |       |
| Kalabalık olmaması                                          | Hayır | 20 | 83,3 | 24 | 92,3 | 22 | 61,1 | 40 | 78,4 | 56 | 82,4 | 120 | 80,5 | 28 | 87,5 | 12,242 <sup>a</sup> | ,057  |
|                                                             | Evet  | 4  | 16,7 | 2  | 7,7  | 14 | 38,9 | 11 | 21,6 | 12 | 17,6 | 29  | 19,5 | 4  | 12,5 |                     |       |
| Türk damak tadına hitap etmesi                              | Hayır | 13 | 54,2 | 15 | 57,7 | 17 | 47,2 | 27 | 52,9 | 37 | 54,4 | 83  | 55,7 | 14 | 43,8 | 2,298 <sup>a</sup>  | ,890  |
|                                                             | Evet  | 11 | 45,8 | 11 | 42,3 | 19 | 52,8 | 24 | 47,1 | 31 | 45,6 | 66  | 44,3 | 18 | 56,3 |                     |       |
| AVM’de ve restoranda olmayan geleneksel ürünlerin bulunması | Hayır | 16 | 66,7 | 21 | 80,8 | 27 | 75,0 | 34 | 66,7 | 52 | 76,5 | 129 | 86,6 | 23 | 71,9 | 13,189 <sup>a</sup> | ,040* |
|                                                             | Evet  | 8  | 33,3 | 5  | 19,2 | 9  | 25,0 | 17 | 33,3 | 16 | 23,5 | 20  | 13,4 | 9  | 28,1 |                     |       |

Tablo 4.26. (devam) Tercih etme nedenleri ile meslek arasındaki ilişkinin incelenmesi

Esnaflar lokantalarını tercih etme sebebi uygun fiyatlı olması ile meslek arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Öğrenci (%80,4) olanlarda bu sebepten tercih etme durumu en fazladır. Tercih etme durumu olarak uygun fiyatlı olması ifadesini işaretleyenler sırasıyla işçi (%69,2), memur (%61,8), çalışmıyor/işsiz (%55,6), emekli (%54,2), serbest meslek (%49,7) ve özel sektör (%43,8) çalışanlarıdır.

Esnaflar lokantalarını tercih etme sebebi eve /işe yakın olması ile meslek arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Serbest meslek (%37,6) sahibi olanlarda bu sebepten tercih etme durumu en fazladır. Tercih etme durumu olarak eve/iş'e yakın olması ifadesini işaretleyenler sırasıyla memur (%33,8), özel sektör (%28,1), öğrenci (%17,6), çalışmıyor/işsiz (%16,7), emekli (%16,7) ve işçi (%15,4) şeklindedir.

Esnaflar lokantalarını tercih etme sebebi AVM’de ve restoranda olmayan geleneksel ürünlerin bulunması ile meslek arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Emekli (%33,3) ile öğrenci (%33,3) olanlarda bu sebepten tercih etme

durumu en fazladır. Tercih durumu olarak AVM’ de ve restoranda olmayan geleneksel ürünlerin bulunması ifadesini işaretleyenler sırasıyla özel sektör (%28,1), çalışmıyor/işsiz (%25,0), memur (%23,5), işçi (%19,2) ve serbest meslek (%13,4) çalışanları şeklinde azalarak ilerlemektedir.

Tercih sebebi olarak güvenilir olması, güler yüzlü hizmet verilmesi, samimi olunması, alışkanlık olması, tanıdık olması, ürün çeşitliliğinin fazla olması, taze ürünlerin fazla olması, esnafa destek olmak, kolay alışveriş yapılması, gelenek, veresiye imkânı, kalabalık olmaması ve Türk damak tadına hitap etmesi meslek açısından farklılık göstermemektedir ( $p>0,05$ ).

#### 4.3.6. Esnaf Lokantalarını Tercih Etme Nedenleri İle Gelir Düzeyi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Esnaf lokantalarını tercih etme nedenleri ile gelir düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi için yapılan ki-kare testi sonuçları aşağıda verilmiştir.

|                              |       | Kendinize göre gelir düzeyinizi nasıl tanımlarsınız? |      |      |      |      |      |     |      |         |      | Ki-kare             | p     |
|------------------------------|-------|------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|-----|------|---------|------|---------------------|-------|
|                              |       | Çok kötü                                             |      | Kötü |      | Orta |      | İyi |      | Çok iyi |      |                     |       |
|                              |       | n                                                    | %    | n    | %    | n    | %    | n   | %    | n       | %    |                     |       |
| Güvenilir olması             | Hayır | 4                                                    | 50,0 | 8    | 24,2 | 52   | 25,4 | 23  | 19,3 | 7       | 33,3 | 5,521 <sup>a</sup>  | ,238  |
|                              | Evet  | 4                                                    | 50,0 | 25   | 75,8 | 153  | 74,6 | 96  | 80,7 | 14      | 66,7 |                     |       |
| Uygun fiyatlı olması         | Hayır | 2                                                    | 25,0 | 10   | 30,3 | 76   | 37,1 | 65  | 54,6 | 11      | 52,4 | 13,477 <sup>a</sup> | ,009* |
|                              | Evet  | 6                                                    | 75,0 | 23   | 69,7 | 129  | 62,9 | 54  | 45,4 | 10      | 47,6 |                     |       |
| Eve/işe yakın olması         | Hayır | 7                                                    | 87,5 | 30   | 90,9 | 138  | 67,3 | 89  | 74,8 | 11      | 52,4 | 13,182 <sup>a</sup> | ,010* |
|                              | Evet  | 1                                                    | 12,5 | 3    | 9,1  | 67   | 32,7 | 30  | 25,2 | 10      | 47,6 |                     |       |
| Güler yüzlü hizmet verilmesi | Hayır | 5                                                    | 62,5 | 14   | 42,4 | 81   | 39,5 | 37  | 31,1 | 14      | 66,7 | 11,912 <sup>a</sup> | ,018* |
|                              | Evet  | 3                                                    | 37,5 | 19   | 57,6 | 124  | 60,5 | 82  | 68,9 | 7       | 33,3 |                     |       |
| Samimi olunması              | Hayır | 3                                                    | 37,5 | 16   | 48,5 | 103  | 50,2 | 53  | 44,5 | 10      | 47,6 | 1,342 <sup>a</sup>  | ,854  |
|                              | Evet  | 5                                                    | 62,5 | 17   | 51,5 | 102  | 49,8 | 66  | 55,5 | 11      | 52,4 |                     |       |
| Alışkanlık                   | Hayır | 4                                                    | 50,0 | 24   | 72,7 | 149  | 72,7 | 93  | 78,2 | 18      | 85,7 | 5,176 <sup>a</sup>  | ,270  |
|                              | Evet  | 4                                                    | 50,0 | 9    | 27,3 | 56   | 27,3 | 26  | 21,8 | 3       | 14,3 |                     |       |
| Tanıdık olması               | Hayır | 5                                                    | 62,5 | 17   | 51,5 | 121  | 59,0 | 80  | 67,2 | 10      | 47,6 | 5,017 <sup>a</sup>  | ,286  |
|                              | Evet  | 3                                                    | 37,5 | 16   | 48,5 | 84   | 41,0 | 39  | 32,8 | 11      | 52,4 |                     |       |

Tablo 4.15. Tercih etme nedenleri ile gelir düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi

|                                                                    |              |          |             |           |             |            |             |            |             |           |             |                           |                         |
|--------------------------------------------------------------------|--------------|----------|-------------|-----------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|-----------|-------------|---------------------------|-------------------------|
| <b>Ürün çeşitliliği fazla olması</b>                               | <b>Hayır</b> | <b>4</b> | <b>50,0</b> | <b>16</b> | <b>48,5</b> | <b>129</b> | <b>62,9</b> | <b>76</b>  | <b>63,9</b> | <b>15</b> | <b>71,4</b> | <b>4,093<sup>a</sup></b>  | <b>,394</b>             |
|                                                                    | <b>Evet</b>  | <b>4</b> | <b>50,0</b> | <b>17</b> | <b>51,5</b> | <b>76</b>  | <b>37,1</b> | <b>43</b>  | <b>36,1</b> | <b>6</b>  | <b>28,6</b> |                           |                         |
| <b>Taze ürünlerin fazla bulunması</b>                              | <b>Hayır</b> | <b>6</b> | <b>75,0</b> | <b>18</b> | <b>54,5</b> | <b>97</b>  | <b>47,3</b> | <b>59</b>  | <b>49,6</b> | <b>12</b> | <b>57,1</b> | <b>3,290<sup>a</sup></b>  | <b>,511</b>             |
|                                                                    | <b>Evet</b>  | <b>2</b> | <b>25,0</b> | <b>15</b> | <b>45,5</b> | <b>108</b> | <b>52,7</b> | <b>60</b>  | <b>50,4</b> | <b>9</b>  | <b>42,9</b> |                           |                         |
| <b>Esnafa destek olmak</b>                                         | <b>Hayır</b> | <b>4</b> | <b>50,0</b> | <b>26</b> | <b>78,8</b> | <b>146</b> | <b>71,2</b> | <b>75</b>  | <b>63,0</b> | <b>9</b>  | <b>42,9</b> | <b>11,197<sup>a</sup></b> | <b>,024<sup>*</sup></b> |
|                                                                    | <b>Evet</b>  | <b>4</b> | <b>50,0</b> | <b>7</b>  | <b>21,2</b> | <b>59</b>  | <b>28,8</b> | <b>44</b>  | <b>37,0</b> | <b>12</b> | <b>57,1</b> |                           |                         |
| <b>Kolay alışveriş yapılması</b>                                   | <b>Hayır</b> | <b>5</b> | <b>62,5</b> | <b>28</b> | <b>84,8</b> | <b>163</b> | <b>79,5</b> | <b>95</b>  | <b>79,8</b> | <b>11</b> | <b>52,4</b> | <b>10,630<sup>a</sup></b> | <b>,031<sup>*</sup></b> |
|                                                                    | <b>Evet</b>  | <b>3</b> | <b>37,5</b> | <b>5</b>  | <b>15,2</b> | <b>42</b>  | <b>20,5</b> | <b>24</b>  | <b>20,2</b> | <b>10</b> | <b>47,6</b> |                           |                         |
| <b>Gelenek</b>                                                     | <b>Hayır</b> | <b>7</b> | <b>87,5</b> | <b>23</b> | <b>69,7</b> | <b>170</b> | <b>82,9</b> | <b>94</b>  | <b>79,0</b> | <b>15</b> | <b>71,4</b> | <b>4,616<sup>a</sup></b>  | <b>,329</b>             |
|                                                                    | <b>Evet</b>  | <b>1</b> | <b>12,5</b> | <b>10</b> | <b>30,3</b> | <b>35</b>  | <b>17,1</b> | <b>25</b>  | <b>21,0</b> | <b>6</b>  | <b>28,6</b> |                           |                         |
| <b>Veresiye imkanı</b>                                             | <b>Hayır</b> | <b>6</b> | <b>75,0</b> | <b>27</b> | <b>81,8</b> | <b>188</b> | <b>91,7</b> | <b>108</b> | <b>90,8</b> | <b>20</b> | <b>95,2</b> | <b>5,982<sup>a</sup></b>  | <b>,200</b>             |
|                                                                    | <b>Evet</b>  | <b>2</b> | <b>25,0</b> | <b>6</b>  | <b>18,2</b> | <b>17</b>  | <b>8,3</b>  | <b>11</b>  | <b>9,2</b>  | <b>1</b>  | <b>4,8</b>  |                           |                         |
| <b>Kalabalık olmaması</b>                                          | <b>Hayır</b> | <b>6</b> | <b>75,0</b> | <b>27</b> | <b>81,8</b> | <b>160</b> | <b>78,0</b> | <b>100</b> | <b>84,0</b> | <b>17</b> | <b>81,0</b> | <b>1,902<sup>a</sup></b>  | <b>,754</b>             |
|                                                                    | <b>Evet</b>  | <b>2</b> | <b>25,0</b> | <b>6</b>  | <b>18,2</b> | <b>45</b>  | <b>22,0</b> | <b>19</b>  | <b>16,0</b> | <b>4</b>  | <b>19,0</b> |                           |                         |
| <b>Türk damak tadına hitap etmesi</b>                              | <b>Hayır</b> | <b>6</b> | <b>75,0</b> | <b>19</b> | <b>57,6</b> | <b>115</b> | <b>56,1</b> | <b>55</b>  | <b>46,2</b> | <b>11</b> | <b>52,4</b> | <b>4,805<sup>a</sup></b>  | <b>,308</b>             |
|                                                                    | <b>Evet</b>  | <b>2</b> | <b>25,0</b> | <b>14</b> | <b>42,4</b> | <b>90</b>  | <b>43,9</b> | <b>64</b>  | <b>53,8</b> | <b>10</b> | <b>47,6</b> |                           |                         |
| <b>AVM'de ve restoranda olmayan geleneksel ürünlerin bulunması</b> | <b>Hayır</b> | <b>6</b> | <b>75,0</b> | <b>27</b> | <b>81,8</b> | <b>162</b> | <b>79,0</b> | <b>88</b>  | <b>73,9</b> | <b>19</b> | <b>90,5</b> | <b>3,505<sup>a</sup></b>  | <b>,477</b>             |
|                                                                    | <b>Evet</b>  | <b>2</b> | <b>25,0</b> | <b>6</b>  | <b>18,2</b> | <b>43</b>  | <b>21,0</b> | <b>31</b>  | <b>26,1</b> | <b>2</b>  | <b>9,5</b>  |                           |                         |

Tablo 4.15. (devam) Tercih etme nedenleri ile gelir düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi

Esnaf lokantalarını tercih etme sebebi uygun fiyatlı olması ile gelir düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Gelir düzeyini çok kötü (%75,0) bulanlarda bu sebepten tercih etme durumu en fazla olduğu tespit edilmiştir. Tercih etme sebebi olarak uygun fiyatlı olması ifadesini işaretleyenler sırasıyla gelir düzeyini kötü bulanlar (%69,7), orta bulanlar (%62,9), çok iyi bulanlar (%47,6) ve iyi bulanlar (%45,4) şeklindedir. Tercih etme sebebi olarak eve /işe yakın olması ile gelir düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Gelir düzeyini çok iyi bulanlarda (%47,6) bu sebepten tercih etme durumu en fazladır. Tercih etme sebebi olarak eve /işe yakın olması ifadesini işaretleyenler sırasıyla gelir düzeyini orta bulanlar (%32,7), iyi bulanlar (%25,2), çok kötü bulanlar (%12,5) ve kötü bulanlar (%9,1) olarak devam etmektedir. Esnaf lokantalarını tercih etme sebebi güler yüzlü hizmet verilmesi ile gelir

düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Gelir düzeyini iyi bulanlarda (%68,9) bu sebepten tercih etme durumu en fazladır. Tercih etme sebebi olarak güler yüzlü hizmet verilmesi ifadesini işaretleyenler sırasıyla gelir düzeyini orta bulanlar(%60,5), kötü bulanlar (%57,6), çok kötü bulanlar (%37,5) ve çok iyi bulanlar (%33,3) olarak tespit edilmiştir. Esnaf lokantalarını tercih etme sebebi esnafa destek olmak ile gelir düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu belirlenmiştir ( $p<0,05$ ). Gelir düzeyini çok iyi bulanlarda (%57,1) bu sebepten tercih etme durumu en fazladır. Tercih etme sebebi olarak esnafa destek olmak ifadesini işaretleyenler sırasıyla gelir düzeyini çok kötü bulanlar (%50,0), iyi bulanlar (%37,0), orta bulanlar (%28,8) ve kötü bulanlar (%21,2) şeklinde sıralanmaktadır. Tercih etme sebebi kolay alışveriş yapılması ile gelir düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Gelir düzeyini çok iyi bulanlarda (%47,6) bu sebepten tercih etme durumu en fazladır. Tercih etme sebebi olarak kolay alışveriş yapılması ifadesini işaretleyenler sırasıyla gelir düzeyini çok kötü bulanlar(%37,5), orta bulanlar (%20,5), iyi bulanlar (%20,2) ve kötü bulanlar (%15,2) olarak sıralanmaktadır.

Tercih sebebi olarak güvenilir olması, samimi olunması, alışkanlık, tanıdık olması, ürün çeşitliliğinin fazla olması, taze ürünlerin fazla bulunması, gelenek, veresiye imkanı, kalabalık olmaması, Türk damak tadına hitap etmesi ve AVM’ de ve restoranda olmayan geleneksel ürünlerin bulunması gelir düzeyi açısından farklılık göstermemektedir ( $p>0,05$ ).

#### **4.4. Türk Mutfağına Ait Yemeklerin Tüketim Sıklığı**

Bu başlık altında katılımcılara sorulan Türk mutfak kültürüne ait yemeklerin tüketim sıklığının öğrenilmesi amaçlanan sorunun analizi ve yorumu yapılmıştır. Tüketim sıklığı sorusunda katılımcılara 25 adet yemek kategorisi sunulmuştur. Tüketim sıklığına göre 7’li likert içinden kendi tüketim davranışlarına uygun olanı işaretlemeleri istenmiştir. Buna göre bulgular Tablo 4.28.’de verilmiştir.

|                                            | Hiç |      | Yılda bir |     | Birkaç ayda bir |      | Ayda bir |      | On beş günde bir |      | Haftada bir kaç kez |      | Her gün |      | Ort  | Ss   |
|--------------------------------------------|-----|------|-----------|-----|-----------------|------|----------|------|------------------|------|---------------------|------|---------|------|------|------|
|                                            | n   | %    | n         | %   | n               | %    | n        | %    | n                | %    | n                   | %    | n       | %    |      |      |
| Kurubaklagil çorbaları (mercimek vb.)      | 9   | 2,3  | 4         | 1,0 | 5               | 1,3  | 31       | 8,0  | 83               | 21,5 | 178                 | 46,1 | 76      | 19,7 | 5,62 | 1,21 |
| Yoğurtlu çorbalar (yayla vb.)              | 30  | 7,8  | 6         | 1,6 | 31              | 8,0  | 73       | 18,9 | 130              | 33,7 | 91                  | 23,6 | 25      | 6,5  | 4,66 | 1,51 |
| Kremalı çorbalar (kremalı mantar vb.)      | 96  | 24,9 | 26        | 6,7 | 46              | 11,9 | 98       | 25,4 | 51               | 13,2 | 55                  | 14,2 | 14      | 3,6  | 3,53 | 1,85 |
| Sakatat çorbaları (işkembe vb.)            | 103 | 26,7 | 19        | 4,9 | 41              | 10,6 | 54       | 14,0 | 82               | 21,2 | 58                  | 15,0 | 29      | 7,5  | 3,73 | 2,03 |
| Kemikli et yemekleri (haşlama vb.)         | 47  | 12,2 | 13        | 3,4 | 45              | 11,7 | 125      | 32,4 | 83               | 21,5 | 48                  | 12,4 | 25      | 6,5  | 4,11 | 1,62 |
| Kemiksiz et yemekleri (tas kebabı vb.)     | 16  | 4,1  | 7         | 1,8 | 42              | 10,9 | 103      | 26,7 | 118              | 30,6 | 71                  | 18,4 | 29      | 7,5  | 4,63 | 1,37 |
| Sulu et yemekleri (sulu köfte vb.)         | 7   | 1,8  | 9         | 2,3 | 35              | 9,1  | 84       | 21,8 | 135              | 35,0 | 82                  | 21,2 | 34      | 8,8  | 4,85 | 1,28 |
| Soteler, kavurmalar                        | 13  | 3,4  | 6         | 1,6 | 30              | 7,8  | 96       | 24,9 | 134              | 34,7 | 80                  | 20,7 | 27      | 7,0  | 4,76 | 1,29 |
| Sakatat yemekleri (Arnavut ciğeri vb.)     | 75  | 19,4 | 36        | 9,3 | 79              | 20,5 | 92       | 23,8 | 52               | 13,5 | 34                  | 8,8  | 18      | 4,7  | 3,48 | 1,72 |
| Etli taze sebze yemekleri (karnıyarık vb.) | 19  | 4,9  | 8         | 2,1 | 43              | 11,1 | 103      | 26,7 | 111              | 28,8 | 70                  | 18,1 | 32      | 8,3  | 4,60 | 1,43 |
| Etli kuru sebze yemekleri (etli nohut vb.) | 22  | 5,7  | 15        | 3,9 | 42              | 10,9 | 69       | 17,9 | 116              | 30,1 | 89                  | 23,1 | 33      | 8,5  | 4,66 | 1,53 |
| Zeytinyağlı sarma ve dolmalar              | 28  | 7,3  | 32        | 8,3 | 87              | 22,5 | 88       | 22,8 | 79               | 20,5 | 52                  | 13,5 | 20      | 5,2  | 4,02 | 1,56 |

Tablo 4.16. Türk mutfağı yemeklerinin tüketilme sıklığı

|                                                                      |    |      |    |      |     |      |     |      |     |      |     |      |     |      |      |      |
|----------------------------------------------------------------------|----|------|----|------|-----|------|-----|------|-----|------|-----|------|-----|------|------|------|
| Zeytinyağı<br>sebze<br>yemekleri<br>(taze<br>fasulye vb.)            | 38 | 9,8  | 28 | 7,3  | 55  | 14,2 | 70  | 18,1 | 80  | 20,7 | 88  | 22,8 | 27  | 7,0  | 4,29 | 1,73 |
| Zeytinyağı<br>kızartma<br>ve tavalar<br>(karışık<br>kızartma<br>vb.) | 29 | 7,5  | 24 | 6,2  | 64  | 16,6 | 76  | 19,7 | 73  | 18,9 | 88  | 22,8 | 32  | 8,3  | 4,38 | 1,67 |
| Pilavlar<br>(pirinç ve<br>bulgur<br>pilavı vb.)                      | 7  | 1,8  | 3  | 0,8  | 14  | 3,6  | 28  | 7,3  | 67  | 17,4 | 163 | 42,2 | 104 | 26,9 | 5,72 | 1,25 |
| Makarnalar<br>(fırın<br>makarna<br>vb.)                              | 44 | 11,4 | 29 | 7,5  | 65  | 16,8 | 42  | 10,9 | 50  | 13,0 | 110 | 28,5 | 46  | 11,9 | 4,40 | 1,92 |
| Mantılar<br>(kayseri<br>mantısı<br>vb.)                              | 49 | 12,7 | 50 | 13,0 | 74  | 19,2 | 62  | 16,1 | 71  | 18,4 | 57  | 14,8 | 23  | 6,0  | 3,83 | 1,77 |
| Izgaralar<br>(tavuk<br>ızgara,<br>köfte<br>ızgara vb.)               | 5  | 1,3  | 7  | 1,8  | 33  | 8,5  | 82  | 21,2 | 125 | 32,4 | 82  | 21,2 | 52  | 13,5 | 4,99 | 1,30 |
| Kebaplar<br>(patlıcan<br>kebab vb.)                                  | 11 | 2,8  | 9  | 2,3  | 44  | 11,4 | 97  | 25,1 | 138 | 35,8 | 58  | 15,0 | 29  | 7,5  | 4,64 | 1,30 |
| Balıklar                                                             | 44 | 11,4 | 61 | 15,8 | 106 | 27,5 | 57  | 14,8 | 58  | 15,0 | 45  | 11,7 | 15  | 3,9  | 3,57 | 1,65 |
| Pideler                                                              | 18 | 4,7  | 10 | 2,6  | 40  | 10,4 | 101 | 26,2 | 131 | 33,9 | 59  | 15,3 | 27  | 7,0  | 4,56 | 1,38 |
| Salata ve<br>piyazlar                                                | 7  | 1,8  | 12 | 3,1  | 22  | 5,7  | 23  | 6,0  | 76  | 19,7 | 118 | 30,6 | 128 | 33,2 | 5,63 | 1,45 |
| Hoşaf ve<br>kompostolar                                              | 53 | 13,7 | 14 | 3,6  | 33  | 8,5  | 62  | 16,1 | 83  | 21,5 | 82  | 21,2 | 59  | 15,3 | 4,53 | 1,91 |
| Sütlü<br>tatlılar<br>(sütlü vb.)                                     | 23 | 6,0  | 6  | 1,6  | 21  | 5,4  | 70  | 18,1 | 133 | 34,5 | 80  | 20,7 | 53  | 13,7 | 4,91 | 1,50 |
| Şerbetli<br>tatlılar<br>(baklava<br>vb.)                             | 22 | 5,7  | 20 | 5,2  | 41  | 10,6 | 83  | 21,5 | 118 | 30,6 | 61  | 15,8 | 41  | 10,6 | 4,56 | 1,55 |

Tablo 4.16. (devam)Türk mutfağı yemeklerinin tüketilme sıklığı

Tüketim sıklığına dair elde edilen verilere göre kurubaklagil çorbaları her gün %19,7, haftada birkaç kez %46,1, on beş günde bir %21,5, ayda bir %8,0, birkaç ayda bir %1,3, yılda bir %1,0 ve hiç %2,3 kişi tarafından tüketim yapılmaktadır. Kurubaklagil çorbalarının en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı haftada bir kaç kezdir. Tüketim sıklığına dair elde edilen verilere göre yoğurtlu çorbalar her gün %6,5, haftada birkaç kez %23,6, on beş günde bir %33,7, ayda bir %18,9, birkaç ayda bir %8,0, yılda bir %1,6 ve hiç %7,8 kişi tarafından tüketim yapılmaktadır.

Yoğurt çorbalarının en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı on beş günde bir'dir. Kremalı çorbalar her gün %3,6, haftada birkaç kez %14,2, on beş günde bir %13,2, ayda bir %25,4, birkaç ayda bir %11,9, yılda bir %6,7 ve hiç %24,9 kişi tarafından tüketim yapılmaktadır. Kremalı çorbaların en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı ayda bir'dir. Sakatat çorbaları her gün %7,5, haftada birkaç kez %15,0, on beş günde bir %21,2, ayda bir %14,0, birkaç ayda bir %10,6, yılda bir %4,9 ve hiç %26,7 kişi tarafından tüketim yapılmaktadır. Sakatat çorbalarının en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı hiç'tir. Kemikli et yemekleri her gün %6,5, haftada birkaç kez %12,4, on beş günde bir %21,5, ayda bir %32,4, birkaç ayda bir %14,0, yılda bir %4,9 ve hiç %12,2 kişi tarafından tüketim yapıldığı tespit edilmiştir. Kemikli et yemeklerinin en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı ayda bir'dir. Kemiksiz et yemekleri her gün %7,5, haftada birkaç kez %18,4, on beş günde bir %30,6, ayda bir %26,7, birkaç ayda bir %10,9, yılda bir %1,8 ve hiç %4,1 kişi tarafından tüketim yapılmaktadır. Kemiksiz et yemeklerinin en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı on beş günde bir'dir. Tüketim sıklığına dair elde edilen verilere göre sulu et yemekleri her gün %8,8, haftada birkaç kez %21,2, on beş günde bir %35,0, ayda bir %21,8, birkaç ayda bir %9,1, yılda bir %2,3 ve hiç %1,8 kişi tarafından tüketim yapılmaktadır. Sulu et yemeklerinin en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı on beş günde bir'dir.

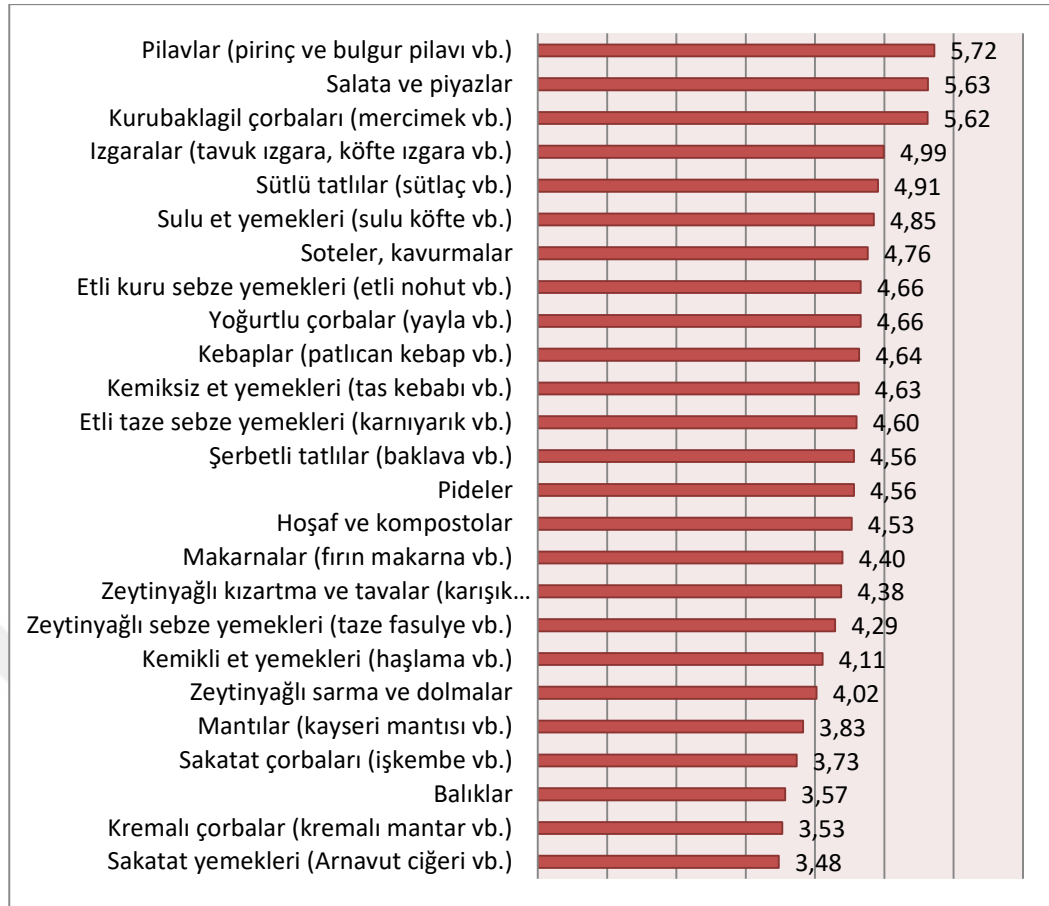
Tüketim sıklığına dair elde edilen verilere göre soteler ve kavurmalar her gün %7,0, haftada birkaç kez %20,7, on beş günde bir %34,7, ayda bir %24,9, birkaç ayda bir %7,8, yılda bir %1,6 ve hiç %3,4 kişi tarafından tüketim yapılmaktadır. Soteler ve kavurmaların en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı on beş günde bir'dir. Sakatat yemekleri her gün %4,7, haftada birkaç kez %8,8, on beş günde bir %13,5, ayda bir %23,8, birkaç ayda bir %20,5, yılda bir %9,3 ve hiç %19,4 kişi tarafından tüketim yapılmaktadır. Sakatat yemeklerinin en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı ayda bir olarak belirlenmiştir. Etli taze sebze yemekleri her gün %8,3, haftada birkaç kez %18,1, on beş günde bir %28,8, ayda bir %26,7, birkaç ayda bir %11,1, yılda bir %2,1 ve hiç %4,9 kişi tarafından tüketim yapılmaktadır. Etli taze sebze yemekleri en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı on beş günde bir'dir. Etli kuru sebze yemekleri her gün %8,5, haftada birkaç kez %23,1, on beş günde bir %30,1, ayda bir %17,9, birkaç ayda bir %10,9, yılda bir %3,9 ve hiç %5,7 kişi tarafından tüketim yapılmaktadır. Etli kuru sebze

yemeklerinin en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı on beş günde bir olarak belirlenmiştir. Tüketim sıklığına dair elde edilen verilere göre zeytinyağlı sarma ve dolmalar her gün %5,2, haftada birkaç kez %13,5, on beş günde bir %20,5, ayda bir %22,8, birkaç ayda bir %22,5, yılda bir %8,3 ve hiç %7,3 kişi tarafından tüketim yapıldığı tespit edilmiştir. Zeytinyağlı sarma ve dolmalar en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı ayda bir'dir. Tüketim sıklığına dair elde edilen verilere göre zeytinyağlı sebze yemekleri her gün %7,0, haftada birkaç kez %22,8, on beş günde bir %20,7, ayda bir %18,1, birkaç ayda bir %14,2, yılda bir %7,3 ve hiç %9,8 kişi tarafından tüketim yapılmaktadır. Zeytinyağlı sebze yemeklerinin en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı haftada birkaç kez'dir. Zeytinyağlı kızartma ve tavalar her gün 8,3%, haftada birkaç kez %22,8, on beş günde bir %18,9, ayda bir %19,7, birkaç ayda bir %16,6, yılda bir %6,2 ve hiç %7,5 kişi tarafından tüketim yapılmaktadır. Zeytinyağlı kızartma ve tavaların en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı haftada birkaç kez'dir. Pilavlar her gün %26,9, haftada birkaç kez %42,2, on beş günde bir %17,4, ayda bir %7,3, birkaç ayda bir %3,6, yılda bir %0,8 ve hiç %1,8 kişi tarafından tüketim yapılmaktadır. Pilavların en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı haftada birkaç kez'dir. Makarnalar ise her gün %11,9, haftada birkaç kez %28,5, on beş günde bir %13,0, ayda bir %10,9, birkaç ayda bir %16,8, yılda bir %7,5 ve hiç %11,4 kişi tarafından tüketim yapılmaktadır. Makarnaların en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı haftada birkaç kez olarak tespit edilmiştir.

Tüketim sıklığına dair elde edilen verilere göre mantılar her gün %6,0, haftada birkaç kez %14,8, on beş günde bir %18,4, ayda bir %16,1, birkaç ayda bir %19,2, yılda bir %13,0 ve hiç %12,7 kişi tarafından tüketim yapılmaktadır. Mantıların en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı birkaç ayda bir'dir. Izgaralar her gün %13,5, haftada birkaç kez %21,2, on beş günde bir %32,4, ayda bir %21,2, birkaç ayda bir %8,5, yılda bir %1,8 ve hiç %1,3 kişi tarafından tüketim yapılmaktadır. Izgaraların en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı on beş günde bir'dir. Kebaplar her gün %7,5, haftada birkaç kez %15,0, on beş günde bir %35,8, ayda bir %25,1, birkaç ayda bir %11,4, yılda bir %2,3 ve hiç %2,8 kişi tarafından tüketim yapılmaktadır. Kebapların en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı on beş günde bir'dir. Balıklar her gün %3,9, haftada birkaç kez %11,7, on beş günde bir %15,0, ayda bir %14,8, birkaç ayda bir %27,5, yılda bir %15,8 ve

hiç %11,4 kişi tarafından tüketim yapıldığı belirlenmiştir. Balıkların en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı birkaç ayda bir'dir. Tüketim sıklığına dair elde edilen verilere göre pideler her gün %7,0, haftada birkaç kez %15,3, on beş günde bir %33,9, ayda bir %26,2, birkaç ayda bir %10,4, yılda bir %2,6 ve hiç %4,7 kişi tarafından tüketim yapılmaktadır. Pidelerim en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı on beş günde bir'dir. Salata ve piyazlar her gün %33,2, haftada birkaç kez %30,6, on beş günde bir %19,7, ayda bir %6,0, birkaç ayda bir %5,7, yılda bir %13,1 ve hiç %1,8 kişi tarafından tüketim yapılmaktadır. Salata ve piyazların en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı her gün olarak belirlenmiştir. Hoşaf ve kompostolar her gün %15,3, haftada birkaç kez %21,2, on beş günde bir %21,5, ayda bir %16,1, birkaç ayda bir %8,5, yılda bir %3,6 ve hiç %13,7 kişi tarafından tüketim yapılmaktadır. Hoşaf ve kompostoların en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı on beş günde bir'dir.

Tatlılar da ise tüketim sıklığına dair elde edilen verilere göre sütlü tatlılar her gün %13,7, haftada birkaç kez %20,7, on beş günde bir %33,5, ayda bir %18,1, birkaç ayda bir %5,4, yılda bir %1,6 ve hiç %6,0 kişi tarafından tüketim yapılmaktadır. Sütlü tatlıların en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı on beş günde bir'dir. Şerbetli tatlılar her gün %10,6, haftada birkaç kez %15,8, on beş günde bir %30,6, ayda bir %21,5, birkaç ayda bir %10,6, yılda bir %5,2 ve hiç %5,7 kişi tarafından tüketim yapılmaktadır. Şerbetli tatlıların en sık tüketim yapıldığı zaman aralığı on beş günde bir olarak tespit edilmiştir.



Grafik 4.4. Türk mutfağı yemeklerinin tüketilme sıklığı ortalamaları

Tüketilme sıklığı en fazla olan yemekler sırasıyla pilavlar, salata ve piyazlar, kurubaklagil çorbaları, ızgaralar, sütlü tatlılar, sulu et yemekleri, soteler ve kavurmalar, etli kuru sebze yemekleri, yoğurtlu çorbalar, kebaplar, kemiksiz et yemekleri, etli taze sebze yemekleri, şerbetli tatlılar, pideler, hoşaf ve kompostolar, makarnalar, zeytinyağlı kızartma ve tavalar, zeytinyağlı sebze yemekleri, kemikli et yemekleri, zeytinyağlı sarma ve dolmalar, mantılar, sakatat çorbaları, balıklar, kremalı çorbalar ve sakatat yemekleri şeklindedir. En sık tüketilen yemekler pilavlar, salata ve piyazlar ile kurubaklagil çorbaları olurken en az sıklıkla tüketilen yemekler ise sakatat yemekleri, kremalı çorbalar ve balıklar olmuştur.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Lokantacılığın varoluşundan itibaren bulunduğu coğrafyanın mutfak kültürünü yansıtan ve yaşatan esnaf lokantaları Türk mutfak kültüründe de önemli bir değerdir. Geçmişten günümüze Türk mutfağının geleneksel yemeklerini sunan esnaf lokantaları sürdürülebilirliğin sağlanması adına yapıtaş konumundadır.

Yapılan tez çalışmasının amacı Türk mutfağının gelecek nesillere aktarılmasında geleneksel Türk yemeklerini bünyesinde barındıran esnaf lokantalarının rolünü saptamaktır. Bu hususta ilk olarak literatür taraması yapılarak Türk mutfak kültürünün özellikleri, barındırdığı çeşitliliğin sebep ve sonuçları incelenmiş, gelişim göstermesine etki eden temel faktörler ortaya konmaya çalışılmıştır. Esnaf ve lokanta kavramları üzerinde durularak tanımı, tarihi, sınıflandırılması ve güncel mevzuattaki durumuna sırasıyla yer verilmiştir. Daha sonra katılımcılara nicel veri toplama yöntemlerinden olan anket formu uygulanmıştır. Hazırlanan anket formu Sakarya'nın Adapazarı, Hendek, Akyazı, Serdivan ve Erenler olmak üzere 5 farklı ilçede toplam 386 katılımcı tarafından cevaplanması sağlanmıştır. Anket formlarının analizi SPSS 21.0 (Statistical Package For Social Sciences) programı ile yapılmış olup elde edilen veriler ışığında araştırmanın konusunu oluşturan esnaf lokantalarının Türk mutfağının sürdürülebilirliği üzerindeki etkileri saptanmaya çalışılmıştır.

Araştırmaya katılan 386 katılımcının demografik özellikleri incelendiğinde erkek katılımcıların kadın katılımcılardan fazla olduğu görülmektedir. Bu sebeple esnaf lokantalarını erkek katılımcıların daha çok tercih ettiği sonucuna varılmaktadır. Katılımcılar en çok 26-35 yaş aralığında yer alırken sırasıyla 25 yaş ve altı, 36-45 yaş, 46-55 yaş ve 56 yaş ve üzeri olarak devam etmektedir. Esnaf lokantasına katılıma yaş açısından bakıldığında genç katılımcıların daha aktif olarak yer aldığı gözlemlenmektedir. Eğitim durumu lise olanlar en yüksek oranı oluştururken üniversite mezunu olan katılımcılar ile yakın seyretmektedir. Katılımcılar arasında okuryazar eğitim durumuna sahip olanlar ise esnaf lokantalarında en az tüketim yapanlar olarak ifade edilebilir. Evli olan katılımcıların bekar olan katılımcılara göre daha sık esnaf lokantasında tüketimde bulunduğu ortaya çıkarken meslek olarak en fazla oran ise serbest meslek grubuna aittir. Meslek olarak en az tüketimde bulunan emekliler olurken ikinci sırada işçiler yer almaktadır. İşçi kategorisinde genel olarak fabrika çalışanı olması ve

kurumlarda çalışanlara yemek hizmeti sağlanması bu durumu açıklar niteliktedir. Son olarak katılımcılara “ Gelir düzeyinizi nasıl tanımlarsınız?” sorusu yöneltilmiştir. Esnaf lokantasında tüketim durumunda gelir düzeyini orta olarak tanımlayanlar en üst sırada yer alırken, gelir düzeyini çok kötü olarak tanımlayanlar ise en alt sıra da yer almaktadır.

Esnaf lokantalarından memnuniyet durumunu ölçmek amacıyla katılımcılara 12 ifadenin bulunduğu 5’li likert sorusu yöneltilmiştir. Sorudan elde edilen verilerin ortalamasına göre esnaf lokantalarında memnuniyetin en yüksek olduğu ifadeler aynı oranla insan ilişkileri/nezaket ve müşteriye gösterilen ilgi olmuştur. İkinci sırada iş ahlakı yer alırken ardından yiyeceklerin kalitesi, yiyeceklerin tazeliği, yiyeceklerin çeşitliliği, tercihlere uygun yiyecek bulabilme olanağı, güvenilirlik, tüketici hakları, iş yerinin fiziksel şartları, orijinal değişik yemek bulabilme ve son sırada fiyatların uygunluğu yer almaktadır. En az memnuniyet durumuna sahip olan ifadeler fiyatların uygunluğu, orijinal/değişik yemek bulabilme ve iş yerinin fiziksel şartlarıdır.

Katılımcılara yöneltilen esnaf lokantalarından memnuniyet durumunu ölçmeye yönelik olan ifadelere verdikleri cevaplar demografik özelliklere göre karşılaştırılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre memnuniyet düzeyleri ve sebepleri cinsiyet, yaş, eğitim durumu, meslek ve gelir düzeyine göre değişkenlik gösterirken medeni duruma göre değişkenlik göstermemiştir ( $p>0,05$ ). Evli ve bekar olan katılımcıların esnaf lokantalarından memnuniyet tutumu birbirine yakındır.

Genel bir bakışla memnuniyet durumları arasında benzerlikler görülmektedir. Daha çok insan ilişkileri/nezaket, iş ahlakı, müşteriye gösterilen ilgi gibi davranışsal ve soyut durumlardan memnun olunurken fiyatların uygunluğu, iş yerinin fiziksel şartları ve orijinal/değişik bulabilme olanağı gibi somut ve fiziki durumlardan memnuniyetsizlik duyulmaktadır. Fiyatlarından uygunluğu ifadesinden en az memnuniyet duyan katılımcı grup öğrenciler olurken bu durumu ekonomik özgürlükleri bulunmaması sebebiyle yaşanan zorluğa bağlanmaktadır.

Araştırmanın alt amaçlarından birini oluşturan katılımcıların esnaf lokantalarını tercih sebeplerini saptamaya yönelik sorulan soruda 16 adet tercih nedeni verilmiştir. Katılımcının verdiği önem derecesine göre ilk 6 seçeneği işaretlemesi

istenmiştir. Bu veriler ışığında katılımcıların tercih etme nedenleri hiyerarşik olarak şu şekildedir; güvenilir olması, güler yüzlü hizmet verilmesi, uygun fiyatlı olması, samimi olması, taze ürünlerin fazla bulunması, Türk damak tadına hitap etmesi, tanıdık olması, ürün çeşitliliğinin fazla olması, esnafa destek olmak, eve/işe yakın olması, alışkanlık, AVM’ de ve restoranda olmayan geleneksel yemeklerin olması, kolay alışveriş yapılması, gelenek, kalabalık olmaması ve veresiye imkânı olarak azalarak devam etmektedir.

Esnaf lokantalarından memnuniyet sorusunda en alt sırada yer alan “fiyatların uygunluğu” ifadesi tercih sebeplerini saptamaya yönelik hazırlanan soruda üst sıralarda yer almaktadır. Bu durum yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelerde genel olarak fiyatların yüksekliğinden duyulan memnuniyetsizliği ifade ederken esnaf lokantalarında nispeten daha uygun fiyatların bulunduğu gerekçesiyle tercih edildiği şeklinde yorumlanmıştır.

Araştırmanın ortaya koymayı planladığı son amaç ise Türk mutfak kültürüne ait geleneksel yemeklerin esnaf lokantalarında tüketim yapan bireyler tarafından ne sıklıkla tercih edildiğini saptamaktır. Bu doğrultuda katılımcılara 25 yemek kategorisinin bulunduğu 7’li tüketim sıklığı ifadelerinden kendilerine uygun olanın işaretlemeleri istenmiştir. Bu soru vasıtasıyla hangi yemeklerin daha çok tercih edildiği sorusu da cevaplanacaktır. 386 katılımcıdan elde edilen verilerin ortalamasına göre esnaf lokantalarında en sık tüketimi yapılan yemek pilavlardır. Tüketilme sıklığı en fazla olan besinler sırasıyla salata ve piyazlar, kurubaklagil çorbaları, ızgaralar, sütlü tatlılar, sulu et yemekleri, soteler ve kavurmalar, etli kuru sebze yemekleri, yoğurtlu çorbalar, kebaplar, kemiksiz et yemekleri, etli taze sebze yemekleri, şerbetli tatlılar, pideler, hoşaf ve kompostolar, makarnalar, zeytinyağlı kızartma ve tavalarda, zeytinyağlı sebze yemekleri, kemikli et yemekleri, zeytinyağlı sarma ve dolmalar, mantılar, sakatat çorbaları, balıklar, kremalı çorbalar ve sakatat yemekleri şeklindedir. En sık tüketilen yemekler pilavlar, salata ve piyazlar ile kurubaklagil çorbaları olurken en az sıklıkla tüketilen yemekler ise sakatat yemekleri, kremalı çorbalar ve balıklar olmuştur.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda, araştırma konusu ile ilgili olan taraflara ve bu konuda araştırma yapmayı düşünen araştırmacılara fikir vermesi amacıyla öneriler geliştirilmiştir. Esnaf lokantalarının Türk mutfak kültürünün sürdürülebilirliği üzerine etkileri açısından sunulabilecek öneriler;

- Fiyatların uygunluğu ifadesinden duyulan memnuniyetsizlik açısından esnaf lokantalarının kurumlarca belirlenen fiyatlar çerçevesinde satış yapıp yapmadığı sıkı denetim altına alınabilir.
- Yapılan çalışmalardan elde edilen bilgiler ışığında esnaf lokantalarının girdi maliyetlerinin yüksekliği hususunda sorun yaşadıkları belirtilmiştir. Bu çalışmada elde edilen verilerde ise katılımcıların esnaf lokantalarını yüksek fiyatlı buldukları tespit edilmiştir. Bu doğrultuda esnaf lokantalarının yaşadığı ekonomik zorlukları fiyatlara yansıtması adına tedarik zincirlerine yapıcı düzenlemeler getirilmelidir. Böylelikle esnaf lokantası işletmecilerinin ve tüketicilerin refahına katkı sağlayabilir.
- Esnaf lokantaları günlük olarak müşteriye sunacakları yemekleri tercih ederken mevsim sebze ve meyvelerini göz önünde bulundurmalıdır. Böylelikle mevsiminde tedarik edilen sebze ve meyvelerin maliyetleri düşük olmakla birlikte hazırlanan yemeklerin lezzetini de arttıracaktır.
- Katılımcıların faydalanabileceği düşük maliyetli günlük set menüler yapılabilir.
- Lise ve üniversite öğrencilerine özel kampanyalar ve menüler oluşturulabilir.
- Esnaf lokantalarının Türk mutfağının sürdürülebilirliğine katkı sağlaması açısından orijinal/değişik yemek bulabilme konusunda yaşanan memnuniyetsizliği gidermek adına menülere yeni yemekler eklenebilir.
- Türk mutfağının sürdürülebilirliği amacı ile esnaf lokantasının bulunduğu yöreye özgü yiyecekler menülere eklenmelidir. Böylelikle genç neslin geleneksel Türk mutfağı ile iç içe olması sağlanarak bilinirliği artacaktır. Aynı zaman da geleneksel Türk mutfağı yemeklerine olan talep karşılanabilir.

- Yapılan literatür taraması sırasında esnaf lokantalarının kalifiye eleman sıkıntısı yaşadığı belirtilmiştir. Doğru orantılı olarak esnaf lokantasında tüketim yapan katılımcıların iş yerinin fiziki koşullarından duyduğu memnuniyetsizlik tespit edilmiştir. Bu sebeple esnaf lokantası sahiplerine ve çalışanlarına iş yerinin fiziki koşullarını iyileştirecek eğitimler verilmelidir. İş yeri açma belgesi, kalfalık belgesi, ustalık belgesi ve çıraklık belgesi verilirken uygulanan eğitimlerde olan hijyen ve sanitasyon dersleri arttırılmalı, bu kapsamda ders bulunmuyorsa eklenmelidir.
- İşyerinin fiziksel koşulları adına uygulanan denetimler sıkılaştırılmalıdır.
- Yapılan birçok çalışma da değinilen Türk mutfağının tanıtım ve reklam eksikliği hususunda esnaf lokantaları, Türk mutfağı adına büyük bir avantaj konumundadır. Bu sebeple esnaf lokantalarının hak ettiği değerin ulusal ve uluslararası alanda tanıtım yapılarak farkındalık yaratılması sağlanmalıdır. Esnaf lokantalarının başrolde olduğu geleneksel Türk mutfağı yemeklerinin yer aldığı festivaller, fuarlar, panayırar veya kermesler düzenlenmelidir.
- Esnaf lokantaları Türk mutfağının sürdürülebilirliği açısından gastronomik bir unsur haline getirilerek gastronomi turizminin bir parçası haline getirilmelidir. Böylece bölge ziyaretinde bulunan yerli ve yabancı turistler kültürü tanımak adına esnaf lokantasında tüketim yapabilecektir. Turistlerin esnaf lokantasında tüketim yapması Türk mutfağının tanıtımına destek olması, gelecek nesillere aktarılması ve ülke ekonomisine sağladığı fayda artacaktır.
- Esnaf lokantası işletmelerinin geleneksel yapısının bozulmadan aynı zamanda tüketiciye sağladığı hizmeti iyileştirecek düzeyde teknolojik gelişmelerle entegre edilmelidir. Bu doğrultuda esnaf lokantası adına sosyal medya hesapları açılarak tanıtım yapılabilir ve online yemek siparişi sitelerine katılımları sağlanabilir.

- Yapılan çalışma esnaf lokantasında tüketim yapan katılımcılara uygulanmış olup katılımcıların memnuniyetsizlik durumlarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Gelecek çalışmaların esnaf lokantası sahipleri, işletmecileri veya çalışanları üzerinde yapılması onların yaşadığı sorunlara çözüm önerileri getirmek adına önem taşımaktadır.



## KAYNAKLAR

- Acun, H. (2007). *Anadolu Şelçuklu Dönemi Kervansarayları*, T.C. Kültür Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Akarçay, E. ve Suğur, N., (2015). *Dışarıda yemek: Eskişehir’de Yeni Orta Sınıfın Fast-Food Yeme-İçme Örüntüleri*. Sosyoloji Araştırmaları Dergisi 18 (1): 1-29.
- Akbaş, H. E., Bozkurt, S. ve Yazıcı, K. (2018). *Osmanlı Devletinde Lonca Teşkilatı Yapısı ve Yönetim Düşüncesi ile Karşılaştırılması*, Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi, Özel Sayı, 165-202.
- Akbıyık, T. (2021). *Turizm Potansiyeli Açısından Türkiye’deki Gastronomi Müzelerinin Analizi*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Aralık.
- Akdağ, G., Özata, E., Sormaz, Ü. ve Çetinsöz, B. C. (2016). *Sürdürülebilir gastronomi turizmi için yeni bir alternatif: Surf&Turf*. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 4(1), 270-281.
- Akdemir, N. ve Selçuk, G. N. (2018). *Yöresel Mutfağın Turizme Kazandırılması ve Bölgesel Kalkınmaya Katkısı: Sakarya İli Ölçeğinde Araştırma*, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 22: 2033-2049.
- Akgül, D. (2017). *Ahilik Kültüründeki etik İlkelerinin Günümüz İşletmelerine Yansımaları: Kırşehir İli Örneği*, Ahi Evran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 1(1), 8-26.
- Akgündüz, M. (2014). *Ticari Hayatta Kardeşliği Esas Alan Ahilik Teşkilatı*, Harran üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 19(31).
- Akın, G. Özkoçak, V. ve Gültekin, T. (2015). *Geçmişten Günümüze Geleneksel Anadolu Mutfak Kültürünün Gelişimi*, Antropoloji Dergisi, 30: 33-52.
- Akkor, Y.E. (2019). *Geçmişten Geleceğe Kayseri Mutfağı*, Editör: Ramazan Çakmakçı, Kayseri Büyükşehir Belediyesi, M Grup Matbaacılık, Kayseri.
- Akoğlan Kozak, M. ve Zencir, E. (2012). *Esnaf Lokantaları Yöneticilerinin İşletme Performansı Hakkında Görüşleri: Eskişehir Örneği*, 13. Ulusal Turizm Kongresi, 845-860.
- Aksoy, M., İflazoğlu, N. Ve Canbolat, C. (2016). *Avrupa Aşçılık Tarihi: Antik Yunan'dan Sanayi Devrimi'ne*, Journal of Recreation and Tourism Research, 3(1): 54-62.
- Alabacak, C. H. (2018). *Türk Mutfak Kültüründeki Geleneksel Yemeklerin Bilinirliği: Ankara İli Örneği*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Albayrak, A. (2013). *Farklı Milletlerden Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Saptanması Üzerine Bir Araştırma*, Journal of Yaşar University, 30(8): 5049-5063.
- Albayrak, A. (2014). *Müşterilerin Restoran Seçimlerini Etkileyen Faktörler: İstanbul Örneği*, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 25(2): 190-201.
- Alexander, D. (2000). *The Geography of Italian Pasta*, Professional Geographer, 52(3): 533-566.
- Alper, S. (2017). *Aşçılık Risalesi (Risale-i Aş-Fezlik)*, Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi, 6(4): 2027-2066.

- Apak, Ö. C. ve Gürbüz, A. (2022). *Sürdürülebilir Restoran İşletmeciliği Uygulamaları Üzerine Bir İçerik Analizi*, Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 6(1), 194-209.
- Ardıç-Yetiş, Ş. (2020). *Türk Mutfak Kültüründe Bulgurun Yeri ve Önemi*, Türk turizm Araştırmaları Dergisi, 4(1): 716-728.
- Arıkan, R. (2013). *Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti., Geliştirilmiş 2. Baskı.
- Arıker, Ç. (2012). *Tüketicilerin Restoran Seçiminde Kullandıkları Seçim Kriterleri İle Demografik Özellikleri Arasındaki İlişki*, Öneri Dergisi, 10(38): 11-31.
- Arlı, M. ve Gümüş, H. (2007). *Mutfak Kültüründe Çorbalar*, ICANAS, Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, Ankara, 143-158.
- Arman, A. (2011). *Türk Mutfak Kültürü Tanıtım Sorunu: Mengen İli Örneği*, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Düzce.
- Arslan, Ö. (2010). *Yabancı Turistlerin Yiyecek içecek işletmeleri, Personeli ve Türk Mutfağına ilişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi:Alanya Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Ayaz, N. ve Türkmen B. M. (2018). *Yöresel Yiyecekleri Konu Alan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi*, Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, 2(1): 22-38.
- Aydın, S. (2016). *Küreselleşme ve Neo-Liberal Uygulama Süresince Sosyal Politika Alanında Ortaya Çıkan Problemlere Çözüm Önerisi: Osmanlı İmparatorluğu'nda Ahilik Sistemi*, Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13: 40-49.
- Badem, E. ve Öztel, A. (2018). *Restoran Seçiminde Tüketiciyi Etkileyen Faktörlerin DEMATEL Yöntemiyle Değerlendirilmesi: Bir Uygulama*, Yönetim, Ekonomi, Edebiyat, İslami ve politik Bilimler Dergisi, 3(1): 70-89.
- Baykul, A. ve Dulupçu, M. A. (2009). *Isparta İl Merkezindeki Gıda Hizmet Sektöründe Çalışan Esnafın Sorunları Üstüne Bir İnceleme*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(10), 63-81.
- Bayram, S. (2012). *Osmanlı Devleti'nde Ekonomik Hayatın Yerel Unsurları: Ahilik Teşkilatı ve Esnaf Loncaları*, İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 21: 81-115.
- Baysal, A. (2002). *Beslenme Kültürümüz*, Kültür Bakanlığı, Üçüncü Baskı, Ankara.
- Bedir, G. (2018). *Geleneksel Türk Mutfağı Tarifelerinin Üç Farklı Besin Ögesi Örüntü Profili İle Değerlendirilmesi*, Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme Bilimleri Programı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Benli, S. (2019). *Yiyecek İçecek Sektörü (Ünite 10)*, Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.
- Biniş, M. (2015). *Vergi Adaletini Sağlamaya Yönelik Bir Araç: Esnaf Muafı*, Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7.
- Brillant-Savarin, J.A. (2016). *Lezzetin Fizyolojisi ya da Yüce Mutfak Üzerine Düşünceler*, Çeviren: Heval Bucak, Oğlak Yayıncılık.
- Bulut, S. H. (2019). *Türk Gastronomisinde Esnaf Lokantası Kavramının Turistik Değeri: Sivas Aşçıbaşı Et Lokantası Örneği*, Atlas International Refereed Journal On Social Sciences, 5(20): 541-549.

- Buluttekin, M. B. (2014). 18. Yüzyılın Son Döneminde İstanbul'daki Esnaf Sisteminin Ahkam Defterlerine Göre Sosyo-Ekonomik Analizi(1775-1793), Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 13(51): 93-123.
- Büyükboyacı, Y. (2011). Türk Esnafının Sosyal Yapısı ve Sosyal Değişme Temayülleri, Istanbul Journal of Sociological Studies, 0(21) .
- Büyüköztürk Ş., Kılıç Çakmak E., Akgün Ö., Karadeniz Ş. & Demirel F. (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Pegem.
- Büyüktuncer, Z. ve Yücecan, S. (2009). *Türk Mutfağının Beslenme ve Sağlık Açısından Değerlendirilmesi*, Beslenme ve Diyet Dergisi, 37(I-2): 93-100.
- Canbolat, C. ve Yaman, M. (2017). Dini İnançların, Gastronomi turizminde *Destinasyon Seçimine Etkisi*, 1. International Halal Tourism Congress, Alanya, 49-56.
- Candoğan, K. ve Çarkcıoğlu, E. (2015). *Her Yönüyle Gıda(I.Bölüm: Et Teknolojisi)*, 1-34, Editörler: Fügen Durlu-Özkaya, Serap Coşansu ve Kamuran Ayhan, Sidas Medya Ltd. Şti., İzmir.
- Ceyhun-Sezgin, A. ve Bülbül, S. (2017). *Türk Sanatı ve Mutfak Kültüründe Buğday*, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 10(54): 1080-1091.
- Cihangir İ. S. ve Karakaya, K. (2016).*Ahilik Kültürü ve Alışveriş Turizmi: Konya Bedesten Çarşısını Ziyaret Eden Turistlerin Algısı Üzerine Bir Araştırma*, Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(2): 110-122.
- Cora, İ. (2017).*Örgütlerin Yönetimi Açısından Ahilik Örgütüne Genel Bir Bakış: Tarihi Bir Araştırma*, Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi, 9(16): 251-279.
- Coşar, N. (2010). *Osmanlıdan Cumhuriyete Tüketim Alışkanlıkları*, 'Açık Ekonomiden Kapalı Ekonomiye Tüketim Alışkanlıkları' Esnaf ve Ticaret Sempozyumu.
- Cömert, M. ve Alabacak, C. H. (2019).*Türk Mutfağına Ait Yemeklerin Özelliklerinin Değerlendirilmesi: Ankara İli Örneği*, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 7(3): 2123-2143.
- Çakmak, M. ve Sarıışık, M. (2020). *Yiyecek İçecek İşletmesine İlişkin Tüketici Yorumların İçerik Analizi*, Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, 4(3): 362-383.
- Çelebi, A. K., Yanıkkaya, H., Gökbunar, R., Altın-Gülova, A., ve Pala, M. (2009).*Avrupa Birliği Yolunda Esnaf ve Sanatkarlar*, Celal Bayar Üniversitesi-Manisa Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği, Manisa.
- Çelik, M., Aksoy, M. ve Durlu-Özkaya, F. (2016). *Üniversite Öğrencilerinin Zeytinyağı Bilgi Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma*, Zeytin Bilimi Dergisi, 6 (2): 69-7.
- Çelik, S. ve Sandıkçı, M. & Cerit, A. (2020).*Esnaf Lokantalarında Otantiklik: Aşçı Bacaksız Örneği*, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 8 (2), 1291-1305
- Çıkrıkçıoğlu, H. (1987).*Esnaf ve Sanatkarların Türk Ekonomisindeki Yeri ve Sorunları*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri ilişkileri Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Çiftçi, C. (2004).*Müşteri Memnuniyeti, Kalite ve Osmanlı Esnafı*, Uludağ Üniversitesi Fen edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 5(7): 17-34.
- Çoban, H. ve İrmiş, A. (2015).*Girişimcilik Kültürü Açısından Geleneksel Alışveriş Yerlerinde Esnaf ile Modern AVM'lerdeki Esnafın Karşılaştırılması*, Pamukkale İşletme ve Bilişim Yönetimi Dergisi, 2(1): 29-38.

- Çoban, M. (2017).*Değerler Eğitimi ve Ahilik İlkeleri*, Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler enstitüsü Dergisi, 4(1): 87- 102.
- Çoban, M. (2018).*Modern Bir Eğitim Kurumu Olarak Ahilik*, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 15-2: 717-734.
- Demir, M. S. (2002). *Restaurant ve Kafeteryalarda Tüketime Sunulan Bazı Hazır Salata Çeşitlerinin Mikrobiyolojik Kalitelerinin İncelenmesi*, İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Besin Hijyeni ve Teknolojisi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Demircioğlu, Y., Yaman, M. ve Şimşek, I. (2007). *Kadınların Baharat Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma*, TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni, 6(3): 161-168.
- Demirer, Ö., Bayramoğlu, G., Şeker, Y., Komak, F. ve Şahin, M. (2017).*Esnaf ve Sanatkar İşletmelerinin Sorunları ve Çözüm Önerileri: Çorum İlinde Bir Araştırma*, Ömer Halis Demir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 10(1): 153-170.
- Demirgöl, F. (2018). *Çadırdan Saraya Türk Mutfağı*, Uluslar arası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi, 3(1): 105-125.
- Diker, O. Deniz, T. ve Çetinkaya, A. (2016). *History of Turkish Cuisine Culture and the Influence of the Balkans*, Journal of Humanities And Social Science, 21(10): 2279-0837.
- Durlu Özkaya, F. ve Cömert, M., (2017).*Türk Mutfağında Yolculuk*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Durlu-Özkaya, F. (2009). *Zeytinyağı(11.Bölüm: Türk Mutfağında Zeytinyağı)*, 259-270, Editörler: Fahrettin Göğüş, Mücahit Taha Özkaya ve Semih Ötleş, Eflatun Yayınevi, Ankara.
- Durlu-Özkaya, F., Özkaya, M. T., Tunalioglu, R., Bayar, R. ve Tunalioglu, E. (2018). *Anadolu’da Zeytin ve Zeytinyağlı Yemekler Rotası*, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 6(3): 263-274.
- Düzgün, E. ve Durlu-Özkaya, F. (2015). *Mezopotamya’dan Günümüze Mutfak Kültürü*, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 3(1): 41-47.
- Erbaş-Köse, Ö. D. ve Mut, Z. (2018). *Tahıl ve Tahıl Ürünlerinin İnsan Beslenmesi ve Sağlık Açısından Önemi, Yozgat’ta Tahılların Durumu*, 3. Uluslararası Bozok Sempozyumu, 1121-1130, Yozgat.
- Erdeğirmenci, R. (2015). *Lokanta*, Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık, 1. Baskı, İstanbul.
- Erdem, Ö., Mızrak, M. ve Kemer, A. K. (2018). *Yöresel Yemeklerin Bölge Restoranlarında Kullanılma Durumu; Mengen Örneği*, Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi, 3(1): 44-61.
- Erdoğan-Aracı, Ü. (2016). *Gastronomi ve Turizm(Kavramlar, Uygulamalar, Uluslararası Mutfaklar, Reçeteler)*, Detay Yayıncılık, Ankara, 121-136.
- Ertaş, Y. ve Gezmen-Karadağ, M. (2013). *Sağlıklı Beslenmede Türk Mutfak Kültürünün Yeri*, Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, 2(1): 117-136.
- Esir, H. A. (2006). *Geleneksel Türk Mutfağı ve Lamii Çelebinin Ferhad ile Şirin Mesnevisinde Bahsettiği Yiyecek ve İçecekler*, İlmi Araştırmalar Dergisi, 21: 121-134.
- F. Jimenez-Colmenero, F., Carballo, J. and Cofrades S. (2001). *Healthier Meat And Meat Products: Their Role As Functional Foods*, Meat Science 59: 5–13.

- Faraqhi, S. 2000. *Osmanlı Kültürü ve Gündelik Yaşam*, Çeviren: Elif Kılıç. Tarih Vakfı, 2 Baskı, İstanbul.
- Fendal, F.(2007). *Türkiye'deki Kahve ve Mutfak Kültürünün Dönüşümü Üzerinden Küreselleşme Sürecinde Küresel ve Yerel Kültürün Etkileşim ve Eklemlenişi*, Lisans Tezi, Galatasaray Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, İstanbul.
- Genç, S. (2009). *1835 Yılı Esnaf Sayımı Çerçevesinde Edremit Esnaf Teşkilatı*, Uludağ Üniversitesi Fen edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10(17): 277-293.
- Gökyıldız, S. (2009). *İstanbul'un Esnaf Lokantaları*, İstanbul Ticaret Odası, İstanbul.
- Güldemir, O. ve Halıcı, N. (2009). *Türk Mutfağında Geleneksel Etli Meyve Yemekleri*, 2. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 565-569.
- Güldemir, O. (2014). *1888'den Günümüze Hacı Abdullah Lokantası*, III. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi: 745-757.
- Güldemir, O., Haklı, G. ve Işık, N. (2018). *Türk Mutfağı'nda Kahvaltıda Tüketilen Çorbalar ve İllere Göre Dağılımı*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 39: 56-66.
- Güler, S. (2010). *Türk Mutfak Kültürü ve Beslenme Alışkanlıkları*, Dumlupınar Üniversitesi, 26: 24-30.
- Güneydaş-Biçer, H. (2011). *Farklı Mantı Çeşitlerinde Mikrobiyolojik Kalite Üzerine Araştırmalar*, İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Besin Hijyeni Ve Teknolojisi Anabilim Dalı, Besin Hijyeni Ve Teknolojisi Programı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Gürbıyık, C. (2015). *Osmanlı İmaretlerinin (Aşevleri) Tipolojisi Üzerine Bir Deneme*, Sanat Tarihi Dergisi, 24(1): 23-51.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F., (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe Yöntem-Analiz*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 4. Baskı.
- Hacıgökmen, M. A. (2012). *Anadolu'da Ahiliğin Esnaf Teşkilatı Haline Dönüşmesi ve Tımar Sistemine Yansımaları(Ankara Örneği)*, Türkiyat Araştırmaları Dergisi, 32: 263-291.
- Hasdemir, M. ve Terzi, D. (2015). *Yemeklik Baklagiller*, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Ankara.
- Hatipoğlu, A. ve Batman, O. (2014). *Osmanlı Saray Mutfağı'na Ait Gastronomik Unsurların Günümüz Türk Mutfağı ile Kıyaslanması*, Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 11(2): 62-74.
- Işın, M. (2008). *Gülbeşeker: Türk Tatlıları Tarihi*, Yky Kitap evi, İstanbul.
- İnternet: Aras, V. (2021). *Sebzecilik*, Alata Bahçe Kültürleri Araştırma İstasyonu Müdürlüğü, Gıda Tarım ve hayvancılık Bakanlığı, [https://www.msmeturkey.com/fileadmin/msme/upload/pdf/3\\_Alata\\_SebzecilikVA.pdf](https://www.msmeturkey.com/fileadmin/msme/upload/pdf/3_Alata_SebzecilikVA.pdf) adresinden erişilmiştir. Erişim Tarihi: 13.01.2021.
- İnternet: Beslenmede Tahılların Yeri, <https://hsgm.saglik.gov.tr/tr/beslenmehareket-haberler/beslenmede-tah%C4%B1llar%C4%B1n-yeri.html>, Erişim tarihi: 24.08.2022
- İnternet: Dolma ve Sarmalar, (2021). <http://dolmalar.blogspot.com/p/dolma-sarma.html> adresinden erişilmiştir, Erişim Tarihi: 20.01.2021.
- İnternet: Ekinci, E. (2016). *Kurubaklagil ve Tahıl Ürünlerinin Sağlık Üzerine Etkileri*, <https://www.slideshare.net/Ethmekinci/kurubaklagil-ve-tahil-rnlernn-salik-zerne-etkiler> adresinden erişilmiştir. Erişim Tarihi: 14.01.2021.

- İnternet: Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/06/20050621-1.htm>, Erişim: 20.10.22.
- İnternet: Goltz, E. (2009). Soup vs. Stew: Difference İn Details, <https://web.archive.org/web/20110811025536/http://www.journalgazette.net/apps/pbcs.dll/article?AID=%2F20081109%2FFEAT0103%2F81109031> 1 sayfasından erişilmiştir. Erişim tarihi: 25.12.2020.
- İnternet: Gürbüz, B. (2018). *İstatistik Evren ve Örneklem*, Power Point Sunusu, [https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/105487/mod\\_resource/content/1/ders%209%20evren%20ve%20orneklem%202.pdf](https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/105487/mod_resource/content/1/ders%209%20evren%20ve%20orneklem%202.pdf), Erişim Tarihi: 08.11.2022.
- İnternet: Kılıçarslan, R. (2021). Türk Mutfağında Sebze Yemekleri, Power Point Sunusu, <https://slideplayer.biz.tr/slide/13702587/> adresinden erişilmiştir. Erişim Tarihi: 13.01.2021.
- İnternet: Sağdıç, O. (2021). *Gelenekselden Geleceğe Vazgeçilmez Ürünler: Bakliyat*, <http://www.bakliyatye.com/icerik/Sunumlar/Osman%20Sa%C4%B1%20Fd%C4%B1%C3%A7.pdf> adresinden erişilmiştir. Erişim Tarihi: 14.01.2021.
- İnternet: Yöresel Türk Pilavları, (2021). Power Point Sunusu, [http://ostimmem.meb.k12.tr/meb\\_iys\\_dosyalar/06/25/123323/dosyalar/2020\\_11/17000257\\_YORESEL\\_TURK\\_PILAVLARI.pdf](http://ostimmem.meb.k12.tr/meb_iys_dosyalar/06/25/123323/dosyalar/2020_11/17000257_YORESEL_TURK_PILAVLARI.pdf) adresinden erişilmiştir, Erişim Tarihi: 15.01.2021.
- Kaya, Ş. (2016). *Yiyecek İçecek İşletmelerinde Yöresel Mutfak Uygulamaları: Gaziantep Örneği*, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Kesici, M. (2012). *Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü*, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14(23): 33-37.
- Kılıçoğlu, A. (1985). *Türklerde Tarihi Konaklama Tesisleri ve günümüz Turizmde Değerlendirilmeleri (Hanlar ve Kervansaraylar)*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Fakültesi Turizm Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Kızıldemir, Ö., Öztürk, E. ve Sarıışık, M. (2014). *Türk Mutfak Kültürünün Tarihsel Gelişiminde Yaşanan Değişimler*, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14(3): 191-210.
- Korkmaz, E. (2010). *Geçmişten Günümüze Restoranlar: Türkiye’de Restorancılığın Gelişimi*, V. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, 120-130.
- Kotop, F. (2000). *What Is Sustainability?*, University of Wollongong, Faculty of Business. 8(1):3
- Koz, G. F. (2009). *Yemekname*, Aylık Yemek Kültürü Dergisi, 20: 50-58.
- Köten, M., Ünsal, S. ve Atlı, A. (2014). *Türkiye’de Üretilen Makarnaların Bazı Kimyasal Bileşimlerinin ve Pişme Kalitelerinin Belirlenmesi*, Gıda, 39(1): 33-40.
- Közleme, O. (2012). *Türk Mutfak Kültürü ve Din*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe Ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, Din Sosyolojisi Bilim Dalı, Doktora Tezi, İstanbul.

- Kurnaz, A. Ve İşlek, E. (2018). *Yöresel Yemeklerin Restoranlar Tarafından Kullanımının Değerlendirilmesi: Marmaris Örneği*, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi 8(1): 50-59.
- Kurukamçı, K. (2017). *Osmanlı İmparatorluğunda Tüketim Alışkanlıklarının Değişimi*, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tarih Anabilim Dalı, Ankara.
- Küçükdağ, Y. (2017). *Başkent Konya'da Türkiye Selçukluları Döneminde Esnaf Örgütlenmesi*, Selçuklu Medeniyeti Araştırmaları Dergisi, 2: 173-193.
- Lasztity, R. (2009). *Food Quality and Standards: Encyclopedia of Life Support Systems*, Editor: Radomir Lasztity, Vol 2, Oxford.
- Lawrie, R. A. and Ledward D. A. (2006). *Lawrie's Meat Science*, Seventh Edition, New York.
- Mankan, E.(2012). *Yabancı Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri: Ege Bölgesi Örneği*, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ev Ekonomisi (Beslenme Bilimleri) Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Ankara.
- Megep(Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi), (2011). *Türk Mutfağı Yemekleri*, Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara.
- Megep(Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi), (2011). *Mutfak Uygulamaları Cilt 1*, Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara.
- Megep(Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi), (2011). *Mutfak Uygulamaları Cilt 2*, Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara.
- Megep(Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi), (2010). *Temel Yiyecek Üretimi Cilt 1*, Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara.
- Megep(Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi), (2010). *Temel Yiyecek Üretimi Cilt 2*, Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara.
- Milli Eğitim Bakanlığı, (2019). *Geçmişten Günümüze Fotoğraflarla Mesleki ve Teknik Eğitim 11. Yy 21. Yy*, Eğitim Analiz ve Değerlendirme Raporları Serisi, Ankara.
- Ocak, E., Ceylan, Z., Okat, Ç. , Koç, P., Torusdağ, G. B. ve Uçkan Çakır, M.(2021). *Yerel Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği Kapsamında Van Gastronomi Rotası Önerisi*, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 9 (4), 2655-2669.
- Okumuş, E., Sarıtaş, K., Yorulmaz, A., Hazar, F. ve Altay, Ş., (2018). *Ahilik Kültürü ve Günümüze Yansımaları (Eskişehir Örneği)*, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 8(4): 7-38.
- Önçel, S. (2015). *Türk Mutfağı ve Geleceğine İlişkin Değerlendirmeler*, Journal of Tourism and Gastronomy Studies 3(4): 33-44.
- Özdemir, B.,(2010). *Dışarıda Yemek Yeme Olgusu: Kuramsal Bir Model Önerisi*. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi 21(2) : 218-232.
- Özdemir-Güzel, S. (2017). *Yiyecek İçecek İşletmelerinde Fiziksel Çevrenin Algılanan Değeri, Müşteri Memnuniyeti Ve Sadakati Üzerine Etkisi: İstanbul'daki Birinci Sınıf Restoran İşletmelerinde Bir Araştırma*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Doktora Tezi, İstanbul.
- Özlü, Z. (2014). *Osmanlı Sarayında Aşure Geleneği Uygulamasına Dair*, Milli Folklor Dergisi, 26: 209-224.
- Rızaoğlu, B. ve Hançer, M. (2013). *Menü ve Planlama*, Detay Yayıncılık, 2. Baskı, Ankara.
- Safi, İ., Atnur, G. ve Küçükyıldız, D. (2020). *Dışarıda Yeme Kültürü ve Lokantalar: Rize Örneği*, Mukaddime, 11(1): 124-153.

- Salt, A. M. (2019). *Gelenekten Moderniteye Sakarya'da Esnaf Kültürünün Değişimi*, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.
- Sarıoğlu, G. ve Velioğlu, Y. S. (2018). *Baklagillerin Bileşimi*, Akademik Gıda, 16(4): 483-496.
- Seçim, Y. (2018). *Selçuklu ve Osmanlı Mutfağının Gastronomi Açısından Değerlendirilmesi*, Journal of Tourism Theory and Research, 4(2): 122-132.
- Siew, L. W., Wai, C. J. ve Hoe, L. W. (2016). *An Empirical Study on the Selection of Fast Food Restaurants Among the Undergraduates with AHP Model*, American Journal of Information Science and Computer Engineering, 2(3): 15-21.
- Siew, L. W., Wai, C. J., and Hoe, L. W. (2017). *Analysis on the Preference of Fast Food Restaurants with analytic Hierarchy Process Model*. International Journal of Psychology and Cognitive Science, 3(6): 72-76.
- Sirat, A. (2020). *Yerel Kuru Fasulye (Phaseolus vulgaris L.) Genotiplerinin Tane Verimi, Verim Unsurları ve Bazı Kalite Özelliklerinin Belirlenmesi*, Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 17(2): 245-254.
- Solmaz, Y. ve Dülger Altınır, D. (2018). *Türk Mutfak Kültürü ve Beslenme Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma*, Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 1(3): 108-124.
- Sormaz, Ü., Sürücüoğlu, M.S. Akan, L.S. (2008). *Beslenme kültüründeki eğilim: Fastfood yemek tercihleri*. 38. ICANAS Maddi Kültür Kitabı 3(3) :1211-1232.
- Sönmez, S. (2007). *Ortaçağ Türk Ve İslam Dünyasında Kervansaraylar (Hanlar-Ribatlar)*, Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi, 15: 270-296.
- Sumaedi, S. ve Yarmen, M. (2015). *Measuring Perceived Service Quality of Fast Food Restaurant in Islamic Country: a Conceptual Framework*, The First International Symposium on Food and Agro-biodiversity, 3: 119-131.
- Sürmen Y. ve Bayraktar, Y. (2018). *Trabzon Şehrinde 1856 Yılından Beri Pilavı Gramla Satan Bir İşletme: Kalkanoğlu Pilav Lokantası*, Muhasebe ve Finans Araştırmaları Dergisi, Özel Sayı: 47-73.
- Sürücüoğlu, M. S. , Özçelik, A. Ö. (2008). *Türk Mutfak ve Beslenme Kültürünün Tarihsel Gelişim*, 38. Icanas Kongresi, 1289-1310, Ankara.
- Şanlıer, N. (2005). *Yerli ve Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı hakkındaki Görüşleri*, Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 25(1): 213-227.
- Şanlıer, N. Cömert, M. ve Durlu-Özkaya, F. (2008). *Türk Mutfağındaki Geleneksel Tatlı ve Helvaları Gençlerin Tanıma Durumu*, Türkiye 10. Gıda Kongresi, 1123-1127.
- Şavkay, T. (2000). *Osmanlı Mutfağı: Osmanlı Mutfağının 700. Kuruluş Yıldönümü*, Şekerbank Yayınları, İstanbul.
- Şeren-Karakuş, S. Ceyhun-Sezgin, A. ve Şanlıer, N. (2015). *Türk Mutfağında Kullanılan Et ve Etli Yemek Çeşitlerinin Yapımı ve Sağlık Açısından Değerlendirilmesi*, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 3(3): 62-68.
- Şeren-Karakuş, S., Küçükkömürler, S. ve Ekmen, Z. (2008). *Türk Kültüründe Bulgur*, 38. Icanas-Uluslararası Asya Ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, Maddi Kültür, 1: 1179-1190, Ankara.
- Şimşek, N ve Akdağ, G. (2017). *Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Kapsamında yeşil Nesil Restoranları İncelenmesi*, The Journal of Academic Social Science Studies, 60: 351-368.

- T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı ve Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü, (2017). *Esnaf ve Sanatkarlar Özelinde Sektör Analizleri Projesi Gıda Sektörü*, T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- T.C. Ticaret Bakanlığı ve Esnaf, Sanatkar ve Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, (2021). *Lokantacılık Meslek Kılavuzu*, Ankara.
- Talas, M. (2005). *Tarihi Süreçte Türk Beslenme Kültürü ve Mehmet Eröz'e Göre Türk Yemekleri*, Türkiye Araştırmaları Dergisi, 273-283.
- Taner, E. (2009). *Osmanlı Esnafı Ticarî ve Sosyal Hayat*, Ankara: Halkbank Yayınları.
- Taş, D. ve Olum, E. (2020). *Sustainability and Innovative Approaches in Catering and Food and Beverage*, Journal of Turkish Tourism Research, 4(3): 3082-3098.
- Tetik, N. (2022). *Aile Şirketlerinin Sürdürülebilirliği: "Malatya Hacı Baba Sinan Et Lokantası" Dördüncü Kuşak Aile Şirketi Ve Başarı Hikâyesi*, Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi, 23:103-114.
- Toprak, (2004). *Zanaattan Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelere Loncadan Kobiye Esnaf ve Sanatkarların Dünyası*, Osmanlı Bankası Müzesi, İstanbul.
- Türkoğlu, H., Kanık, Z., Yakut, A., Güneri, A. ve Akın, M. (2012). *Nizip Ve Çevresinde Satışa Sunulan Zeytinyağı Örneklerinin Bazı Özellikleri*, Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 16(3): 1-8.
- Ulaş-Kadıoğlu, B. (2019). *Küreselleşmeyle Artan Fast Food Ve Küreselleşmeye Karşı Slow Food*, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(95): 204-213.
- Utkugün, C ve Ortak, Ş. (2019). *İkinci Dünya Savaşı Yıllarında Sosyal Bir Yardım Olarak Kızılay Aşevleri*, Uluslararası Sosyal ve Eğitim Bilimleri Dergisi, 6(12): 113-132.
- Uyanık, B. ve Yaman, M. (2019). *Dini İnançların Gastronomi Deneyimleri Üzerine Etkisi: Kapadokya Örneği*, II. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, 962-967.
- Wu, X., Zhang, C., Goldberg, P., Cohen, D., Pan, Y., Arpin, T. and Bar-Yosef, O. (2012). *Early Pottery at 20,000 Years Ago in Xianrendong Cave, China*, Science 336 (6089): 1696–1700.
- Yalçın, E. ve Yaman, M. (2019). *Yazılı Kaynaklara Göre Sümer Mutfağının Günümüze Yansımaları*, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 12(67): 536-542.
- Yerasimos, M. (2005). *500 Yıllık Osmanlı Mutfağı*, Boyut Yayın Grubu, İstanbul.
- Yıldız, A., Gavcar, E. ve Kavacık, M. (2013). *Dalaman Esnafının Sorunları ve Çözüm Önerileri*, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31: 122-134.
- Yıldız, E. (2019). *Yaşayan ve Yaşatılan Mutfak Kültürü; İzmir Esnaf Lokantaları Üzerine Bir Değerlendirme*, Route Educational And Social Science Journal, 6(7): 1123-1135.
- Yurtsever, Ş. E. (2007). *Tekirdağ İlinde Tüketicilerin Makarnaya Karşı Tutum ve Davranışlarının Analizi*, Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ.
- Yüksekbilgili, Z. (2014). *Restoran Seçim Ölçütleri Üzerine Bir Araştırma*, Journal of Yasar University, 9(36): 6261-6380.
- Yüksel, B. (2015). *Sosyal Politika Sorunlarına Çözüm Aracı Olarak Ahilik*, International Journal of Social Sciences and Education Research, 2(2).



## EKLER

### Ek-1. Etik Kurul Onay Formu

Evrak Tarih ve Sayısı: 06/04/2020-E.11527



T.C.  
ANKARA HACI BAYRAM VELİ  
ÜNİVERSİTESİ  
Etik Komisyonu



Sayı : 11054618-302.08.01-  
Konu : Bilimsel ve Eğitim Amaçlı

#### LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 07.01.2020 tarih ve E.616 sayılı yazı.

İlgi yazınız ile göndermiş olduğunuz, Enstitünüz Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı **Yüksek Lisans öğrencisi Nurşah SİNER, Dr.Öğr.Üyesi Melek YAMAN**'ın danışmanlığında yürüttüğü **"Esnaf Lokantalarının Geleneksel Türk Mutfağının Sürdürülebilirliği Üzerine Etkileri: Ankara İli Örneği"** adlı tez çalışması ile ilgili konu Komisyonumuzun 02.04.2020 tarih ve 03 sayılı toplantısında görüşülmüş olup,

Etik Komisyonunca onaylanan ilgilinin çalışmasının, yapılması planlanan yerlerden izin alınması koşuluyla yapılmasında etik açıdan bir sakınca bulunmadığına oybirliği ile karar verilmiş; karara ilişkin imza listesi ve onaylanan çalışmalar ekte gönderilmiştir.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

e-imzalıdır  
**Prof. Dr. Aydın KARAPINAR**  
Komisyon Başkanı

Araştırma Kod No: 2020/31

Ek:  
1- İmza Listesi  
2- Onaylı Çalışma

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Yücepe Mahallesi 85. Cadde No 8 06570 Çankaya /  
Ankara  
Tel: +90 (312) 231 73 60

Bilgi için :Saliha GEMALMAZ  
Genel Evrak Sorumlusu

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

## Ek-2. Anket Formu Örneği

Sayın Katılımcı,

Bu anket, esnaf lokantalarının Türk mutfağının sürdürülebilirliği üzerindeki etkilerini ölçmek amacıyla, Hacı Bayram Veli Üniversitesinde yürütölen akademik bir çalışma için yapılmaktadır. Anket sonuçlarının anlamlı biçimde değerlendirilebilmesi için bütün soruların eksiksiz olarak cevaplandırılması gerekmektedir. Bu çalışmaya zaman ayırarak yapmış olduğunuz katkılardan dolayı teşekkür ederiz.

- 1) Cinsiyetiniz: a) Kadın b) Erkek
- 2) Yaşınız:.....
- 3) Eğitim durumunuz nedir?  
b) Bekar
- 4) Medeni Durumunuz: a) Evli
- a) Okuryazar
- b) İlköğretim
- c) Ortaöğretim
- d) Lise
- e) Üniversite
- f) Lisansüstü
- 5) Mesleğiniz:.....( Mesleğiniz dışında bir iş yapıyorsanız lütfen belirtiniz)
- 6) Kendinize göre gelir düzeyinizi nasıl tanımlarsınız?  
a) Çok kötü
- b) Kötü
- c) Orta
- d) İyi
- e) Çok iyi

Ek-2 (devam) Anket Formu Örneği

7) Aşağıdaki tablo esnaf lokantalarından memnuniyet düzeyinizi ölçmek için hazırlanmıştır. Uygun bulduğunuz memnuniyet düzeyini işaretleyiniz.

|                                              | Çok memnunum | Memnunum | Kararsızım | Memnun değilim | Hiç memnun değilim |
|----------------------------------------------|--------------|----------|------------|----------------|--------------------|
| Yiyeceklerin kalitesi                        |              |          |            |                |                    |
| Yiyeceklerin tazeliği                        |              |          |            |                |                    |
| Yiyeceklerin çeşitliliği                     |              |          |            |                |                    |
| Fiyatların uygunluğu                         |              |          |            |                |                    |
| Güvenilirlik                                 |              |          |            |                |                    |
| Tüketici hakları(Ürün iadesi ve değişim vb.) |              |          |            |                |                    |
| Müşteriye gösterilen ilgi                    |              |          |            |                |                    |
| Tercihlere uygun yiyecek bulabilme olanağı   |              |          |            |                |                    |
| İş yerinin fiziksel şartları                 |              |          |            |                |                    |
| Orijinal/değişik yemek bulabilme             |              |          |            |                |                    |
| İnsan ilişkileri/nezaket                     |              |          |            |                |                    |
| İş ahlakı                                    |              |          |            |                |                    |

Ek-2 (devam) Anket Formu Örneği

8) Aşağıdaki tabloda esnaf lokantalarını tercih etme nedenleri ölçölmek istenmektedir. Aşağıdaki tabloda yer alan ifadelerden en önem verdiğiniz 6 tanesini işaretleyiniz.

|                                                             |  |
|-------------------------------------------------------------|--|
| Güvenilir olması                                            |  |
| Uygun fiyatlı olması                                        |  |
| Eve /işe yakın olması                                       |  |
| Güler yüzlü hizmet verilmesi                                |  |
| Samimi olunması                                             |  |
| Alışkanlık                                                  |  |
| Tanıdık olması                                              |  |
| Ürün çeşitliliği fazla olması                               |  |
| Taze ürünlerin fazla bulunması                              |  |
| Esnafa destek olmak                                         |  |
| Kolay alışveriş yapılması                                   |  |
| Gelenek                                                     |  |
| Veresiye imkanı                                             |  |
| Kalabalık olmaması                                          |  |
| Türk damak tadına hitap etmesi                              |  |
| AVM’de ve restoranda olmayan geleneksel ürünlerin bulunması |  |

Ek-2 (devam) Anket Formu Örneği

9) Aşağıdaki tabloda hangi yiyeceklerin daha çok tercih edildiği ve ne sıklıkla tüketildiği ölçülmek istenmektedir. Size uygun tüketme durumunu işaretleyiniz.

|                                                        | Her gün | Haftada birkaç kez | On beş günde bir | Ayda bir | Birkaç ayda bir | Yılda bir | Hiç |
|--------------------------------------------------------|---------|--------------------|------------------|----------|-----------------|-----------|-----|
| Kurubaklagil çorbaları (mercimek vb.)                  |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Yoğurtlu çorbalar (yayla vb.)                          |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Kremalı çorbalar (kremalı mantar vb.)                  |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Sakatat çorbaları (ışkembe vb.)                        |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Kemikli et yemekleri (haşlama vb.)                     |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Kemiksiz et yemekleri (tas kebabı vb.)                 |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Sulu et yemekleri (sulu köfte vb.)                     |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Soteler, kavurmalar                                    |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Sakatat yemekleri (Arnavut ciğeri vb.)                 |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Etlı taze sebze yemekleri (karnıyarık vb.)             |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Etlı kuru sebze yemekleri (etli nohut vb.)             |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Zeytinyağlı sarma ve dolmalar                          |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Zeytinyağlı sebze yemekleri (taze fasulye vb.)         |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Zeytinyağlı kızartma ve tavalar (karışık kızartma vb.) |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Pilavlar (pirinç ve bulgur pilavı vb.)                 |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Makarnalar (fırın makarna vb.)                         |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Mantılar (kayseri mantısı vb.)                         |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Izgaralar (tavuk ızgara, köfte ızgara vb.)             |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Kebaplar (patlıcan kebab vb.)                          |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Balıklar                                               |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Pideler                                                |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Salata ve piyazlar                                     |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Hoşaf ve kompostolar                                   |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Sütlü tatlılar (sütlaç vb.)                            |         |                    |                  |          |                 |           |     |
| Şerbetli tatlılar (baklava vb.)                        |         |                    |                  |          |                 |           |     |



## ÖZGEÇMİŞ

### Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : Siner, Nurşah  
Uyruğu : T.C.

### Eğitim

| Derece        | Eğitim Birimi     | Mezuniyet Tarihi |
|---------------|-------------------|------------------|
| Yüksek lisans | AHBV              | Devam ediyor.    |
| Lisans        | Gazi Üniversitesi | 2017             |
| Lise          | Hendek K.T.M.L    | 2013             |

### İş Deneyimi

| Yıl        | Yer                                          | Görev                            |
|------------|----------------------------------------------|----------------------------------|
| 2022-Halen | Yenimahalle Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi | Ücretli Öğretmen                 |
| 2018-2019  | Holiday Inn Otel                             | Pastane Yardımcısı<br>(Extra)    |
| 2017-2018  | ATO Congressum                               | Pastane Yardımcısı<br>(Extra)    |
| 2016       | Restaurant / Cafe Borghese<br>Lecce/İTALYA   | Yardımcı Aşçı<br>(Erasmus Stajı) |
| 2015-2016  | Kocatepe Kahve Evi                           | Aşçı                             |
| 2013-2015  | Samir Cafe/Restaurant                        | Aşçı                             |
| 2012       | Akpa Aliminyum Ltd. Şti. (Mutfak)            | Stajyer Aşçı<br>(Lise Stajı)     |

## **Yayınlar**

Özkaya, Fügen , Güner, Demet , Akbıyık, Tansu & Siner, Nurşah (2022).  
VEGAN DİYETİ KAPSAMINDA GELİŞTİRİLEN KURABIYE VE  
TÜKETİCİ ALGISI . Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel  
Research , 6 (1) , 48-60 .

## **Hobiler**

Kültürel ve gastronomi amaçlı seyahat etmek, kitap okumak, film/sinema/tiyatro  
izlemek, kamp yapmak.





