

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI
TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

MODERNİZE EDİLEN GARNİTÜR SUNUMLARININ MÜŞTERİ
BEĞENİSİNE ETKİSİ: TRİLYE RESTORAN ÖRNEĞİ

HAZIRLAYAN

TAYFUN IŞIK

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ANKARA – 2022

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI
YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

MODERNİZE EDİLEN GARNİTÜR SUNUMLARININ MÜŞTERİ
BEĞENİSİNE ETKİSİ: TRİLYE RESTORAN ÖRNEĞİ

HAZIRLAYAN

TAYFUN IŞIK

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ DANIŞMANI
DOÇ. DR. MUSTAFA AKSOY

ANKARA – 2022

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS / DOKTORA TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

Tarih: 11 / 12 / 2021

Öğrencinin Adı, Soyadı: Tayfun IŞIK

Öğrencinin Numarası: 21820076

Anabilim Dalı: Gastronomi ve Mutfak Sanatları

Programı: Gastronomi ve Mutfak Sanatları Tezli Yüksek Lisans Programı

Danışmanın Unvanı/Adı, Soyadı: Doç. Dr. Mustafa AKSOY

Tez Başlığı: Modernize Edilen Garnitür Sunumlarının Müşteri Beğenisine Etkisi: Trilye Restoran Örneği

Yukarıda başlığı belirtilen Yüksek Lisans tez çalışmamın; Giriş, Ana Bölümler ve Sonuç Bölümünden oluşan, toplam 47 (kırk yedi) sayfalık kısmına ilişkin, 11 / 12 / 2021 tarihinde tez danışmanım tarafından Ithenticate adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 0 (sıfır)'dır. Uygulanan filtrelemeler:

1. Kaynakça hariç
2. Alıntılar hariç
3. Beş (5) kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

“Başkent Üniversitesi Enstitüleri Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Usul ve Esaslarını” inceledim ve bu uygulama esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Öğrenci İmzası:

ONAY

Tarih: ... / ... /

Öğrenci Danışmanı Unvan, Ad, Soyad, İmza:

Doç.Dr. Mustafa AKSOY

TEŞEKKÜR

Araştırmamda yolumu aydınlatan, ben vazgeçtiğimde bile benden vazgeçmeyen, sevgili büyüğüm ve tez danışmanım Doç.Dr. Sayın Mustafa AKSOY’a,

Akademik alanda ilerlemem için her zaman destek olan, her türlü değerli katkı ve yönlendirmesi için rol modelim Prof. Dr. Sayın İsmail TOKMAK’a

Gastronomi alanında ilk günden beri tüm desteğiyle yanımda olan, sevgili ve canım hocam Prof. Dr. Sayın Fügen DURLU ÖZKAYA’a,

Gastronominin Türkiye’de gelişmesine son derece önem veren Başkent Gastronomi bölümünün değerli öğretim üyelerine ve bölüm başkanımız Prof. Dr. Sayın Hakan TURGUT’a,

Profesyonel aşçılık ve akademik eğitimim süresince en başından beri beni destekleyen Trilye Restoran ailesine ve gastronomi dünyasının duayenlerinden SayınSüreyya ÜZMEZ’e,

Değerli katkılarından dolayı Şef Umut ACICI ve Şef Boris BAYRAKTAR’a

Sabrı ve hoşgörüsüyle her zaman yanımda yer alan sevgili Dr. Öğr. Üyesi Burçak KIZILTAN’a

Son olarak canım çekirdek ailem annem ve babama en içten teşekkürlerimi sunarım.

Tayfun IŞIK

ÖZET

Tayfun IŞIK, Modernize Edilen Garnitürlerin Müşteri Beğenisine Etkisi: Trilye Restoran Örneği, Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Tezli Yüksek Lisans Programı, 2021

Garnitür, hazırlanmış bir yemeğe veya içeceğe eşlik eden bir dekorasyon veya süsleme olarak kullanılan bir öge ya da maddedir. Hatta çoğu durumda garnitür ara ürüne ilave ya da zıt bir tat verebilir. Bazı garnitürler tabağın görsel şöleni için sunulurken özellikle bazıları ise lezzet için seçilmektedir. Bu araştırmada; balık ana yemekleri ile sunulan geleneksel garnitürlerin modernize edilmesi ile müşterilerin beğeni durumlarında bir değişiklik olup olmadığının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, Trilye Restoran’da balık ana yemekleri ile sunulan garnitürler baz alınarak yeni garnitürler geliştirilmiştir. Geliştirilen bu garnitürler ilk olarak 10 kişilik eğitimli panelistler tarafından değerlendirilmiş ve sonuçlara göre standart reçeteler oluşturulmuştur. Bu reçetelere göre modernize edilmiş garnitürler ve geleneksel garnitürlerin müşteriler tarafından ilk olarak kıyaslanmaları ve seçtikleri garnitürü beşli likert ölçeğine göre derecelendirmeleri istenmiştir. Bu kapsamda 80 müşteri ile görüşülmüştür. Kıyaslama testi sonuçlarında modernize garnitürler ön planda ve hatta bu garnitürler beğeni testi sonuçlarında ortalamanın oldukça üzerinde çıkmıştır. Araştırmaya katılım gösteren müşterilerden gönüllü olan 53’ü ile garnitür ve yenilikçi yiyeceklere bakış açılarını değerlendirebilmek için görüşme yapılmıştır. Bu görüşmelerin sonucunda müşterilerin yenilikçiliğe ve değişime açık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Genel bir ifade ile modernize edilen garnitürlerin müşteri beğenisi üzerinde olumlu etkileri olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Garnitür, Ürün Geliştirme, Duyusal Analiz, Müşteri Beğenisi

ABSTRACT

Tayfun IŞIK, The Effects of Modernized Garnishes on Customer Appreciation: The Example of Trilye Restaurant, Baskent University, Institute of Social Sciences, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Master's of Gastronomy and Culinary Arts with Thesis, 2021

Garnish is an element or material used as a decoration or an embellishment to accompany to a prepared dish or drink. In fact, garnish may add an additional or an opposite flavour to the main product. Some garnishes are served for the visual feast of the dish while some garnishes are especially chosen for the taste. In this study, it is aimed to determine whether there is a change in the relish of the customers in the case of the modernization of the traditional garnishes served with fish main courses. In accordance with this purpose, new garnishes have been developed based on the garnishes served with fish main courses at Trilye Restaurant. These developed garnishes were first evaluated by 10 trained panelists and standard recipes were created according to the results. Customers were first asked to compare garnishes prepared according to modernized recipes and traditional garnishes and then they were asked to rate the garnishes they chose on a five-point Likert scale. In this context, 80 customers were interviewed. In the result of the comparison test, modernized garnishes were in the foreground and in the result of the taste test, they were above the average. An interview form was applied to 53 volunteers from the customers participating in the research in order to evaluate their perspectives on side dishes and innovative foods. As a result of these interviews, it has been observed that the customers participated in this research are open to innovation and change. In general terms, it has been determined that the modernized garnishes have positive effects on both the panel group and the customer's taste.

Keywords: Garnish, Product Development, Sensory Analysis, Customer Appreciation

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT	iii
İÇİNDEKİLER	iv
TABLolar LİSTESİ.....	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	vii
RESİMLER LİSTESİ.....	viii
SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ	ix
GİRİŞ	1
1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	3
1.1 Yemeğin Anlamı ve Tarihi.....	3
1.2 Yemek ve Kültür.....	5
1.3 Yemeklerde Garnitür Kullanımı ve Amaçları	7
1.3.1 Garnitürün Tanımı.....	7
1.3.2 Garnitürün Türk Mutfağında Kullanımı	8
1.3.3 Garnitürün Önemi	10
1.4 Trilye Restoran Örneğinde Garnitür Çeşitleri	11
2. YÖNTEM	15
2.1. Araştırmanın Evreni.....	18
2.2. Araştırmanın Örneklemi.....	19
2.3. Veri Toplama Araçları	20
3. BULGULAR.....	22
3.1 Ürün Geliştirme Aşaması ve Reçetelerin Oluşturulması.....	22
3.2 Duyusal Analiz Aşaması ve Sonuçları.....	27
3.3 Uzman Değerlendirme Aşaması ve Görüşme Formunun Oluşturulması	29
3.4 Katılımcıların Tanımlayıcı İstatistiklerine İlişkin Bulgular	29
3.5 Beğeni Testlerine İlişkin Bulgular.....	30
3.6 Görüşme Formlarının Deşifre Edilmesi ve Betimlenmesi	39
4. SONUÇ VE ÖNERİLER	44
KAYNAKÇA.....	48
EKLER.....	51
EK 1: PANEL GRUBU İÇİN OLUŞTURULAN DUYUSAL ANALİZ FORMU	

EK 2: UZMANLARIN GÖRÜŞÜNE SUNULAN FORM.....	
EK 3: UZMAN DEĞERLENDİRMELERİ ANALİZ TABLOSU.....	
EK 4: MÜŞTERİLERE YÖNELİK NİHAİ GÖRÜŞME FORMU	
EK 5: TRİLYE RESTORAN İZİN BEYANI	



TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1. Fahriye Nedim'in Alaturka ve Alafranga Yemek Tatlı- Pastalar Kitabında Yer Alan Alafranga Yemekler	8
Tablo 2. 1960'lar ve 1980 Arası Basılan Yemek Kitaplarındaki Alafranga Yemek Teknik ve Tarifler Örnekleri	10
Tablo 3. Yeni Ürün Geliştirme Süreci ve Aşamaları	16
Tablo 4. Patates Espuma İçin Geliştirilen Standart Reçete	23
Tablo 5. Fermente Kırmızı Soğan Turşusu İçin Geliştirilen Standart Reçete	24
Tablo 6. Roka Yağı İçin Geliştirilen Standart Reçete	25
Tablo 7. Çıtır Ispanak İçin Geliştirilen Standart Reçete.....	26
Tablo 8. Uzman Değerlendirme Sonrası Oluşan Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu ve Değişme Durumu	29
Tablo 9. Katılımcıların Demografik Bilgileri	30
Tablo 10. Geleneksel ve Yeni Geliştirilen Garnitürlerin Görünüşlerine Göre İkili Karşılaştırma Sonuçları.....	31
Tablo 11. Yeni Geliştirilen Garnitürlerin Müşteriler Tarafından Görünüşlerine Göre Beğeni Testi Sonuçları	33
Tablo 12. Geleneksel ve Yeni Geliştirilen Garnitürlerin Tat/Aromalarına Göre İkili Karşılaştırma Sonuçları.....	33
Tablo 13. Yeni Geliştirilen Garnitürlerin Müşteriler Tarafından Tat/Aromalarına Göre Beğeni Testi Sonuçları	35
Tablo 14. Geleneksel ve Yeni Geliştirilen Garnitürlerin Ana Ürün ile Uyum Kriterine Göre İkili Karşılaştırma Sonuçları.....	36
Tablo 15. Yeni Geliştirilen Garnitürlerin Müşteriler Tarafından Ana Ürünle Uyum Kriterine Göre Beğeni Testi Sonuçları.....	38
Tablo 16. Yeni Geliştirilen Ürünlerin Beğeni Testi Puanları	38

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Patates Espuma Panel Sonuçlarına Göre Örümcek Ağı Grafiği.....	27
Şekil 2. Fermente Kırmızı Soğan Turşusu Panel Sonuçlarına Göre Örümcek Ağı Grafiği	27
Şekil 3. Roka Yağı Panel Sonuçlarına Göre Örümcek Ağı Grafiği	28
Şekil 4. Çıtır Ispanak Panel Sonuçlarına Göre Örümcek Ağı Grafiği.....	28
Şekil 5. Patates Ağırlıklı Garnitürlerin Görünüş Kriterine Göre Tercih Durumları.....	31
Şekil 6. Roka Ağırlıklı Garnitürlerin Görünüş Kriterine Göre Tercih Durumları	32
Şekil 7. Ispanak Ağırlıklı Garnitürlerin Görünüş Kriterine Göre Tercih Durumları.....	32
Şekil 8. Patates Ağırlıklı Garnitürlerin Tat-Aroma Kriterine Göre Tercih Durumları.....	34
Şekil 9. Roka Ağırlıklı Garnitürlerin Tat-Aroma Kriterine Göre Tercih Durumları.....	34
Şekil 10. Ispanak Ağırlıklı Garnitürlerin Tat-Aroma Kriterine Göre Tercih Durumları.....	35
Şekil 11. Patates Ağırlıklı Garnitürlerin Ana Ürünle Uyum Kriterine Göre Tercih Durumları	36
Şekil 12. Roka Ağırlıklı Garnitürlerin Ana Ürünle Uyum Kriterine Göre Tercih Durumları	37
Şekil 13. Ispanak Ağırlıklı Garnitürlerin Ana Ürünle Uyum Kriterine Göre Tercih Durumları	37

RESİMLER LİSTESİ

Resim 1. 2008 yılında paylaşılan “Palamut Tava”	13
Resim 2. 2008 yılında paylaşılan “Kılıç Tranç”	13
Resim 3. 2009 yılında paylaşılan “İzgara Lüfer”	13
Resim 4. 2009 yılında paylaşılan “İzgara Uskumru”	14
Resim 5. 2014 tarihinde paylaşılan “Trança Şiş”	14
Resim 6. 2021 yılında paylaşılan “Palamut Izgara”	14
Resim 7. Geliştirilen garnitürler ile geleneksel olarak kullanılan garnitürlerin "Levrek Izgara" ile sunumları	22



SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
akt.	Aktaran
RY	Roka Yağı
cm.	Santimetre
CO2 Charger	Syphon için Karbondioksit Tüpü
çev.	Çeviri
Çİ	Çıtır Ispanak
FKST	Fermente Kırmızı Soğan Turşusu
gr.	Gram
İGO	İçerik Geçerlilik Oranı
Lezzet 1	Soğan Tadı
Lezzet 2	Asitlilik
Lezzet 3	Fermente
Megep	Mesleki Eğitim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi
NRA	Ulusal Restoranlar Birliği
PE	Patates Espuma
TDK	Türk Dil Kurumu
vb.	Ve benzeri

GİRİŞ

İyi bir yemek, güzel bir yemek sunumu ve şık bir tabak tasarımı konusu hem günlük yaşantıda hem de akademik alanda hayatın bir parçasını oluşturmaktadır. Yemeğin görünüşünü güzelleştirerek sunuma renk katan, ana yemeğin besin değerini ve lezzetini artırarak, her bir yemeğin özelliğine uygun olarak hazırlanan ve tabakta porsiyon zenginliği sağlayan “garnitür” çalışmanın ana temasını oluşturmaktadır (MEGEP, 2018, s. 2).

Garnitürler, yemek pişirmenin ve yemek sunumunun ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır. Birçok yiyecek – içecek işletmesinde gıda süsleme yıllardan beri uygulanmaktadır ve hatta bu sanat olarak görülmektedir. Garnitürlerin bilinen ilk kullanımı 14. yüzyıla kadar dayanmaktadır. Üstelik bu dönemde uygulanabileceği bir restoran bile yoktur (Mwangi, 2010, s. 4).

Garnitür, yiyecek veya içecekleri süslemek, dekor veya dokunuşlar eklemeyi içerir. Garnitürler basit veya kompleks olabilirler. Basit garnitürlerde genellikle bir sebze gibi tek bir gıda maddesi kullanırken kompleks garnitürlerde ise ana ürün ile birkaç bileşen çeşitli şekillerde hazırlanır (Mwangi, 2010, s. 6). Yemeklerde garnitür kullanımı ise kültürlere göre farklılık gösterebilir.

Kültür, yemekleri nasıl pişirdiğimiz, nasıl yediğimiz, ne yediğimiz ve nasıl sunduğumuz konusunda önemli bir konuma sahiptir. Kanıtlanmayan bir sav olmasına rağmen, kültürün, bireylerin dünyayı nasıl gördüğünü belirlediği de öne sürülmektedir. Buna bakılarak kültür, nasıl yendiğini, ne yendiğini ve nasıl sunulduğunu belirlemede önemli bir konuma sahiptir. Yiyeceklerin rengi, şekli, kokusu, dokusu, düzeni ve tadı insanların yiyeceği tüketme isteğini etkiler. Besinlerin renkleri bir şekilde bağımlılık yaratırken, şekilleri, boyutları, dokuları ve görünüşleri onların zengin görünümünü sağlar. Tüm bu unsurların tamamlanması, müşterinin yemeğe bakışındaki algıyı pozitif yönde etkileyeceği düşünülmektedir (Carlson ve diğer, 2013).

Araştırmanın amacı, balık yemekleriyle servis edilen geleneksel garnitürler ile modernize edilmiş garnitürlerin müşteri beğenisi üzerinde olumlu bir etkisinin olup olmadığının araştırılmasıdır.

Araştırmanın önemi, müşterilerin garnitürlere bakış açısını hem nicel hem nitel yöntemler ile gün yüzüne çıkartırken aynı zamanda alan yazına da katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın kapsamında ürün geliştirme çalışması yapılmış olup geliştirilen ürünler 10 kişilik eğitimli panelist grubu ile duyuşal analize tabi tutulmuştur. Duyusal analiz sonuçlarına göre uygun olduğu tespit edilen reçeteler Trilye Restoran’da m   terilerin beğenisine sunulmuştur. Geliştirilen  r nler 80 kişinin katılımı ile beğeni testine tabi tutulmuştur. Ayrıca restoranda ürünleri deneyen m   terilerden gönüllülük esasına bağlı kalarak yarı yapılandırılmış görüşme formunu doldurmaları istenmiştir. Bu forma ise 53 m   teri katılım sağlamıştır.

Araştırmanın sınırlılıkları, Trilye Restoran’da yapılan tadım testlerinin ve görüşmelerin mevcut Covid – 19 pandemi dönemine denk gelmesi nedeniyle yüz yüze görüşmeden kaçınan ve değerlendirmelerin sadece ana yemek olarak deniz ürünü siparişı veren m   terilerin olması, araştırmanın belli tarihleri kapsaması ve araştırmada kullanılacak malzemelerin maddi yükümlülüğünün araştırmacı tarafından karşılanması olarak belirlenmiştir.

Bu amaç doğrultusunda araştırma dört bölümden oluşmaktadır.

Araştırmanın birinci bölümünde, yemek ve kültür arasındaki ilişki incelenmiş, yemeklerde garnitür kullanımı ve amaçlarına değinilmiştir. Bu bölümde son olarak araştırmanın uygulandığı Trilye Restoran hakkında kısa bir bilgi verilerek, restoranda kullanılan garnit rlerden bahsedilmiştir.

 kinci bölüm, araştırmanın metodolojisini kapsamaktadır. Karma yöntem olarak planlanan araştırmanın yöntemi, evreni, örnekleme ve veri toplama aracına yer verilmiştir. Kendi içinde üç bölümden oluşan veri toplama kısmında ise; duyuşal analiz, beğeni testi ve görüşme formundan bahsedilmiştir.

Araştırmanın    nc  bölümünde bulgulara yer verilerek araştırmanın sonuçları ve değerlendirmeleri anlatılmıştır. İlk olarak araştırmanın esas konusu olan garnitürün üzerinde durulmuş, kullanılacak olan garnitürlerin gelişim süreci daha sonra sırasıyla garnitürlerin duyuşal analizleri ve bu analizlerin sonucunda ortaya çıkan standart reçetelerden bahsedilmiştir. Trilye Restoran ayağında gerçekleştirilen m   teri beğeni testinin ve yarı yapılandırılmış görüşme formunun oluşturulma aşamaları yine bu bölümde açıklanmıştır.

Bulguların devamında ise m   terilerinden elde edilen veriler SPSS (Statistical Package for Social Science) 25.0 paket programı ile istatistiksel olarak değerlendirilmiştir. Bu bölümde araştırmaya katılan m   terilerin demografik özelliklerine yer verilmiş, devamında ise m   terilerin geleneksel ve modernize garnitürleri “görünüş, tat- aroma ve ana

ürün ile uyum” açısından karşılaştırmaları ve beğenileri yine aynı program ile analiz edilmiş ve sonuçlar yorumlanmıştır. Son olarak, gönüllük esasıyla yarı yapılandırılmış görüşme formuna cevap vermeyi kabul eden müşterilerin açıklamaları betimsel analiz yöntemi ile verilmiştir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde; yemek, yemeğin tarih ve kültür ilişkisi ile garnitür kavramı üzerinde durulmuştur. Ayrıca araştırmaya ev sahipliği yapan restoranın zaman içerisindeki garnitür kullanımları incelenmiştir.

1.1 Yemeğin Anlamı ve Tarihi

Canlıların biyolojik olarak varlıklarını devam ettirebilmeleri ve hayatta kalabilmeleri için beslenme vazgeçilemez bir koşuldur. Beslenme biçimi her canlı türü için farklılık göstermektedir. Aynı şekilde insanların beslenme biçimleri de içinde yer aldıkları topluma ve kültüre göre farklılaşmaktadır. (Yurdigül, 2010, s. 76)

İnsanlar; büyümek, gelişmek, sağlıklı ve üretken olmak, uzun süre yaşamlarını sürdürmek için yemek yemek yani beslenmek zorundadırlar. Beslenme, gerekli besinlerin alınarak vücutta kullanılmasıdır. Yemek ise, birbirinden değişik besinlerin tatlandırıcılar ile beraber hazırlanarak pişirilme işlemidir. Bu pişirilme işlemi sonrası yemek yiyecek halini almaktadır ve bu yiyeceğin hangi malzemeler seçilerek, ne ölçüde, hangi araç gereçlerin kullanılarak hazırlanacağı, hangi yöntemler ile nerede pişirileceği, nasıl sunulup, nasıl tüketileceği ise kültürel bir olgu olarak tanımlanmaktadır (Baysal, 2002, s. 4-26).

Biyolojik bir zorunluluk ve kültürel bir olgu olan yemek, geçmişten günümüze insanların hayatında büyük bir yer tutmaktadır. Moulin (1988) kitabında insanın uyanık olarak geçirdiği hayatının yaklaşık 15 yılını yemek yiyerek geçirdiğini ve hayatı boyunca yaklaşık olarak yün bin kez sofraya oturduğunu ifade etmiştir (akt. Pasini, 2001, s. 11)

İnsanların beslenerek biyolojik ihtiyacını karşılıyor ve toplum ilişkilerinin doğuşu ile devamlılığı sağlıyor olması nedeniyle yemek, ilk insandan günümüze kadar her zaman insanlığın en önemli ihtiyacı olmuştur (Saran, 1992, s. 279).

Rönesans dönemi yemek kültürünün mihenk taşı olarak görülmektedir. O dönem de hayatın her alanında gerçekleşen yenilikler ve değişiklikler yemek kültüründe de etkisini göstermiştir. İtalya’da başlayıp kısa zamanda tüm Avrupa’ya yayılan Rönesans hareketi yemek kültüründe de “Yeniden Doğuş” olarak İtalya’da başlamış ve tıpkı sanat alanında

olduğu gibi Fransa'ya yayılarak yükselişe geçmiştir (Gürsoy, 1995, s. 9-15). Bu yükseliş “İyi yemek” kavramının oluşmasına yardımcı olmuş, Orta Çağ'da egemen olan niceliksel yemek anlayışının niteliksel yemek anlayışına evrilmesine sebep olmuştur. Daha belirgin bir biçimde açıklamak gerekirse; yemeğin kaç çeşit ya da ne kadar çok olduğu değil, hangi soslarla eşleştirildiği, hangi aromalarla desteklendiği, tabağın nasıl dizayn edildiği, masanın ne kadar özenle hazırlandığı konuları öne çıkmaya başlamıştır. Yemek artık burundan çok göze hitap etmesi gereken bir konum halini almıştır (Yenal, 1996, s. 206).

Matbaanın icadıyla aşçılar tarafından hazırlanan tariflerin kitap halinde basılması, bu kitapların ulaşılabilir olması, soyluların yanında çalışan aşçıların bu işi bir sanat olarak görmeleriyle yemeğe estetik ve niteliksel bir boyut kazandırması, hatta kullanılan yeni tarifler, yeni tatlar ve yeni tekniklerin de yaygınlaşmasıyla yemek, sadece krallar, soylular ve zenginlere hitap eden bir durum olmaktan çıkmış, orta sınıf düzeyindeki insanlar için de ulaşılabilir olmuştur. Bu faktörlerin sonucunda da yemek kültürü gelişerek, değişerek ve şekillenerek dalga dalga yayılmıştır (Armesto, 2007, s. 150).

Yemek kültürü gelişen bilim ve teknolojiyle her zaman paralel olarak ilerlemiş ve buna karşı koyamamıştır. En önemli gelişimini 18. yüzyılın sonlarında yaşanan Sanayi Devrimi ile yaşayan yemek kültürü, değişen ekonomik ve toplumsal yapı, kentleşme, teknoloji, makineleşme gibi her bir değişime karşı esnek bir yapıda olmuştur. Bu dönemlerin gelişimlerine ve değişimlerine göre, yemeğin pişirilmesi, hazırlanması, tabaklanması ve sunulması “gastronomi” kapsamı olarak incelenmeye başlanmıştır (Yurdigül, 2010, s. 83).

20. yüzyılda teknolojinin, ulaşımın ve iletişimin kolaylaşması, toplumdaki farklı sınıfların kendilerine ait belli bir ekonomik alım gücünün olması, her bütçeye ve hemen hemen herkese hitap edecek ürünlerin marketlerde kolaylıkla ulaşılabilir olması insanların mutfakları için devrim sayılabilecek niteliktedir. Her ulusun kendine özgü bir mutfak kültürü oluşmuş pişirme tekniklerinden, kullanılan araç gereçlere, yemeğin sunumundan tüketilirken dikkate alınacak unsurlara kadar birçok husus revize edilmiş ve bu durum kültürlerin kendilerini tanıtmalarına ve pazarlamalarına yardımcı olmuştur. Sadece topluluklar değil aynı zaman da farklı tatlarla, farklı şehirlerde, farklı mekânlarda karşılaşan insanlar sahip olduğu zevklerin farkına varmış ve kendilerine has bir yemek kültürü bile geliştirmişlerdir.

1.2 Yemek ve Kültür

Yiyeceklerin  retilmesi, tüketilmesi, hazırlanması ile kültür bile senleri olan sevmek, sevmemek, gelenekler, görenekler, tabular ve inançlar bağlantılıdır. Yemek ve kültür arasındaki ilişki ve karşılıklı etkileşim antropologlar tarafından ele alınır. Kültürde yiyeceklerin rolü nedir? Sorusuna cevap bulmak için yola çıkan antropologlar beslenme antropolojisi adı altında yemek yeme alışkanlıklarını kültürel bağlamda incelerler. Onlara göre;

- a) Kültür ne yiyeceğimizin temel belirtisidir.
- b) Kültür  ğrenilmi tir. Yiyecek alışkanlıkları da küçük ya larda edinilir.
- c) Yiyecekler, kültürün bütünleyici bir parçasıdır (Tezcan, 2000, s. 1).

İnsanların hangi dine mensup oldukları, hangi ırktan oldukları, hangi sınıfa veya topluma ait oldukları fark etmeksizin yemek onlar için fiziksel bir gerekliliktir. Fakat zamanla bu fiziksel gereklilik toplumsal hatta sınıfsal bir ayrıma yol açmıştır. Yemeğin tarihsel ve sosyolojik boyutunu araştıran ve konu hakkında ilk çalışmaları yayımlayan Murcott (1983) “The Sociology and Food and Eating, Essays on the Sociological Significance of Food” adlı kitabında yemeğin toplumsal ve kültürel boyutunu; “insanların neyi, nasıl ve neden yiyip içtikleri; yemeği nasıl pi irip ne şekilde sundukları gibi sorulara ancak maddi ve toplumsal ilişkiler ile hiyerarşik toplumsal yapılara bakılarak cevap verilebilir” şeklinde anlatmıştır (akt. Yenal, 1996, s. 195).

Tüm toplumlarda ortak davranış kategorileri olsa bile, davranış biçimleri toplumdan topluma değişiklik göstermektedir. Kültürün temeli böyle oluşmuştur. Bu yüzden insanların yediği yemek coğrafya kadar kültüre de bağlıdır. Tercih olanağı olduğu zaman insanların yemek yeme konusunda neyi seçtiği, seçtikleri şeyi ne şekilde sağladığı, nasıl hazırlayıp pi irdiği, nerede, ne zaman ve nasıl sunduğu ve yediği tamamen içinde bulundukları toplumsal grubun alışkanlıklarına göre şekillenir (Tezcan, 2000, s. 113). Bu durum, toplumun yaşadığı tarihsel değişikliklere göre belirlenebileceği gibi, toplumun farklı bölgelerine, kent merkezlerine ve kırsal bölgelerine göre bile değişiklik gösterebilmektedir.

Yemek kültürünün toplumdan topluma değişiklik göstermesi, coğrafi yapı, yerleşim şekli, nüfus artı ı ve yapısı, kentleşme, sanayileşme, din, kitle iletişim araçları, reklamlar, kadınların i  hayatına atılması ve besin teknolojisinde yaşanan gelişmeler gibi birçok faktöre bağlıdır (Yurdigül, 2010, s. 91). Fakat bu faktörlerin çok ötesinde yemek kültürünü kalbinden etkileyen ve her bir toplumu birbirinden ayıran çok önemli bir faktör vardır ki bu

da toplumların tat alma duyusudur. İlk çağrışında bireysel bir duyu olarak düşünülse de tat alma duyusu, toplumların beş duyu içerisinde ortaklaşa olarak kullanabildiği bir duyudur (Pasini, 2001, s. 33). Görme, işitme, koku alma ve dokunma duyularının ilk görevleri objeleri, sesleri ve kokuları, görmemizi, duymamızı veya algılamamızı sağlamaktır. Fakat bunu yaparken, herhangi bir tepki ya da değer yargısı geliştirmemize neden olmazlar. Ancak, tat alma duyusu tamamen tadım yapan bireyin kültürel geçmişi ile bağlantı kurmasını sağlar. Flandrin, tadın tarihine dair bir makalesinde, “Organlar, sadece doğanın ritmiyle evrim geçirirken, algılar, özellikle tat algısı, kültürlerin ritmiyle evrim geçirir. Yemek tarifleri, tat duyusunu yansıtan, aynı tema üzerinde farklı çeşitlemelerdir” der (Flandrin, çev. 2008). Bu bağlamda, tat alma duyusunun, her şeyden önce kültürden kültüre farklılık göstererek, besin maddelerinin tanımlayıcı duyguları olan, iyi-kötü ayırımına, bulunulan kültürde neyin yenilebilir ve neyin yenilemez özellikte olduğu hakkında fikir sahibi olunmasında belirleyici bir rol üstlendiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Yemek ve kültür ilişkisini toplumlar arasında meydana gelen alışkanlıklar ve farklılıklar açısından bir arada değerlendirmek gerekirse; tarihsel, kültürel ve coğrafi özelliklerden dolayı yenilen ve içilen besinlerde farklılıkların olması, yemeğin içinde kullanılan malzemelerde toplumsal farklılıklar oluşmasını sağlar. Toplumların yerleşik düzende olduğu bölgelerde iklim ve tarımsal özelliklerin farklılığı dolayısıyla besinler yetiştiği bölgelere göre renk, şekil ve lezzet farklılıkları gösterebilirler. Her toplum yemeklerini kendilerine has, kendi damak tatlarına göre hazırlayıp pişirirler. Bu durum da besinlerin hazırlanma ve pişirilme biçimlerinde farklılık meydana getirmektedir. Toplumların yaşadıkları bölgelerin coğrafi özelliklerine, içinde yaşadıkları bölgesel kesimlere (kırsal, kentsel), değişen çalışma saatleri ve iş yoğunluklarına göre öğün sayıları, saatleri ve biçimlerinde farklılıklar oluşabilmektedir. Ana madde olarak aynı besin maddesi seçilse de her toplumda farklı biçimde tüketilebilir. Toplumlar kendi damak zevklerine göre, sevdikleri tatlara göre ana ürünü çeşnilendirebilirler. Hazırlanan yemeklerin nasıl servis edileceğinden ne biçimde tüketileceğine kadar toplumlar besinin servis şeklini belirlemektedirler. Yemeğin hazırlanması ve yenmesi aşamalarında kullanılan araç ve gereçler toplumdan topluma farklılık gösterebilmektedir. Genellikle gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerde hangi besinlerin tüketilip tüketilemeyeceğine, hangi yemeğin beraber yenilirse sağlık için zararlı olacağına dair inanışlar vardır. Bu durum toplumun besinler üzerinde inançlar geliştirmesine neden olmaktadır. Her toplum kendi içinde bebek beslenmesine, gebelik ve emzirirken beslenme ve hastalıklarda beslenme uygulamalarına

dikkat etmektedir. Her toplum hatta toplumun içerisindeki küçük bölgeler kendi standartlarına, şartlarına ve inanışlarına göre bu uygulamalarda değişiklik göstermektedirler (Merdol, 1998, s. 141-143).

Toplumların yemek kültürlerinde ortaya çıkan bu alışkanlıklar ve farklılıklar sonucu her ülkenin, her toplumun kendisine özgü “ulusal mutfak” olarak da bilinen bir mutfak kültürü oluşmuştur. Bu ulusal mutfaklar, toplumların aynası olmuş, ulusal kimliklerinin oluşmasında katkı sağlamış ve onların ayrılmaz bir parçası halini almıştır. Ulusal mutfakların katkısıyla oluşan bu kimliklerden toplumun, ülkenin ne yediğine, neyi ne ile yediğine, nasıl pişirdiğine, hazırladığına ve sunduğuna bakarak onların, geçmişini, coğrafyasını, manevi değer yargılarını, hayat görüşlerini, duruşlarını ve felsefelerini anlamak, okumak ve betimleyebilmek mümkün olmuştur. Kendi mutfağını yaratabilme yetisine sahip her bir toplum kendi kültürünü oluşturabilmektedir. Toplumların neler ürettiği ekonomisini, ne ile nasıl beslendiği refah düzeyini ve ekonomik dağılımını, yeme-içme şekilleri de sanat ve estetik anlayışını göstermektedir (Belge, 2008).

1.3 Yemeklerde Garnitür Kullanımı ve Amaçları

Sofralarda ana yemeklerin yanında yemeğin lezzetini ve görseelliğini arttırmak için sunulan ilave yiyecek olan garnitür aynı zaman da yiyeceklerin besin değerini de arttırmaktadır. Yemeklerin eşlikçisi garnitür, her ana yemeğin cinsine uygun olarak hazırlanır ve sunulur. Yani garnitürün pişirme yöntemi ile ana yemeğin pişirme yöntemi birbirleri ile uyumlu olmalıdır (MEGEP, 2018).

1.3.1 Garnitürün Tanımı

Türkçe’ye Fransızca “garnituré” kelimesinden çevrilen garnitürün, geniş bir anlam yelpazesine sahip olduğu görülmektedir. Türk Dil Kurumu Sözlüğü’ne (TDK) bakıldığında garnitür üç tanımla nitelendirilmektedir. Bu tanımlardan ilki: “giyecekleri süslemek, için eklenen şey” olarak tanımlanmaktadır. İkinci anlamında ise “herhangi bir şeyi ona uygun nitelikte tamamlayan nesne” olarak nitelendirilmektedir. Son tanımda ise yeme-içme literatürü üzerinde durulmaktadır. Tanımda; “et veya balık gibi asıl yemeğin yanına eklenen sebze, patates vb. yiyecekler” şeklinde ifade edilmektedir (TDK, 2021).

Bir diğer sözlük Encyclopedia Britannica incelendiğinde garnitür; “bir yiyeceğin görünüşü veya tadını geliştirmek için eklenen süsleme” olarak tarif edilmektedir. Tanımın devamında ise; doğranmış otlar, dekoratif olarak kesilmiş limonlar, maydanoz, ızgara domates, katı pişmiş yumurtalar gibi gıda örnekleri verilerek, garnitüre gastronomik bir

bakış kazandırıldığı saptanmıştır. Ayrıca ifade edilen tanımda; garnitürün ana yemek ile uygunluğu doku, renk, tat, sunumda kontrast sağlamak ve yemeğe bitmiş bir görünüm kazandırılması gibi özellikleri üzerinde durulmaktadır (Encyclopedia Britannica, 2021).

Garnitürle ilgili başka bir tanımda garnitür; yiyecek ve içecekleri süslemek, tabaktaki görünüm ahengini sağlamak, tabaktaki kontrast tat yapısına katkı sağlamak, ana ürün doku özelliklerine eşlik etmek gibi amaçlar üzerinden genel bir çerçevede ifade edilmektedir (Marcus, 2019).

1.3.2 Garnitürün Türk Mutfağında Kullanımı

İyi yemek yapma sanatına atıfta bulunan gastronomi terimi, 1801’de Fransa’da kullanılmaya başlanmıştır. Gastronominin tabak süsleme, tabak proporsiyonu gibi konuları da içinde barındıran kompleks bir yapıya sahip olduğu bilinmektedir (Mwangi, 2010).

Garnitür kullanımı Fransız mutfağı menşeli olarak görülse de bugün birçok ülke mutfağında; tabaklama, görsel ve tamamlayıcı unsur olarak garnitürlerin kullanıldığı bilinmektedir. Genel anlamda basit ve karmaşık kullanım özelliklerine sahip olan garnitürün 19. yüzyılın ikinci yarısında batı etkisiyle Osmanlı Saray ve İstanbul Mutfağına girdiği tahmin edilmektedir. 20. yüzyılın başlarında ortaya çıkan ve Cumhuriyet döneminde de devam eden alaturka ve alafranga mutfak ikilemiyle birlikte dönemin yemek kitaplarında oldukça sık garnitür kullanıldığı bilinmektedir (Samancı, 2016).

Tablo 1. Fahriye Nedim'in Alaturka ve Alafranga Yemek Tatlı- Pastalar Kitabında Yer Alan Alafranga Yemekler (Samancı, 2016).

Çorba – Bulyon Konsomeler	Salçalar	Garnitürler	Et – Tavuk – Av Eti Yemekleri	Pate – Pelte
Buyyon an tablet Balık Suyu Av Suyu Sığır Eti Suyu Konsome Alamari luiz Bifti alanginez Tapyoka çorbası Av çorbası	Jü (Jue) Beşamel Sos İtalyen Sos Hollandez Sos Rober Sos Mader Sos Finansiyer Sos Bordolez Sos Alman Sos Mayonez Sos Tartar Sos Puavrad Sos Removlat Sos Blanş Sos Jenuvaz	Beyin garnitürü Enginar garnitürü Mantar garnitürü Mantar sote garnitürü İstiridye ve midye garnitürü Soğan garnitürü Kuşkonmaz garnitürü Bezelye garnitürü Şalgam garnitürü Patates garnitürü Ispanak garnitürü Jardiniyer Risot Patates püresi	Sığır Eti Haşlama Dob (daube) Brez (braise) Külut sarması Aluvayom kızartması (alayan) File ıskarası File sote Biftek Sığır pirzolası Nemse tencere kebabı (şaraplı sığır eti yahnisi) Sirkeli sığır eti yahnisi Soğanlı sığır dili yahnisi	Pelte tavuk ve av eti pateleri için Pelte balıklı pate için Sıcak pate Soğuk pate Voluvan

	Sos Provansal Tereyağı Soğuk salça Zeytinyağı ve hardallı salça Portakallı salça İstiridyeli salça Karidesli salça Mitonaj	Kestane püresi Kuzu kulağı püresi Kuru bezelye püresi Patates sote Patates süfle Patates sote fırında	Dana Dana kol sarması (şaraplı) Galantin Kotletpane Dana kotleti Nemse tas kebabı Koyun Eti Jigo Rosto Su rostosu File Kotlet Biftek Mantarlı yahni Karaca Filesote Salçalı karaca kotleti Tavşan sote Keklik Mayonezli Keklik Piliç Piliç sote Mayonezli piliç Bezelyeli güvercin Kaz ciğeri sote Rozbif Sığır filesi kızartması Koyun butu kızartması Balıklar Mayonezli kalkan haşlaması Mayonezli kırlangıç Haşlaması Kefal dondurması	
--	--	--	--	--

Cumhuriyet döneminde batı yönlü toplumsal değişimlerin yeme- içme alışkanlıklarını da etkilediği görülmektedir. Batılı tarzda İstanbul ve Ankara’da açılan restoranların bu değişim ikilemi içerisinde olduğu gözlemlenmiştir. Bu dönemdeki restoranlarda geleneksel Türk yemeklerinin yanında batılı tarzda yemekler de sunulmakta, hatta geleneksel Türk yemeklerinin soslar ve çeşitli garnitürlerle sunulduğu belirlenmiştir. 1960’lı ve 1980’li yıllar arasında yayımlanan yemek kitaplarında da bu etkinin devam ettiği görülmektedir (Samancı, 2016).

Tablo 2. 1960'lar ve 1980 Arası Basılan Yemek Kitaplarındaki Alafranga Yemek Teknik ve Tarifler Örnekleri (Samancı, 2016).

1966 Seçmek Yemekler (Tahire Gökalp)	1971 Türk Mutfak Sanatı (Necip Ertürk) (1987'ye kadar 10 baskı)	1972 Yemek Pişirme Temel Metod ve Uygulamaları Beslenme Yemek Görgü Kuralları (Leman Cılızoğlu Eryılmaz) (1972 – 1980 10'un üzerinde baskı)
	Püreler Ispanak Kestane Tereyağlı Bezelye Bezelye Püresi Brüksel Lahanası Mantar Ograten Mayonezli Patates Salatası Rus Salatası Kahvaltı Çöreği – Kruvasan	Vanilyalı Dondurma Çikolatalı Dondurma Marmelatlar Kanepeler Ordövr ve Mezeler Karışık Bir Ordövr tabağı düzenleme

1.3.3 Garnitürün Önemi

Geleneksel mutfak düzeninde soğuk mutfak şeflerinin görevleri arasında; garnitür hazırlama, tabaklama, yemek sunumu yani genel olarak tüm dekoratif işler yer almaktadır. Buna nazaran, Fransız mutfak geleneğinde soslar için ayrı, sıcak mutfak için ayrı ve garnitür hazırlamak için ayrı bir şef görevlendirilmektedir (Mwangi, 2010).

Yemek süsleme ve sunumu üzerine birçok kitap, dergi, internet sitesi ve televizyon programı bulunmaktadır. Ayrıca aşçılık ve gastronomi okullarında süsleme ve tabaklamaya müfredatlarda yer verildiği görülmektedir. Bununla birlikte, sektörde garnitürün yeri ve önemi nadiren tartışılmaktadır (Neil ve diğer., 2007).

Gıdada garnitür kullanımı çeşitli sanatsal unsurların kullanımını içermektedir. Bunlar; renk, şekil, doku ve tasarımıdır. Aynı zamanda yemeklerde garnitür kullanımının yemeklerin sunumu açısından oldukça önemli olduğu belirtilmektedir (MEGEP, 2018).

Garnitür hem ana yemeğin besin değerini ve lezzetini arttırmakta hem de tabakta porsiyon zenginliği sağlamaktadır. Genel geçer mutfak kuralları içerisinde garnitür hazırlamanın belirli kuralları olduğu bilinmektedir. Bunlar;

- Garnitür ile ana yemek renk, lezzet ve besin değeri açılarından uyumlu olmalıdır.
- Garnitürün pişirme yöntemi ile ana yemeğin pişirme yöntemi uyumlu olmalıdır.
- Garnitür hazırlanırken lezzet vermesi için kullanılan ot ve baharatlar dikkatli seçilmelidir.
- Garnitürler; nişastalı garnitürler (patates garnitürleri, pilav çeşitleri) ve sebze garnitürleri olarak ikiye ayrılır. Ana yemeğin yanında bir nişastalı bir de sebze garnitürü kullanılmalıdır (MEGEP, 2018).

1.4 Trilye Restoran Örneğinde Garnitür Çeşitleri

Toplumların gelenek ve görenekleri ile sosyal ve kültürel alanlardaki değişimleri mutfak kültürlerinde de değişimler yaratmıştır (Aracı, 2016; akt. Top, 2021). Yiyecek ve içecek sektöründeki restoranlar sahip oldukları menü, yarattıkları atmosfer ve kalitelerine göre sınıflandırılmaktadırlar (Akoğlu ve Öztürk, 2018, s. 430-443). Restoran işletmelerinin birbirleri arasındaki rekabet doğrultusunda ayakta kalabilmek için sürekli olarak kendilerini yenilemeleri, müşterilerine yeni ve farklı deneyimler yaşatmaları gerekmektedir. Kısacası yenilikçi bir yapıya sahip olmalıdırlar (Albayrak, 2017, s. 53-73). Gelişen teknoloji ile bireyler sadece karınlarını doyurmak için değil; atmosfer, ortam, mekân gibi diğer koşullardan da zevk almak ve tatmin olmak için dışarıda yemek yeme ihtiyacındadırlar (Erdem ve Akyürek, 2017).

Fransız yazar Antoine Furetiere tarafından “hasta veya yorgun olan bireyi iyileştirme özelliğine sahip yemek ya da ilaç” olarak tanımlanan restoran kelimesi “bireylerin beslenme ihtiyaçlarını gidermek için gittikleri bir yer olmasının yanı sıra, kaliteli vakit geçirmelerini hedefleyen ticari işletmelerdir” olarak tanımlanabilir (Karamustafa, Birdir ve Kılıçhan, 2016; Şengül ve Türkay, 2015).

Ulusal Restoranlar Birliği (NRA) restoran işletmelerini geleneksel restoranlar ve özellikli restoranlar şeklinde sınıflandırmıştır (Cevizkaya, 2015). Müşterilere farklı seçenekler sunan ilk modern restoran 1760 yılında Boulanger tarafından Paris’te açılmıştır

(Teyin, Aslan, Sormaz, Pekerşen ve Nizamlıoğlu, 2017). Değişen ve gelişen toplumlar ile bireylerin ihtiyaçlarını karşılayabilmek için zamanla farklı bir konsept olarak “fine dining” restoranlar açılmaya başlamıştır. Bu restoranlar dünyanın bütün mutfaklarından etkilenen, yaratıcılığın öne çıktığı yiyeceklerin küçük porsiyonlanmış olduğu, sezonluk ve yerli ürünlerin kullanımına önem veren ve atmosferin ön planda olduğu mekanlardır (Akoğlu ve Öztürk, 2018). “Fine dining” kavramı sektörün uzmanları tarafından “kaliteli sofrası ve atmosfer” olarak tanımlanmaktadır (Har, 2008).

Bireylerin fine dining restoran seçimlerinin sadece temel ihtiyaçlardan kaynaklanmadığı aynı zamanda duygularının ve bağlılıklarının da etkisinin olduğu bilinmektedir (Chen, Peng ve Hung, 2015). Yüksek kalitede ve fiyatta menüsüyle ilk fine dining restoran 1827 yılında ABD’de açılan Dolmonicos adlı zincir restoran işletmesidir (Akoğlu ve Öztürk, 2018).

Fine dining restoranlarda yemeğin lezzeti yanı sıra sunulan hizmette çok önemlidir. Bu yüzden bu tarz restoranlar kendilerine yüksek bir sosyal değer sağlaması ve yüksek kalitede hizmet sunması dolayısıyla genellikle yüksek gelirli bireyler tarafından tercih edilmektedir (Eliwa, 2006). Araştırmaya konu olan Trilye Restoran’da müşterilerine kaliteli hizmet ve lezzetli yemekler sunarken sağladığı fiziksel ortamdaki şıklık ve ambiyans ile onları etkilemektedir.

2002 yılında “Sağlıklı ve kaliteli ürünlerle sektördeki en iyi hizmeti vermek” misyonu ile kurulan Trilye Restoran, en kaliteli deniz ürünlerini geniş bir biçimde müşterilerine sunmaktadır. Süreyya Üzmez ve eşi Mahmure Üzmez tarafından kurulan ve işletilen Trilye Restoran, yılın her günü “Sağlık için balık ye, balık için Trilye” sloganıyla hizmet vermektedir. Uluslararası birçok kalite ödülüne layık görülen Trilye Restoran yerli, taze, doğal mevsimsel ürünler ile av yasağına ve deniz balıklarının avlanabilir kalibrede olmasına çok dikkat etmektedir (<http://blog.trilyerestaurant.com>, 2021).

Trilye Restoran kurulduğu 2002 yılından günümüze kadar işletmenin hedeflerini de gözeterek gastronomide öncü olmak, trendlere uyum sağlamak, müşterilerin isteklerine cevap vermek, mevsiminde ve doğal ürün kullanmak, menüyü güncel tutmak ve daha birçok sebepten ötürü kullandığı ürünlerde zaman zaman değişikliğe gitmiştir. Araştırmanın asıl konusu olan garnitürler de bu değişikliklerden payını almıştır.

Trilye Restoran’ın zaman içerisinde değiştirdikleri garnitürleri ise kendi blog sayfalarında yayınladığı reçetelerden şu şekilde incelenmiştir;



Resim 1. 2008 yılında paylaşılan “Palamut Tava” ana yemek tabağındaki garnitürler: Karışık yeşillik söğüş ve kırmızı soğan, haşlanmış patates dilimi, cherry domates, turp, haşlanmış ıspanak (<http://blog.trilyerrestaurant.com/tarifler/page-72/>).



Resim 2. 2008 yılında paylaşılan “Kılıç Tranç” ana yemek tabağındaki garnitürler: Roka söğüş ve kırmızı soğan, haşlanmış patates dilimi, cherry domates, turp, haşlanmış ıspanak (<http://blog.trilyerrestaurant.com/tarifler/page-71/>).



Resim 3. 2009 yılında paylaşılan “Izgara Lüfer” ana yemek tabağındaki garnitürler: Roka söğüş ve kırmızı soğan, haşlanmış patates dilimi, kremalı ıspanak (<http://blog.trilyerrestaurant.com/tarifler/page-68/>).



Resim 4. 2009 yılında paylaşılan “Izgara Uskumru” ana yemek tabağındaki garnitürler: Roka söğüş ve kırmızı soğan, fırınlanmış patates, cherry domates, turp, kremalı ıspanak (<http://blog.trilyerrestaurant.com/tarifler/page-69/>).



Resim 5. 2014 tarihinde paylaşılan “Trança Şiş” ana yemek tabağındaki garnitürler: Roka söğüş ve kırmızı soğan, haşlanmış patates, cherry domates, salatalık, kremalı ıspanak (<http://blog.trilyerrestaurant.com/tarifler/page-45/>).



Resim 6. 2021 yılında paylaşılan “Palamut Izgara” ana yemek tabağındaki garnitürler: Roka ve kırmızı soğan söğüş, fırınlanmış patates, kremalı ıspanak (<http://blog.trilyerrestaurant.com/tarifler/page-4/>).

2. YÖNTEM

Araştırma; karma araştırma yöntemi olarak tasarlanmış ve dört aşamalı olarak planlanmıştır. Araştırmanın birinci bölümünde Trilye Restoran’da hali hazırda ana yemeklerin birçoğuyla birlikte sunulan; “Fırın Patates”, “Roka-Soğan Söğüş” ve “Kremalı Ispanak” garnitürlerine alternatif olarak ürün geliştirme çalışması yapılmıştır. Bu kapsamda önerilen yeni ürünler; “Patates Espuma”, “Roka Yağlı Fermente Kırmızı Soğan Turşusu” ve “Çıtır Ispanak” olarak geliştirilmiştir.

Genel olarak işletme ve pazarlama alan yazınında yer alan yeni ürün kavramı, “işletme için yeni, pazar için yeni olmayan ürünler; başka ülkelerde var olan ürünün uyarlanarak pazara sunulduğu ürünler; işletmenin değişiklik yaparak pazara sunduğu ürünler” olarak tanımlanmaktadır (Uygun, 2014, s. 9-10).

Geriye kalan diğer alanlar için ise yeni ürün; rekabette geri kalmamak, pazarda tutunmak, bulunduğu pazara ve değişen tüketici isteklerini karşılamak amacıyla geliştirilen yeni stratejiler olarak tanımlanmaktadır (Acıcı, 2021, s. 78). Bu tanım gıda endüstrisi için de aynıdır.

Yeni ürünlerin tanıtımı ve yenilikçilik sayesinde yaratılacak olan yeni pazarlar ile büyüme olanakları endüstride gelişmelere yol açacak, bu durum da endüstrilerin gelişmesine olanak sağlayacaktır. Bunun sonucu olarak işletmelerin başarıları yeni ürün geliştirme kabiliyetlerine göre değerlendirilecektir. Yeni ürün geliştirme sürecinin doğru ve güvenli olması hem uluslararası rekabeti artıracak hem de işletmelerin müşteri memnuniyetlerini etkileyecektir (Adam, 2018, s. 1).

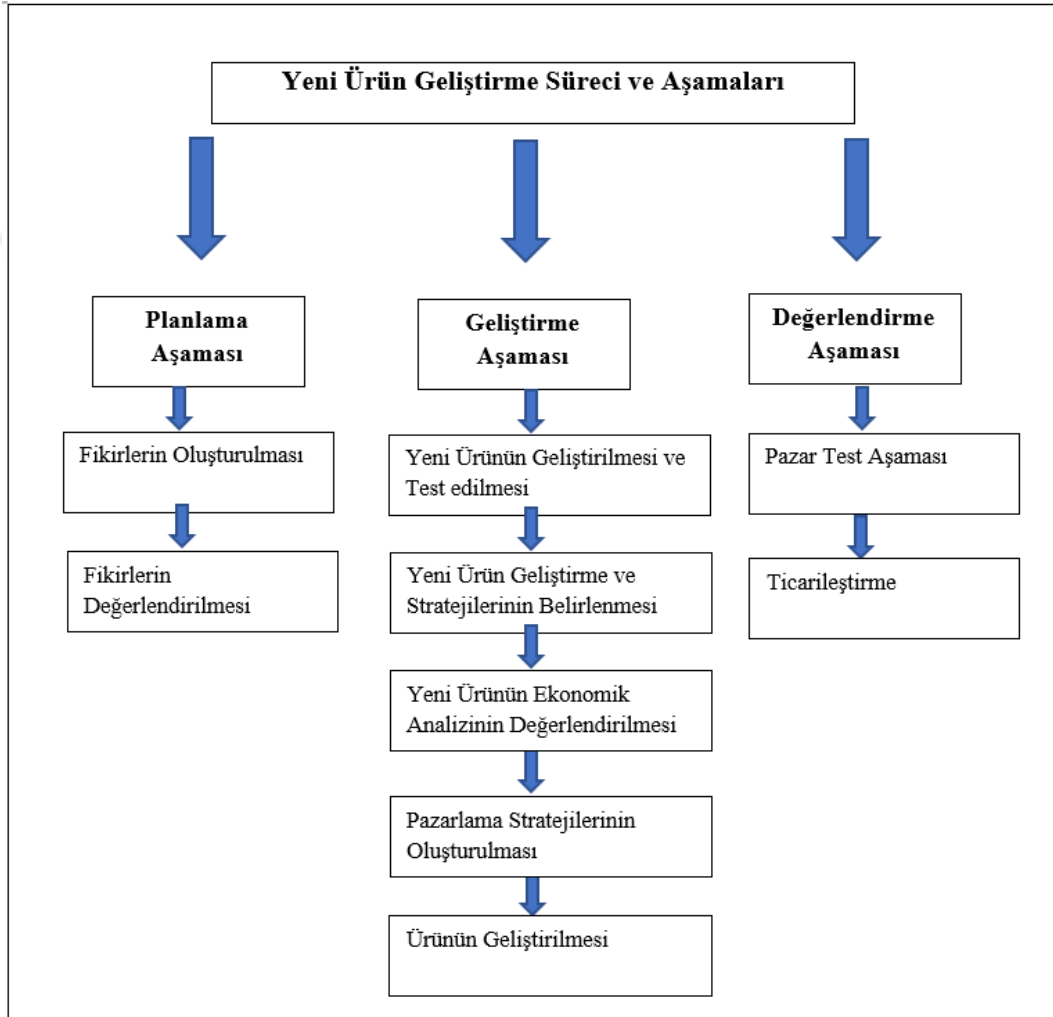
Yeni ürün geliştirebilmek kadar geliştirilmiş ürünlerin kalitesini artırmak da hayati önem taşımaktadır. Çünkü bu sayede işletmeler kâr seviyelerini yükseltebilir, küresel krizlerde maliyetlerini düşürebilir, ürün ya da hizmetlerinde kendilerini ön plana çıkartabilir, içinde bulundukları mevcut durumlara ayak uydurabilir ve krizleri fırsata çevirerek yenilikçiliğe değer yaratabilirler (Özata, 2019, s. 51).

Bir işletmenin yeni ürün geliştirme çabası içerisinde olmasını ve bunun önemini Karakuş (2017), bir çalışmasında; pazar payını büyütmek ya da yeni pazarlara girmek, rekabette üstünlük sağlamak, büyümek, değişen tüketici istek ve ihtiyaçlarını karşılamak, gelişen ve değişen teknoloji ve bilgi aktarımına ayak uydurmak, hali hazırdaki mevcut ürünün ömrünü uzatmak, işletmenin riskini dağıtmak, edinilen bilgi ve tecrübelerden faydalanmak, verimliliği, kârlılığı ve satışları arttırmak, imaj yaratmak, kalifiye personeli

kendine çekmek, kaynakları daha iyi kullanmak, maliyetleri düşürmek, işletmenin varlığını sağlamak ve kapasite yönetimini gerçekleştirebilmek olarak değerlendirmektedir (Karakuş, 2017).

Araştırmada, garnitürleri geliştirme süreci Kotler (2012)'in Tablo 3.' de gösterilen aşamalarından uyarlanmıştır.

Tablo 3. Yeni Ürün Geliştirme Süreci ve Aşamaları (Kotler, 2012, s. 384)



Planlama aşamasında araştırmacının 4 yıla yakın süre ile araştırmaya konu olan işletmede profesyonel şef olarak çalışması ve gerek mutfak gerekse müşteriler üzerinde gözlem yapabilmesi ürün geliştirme konusunda kilit bir rol oynamıştır. Planlama aşamasında oluşturulan fikirler de bu gözlemler sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca araştırmanın planına da sadık kalınması amacı ile Trilye Restoran'da hali hazırda sunulmakta olan garnitürler baz alınmış ve fikir aşamasında bu ürünlerin hammaddeleri üzerine fikir yürütülmüştür.

Geliştirme aşamasında ise, garnitürlerin hammaddeleri üzerinde pişirme ve doğrama teknikleri ile ilgili farklı çalışmalar yapılmış ve modern teknikler ile ilgili uyarlamalar denenmiştir. Ürün geliştirilirken dikkat edilen kritik noktalardan bir diğeri ise garnitürlerin hazırlanma aşamasında ve yoğun servis esnasında mutfak personelinin tabaklamakta zorluk çekmemesine dikkat edilmiştir.

Araştırmanın ikinci aşamasında geliştirilmiş olan yeni ürünlere yönelik eğitimli panelistler ile duyuşsal analiz değerdendirmesi yapılmıştır. Gıdaların karakteristiklerine göre yapılan duyuşsal analiz değerdendirmelerini görme, koklama, tatma, dokunma veya işitme duyuşlarının tepkilerine göre oluşturan, ölçen, sonuçları analizleyen ve yorumlayan bir metot olarak tanımlanmaktadır. (Onoğur, Elmacı, 2019, s. 9)

Araştırma deseninde planlanan müşteri görüşmelerinden önce araştırmacı tarafından reçeteler denenmiş, ortaya çıkan reçeteler panelistler tarafından duyuşsal analiz değerdendirmesine tabii tutulmuştur. Panel grubu için 16/08/2021 tarihinde Başkent Üniversitesi Bağlıca Kampüsü, Thermopolium Gastronomi Akademisi içerisinde bulunan “Kaunos Gastronomi Laboratuvarı ve Perge Hazırlık Mutfağı” kullanılmıştır. Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü kadrosunda görev yapmakta olan akademisyenlerden panel grubu oluşturulmuştur. Araştırmacının panel liderliğinde 10 eğitimli panelist tarafından her bir garnitür için ayrı ayrı değerdendirmeler yapılmıştır. Panel grubundan elde edilen geri bildirimlere göre nihai standart reçeteler oluşturulmuştur.

Duyuşsal analizlerin değerdendirmesinden önce panelistlere EK-1’de gösterilen değerdendirme rehberi verilmiştir. Panelistlerden, panel liderinin (araştırmacı) yönlendirmelerine ve önceden karakteristik özellikleri belirlenmiş her bir reçete için oluşturulan rehber değerdendirme formundaki kriterlere göre hazırlanan ürünleri değerdendirmeleri istenilmiştir. Ancak, objektif sonuçlara ulaşabilmek açısından geliştirilen ürünlerin reçete içerikleri ile ilgili panelistlere bilgi verilmemiştir.

Eğitimli panelistlerden modernize edilmiş garnitürlerin reçetelerini belirtilen kriterlere göre 1 (Çok Kötü) ile 5 (Çok İyi) arasında puan vererek değerdendirmeleri istenilmiştir. Reçetelere yönelik duyuşsal analiz sonuçları da her kriter için ayrı ayrı oluşturulan sonuçların ortalaması alınarak örümcek ağı grafiğine dönüştürülmüştür.

Üçüncü aşamada üretilen yeni ürünler için, Trilye Restoran’da müşterilere yönelik beğeni testleri uygulanmıştır. Dördüncü ve son aşamada ise, beğeni testini yanıtlayan

müşteriler ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Bu kapsamda araştırmacı tarafından oluşturulan görüşme formunda yer alan soruların araştırma için uygun olup olmadığının belirlenmesi adına gastronomi konusunda bilgili olan uzmanların görüşüne başvurulmuştur. Yapılan uzman değerlendirmesi sonucunda ulaşılan nihai soru formu kullanılarak beğeni testini yanıtlayan müşterilerden gönüllü olanlar ile garnitür konusu esas olmak üzere görüşmeler yapılmıştır.

Araştırmada yapılan duyusal analiz testleri ile beğeni testleri araştırmanın nicel boyutunu, müşterilerle yapılan görüşmeler ise nitel boyutunu oluşturmaktadır.

Verilerin; sayısal biçimde (numerik) tanımlanan ampirik (görgül) kısmı nicel, sayılar halinde olmadığı (numerik olmayan) ampirik (görgül) kısmı ise araştırmanın nitel kısmını oluşturmaktadır. Nicel araştırma sorularının kesin ve belirli olmasını, araştırma tasarımının biçimlendirilmiş ve daha önceden yapılandırılmış veriyi esas alırken; bunun aksine, nitel araştırma daha geniş bir araştırma sorusuna, esnek yapılandırılmış bir tasarıma ve önceden yapılandırılmamış veriye kadar uzanan bir alandan oluşmaktadır (Creswell, 2014. akt. Sıgır, 2018, s. 79).

Nicel ve nitel araştırma yöntemlerini birleştirerek bir kombinasyon oluşturan karma yöntemin veri toplama tekniklerinde de farklılıklar barındırmaktadır. Araştırma problemini daha kapsamlı ve çok boyutlu incelemek amacıyla tasarlanan bu yöntem, gerçeğe ve eyleme uygun bir biçimde nicel ve nitel yöntemleri bir arada kullanan araştırma metodu olarak tanımlanır (Sıgır, 2018, s. 88).

2.1. Araştırmanın Evreni

Evren, bir araştırmadaki soruları cevaplamak için gerekli olan verilerin (ölçümlerin) elde edildiği canlı ya da cansız varlıklardan oluşan büyük gruptur. Evreni daha anlaşılabilir bir şekilde tanımlamak gerekirse evren, yapılacak olan araştırma için toplanacak verilerin analiziyle ulaşılabilecek sonuçların geçerli olacağı ve sonuçların yorumlanabileceği grup olarak tanımlanmaktadır (Büyüköztürk, Kılıç-Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2013, s. 80).

Bu araştırmanın duyusal analiz boyutunda evrenini gastronomi ve duyusal analiz konusunda eğitilmiş ve Ankara’da ikamet eden bireyler oluşturmaktadır. Bu kapsamda tanımladığımız evrenin kaç kişiden oluştuğu tam olarak bilinmemektedir. Araştırmanın müşteri memnuniyetine yönelik aşamalarında ise evreni; 26/08/2021 tarihinden 01/11/2021 tarihine kadar Trilye Restoran’a misafir olan müşterilerden oluşmaktadır. Bu kapsamda

restoranın günlük ortalama 200 misafir ağırladığı düşünöldüğünde evrenin büyüklüğü yaklaşık 13000 kişidir.

2.2. Araştırmanın Örneklemi

Araştırma evreninin bir bölümünün çalışmanın içine alınması ve bu çalışmanın sonuçlarının tümüne göre genellenmesi sözcük anlamından da anlaşıldığı üzere “Örneklem” dir (Aziz, 2018, s. 49).

Amerika Birleşik Devletleri (ABD)’nde kurulan Gıda Teknolojistleri Enstitüsü tarafından oluşturulan Duyusal Değerlendirme Komitesi’nin hazırladığı rehberde oluşturulacak değerlendirme gruplarının panelistlerden oluşturulması gerektiği ve bu panelistlerin alanında uzmanlıklarına göre sayılarının belirlenmesi gerektiği vurgulanmıştır. Panelistler eğitimli ise sayıları 3 ile 10, yarı eğitilmiş ise sayıları 8 ile 25, eğitilmemiş ise 80’den büyük olması ile ancak duyusal problemlerin çözümünde kullanılabileceklerini önermektedir (Onoğur, Elmacı, 2019, s. 31).

Gıda Teknolojistleri Enstitüsü tarafından oluşturulan Duyusal Değerlendirme Komitesi’nin rehberi göz önünde bulundurularak araştırmanın ikinci aşamasında geliştirilmiş olan ürünlerin duyusal analizine yönelik olarak 56 saatlik duyusal analiz teknikleri konusunda eğitim almış panelistlerin görüşlerine başvurulmuştur. Bu panelist grup kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiş ve 10 kişiden oluşmaktadır. Uygun örneklem veya kazara olarak da bilinen kolayda örnekleme tekniğinde araştırmacı, çalışması için ihtiyaç duyduğu büyüklükteki örnekleme ulaşınca kadar en kolay, en hızlı, en ekonomik ve ulaşılabilir deneklerden veri toplamaya çalışır. (Gürbüz & Şahin, 2014)

Yine aynı rehberden yola çıkılarak araştırmanın üçüncü aşamasında panelistler tarafından duyusal analiz değerlendirmesi sonucunda kabul görmüş ürünlerin Trilye Restoran’da ana yemeklerle beraber sunulan mevcut garnitürler ile modernize edilmiş garnitürlerin müşteriler tarafından karşılaştırılması amaçlanmıştır. Bu amaca yönelik olarak, 26/08/2021 tarihi ile 01/11/2021 tarihi arasında Trilye Restoran’a misafir olan müşterilerden kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 80 katılımcıya beğeni testi uygulanmıştır. Ayrıca bu testleri yanıtlayan müşteriler içerisinde garnitür konusu esas alınarak yapılacak görüşmeye gönüllü olanlar ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmelere ise 80 müşteriden 53’ü katılım göstermiştir.

2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada üç farklı veri toplama aracı kullanılmıştır. Birincisi, araştırmanın duyu analizi aşamasına yönelik olarak geliştirilen değerlendirme formudur. Duyusal analiz değerlendirme formunda, geliştirilen her bir ürüne özgü özellikler belirlenmiş olup o ürünün beklenen özelliklerini test edecek değerlendirme formu oluşturulmuştur. Oluşturulan duyu analizi değerlendirme formu EK-1’de sunulmuştur.

İkinci aşamada, duyu analizi sonucunda başarılı bulunan ürünlerin Trilye Restoran müşterileri tarafından yapılacak beğeni testlerine ilişkin ölçek geliştirilmiştir. Müşterilerin, Trilye Restoran’da sunulan geleneksel garnitürler ile bu garnitürlere karşılık geliştirilen yeni garnitürleri aynı zamanda tadararak karşılaştırmaları ve devamında hangi ürünü tercih ediyorlar ise o ürünü ne kadar beğendiklerine yönelik değerlendirmelerini yapabilmeleri hedeflenmiştir. Bu amaçla geliştirilen ölçekte hem ikili karşılaştırma ölçeğinden hem de beşli likert ölçeğinden yararlanılmıştır.

Beğeni testi için belirtilen kriterler doğrultusunda bir şablon hazırlanmış, örnekleme dahil olan müşterilerden Trilye Restoran’da sunulmakta olan garnitürler ile modernize edilmiş garnitürler arasında karşılaştırma yapmaları ve tercihte bulunmaları istenmiştir. Bu tercihlerini, “Görünüş, Tat – Aroma ve Ana Ürün ile Uyum” adı altında verilen üç ana kriteri baz alarak “Fırın Patates – Patates Espuma”, “Roka/Soğan Söğüş – Roka Yağlı Fermente Kırmızı Soğan Turşusu” ve “Kremalı Ispanak – Çıtır Ispanak” arasında sıfır noktasını nötr kabul ederek beşli likert ölçeğine uygun, 1 (Çok Kötü) – 5 (Çok İyi) arasında kendilerine yakın hissettikleri noktayı işaretleyerek yapmaları talep edilmiştir. Müşteriler için oluşturulan nihai görüşme formu Ek 4’te gösterilmiştir.

Geliştirilen bu test ile garnitürlerin ikili karşılaştırmaları ve devamında tercih edilen ürüne yönelik beşli likert ölçeğine uygun olarak değerlendirilmesine imkân sağlanmıştır. Kıyaslama ve likert ölçeğinden elde edilen veriler ise frekans analizine tabi tutulmuştur.

Araştırmanın son ölçeği ise yarı yapılandırılmış görüşme formudur. Bu görüşme formu ile beğeni testine katılan müşterilerden bir bölümü ile garnitürlere müşterilerin bakış açısına yönelik görüşmeler yapılmıştır.

Uzman değerlendirme aşamasında yarı yapılandırılmış görüşme formunun iç geçerliliği araştırılmaktadır. Bu bölümde, uzman katılımcılardan elde edilen verilerinin toplanması, analizi ve açıklanmaktadır.

Yarı yapılandırılmış görüşme formu taslak olarak hazırlanılmış ve daha önce garnitür üzerine alan yazında bir çalışma olmamasından kaynaklı olarak herhangi bir çalışmadan yararlanılamamıştır. Yine alan yazına katkısı olması ve bundan sonra bu konu üzerine yapılacak çalışmalara yardımcı olması açısından görüşme formunun etkisini arttırmak amaçlı uzman görüşlerine başvurulmuştur.

Uzman verilerinin toplanması için 24 Haziran 2021 – 03 Ağustos 2021 tarihleri arasında yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler esnasında uzmanlara araştırma hakkında ön bilgi verilmiş ve soruları değerlendirmeleri istenmiştir. Bu amaçla hazırlanan “Uzman Değerlendirme Formu” Ek 2’de verilmiştir.

Gönüllülük esasına dayanarak gastronomi alanında çalışmalarını sürdüren 16 (on altı) akademisyen ve 14 (on dört) yiyecek – içecek sektörü çalışanı olmak üzere toplam 30 (otuz) uzman ile görüşülmüştür. 6 (altı) sorudan oluşan form için; “Kullanımı Uygun”, “Kullanımı Düzeltilerek Uygun” ve “Kullanımı Uygun Değil” seçenekleri üzerinde değerlendirme yapmaları istenmiştir. Yine uzmanların görüşlerini dile getirebilmeleri açısından her bir maddenin yanına ve tablonun altına öneri sorularını sunabilmeleri için boş bir alan bırakılmıştır.

İçerik Geçerlilik Oranı (İGO) aşağıdaki şekilde formüle edilmiştir (Lawshee, 1975).

$$İGO = (ne - \left(\frac{N}{2}\right)) / \left(\frac{N}{2}\right)$$

ne: İçeriği uygun bulan uzman sayısı,

N: Çalışmaya katılan toplam uzman sayısı olarak ifade edilmektedir.

Araştırmada, uzman değerlendirme sayısı 30 (otuz) olup, İGO kritik değeri, N (toplam uzman sayısı) = 30 (otuz) ve One-Tailed Test ($\alpha = .05$ için) 0.500’dir (Ayre ve Scally, 2014). Her ifadenin İGO kritik değeri ayrı ayrı hesaplanarak, Ek 3’te bulunan Uzman Değerlendirmeleri Analiz Tablosu’nda belirtilmiştir. Buna göre İGO kritik > 0.500 olan ifadeler uygun olarak değerlendirilmiştir.

Bu değerlendirme sonrası İGO kritik ≤ 0.500 olan herhangi bir madde bulunmamıştır. Fakat “Uzman 17”nin 2. (ikinci) ve 3. (üçüncü) soru maddelerinin yanında belirtmiş olduğu görüş dikkate alınarak soru kökleri her iki soru için de daha açık uçlu hale getirilmiştir. Yine dikkate alınan bir diğer görüş ise “Uzman 26”nın belirtmiş olduğu bir soru maddesinin yarı yapılandırılmış görüşme formuna eklenmesine karar verilmiştir.

3. BULGULAR

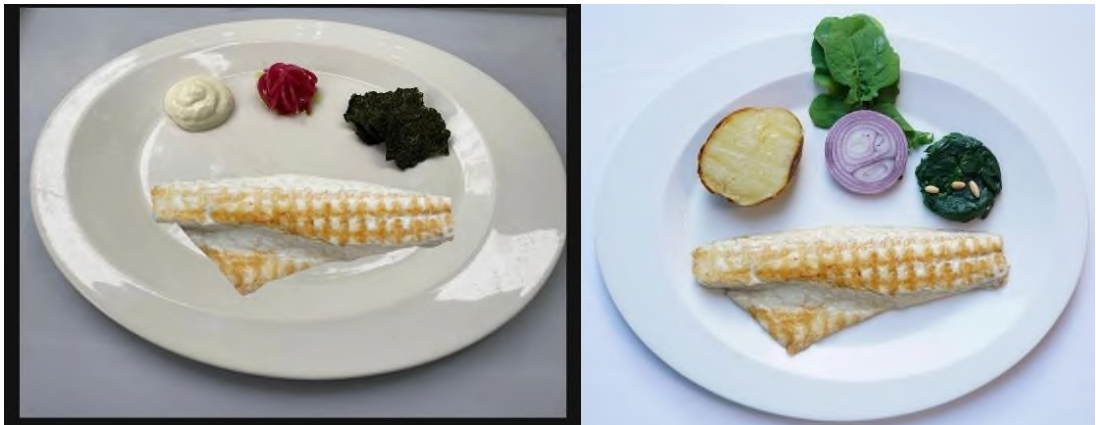
Araştırma desenine uygun bir şekilde tasarlanan bulgular bu aşamada açıklanmıştır.

- Birinci aşamada araştırma için geliştirilen garnitürler ve standart reçeteleri,
- İkinci aşamada garnitürlere yönelik duyu analizi sonuçları ve panel grubundan çıkan sonuçların grafikleri,
- Üçüncü aşamada müşterilere yönelik yarı yapılandırılmış görüşme formunun nihai hali,
- Dördüncü aşamada müşteri görüşmeleri sonucu ortaya çıkan demografik bilgiler,
- Beşinci aşamada müşterilerin garnitürlere yönelik beğeni sonuçları,
- Altıncı ve son aşamada ise müşterilerin görüşme formlarından elde edilen veriler ortaya konulmuştur.

3.1 Ürün Geliştirme Aşamaları ve Reçetelerin Oluşturulması

Bu bölümde araştırmada kullanılan garnitürlerin geliştirme aşamalarına ve ürünlerin standart reçetelerine yer verilecektir. Alan yazında birçok ürün geliştirme çalışması bulunmakla beraber garnitür üzerine hiçbir ürün geliştirme çalışması bulunmamaktadır.

Geliştirme aşamaları sonucunda araştırmacı tarafından denenmiş ve tabaklanmış garnitürler ve Trilye Restoran'da sunulan garnitürler Resim 7'de verilmiştir. Standart reçeteleri çıkartılmış garnitürler ise tablolar halinde aşağıda şu şekilde gösterilmiştir:



Resim 7. Geliştirilen garnitürler ile geleneksel olarak kullanılan garnitürlerin "Levrek Izgara" ile sunumları

Tablo 4. Patates Espuma İçin Geliştirilen Standart Reçete

Patates Espuma (Porsiyon Miktarı: 30 gr.)	
Malzemeler	Miktar
• Patates (Soyulmuş) • Krema • Kaya Tuzu • Beyaz Tane Karabiber • Muskat • Syphon Charger (CO2)	• 350 gr. • 300 gr. • 20 gr. • 1 gr. • 0,5 gr. • 1 fişek
Hazırlanışı	
Patatesler soyulur ve gramaj ayarlanır. Soğuk suda haşlama yöntemi ile 20 dakika kadar haşlanır. Haşlama suyuna da 15 gram tuz atılır. Krema, hacim kazanması amacı ile mayonez tenceresinde çırpılır. Haşlama işlemi bitince süzülen patatesler mayonez tenceresine eklenir. Malzemelerden kalan kaya tuzu ve beyaz tane karabiber değirmenden çekilerek ve muskat rendelenerek karışım lezzetlendirilir. Ortaya çıkan püre makine (blender) yardımı ile sıvı bir kıvama getirilir. Son olarak içerisinde partikül kalmaması için süzgeçten geçirilir. Sıvı karışım syphon'a eklenir ve bir fişek tüp gaz basılır. Servis etmeden önce 15-20 kez syphon çalkalanmalıdır.	
Yapım Aşamaları	

Tablo 5. Fermente Kırmızı Soğan Turşusu İçin Geliştirilen Standart Reçete

Fermente Kırmızı Soğan Turşusu (Porsiyon Miktarı: 20 gr.)	
Malzemeler	Miktar
• Kırmızı Soğan (Soyulmuş) • Pancar (Haşlanmış) • Elma Sirkesi • Tane Karabiber • Şeker • Tuz • Su	• 350 gr. • 35 gr. • 400 gr. • 2 gr. • 30 gr. • 25 gr. • 200 gr.
Hazırlanışı	
Pancar haşlanır. Pişen pancar soğutulur ve soyulur. 2 – 3 parça şeklinde kavanozun dibine yerleştirilir. Kırmızı soğanlar “jülyen” doğrama tekniği ile doğranır ve pancarların üstüne kavanoza eklenir. Diğer tüm malzemeler mayonez tenceresinde birleştirilir. Karışımın homojen bir hale gelebilmesi için iyice çırpılır. Son olarak sıvı karışım kavanoza eklenir. Kurulan turşu serin bir ortamda muhafaza edilir. 7 günden sonra yenilecek kıvama gelir ve 21. güne kadar kullanımı uygundur. Servis esnasında mutfak cımbızı yardımı ile sosundan arındırılarak tabaklanır.	
Yapım Aşamaları	
	

Tablo 6. Roka Yağı İçin Geliştirilen Standart Reçete

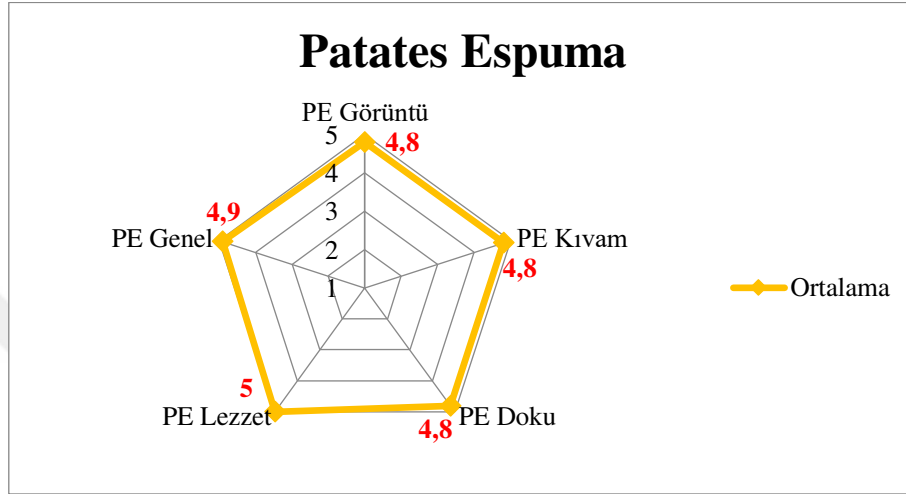
Roka Yağı (Porsiyon Miktarı: 3 gr.)	
Malzemeler	Miktar
• Ayçiçek Yağı • Baby Roka • Organik Kahve Filtresi	• 150 gr. • 75 gr. • 1 adet
Hazırlanışı	
Baby rokalar yıkanır ve kurulanır. Makine (blender) yardımı ile yağ ve rokalar çekilir. Elde edilen karışım 80 santigrat dereceye kadar kısık ateşte kaynatılır. Buz tabanlı bir benmari hazırlanır. Sıvı karışım süzgeç ve kahve filtresi ile baskı uygulanmadan süzölmeye bırakılır. Süzülen yağ fişek ile saklanır. Servis zamanı fişekten turşunun üzerine damlatılır.	
Yapım Aşamaları	
	

Tablo 7. Çıtır Ispanak İçin Geliştirilen Standart Reçete

Çıtır Ispanak (Porsiyon Miktarı: 3 adet)	
Malzemeler	Miktar
• Ispanak (Ayıklanmış) • Patates (Soyulmuş) • Badem Tozu • Kaya Tuzu • Tane Karabiber	• 200 gr. • 100 gr. • 5 gr. • 4 gr. • 3 gr.
Hazırlanışı	
Ispanaklar “blance” yöntemi ile pişirilir. Haşlanmış ve buzlu suda şoklanmış ıspanaklar hemen el yardımı ile sıkılarak mümkün olduğunca suyu sıkılır. Diğer yandan patates soğuk suya atılarak 15 dakika kadar haşlanır. Hazır hale gelen ıspanak ve patates makine (blender) yardımı ile çekilerek püre kıvamına getirilir. Hazırlanmış olan pürenin içerisine badem tozu, değirmenden tuz ve karabiber eklenerek tatlandırılır. Ispanak püresi silpat üzerine yaklaşık olarak 0,3 cm inceliğinde serilir. Konveksiyonel fırının iç ısısı 60-70 santigrat derece aralığında kontrollü bir şekilde tutularak yaklaşık 4 saat ıspanaklar kurumaya bırakılır. Servis esnasında el yordamı ile kopartılarak 3 adet çıtır ıspanak tabaklanır.	
Yapım Aşamaları	
	

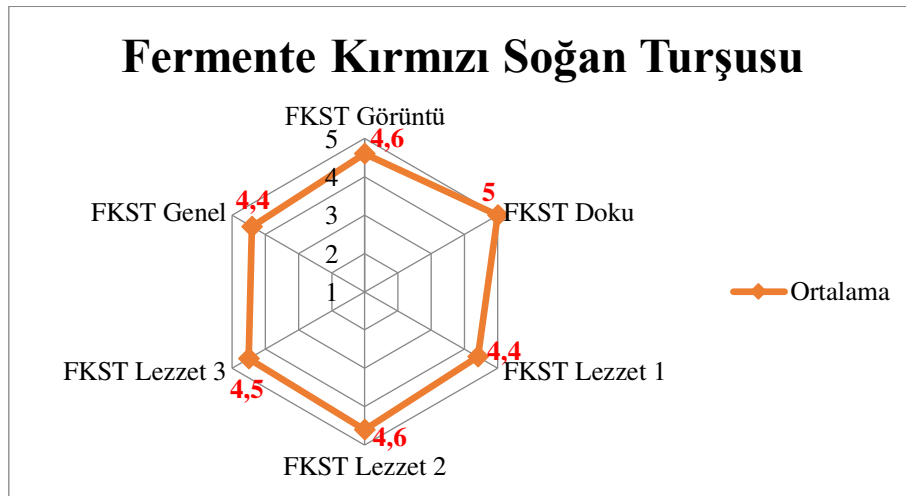
3.2 Duyusal Analiz Aşaması ve Sonuçları

Panelistler tarafından yapılan analizde “Patates Espuma” için görüntü, kıvam, doku, lezzet ve genel beğeni durumlarını değerlendirmeleri istenmiştir. Sonuçlar incelendiğinde ürünün görüntü, kıvam ve doku özellikleri ortalamanın üstünde (> 3), lezzet özelliği ise her panelist tarafından 5 (Çok İyi) olarak değerlendirilmiştir. Genel beğeni durumu ise 4,9 çıkmıştır.



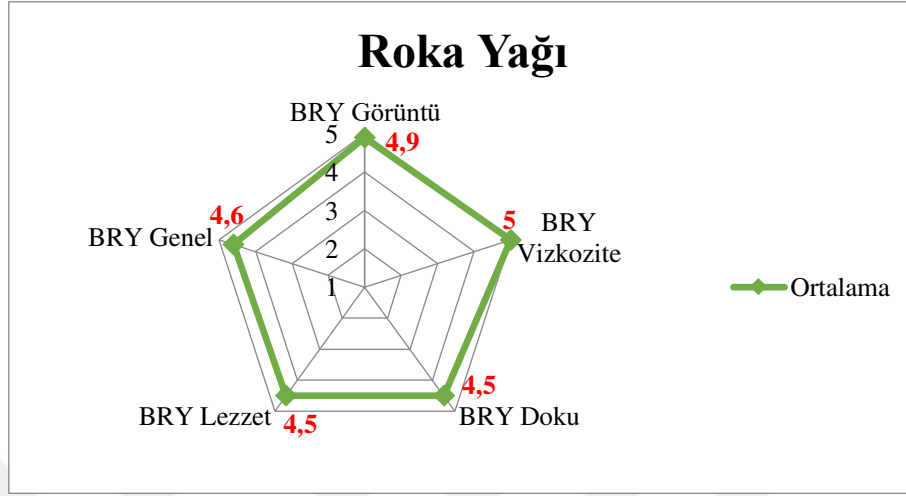
Şekil 1. Patates Espuma Panel Sonuçlarına Göre Örümcek Ağı Grafiği

“Fermente Kırmızı Soğan Turşusu” için ise görüntü ve doku sonuçları ortalamanın üstünde çıkmıştır. Hatta doku sonucu her panelist tarafından tam not almıştır. Fermente kırmızı soğan turşusu için lezzet boyutu soğan tadı, asitlilik ve fermente tadı olmak üzere üç boyut altında incelenmiştir. Soğan tadı (Lezzet 1) 4,4, asitlilik (Lezzet 2) 4,6 ve fermente tadı (Lezzet 3) ise 4,5 olarak yine ortalama üstü sonuçlar elde edilmiştir.



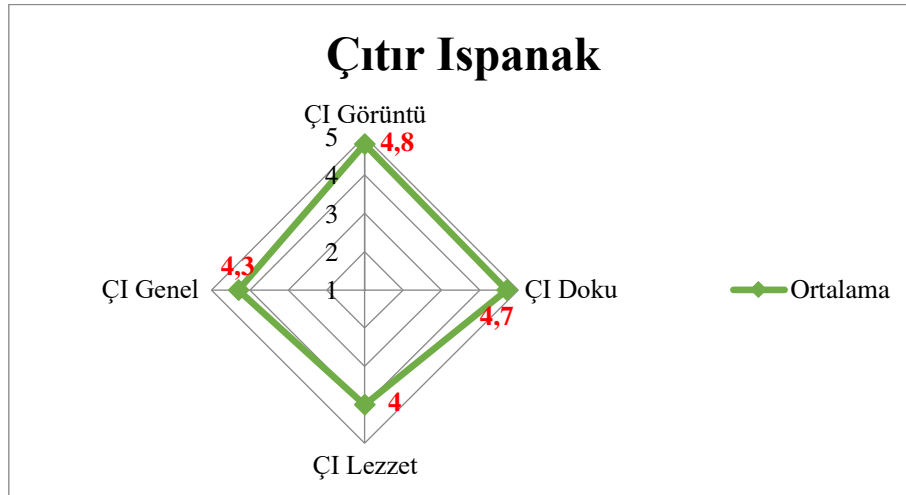
Şekil 2. Fermente Kırmızı Soğan Turşusu Panel Sonuçlarına Göre Örümcek Ağı Grafiği

“Roka Yağı” için görüntü sonuçları 4,9, doku ve lezzet sonuçları 4,5 olarak hesaplanmış, roka yağının kıvamını tanımlayan viskozite boyutu ise 5 puan olarak çok doğru bir kıvamda sunulduğunu göstermiştir. Bu reçete için genel beğeni ortalaması ise 4,6’dır.



Şekil 3. Roka Yağı Panel Sonuçlarına Göre Örümcek Ağı Grafiği

Panelistler tarafından “Çıtır Ispanak” reçetesinin boyutları için yapılan analizde, görüntü 4,8 ve doku boyutu ise 4,7 sonucunu vermiştir. “Çıtır Ispanak” reçetesi garnitürler arasında lezzet (4) ve genel beğeni (4,3) ortalaması olarak en düşük puanları almış olmasına rağmen yine de ortalamanın üzerindedir.



Şekil 4. Çıtır Ispanak Panel Sonuçlarına Göre Örümcek Ağı Grafiği

Eğitimli panelistler üzerinde yapılan duyu analizi sonuçlarına göre modernize edilmiş her bir garnitür kendileri için oluşturulan kriterlerde en az 4 ve üzeri puanlar vermiştir. Yapılan bu çalışma sonrası oluşturulan reçetelerin görüntü, doku ve lezzet boyutları onaylanmış ve müşteri beğenisine sunulması uygun bulunmuştur.

3.3 Uzman Değerlendirme Aşaması ve Görüşme Formunun Oluşturulması

Uzman değerlendirme sonrası soru havuzunun son hali Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 8. Uzman Değerlendirme Sonrası Oluşan Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu ve Değişme Durumu

Soru Numarası	Uzman Değerlendirmesi Sonrası Son Durum	İfadenin Değişme Durumu
1	Garnitür sizin için ne ifade eder?	Uzman önerisi olarak eklenmiştir.
2	Geleneksel anlayış ile hazırlanmış yiyeceklerin modernize edilerek sunulması hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?	Herhangi bir değişiklik yapılmamıştır.
3	Yenilikçi anlayış ile hazırlanan yiyeceklerin restoran seçiminizde nasıl bir etkisi olur?	Soru kökü daha açık uçlu hale getirilmiştir.
4	Ana ürün ile tabakta sunulan garnitürlerin yemek seçiminizde ne düzeyde bir etkisi olur?	Soru kökü daha açık uçlu hale getirilmiştir.
5	Garnitür olmadan sunulan bir ana yemek sizin için ne ifade eder?	Herhangi bir değişiklik yapılmamıştır.
6	Garnitürlerin görsel ve tat olarak ana yemeği desteklediğini düşünüyor musunuz?	Herhangi bir değişiklik yapılmamıştır.
7	Garnitürlerin ana yemekten ayrı servis edilmesi hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?	Herhangi bir değişiklik yapılmamıştır.

3.4 Katılımcıların Tanımlayıcı İstatistiklerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların %51,2’si kadın (N=41), %80,1’i ön lisans ve üstü eğitime (N=64) sahiptir. Katılımcıların yaşları açısından en düşük değer 22, en yüksek değer 64 olup ortalaması 37,08’dir. Katılımcıların %72,6’sı (N= 58) haftada bir veya birkaç kez dışarıda yemek yemektedir, %52,5’i (N=42) ise ayda bir veya birkaç kez Trilye Restoran’a gelmektedir. Katılımcıların tanımlayıcı istatistiklerine ilişkin detaylı bilgiler Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Cinsiyet	N	Yüzde
Kadın	41	51,2
Erkek	39	48,8
Toplam	80	100
Eğitim Durumu	N	Yüzde
İlköğretim	9	11,3
Lise	7	8,8
Ön lisans / Lisans	43	53,8
Lisansüstü	21	26,3
Toplam	80	100
Yaş	N	Yüzde
20-30 yaş	27	33,7
31-40 yaş	25	31,3
41-50 yaş	17	21,2
51-60 yaş	9	11,3
61 yaş ve üzeri	2	2,5
Toplam	80	100

Dışarıda Yemek Yeme Sıklığı	N	Yüzde
Haftada bir kez	27	33,8
Haftada en az üç kez	31	38,8
Ayda bir kez	9	11,3
Ayda en az üç kez	11	13,8
Diğer	2	2,5
Toplam	80	100
Trilye Restoran’da yemek yeme sıklığı	N	Yüzde
Haftada bir kez	10	12,5
Haftada en az üç kez	1	1,3
Ayda bir kez	28	35
Ayda en az üç kez	14	17,5
Diğer	27	33,8
Toplam	80	100

3.5 Beğeni Testlerine İlişkin Bulgular

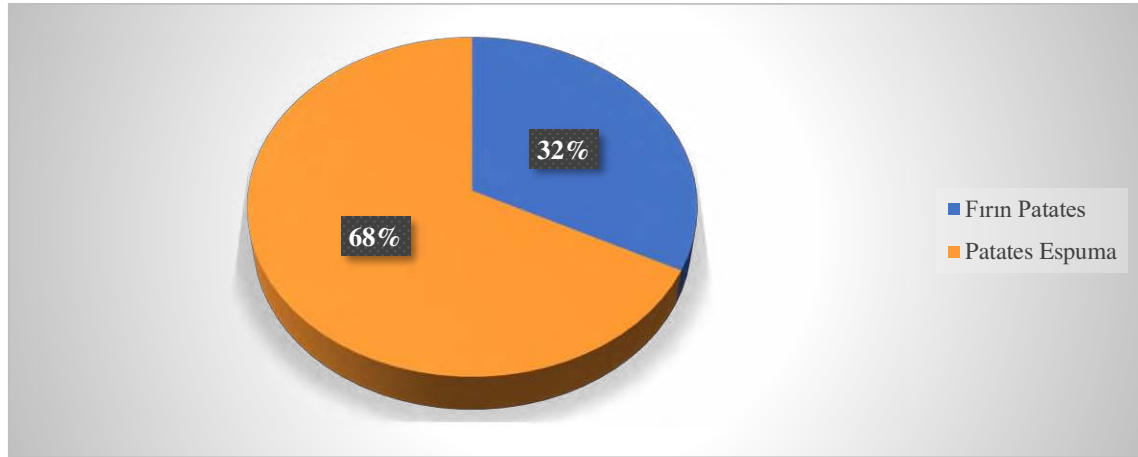
Bu araştırma kapsamında geliştirilen üç garnitür (patates espuma, roka yağlı fermente kırmızı soğan turşusu ve çıtır ıspanak) ile halen Trilye Restoran’da servis edilen üç garnitür (fırın patates, roka/soğan ve kremalı ıspanak) müşterilere sunulmuş ve bu ürünleri; görünüş, tat-aroma ve ana ürün ile uyumu açısından önce karşılaştırmaları sonra da tercih ettikleri ürüne ilişkin beğenilerini ölçekte işaretlemeleri istenmiştir.

Yeni geliştirilen ve geleneksel garnitürlerin görünüşlerine göre müşteriler tarafından ikili karşılaştırma sonucunda tercih edilme durumları Tablo 10’da tercih sonuçlarına ilişkin grafikler ise Şekil 5, 6 ve 7’de verilmiştir. Elde edilen bu sonuçlara göre müşterilerin büyük

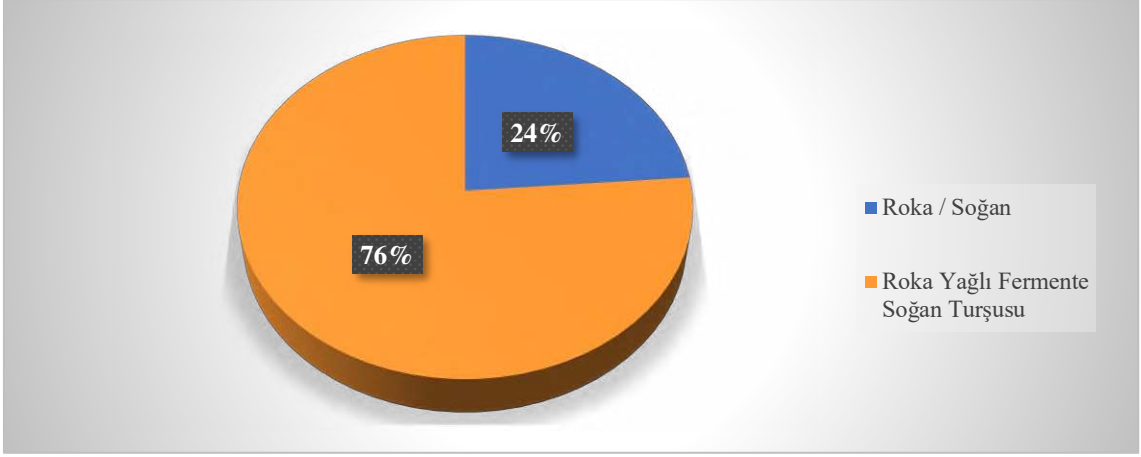
çoğunluğu halen Trilye Restoran’da sunulan garnitürlere muadil olarak geliştirilen garnitürleri görünüş açısından tercih etmişlerdir.

Tablo 10. Geleneksel ve Yeni Geliştirilen Garnitürlerin Görünüşlerine Göre İkili Karşılaştırma Sonuçları

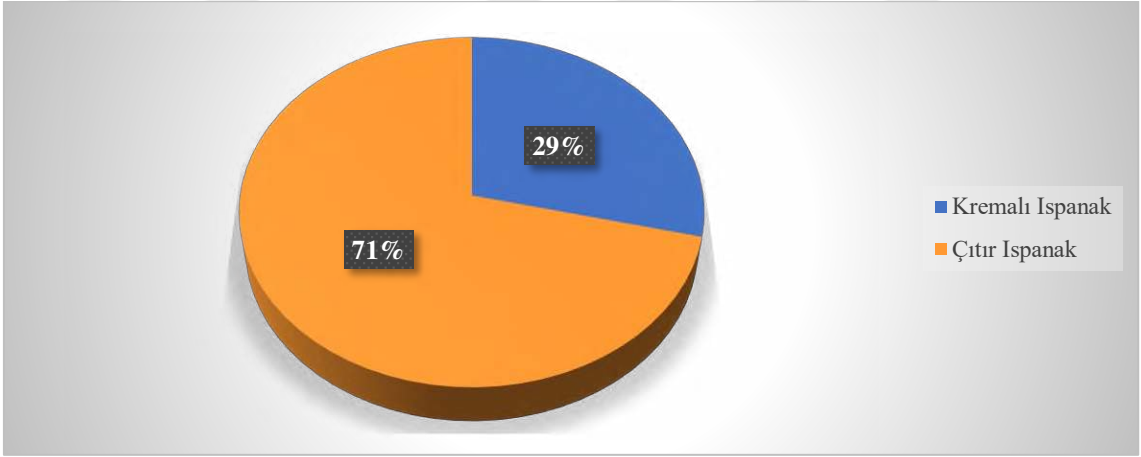
Trilye Restoran’da Menüde Sunulan Garnitürler		Yeni Geliştirilen Garnitürler	
Fırın Patates		Patates Espuma	
N	%	N	%
28	35	52	65
Roka / Soğan		Roka Yağlı Fermente Kırmızı Soğan Turşusu	
N	%	N	%
19	23,8	61	76,2
Kremalı Ispanak		Çıtır Ispanak	
N	%	N	%
23	28,7	57	71,3



Şekil 5. Patates Ağırlıklı Garnitürlerin Görünüş Kriterine Göre Tercih Durumları



Şekil 6. Roka Ağırlıklı Garnitürlerin Görünüş Kriterine Göre Tercih Durumları



Şekil 7. Ispanak Ağırlıklı Garnitürlerin Görünüş Kriterine Göre Tercih Durumları

Katılımcıların geleneksel garnitürler ile yeni geliştirilen garnitürler arasında görüşlerine göre yeni geliştirilen garnitürleri tercih ettikleri belirlenmiş olup devamında yeni geliştirilen garnitürleri tercih eden müşterilerden beşli likert ölçeğine (1 – Hiç beğenmedim, 2 – Az beğendim, 3 Orta Derecede Beğendim, 4 – Beğendim, 5 – Çok beğendim) uygun olarak görüşlerini ne kadar beğendiklerini belirtmeleri istenmiştir. Ürünlerin görüşlerine göre yapılan beğeni testlerinin sonuçları Tablo 11’te verilmiştir. Bu sonuçlara göre müşteriler, görüşlerine göre değerlendirdikleri; patates espuma için 4,46 puan, roka yağlı fermente kırmızı soğan turşusu için 4,41 puan ve çıtır ıspanak için ise 4,5 puan vermişlerdir. Bu sonuçlara göre her üç ürün de görüşleri dikkate alındığında müşteriler tarafından ağırlıklı olarak geleneksel ürünlere göre tercih edilmiş ve beğenilmiştir.

Tablo 11. Yeni Geliştirilen Garnitürlerin Müşteriler Tarafından Görünüşlerine Göre Beğeni Testi Sonuçları

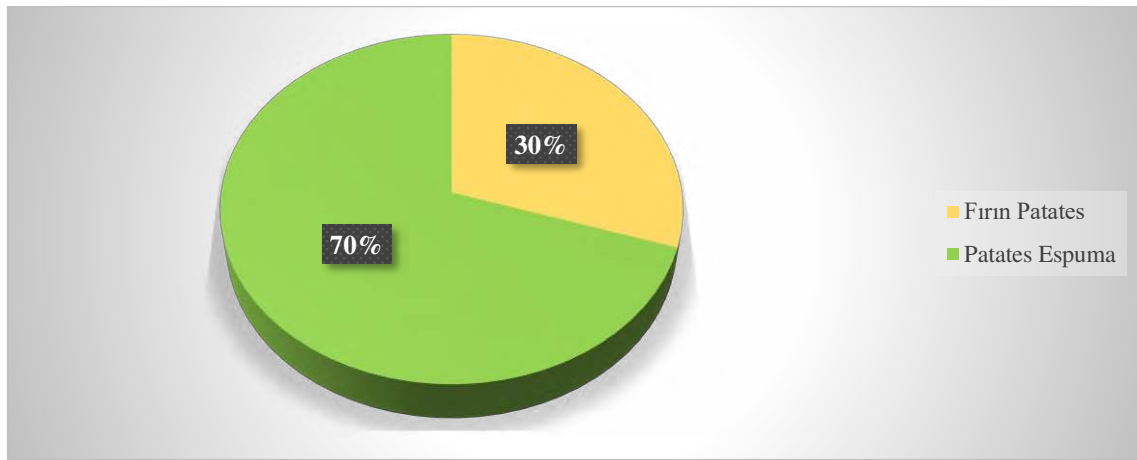
Yeni Geliştirilen Garnitürler	1		2		3		4		5		Tercih etmeyenler		Ort.
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Patates Espuma	0	0	0	0	3	3,8	22	27,5	27	33,8	28	35	4,46
Roka Yağlı Fermente Kırmızı Soğan Turşusu	0	0	1	1,3	6	7,5	21	26,3	33	41,3	19	23,8	4,41
Çıtır Ispanak	1	1,3	1	1,3	4	5	13	16,3	38	47,5	23	28,7	4,5

Yeni geliştirilen ve geleneksel garnitürlerin tat/aromalarına göre müşteriler tarafından ikili karşılaştırma sonucunda tercih edilme durumları Tablo 12’de, tercih sonuçlarına ilişkin grafikler ise Şekil 8, 9 ve 10’da verilmiştir. Elde edilen bu sonuçlara göre müşterilerin büyük çoğunluğu halen Trilye Restoran’da sunulan garnitürlere muadil olarak geliştirilen garnitürleri tat/aroma açısından tercih etmişlerdir.

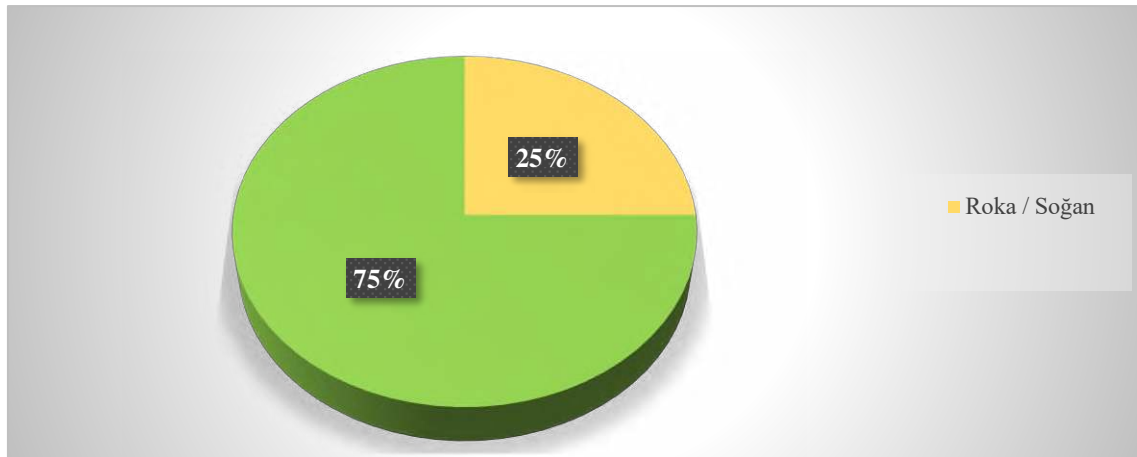
Tablo 12. Geleneksel ve Yeni Geliştirilen Garnitürlerin Tat/Aromalarına Göre İkili Karşılaştırma Sonuçları

Trilye Restoran’da Menüde Sunulan Garnitürler		Yeni Geliştirilen Garnitürler	
Fırın Patates		Patates Espuma	
N	%	N	%
24	30	56	70

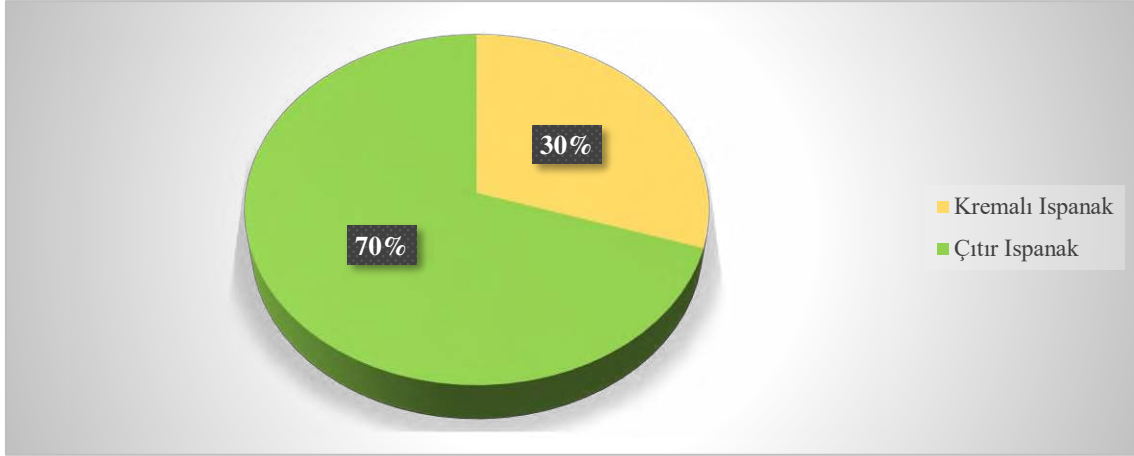
Roka / Soğan		Roka Yağlı Fermente Kırmızı Soğan Turşusu	
N	%	N	%
20	25	60	75
Kremalı Ispanak		Çıtır Ispanak	
N	%	N	%
24	30	56	70



Şekil 8. Patates Ağırlıklı Garnitürlerin Tat-Aroma Kriterine Göre Tercih Durumları



Şekil 9. Roka Ağırlıklı Garnitürlerin Tat-Aroma Kriterine Göre Tercih Durumları



Şekil 10. Ispanak Ağırlıklı Garnitürlerin Tat-Aroma Kriterine Göre Tercih Durumları

Katılımcıların geleneksel garnitürler ile yeni geliştirilen garnitürler arasında tat/aromalarına göre yeni geliştirilen garnitürleri tercih ettikleri belirlenmiş olup devamında yeni geliştirilen garnitürleri tercih eden müşterilerden beşli likert ölçeğine (1 – Hiç beğenmedim, 2 – Az beğendim, 3 Orta Derecede Beğendim, 4 – Beğendim, 5 – Çok beğendim) uygun olarak tat/aromalarını ne kadar beğendiklerini belirtmeleri istenmiştir. Ürünlerin tat/aromalarına göre yapılan beğeni testlerinin sonuçları Tablo 13’te verilmiştir. Bu sonuçlara göre müşteriler, tat/aromalarına göre değerlendirdikleri; patates espuma için 4,35 puan, roka yağlı fermente kırmızı soğan turşusu ve çıtır ıspanak için ise 4,48 puan vermişlerdir. Bu sonuçlara göre her üç ürün de tat/aromaları dikkate alındığında müşteriler tarafından ağırlıklı olarak geleneksel ürünlere göre tercih edilmiş ve beğenilmiştir.

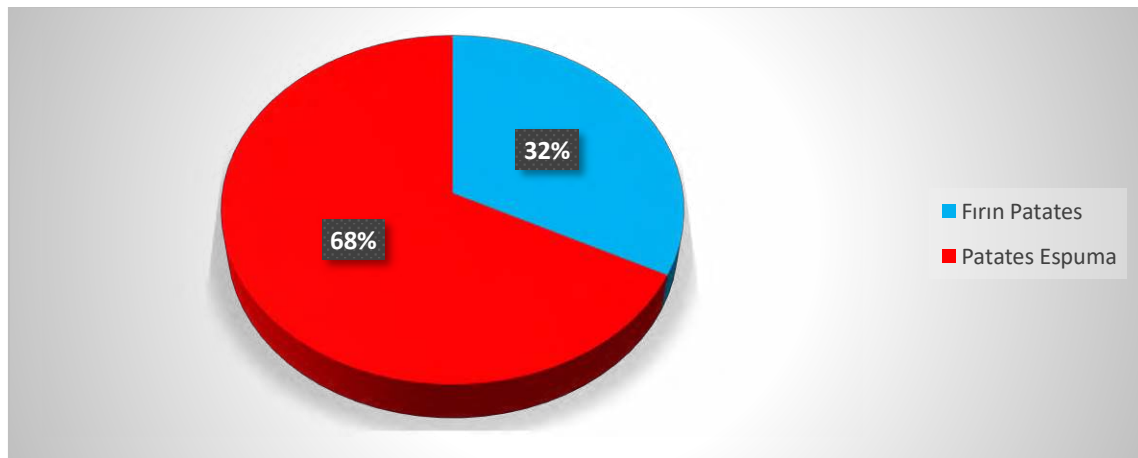
Tablo 13. Yeni Geliştirilen Garnitürlerin Müşteriler Tarafından Tat/Aromalarına Göre Beğeni Testi Sonuçları

Yeni Geliştirilen Garnitürler	1		2		3		4		5		Tercih etmeyenler		Ort.
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Patates Espuma	0	0	1	1,3	6	7,5	21	26,3	28	35	24	30	4,35
Roka Yağlı Fermente Kırmızı Soğan Turşusu	0	0	0	0	8	10	15	18,8	37	46,3	20	25	4,48
Çıtır Ispanak	0	0	0	0	6	7,5	17	21,3	33	41,3	24	30	4,48

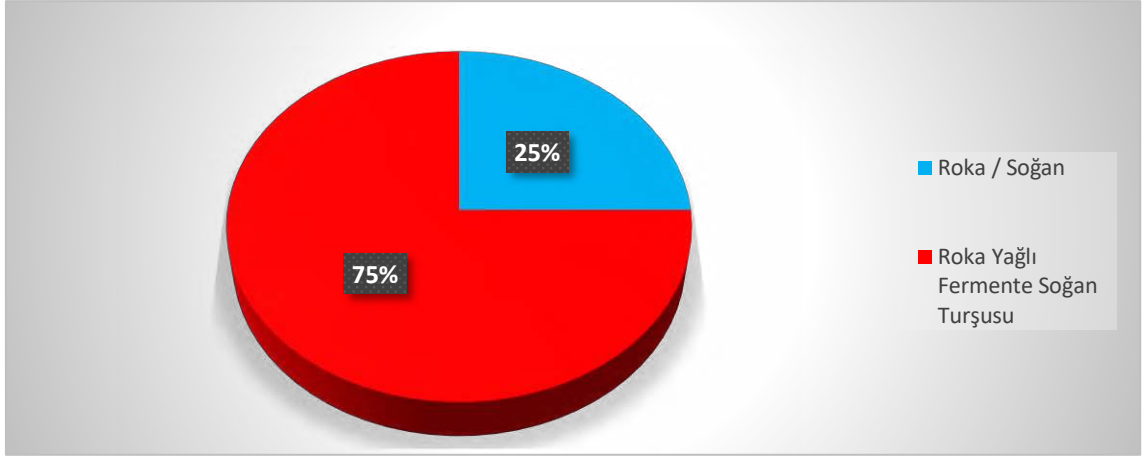
Yeni geliştirilen ve geleneksel garnitürlerin ana ürün ile uyumuna göre müşteriler tarafından ikili karşılaştırma sonucunda tercih edilme durumları Tablo 14'te tercih sonuçlarına ilişkin grafikler ise Şekil 11, 12 ve 13'te verilmiştir. Elde edilen bu sonuçlara göre müşterilerin büyük çoğunluğu halen Trilye Restoran'da sunulan garnitürlere muadil olarak geliştirilen garnitürleri ana ürünle uyum açısından tercih etmişlerdir.

Tablo 14. Geleneksel ve Yeni Geliştirilen Garnitürlerin Ana Ürün ile Uyum Kriterine Göre İkili Karşılaştırma Sonuçları

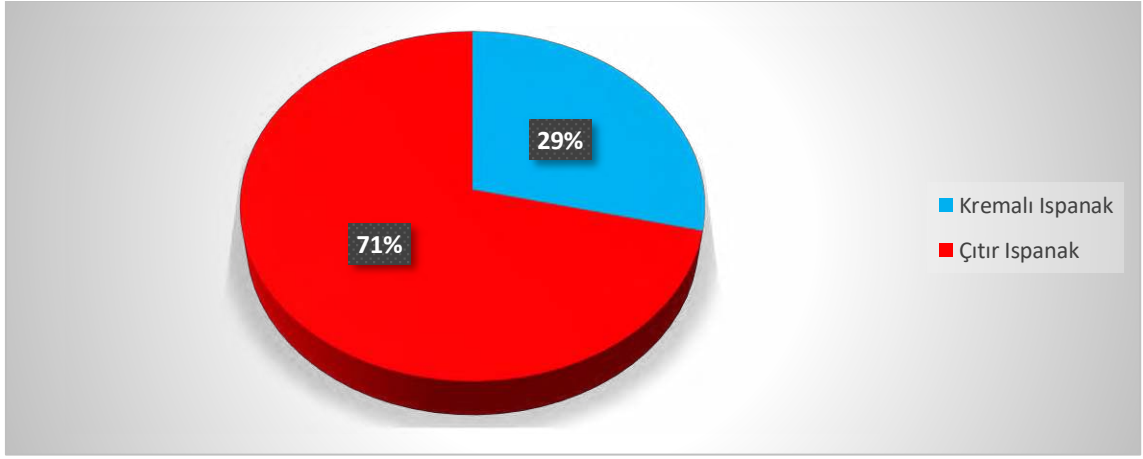
Trilye Restoran'da Menüde Sunulan Garnitürler		Yeni Geliştirilen Garnitürler	
Fırın Patates		Patates Espuma	
N	%	N	%
26	32,5	54	67,5
Roka / Soğan		Roka Yağlı Fermente Soğan Turşusu	
N	%	N	%
20	25	60	75
Kremalı Ispanak		Çıtır Ispanak	
N	%	N	%
23	28,7	57	71,3



Şekil 11. Patates Ağırlıklı Garnitürlerin Ana Ürünle Uyum Kriterine Göre Tercih Durumları



Şekil 12. Roka Ağırlıklı Garnitürlerin Ana Ürünle Uyum Kriterine Göre Tercih Durumları



Şekil 13. Ispanak Ağırlıklı Garnitürlerin Ana Ürünle Uyum Kriterine Göre Tercih Durumları

Müşterilerin geleneksel garnitürler ile geliştirilen garnitürler arasında ana ürünle uyum kriterine göre geliştirilen garnitürleri tercih ettikleri belirlenmiş olup devamında geliştirilen garnitürleri tercih eden müşterilerden beşli likert ölçeğine (1 – Hiç beğenmedim, 2 – Az beğendim, 3 Orta Derecede Beğendim, 4 – Beğendim, 5 – Çok beğendim) uygun olarak ana ürüne ne kadar uyum sağladığını belirtmeleri istenmiştir. Ana ürüne uyum kriterine göre yapılan beğeni testlerinin sonuçları Tablo 15’te verilmiştir. Bu sonuçlara göre müşteriler, ana ürüne uyum kriterine göre değerlendirdikleri; patates espuma için 4,35 puan, roka yağlı fermente kırmızı soğan turşusu için 4,38 ve çıtır ıspanak için ise 4,40 puan vermişlerdir. Bu sonuçlara göre her üç ürün de ana ürünle uyum kriteri dikkate alındığında müşteriler tarafından ağırlıklı olarak geleneksel ürünlere göre tercih edilmiş ve beğenilmiştir.

Tablo 15. Yeni Geliştirilen Garnitürlerin Müşteriler Tarafından Ana Ürünle Uyum Kriterine Göre Beğeni Testi Sonuçları

Yeni Geliştirilen Garnitürler	1		2		3		4		5		Tercih etmeyenler		Ort.
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Patates Espuma	0	0	1	1,3	3	3,8	26	32,5	24	30	26	32,5	4,35
Roka Yağlı Fermente Kırmızı Soğan Turşusu	0	0	3	3,8	4	5	20	25	33	41,3	20	25	4,38
Çıtır Ispanak	1	1,3	0	0	6	7,5	18	22,5	32	40	23	28,7	4,40

Yeni geliştirilen ürünlerin müşteri beğeni testlerine göre almış oldukları puanlar ayrı ayrı ele alınmış olmakla beraber üç ürünün üç kritere göre aldığı puanları topluca görebilmek ve genel değerlendirme yapabilmek için beğeni testi puanları Tablo 16’da verilmiştir. Buna göre Trilye Restoran’da menülerle birlikte sunulan; fırın patates, roka/soğan ve kremalı ıspanağa karşı geliştirilen patates espuma, roka yağlı fermente kırmızı soğan turşusu ve çıtır ıspanağın her üçü de üç kritere göre müşterilerden 5 puan üzerinden 4’ün üzerinde beğeni puanları almıştır. Bu bulgular ışığında yeni ürünlerin duyu analizi sonrasında daha geniş bir örneklem ve geleneksel garnitür ürünlere aşına olan müşteriler tarafından da hem tercih edildiği hem de beğenildiği görülmüştür. Ürünlerin genel beğeni puanları birbirine çok yakın olmakla birlikte hem üç ayrı kriter bazında hem de genel değerlendirme bazında yeni geliştirilen ürünler arasında en çok beğenilen ürünün “çıtır ıspanak” olduğu belirlenmiştir.

Tablo 16. Yeni Geliştirilen Ürünlerin Beğeni Testi Puanları

Ürünler / Kriterler	Görünüş	Tat/Aroma	Ana Ürünle Uyum	Genel Beğeni Puanı
Patates Espuma	4,46	4,35	4,35	4,39
Roka Yağlı Fermente Kırmızı Soğan Turşusu	4,41	4,48	4,38	4,42
Çıtır Ispanak	4,5	4,48	4,4	4,46

3.6 Görüşme Formlarının Deşifre Edilmesi ve Betimlenmesi

Araştırmanın dördüncü aşaması için yarı yapılandırılmış olarak tasarlanmış görüşme formunun gönüllü olan müşterilerden doldurulması istenmiştir. Bu aşamada garnitür temalı yedi soru bulunmaktadır. Uzman değerlendirmesi sonucu nihai haline getirilmiş bu form ile müşterilerin garnitüre ve yenilikçi yiyeceklere bakış açıları değerlendirilmiştir. Beğeni testine katılan seksen müşteriden elli üçü bu sorulara cevap vermeyi kabul etmiştir. Araştırmanın modeline uygun olarak bu bölümde müşterilerin mevcut durumuna herhangi bir müdahalede bulunulmadan betimlenerek ele alınmıştır. Elde edilen verilerin alan yazına katkı sağlanması beklenmektedir. Görüşmeler sonucunda ortaya çıkan cevaplardan bazıları aşağıda sıralanmıştır.

M: Çalışmaya katılan müşterilerin kodları olarak ifade edilmektedir.

Garnitür sizin için ne ifade eder: Yapılan görüşmelerin ilk bulgusu restoran müşterilerinin “garnitür” terimi hakkındaki düşüncelerini ortaya koymak içindir. Genele bakıldığında müşterilerin garnitüre karşı bakış açılarını ana unsuru tamamlayan öge, yemeğin eşlikçisi, ana yemeğin yanında servis edilen yemek ya da ana yemeğin tamamlayıcısı gibi ifadeler ön plana çıkmaktadır.

Ayrıca M14 kodlu müşterinin cevabı şu şekildedir;

“Garnitür ana ürüne destektir. Ürünün değerini, lezzetini ve görselliğini artırır. Protein, yağ, karbonhidrat ve vitaminler bakımından tabağı bütün olarak dengelemeye yardımcı olur.”

M41 kodlu müşteri ise yine diğer açıklamalara benzer bir şekilde şu beyanda bulunmuştur;

“Garnitür yemek ile uyumlu, onu destekleyerek yukarı taşıyan, lezzetini arttıran yan ürünlerdir.”

Geleneksel anlayış ile hazırlanmış yiyeceklerin modernize edilerek sunulması hakkındaki düşünceleriniz nelerdir: Araştırmanın odak noktalarından birine de değinmek amacı ile hazırlanmış bu soruda müşterilerin geçmiş ile gelecek arasında bir bağ kurup geleneksel yiyeceklerin yenilenerek güncel hale getirilmesi hakkındaki düşünceleri ortaya konulmak istenmiştir. Trilye Restoran’ın zaman içerisinde kült hale gelmiş geleneksel garnitürleri ve araştırmacının geliştirmiş olduğu modern garnitürlerinin karşılaştırılmasının yapıldığı beğeni testi bölümü de bu soru başlığını destekler nitelikte sonuçlar ortaya çıkarmaktadır. Bu başlık altında bazı müşteriler görüş ayrılığına gitmiş olsa da genel

sonuçlar ürünlerin özünden koparılmadığı sürece modernize edilerek sunulmasından yanadır.

M49 ve M57 kodlu müşteriler modernize edilmiş ürünlere karşı olumsuz bakış aıllarını şu şekilde dile getirmişlerdir;

“Bazen modernize edecekler diye yemeğin lezzetinden uzak tatlar oluyor.”

“Geleneksel anlayış ile hazırlanmış yiyeceklerin modernize edilerek sunulması yaratıcı gelmiyor. “

Görüşmeler esnasında gastronomi konusuna oldukça ilgili olduğunu beyan eden M7 kodlu müşterinin açıklamaları şu şekildedir;

“Ben kesinlikle destekliyorum. Fakat her konuda olduğu gibi mutfak gelenek greneklerimizde de Türk anlayışı maalesef muhafazakr bir yapıda. Bir yemeğimiz klasik görüntüsünden biraz bile şaşan bir sunumla önümüze geldiği zaman, bir çoğumuzun tepkisi “ama bu bahsettiğiniz yemek değil ki, o yemek şu şekilde olmalıdır” gibi oluyor. 2019 senesinde İstanbul Gastromasa’da 3 Michelin yıldıızlı nl İşpanyol şef Albert Adria, Gaziantep gezisinde görüp çok beğendiği baklavayı kendi restoranına koymak istemiş fakat İşpanyol damak tadına göre fazlasıyla ağır olacağını düşündüğü için baklavayı kendince revize etmiş. Baklava Vol 2.0 ismini verdiği bu tatlının içeriğini iki kat baklava hamuru arasında kaymak ve üzerinde fıstık tozundan oluşmaktaydı. Sunumundan sonra salonda büyük bir alkış koptuğunu gören Adria bu olaya çok şaşırmış ve “ben sizlerin buna karşı çıkacağını, bu baklava değil, baklava böyle olmaz diyeceğinizi düşünmüştüm” sözlerini sarf etmişti. Bu olayla bağdaştırabileceğim bir başka örnek ise Japonların geleneksel yemeklerle- modern sunum eşleştirmesine bakışı olabilir. Japonlar bu tarz olaylara Japonya içindeki restoranlar için oldukça sıcak bakıyorlar fakat yurt dışındaki Japon restoranları için buna asla müsaade etmiyorlar. Her ne kadar yeniliklere açık olsalar da yine de korumacı bir yaklaşım. Bence modern sunumlar kesinlikle desteklenmeli, bununla beraber aslına saygı da olmalı. Özellikle yurtdışında bir restoranda bir yemek modernize sunuluyorsa mutlaka orijinalinin de nasıl olduğu bir yazı veya görselle gösterilmelidir.”

M26 koduyla araştırmaya destek olan Trilye Restoran kurucusu ve yöneticisi Süreyya zmez ise; *“Geleneksel tatlara yorum yapılmasını savunuyorum yıllardır. Çoğu gereksinimlerine uymak gerekiyor. Otantik yapıdaki reçeteleri de yenileyebiliriz ya da daha doğrusu ufak dokunuşlar yapabiliriz.”* açıklaması ile geleneksel anlayıştan kopmadan reçetelerin günümüze uyarlanması konusunda ifadede bulunmuştur.

Yenilikçi anlayış ile hazırlanan yiyeceklerin restoran seçiminizde nasıl bir etkisi

olur: Araştırmada müşterilerin garnitürlere bakış açıları incelenirken diğer bir yandan da yeni sunumlara karşı duruşları da irdelenmiştir. Genel sonuçlara bakıldığında insanların mevcut sunumlara karşı köklerinden kopmadan kendini geliştirmiş restoran ve şeflere karşı olumlu yönde eğiliminin olduğu gözlemlenmiştir. Bunlara örnek olarak bazı müşterilerin açıklamaları aşağıda verilmiştir.

M3 kodlu müşterinin açıklamaları; *“Gelenekselliğin sıradanlaştığı günümüzde yeni arayışlar içerisinde olmamızın bir sebebi de yenilikçi tarzda sunum yaptığını öğrendiğimiz restoranlardır. Yalnızca bir arkadaşın, modern tarzda tabak çıkardığını tavsiye ettiği bir restoran, yalnızca bu sebeple bile ziyaret edilebilir.”*

M4 kodlu müşterilerin açıklamaları da bir önceki müşteriye destekler niteliktedir. *“Yenilikçi ürünler sunan bir restoranın yemekleri göze ve damağa hitap ettiği takdirde her yerde var olan, birbirini tekrarlayan ürünlere sahip restoranlardansa yenilikçi bir restorani tercih ederim.”*

Diğer müşterilerin açıklamaları ile M26 kodlu işletme sahibinin açıklamalarının örtüştüğü ve işletmenin de yıllara meydan okuması ve Türk gastronomisinde önemli bir yere sahip olmasını destekler nitelikteki açıklamaları şu şekildedir;

“Yenilikçiliğin sınırı önemli. Şekli maksada kurban eden işletmeler sadece bir dönem trend oluyor, sonra ömürleri bitiyor kısa sürede. Yenilenmeyen yenilir ancak. “Tek yol lezzet” sloganı da unutulmamalı.”

Ana ürün ile tabakta sunulan garnitürlerin yemek seçiminizde ne düzeyde bir

etkisi olur: Araştırmada müşterilerin yiyecek – içecek işletmelerinde yemek seçimi yaparken garnitürlerin ana ürün seçiminde ne derece etkili olduğu da sorgulanmıştır. Müşterilerin genel eğilimine bakıldığında garnitüre kıyasla ana ürünün ön planda olduğu gözlemlenmiştir. Bu noktada M21 ve M41 kodlu müşterilerin ifadeleri de durumu oldukça açıklayıcıdır;

“Yemek siparişi verirken garnitürü var mı, yok mu, varsa ne var diye sorarak veya menüyü ona göre inceleyerek karar veririm. Garnitürün ana yemeğin önüne geçmemesi gerekiyor diye düşünüyorum. Tamamlayıcı, zenginleştirici özellikte olması gerekiyor.”

“Tüketmek istediğim ürün ana ürün olduğundan ana ürüne göre sipariş veririm ve garnitür seçimi konusunda şefin seçimine güvenirim. Alerjen bir durumum varsa da garnitürün tabaktan çıkartılmasını rica ederim.”

Bazı sonuçların ise ana ürün seçiminden sonra garnitürlerin müşteri tercihine bırakılabilir olması ya da değiştirilebilir olmasının daha olumlu sonuçlar verebileceğini düşündürmektedir. Bu durum da M8 kodlu müşterinin ifadelerinde açıkça vurgulanmaktadır;

“Garnitürler menüde yer alıyor ve/veya ne olduğunu biliyorsam tercih ettiğim gibi olmayacak gibi ise garnitürlerin değiştirilebilir olup olmadığını sorarım. Değişmiyor ise duruma göre başka bir ana yemek seçebilirim.”

Garnitür olmadan sunulan bir ana yemek sizin için ne ifade eder: Araştırmada garnitürle servis edilen ana yemek ile garnitürsüz servis edilen ana yemeğin müşterinin yemek tercihi üzerinde bir etkisi olup olmadığı konusunu araştırmak için bu soru yöneltilmiştir. Bu durum müşterilerin büyük çoğunluğunda aynı etkiyi göstermiş ve garnitür olmadan sunulacak tabağa karşı olumsuz bir bakış açısı olduğu ortaya çıkmıştır.

M2 ve M5 kodlu müşterilerin ifadeleri de bu durumu gözler önüne sermektedir.

“Şayet tabaktaki garnitür boşluğu görsel doyuma ulaşmayı engelliyorsa, tercih sebebim olmayacaktır. Ana yemeği destekleyen bir garnitür hem görsel hem de tat bakımından tercih sebebim olur.”

“Garnitür olmadan sunulan ana yemek benim için eksik bir tabaktır. Yemek lezzetli bile olsa sunum olarak zayıf hissettirir.”

Genel algının dışında garnitür olmadan sunulan ana yemeklere daha ılımlı bakan birkaç müşteri de bulunmaktadır. Bu ılımlı bakış açısına rağmen yine de garnitür ile sunulan tabakları tercih edeceklerini de dile getirmişlerdir. Bu açıklamalara en uygun örnekler ise M20 ve M37 kodlu müşterilerin ifadeleri ile açıklanabilir;

“Yemeğin ne olduğu, nasıl pişirildiği ve sunulduğuna göre değişir; çünkü bazı yemekler garnitüre ihtiyaç duymaz. Yine de garnitür olmayan çoğu tabak eksiktir. Garnitür olmayan bir tabakta, ana ürünün üst düzeyde lezzetli ve özenle hazırlanmış olduğunu düşünürüm.”

“Ana yemeğin türüne bağlı olarak değişebilir ama genel olarak garnitür olmadan servis edilen yemekler biraz eksik kalıyor. Ayrıca sunum açısından daha az tatmin edici buluyorum.”

Garnitürlerin görsel ve tat olarak ana yemeği desteklediğini düşünüyor musunuz: Araştırmada müşterilerin garnitürsüz ve garnitürle servis edilen ana yemeğe olan düşüncelerine ek olarak garnitürün ana yemekle uyumu konusunda görsel uyum ve tat

uyumunun yemek seçimine nasıl bir etkisi olduğunu belirlemek amacıyla yukarıdaki soru yöneltilmiştir. Araştırmanın üçüncü aşamasında gerçekleştirilen garnitürlere yönelik beğeni testinde de benzer nitelikte bir araştırma yapılmıştır. Bu iki sonuç da birbirini destekler nitelikte çıkmaktadır. Müşterilerin genelinde garnitürlerin ana yemek ile görsel uyum ve tat uyumuna önem verdikleri görülmektedir.

M15 kodlu müşterinin görüşleri şu şekildedir; *“Düşünüyorum. Misafir masasına gelen yemek ilk olarak göze hitap etmekle başlar. Görselliğin eksik olduğu ana yemek, sos, garnitür gibi öğelerin eksik veya uyumsuz olması yemeğin olumsuz değerlendirme almasına sebep olabilmektedir. Tat olarak ana yemeğe uygun olmayan garnitür yine olumsuz etki bırakabilmektedir. Bu sebeple her açıdan ana yemek ile uyumlu garnitür görsel ve tat olarak ana yemeği desteklemektedir.”*

M60 kodu ile araştırmaya katılan müşteri ise sadece görsel ve tat uyumu ile kalmayarak ek ifadelerini de şu şekilde dile getirmiştir; *“Garnitürlerin görsel ve tat olarak ana yemeği desteklediklerini düşünmekle beraber tek görevlerinin bununla kaldığını düşünmüyorum. Tabakta rasgele seçilmiş ürünler ile ana yemeğin yanına garnitür konulduğunu sanmıyorum. Muhakkak besin değeri ya da sindirim kolaylığı gibi işlevler ile de garnitürlerin dahil edildiğini düşünüyorum.”*

Garnitürlerin ana yemekten ayrı servis edilmesi hakkındaki düşünceleriniz nelerdir: Araştırmada müşterilerin garnitür ve ana yemeğin birlikte sunulduğu bir tabağı mı yoksa ana yemekten ayrı olarak servis edilen bir garnitürü mü tercih edecekleri konusundaki görüşlerini almak için yukarıdaki soru yöneltilmiştir. Müşterilerin açıklamaları garnitür ile ana yemeğin bir bütün olduğu ve bu duruma bağlı kalınması yönündedir. Bu durumu en iyi anlatan ifadelerden sırası ile M33, M39, M46 ve M48 kodlu müşterilerin açıklamaları şu şekildedir;

“Ana ürünü tabakta görsel olarak tamamlıyorsa ve de iyi bir eşlikçiye aynı tabakta servis edilmesi benim için önemlidir. Ayrı servis edilen garnitürler görsel açıdan zayıf kalabilir.”

“Tabak bütünlüğü açısından garnitürlerin ve ana yemeklerin aynı tabakta uyum içerisinde servis edilmesini daha doğru buluyorum. Tabağa kattığı renk açısından da servisi daha da güzelleştiriyor.”

“Garnitür ana ürünle güzel eşleşmeli ve ana yemek üzerindeki soslar ile de uyum sağlamalı. Bu muhteşem birleşimin ayrı ayrı servis edilmesi bana uygun değildir.”

“Yemek seçiminde lezzet kadar sunum kalitesinin de etkili olduğu inancındayım. Bu sebeple birbirini lezzet, renk ve görüntü bakımından tabak içerisinde tamamlamış ürünleri tercih ederim.”

M21 kodlu müşterinin değerlendirmeleri ise diğer müşterilere göre farklılık göstermekte ve önemli bir konunun altını şu şekilde çizmektedir;

“Aynı tabakta sunumun daha etkili olacağını düşünüyorum. Ancak atık yönetimi açısından ayrı sunulması da avantajlı olabilir.”

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

İnsanların yaşamlarını sürdürebilmek için beslenme en temel ihtiyaçlarıdır. Yemeğin zorunlu ve temel bir ihtiyaç olması, onu insanlık tarihinin bütün çağlarında var olduğunu gösteren kültürel bir olgu yapmıştır. Coğrafi konum, savaş ve göçler, dini inançlar, sanayileşme ve kentleşme gibi birçok etmen her toplumun kendi yemek kültürünü oluşturmasını sağlamıştır. Küreselleşmenin etkisi, kitle iletişim araçlarının ve ulaşım kaynaklarının gelişmesiyle yeme-içme eğilimi de değişim göstermeye başlamıştır (Erdem ve Akyürek, 2017). Sanayi devriminden önce genellikle evde yenilen yemeklerin sanayileşmeyle evlerden dışarıya taşınması modern yemek kültürünü oluşturmuştur. Bu kültür yemeğin zorunlu bir ihtiyaç olarak tüketilmesi yargısından çıkarmış hatta üzerine sembolik anlamlar yüklenmesine neden olmuştur (Gökçeğöz, 2019, s. 94)

Günümüzde müşteriler estetiğin ve görseelliğin ön planda olduğu yeni olgulara ilgi göstermekte ve farklı deneyimlere açık hale gelmişlerdir (Albayrak, 2017). Bu gelişmelere bağlı olarak, müşterilerin restoranlardan beklentilerinin artmasının yanında aynı zaman da restoranların konseptlerinde ve menülerinde de çeşitliliğin artmasına sebep olmuştur (Akoğlu ve Öztürk, 2018). İnsanlar beklentilerini kendilerine sunulan ürüne ve bu ürünün hissettirdiklerine yoğunlaşmaktadırlar. Çağa ve teknolojiye ayak uydurarak yemek yapmak artık bir sanat halini almıştır. Müşteriler için önemli olan görüntü, doku ve lezzet bileşenleri artık bir sanat olarak kabul görmektedir. Tüm bunlara rağmen mutfak sanatları literatüründe yemek süslemenin ve yemek sunumunun değeri tam olarak anlaşılamamıştır. (Akoğlu, Çavuş, Bayhan, 2017; Mwangi, 2010).

Bu araştırma yemek sunumlarında geleneksel ve modern yöntemler ile hazırlanan garnitürlerin müşterilerin beğenisi üzerindeki etkisini ortaya çıkarmak için tasarlanmıştır. Bu amaçla araştırmaya, Türk gastronomisi için önemli bir noktada olan restoran ve o restoranın balık yemekleri ile sunulan garnitürleri seçilmiştir. Araştırmaya ev sahipliği

yapan Trilye Restoran’da balık ana yemeği ile sunulan 3 tane geleneksel garnitür ile bu garnitürlerin temel maddesi ile hazırlanarak modernize edilen yeni garnitürler geliştirilmiştir.

Modernize edilen bu garnitürler müşteri beğenisine sunulmadan önce Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü kadrosunda görev yapmakta olan akademisyenler tarafından test edilmiştir. Eğitimli panel grubundan gelen geri bildirimlere göre modernize edilmiş garnitürler için nihai standart reçeteler oluşturulmuştur. Standart reçetelere göre hazırlanan geleneksel ve modernize edilen garnitürler Trilye Restoran müşterilerinin beğenisine sunulmuştur. Araştırmaya katılan 80 müşteriden öncelikle geleneksel ve modern garnitürleri “Görünüş”, “Tat-Aroma” ve “Ana Ürün ile Uyum” kriterlerine göre ikili karşılaştırmaları istenmiştir. Bu karşılaştırmalar sonucu her 3 garnitürde de modern yöntemler ile hazırlananlar, geleneksel yöntem ile hazırlananlara göre daha çok beğenilmiştir. Görüşmenin diğer aşamasında müşterilerden tercih ettikleri garnitüre yönelik beşli likerte uygun beğeni testi sunulmuştur. Buna göre, geleneksel garnitürlere karşı geliştirilen modernize edilmiş garnitürlerin her üçü de belirlenen kritere göre müşterilerden 5 puan üzerinden 4 ve üstünde beğeni puanı almıştır.

Eğitimli panelistler ve müşterileri beğeni testlerinden elde edilen genel beğeni ortalamaları karşılaştırıldığında; “Patates Espuma” panel grubunda 4,9 puan alarak en beğenilen garnitür olmuş iken müşterilerin değerlendirmelerinde 4,39 ile en az beğeni puanını almıştır. Benzer bir duruma ıspanak bazlı garnitürlerin değerlendirmesinde de rastlanılmıştır. “Çıtır Ispanak” panel grubunda en az beğenilen garnitür olarak 4,3 puan almıştır. Müşteri beğeni testinde ise en beğenilen garnitür olmuş ve 4,46 puan almıştır. Son olarak “Roka Yağlı Fermente Kırmızı Soğan Turşusu” reçetesi ise her iki grup için de en yakın puanları alan garnitür olmuştur. Sonuç olarak her iki değerlendirme grubu için de garnitürlerin genel beğeni ortalamaları incelendiğinde genel beğeni ortalamasının oldukça yüksek olduğu görülmektedir.

Garnitürler ve restoranlarda yenilikçi yaklaşım konusunda görüşmeyi kabul eden müşterilerin görüşme formundan çıkan değerlendirmelerde ise geleneksel anlayış ile hazırlanmış yiyeceklerin özünü kaybetmediği sürece modernize edilerek sunulmasına sıcak bakıldığı ve bu durumun restoran ve yemek seçimlerine pozitif yönde etki ettiği ortaya çıkmıştır. Müşterilerin yemek tercihlerinde bulunurken sadece ana ürün ile kısıtlı kalmadıkları ve garnitürün de etken bir madde olduğu, garnitür olmadan sunulan tabakların ise müşteriler tarafından olumsuz karşılandığı sonucuna ulaşılmıştır. Müşterilerin

değerlendirmelerinden çıkan sonuçlar; garnitürlerin görsel ve tat olarak ana yemeği desteklemesi gerektiği görüşünü destekler niteliktedir. Son olarak müşterilerin görüşlerinden garnitürleri ana yemekten ayrı sunmanın uygun olmadığı, ana yemeğin garnitür ile tabakta bütünleşmesi ve birbirlerini tamamlamaları gerektiği görüşü hâkim olmuştur.

Müşterilerin gözünden bakıldığında geleneksel garnitürlere kıyasla modernize edilmiş garnitürlerin daha çok beğenildiği, yenilikçiliğe ve değişime açık oldukları sonucuna ulaşılmaktadır. Buna uygun olarak günümüzdeki yiyecek – içecek işletmelerinin esnek ve yenilikçi bir yapıda olabilmeleri, modern ve geleneksel tatları birleştirebilmeleri işletmelerin tercih edilmelerine ve rekabet avantajı sağlayabilmelerine yardımcı olacaktır.

Yapılan araştırmada gerek duyuusal analiz sonuçları gerekse müşterilere yönelik yapılan beğeni testlerinde geliştirilen garnitürler yüksek puanlar alarak beğenilmiştir. Bu kapsamda geliştirilen garnitürlerin gerek Trilye Restoran gerekse diğer deniz ürünleri restoranları için kullanılabileceği değerlendirilmektedir.

Araştırma sonuçlarının alan yazına da önemli katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir. Araştırmada gastronomik bir unsur olarak birden fazla amaca hizmet eden (görsellik, ana yemeği tamamlama vb.) garnitürlere yönelik ürün geliştirme çalışması yapılmıştır. Ayrıca ürün geliştirme sürecinin dışında bir adım ileri geçilerek geliştirilen ürünler deniz ürünlerine aşına olan müşterilerin beğenisine sunulmuş ve değerlendirmeleri alınmıştır. Tasarlanan bu modelin ve ulaşılan sonuçların bu anlamıyla alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca müşteriler gözünden garnitürler ve yemeklerde yenilikçi bakış açısı ele alınarak gerek bu alanda çalışan araştırmacılara gerekse işletme sahiplerine önemli sonuçlar sunulmuştur.

Daha önce de ifade edildiği gibi yemek süslemenin ve yemek sunumunun mutfak sanatları literatüründe az yer bulmasına rağmen araştırmada süslemenin, sunumun ve modernizasyonun yemeğin ayrılmaz bir parçası olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Dolayısıyla aşçılık ve gastronomi eğitimi veren kurumlara yemek süsleme, yemek sunumu ve yemeklerin modernizasyonu konularını ders kapsamlarına dahil etmeleri önerilmektedir. Bu durumun alan yazındaki kaynakları artıracığı ve bilgiye ulaşımı daha verimli bir hale getirebileceği öngörülmektedir.

Gastronominin en az araştırılan alanı olan garnitürler konusunda gelecekte farklı boyutlarıyla ilgili çalışmalar yapılabilir. Sürdürülebilir gastronomi ve gıda atıklarının önlenmesi kapsamında garnitürlerin ne kadarının tüketildiği ne kadarının atık olduğu incelenebilecek bir alan olarak değerlendirilmektedir. Bu konuyla ilgili bir başka araştırma

alanı ise garnitürlerin tabak tasarımı ve görsellik anlamında müşterileri ne kadar etkilendiği işletmelerin beklediği etkinin gerçekleşip gerçekleşmediğinin araştırılmasıdır. Garnitürler konusunda yapılacak araştırmalarla bu konudaki alan yazının gelişmesine katkıda bulunabileceği gibi işletmeler açısından da önemli katkılar sağlayabilir.

Tüm bu bulguların ışığında araştırma sadece garnitürler üzerinde denenmişken, ileride yapılacak araştırmalar çorba, salata, ana yemek, tatlı ve hatta içeceklerin de modernize edilerek denenebileceğini göstermektedir. Bu durum, müşteri memnuniyetinin artmasına, yiyecek – içeceklerin asıl hallerinin bozulmadan hem yenilenmesine hem de çeşitliliğinin sağlanmasına ve Türk mutfağının daha geniş bir kitleye ulaşmasına hatta Dünya gastronomisinde daha iyi bir noktaya kavuşmasına yardımcı olabilecektir.



KAYNAKÇA

- Acııcı, U. (2021). *Yiyecek İçecek İşletmelerinde Türk Kahveli Ürünlerin Geliştirilmesine Yönelik Deneysel Bir Çalışma*. Ankara: Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Adam, A. A. (2018). *Ürün Geliştirme ve Tüketici Yenilikçiliğinin Marka Sadakati Üzerindeki Etkisi: Konya İlinde Ampirik Bir Çalışma*. Konyaa: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Akoğlu, A., & Öztürk, E. (2018). Türkiye'de Fine Dining Restoranlara Bakış: Mutfak Yöneticileri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 430-443.
- Albayrak, A. (2017). Restoran İşletmelerinin Yenilik Uygulama Durumları: İstanbul'daki Birinci Sınıf Restoranların Üzerine Bir Çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 53-73.
- Armesto, F. F. (2007). *Yemek İçin Yaşamak, Yiyeceklerle Dünya Tarihi*. (E. Akhan, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ayre, C., & Scally, A. J. (2014). Critical Values for Lawshe's Content Validity Ratio: Revisiting the Original Methods of Calculation. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 47(1), 79-86.
- Aziz, P. D. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*. Ankara: Nobel.
- Baysal, A. (1993). *Türk Yemek Kültüründe Değişmeler, Beslenme ve Sağlık Yönünden Değişmeler*. Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Baysal, A. (2002). *Beslenme Kültürümüz*. Ankara: T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı Geleneksel El Sanatları.
- Belge, M. (2008). *Tarih Boyunca Yemek Kültürü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bucak, T., & Taşpınar, O. (2014). Türk Mutfağında Deniz Kültürünün Yeri ve Önemi. *International Journal of Human Sciences*, 1(11), 551-568.
- Carlson, N., Buskist, W., Martin, G., Heth, D., Donahoe, J., Miller, H., & Martin, N. (2013). *Psychology: The Science of Behavior* (Cilt 7). Edinburgh Gate, İngiltere: Pearson.
- Cevizkaya, G. (2015). *Tüketicilerin Etnik Restoran İşletmelerini Tercih Nedenleri: İstanbul'da Bir Araştırma*. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Ciğirim, N. (2001). Batı ve Türk Mutfağının Gelişimi, Etkileşimi ve Yiyecek - İçecek Hizmetlerinde Türk Mutfağının Yerine Bir Bakış. *Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı*(28), 49-61.
- Eliwa, R. A. (2006). *A study of customer loyalty and the image of the fine dining restaurant*. Oklahoma State University, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

- Encyclopedia Britannica*. (2021, Ekim 1). <https://www.britannica.com/topic/garnish> adresinden alındı
- Erdem, B., & Akyürek, S. (2017). Yeni Bir Mutfak Akımı: Yaşayan Mutfaklar. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 103-126.
- Gökçeğöz, S. (2019). *Yemek Kültürünün Rasyonelleşmesi: Kayseri'de Dışarıda Yemek*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Güldemir, O. (2014). Orta Asya'dan Cumhuriyet Dönemine Türk Mutfağındaki Yemeklerin Değişimi: Yazılı Kaynaklar Üzerinden Bir Değerlendirme. *VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi; Nisan 2014*, (s. 346-358). Aydın.
- Güler, S. (2010). Türk Mutfak Kültürü ve Yeme İçme Aışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(26), 24-30.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gürsoy, D. (1995). *Yemek ve Yemekçiliğin Evrimi*. İstanbul: Sofra Yemek Üretimi ve Hizmet.
- Har, L. K. (2008). *Service Dimensions of Service Quality Impancting*. University of Nevada Las Vegas, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- <http://blog.trilyerrestaurant.com>. (2021, 9 11). 2021 tarihinde alındı
- Karakuş, Y. (2017). *Turistik Bölgeler İçin Yeni Ürün Geliştirme Modeli: Nevşehir İli Üzerine Bir Uygulama*. Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Kızıldemir, Ö., Öztürk, E., & Sarıışık, M. (2017). Cumhuriyet Dönemi Türk Mutfak Kültürünün Özellikleri ve Yaşanan Değişimler. *VI. Ulusal II: Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu 14-15 Nisan*, (s. 349-356). Gaziantep.
- Kotler, P. (2012). *Kotler ve Pazarlama*. (A. Özyağcılar, Çev.) İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Lawshee, C. (1975). A Quantitative Approach to Content Validity. *Personnel Psychology*, 28(1), 563-575.
- Marcus, J. (2019). *Aging, Nutrition and Taste: Nutrition, Food Science and Culinary Perspectives for Aging Tastefully*. Cambridge, Massachusetts, ABD: Academic Press.
- MEGEP. (2018). *Sebze Garnitürleri*. Ankara: T.C Milli Eğitim Bakanlığı, Yiyecek İçecek Hizmetleri.
- Merdol, T. K. (1998). *Tarihten Günümüze Toplumlar ve Beslenme Aışkanlıkları. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*. (K. Toygar, Dü.) Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Mussman, K. D., & Pahalı, C. (1999). *Konaklama Tesislerinde Mutfak Hizmetleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi.

- Mwangi, A. (2010). *The Art and Science of Food Garniture*. Vaasa, Finlandiya: Vassan Ammattikorkeakoulu Vasa Yrkeshögskola University of Applied Sciences.
- Onoğur, P. D., & Elmacı, P. (2019). *Gıdalarda Duyusal Değerlendirme*. İzmir: Sidas.
- Özata, E. (2019). *Modernite Bağlamında Türk Mutfağına Özgü Yenilikçi Ürün Geliştirme*. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Pasini, W. (2001). *Aşk ve Yemek*. (C. Belge, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Samancı, Ö. (2016). Cumhuriyet Döneminde Türk Mutfak Kültürü. A. D. Arıkan (Dü.) içinde, *Türk Mutfak Kültürü* (s. 86-105). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Saran, N. (1992). *Antropoloji*. İstanbul: İnkilap Yayınevi.
- Sığrı, P. D. (2018). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Solmaz, Y., & Altınar, D. (2018). Türk Mutfak Kültürü ve Beslenme Alışkanlıkları Üzerine Bir Değerlendirme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 108-124.
- TDK. (2021, Ekim 1). *Türk Dil Kurumu Sözlükleri*. <https://sozluk.gov.tr> adresinden alındı
- Tezcan, M. (1997). Yemek Kültürü Dinsel Etkiler. *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları*, 139-146.
- Tezcan, M. (2000). *Türk Yemek Antropolojisi Yazıları*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Tuncel, M. (2000). *Fast - Food (Hızlı Yemek) Sisteminin Türk Mutfağına Uyarlanması ve Bir Uygulama*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Uygun, H. (2014). *Yeni Ürün Geliştirme ve Ortak Pazarlama Stratejisi: Trabzon Yöresel Turizm Destinasyonları Örneği*. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Yenal, N. Z. (1996). Bir Araştırma Alanı Olarak Yeme-İçmenin Tarihi ve Sosyolojisi. *Toplum ve Bilim Dergisi*(71), 195-227.
- Yılmaz, A. (2002). *İş Yerimiz Mutfak, Mesleğimiz Aşçılık, Sanatımız Pişirmek*. İstanbul: Boyut Yayın Grubu.
- Yurdigül, A. (2010). *Kültür Endüstrisi Bağlamında Yemek Kültürü Eleştirisi*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

EKLER

EK 1: PANEL GRUBU İÇİN OLUŞTURULAN DUYUSAL ANALİZ FORMU



BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ

DUYUSAL ANALİZ PANEL KATILIM BEYANI

Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları yüksek lisans öğrencisi Tayfun IŞIK tarafından çalışılan “Modernize Edilen Garnitür Sunumlarının Müşteri Beğenisine Etkisi: Trilye Restoran Örneği” başlıklı tez için dört adet ürün geliştirilmiştir. Değerlendirilmesi yapılacak olan her ürün için ayrı değerlendirme kriterleri belirlenmiştir. Bu ürünlerin duyu analizi panelinde kendi rızamla yer aldığımı beyan ederim.

Tarih:

Ad-Soyad:

İmza:

Sayın Panelist,

Değerlendirme yapmadan önce aşağıda size sunulan değerlendirme rehberini okuyunuz. Her ürünü ayrı bir şekilde rehber açısından değerlendirip 1 – 5 puan aralığında puanlayınız. Değerlendirme esnasında ağızda kalan tadı gidermek amacıyla su tüketmeyi unutmayınız.

Duyusal Analiz Puan Skalası	
Çok İyi	5 puan
İyi	4 puan
Vasat	3 puan
Kötü	2 puan
Çok Kötü	1 puan



“ÇITIR İSPANAK” DUYUSAL ANALİZ DEĞERLENDİRME FORMU

Panelistler için “Çıtır Ispanak” değerlendirme rehberi

Görüntü	Çıtır Ispanak hafif koyu olmalı, ıspanak yaprağını andırmalıdır.
Doku	Ispanak yenildiğinde çıtır bir doku olmalı, ıslak bir kıvamı olmamalı ve ağzın iç yüzeyine yapışmamalıdır.
Lezzet	Ispanak orijinal tadını kaybetmemiş olmalı, toprağımsı tat gelmemelidir.

“ÇITIR İSPANAK” HEDONİK SKALA FORMU

Sayın panelist, belirlenen kritere göre uygun gördüğünüz kutucuğu işaretleyiniz.

	1	2	3	4	5
Görüntü					
Doku					
Lezzet					
Genel Beğeni					
Ekleme istediğiniz düşünceler					

“PATATES ESPUMA” DUYUSAL ANALİZ DEĞERLENDİRME FORMU

Panelistler için “Patates Espuma” değerlendirme rehberi

Görüntü	Patates Espuma rengi ne açık ne de koyu olmalıdır. Sarımtırak olmalıdır.
Kıvam	Ne akışkan ne de koyu olmalıdır.
Doku	Pütürlülük (küçük hammadde partikülleri) olmamalı, ağızda kalıntı bırakmamalı, ağzın içinde köpüğümsü bir doku hissettirmelidir.
Lezzet	Patates tadı gelmeli ve baharatlar ön plana çıkmamalıdır.

“PATATES ESPUMA” HEDONİK SKALA FORMU

Sayın panelist, belirlenen kritere göre uygun gördüğünüz kutucuğu işaretleyiniz.

	1	2	3	4	5
Görüntü					
Kıvam					
Doku					
Lezzet					
Genel Beğeni					
Ekleme istediğiniz düşünceler					

“ROKA YAĞI” DUYUSAL ANALİZ DEĞERLENDİRME FORMU

Panelistler için “Roka Yağı” değerlendirme rehberi

Görüntü	Roka yağı, parlak yeşil olmalıdır ve berrak görünmelidir.
Viskozite	Akışkan olmalıdır.
Doku	Pütürlülük (küçük hammadde partikülleri) olmamalı, ağızda kalıntı bırakmamalıdır.
Lezzet	Roka tadı ön planda olmalı, yağ tadı rokanın tadını bastırmamalıdır.

“ROKA YAĞI” HEDONİK SKALA FORMU

Sayın panelist, belirlenen kritere göre uygun gördüğünüz kutucuğu işaretleyiniz.

	1	2	3	4	5
Görüntü					
Viskozite					
Doku					
Lezzet					
Genel Beğeni					
Ekleme istediğiniz düşünceler					

**“FERMENTE KIRMIZI SOĞAN TURŞUSU” DUYUSAL ANALİZ
DEĞERLENDİRME FORMU**

Panelistler için “Fermente Kırmızı Soğan Turşusu” değerlendirme rehberi

Görüntü	Kırmızı soğan turşusunun rengi mor olmalıdır.
Doku	Liflilik (ağızda kalıntı) bırakmamalı ve hafif dişe dokunur olmalıdır.
Lezzet	Baskın bir soğan tadı olmamalı, hafif asitli olmalı, hafif fermente tadı gelmelidir.

“FERMENTE KIRMIZI SOĞAN TURŞUSU” HEDONİK SKALA FORMU

Sayın panelist, belirlenen kritere göre uygun gördüğünüz kutucuğu işaretleyiniz.

Kriterler		1	2	3	4	5
Görüntü						
Doku						
Lezzet	(Soğan Tadı)					
	(Asitlilik)					
	(Fermente Tadı)					
Genel Beğeni						
Eklemek istediğiniz düşünceler						

EK 2: UZMANLARIN GÖRÜŞÜNE SUNULAN FORM

UZMAN DEĞERLENDİRME FORMU

Sayın uzman,

‘Modernize Edilen Garnitür Sunumlarının Müşteri Beğenisine Etkisi: Trilye Restoran Örneği’ başlıklı yüksek lisans tez çalışması kapsamında yarı yapılandırılmış görüşme formu geliştirilmiştir. Görüşme formunun veri toplamak için uygunluğunun değerlendirilmesi amacıyla değerli görüşlerinize ihtiyaç duymaktayız. Bunun için bir ‘‘Uzman Değerlendirme Formu’’ hazırlanmıştır. Form içindeki soruları, aşağıda belirtilen hususlara göre değerlendirmenizi talep etmekteyiz.

a. Herkes için aynı anlamı ifade ediyor mu?

b. Birbiriyle örtüşen maddeler var mı?

c. Bölünmesi gereken maddeler var mı?

Sorulara ilişkin incelemenizi form üzerinde yer alan ‘‘Kullanımı Uygun Değil’’, ‘‘Kullanımı Düzenlenerek Uygun’’ veya ‘‘Kullanımı Uygun’’ seçeneklerinden birini işaretleyerek belirtiniz. ‘‘Kullanımı Uygun Değil’’ veya ‘‘Kullanımı Düzenlenerek Uygun’’ seçeneklerinden birini seçtiyseniz, lütfen görüş ve önerilerinizi de ekleyiniz. Ayrıca, sorular arasında yer almayan ancak eklenmesini gerekli gördüğünüz sorular varsa, formun altındaki Ek kısmına yazabilirsiniz. Sorular, sizlerin görüşleri doğrultusunda gerekli güncellemeleri takiben uygulamaya sunulacaktır.

Araştırmacı

Öğr. Gör. Tayfun IŞIK

Başkent Üni.

Gastronomi ve Mutfak Sanatları

Danışman

Doç. Dr. Mustafa AKSOY

Hacı Bayram Veli Üni.

Gastronomi ve Mutfak Sanatları

UZMAN BİLGİLERİ:

Cinsiyetiniz:

Yaşınız:

Eğitim Durumunuz:

Göreviniz:

Toplam İş Deneyiminiz (yıl olarak):



Görüşme Formu	Maddeler		Uzman Görüşü			
			Kullanımı	Düzenlenerek Kullanımı	Kullanımı Uygun	Görüş ve Öneriler
“Modernize Edilen Garnitür Sunumlarının Müşteri Beğenisine Etkisi: Trilye Restoran Örneği”	1	Geleneksel anlayış ile hazırlanmış yiyeceklerin modernize edilerek sunulması hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?				
	2	Yenilikçi anlayış ile hazırlanan yiyeceklerin restoran seçiminizde etkisi olur mu?				
	3	Ana ürün ile tabakta sunulan garnitürlerin yemek seçiminizde etkisi olur mu?				
	4	Garnitür olmadan sunulan bir ana yemek sizin için ne ifade eder?				
	5	Garnitürlerin görsel ve tat olarak ana yemeği desteklediğini düşünüyor musunuz?				
	6	Garnitürlerin ana yemekten ayrı servis edilmesi hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?				
	EK	Varsa Öneri Sorular				
	1					
	2					

EK 3: UZMAN DEĞERLENDİRMELERİ ANALİZ TABLOSU

	Soru 1:	Soru 2:	Soru 3:	Soru 4:	Soru 5:	Soru 6:
Uzman 1:	3	3	3	3	3	3
Uzman 2:	3	3	3	3	3	3
Uzman 3:	3	3	3	3	3	3
Uzman 4:	3	3	3	3	3	3
Uzman 5:	3	3	3	3	3	3
Uzman 6:	3	3	3	3	3	3
Uzman 7:	3	3	3	3	3	3
Uzman 8:	3	3	3	3	3	3
Uzman 9:	3	3	3	3	3	3
Uzman 10:	3	3	3	3	3	3
Uzman 11:	3	3	3	3	3	3
Uzman 12:	3	3	3	3	3	3
Uzman 13:	3	3	3	3	3	3
Uzman 14:	3	3	3	3	3	3
Uzman 15:	3	3	3	3	3	3
Uzman 16:	3	3	3	3	3	3
Uzman 17:	3	2	3	3	3	3
Uzman 18:	3	3	2	3	2	3
Uzman 19:	3	3	3	1	3	1
Uzman 20:	2	3	3	2	3	2
Uzman 21:	3	3	3	3	3	3
Uzman 22:	3	3	3	3	3	3
Uzman 23:	3	3	3	3	3	3
Uzman 24:	2	2	3	2	3	3
Uzman 25:	3	3	3	3	3	3
Uzman 26:	2	3	3	3	2	3
Uzman 27:	3	3	3	3	3	3
Uzman 28:	2	2	3	3	3	3
Uzman 29:	2	3	2	3	3	3
Uzman 30:	3	3	3	3	3	3
Ne	25	27	28	27	28	28
İGO	0,666667	0,8	0,866667	0,8	0,866667	0,866667
Kullanım Durumu	Kullanım Uygun	Kullanım Uygun	Kullanım Uygun	Kullanım Uygun	Kullanım Uygun	Kullanım Uygun

EK 4: MÜŞTERİLERE YÖNELİK NİHAİ GÖRÜŞME FORMU



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

Katılımcı No:

Bu çalışma “*Modernize Edilen Garnitür Sunumlarının Müşteri Beğenisine Etkisi: Trilye Restoran Örneği*” adlı tez çalışması için Trilye Restoran’da ağırlanan misafirlerin ana yemek tabaklarında sunulan garnitürlerin yeni teknikler ile geliştirilmesine dair bakış açılarını değerlendirmek amacı ile hazırlanmıştır.

Çalışma için verilmiş olan cevaplar gizlilik ilkesince incelenecek ve üçüncü taraflar ile paylaşılmayacaktır. Katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.

Tayfun IŞIK

Başkent Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Gastronomi ve Mutfak Sanatları

1. Bölüm

- 1.1 Cinsiyetinizi belirtiniz: () Kadın () Erkek
- 1.2 Yaşınız:
- 1.3 Öğrenim Durumunuz:
() İlköğretim Mezunu () Lise Mezunu
() Üniversite/Yüksekokul Mezunu () Yüksek Lisans/Doktora Mezunu
- 1.4 Dışarıda yemek sıklığınız için uygun olan seçeneği işaretleyiniz.
() Haftada bir kez () Haftada en az üç kez
() Ayda bir kez () Ayda en az üç kez
Diğer...
- 1.5 Trilye Restoran’ı ziyaret sıklığınız için uygun olan seçeneği işaretleyiniz.
() Haftada bir kez () Haftada en az üç kez
() Ayda bir kez () Ayda en az üç kez
Diğer...

2. Bölüm

Size sunulmuş olan garnitürlerden “Görünüş, Tat – Aroma ve Ana Ürün ile Uyum” başlıkları altında kendinize yakın hissettiğiniz alan için işaretleme yapınız.

(Sıfır noktası nötr olarak belirlenmiştir.)

Görünüş:

Fırın Patates	< _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ >	Patates Espuma
	5 4 3 2 1 0 1 2 3 4 5	
Roka / Soğan	< _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ >	Roka Yağlı Fermente Soğan Turşusu
	5 4 3 2 1 0 1 2 3 4 5	
Kremalı Ispanak	< _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ >	Çıtır Ispanak
	5 4 3 2 1 0 1 2 3 4 5	

Tat – Aroma:

Fırın Patates	< _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ >	Patates Espuma
	5 4 3 2 1 0 1 2 3 4 5	
Roka / Soğan	< _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ >	Roka Yağlı Fermente Soğan Turşusu
	5 4 3 2 1 0 1 2 3 4 5	
Kremalı Ispanak	< _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ >	Çıtır Ispanak
	5 4 3 2 1 0 1 2 3 4 5	

Ana Ürün İle Uyum:

Fırın Patates	< _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ >	Patates Espuma
	5 4 3 2 1 0 1 2 3 4 5	
Roka / Soğan	< _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ >	Roka Yağlı Fermente Soğan Turşusu
	5 4 3 2 1 0 1 2 3 4 5	
Kremalı Ispanak	< _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ >	Çıtır Ispanak
	5 4 3 2 1 0 1 2 3 4 5	

3. Bölüm

- I. Garnitür sizin için ne ifade eder?
- II. Geleneksel anlayış ile hazırlanmış yiyeceklerin modernize edilerek sunulması hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?
- III. Yenilikçi anlayış ile hazırlanan yiyeceklerin restoran seçiminizde nasıl bir etkisi olur?
- IV. Ana ürün ile tabakta sunulan garnitürlerin yemek seçiminizde ne düzeyde bir etkisi olur?
- V. Garnitür olmadan sunulan bir ana yemek sizin için ne ifade eder?
- VI. Garnitürlerin görsel ve tat olarak ana yemeği desteklediğini düşünüyor musunuz?
- VII. Garnitürlerin ana yemekten ayrı servis edilmesi hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?

EK 5: TRİLYE RESTORAN İZİN BEYANI

Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı yüksek lisans öğrencisi Tayfun IŞIK' ın “*Modernize Edilen Garnitür Sunumlarının Müşteri Beğenisine Etkisi: Trilye Restoran Örneği*” adlı tez araştırmasının beğeni testi ve görüşme formlarının restoranımızda uygulanmasına izin verilmiş ve restoran adımızın araştırmada kullanılması uygun bulunmuştur.

Koray ÜZMEZ

Genel Müdür

Süreyya ÜZMEZ

İşletme Sahibi

