

Proceeding paper

Yenilik Davranışı ve Yenilikçi Mutfak Akımlarının Yerel Yemek Tüketimine Etkisi ¹

The Effect of Innovation Behavior and Innovative Cuisine Movements on Local Food Consumption

Melahat Yıldırım Saçılık ^{a, *} & Samet Çevik ^b

^a Department of Tourism and Management, Faculty of Tourism, Bandırma Onyedü Eylül University, Balıkesir, Turkey

^b Department of Hotel, Restaurant and Catering Services, Erdek Vocational School, Bandırma Onyedü Eylül University, Balıkesir, Turkey

Özet

Yiyecek ve içecekte yenilik davranışı, sosyo-kültürel anlamda farklılık ve çeşitlilik arayışından kaynaklanmakta olup uygulamada yeni yöntem ve tekniklerin kullanımını ifade etmektedir. Yeni yöntem ve tekniklerle üretilen ürünler, yerel yemek eğiliminde de farklılaşma ve çeşitlenmeyi beraberinde getirmektedir. Bu doğrultuda geliştirilen yeni yöntem ve teknikler, yenilikçi mutfak akımı olarak nitelendirilmekte olup bu çalışmanın da çerçevesini oluşturmaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın amacı; yiyecek içecekte yenilik davranışı ile yenilikçi mutfak akımlarından füzyon mutfak ve moleküler mutfağın yerel yemek eğilimindeki rolünü ortaya çıkarmaktır. Bu amaç doğrultusunda araştırmada nicel yöntem kullanılmıştır. Veriler anket tekniği ile elde edilmiştir. Elde edilen veriler, değişkenler arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla regresyon analizi aracılığıyla analiz edilmiştir. Çalışmanın örneklemini Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi Yiyecek-İçecek İşletmeciliği Bölümü ve Marmaris Meslek Yüksekokulu Aşçılık Bölümü öğrencileri ile Muğla ili Marmaris ilçesinde faaliyet gösteren beş yıldızlı otellerin executive şefleri oluşturmaktadır. Yapılan analiz sonuçları, farklı kültürle ait gıda malzemelerinin bir araya getirilerek sıra dışı tat, koku ve sunuma sahip özgün yiyecek ve içeceklerin katılımcılar tarafından tercih edildiğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Yerel Yemek Eğilimi, Yenilik Davranışı, Yenilikçi Mutfak Akımı, Füzyon Mutfak, Moleküler Mutfak.

Abstract

Innovation behavior in food and beverage, stems from the variety seeking in socio-cultural terms and refers to the use of new methods and techniques in practice. The products produced with new methods and techniques bring differentiation and variation in the local food trend. Therefore, new methods and techniques developed are considered as innovative cuisine movement and constitutes the framework of this study. In this direction, the purpose of the research is to reveal the role of fusion cuisine and molecular cuisine from innovative culinary trends with innovation behavior in food and beverage in local food trend. For this purpose, quantitative method was used in the research. The data obtained were analyzed through regression analysis in order to determine the relationship between variables. The sample of the study consists of students of Muğla Sıtkı Koçman University Tourism Faculty Food and Beverage Management Department and Marmaris Vocational School Cookery Department and executive chefs of five-star hotels operating in Muğla province Marmaris district. The findings of the study show that unique food and

* Corresponding author:

Melahat Yıldırım Saçılık, Department of Tourism and Management, Faculty of Tourism, Bandırma Onyedü Eylül University, Balıkesir, Turkey.
Email: msacilik@bandirma.edu.tr

¹ Bu çalışma, IV. Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresinde (IWACT'20) sunulan "Yerel Yemek Eğiliminde Yenilik Davranışı ve Yenilikçi Mutfak Akımlarının Rolü" başlıklı araştırmanın genişletilmiş metnidir.

beverage with extraordinary taste, smell and presentation are preferred by the participants by combining food materials from different cultures.

Keywords: Local Food Trend, Innovation Behavior, Innovative Cuisine Movement, Fusion Cuisine, Molecular Cuisine.

DOI: <https://doi.org/10.29329/jtm.2020.289.5>

GİRİŞ

Destinasyon pazarlamasında ve tanıtımında yerel kültür önemli bir unsurdur. Yerel kültürün ayrılmaz bir parçası ise yerel yemeklerdir. Destinasyonların var olan kültürel alt yapılarının bir mozaik özelliği göstermesi gastronomi açısından önemli bir avantaj olarak değerlendirilebilir. Gastronomik ürünlerin bir yörenin kültürel özellikleri ile paralellik göstermesi ya da o yörenin sahip olduğu folklorik yapının gastronomiyi ürün anlamında besler nitelikte olması, bir destinasyonun ön plana çıkarılmasında önemli olmaktadır. Yerel halkın yerel unsurların önemine dair farkındalığa sahip olması destinasyon pazarlaması çalışmalarının başarısındaki en önemli etkenlerden biridir. Bir destinasyonda yemek kültürünün gelişmesi ve farklı talep unsurları tarafından yerel yemeklerin bilinirliğinin artması, destinasyonun turizm gelişiminde önemli rol oynamaktadır (Baysal vd., 2018; Yıldırım Saçılık vd., 2019).

Yerel yemeklerin turistik destinasyonlar için önemli katkıları söz konusudur. Öncelikle yerel yemekler, destinasyonlar tarafından kırsal turizmin gelişiminde ve ekonomiknin kalkınmasında kullanılabilir. Yerel yemek kültürünün bilincinde olan turistik destinasyonlar bu kültür aracılığıyla çeşitli yemek festivalleri ve büyük çapta etkinlikler düzenleyerek ya da gastronomi rotaları oluşturarak farklı bir imaj yaratabilmektedirler. Böylelikle destinasyonun turizm bağlamında çekiciliği artabilmektedir (Quan ve Wang, 2004).

Yemekler bir kültürün maddi unsurlarının başında gelir ve insanların beslenme ihtiyacını karşılayan araçlardır. Ulusların kültürel özellikleri yemeklerin hazırlanmasında, pişirilmesinde ve sunumunda farklılıkların oluşmasının ana nedenidir. Söz konusu yemek kültüründeki bu farklılıklar “mutfak” olarak nitelendirilmektedir. Bireysel ihtiyaçtan doğarak toplum kültürünün bir parçası olan yemek ve bu kültürün yansıtılmasına aracı olan mutfağın yaşatılabilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekir (Yıldırım Saçılık ve Baysal, 2019).

Mutfağın yaşatılması ve sürdürülebilirliğin sağlanmasında yenilikçi mutfak akımlarının da rolü büyüktür. Yenilikçi mutfak akımlarından biri ve aynı zamanda bu araştırmanın da konularından biri olan moleküler gastronominin yaratıcılarından This (2005), gıdaların pek çok şekilde dönüştürülebileceğini ve mutfağa birçok yenilik getirilebileceğini ifade etmiş ancak yemek yeme şeklimizin özellikle

kültürden kaynaklandığını unutmamak gerektiğinin altını çizmiştir. Bu durum mutfak yeniliklerinin neden yavaş olduğunu da açıklamaktadır. Dolayısıyla mutfaktaki yenilik hareketlerinde kültürel öden kopmamak gerekmektedir. Beaugé (2012: 5), mutfakta yeniliğe uygulayıcı ve tüketici olmak üzere iki farklı taraftan yaklaşılması gerektiğini savunmuştur. Uygulayıcı açısından bakıldığında teknik konular, tüketici açısından bakıldığında ise toplum ve kültüre dair konular ön plana çıkmaktadır. Bu konuların her biri birçok alt kategori içerebilmekte, her biri bir diğeriyle etkileşime girebilmektedir. Kimi zaman tüketiciye yenilik olarak gelen teknik bir yönken bazı durumlarda toplumdaki yeni davranışlar yeni tekniklerin evrimine yol açabilmektedir.

Araştırmanın amacını teşkil eden yenilikçi mutfak akımı algılarının ve yenilikçi davranış eğilimlerinin yerel yemek tüketimine etkisinin ortaya çıkarılmana dair literatürde herhangi bir çalışmaya rastlanamamıştır. Bu doğrultuda değerlendirilme yapılacak olursa çalışma sonuçları, yiyecek içecek sektöründe uzun yıllar işlev yapan şefler ile bu alanda hâlihazırda eğitim alan öğrencilerin yenilikçi mutfak akımları konusunda algılarının belirlenmesi, hem sektörel bazda hem de eğitim açısından eksikliklerin giderilmesi için bir veri oluşturması sebebiyle önem arz etmektedir. Bu çalışmada yenilikçi mutfak akımlarından füzyon mutfak ve moleküler mutfağın yerel yemek eğilimindeki rolünü ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bu bağlamda öncelikle konuyla ilgili kavramsal bir çerçeve sunulmuş, ardından yürütülen araştırma sonuçlarına yer verilerek değerlendirme ve öneriler sunulmuştur. Bu çalışmada yenilikçi mutfak akımlarından füzyon mutfak ve moleküler mutfağın yerel yemek eğilimindeki rolünü ortaya çıkarılmasık amaçlanmıştır. Bu bağlamda öncelikle konuyla ilgili kavramsal bir çerçeve sunulmuş, ardından yürütülen araştırma sonuçlarına yer verilerek değerlendirme ve öneriler sunulmuştur.

Kavramsal Çerçeve

“Yerel gıda” terimi, gıdanın tüketiciye fiziksel olarak yakın alanlarda yetiştirildiğini ifade etmektedir. Dünyanın her bölgesinde “yerel yemek” olarak bilinen ve yerel olarak üretilen yiyecekleri tüketmek için artan bir hareket söz konusudurvardır (Coelho vd., 2018). Yerel ve bölgesel yiyecekler bir destinasyonda sürdürülebilir rekabete katkı sağlamada büyük potansiyele sahiptir (Du Rand ve Heath, 2006). Yerel yemek, doğrudan ya da dolaylı olarak belirli bir bölgenin çeşitli sürdürülebilirlik unsurlarına katkıda bulunabilmektedir. Bunlar: tarımsal üretimi canlandırma ve destekleme; otantiklik istismarının önüne geçilmesi; destinasyon çekiciliğini artırma; iş alanlarının yaratılması ve girişimciliğin teşvik edilmesi suretiyle toplumun güçlendirilmesi; toplum açısından gurur kaynağı olma ve destinasyonun marka kimliğinin güçlendirilmesi şeklinde sıralanmaktadır (Du Rand vd., 2003: 100).

Yerel yemek deneyimi hem bir kültürel aktivite hem de bir eğlence unsuru olduğundan turizm deneyiminin önemli bir parçasıdır konumundadır (Hjalager ve Richards, 2002). Yerel mutfakları deneyimleyen turistler otantik kültürel bir deneyim yaşamaktadırlar (Okumuş vd., 2007). Turistlerin farklı kültürlere ait yemekleri deneyimlemesi, hem yeni lezzetlerin tadımı hem de kültürel bir deneyim

yaşanması sebebi ile destinasyonu tekrar ziyaret etme eğilimine önemli ölçüde katkıda bulunabilmektedir. Bu deneyimden hissedilen heyecan sayesinde turistler destinasyonu yeniden ziyaret ederek o hazzı tekrar yaşamak isteyebilirler (Bayrakçı ve Akdağ, 2016). Yerel yemeklerin bu özellikleri, turistik destinasyonlar ve bu destinasyonlardaki girişimciler açısından benzersiz bir rekabet avantajı sağlamaktadır (Horng ve Tsai, 2012). Destinasyonun ana turistik ürünü ne olursa olsun yerel yemekler, destinasyondaki ya da işletmelerdeki ek turizm faaliyetlerini oluşturarak turistleri destinasyona çekmeye yardımcı olmaktadır (Hjagaler ve Corigliano, 2000). Böylece destinasyon, rekabet halinde olduğu destinasyonlara göre bir adım öne geçebilmektedir.

Turistik destinasyonlarda yerel yemek tüketimi farklı motivasyonlardan kaynaklanmaktadır unsurlarına sahiptir. Kim vd. (2009) çalışmalarında bir destinasyondaki yerel yemek tüketiminin dokuz motivasyondan kaynaklandığını belirtmişlerdir faktörü içerdiği sonucuna ulaşmışlardır. Bu faktörlermotivasyonlar: heyecan deneyimi, rutinden kaçma, sağlık kaygısı, yeni bilgi, otantik deneyim, birliktelik, prestij, duygusal çekicilik ve fiziksel çevre faktörleridir. Yurtseven ve Kaya (2011) ise çalışmalarında yerel yemek tüketimi motivasyonlarının beş faktörü içerdiğine ulaşmışlardırbaşlıkta toplamışlardır. Bunlar, tat kalitesi; otantik deneyim; kırsal gelişme; sağlık kaygısı ve yeni bilgi faktörleridir. Kalite, tazelik, sağlıklı ve iyi lezzet unsurlarını içeren tat kalitesi, yerel yemek tüketiminde birincil motivasyondur faktörü olarak açığa çıkmıştır. Bayrakçı ve Akdağ'ın (2016) Gaziantep'e gelen yerli turistlerin yerel yemek tüketim motivasyonlarının tekrar ziyaret niyetlerine olan etkisini araştırdıkları çalışmalarında turistlerin yerel yemek tüketim motivasyonlarının tekrar ziyaretlerinde olumlu yönde etkili olduğunu gösteren sonuçlara ulaşılmıştır. Tekrar ziyaret etme niyeti, yerel yemek tüketim motivasyonları boyutları çerçevesinde “heyecan arayışı” ve “kültürel deneyim” motivasyonlarından olumlu yönde etkilenmektedir.

Son yıllarda mutfakta başlayan yeni akımlar yerel yemek eğilimini de şekillendirmekte; yeni yöntem ve tekniklerle üretilen ürünler, yerel yemek eğiliminde de farklılaşma ve çeşitlenmeyi beraberinde getirmektedir. Bu doğrultuda geliştirilen yeni yöntem ve teknikler yenilikçi mutfak hareketleri olarak adlandırılmaktadır.

Yenilikçi mutfak hareketleri 18. yüzyılın ilk yarısında Fransa'da başlamış ve diğer ülke mutfakları da bu akımdan etkilenmiştir. 1730-1740 yılları arasında yayınlanan pek çok yayının başlığında ya da önsözünde yenilik ve modernlik kavramlarına yer verilmiştir. Bu akımla birlikte eski yöntemler radikal biçimde basitleştirilirken konuya bilimsel bir yaklaşımı da beraberinde getirmiştir. Diyet, sindirim mekanizmaları, yemeğin kimyası gibi unsurla ön plana çıkmaya başlamıştır. Sonraki süreçte restoran kurumunun gelişimi ve yemek eleştirilenliği kavramının doğuşu, mutfakta yeniliği teşvik etmiş; aşçılar arasında rekabet giderek artarken restoranların müşteri sayısınınüfusu da artış göstermiştir (Aksoy ve Ünler, 2016; Beaugé, 2012).

Yenilikçi, mutfak hareketi, klasik mutfağa karşıt olarak ortaya çıkmıştır ve basitlik, hayal gücü, sağlık gibi değerler odağında şekillenmiştir. Klasik mutfak; restoran sahibinin gücünü, büyük stoklar ve az tazelik gerektiren uzun menüler , tabak dışındaki ritüeller, flambe hazırlıkları ve uzun bir tüketim sürecini vurgularken yenilikçi mutfak ise taze malzemeler ve düşük stoklar gerektiren kısa menüler, tabaktan servisi ve kısa bir tüketim süreci ile şefin özerkliğini vurgulamaktadır (Rao vd., 2003: 798).

Toplumun değişen sosyal, ekonomik, teknolojik koşulları her dönemde hiç şüphesiz mutfağı ve aşçılık sanatını da etkilemiş, farklı yenilikçi mutfak akımlarını da beraberinde getirmiştir. 1960'lı yılların sonlarında mutfakta yaşanan değişim hareketi, (Rao vd., 2003) tarafından avangart mutfak akımları olarak adlandırılmıştır. Bu akımla ulusal sınırların ötesine geçen mutfaklar küreselleşerek füzyon mutfak hareketinin zeminini hazırlamış ve bilimin de mutfağa girmesiyle moleküler mutfak uygulamaları başlamıştır.

Füzyon mutfağın kökleri, şeflerin yalnızca taze ve yerel malzemelerin tedarikine odaklanmaya başladıkları 1980'lerin başına kadar gitmektedir. Değişik yörelerin yemek pişirme teknik ve malzemelerinin bilinçli bir şekilde aynı tabakta karışması, birleşmesi esasına dayanan, özgün, yaratıcı ve yenilikçi bir teknik olan füzyon mutfağı, 1980'li yıllarda Batı teknikleri ile Uzakdoğu teknik ve malzemelerinin birleştirilmesi olarak ortaya çıkmıştır. Bazı restoranlar, dünyanın her yerinden malzemeleri ve pişirme stillerini yeni ve ilginç yemeklerle eşleştirmenin yolunu açmıştır. Bu süreçte sadece malzemelere değil aynı zamanda tabağın sunumuna da özel bir ilgi gösterilmiştir. Sonraki yıllarda bu eğilim giderek gelişmiş ve geliştikçe de daha cesur ve lezzetli tarifler yaratılmıştır. Bu düşünceyle işletmeler, farklı kültürlerle ilişkin tatları tek tabakta misafirlere sunarak memnuniyet ve sadakat sağlamayı amaçlamışlardır (Sandıkçı ve Çelik, 2007; Newman, 2013).

Füzyon mutfak, genellikle farklı yemek kültürlerinden malzemeleri ve teknikleri birleştiren bir pişirme tarzını ifade etmektedir. Bir mutfak kültürüne dayalı yiyecekler, başka bir kültüre özgü içerikler, tatlar ve teknikler kullanılarak hazırlanmaktadır (Stano, 2014: 905). Füzyon mutfak; yeni, farklı ve özgün tatlar yaratmak amacıyla en az iki farklı ulus mutfak kültürünün, bilinçli bir çaba sonucu bir mutfak kültürü diğer mutfak kültürüne baskın gelmeyecek şekilde, aynı tabakta birleştirilmesi olarak tanımlanabilir (Can vd., 2012: 877). McWilliams (2006: 307) füzyon mutfağın post modern olduğunu belirterek onun bu mutfağın canlı renkleri ve kültürlerarası tarzının farklı ve genellikle de zıt geleneklerden gelen unsurların kaynaşmasını yansıttığını ve bilinçli şekilde yaratılan sonuçların çeşitli sanat formlarında post modern karakterize eden referanslar arası dinamik ilişkiyi gösterdiğini ifade etmiştir.

Günümüzde yediğimiz yiyeceklerin çoğu aslında malzemelerin, tatların, bileşenlerin, tariflerin, tarzların ve/veya yemek felsefelerinin bir birleşimini temsil ettiğini belirten Spence (2018) özellikle gıda pazarlamacıları ve genel olarak tüketici halk arasında füzyon gıdalara çağdaş bir ilgi olduğunu ileri sürmüştür. Bu potansiyelin farkında olan çeşitli destinasyonlardaki birçok yiyecek- içecek işletmesi,

misafirlerine farklı deneyimler yaşatmak suretiyle rekabet gücünü korumak için çaba sarf etmekte ve bu çabaların sonucunda da son yıllarda farklı mutfak kültürlerini birleştiren yeni bir mutfak akımı olarak ortaya çıkan füzyon mutfak giderek önem kazanmaktadır (Erdem ve Akyürek, 2019). Doğdubay vd. (2007) bu konuyla ilgili olarak çalışmalarında yiyecek-içecek işletmelerinin füzyon mutfak uygulamalarını menü planlamasına dahil etmelerinin avantajlı bir pazarlama stratejisi olacağına değinmişlerdir. Yiyecek içecek işletmeleri; değişik çeşitlerde, farklı mevsimlere ait ve farklı servis şekilleriyle sunacakları ürünleri aynı menü içerisinde topladıklarında pazarlamada avantajlı konuma gelebileceklerdir. Bu da müşteri memnuniyetini artıracaktır (Doğdubay vd., 2007). Füzyon mutfak uygulamaları ile yiyecek-içecek işletmeleri yeni ve farklı ürünler sunarak rekabet gücünü artırabildiği gibi karlılığına ve bilinirliğine de katkı sağlayabilir. Füzyon mutfak uygulamaları sadece işletmelere değil aynı zamanda destinasyona da önemli faydalar sunmaktadır. Destinasyonlar pazarlama girişimlerinde bunu önemli bir araç olarak kullanarak destinasyona olan talebin artmasını sağlayabilirler. Bu da destinasyondaki gastronomi turizmi potansiyelinin artmasını sağlayacaktır (Erdem ve Akyürek, 2019).

Türkiye'nin zengin mutfak kültürü, füzyon mutfağı için oldukça geniş fırsatlar yaratmaktadır. Türkiye'de füzyon mutfağı yapan sunan restoranlar ağırlıklı olarak İstanbul'da bulunmaktadır. (Erdem ve Akyürek, 2019). Füzyon mutfağın uygulanabilirliğine yönelik gerçekleştirilen araştırmaların birinde Sandıkçı ve Çelik (2007) konaklama ve yiyecek-içecek işletmesi yöneticilerinden genç yaştaki bireylerin ilerleyen yaştaki bireylere göre, kadınların erkeklere göre, sektör dışı çalışanların sektör çalışanlarına göre füzyon mutfak uygulamalarının yapılabilirliğini uygun gördükleri ve misafir memnuniyetine olumlu etki yaratabileceği görüşünde oldukları sonucuna ulaşmışlardır. Bir diğer çalışmada Algan Özkök (2017), Konya ve Karaman şehirlerinde çalışmakta olan mutfak şeflerinin çoğunluğu tarafından füzyon mutfak uygulamaları bilinmekte ve uygulanmakta olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Gastronominin yeni yönü olan moleküler gastronomi ise yemek pişirmede bilimin uygulanması fikriyle başlatılmış olup (Ivanovic vd., 2011: 139) mutfak dönüşümleri sırasında meydana gelen olayları araştıran bir bilimsel disiplin olarak tanımlanmaktadır (Burke vd., 2016: 1). Moleküler gastronomi yalnızca bir pişirme tekniği ve sunum şekli olmayıp yemekle bilimin birleştiği bir alandır (Yılmaz ve Bilici, 2013: 21). Her ne kadar bu disiplin gıda biliminin bir parçası olsa da araştırmalar malzemelerin fiziksel ve kimyasal yapısından ziyade mutfak dönüşümlerine ve yeme olgusuna odaklanmaktadır (This, 2005: 139). Vega ve Ubbink (2008), moleküler gastronomi teriminin yanlış anlaşıldığını öne sürerek bunun yerine bilime dayalı pişirme terimini önermişlerdir. Yazarlar bu kavramın, özellikle rafine mutfak bağlamında, yeni yemeklerin geliştirilmesi için gıda bilimi ve diğer disiplinlerden ilkelerin ve araçların bilinçli uygulamasını içerdiğini ileri sürerek bu anlayışın gıdanın seri üretiminden restoran mutfağına kadar ekipmanın küçültülmesini içeren yeni teknolojiye dayandığını belirtmişlerdir.

1988 yılından bu yana dünya çapında birçok üniversitede, araştırma enstitüsünde, şirkette ve mutfakta geliştirilmeye devam eden moleküler gastronominin amacı; gıdanın hazırlanmasında ve işlenmesinde (pişirme dahil) yer alan fiziksel ve kimyasal mekanizmaların belirlenmesi ve nihayetinde yeni mekanizmaların ve uygulamaların keşfedilmesidir (Burke vd., 2016: 1). Standart restoranlar genellikle beslenme gereksinimlerini aşan porsiyonlar sunmakta ve bu tür yiyecekler dengeli beslenme fikrini sekteye uğratabilmektedir. Bundan dolayı bir rasyonelizasyona ihtiyaç vardır. Beslenmenin rasyonelleştirilmesi, moleküler gastronominin benimsediği tutumların ve bir bütün olarak gıdanın kullanımının temel özelliklerinden biridir (Ivanovic vd., 2011: 140).

Moleküler gastronomi; sanat, zanaatkarlık ve bilim arasındaki boşluğu kapatmaya yardımcı olma yeteneğine sahiptir. Mutfak, normalde sanatı, yaratıcılığı ve zanaatıyla karakterize edilen şeflerin, normalde deneysellikleri, akılcılıkları ve bilimsel yöneme bağlılıkları ile karakterize edilen bilim insanlarıyla etkileşime girebilecekleri bir buluşma yeridir. Moleküler gastronomi şeflere yiyeceklerin hazırlanması sırasında meydana gelen süreçlerin daha iyi anlaşılmasını, birçok geleneksel yemeğin bileşenlerini ve hazırlama prosedürlerini optimize etmelerini ve yeni yiyecek türlerinin hazırlanmasını kolaylaştırmalarını sağlamaktadır. Bunun yanı sıra moleküler gastronominin gıda endüstrisi için de avantajları söz konusudur. Gıda endüstrisi; moleküler gastronomiden edindiği bilgileri, gıdaların orijinalliği ve menşei ile katma değere odaklanmanın yanı sıra makul bir maliyetle halk için yüksek kaliteli gıdaları toplu olarak üretmek için kullanabilir. Bu belki de sektöre, sürdürülebilir bir şekilde yetiştirilen ve üretilen yüksek kaliteli gıda konusunda ilginç yeni gelişmeler arayışına ilham verebilir (Linden vd., 2008).

Moleküler gastronominin, sağlık açısından bakıldığında da topluma bazı yararları söz konusudur. Yılmaz ve Bilici (2013), moleküler mutfağın fast-food beslenme alışkanlıklarına bir alternatif olabilecek potansiyele sahip olduğunu belirterek bu potansiyelin obeziteyle mücadele konusunda yardımcı olabileceğini öne sürmüşlerdir. Linden vd. (2008) de çocuklar, yaşlılar, hastalar gibi hedef gruplar için özel yiyeceklerin gerekli olduğunu ve şeflerle bilim adamları arasındaki etkileşim sayesinde optimum lezzet kısıtlamasıyla birlikte her grup için sağlıklı gıda hedefine ulaşmanın bir yolunun moleküler gastronomiden geçtiğini belirtmişlerdir. Bu durum aynı zamanda, şefler ve bilim adamları arasındaki sağlıklı gıda konusundaki işbirliğinin sonuçlarının halk tarafından kolayca anlaşılabilmesine de katkı sağlayacaktır.

Moleküler mutfak uygulamaları; Dublin, Danimarka, Fransa, İspanya, Lübnan, İspanya gibi ülkelerde giderek gelişmekte göstermekte ve popüler hale gelmektedir (Işın ve Kurt, 2017). Türkiye’de ise moleküler mutfak uygulamalarının henüz yolun başında olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu konuyla ilgili yapılan çalışmalardan birinde Tüzünkan ve Albayrak (2015), ülkemizde moleküler mutfağın çok az sayıda restoran tarafından uygulanan, çok az müşteri tarafından bilinen ve tercih edilen yeni bir uygulama olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bunun nedenleri; arasında özel ekipman ihtiyacı, bu

konuda eğitimli aşçıların az olması, müşterilerden daha az talep olması ve yüksek fiyatlar olarak sıralanmıştır. Ancak moleküler mutfak uygulamalarını deneyimleyen tüketicilerin ürünleri beğendikleri, tavsiye ve tekrar alıma noktasında istekli oldukları da çalışmadan çıkan bir diğer sonuçtur. Bir diğer çalışmada Algan Özkök (2017), Konya ve Karaman şehirlerinde çalışmakta olan mutfak şeflerinin moleküler gastronomi hakkında bilgilerinin olduğu fakat uygulamadıkları sonucuna ulaşmıştır. Başka bir çalışmada Akyürek ve Kızılcık (2019), Türkiye’de turistlerin moleküler mutfak tüketimi eğiliminin orta seviyede olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Moleküler mutfak alanında son zamanlarda yapılan bilimsel çalışmalarda artışa rağmen Türkiye’de sektördeki moleküler mutfak uygulamalarının halen yetersiz olduğu görülmektedir. Yazarlar bunun nedenini benzer bir şekilde moleküler mutfak alanında ürün yaratacak aşçıların mutfak bilgi düzeylerinin yetersiz olmasına ve bu tür uygulamalara imkân veren mutfaklar ile gerekli ekipmanların temininin kolay olmamasına bağlamışlardır. Akyürek ve Kızılcık (2019) çalışmalarında kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre moleküler mutfak tüketme eğilimlerinin daha yüksek olduğu bulgusuna ulaşmış ve moleküler mutfak ürünlerini sunan işletmelerin pazarlama faaliyetlerinin demografik segmentasyonu altında kadın tüketicilere daha fazla odaklanmalarını önermişlerdir. Ayrıca, katılımcıların tüketim eğilimlerinin medeni duruma, yaşa, gelir düzeyine, eğitim geçmişine ve restoran tercihinin göre farklılık göstermediği sonucuna dayanarak moleküler mutfak ürünlerini sunacak işletmelerin ilgili gruptaki tüketicilere aynı düzeyde odaklanmaları önemlidir. Işın ve Kurt (2017) ise gastronomi ve mutfak sanatları alanında lisans eğitimi alan öğrenciler ile beş yıldızlı otellerin şefleri kapsayan bir araştırma yürütmüşler ve öğrencilerin aşçılara göre moleküler gastronomi hakkındaki sorulara daha doğru yanıtlar verdiklerini görmüşlerdir. Bu durum, moleküler gastronominin henüz yeni bir uygulama olması; gerekli bilgi, beceri ve donanım gerektirmesi ve bilimsel altyapısı olması nedeniyle de mutfak personelinin konu hakkında yeterli bilgiye sahip olmaması ile açıklanmaktadır.

YÖNTEM

Çalışmanın Amacı ve Önemi

Çalışmanın amacı, sektör çalışanları ve öğrencilerin mutfakta yenilikçilik akımı (moleküler mutfak ve füzyon mutfak) algılarının yerel mutfak tüketim eğilimine etkisini ortaya çıkarmaktır. Çalışmanın amacı, yiyecek içecekte yenilik davranışı ile yenilikçi mutfak akımlarından füzyon mutfak ve moleküler mutfak uygulamalarının yerel yemek eğilimindeki rolünü ortaya çıkarmaktır. Gastronomi açısından yüksek çeşitliliği olan ülkemizde yenilikçi mutfak akımlarından füzyon mutfak ve moleküler mutfak uygulamalarının yerel mutfakta yemek yapma işini uzmanlık seviyesine getirmiş ve getirecek kişilere göre değerlendirilmiş olması ve sektörel bazda bu konudaki farkındalığın belirlenmesi çalışmayı önemli kılmaktadır..

Çalışmanın Örnekleme

Gelecekte mutfak sektöründe çalışacak olan Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi Yiyecek-İçecek İşletmeciliği Bölümü öğrencileri (66 adet) ile Marmaris Meslek Yüksekokulu Aşçılık Bölümü öğrencilerinin (106 adet) yanı sıra uzun yıllar bu mesleğe emek vermiş olan, Muğla ili Marmaris ilçesinde faaliyet gösteren beş yıldızlı otellerin mutfak şefleri (24 adet) çalışmada örneklem olarak seçilmiştir. Örneklemeden elde edilen toplam veri sayısı 196 adettir. Programı Aşçılık ve Yiyecek İçecek İşletmeciliği bölüm öğrencileri ve Muğla Marmaris’te faaliyet gösteren yıldızlı otellerin şef aşçıları oluşturmaktadır. Söz konusu evren, çalışmanın amacı çerçevesinde daraltılarak örneklem oluşturulmuştur. Kolayda örnekleme yöntemi ile yiyecek içecek konusunda hâlihazırda eğitim alan ve aktif çalışan 196 katılımcıdan veri elde edilmiştir.

Veri Toplama ve Analiz Yöntemi

Anket tekniği kullanılarak örneklemeden veri elde edilmiştir. Anketin oluşturulmasında Karamustafa vd. (2016) tarafından hazırlanan Gastronomik Akımlar Çerçevesinde Gıda Tüketim Ölçeği kullanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde toplamda 48 ifadeden oluşan “moleküler mutfak (16)”, “füzyon mutfak (11)”, “yiyecek-içecekte yenilik (9)” ve “yerel yemek eğilimi (12)” ölçekleri kullanılmıştır. İkinci bölümde katılımcılara ait demografik özellikler hakkında bilgi edinmek için sorular yer almaktadır.

Örneklem verilerinin analizi için öncelikle ölçeklerin güvenilirlik geçerlilik analizleri gerçekleştirilmiştir. Daha sonra açılımlayıcı faktör analizi gerçekleştirilerek ifadeler netleştirilmiştir. Araştırma sorusu doğrultusunda regresyon analizi yapılarak hipotezler test edilmiştir.

Araştırmanın Güvenirliği

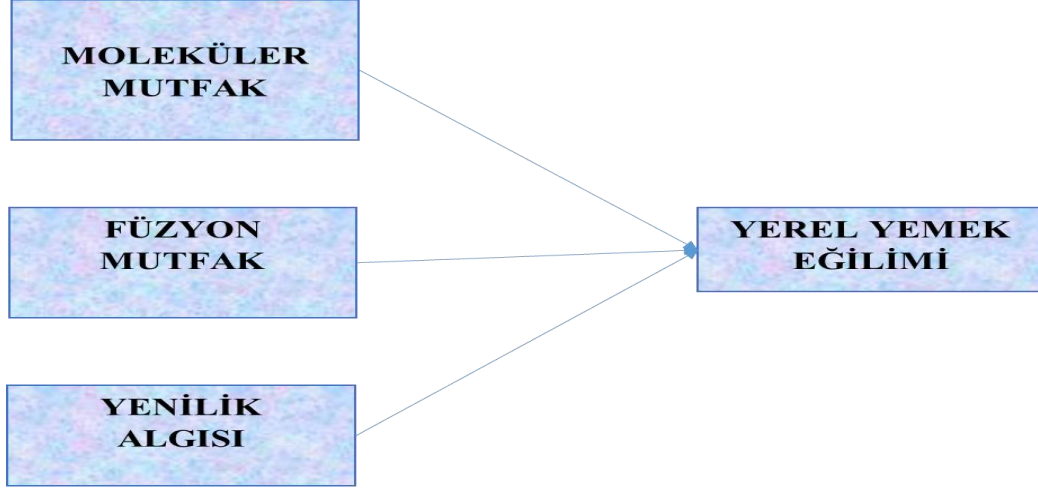
Güvenirlik, ölçeğin ölçmek istediği şeyi tutarlı ve istikrarlı bir biçimde ölçme derecesidir. Diğer bir ifade ile bir test veya ölçeğin, benzeri şartlarda tekrar uygulandığında benzeri sonuçlar verme özelliğidir. Güvenirlik analizi için kullanılan en yaygın yöntem Cronbach alfa olarak bilinen katsayıdır ve bu katsayının değeri 0 ile 1 arasında değerler alır (Perrault ve Leigh, 1989; Peter, 1979). Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1. Güvenirlik Analizi Sonuçları

Değişkenler	Croanbach Alfa
Moleküler Mutfak	0,824
Füzyon Mutfak	0,911
Yenilik Algısı	0,872
Yerel Yemek Eğilimi	0,876

Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmada üç adet bağımsız değişken (Moleküler Mutfak, Füzyon Mutfak ve Yenilik Algısı) ve bağımsız değişkenlerin etki ettiği düşünülen bir adet bağımlı değişken (Yerel Yemek Eğilimi) bulunmaktadır. Araştırma modeli Şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırma modeli çerçevesinde oluşturulan hipotezler şu şekilde sıralanmaktadır.

- H₁:** *Sıra dışılık* değişkeni *yerel yemek eğilimi* değişkeni üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H₂:** *Şeffaflık* değişkeni *yerel yemek eğilimi* değişkeni üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H₃:** *Farklılık* değişkeni *yerel yemek eğilimi* değişkeni üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H₄:** *Kültürel farklılık* değişkeni *yerel yemek eğilimi* değişkeni üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H₅:** *Pişirme teknikleri* değişkeni *yerel yemek eğilimi* değişkeni üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H₆:** *Yenilikçi* değişkeni *yerel yemek eğilimi* değişkeni üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

BULGULAR

Örneklem Grubuna Dair Bulgular

Örneklem gruba ait demografik bilgiler Tablo 2’de gösterilmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu (%87,2) 18-24 yaş aralığı grubundadır. Eğitim düzeyleri açısından bakıldığında katılımcıların %56,63’ünün önlisans, %34,69’unun ise lisans seviyesinde oldukları halen eğitim aldıkları görülmektedir. Uzmanlık alanlarına ilişkin ifadeler verilen yanıtlar değerlendirildiğinde %79,6 ile aşçılık ilk sırada yer alırken bunu %14,8 ile mutfak takip etmektedir. Katılımcıların statüleri ile ilgili verilere bakıldığında araştırmanın örnekleminde yer alan 24 aşçının 3’ünün sıcak mutfak; 3’ünün soğuk mutfak; 3’ünün pastane ve 1’inin ala carte alanında statüye sahip oldukları görülürken 14 aşçı ise bu ifadeye mutfak olarak cevap vermiştir. Mutfağın tüm birimlerinde sorumluluk alan bu kişilere

“tournant” ya da “yedek şef” adı verilmektedir. Bu şefler, herhangi bir birim şefinin olmadığı zamanlarda o birimin işlerini yürüten mutfak çalışanlarıdır. Katılımcıların iş tecrübeleri sürelerine bakıldığında ise 24 aşçının 19’unun 1-10 yıl arası; 3’ünün 11-20 yıl arası ve 2’sinin ise 21-30 yıl arası iş tecrübesinin olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Örneklem Grubuna Dair Demografik Veriler

Yaş	N	Frekans	Eğitim	N	Frekans
18-24	171	87,2	İlkokul	1	0,5
25-34	19	9,7	Ortaokul	4	2,05
35-44	5	2,6	Lise	12	6,13
45-55	1	0,5	Önlisans	111	56,63
Toplam	196	100,0	Lisans	68	34,69
			Toplam	196	100,0
Öğrenim Görülen Okul	N	Frekans	Uzmanlık Alanı	N	Frekans
Mutfak	29	14,8	Mutfak	14	7,1
Aşçılık	156	79,6	Sıcak Mutfak	3	1,5
Yiyecek İçecek	11	5,6	Soğuk Mutfak	3	1,5
Toplam	196	100,0	Pastane	3	1,5
			Ala Carte	1	0,5
			Öğrenci	172	87,9
			Toplam	196	100,0
İş Tecrübesi	N	Frekans	Cinsiyet		
Öğrenci	172	87,76	Kadın (Öğrenci)	96	
1-10 Yıl	19	9,71	Erkek (Öğrenci)	76	
11-20 Yıl	3	1,53	Erkek (Şef)	24	
21-30 Yıl	2	1			
Toplam	196	100,0	Toplam	196	

Araştırma Modeline Dair Bulgular

Açımlayıcı Faktör Analizi

Yüksek güvenilirlik değerlerine sahip olan ölçekler açımlayıcı faktör analizine sokularak tabi tutularak boyutlar oluşturulmuştur. Boyutların oluşturduğu ifadelerle ait faktör yükü, karşılanan ortak varyans ve güvenilirlik değerleri Tablo 3’te sunulmuştur.

Açımlayıcı faktör analizinde faktör yükü 0,500 değerinin altında olan ifadeler analizden çıkarılarak bağımlı ve bağımsız değişkenlere ait boyutlar belirlenmiştir. Bu sebeple 16 ifadeden oluşan moleküler mutfak değişkeni, her biri 3’er ifade içeren “sıra dışılık”, “şeffaflık” ve “farklılık” adı altında üç boyuta ayrılmıştır. 11 ifadeden oluşan füzyon mutfak değişkeni, “kültürel farklılık” ve “pişirme teknikleri” olarak iki boyuta ayrılmıştır. Kültürel farklılık boyutu 7 ifadeden oluşurken pişirme teknikleri boyutunda 3 ifade yer almıştır. Yenilik algısı değişkeninde 9 ifade mevcudiyetini korurken bu

boyuta “yenilikçi” ismi verilmiştir. Yerel yemek eğilimi ölçeğinde yer alan 12 ifade sayısı 8 ifadeye düşmüştür.

Tablo 3. Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları

KMO: 0,876; Bartlett's: 3764,071; df: 666; Sig. :000	Faktör Yüklü	Ortak Varyans	Güv.
SIRADIŞILIK			
9. Sıra dışı yiyecek ve içecekleri tatmak için fazla para harcamaya razıyım.	0,710	22,113	0,801
10. Sıra dışı yiyecek ve içecekleri tatmak için bir yıl sonrası bile olsa rezervasyon yaptırmaya razı olurum.	0,834		
11.Sıra dışı yemekleri tatmak için beş-altı saat veya daha fazla zaman ayırabilirim.	0,875		
ŞEFFAFLIK			
12.Yemek yediğim restoranda her müşteri için ayrı bir aşçının hizmet vermesi beni etkiler.	0,639	20,161	0,698
14.Yiyecek ve içeceklerin müşteri gözü önünde hazırlanması beni çok etkiler.	0,842		
15.Yiyecek ve içeceği hazırlayan personelin hazırlamış olduğu yiyecek ve içecekler hakkında bilgi vermesi hoşuma gider.	0,791		
FARKLILIK			
2. Bir tabakta farklı ulusların <i>pişirme tekniklerini</i> birleştiren lezzetleri tatmayı tercih ederim.	0,643	20,104	0,626
6.Farklı dokuya sahip olan yiyecek ve içecekleri denemeyi tercih ederim.	0,725		
7.Kokusu farklı olan yiyecek ve içeceklerden hoşlanırım.	0,806		
KÜLTÜREL FARKLILIK			
4.Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilerek sıra dışı bir şekilde sunulan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	0,704	39,458	0,877
5.Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı tatlara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	0,708		
6.Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı kokulara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	0,681		
7.Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan özgün yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	0,613		
8.Farklı mutfak kültürlerine ait <i>pişirme teknikleri</i> bir araya getirilerek <i>sıra bir dışı şekilde sunulan</i> yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	0,696		
9.Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan <i>sıra dışı tatlara</i> sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	0,738		
10.Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan <i>sıra dışı kokulara sahip</i> olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	0,836		
PİŞİRME TEKNİKLERİ			
1.Bir tabakta farklı ulusların <i>malzemelerini</i> birleştiren lezzetleri tatmayı tercih ederim.	0,884	25,562	0,817
2. Bir tabakta farklı ulusların <i>pişirme tekniklerini</i> birleştiren lezzetleri tatmayı tercih ederim.	0,865		
11.Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan <i>özgün</i> yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	0,583		
YEREL YEMEK EĞİLİMİ			
3.Yerel mutfak ile ilgili eğitimlere katılmak isterim.	0,777	51,346	0,799
4.Ziyaret ettiğim yerlerde denemiş olduğum yiyecek ve içecekleri daha sonra kendim de hazırlamak isterim.	0,719		
5.Yerel geleneklere göre yiyecek ve içecek hizmeti sunulan yerlerde deneyim elde etmek isterim.	0,777		
6.Yiyecek ve içecek ile ilgili festivallerde yerel yiyecek ve içecekleri denemeyi tercih ederim.	0,650		
7.Eve götürmek için yerel gıdalardan satın almak isterim.	0,714		
8.Eve götürmek için yerel yiyecek ve içecek tariflerini içeren kitapları satın almak isterim.	0,727		
9.Eve götürmek için yerel mutfak araç ve gereçlerini satın almak isterim.	0,684		
10.Yerel içecekleri tüketmeyi tercih ederim.	0,674		
MUTFAKTA YENİLİKÇİLİK			
1.Yiyecek ve içeceklerin servis süreçlerinde hızı artırır.	0,769	50,242	0,875
2.Yiyecek ve içeceklerin servis süreçlerine değer katar.	0,787		
3.Yiyecek ve içeceklerin servis süreçlerinde (e-menü, online satış vs.) değişken maliyetleri azaltır.	0,675		
4.Yiyecek ve içecek üretim süreçlerine değer katar.	0,782		

5.Yiyecek ve içeceklerin üretim usul, teknik ve yöntemlerinde yiyecek ve içecek kalitesini artırır.	0,680		
6.Mevcut yiyecek ve içeceklerin standart reçetelerinde müşteri memnuniyetini artırır.	0,642		
7.Mevcut ürünlerin bileşenlerinde yiyecek ve içecek kalitesini artırır.	0,705		
8. Mevcut ürünlerin bileşenlerinde yiyecek ve içecek maliyetini azaltır.	0,653		
9. Mevcut yiyecek ve içeceklerden tamamen farklı bileşenlerden oluşan yeni yiyecek ve içeceklerin piyasaya sunulmasını sağlar.	0,667		

Regresyon Analizi

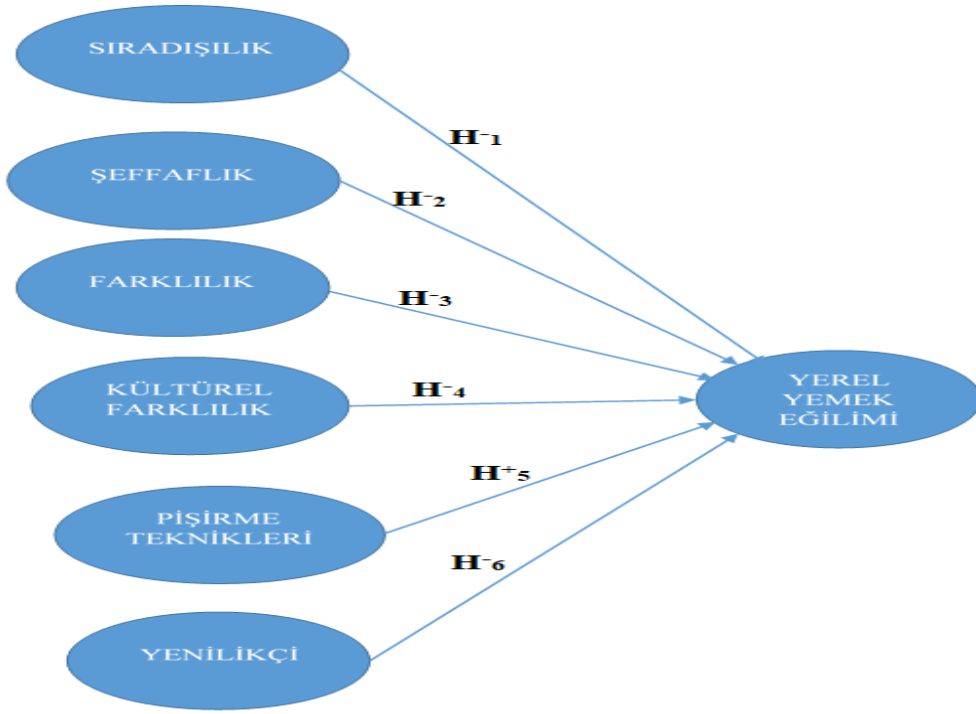
Boyutlar arasındaki ilişkileri belirleyebilmek için elde edilen boyutlara regresyon analizi uygulanarak hipotezler test edilmiştir. Tablo 4'te regresyon analizi sonuçları yer almaktadır. Araştırma hipotezleri durumu ise Şekil 2'de gösterilmiştir.

Tablo 4. Regresyon Analizi ve Hipotez Durumu

Bağımsız Değişkenler	Beta	Std. Hata	t	Anlamlılık	R ²	Uyar. R ²	P	Hipotez Durumu
Sıra dışılık<-- Yerel Yemek Eğilimi	-,023	,021	-1,101	,272	,866	,861	0,000	H ₁ : RET
Şeffaflık<-- Yerel Yemek Eğilimi	,014	,025	,573	,567				H ₂ : RET
Farklılık<-- Yerel Yemek Eğilimi	,024	,029	,841	,401				H ₃ : RET
Kültürel Farklılık<-- Yerel Yemek Eğilimi	-,017	,032	-,545	,586				H ₄ : RET
Pişirme Teknikleri<-- Yerel Yemek Eğilimi	,062	,029	2,147	,033				H ₅ : KABUL
Yenilikçiler<-- Yerel Yemek Eğilimi	,047	,033	1,424	,156				H ₇ : RET
*p<0,05 düzeyinde anlamlı Bağımlı Değişken: Yerel Yemek Yeme Eğilimi								

Regresyon analizi incelendiğinde tüm modelin p=0,05 düzeyinde anlamlı olduğu (0,000) görülmektedir. Regresyon modeline göre bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenlerdeki değişimin %86'sını (Uyarlanan R²: 0,861) açıkladığı söylenebilir. Tüm modelin anlamlı olmasının dışında bağımsız değişkenlerden Pişirme Teknikleri ve Yerel Yemek Eğilimi boyutlarının p=0,05 değeri için anlamlı olduğu söylenebilir.

Standardize edilmiş Beta katsayısına göre pişirme teknikleri ($\beta = 0,62$; $p < 0,05$) yerel yemek eğilimi üzerinde anlamlı ve pozitif yönde ($t = 2,147$) etkiye sahiptir. Bu nedenle H₅ hipotezi kabul edilmiştir. Pişirme teknikleri boyutunda meydana gelebilecek 1 birimlik artış, yerel yemek eğiliminde %86 oranında değişikliğe neden olacaktır.



Şekil 2. Araştırma Hipotez Durumu

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Yenilikçi mutfak akımlarından moleküler mutfağın sıra dışılık, şeffaflık ve farklılık alt boyutları, farklı kültürlere ait tat birleşimlerini içermektedir. Araştırma bulguları, bu alt boyutların yerel yemek eğilimine anlamlı ve pozitif yönde etki etmediğini göstermektedir. Bunun yanında mutfakta yenilikçilik boyutunun yerel yemek eğilimi üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi bulunmamaktadır. Benzer şekilde yenilikçi mutfak akımlarından füzyon mutfağın alt boyutlarından biri olan kültürel farklılık boyutunun da yerel yemek eğilimi üzerinde anlamlı ve pozitif etkisinin olmadığı görülmektedir. Fakat füzyon mutfağın diğer bir alt boyutu olan pişirme tekniklerinin mutfakta yenilik adına yerel yemek eğilimi üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi bulunmaktadır.

Analiz sonuçlarına göre katılımcılar yemeklerinde sıra dışılık, yemeğin içeriği ve pişirilme teknikleri hakkında bilgi sahibi olma, farklı kültürlerin mutfak ürünlerini bir araya getirme, bununla birlikte farklı kültürel lezzetlerin birleşimi sonucunda özü bozulmayan yeni yemekleri tatma arzusundadırlar. Aynı zamanda yerel yemeklerin menülerde sıklıkla kullanılmasını, yerelde özün bozulmamasını, yemek kültürünün gelecek kuşaklara aktarılmasını da istemektedirler.

Analiz bulguları, katılımcılarda mutfakta yeniliğin yiyecek ve içeceklerin üretim süreci ve servisine değer katabileceği kanısının hâkim olduğunu göstermektedir. Yenilikçi mutfak uygulamalarının maliyetleri düşürürken yiyeceğin kalitesini de artırabileceği kanısında olan

katılımcılar, farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin farklı pişirme teknikleri ile pişirilerek bir araya getirildiği sıra dışı tatlılara, kokulara ve sunuma sahip yiyecek ve içeceklere karşı ilgilidirler. Bu tür bir yenilik düşüncesinde olan katılımcıların aynı zamanda yerel yemek ve içecekleri tatmak ve bizzat uygulama çalışmalarına da katılma arzuları, mutfakta uygulanan yenilik uygulamalarına tezatlık oluşturmaktadır.

Aşçılık eğitimi alan ve gelecekte yemek sektöründe bulunacak katılımcılar ile yemek üretiminde uzun yıllar çalışan mutfak şeflerinin yenilikçi mutfak akımları hakkında fazla bilgiye sahip olmamaları araştırmaya ait yukarıdaki sonuçları doğurmuştur. Bu sonuçlar literatürdeki bazı çalışma sonuçları ile paralellik göstermektedir (Algan Özkök, 2017; Akyürek ve Kızılcık, 2019; Işın ve Kurt, 2017; Tüzün ve Albayrak, 2015). Sektörel bazda mutfaklarda klasik mutfak uygulamalarının halen yoğun bir şekilde devam etmesi, mutfak adına yenilik olgusunun kısa zamanda uygulayıcılar tarafından özümsemeyeceğinin bir göstergesidir. Hâlihazırda yemek sektöründe çalışan ve uzun yıllar klasik mutfak uygulayıcısı şeflerin, yenilikçi mutfak akımlarının uygulanması sonucu yerel yemek kültürünün bozulabileceğine ait düşünceleri; gelecekte sektörde yer alacak olan ve aşçılık eğitimi alan bireylerin de bu yönde hareket edeceklerinin bir göstergesi olabilir.

Katılımcıların yenilikçi mutfak akımlarının düşük maliyetle kaliteli yemeklerin çıkarılmasını sağlayacağı düşüncesi yanlış bir kanıdır. Gerek moleküler mutfak ve gerekse füzyon mutfak maliyeti yüksek uygulamalardır. Uzun süreli depolama yapılmadan taze ürünlerin kullanılması ve kısa menülerin oluşturulması, maliyetleri artıran bir unsurdur. Farklı kültürlere ait lezzetlerin tek bir tabakta buluşmasında ürünlerin elde edilebilmesi de yine bir maliyet faktörü olarak karşımıza çıkmaktadır. Katılımcıların farklı kültürlere ait lezzetlerin birleştirilmesi sonucu öz yemek kültürünü bozacağı kanısı, yenilikçi mutfak akımları hakkında derinlemesine bilgi sahibi olunmadığının bir göstergesidir. Bu yanlış anlayışın, hem aşçılık eğitimi verilen yükseköğretim ve fakültelerde hem de sektörde hizmet içi eğitimlerle düzeltilmesi önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- Aksoy, M. ve Üner, E. H. (2016). Rafine mutfağın doğuşu ve rafine mutfağı şekillendiren yenilikçi mutfak akımlarının yiyecek içecek işletmelerine etkileri. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(6), 1-17.
- Akyürek, S. ve Kızılcık, O. (2019). Determining tourists' propensity to consume innovative cuisine: The case of molecular cuisine. *Journal of Culinary Science & Technology*, 17(6), 519-533.
- Algan Özkök, G. (2017). Mutfak şeflerinin gastronomi ile ilgili görüşleri: Nitel bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 182-193.
- Bayrakçı, S. ve Akdağ, G. (2016). Yerel yemek tüketim motivasyonlarının turistlerin tekrar ziyaret eğilimlerine etkisi: Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistler üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(1), 96-110.

- Baysal, K., Kurnaz, A. ve İşlek, E. (2018). Yöresel yemeklerin gastronomik ürün olarak kullanılması: Bozdoğan pideleri örneği. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 5(26), 2505-2514.
- Beaugé, B. (2012). On the idea of novelty in cuisine: A brief historical insight. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 1, 5-14.
- Burke, R., This, H. ve Kelly, A. (2016). Molecular gastronomy. doi:10.1016/B978-0-08-100596-5.03302-3.
- Can, A., Sünnetçioğlu, S. ve Durlu Özkaya, F. (2012). Füzyon mutfağı uygulamalarının gastronomi turizminin gelişimine katkısı. 13. Ulusal Turizm Kongresi, 6-9 Aralık, Antalya, 873-882.
- Coelho, F. C., Coelho, E. M. ve Egerer, M. (2018). Local food: Benefits and failings due to modern agriculture. *Scientia Agricola*, 75(1), 84-94.
- Doğdubay, M., Girgin, G.K. ve Giritlioğlu, İ. (2007). Yiyecek içecek endüstrisinde bir pazarlama stratejisi olarak ürün geliştirme çalışması (füzyon mutfak uygulaması). Çeşme Ulusal Turizm Sempozyumu, 21-23 Kasım, İzmir, 33-41.
- Du Rand G. E., Heath, E. ve Alberts, N. (2003). The role of local and regional food in destination marketing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3-4), 97-112.
- Du Rand G. E. ve Heath, E. (2006). Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 206-234.
- Erdem, B. ve Akyürek, S. (2019). A new culinary trend: Fusion cuisine – sample applications from some selected countries. R. Efe, I. Koleva, M. Öztürk ve R. Arabacı (Ed.), *Recent advances in social sciences* içinde (189-204). Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Hjalager, A. M. ve Corigliano, M. A. (2000). Food for tourists – determinants of an image. *International Journal of Tourism Research*, 2, 281-293.
- Hjalager, A. ve Richards, G. (2002). *Tourism and gastronomy*. Londra: Routledge.
- Hornig, J. S. ve Tsai, C. T. (2012). Culinary tourism strategic development: An Asia-Pacific perspective. *International Journal of Tourism Research*, 14, 40-55.
- Işın, A. ve Kurt, Y. (2017). Moleküler gastronominin Türk mutfak kültürü üzerine etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 621-641.
- Ivanovic, S., Mikinac, K. ve Perman, L. (2011). Molecular gastronomy in fuction of scientific implementation in practice. *UTMS Journal of Economics*, 2(2): 139-150.
- Karamustafa, K., Birdir, K. ve Kılıçhan, R. (2016). Gastronomik akımlar çerçevesinde gıda tüketim ölçeği. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 29-69.
- Kim, Y. G., Eves, A. ve Scarles, C. (2009). Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 423-431.
- Linden, E. V. D., McClements, D. J., Ubbink, J. (2008). Molecular gastronomy: A food fad or an interface for science-base cooking?, *Food Biophysics*, 3(2), 246-254.
- McWilliams, M. (2006). Eating postmodernity: Fusion cuisine and authenticity. R. Hosking (Ed.), *Authenticity in the kitchen: Proceedings of the Oxford Symposium on food and cookery 2005* içinde (307-317). Devon: Prospect Books.

- Newman, J. M. (2013). *Fusion food in the vegan kitchen: 125 comfort food classics, reinvented with an ethnic twist*. Massachusetts: Fair Winds Press.
- Okumuş, B.; Okumuş, F. ve McKercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*, 28, 253-261.
- Quan, S. ve Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experience in tourism. *Tourism Management*, 25(3), 297-305.
- Perreault, W. D., Darden, D. K. ve Darden, W. R. (1977). A psychographic classification of vacation life styles. *Journal of Leisure Research*, 9(1), 208-223.
- Peter, J. P. (1979). Reliability: a review of psychometric basics and recent marketing practices. *Journal of Marketing Research*, 16(1), 6-13.
- Rao, H., Monin, P. ve Durand, R. (2003). Institutional change in Toque Ville: Nouvelle cuisine as an identity movement in French gastronomy. *The American Journal of Sociology*, 108(4): 795-843.
- Sandıkçı, M. ve Çelik S. (2007). Füzyon mutfak uygulamaları ve misafir memnuniyeti açısından önemi. 1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu, 4 – 5 Mayıs, Antalya, 41 – 54.
- Spence, C. (2018). Contemporary fusion foods: How are they to be defined, and when do they succeed/fail? *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 13, 101-107.
- Stano, S. (2014). “Con-fusion cuisines”: Melting foods and hybrid identities. Proceedings of the 12th World Congress of the International Association for Semiotic Studies (IASS/AIS), 16-20 Eylül, Sofya, Bulgaristan, 904-913.
- This, H. (2005). Modelling dishes and exploring culinary ‘precisions’: The two issues of molecular gastronomy. *British Journal of Nutrition*, 93(1): 139-146.
- Tüzünkan, D. ve Albayrak, A. (2015). Research about molecular cuisine application as an innovation example in Istanbul restaurants. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 446 – 452.
- Vega, C. ve Ubbink, J. (2008). Molecular gastronomy: a food fad or science supporting innovative cuisine? *Trends in Food Science & Technology*, 19, 372-382.
- Yıldırım Saçılık, M. ve Baysal, K. (2019). “Yemek” ve “mutfak” olgularına ilişkin önlisans öğrencilerinin metaforik algıları. 4. Gençlik Araştırmaları Kongresi, 23-27 Ekim, Marmaris, 85-102.
- Yıldırım Saçılık, M., Çevik, S. ve Sarıipek, S. (2019). Sosyo-demografik açıdan turistik destinasyonlarda yerel yemek eğilimi ve organik gıda tüketimi. II. Uluslararası Bandırma ve Çevresi Sempozyumu, 17-19 Eylül, Bandırma, 151-165.
- Yılmaz, H. ve Bilici, S. (2013). Yemeğin kimyası: moleküler gastronominin dünü, bugünü ve yarını. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(4): 20-25.
- Yurtseven, H. R. ve Kaya, O. (2011). Local food in local menus: The case of Gökçeada. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 6(2), 263-275.