

**TÜRK YEMEKLERİNİN ÇİNLİ TURİSTLERİN MEMNUNİYETİ VE
TEKRAR ZİYARET ETME NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**

Mohammed SEDER
(Yüksek Lisans Tezi)
Eskisehir, 2017

**TÜRK YEMEKLERİNİN ÇİNLİ TURİSTLERİN MEMNUNİYETİ VE
TEKRAR ZİYARET ETME NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**

Mohammed SEDER

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Alev DÜNDAR ARIKAN

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Mayıs, 2017

Bu Tez Çalışması BAP Komisyonunca kabul edilen 1603E103 no.lu proje kapsamında desteklenmiştir.

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Mohammed SEDER'in "Türk Yemeklerinin Çinli Turistlerin Memnuniyeti ve Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerindeki Etkisi" başlıklı tezi 31 Mayıs 2017 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca toplanan Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında, yüksek lisans tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Yrd.Doç.Dr.Alev DÜNDAR ARIKAN

Üye : Doç.Dr.Murat DOĞDUBAY

Üye : Yrd.Doç.Dr.Hakan YILMAZ

Prof.Dr. Kemal YILDIRIM
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ÖZET

Türk Yemeklerinin Çinli Turistlerin Memnuniyeti ve Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerindeki Etkisi

Mohammed SEDER

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mayıs 2017

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Alev DÜNDAR ARIKAN

Yeme ve içme bir destinasyondaki turistler için zorunlu faaliyetler olduğundan turizm ve gastronomi, birbiriyle örtüşen ve birbirinden ayrılması neredeyse imkânsız kavramlar olarak kabul edilmektedir. Ülkelerin yerel mutfakları, önemli bir çekicilik unsuru olarak farklı ülkelerden gelen turistleri o destinasyona çekebileceği gibi bu turistleri ülkeden soğutarak uzaklaşmalarına da sebep olabilir. Son yıllarda Türkiye'ye gelen turist sayısında ve elde edilen turizm gelirlerinde yaşanan düşüş yeni pazarlara açılmayı gerektirmektedir. Bu noktada turist gönderen ülkeler içerisinde üst sıralarda yer alan Çin'in ve en çok harcama yapan turistler oldukları bilinen Çinli turistlerin Türk turizmi için taşıdığı önem daha da artmaktadır.

Çinli turistlerin Türk yemekleri hakkındaki görüşlerini ve Türkiye'de kaldıkları süre içerisinde daha çok ne tip yemekleri tercih ettiklerini belirlemek amacı ile gerçekleştirilen bu çalışmada, Türk Mutfağının, Çinli turistlerin Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisi ile Çinli turistlerin yeni yemekleri denemeye istekli olup olmadıkları da incelenmiştir. Araştırmacı tarafından Şubat-Ekim 2016 tarihleri arasında İstanbul, Antalya ve Ankara'daki uluslararası fuarlarda 400 kişiye yüz yüze görüşme yöntemi ile desteklenmiş anket uygulanmıştır.

Çalışmanın sonuçları, Çinli turistlerin çoğunluğunun kendi kültürlerine yabancı yeni yiyecekleri denemeye istekli olduklarını ancak Türkiye'yi ziyaretleri sırasında özellikle öğle öğününde daha çok Çin yemeklerini yemeyi tercih ettiklerini, Türk yemeklerini daha çok akşam öğününde tükettiklerini göstermektedir. Çinli turistlerden en çok Çin'in merkez ve doğu ardından da kuzey ve güney bölgelerinden gelenlerin Türk yemeklerini tercih ettikleri; Batı'dan gelen turistlerin tamamının sadece Çin yemeği tükettiği ve Çinli turistlerin çoğununun Türk yemeklerini fazla yağlı ve fazla baharatlı buldukları da çalışmada ortaya konulan sonuçlar arasındadır. Çinli turistlerin Türk yemeklerinden en çok balık, salata, pilav ve et yemeklerini beğendikleri; Türk tatlılarını, ise fazla tatlı buldukları da araştırma kapsamında ulaşılan sonuçlar arasındadır. Çalışma sonuçları ayrıca Türk yemeklerinin katılımcıların Türkiye'yi yeniden ziyaret etme kararını etkilemeyeceğini de göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Türk mutfağı, Çinli turist, Çin mutfağı, Yemek seçimi.

ABSTRACT

The Effect of Turkish Food on Chinese Tourists' Satisfaction and Intention to Revisit Turkey

Mohammed SEDER

Department of Tourism Management

Anadolu University, Graduate School of Social Sciences, May, 2017

Danışman: Asst. Prof. Dr. Alev DÜNDAR ARIKAN

Since eating and drinking are obligatory activities for tourists in destination, the terms tourism and gastronomy are overlapping to the extent that make it difficult or nearly impossible to be separated. Countries' local cuisine consider as an important attraction, attract tourist from different countries over the world or impediment, alienate tourists of a destination. In the last years Turkey faced a radical decreasing of tourist's numbers and tourism income alike, which create a necessity to search for new market. At this point China consider as one of the leader countries of outbound tourism, in the same time the spending power of Chinese tourists recorded among tourists who spend the most in destination, which increase the importance of Chinese tourists for Turkish tourism.

The purpose of this study was to investigate the Chinese tourists' opinion about Turkish cuisine and to determine which kind of food they prefer to eat the most during their stay in Turkey, and to examine the effect of the Turkish cuisine on Chinese tourists' decision to revisit Turkey. And finally investigate if Chinese Tourists are open to try new food (novel food) or not. A total of 400 questionnaire has been administered by researcher face-to-face with the sample during the international fairs in Istanbul, Antalya and Ankara between February and October 2016.

The results of this study show that Chinese tourists are seeking to try new and novel food unfamiliar to their culture, however the majority of Chinese tourists ate Chinese food during their stay in Turkey, they mostly have Turkish food on dinner. Tourists from Centre and East of China consumed Turkish food more than tourists from North and South. While tourists from the West consumed Chinese food only during their stay in Turkey. In general most of Turkish food was fatty and seasoned for Chinese tourists and the most preferable dishes among Turkish cuisine was fish, meat, rice and salad dishes, while Turkish desserts was very sweet for them. Finally, the results show that Turkish food will not affect Chinese tourists' decision to revisit Turkey.

Keywords: Turkish cuisine, Chinese tourists, Chinese cuisine, Food preferencess.

31/05/2017

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tez çalışmanın bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumda bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilmeyen tüm veri ve bilgileri için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla tarandığını ve hiçbir şekilde intihal içermediğini beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

Mohammed SEDER

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
BAŞLIK SAYFASI.....	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	iv
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar DİZİNİ.....	viii
1. GİRİŞ	1
1.1. Çalışmanın Amacı ve Önemi.....	6
1.2. Çalışmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları.....	7
1.3. Tez Çalışmasının Düzeni	8
2. ALANYAZIN	9
2.1. Yemek Seçimi	9
2.2. Gıda Neofobisi ve Gıda Neofilisi	12
2.3. Gastronomi ve Turizm.....	14
2.4. Türk Mutfağı	17
2.4.1. Türk mutfağının tarihi.....	17
2.4.2. Türk mutfağının özellikleri	19
2.4.3. Türk yemekleri ve içecekleri	21
2.4.3.1. Türk yemekleri.....	21
2.4.3.2. Türk içecekleri	28
2.4.4. Türk mutfağında öğünler	30
2.4.4.1. Kahvaltı.....	30
2.4.4.2. Öğle ve akşam yemekleri.....	31
2.5. Çin Mutfağı.....	31
2.5.1. Çin mutfağının tarihi	31
2.5.2. Çin mutfağının özellikleri	33
2.5.3. Çin yiyecekleri ve içecekleri	39
2.5.3.1. Çin yemekleri	40
2.5.3.2. Çin içecekleri	44
2.5.4. Çin mutfağında öğünler	45

2.5.4.1. Kahvaltı.....	45
2.5.4.2. Öğle ve akşam yemekleri.....	46
2.6. Türk ve Çin Mutfaklarının Karşılaştırılması.....	46
3. ALAN ARAŞTIRMASI.....	49
3.1. Araştırmanın Yöntemi.....	49
3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	49
3.3. Veri Toplama Yöntem ve Aracı.....	51
3.4. Araştırmada Kullanılacak İstatistikî Teknikler.....	52
3.4.1. Tanımlayıcı istatistikler	52
3.4.2. Çapraz tablolama	52
3.5. Verilerin Analizi ve Bulgular	53
3.5.1. Demografik profile ilişkin bulgular	53
3.5.2. Geçerlilik ve Güvenilirliğe İlişkin Bulgular	54
3.5.3. Ziyaret sıklığı	54
3.5.4. Yemek tercihleri	55
3.5.5. Türk yemeklerine ilişkin görüşler.....	55
3.5.6. Tekrar ziyaret niyetine ilişkin bulgular	61
3.5.7. Yeni yemeklere yaklaşıma ilişkin bulgular	62
3.5.8. Çapraz tablolar	63
3.6. Yorum, Sonuç ve Öneriler.....	72
KAYNAKÇA.....	76
EKLER	
ÖZGEŞMİŞ	

TABLULAR DİZİNİ

	Sayfa
Tablo 2.1. Türk Mutfağında Yaygın Olarak Kullanılan Malzemeler.....	19
Tablo 2.2. Türk Mutfağından Çorba Örnekleri.....	22
Tablo 2.3. Türk Mutfağından Sebze Yemeği Örnekleri	22
Tablo 2.4. Türk Mutfağından Et ve Tavuk Yemeği Örnekleri	23
Tablo 2.5. Türk Mutfağından Yaygın Olarak Görülen Deniz Ürünleri.....	25
Tablo 2.6. Türk Mutfağından Ekmek ve Hamur İşi Örnekler.....	26
Tablo 2.7. Türk Mutfağından Pilav Örnekleri.....	27
Tablo 2.8. Türk Mutfağından Tatlı Örnekleri.....	28
Tablo 2.9. Çin Mutfağının Kronolojik Gelişimini.....	32
Tablo 2.10. Çin Mutfağının Yaygın Olarak Kullanılan Malzemeleri.....	34
Tablo 2.11. Bölgeye Göre En Çok Yenilen Yiyecekleri.....	39
Tablo.2.12. Türk Mutfağı ve Çin Mutfağının Karşılaştırılması	47
Tablo 3.1. $\alpha=0.05$ için Örneklem Büyüklükleri.....	50
Tablo 3.2. Demografik Profile İlişkin Bulgular	53
Tablo 3.3. Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları.....	54
Tablo 3.4. Ziyaret Sıklığı.....	54
Tablo 3.5. Yemek Tercihleri.....	55
Tablo 3.6. Pilavlara İlişkin Bulgular.....	56
Tablo 3.7 Et Yemeklerine İlişkin Bulgular.....	56
Tablo 3.8 Sebze Yemeklerine İlişkin Bulgular.....	57
Tablo 3.9 Çorbalara İlişkin Bulgular.....	57
Tablo 3.10 Salatalara İlişkin Bulgular.....	58

Tablo 3.11 Balıklara İlişkin Bulgular.....	58
Tablo 3.12 Bakliyat Yemeklerine İlişkin Bulgular.....	59
Tablo 3.13 Makarna ve Hamurişlerine İlişkin Bulgular.....	59
Tablo 3.14 Tatlılara İlişkin Bulgular.....	60
Tablo 3.15 Türk Öğle ve Akşam Yemeklerine İlişkin Bulgular.....	60
Tablo 3.16. Kahvaltı Öğününe İlişkin Bulgular.....	61
Tablo 3.17. Türk Yemeklerinin Tekrar Türkiyeyi Ziyaret Niyetine Etkisi.....	61
Tablo 3.18. Türkiye'yi Tekrar Ziyaret Niyetine İlişkin Bulgular.....	62
Tablo 3.19. Neofilik/Neofobik Testi.....	63
Tablo 3.20. Ziyaret Sıklığına Göre Tekrar Ziyaret Niyetine Türk Yemeklerinin Etkisi...64	
Tablo 3.21. Katılımcıların Çin'de Yaşadıkları Bölgelere Göre Yemek Tercihleri	64
Tablo 3.22. Katılımcıların Et Yemeklerine İlişkin Görüşlerinin Bölgesel Dağılımı.....	65
Tablo 3.23. Katılımcıların Pilavalara İlişkin Görüşlerinin Bölgesel Dağılımı.....	65
Tablo 3.24. Katılımcıların Sebze Yemeklerine İlişkin Görüşlerinin Bölgesel Dağılımı	66
Tablo 3.25. Katılımcıların Salatalara İlişkin Görüşlerinin Bölgesel Dağılımı.....	66
Tablo 3.26. Katılımcıların Çorbalara İlişkin Görüşlerinin Bölgesel Dağılımı.....	67
Tablo 3.27. Katılımcıların Balık Yemeklerine İlişkin Görüşlerinin Bölgesel Dağılımı.67	
Tablo 3.28. Katılımcıların Tatlılara İlişkin Görüşlerinin Bölgesel Dağılımı.....	68
Tablo 3.29. Katılımcıların Kahvaltıya İlişkin Görüşlerinin Bölgesel Dağılımı.....	68
Tablo 3.30. Çin'de Yaşanılan Bölgelere Göre Türk Yemeklerinin Tekrar Ziyaret Niyetine Etkisi.....	69
Tablo 3.31. Cinsiyete Göre Yemek Tercihi	69
Tablo 3.32. Ziyaret Sıklığına Göre Yemek Tercihi	70
Tablo 3.33. Yaş Gruplarına Göre Yemek Tercihi	71

1. GİRİŞ

Turizm ve yemek kavramları birbirinden ayıramayacak bir şekilde iç içe geçmiştir. Doğa, hava şartları, kültür, tarih ve gidilecek yerin mutfağı gibi unsurlar turistleri o yere çekme ya da oradan yabancılaştırmada önemli bir rol oynamaktadır. Bu sebeple de turistlerin bir ülkeyi ziyaret etme kararını doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemektedir. Hükümetler ve tur şirketleri kendi turistik bölgelerinin reklamını yapmak ve turist sayısını yükseltmek için bu unsurları kullanırlar. Diğer yandan, bu unsurlar turistleri bir yeri ziyaret etmekten soğutan engeller de olabilmektedir. Örneğin, bazı turistler soğuk hava yüzünden kışın Rusya'yı ziyaret etmeyi tercih etmezken, diğerleri ise mutfağı sebebiyle Tayland'ı tercih etmemektedir. Yemek doğrudan sağlık ve hijyenle bağlantılı olduğu için, diğer bazı çekiciliklerden daha önemlidir. Tatmayla ortaya çıkan yeme veya içme etkinlikleri vücudu doğrudan çevreyle münasebete sokmakta ve bu yüzden olası bir risk teşkil etmektedir (Cohen ve Avieli,2004). Hasta olma korkusu turistlerin bazı yerel yiyecekleri denememelerine sebep olabilmektedir. Bazı insanların, mide alışılmışın dışında ve tanıdık olmayan yiyeceklere karşı hassas olduğunda ortaya çıkan 'mide rahatsızlığı' vardır. Tüm bunlar yemeğin tatili daha eğlenceli hale getirebileceği gibi kişiyi hasta ederse bütün tatili mahvedebileceğini de göstermektedir.

Gastronomi ve ülke mutfakları turizmde önemli roller üstlenmektedir. Aslında gastronomi iki tarafı da keskin bir bıçak gibi düşünülmektedir. Ülkede yaygın olan yeme içme alışkanlıkları, tüketilen yiyecekler, kullanılan gıda maddeleri, pişirme yöntemleri gibi pek çok değişkene bağlı olan mutfak kültürü turistleri bir ülkeye çekmek ya da o ülkeyi ziyaret etme isteğinden uzaklaştırmak gibi iki zıt etki oluşturabilmektedir. Örneğin, insanların 'gerçek İtalyan pizzası yemek için İtalya'ya gitmek istiyorum' dediklerini duyabilirken, diğer yandan çeşitli internet sitelerinde 'Tayland'a gitmek istemiyorum çünkü orada yiyecek bir şey yok.' 'Vietnam'da et yemeyin' ya da 'Çin'e giderseniz, yanınızda sandviç götürün' gibi yorumlara rastlanılabilmektedir. Tüm bunların yanında gastronomi ve ülkelerin mutfak kültürleri din ve inanışlarla da alakalıdır. Örneğin, İslam ve Yahudi kültürlerinde domuz eti, at eti veya hayvan leşi yemek yasak olduğu gibi Hinduizm'de de sığır eti yemek veya bir ineği öldürmek yasaktır.

İnsanların yeni yiyeceklere karşı tutumu da gittikleri yerlerdeki yemek seçimlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Bazı insanlar yeni şeyler denemekten kaçınırken (neophobic) diğerleri ise yeni yiyeceklere aşırı istekli olabilmektedirler (neophylic). Yeni bir yiyecekla karşılaştıklarında, bazı insanlar neredeyse her şeyin tadına bakmak isterken, bazıları ise sadece alışık olduklarına bağlı kalmaktadırlar (Leufkens, 2012).

İlk bakışta, yeme-içme ve yiyecek seçimi basit bir karar olarak görünmekle birlikte gerçekte pek çok farklı unsurdan etkilenen ve bu unsurların karşılıklı etkileşimiyle oluşan karmaşık bir karardır (Köster, 2009). Yiyecek seçimi insan davranışları üzerine kurulu karmaşık bir konudur. Turistler bir yeri gezerken ‘Ne yiyeceğiz?’ ‘Nerede yiyeceğiz’ gibi soruları cevaplayarak çok zaman geçirmektedirler. Herkes lezzetli şeyler denemek ve yemek ister ama herkesin farklı bir damak tadı vardır. Bu sebeple de kimileri için lezzetli olan bir yiyecek, diğerleri için çok tatsız olabilir. Sosyal statü de yiyecek seçimini etkilemektedir. Bazı turistler pahalı restoranları tercih ederken diğerleri yerel ve halkın daha çok tercih ettiği restoranları arayabilir. Yemek yemek, açlık ihtiyacını gidermekten çok daha fazlasını içerir. İnsanlar çoğunlukla kendilerini daha iyi hissetmek ya da boş vakitlerini diğer insanlarla paylaşmak için de birlikte yemek yemeyi tercih ederler. Yemek yerken, anılardan, başka yerlerden ve diğer insanlardan bahsedilir (Rodríguez-Arauz vd., 2016).

Dünyadaki toplumlar farklı mutfaklara, yemek kültürlerine, pişirme, servis etme ve yeme kültürlerine sahiptirler. Yemek seçerken verilen kararlar, yemek yerken oluşan tüm kurallar, kiminle ve ne kadar sürede yendiği ve hatta nelerin ve ne kadar sürede pişirildiği içinde bulunan kültür ve toplum tarafından belirlenir (Kittler ve Sucher, 2008). Toplumlar kültürlerini ve hayal güçlerini geliştirerek mutfaklarını dünyaya açmak, yabancı turistleri çekmek ve farklı toplumlarla iyi ilişkiler geliştirmek için yemeği kullanırlar (Pham, 2013). Bilindiği üzere tüketilen yemekler kültürlere ve coğrafyaya göre farklılık gösterir (Dünya sağlık örgütü, 2002).

Çin, güçlü ekonomisini, geniş topraklarını ve çok sayıdaki insan kaynaklarını göz önüne alınca dünyanın en büyük ve en önemli ülkelerinden biridir. Turistler Çin’e ticaret ve iş için ya da dünyaca ünlü Çin tedavisinden faydalanmak, dünyadaki en ilginç kültürlerden birini keşfetmek gibi çok çeşitli amaçlarla gitmektedirler. 2015 yılında Çin 56,9 milyon kişi ile turist kabul eden ülkeler arasında Fransa, Amerika Birleşik Devletleri ve İspanya’nın ardından dördüncü sırada yer alırken, turizm gelirleri açısından ise 114.1

milyon Amerikan Doları ile Amerika Birleşik Devletleri'nin ardından ikinci sırada yer almaktadır (UNWTO Tourism Highlights, 2016 edition, p:6). 2015 yılında Çin'den yurtdışına giden turist sayısı ise önceki döneme göre %10 artarak 128 milyon kişiye yükselmiştir. Bu turistlerin 2015 yılında yaptıkları turizm harcamaları da önceki döneme göre %26 oranında artarak 292 milyar Amerikan Doları'na ulaşmıştır. Bununla birlikte, Çin, 2017 yılı mart ayı verilerine göre 1.388.232.693 kişi ile¹ dünyadaki en fazla nüfusa sahip olan ülkedir. Bu kalabalık nüfusun turizm faaliyetlerine katılma payı düşünüldüğünde, Çinli turistlerin önemi daha da belirgin bir şekilde görülebilmektedir. Çin, Tayland, Japonya, Güney Kore, Maldivler, Rusya ve Birleşik Krallık gibi çeşitli ülkelerin en önemli turist kaynağı haline gelmiştir²

Bu çalışmada ise Çin, turist kabul eden ülke olması açısından değil, turist gönderen ülke olması açısından önemli görülmektedir. Çinli turistler ev sahibi ülkeler için oldukça önem arz etmektedirler. Örneğin, Çinli turistlerin Türkiye'de Rus turistlerden üç kat daha fazla harcama yaptıkları³ bilinmektedir. Tayland'da ülkeye en çok kâr getiren turistlerin Çinli turistler olduğu düşünülmektedir.

Çin, dünyada en çok turist gönderen ülkelerden bir tanesidir. Çin'in turist gönderen ülke olarak gelişimi, hem araştırmacılar hem de uygulayıcılar açısından tüm dünyada dikkatle izlenmektedir (Xu ve McGehee, 2012). Çin Turizm Akademisi tarafından (2013), Çin'in dünyada, yurtdışı turizmi anlamında ilk ikide olduğu belirlenmiştir (World Travel and Tourism Council (WTTC), 2006). Çin'in 2015'de yurtdışına giden turist sayısının 128 milyon olmasından yola çıkılarak, 2020 yılında bu rakamın 100 milyon olacağı tahmin edilmektedir. Yurtdışına seyahate giden Çinli turistlerin tümü, turizmin gelişimi açısından güzel fırsatlar sağlarken, turist kabul eden ülkelerde ise Çinli turistlere hizmet sunacak personel istihdamı açısından kaygı yarattığı bilinmektedir.

Avustralya'da Çinli turistlere hem hükümet hem de özel sektör tarafından büyük bir önem verilmektedir. Avustralya'daki Çinli turistler üzerine yapılmış çok sayıda akademik çalışma bulunması da bunun bir göstergesidir. Avustralya İstatistik Bürosuna göre (2005), 1985 yılından beri, Avustralya'ya gelen Çinli turistlerin sayısı her yıl yaklaşık % 26 oranla artarak 2005 yılında 285.800 kişiye ulaşmıştır. Avustralya'da gerçekleştirilen bir

¹ <http://www.worldometers.info/world-population/china-population/> (Erişim Tarihi: 25.01.2016)

² <https://www.travelchinaguide.com/tourism/2016statistics/outbound.htm> (Erişim Tarihi: 28.01.2016)

³ www.gazeteturizm.com (Erişim Tarihi: 28.01.2016)

çalışmaya göre, bir Çinli turistin ortalama harcaması, bir Japon turistin yaptığı harcamanın dört katıdır. Avustralya Turizm Bakanlığında, Çinlilerin hareket planı üzerine çalışan bir departman, 2014 yılında Avustralya'yı ziyaret eden Çinlilerin yılda 5.9 milyar Avustralya Doları harcayacaklarını saptanmıştır (Lau ve Mold, 2006). Buna ek olarak, Avustralya Turizm Öngörü Komitesi (2007), 2006 yılında 308.000 Çinlinin geldiğini ve bu rakamın 2016 yılında, 1,016,000 olacağını rapor etmiştir.

Yukarıda anlatılan nedenlerden dolayı turist gönderen ülke olarak Çin'in turizm pazarındaki önemi görmezden gelinemeyecek kadar büyüktür. Çin iş hukukuna göre, Çinlilerin 104 günü hafta sonu ve 11 günü izin olmak üzere 115 gün tatili vardır. Ayrıca, işçilerin de 5 ile 15 gün arası yıllık izinleri vardır (Yi chen vd., 2013). Çin'deki insanların büyük çoğunluğu yılda 10.91 günlerini seyahatte geçirmektedirler. Bununla birlikte, Çinlilerin seyahat aktiviteleri, tarihi ve kültürel yerler üzerine yoğunlaşmıştır (Run vd., 2008). Orta ve yüksek gelire sahip olan Çinliler, seyahat etmenin doğuştan gelen bir hak olduğunu düşünürler (WTTC, 2006).

Çinli turistlerinin yemek kültürlerinin, yöresel yemeklerin değerlendirilmesinde önemli bir etkisinin olduğu çeşitli araştırmalarda ortaya konulmuştur. Örneğin, Avustralya'daki Çinli turistler üzerinde gerçekleştirilen bir çalışma, Çinli turistlerden büyük çoğunluğunun yemek için Çin restoranlarını tercih ettiklerini göstermiştir (Chang vd., 2011). Amerika'daki Çinli göçmenler üzerinde gerçekleştirilen bir başka araştırmada ise farklı bir sonuç elde edilmiş ve Çinlilerin göç ettikten sonra, Çin tarzındaki kahvaltının hazırlanmasının uzun sürdüğünü düşündükleri için batı tarzı kahvaltıları daha çok tercih ettikleri belirlenmiştir (Satia vd., 2000).

Chang ve arkadaşları (2010), Çinli turistlerin yemek tercihleri üzerine yürüttükleri araştırmada, Çinli turistlerin yeni yöresel tatları denemeye hazır olmadıklarını ve bu yüzden sürekli Çin restoranı arama çabası içinde olduklarını tespit etmişlerdir. Araştırma sonuçları bazı Çinli turistlerin değişik yöresel lezzetleri tatmanın heyecanlı olduğunu düşünmelerine rağmen yine de Çin yemeklerini tercih ettiklerini göstermiştir. Bu araştırmanın sonucuna göre; Çin yemekleri ana tercih olmak için fazlalıkla baskındır. Çinli turistlerin çoğu, yöresel tatları denemeye hevesli olsa da, hepsi açık bir şekilde, her yemekte yöresel lezzetlerden yemenin onlar için imkânsız olduğunu açıklamıştır.

Çinli turistlerin Türkiye turizmi açısından taşıdığı önem özellikle 2013 yılından bu yana yaşanmakta olan sosyal, siyasi, ekonomik problemler ile terör ve güvenlik sorunları nedeniyle daha da önemli hale gelmiştir. Türkiye'yi, 2012'de ziyaret eden turist sayısı 31.782.832 iken, bu rakam 2013'te, %9,84 yükselerek 34.910.098 turiste ulaşmıştır. 2014 yılında da oranı azalmakla birlikte turist sayısında %5,52 artış yaşanmış ve gelen turist sayısının 36.837.900'e kadar yükseldiği görülmüştür⁴. Son iki yılın rakamları incelendiğinde ise gelen turist sayılarında önemli derecede düşüş olduğu görülmektedir. 2015'te 36.244.632 kişiye düşen gelen turist sayısı, 2016 yılına gelindiğinde 25.352.213 kişiye kadar gerilemiştir⁵. Türkiye'ye gelen turist sayılarında özellikle son iki yılda yaşanan bu önemli orandaki düşüş, ülkenin turizm politikalarının gözden geçirilmesini ve yeni pazarlara yönelmeyi zorunlu hale getirmiştir. Çin, gerek turist sayısı gerekse turizm harcamaları açısından yönlenebilecek yeni pazarlar arasında öne çıkmaktadır.

Hem Türkiye hem de Çin turizm sektöründe gelişmiş ülkelerdir. İkisi de her yıl dünyanın her yerinden milyonlarca turist çeken bölgeler listesine ismini yazdırmıştır. Turistik ülkeler olması açısından benzer olmalarına rağmen, Türkiye ve Çin kültür ve özellikle de yemek kültürü açısından önemli farklılıklar gösteren iki ülkedir. Yeme alışkanlıkları kültürle bağlantılı ve öğrenilmiş davranışlardır. Din, yaşanan bölgenin coğrafi, ekonomik, iklimsel ve sosyo-kültürel özellikleri insanların yemek tercihleri ve alışkanlıkları üzerinde etkili olur ve bölgeden bölgeye, ülkeden ülkeye değişen mutfak kültürlerini oluşturur. Yemek kültürü, sosyal kimliği güçlendirir. Çünkü yemeklerin seçilip hazırlanma biçimi aynı zamanda topluluk bilincinin açığa vurulmasıdır. Örneğin, bazı Katolikler tövbekâr oldukları için kırmızı et yemekten kaçınarak sıklıkla balık tüketirler. Japonlar çiğ balığa çok düşkündürler. Çinliler köpek ve maymun yerler. Müslüman ve Yahudi toplumlar domuz eti yemezler. Hindular sığır eti yemezler. Fransızlar kurbağa, salyangoz ve çok az pişmiş et yerler. Araplar deve eti ve sütü tüketirler. Aborjinler topraktan çıkan kökleri yerler. Yunanlılar koyun sütü içerler. Bazı Afrika kabileleri kan içerler. Güney Amerika'nın Yanamamo Kızılderilileri pişmemiş bit ve kızarmış böcek yerler (Hjalager ve Richards, 2003).

Ülkelerin yemek kültürleri bu ülke vatandaşlarının yeme alışkanlıklarını ve yemek tercihlerini de şekillendirdiği için, kişilerin tatil yeri seçimlerinde de önem taşımaktadır.

⁴ www.tursab.gov.tr (Erişim Tarihi: 30.01.2016)

⁵ http://www.tuik.gov.tr (Erişim Tarihi: 30.01.2016)

Turistler gittikleri bölgede yeni tatlar denemenin yanında kültürlerine uyumlu seçeneklerle de karşılaşmak isteyebilirler. Bu sebeple, Türkiye için çok önemli ve yeni sayılabilecek bir pazarı oluşturan Çinli turistlerin Türk yemekleri hakkındaki görüşlerinin, Türkiye’de buldukları sürede daha çok hangi yemekleri tercih ettiklerinin ve yeni yemekleri denemeye açık olup olmadıklarının ortaya çıkarılması gerektiği düşünülmektedir. Bu düşünceden hareketle bu çalışmada yukarıda sıralanan sorulara cevap aranmaktadır. Bunlarla birlikte Çinli turistlerin Türk yemekleri hakkındaki düşüncelerinin Türkiye’yi tekrar ziyaret etme niyetleri üzerinde etkili olup olmadığı da çalışma kapsamında araştırılan bir diğer sorudur.

1.1. Çalışmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışma, Çinli turistlerin Türk yemekleri hakkındaki görüşlerini, Türkiye’de buldukları süre boyunca daha çok hangi tip yemekleri tercih ettiklerini ve yeni yemekleri denemeye açık olup olmadıklarını (neofelik/neofobik) ortaya çıkartmak ve Türk yemeklerinin Çinli turistlerin Türkiye’yi tekrar ziyaret etme niyetleri üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın Çinli turistler üzerine odaklandırılmasının en önemli sebebi yaşanan gelişmeler doğrultusunda Türkiye’nin yeni turist pazarlarına yönelme gereksinimi ile Çin’in turizmde yeni ve önemli bir pazar olarak görülmesidir.

Yemek, tatil seçiminde çok önemli bir faktör olduğuna göre, ülkeye çekilmek istenen turistlerin yemek kültürleri hakkında bilgi sahibi olunması hem sunulacak ürünlerin çeşitlendirilmesinde hem de yapılacak pazarlama çalışmalarında kullanılacak yemekle ilgili temaların belirlenmesinde önemli katkılar sunacaktır. Çin, kalabalık nüfusu ile turizmde en önemli pazarlar arasında kabul edildiği, en fazla turist gönderen ülkeler arasında ilk sıralarda yer aldığı, Çinli turistlerin harcama miktarı yüksek olduğu ve tüm bunlarla birlikte Çinliler ile Türklerin yemek kültürleri arasında farklılıklar olduğu için Çinli turistlerin Türk yemekleri hakkındaki görüşlerinin belirlenmesi gerektiği düşünülmüştür. Bu bağlamda “Çinli turistlerin Türk yemeklerini beğenip beğenmedikleri hakkında bir bilginin olmayışı” bu çalışmanın araştırma problemini oluşturmaktadır.

Çinli turistlerin Türkiye’de kaldığı süre içinde Rus turistlerden üç kat daha fazla para harcadıkları bilinmektedir⁶ Benzer şekilde Avustralya’da yapılan bir çalışmada da Avustralya’da Çinli turistlerin ortalama harcamalarının, Japon turistlerinkinden dört kat daha fazla olduğu belirlenmiştir (Global Travel Gazetesi, 2006). Avustralya’da Turizm Bakanlığı bünyesinde “Çin Eylem Planı” üzerinde çalışan bir bölüm oluşturulmuş ve bu bölümün yaptığı tahminlere göre; 2014 yılından itibaren Avustralya’yı ziyaret eden Çinli turistlerin yılda 5,9 Avustralya Doları harcama yapacakları belirlenmiştir (Lau ve Mold, 2006). Tüm bu çalışmalar, Çin turizm pazarının, göz ardı edilemeyecek kadar geniş ve güçlü bir pazar olduğunu göstermektedir.

Bu çalışmadan elde edilecek sonuçların hem kamu (özellikle Turizm Bakanlığı) hem de konaklama ve yeme içme alanında faaliyet gösteren özel sektör işletmeleri açısından önemli öneriler getireceği düşünülmektedir. Bakanlık ve tanıtım amaçlı çalışan diğer turizm örgütleri Çinli turistler için hazırlanacak tanıtım materyallerini çalışma sonuçları doğrultusunda düzenleyebilirler. Ayrıca Çinli turiste hizmet verecek turizm işletmeleri de menülerini düzenlerken bu çalışmanın sonuçlarını göz önüne bulundurabilirler. Diğer yandan, bu çalışma turizm, gastronomi, gastronomi ve pazarlama veya Çin ve Türkiye’de gastronomi ve turizm alanlarında araştırma yapacak araştırmacılar için de yararlı olabilir.

1.2. Çalışmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları

Bu çalışmanın alan araştırması sırasında Çinli turistlere sunulan veri toplama aracında yer alan soruların turistler tarafından tam olarak anlaşıldığı ve sorulara verilen cevapların doğru ve samimi olduğu varsayılmaktadır.

Bu çalışma sadece Türkiye’ye gelen Çinli turistler üzerine odaklanmıştır. Alan araştırmasının yapıldığı dönemde Türkiye’nin içinde bulunduğu durum nedeniyle örneklem sadece iş amacıyla fuarları ziyaret eden Çinli turistler ile sınırlandırılmıştır. Bu sebeple ulaşılabilecek bulgular, yalnızca alan araştırması kapsamında yer alan Çinli turistlerin görüşlerini yansıtacaktır.

⁶ <http://www.tuik.gov.tr> (Erişim Tarihi: 30.01.2016)

Çalışmanın bir diğer sınırlılığı zamandır. Çalışmanın alan araştırması 2016 yılının Şubat ve Kasım ayları arasında İstanbul, Antalya ve Ankara'da gerçekleştirilmiş olan ve Çinli firmalarının katılımının yüksek olduğu fuar dönemleri ile sınırlandırılmıştır.

Süre ve maddi imkânların kısıtlı olması yanında araştırmacının Çince'ye Çinli turistlerin ise İngilizceye tam olarak hâkim olmamaları nedeniyle verilerin derinlemesine görüşmeler yerine yüz yüze anket yöntemi ile uygulanmış olması ulaşılan bulguların nispeten yüzeysel kalmasına yol açarak çalışmanın bir diğer sınırlılığını oluşturmuştur.

1.3. Tez Çalışmasının Düzeni

Tez çalışması toplam üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm, araştırmanın amaç ve önemi ile varsayım ve sınırlılıklarını içeren *giriş bölümü*dür. Tez çalışmasının *ikinci bölümü*, yemek seçimi, gastronomi ve turizm kavramları ile Türk mutfak kültürü ve Çin mutfak kültürünün incelendiği alanyazın incelemesini içermektedir. Tez çalışmasının *üçüncü bölümü* ise alan araştırması hakkındaki bilgilerin sunulduğu bölümdür. Tezin son bölümü olan üçüncü bölümde araştırma yöntemi, çalışmanın evren ve örnekleme ve araştırma verilerinin analizinde kullanılacak istatistik teknikler, veri toplama süreci, alandan toplanan veriler üzerinde gerçekleştirilen analizler ve bu analizlere dayalı olarak tespit edilen bulgular ile bu bulguların yorumlanması ile elde edilen teorik ve yönetsel sonuçlara yer verilmektedir.

2. ALANYAZIN

Tez çalışmasının ikinci bölümünde araştırılacak konular ile ilgili olarak gerçekleştirilen alanyazın taramasına yer verilmektedir. Araştırma konusu Çinli turistlerin Türk yemekleri hakkındaki görüşlerini belirlemek üzerine odaklandığı için bu bölümde öncelikle yemek seçimi konusu incelenmiş ve ardından yeni yemekleri denemeye yönelik iki zıt tutumu anlatan kavramlar yani neofeli ve neofobi aktarılmıştır. Ardından Çinli turistlerin Türk yemeklerine yönelik tutumlarını etkileyebilecek en önemli unsurlar olan iki ülkenin mutfak kültürleri üzerinde durulmuş ve sırasıyla Türk ve Çin mutfak kültürleri hakkında gerçekleştirilen alanyazın taramasına yer verilmiştir.

2.1. Yemek Seçimi

Yeme, içme ile ilgili seçimler, insan hayatında en sık yer tutan davranışlar arasındadır. Görünüşte basit olsa da bu seçim birçok faktör ve etkileşimleri tarafından belirlenen karmaşık bir davranıştır (Köster 2009). Her bireyin lezzet anlayışı farklıdır ve bir kişinin lezzetli bulduğu gıdayı bir başkası hiç beğenmeyebilmektedir. İnsanların yemek motivasyonu, gıda alımının miktar, sıklık ve seçimi; doğrudan psikolojik ihtiyaçları ya da aldığı besinin değeri ile ilgili olmadan da birçok değişkenden etkilenmektedir. (Booth, 1994).

Yemek seçimi ve beslenme için verilen tercih edilen gıdaların belirlenmesi, geniş seçme ve satın alma faaliyetleri, öğün tercihlerini ve yemek ile ilgili aktiviteleri içermektedir. Bu nedenle, sosyal etkileşimleri, bilişsel görevleri (örnek olarak maliyetlerin değerlendirilmesi ya da kalori sayma), psikolojik tutumları (uzun vadeli tercihleri ve inançları gibi) ve alışkanlıkları içermekte; diğer çoğu etkilerin arasında duyuşsal uyarıma tepki vermektedir (Bellisle, 2009). Brillant Savarin'in "yediğimiz ne olduğumuzu gösterir" sözünde de olduğu gibi yemek yalnızca bireylerin beslenme ihtiyaçlarını karşılamalarını sağladığı için değil, aynı zamanda post modern toplumlarda kişilik oluşumunun önemli bir kaynağı olarak görüldüğü için de önemlidir (Hjalager ve Richards, 2003). Başka bir deyişle, bireylerin gıda seçimleri, onu sunma, servis etme ve yeme şekilleri, kim olduklarını ve grup içerisindeki pozisyonlarını göstermede önemli bir rol oynamaktadır. Gıdanın hissetme şeklini etkilediği ve bununla birlikte kişinin ruh

halinin gıda seçimini belirleyen bir değişken olduğu çeşitli araştırmalarda belirlenmiştir (King ve Meiselman, 2010).

Gıda seçiminde belirli bazı kriterler vardır. Lawin (1951), gıda seçimindeki bu kriterleri dörde ayırmıştır: Lezzet, sağlık, sosyal statü ve maliyet. Gıdanın tadı, kokusu ve görünümü, seçiminde çok büyük bir rol oynamaktadır. Bazen gıdaların kokusu bireylerin açlık hissetmesini sağlayıp onları yemeye motive ederken bazı durumlarda ise bireyleri yemekten uzaklaştırabilir. Lezzetli gıdaların tüm insanlar tarafından denemek ya da tüketilmek isteneceği düşünülse de tek başına lezzet bu işlemlerin gerçekleşmesi için yeterli değildir. Eğer gıdalar lezzetli olmasına karşın sağlıklı ya da temiz değilse, çoğu insan bu gıdaları tatmayı bile reddedecektir. Temizlik ve sağlığın yanı sıra maliyet de gıda seçiminde önemli rolü olan bir değişken olup bireylerin gıda seçim kararını etkilemektedir. Maliyetin gıda seçimi üzerindeki etkisi kişiden kişiye değişiklik göstermekte; kimi pahalı gıdaları tercih ederken kimi insanlar ise ucuz gıdaları tercih etmektedir. Bazıları için ise ideal olan orta maliyet düzeyindeki gıdalar olmaktadır. Sosyal statüleri gereği bazı kişiler, halka açık restoranlara gidip ucuz gıdaları tüketmek yerine bazı durumlarda lezzetli olmasa bile lüks restoranlara gidip pahalı gıdaları tüketmek isteyebilmektedirler.

Contento, Michela ve Franklin, (2006) gençlerin yemek seçimlerini etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmalarında, gençlerin öğle yemeğinde seçtikleri yemekleri, seçim yüzdelerine göre üç gruba ayırmışlar ve bu seçimleri etkileyen faktörleri ise beş gruba ayırmışlardır. Yemek seçimini etkileyen bu faktörler: “Lezzet” (tadı iyi, tatlılığını sevdim, yemeğin dokusunu sevdim gibi ifadeler ile ölçülmüş) “Aşinalık” (her zaman bu yemeği yerim, annem bana böyle pişirir gibi ifadeler ile ölçülmüş) “Sağlık” (fast fooddan uzak duruyorum ve sağlığım için daha iyi gibi ifadeler ile ölçülmüş), “Kalori” (ben diyeteyim ve fazla kalori almak istemiyorum gibi ifadeler ile ölçülmüş) ve “Yemek seçiminin kuralları” (birbaşka yemekle iyi gider ve bu yemeği her zaman okulda yerim gibi ifadeler ile ölçülmüş)dir. Bu çalışmanın sonuçları diğer faktörler gruptan gruba değişirken, “lezzet”in bütün gruplarda yemek seçimini etkileyen en önemli faktör olduğunu göstermiştir.

Köster (2009) ise çalışmasında yemek seçimini etkileyen faktörleri şöyle sınıflandırmıştır: Biyolojik faktörler (örneğin genetik faktörler, cinsiyet, enerji dengesi), sosyolojik faktörler (örneğin kültür, gelenek, sosyal statü), ekonomik faktörler (örneğin fiyat, kâr),

pazarlamaya dayalı faktörler (örneğin tüketici tutum ve inançları, markalar) ve psikolojik faktörler. Psikolojik faktörler de kendi içerisinde dört gruba ayrılmıştır. Bunlar: Fizyolojik faktörler (örneğin mide mekanizmaları), sosyal kalkınma ve ayrımsal psikoloji ile ilgili faktörler (örneğin grup oluşumu, yaş –öğrenim ve neofobya gibi kişilik özellikleri), motivasyon ve karar psikolojisi faktörleri (örneğin dürtü araması), algı, bellek ve öğrenme psikolojisi faktörleri (örneğin duyuşal etkileşimler, öğrenme ve beklentiler). Açıkça görüldüğü üzere bu faktörlerden her biri bir bilim dalına aittir ve her bilim dalının gıda seçimi araştırmasındaki “Kim? Nerede? Ne zaman? Neden? ve Ne yer?” temel sorularına kısmi bir cevabı vardır. Örneğin biyoloji (örneğin enerji dengesi), fizyoloji (örneğin mide mekanizmaları), motivasyon ve karar psikolojileri (örneğin dürtü araması) faktörlerinin her biri esas olarak “Neden?” sorusunu sorar ve ona cevap ararken aynı zamanda diğer faktörlerden de biraz etkilenir. Sosyoloji, biyoloji, sosyal kalkınma ve ayrımsal psikoloji dalları “Kim?” sorusuyla ve duyuşallıkla bağlantılıdır. Tüketici ve gıda bilimi (örneğin duyuşal nitelikler, gıda kimyası, besin değeri), pazarlama, algı, bellek, öğrenme psikolojisi ve biyoloji de “Ne?” sorusuna cevap verir. Son olarak bu bilim dallarının neredeyse tümünün “Nerede?” ve “Ne zaman?” sorularına cevabı vardır (Köster 2009).

Meiselman (1996), yeme davranışları ve yemek seçimleri hakkında araştırmalar yaparak, bağlamsal değişkenlerin yeme davranışı üzerinde derin etkilere sahip olduğu sonucuna varmıştır. Bu çalışmada yeme olayını etkileyen üç geniş unsurdan bahsedilmektedir. Bunlar:

- Yemek Şartları: Diğer gıdalarla kombinasyonlar, mutfak geleneği ve kültürü, gıda paketlenme, adlandırma ve etiketlenme.
- Yeme durumu: Yemeğin yenildiği sıradaki sosyal ve fiziksel çevre.
- Bireysel etkenler: Gıda tercihleri ve hoşnutsuzlukları, çeşitlilik arama eğilimleri, neofobik-neofilik davranışlar, bireysel tüketicinin bastırılmış yeme eğilimleri ve gıda beklentileridir.

King ve Guillet 2011 yılında gerçekleştirdikleri çalışmalarında ürüne gösterilen duyuşal tepkileri etkileyen çeşitli faktör üzerine odaklanmışlar ve bu faktörleri şu şekilde sıralamışlardır:

- Ürünün kullanım sıklığının duygular üzerinde büyük etkisi vardır. Ürünü yoğun biçimde kullanan tüketici yoğun olumlu duygular beslerken, kullanmayanların duygusal yoğunluğu azdır ve çoğunlukla olumsuz tepki verirler.
- Cinsiyet farklılıkları ürünün duygusal profilinde etkili olabilir. Kadınlar ve erkekler yemek seçiminde farklılıklar gösterebilirler.
- Gıda neofobya, yemek seçimiyle ilgili kararları güçlü bir şekilde etkiler.

Yukarıda aktarılan çeşitli çalışmaların sonuçlarında da görüldüğü üzere bireylerin yemek seçimi cinsiyetten, alışkanlıklara, lezzetten hijyene pek çok değişkenin etkisi altında şekillenebilmektedir. Bazı durumlarda lezzet, yemek seçiminde diğer faktörleri geride bırakarak daha önemli bir konuma yerleşebilmektedir. Tüm bunların yanında yeni yemekleri denemeye istekli olmak ya da yeni yemekleri denemekten kaçınmak olarak ifade edilebilecek gıda neofelisi ve neofobisinin de yemek seçiminde önemli rol oynadığı düşünülmektedir. Bu sebeple tez çalışmasında araştırılacak değişkenlerden birisi olarak belirlenmiş olan konu aşağıda açıklanmaktadır.

2.2. Gıda Neofobisi ve Gıda Neofilisi

Gıda neofobisi en basit şekliyle yeni yemekleri denemekteki isteksizlik ya da yeni yemekleri denemekten çekinmek hatta korkmak anlamına gelirken; gıda neofelisi ise yeni yemekleri denemeye isteklilik olarak tanımlanabilir. Biraz daha açık şekilde ifade edilmek istenirse alanyazında gıda neofobisi, bir bireyin yeni karşılaştığı bir gıda ürününe karşı olan isteksizlik ya da gönülsüzlük durumu olarak tanımlanmaktadır (Schickenberg, 2010). Başka bir deyişle neofobisi olan kişi bilmediği bir gıdayı denemekten bile kaçınır. Mesela sık sık Asya'ya yurtdışı seyahatinde bulunan İsraililer orada yiyecek hiçbir şeyin bulunmamasından endişe ederler ve yanlarında basit gıdalar (krakerler ve pratik yemekler) götürürler (Cohen ve Avieli, 2004). Tam aksine neofilik bireyler ise yeni gıdaları denemekte isteklidirler (Raudenbush ve Frank, 1999). Neofilik turistler gittikleri yerdeki hiç bilmedikleri ya da yöreye özgü, yerel gıdaları araştırır ve bu gıdaları tatmak isterler.

Gıda neofobisinde ve gıda neofilisinde, bireysel farklılıkların, gerek kokuların ve tatların ölçümlerini gerekse bu uyarıcıların örneklenmesini etkilediği ileri sürülmektedir

(Raudenbush ve Capiola,2012). Bireyleri bir yemeğe çeken ilk unsur kokudur. İnsanlar, çoğu zaman bir yemeği seçip seçmeyeceklerine kokusuna göre karar verirler. Genellikle yemeği çekici kılan bir koku söz konusu olduğunda ikinci aşamaya yani tatma aşamasına geçilir. Eğer koku beğenilmezse, bu durum kişiyi yemekten soğutur ve tatma isteğini engeller.

Bireyler yeni ya da bilinmeyen bir yiyecek/yemek ile karşılaştıklarında, kimileri bu yeni yemeği tatmaya istekli şekilde davranırken kimileri ise kendi bildikleri yemeklerden kopamaz ve yeni yemekleri tatmak istemezler (Leufkens, 2012). Gıda neofelisi ve gıda neofobisi olarak isimlendirilen bu iki davranış ile ilgili olarak Tuorila ve meslektaşları (2001) gıda neofobisinin yeni yada bilinmeyen bir yemeği geri çevirmekle bireyin kendi kültüründeki bağımsızlığını belli eden bireysel bir özellik olduğunu ileri sürmüşlerdir. Bu duruma örnek olarak da Japon turistlerin çoğunun ziyaret ettikleri yerlerde kendi yemeklerinin arayışı içinde olmalarını göstermişlerdir.

Neofilik bireyler hiç bilmedikleri ve yeni yiyecek ve içecekleri denemeyi isterken, neofobik kişilerin yeni yiyecek ve içecekleri test etmekten kaçınmalarının en önemli sebeplerinden biri hasta olma endişesidir. Yeme olayı, gidilen yerin bilinmeyen çevresiyle bedensel etkileşim içerdiğinden, bilinmeyen yiyecek ya da içeceklerin tüketilmesinde neofobik eğilimler belirginleşmektedir (Cohen ve Avieli, 2004). Neofobik turistlerin “Ben Tayland’da et yemem” ya da “Ben bilmediğim bir şeyi yemem” gibi söylemlerinin altında bu endişenin yer alabileceği düşünülmektedir. Neofobik turistlerin Mc Donald’s, Burger King ya da Pizza Hut gibi herkesin bildiği, evrensel gıdaları tercih etmelerinin sebebinin de bu olduğu ileri sürülmektedir. Aksine, neofilik turistler yemek deneyimlerine hatırlanabilir bir değer ve deneyim katma peşinde oldukları için gittikleri yerlerde yeni ya da yöresel yemekleri tercih etmek istemektedirler (Hjalager ve Richards, 2003). Bunun başka bir sebebi de günlük hayatın sıradanlığından uzaklaşmak istemeleridir.

Yemek seçiminde önemli etkenler arasında yer yiyecek ve içeceklere karşı yeniliğe açık yani neofelik ya da yenilikten kaçınan yani neofobik tutumların turistlerin yöresel yiyecekleri deneyimlemek isteyip istememeleri konusunda da çok önemli bir etkisi olduğu alanyazında kayıtlı bilgiler arasındadır. Bu çalışma kapsamında turistlerin yemek seçiminde etkili olan unsurları araştıran çalışmalara da yer verilmesi gerektiği düşünülmekte ve konu aşağıda gastronomi ve turizm başlığı altında ele alınmaktadır.

2.3. Gastronomi ve Turizm

Çoğu sözlük, gastronomiyi güzel/lezzetli yeme olayının sanatsal ya da bilimsel koşulu olarak tanımlamaktadır. Ayrıca gastronomi, ne kadar, nasıl, nerede, ne zaman, neden, hangi kombinasyonla yememiz yada içmemiz konusunda bazı tavsiyelerde bulunur ve rehberlik yapabilir (Santich,2004). Gastronomi ayrıca reflektif yeme ve genel olarak pişirme, hazırlama, sunma ile sürdürülen kusursuz ilişki olarak da tanımlanmaktadır (Scarpato,2002). Gastronomi kelimesi Yunanca'dan gelmektedir. Gastro, mide ve nomos, bilgi veya kanun kelimelerinin birleştirilmesi ile oluşturulmuş eski bir terimdir (Corigliano ve Baggio, 2002). Yaklaşık 200 yıl önce ünlü şef Antonin Careme kendi makalesinde şu kelimeler ile tasvir edilmiştir (Corigliano ve Baggio, 2002):

“Yemek yemenin resim yapmak ve müzikle ortak çok yanı vardır. Ressam gözlerini ve hayal gücünü tahrik eden renklerin zenginliği ile bir şeyler üretir; müzisyen notaların kombinasyonu ile bir harmoni oluşturur ve çok tatlı duygular hissettiren melodiler yaratır. Bizim mutfak kombinasyonlarımız da aynı doğaya sahiptir. Gurme damak tadı ve koku duyusu yoluyla, müzik ve resim ustalarının aldığı hissin benzerini alır.”

Gastronomi; iyi yemeği seçmek, hazırlamak, sunmak ve onun tadını çıkarmaktır (Encyclopedia Britannica, 2000). Ancak bu tanım, gastronominin sadece bir parçasını açıklamaktadır. Bazı yazarlar, gastronominin kültür ve yemek arasındaki ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır (Kivela ve Crofts, 2006). Gastronominin başlangıçta soylular için kullanılan bir kavram olmasına rağmen zamanla köy yemeklerini, yöresel ve yerel mutfakları kapsamaya başladığı da ileri sürülmektedir (Hjalager ve Richards, 2003).

Turistlerin gittiği yerlerde gıda harcamalarını etkileyen çeşitli faktörler vardır. Mak ve diğerleri (2012) turistlerin gıda harcamalarını etkileyen faktörleri üç kategoriye ayırmıştır. Bunlar: Turist, gidilen yerdeki yemek ve gidilen yerdeki çevredir.

Gastronomi bir toplumu karakterize eden unsurlardan biridir. Bir kültürün, bir yaşam tarzının ifadesi, belirli bir çevre ve onun kaynaklarına cevaptır (Moulin,2000). Daha önce de belirtildiği üzere gastronomi sadece yemek değil, yemeğin nasıl yendiği, nasıl sunulduğu ve nasıl servis edildiğidir. Bu nedenle gastronomi kültürdür ve bireylerin yemek yeme şekli kültürel bir temele dayanmaktadır. Örnek olarak Batı kültüründe, mutfak araç gereçlerinin kullanımı ve yemeğin bireylere pay edilmesi medeni davranış

olarak görülür. Buna paralel olarak, parmaklarla yemek arasındaki kontağın hijyenik olmadığı ve bunun hayvansal bir davranış olduğu kabul edilir. Asya'daki diğer bazı kültürlerde ise parmaklarla pirinç toplarının kıvrılması ve bunların elle yenmesi tercih edilir (Povey,2011). Tıpkı yeme kültürü gibi, yemeği hazırlama ve sunma kültürü de kültürden kültüre değişiklik göstermektedir. Hazırlama ve sunma aşamasında eldiven giymek bazı kültürlerde çok önem taşırsa da, bazılarında tamamen görmezlikten gelinmektedir.

Yiyecek ve içecekler, turisti bir bölgeye çekmek için en önemli unsurlardan biri olarak kabul edilmektedir. Yiyecek ve içecekler hem birincil hem de ikincil seyahat motivatörü rolü oynayabilmektedirler (Quan ve Wang, 2004). Örneğin, bazı tur operatörleri (Intrepid Travel, 2004) Asya'ya, İtalya'ya ve Fransa'ya düzenli olarak gurme turları yada gastronomi turları düzenlemektedirler. Toskana ve Provence'deki yemek pişirme dersleri buna bir örnektir (Kivela ve Crotts, 2006). Bu örneklerde gastronomi turistler için motivasyon kaynağıdır. Hall ve meslektaşları (2003) gastronomi turistini yerel yemek örneklerini denemeye birinci derece motive olmuş kişiler olarak tanımlamaktadırlar. Bu duruma örnek olarak bazı yemek festivallerine katılmak için ya da sadece gideceği yerdeki yerel restoranları araştırmak ve o mutfağı test etmek için giden turistler de gösterilebilir. Gastronomi turizmi, turist çeken ülkeler açısından çok önemlidir.

Quan ve Wang, (2004) bir turist merkezinin gastronomiden kazanacağı üç fayda olduğunu öne sürmüşlerdir. Bunlardan birincisi; gastronomi turizminin, kırsal turizmin, tarımın ve ekonominin canlandırılması için kullanılabilir bir turizm çeşidi olmasıdır. İkincisi; gastronomik kaynaklara sahip olan bölgelerin, daha çok insanın gelmesini sağlayabileceğidir. Çünkü gastronomi kaynaklarına sahip bir turizm bölgesinde yemek festivalleri düzenleyerek bölgeye bir gastronomi turizmi merkezi görüntüsü kazandırılabilir. Sonuncusu ise yiyecek ve içeceklerin diğer çekicilik faktörlerine (mega yapılar, temalı parklara, doğal çekiciliklere) dahil olabilmesi ve diğer tüm ilgi çekici unsurlarla kusursuz bir bütün oluşturabilme özelliğine sahip olmasıdır.

Ayrıca yiyecek ve içecekler, turizm merkezlerinin anlamlı bir şekilde ayırt edilmesinde çok önemli bir rol oynayabilirler. Çünkü mutfaklar milletlere göre (Çin, Fransız, İtalyan, Türk, Meksika mutfağı gibi.) hatırlanır ve bu durum turizm merkezi ile yemek arasında pozitif bir bağ kurmak için fırsat yaratabilir (Okumus vd., 2007). Gastronomi, deniz ve

kumsal gibi doğal ya da tarihi çekicileri olmayan ülkeler için çok önemli bir çekicilik kaynağı oluşturabilir.

Yiyecek ve içecekler aynı zamanda tatil deneyiminin zorunlu bir parçasıdır ve bu nedenle de bireylerin ayrıcalığı için katkıda bulunan unsurlar olarak kabul edilirler (Hjalager ve Richards, 2003). Turistlerin yeme-içmeye harcadığı miktar, tüm harcamalarının üçte birini oluşturur (Hall ve Sharples, 2009). Turist tecrübeleri büyük bir oranda yemek-içecek tüketirken veya nerede - ne tüketileceğine karar verilirken oluşur. Turistler zamanlarının çoğunu “Ne yiyeceğiz?”, “Nerde yiyeceğiz?” gibi sorularla geçirmektedir. Bu durum yemek yemenin sadece fiziksel ihtiyaçları değil sosyal ve psikolojik ihtiyaçları da tatmin etmeye katkı sağladığını göstermektedir.

Turistler, yemek tecrübelerine bir değer katmayı ve bu deneyimleri hatırlanabilir hale getirmeyi isterler (Hjalager ve Richards, 2003). Yemekle ilgili bu deneyimler yeme-içme önceliklerimizi değiştirme gücüne sahiptir ve bunu ziyaret ettiğimiz kültürü bize aşılıyarak gerçekleştirirler (Kivela ve Johns, 2002). Turistlerin tatil deneyimlerinden hoşnut olmak istemeleri çok normaldir. Bu amaçla yerel bir mutfağa ya da şarap evlerine düzenlenecek geziler, tatili mükemmel ve hatırlanabilir kılmaya yetebilir (Kivela ve Crotts, 2006). Turisti bir turizm bölgesine çeken şey çoğu zaman yeni cazibeler ve yeni deneyimlerdir. Örneğin; turistler sadece yeni deneyimler ve unutulmaz anılar biriktirmek için Paris’te Eyfel kulesinin üçüncü katında bir kahveye 50\$ vermeye ya da İstanbul’da boğaz manzaralı bir restoranda balık yemek için 150 Euro vermeye hazırlardılar.

Alanyazın taramasında buraya kadar sunulan bilgiler, yemeğin turistler açısından taşıdığı önemi ve yemek seçiminde etkili olan konuların ortaya konulmasını sağlamıştır. Çalışmanın temel amacı Çinli turistlerin Türk yemekleri hakkındaki görüşlerini ve belirlemek olduğu için alanyazın taramasının izleyen kısmında öncelikle Türk mutfağı ve ardından da Çin mutfağı hakkında gerçekleştirilen kaynak taramasından elde edilen bilgilere yer verilmektedir.

2.4. Türk Mutfağı

Çalışmanın bu bölümünde köklü tarihi, coğrafi konumu, iklimsel özellikleri, tarihsel süreç boyunca maruz kaldığı kültürel etkileşimler ile şekillenen Türk mutfak mutfağı hakkında bilgiler verilmektedir. Bu bağlamda aşağıda öncelikle Türk mutfağının tarihsel gelişimi aktarılmakta, ardından Türk mutfağının özellikleri ve Türk mutfağında yer alan yiyecek ve içecekler ile Türk mutfağında öğünler hakkında bilgiler sunulmaktadır.

2.4.1. Türk mutfağının tarihi

Türkiye, tarih boyunca çok sayıda uygarlığa ev sahipliği yapmış olan bir ülkedir. Türkler, tarih boyunca bu bölgeye gelen Hititler, Bizanslar, Yunanlar, Romalılar, Selçuklar ve Osmanlılar gibi farklı kültürlerden etkilenmişlerdir (Ozan, 1998). Bu kültür çeşitliliği Türk mutfağını, dünyanın en zengin mutfaklarından biri haline getirmiştir. Arkeologlara göre, Türk tarihinin en başları Çin'den göç eden konargöçer toplum tarafından şekillenmiştir. Bilindiği üzere, konargöçerler bir yerde kalıcı olarak yaşamaz, sürekli bir yerden diğerine taşınırlar. Hayvancılık alanında, özellikle koyun ve keçi yetiştirmede uzmandırlar. Türk mutfağı da ilk zamanlardan beri konargöçer kültüründen etkilenmiş ve böylece küçükbaş hayvanların et, süt gibi ürünleri ilk zamanlardan beri Türk mutfağındaki yerini almıştır (Esir, 2006).

Uygurlar, 8.yüzyılın ortalarında Türkiye'ye ilk yerleşen toplum olmuştur. Kendi hükümdarlıklarını kurmuşlar ve Çin kültüründen büyük ölçüde etkilenmişlerdir. Örneğin, günümüzde de Türk toplumu tarafından çok sevilerek tüketilen 'manti'nin Türk mutfağına Uygurlar'dan geçmiş olduğu ve ismini Çinlilerden almış olduğu ileri sürülmektedir (Algar, 1991).

10. yüzyılda, Türklerin buğday ve arpa yetiştirebilecekleri daha zengin topraklara doğru batı yönünde ilerledikleri, 11. yüzyılda ise her Türk evinde yemek pişirmek ve yemek için düzenlenen 'aşlık' isimli bir oda olduğu bilinmektedir. Günümüzde 'mutfak' olarak bilinen kelime, Arapça bir kelime olan 'matbah'tan gelmektedir (Koz, 2008).

1077-1307 yılları arasındaki Selçuklu Döneminden ve Anadolu'daki Selçukluların yeme-içme alışkanlıklarından çok azı günümüze ulaşabilmiştir (Arman, 2011). Bu bilgilerden bir kısmı, Selçuklular zamanında, gün içinde iki kez yemek yendiği; ilk yemeğin, daha

çok kişinin uyanış saatine göre değişse de, sabahları evden ayrılmadan önce yenilen ve doyurucu yiyecekler ile hamur işlerinden oluştuğu; ikinci yemeğin ise, gün batımından önce yendiğidir. Gün ortasında acıkanların ise ayran ya da şerbet içip, biraz da meyve tükettikleri bilinmektedir. Selçuklular döneminde tüketilen yemeklerden biri de buğday unu ve etten yapılan ‘tutmaç’ tır (Gürsoy, 2006).

Orta Doğu, Asya’nın iç bölgeleri, Mısır ve Doğu Avrupa’ya hükmetmiş olan Osmanlı İmparatorluğu döneminde (1299-1922) bu geniş bölgedeki doğal kaynakların çeşitliliği ve farklı iklimler, Osmanlı mutfağında soğuk-sıcak yemeklerden, tatlılara ve içeceklere kadar pek çok tarifte yer alan farklı lezzet ve renklerde eşsiz zenginlikte malzemeler sağlamıştır (Arslan, 2010). Diğer bir anlatımla Osmanlılar zamanında Türk mutfağının bu kadar zengin olmasının en önemli sebebi, imparatorluk tarafından hükmedilen geniş coğrafi alandır (Şanlıer vd., 2012). Aynı zamanda, aşçıların sultana sunmak için çeşit çeşit yemekler hazırladıkları ve yeni yemekler sunabilmek için adeta birbirleriyle yarıştıkları da bilinmektedir. Tüm bu unsurlar, Osmanlı İmparatorluğu zamanında Türk mutfağının zenginliğine katkı sağlamışlardır (Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013). Türk mutfağının altın çağının Osmanlı İmparatorluğu zamanında olduğunu da ileri sürülmektedir (Göker, 2011).

Osmanlılar zamanında, yemeğe ve fakir insanları doyurmaya oldukça önem verilirdi. İnsanları aç bırakmamak amacıyla, özellikle fakir kesimin karnını doyurmak için Osmanlı İmparatorluğu halka açık aş evleri dahi kurmuştur (Isin ve Üstündağ, 2008) . Yine bu zamanda, çeşitli yemekler hazırlanır ve ziyarete gelen misafirleri memnun etmek için onlara sunulurdu (Gültekin, 2014).

Günümüzde, Türk mutfağı, dünyanın en zengin ve en eski yeme alışkanlıklarına sahip 3 ülkesi arasında Fransız ve Çin mutfağı ile birlikte yerini almaktadır (Bayazit vd., 2010).

Mussmann ve Pahalı (1994), Türk mutfağının zenginliğinin ve çeşitliliğini etkileyen unsurları şu şekilde sıralamışlardır:

- Fransız mutfağından bazı pişirme tekniklerinin kullanımının etkisi,
- Orta Asya’daki ve ardından Anadolu’ya yapılan göç boyunca ve sonrasında karşılaşılan toplumlar ile kurulan ilişkilerin etkisi,
- Osmanlı İmparatorluğu’nun sınırlarını genişlettiği dönemler boyunca Asya, Afrika ve Avrupa’daki birçok ülkenin mutfağından ve kültüründen etkilenecek

pek çok özelliklerinin öğrenilmesi ve bu özelliklerin kendi kültürlerine adapte edilmesi.

Özetleyecek olursak, geçmişten gelen kültür çeşitliliği ve hükmedilen geniş coğrafi alan Türk mutfağını ve Türklerin yemek kültürünü etkileyen ana sebeplerdir (Gültekin, 2014).

2.4.2. Türk mutfağının özellikleri

Türk mutfağı Asya, Afrika ve Avrupa gibi üç kıtanın karakteristik özelliklerini kaynaştırmış eşsiz bir mutfaktır. Türkiye'nin coğrafi, ekolojik ve iklimsel çeşitliliği toprakların verimli olmasını sağlamaktadır. Türk mutfağı, ülkenin sahip olduğu kültürel değerleri, zengin mirası ve kuvvetli kaynakları yansıtmaktadır (Mitchell, 2004). Türk mutfağında kullanılan malzemelerin çoğu kolaylıkla bulunabilir malzemeler olmakla birlikte özellikle baharatlar gibi ender bulunan malzemeler de Türk yemeklerinde kullanılabilir (Ozan, 1998).

Tablo 2.1'de, Türk mutfağında yaygın olarak kullanılan malzemelerden bir bölümü yer almaktadır.

Tablo.2.1. *Türk Mutfağında Yaygın Olarak Kullanılan Malzemeler*

Soğan	Neredeyse tüm Türk yemeklerinde kullanılan ana malzemelerden biridir. Taze soğan daha çok salatalarda, kuru soğan ise hem yemeklerde hem de salatalarda kullanılır.
Zeytinyağı	Zeytinyağı, Türk yemeklerinin hazırlanışında yaygın olarak kullanılır. Salatalarda ve sebze yemeklerinde kullanımı yaygındır.
Tereyağı ve Sadeyağ	Tereyağı, tatlılar haricinde hemen tüm yemeklerde margarin yerine kullanılır. Özellikle baklava gibi Türk tatlılarında sadeyağ tercih edilir.
Fasulye ve Bezelye	Fasulye ve bezelye, Türk mutfağında taze ya da kurutulmuş olarak, yemek ve salata yapmak için kullanılır.
Bulgur	Büyüklüğüne göre farklı türleri bulunan kırılmış buğdaydır. Çorba, pilav, dolma, salata ve çeşitli yemeklerin yapımında kullanılır.
Patlıcan	Türk mutfağında özel bir yere sahiptir. Etlili yada sebze yemeklerinde sıklıkla kullanıldığı gibi kebabı ve salatası da yapılır.
Çam Fıstığı	Çam fıstığı, çeşitli yemeklerde, pilavlarda, tatlılarda ve pasta süslemelerinde kullanılır.
Beyaz Peynir	Koyun, keçi ya da inek sütünden yapılır. Sert ya da yumuşak olabilir. Genellikle kahvaltı için tercih edilmekle birlikte poğaçaya, börek gibi hamur işlerinde ve bazı tatlılarda da kullanılır.

Kimyon	Toz halindeki kimyon, özellikle köfte gibi et yemeklerine lezzet katmak için kullanılır.
Dereotu	Yemekleri süsleme amacıyla kullanılır. İçine katıldığı yemek ya da hamur işine özel bir tat katar.
Nişasta	Mısır, buğday ve patatesten üretilip toz haline getirilir. Sosları ya da kremaları yoğunlaştırmak için kullanılır.
Kişniş	Et ve balık yemeklerine, pilavlara, salatalara ve çorbalara lezzet katmak için daha çok ülkenin doğu ve güney kesimlerinde kullanılır.
Taze Bakla	Taze ve kurutulmuş olarak kullanılır. Taze bakla zeytinyağıyla pişirilir, meze yapımında kullanılır ya da yoğurt ile servis edilir.
Yufka	Yumurta, un ve sudan yapılır. Kâğıt gibi incecik açılır. Başta börek olmak üzere, baklava gibi tatlı hamur işlerinde de kullanılır.
Kadayıf	Un, süt ve sudan yapılır. Genellikle tatlı yapımında kullanılır.
Balık	Denizde veya tatlı suda yaşayan pek çok balık türü çorba yapımında kullanılabilirdiği gibi; buğulama, ızgara, kızartma gibi çeşitli şekillerde tüketilir. Karadeniz bölgesinde pilavı, tatlısı, turşusu da yapılmaktadır.
Asma Yaprağı	Asma yaprağından yapılan yemeklerin en meşhuru sarmadır. Pirinç, soğan ve çeşitli baharatlar yaprağın içine yerleştirilip, yaprak sarılarak hazırlanır.
Kuzu Eti	Türkiye’de en çok tercih edilen et, kuzu etidir.
Eski Kaşar	Sarı renkte bir peynirdir ve kahvaltılarda tüketilir.
Gül Suyu	Tatlılara, içeceklere ve şuruplara lezzet katmak için kullanılır.
İrmik	Makarnalık buğdaydan üretilir ve çoğunlukla tatlı yapımında kullanılır.
Sumak	Kırmızı et ve tavuk yemeklerinde, sakatatlarda ve salatalarda çeşnilendirici olarak kullanılır. Yemeklere biraz limoni ve ekşimsi bir tat verir.
Şam Fıstığı	Pilavlarda, sarma ve dolmaların içi hazırlanırken ve helva yapımında kullanılır.
Kuru Nane	Taze naneden daha çok tercih edilir. Et ve sebze yemeklerinde, sarma ve dolma yapımında kullanılır.
Damla Sakızı	Çam ağacını andıran lezzeti ile dondurma ve tatlılara lezzet katmak için kullanılır.
Tahin	Susamdan yapılır. Meşhur Türk helvası, humus, salata ve bazı sosların yapımında kullanılır. Pekmez ile karıştırılarak kahvaltılık olarak da tüketilir.
Domates	Kurutulmuş ve taze domates, Türk mutfağının soğuk ve sıcak et ve sebze yemeklerinde ve salatalarında yaygın olarak kullanılır.
Yoğurt	Sade olarak tüketilebildiği gibi, çorba, salata, meze ve Türklerin meşhur içeceği olan Ayran yapımında kullanılır.

Kaynak: Mitchell,2004; Ozan, 1998

2.4.3.Türk yemekleri ve içecekleri

Türk mutfağı, Fransız ve Çin mutfağı ile birlikte dünyanın en zengin ve en eski yeme alışkanlıklarına sahip mutfaklar arasında kabul edilir. Kebap ve baklava gibi ünlü yiyeceklerin yanı sıra, çorba, pilav, dolma, zeytinyağlı yemekler, hamur işleri, sütlü ve şerbetli tatlılar bakımından da zengin ve renkli geleneklere sahiptir. Türk mutfağının bu çeşitliliği, Türkiye'nin farklı bölgelerinde yaşayanların kültürlerinin coğrafi ve iklimsel açıdan farklılaştığını gösterir. Bu durum yemeklerde kullanılan malzemelerin ve yemek pişirme şekillerinin çeşitlenmesini sağlamıştır (Bayizit vd., 2010).

2.4.3.1. Türk yemekleri

Mezeler

Meze kelimesi Farsça'dan gelir ve 'eğlenceli', 'zevкли tat' anlamlarına gelir. Fakat, bazıları da bu kelimenin Arapça bir kelime olan 'Mezaa' kelimesinden türediğini iddia ederler. Mezelerin Sultan Süleyman Döneminden sonra ortaya çıktı da iddia edilmektedir. O dönemde yemekler Sultanın önüne çıkarılmadan önce, çeşnicibaşı adı verilen bir görevli tarafından sultanı korumak için tadılırdı. Bu sebeple aşçılara yemeklerden azar azar hazırlamaları emredilirdi. 1520-1566 yılları arasında Sultan Süleyman döneminde bulunan bu geleneğin sonraki zamanlarda 'meze' adı verilen bir yemek kültürü doğurduğu ileri sürülmektedir (Mitchell, 2004).

Meze genellikle başlangıç olarak servis edilir. Yemeğe ve mevsimlere göre değişir. Örneğin; deniz ürünleri restoranlarında meze olarak, karides, midye ve ahtapot gibi yiyecekler servis edilir. Bunun yanında zeytinyağıyla hazırlanan çeşitli mevsimlik otlar, sebzeler de sade ya da sarımsaklı yoğurtla birlikte meze olarak servis edilir. Beyaz peynir, dilimlenmiş domates, salatalık ve kavun da Türklerin milli içkisi olan rakının yanına hazırlanan mezelerde kullanılır (Ozan, 1998).

Çorbalar

Türkiye'de çorba, öğle ve akşam öğünlerinde yemeğin başlangıcı olarak düşünülür. Bu öğünlerin yanı sıra, sabah kahvaltısında da çorba içilebilir. Türk kültüründe ve mutfağında çorbanın o kadar önemli bir yeri vardır ki çorba dışında hiçbir şey bulunmayan 'Çorbacı' adında özel mekânlar bulunmaktadır (Ozan, 2013). Tablo 2.2'de, Türkiye'de sıklıkla tüketilen çorbalar görülmektedir.

Tablo.2.2. Türk Mutfağından Çorba Örnekleri

Tavuk Suyu Çorbası	Tavuk eti ve suyunun ana malzeme olduğu, sarımsak, soğan ve çeşitli baharatlarla tatlandırılabilen bu çorbaya tercihe göre, çeşitli sebzeler, şehriye veya pirinç eklenebileceği gibi yoğurt, limon ve yumurta ile terbiye de edilebilir.
Balık Çorbası	Balık eti, garnitür, sarımsak, soğan ve çeşitli baharatlar kullanılarak yapılır.
Yayla Çorbası	Un, yumurta sarısı, yoğurt ve pirinçten yapıp nane ile tatlandırılır.
Düğün Çorbası	Düğün çorbası, geleneksel olarak düğünlerde tüketilen meşhur bir çorbadır. Kuzu ya da dana etinden yoğurtlu olarak yapılır.
İşkembe Çorbası	Temizlenmiş kuzu ya da dana işkembesinden yapılır. Yumurta sarısı, yağ, doğal yoğurt, un, maydanoz, soğan ve çeşitli baharatlar kullanılır.
Kırmızı Mercimek Çorbası	Sadece kırmızı mercimek, yağ, su ve tuz ile pişirilebileceği gibi; içerisine patates, soğan, havuç gibi sebzeler ya da kavrulmuş un eklenerek de pişirilebilmektedir.
Ezogelin Çorbası	Kırmızı mercimek, pirinç ya da bulgurdan yapılır. İçerisinde yağ, soğan ve baharatlar bulunur.
Tarhana Çorbası	Tarhana, sağlıklı bir kış çorbası hazırlamak için yapılan mayalanmış bir hamurdur. Nohut, soğan, domates, acı ve tatlı kırmızıbiber, yoğurt, un, zeytinyağı, kuru nane ve dereotu ile hazırlanır.

Kaynak: Mitchell, 2004; Ozan, 1998.

Sebze yemekleri

Türkiye, Asya ve Avrupa arasında birçok yolun kesiştiği eşsiz bir coğrafi konuma sahiptir. Türkiye'nin coğrafi, ekolojik ve iklimsel çeşitliliği, taze sebze ve meyvelere yıl boyunca ulaşılabilmesini ve çokça tüketilmesini sağlar (Akbay ve Chern, 2007). Tablo 2.3'de Türk mutfağındaki yaygın olarak tüketilen sebze yemeklerinden örnekleri içermektedir.

Tablo.2.3.. Türk Mutfağından Sebze Yemeği Örnekleri

Zeytinyağlı Taze Fasulye	Yeşil fasulye, soğan, sarımsak ve domates zeytinyağıyla pişirilir.
Patlıcan Musakka	Patlıcan, soğan, sarımsak ve domates zeytinyağı ile pişirilir.
Yoğurtlu Sebze Kızartması	Kızartılmış havuç, kabak, patlıcan, biber ve patatese yoğurt eklenir.
Zeytinyağlı Dolmalar	Yeşilbiber, kabak, patlıcan, soğan, patates gibi sebzeler, pirinç, soğan, zeytinyağı ve çeşitli baharatlar ile hazırlanan içle doldurulup pişirilir.

	Asma, beyaz ya da karalahana yapraklarının aynı iç ile sarılması ile hazırlanan sarmalar da bazen zeytinyağlı yaprak dolma olarak adlandırılmaktadır.
Kabak Mücveri	Rendelenmiş kabakların, dereotu, un ve yumurta içeren bir harca eklenip kızartılması ile yapılır.

Kaynak: Mitchell, 2004; Ozan, 1998.

Et ve tavuk yemekleri

Türkiye’de genel olarak etten bahsettiğimiz zaman, kastettiğimiz şey kuzu ya da dana etidir. Diğer et türlerinden ziyade, ülke çapında kuzu ve dana etleri oldukça yaygındır. Bununla birlikte keçi eti tüketimi de vardır. Et, farklı yollarda hazırlanır ve pişirilir. Küçük parçalar halinde kesilebilir ve ‘ızgara’, ‘şiş kebab’ gibi direkt olarak mangal ateşinde kızartılabilir, haşlaması yapılabilir ya da ‘etli kuru fasulye’ gibi sebzeler eşliğinde çömlekte pişirilebilir. Kuzu, dana, keçi, tavuk veya çeşitli av hayvanlarının etleri sebzelerle yapılan yemeklerde de kullanılabilir. Kuzu eti ‘Döner’ gibi silindirik şekline getirilerek hazırlanabilir. Bunların dışında kıymadan hazırlanan çok çeşitli köfteler ve kebaplar da Türkiye’deki en meşhur et yemekleri arasındadır. Şehirlerin birçoğunun köfte ve kebab yapmak için kendilerine has stilleri vardır. İzmir köftesi, Tekirdağ köftesi, Akçaabat köftesi, Adana kebabı, Urfa kebabı bunlara birkaç örnek olabilir (Ozan, 1998). Ayrıca dana kıyması, soğan, bulgur ve baharatlarla harmanlanıp pişirilmeden çiğ köfte olarak da tüketilir (Şireli vd., 2008). Fiyatı et ürünlerinden daha uygun olduğu için, tavuk ürünleri de Türkiye’de yaygın olarak tüketilmektedir (Uluozlu vd., 2009).

Tablo.2.4. *Türk Mutfağından Et ve Tavuk Yemeği Örnekleri*

Kebab	Türkiye’deki en ünlü et yemeklerinden biridir. Kıyma ya da kuzu etinden yapılır. Tavuk eti de kullanılabilir. Adana kebabı, Urfa Kebabı gibi bölgeye göre değişen kebab çeşitleri vardır. Patlıcan kebabı, domatesli kebab, yoğurtlu kebab gibi pişirme şekline ve kullanılan diğer malzemelere göre değişen türleri de bulunmaktadır.
Kuzu Etli Kuru Fasulye Güveci	Kuzu etli kuru fasulye güveci, yıl boyunca yenen geleneksel bir Türk yemeğidir ve genelde pirinç pilavı eşliğinde servis edilir.
Köfte	Türkiye’de köfte, kuzu ya da dana eti kıymasından yapılır ve çeşitli baharatlarla harmanlanarak hazırlanır.

Etli Yaprak Sarması	Taze ya da salamura edilmiş asma yaprağından yapılır. Kuzu ya da dana eti kıyması, pirinç, soğan ve çeşitli baharatlarla hazırlanan için yaprağa sarılması ve pişirilmesi ile hazırlanır. Sıcak ve genellikle yanında yoğurt ile servis edilir.
Döner	Döner, kuzu eti, dana eti ya da tavuk etinden yapılır. Soğan, biber, domates ve çeşitli baharatlar kullanılır. Büyük bir şişe dizilen etin yatık ya da dik bir konumda ateş karşısında kızartılması ve piştikçe ince ince kesilerek servis edilmesi ile tüketilir. Sade, pilav yanında ya da pideler üzerine dizilip tereyağı ve yoğurt ile lezzetlendirilerek de sunulabilir.
Çiğ köfte	Türkiye'deki bir diğer geleneksel yiyecek de çiğ köftedir. Çiğ ve yağsız dana kıyması, soğan, bulgur, kırmızı-karabiber, kimyon gibi çeşitli baharatlar, domates salçası kullanılarak hiç pişirilmeden elde uzun saatler boyunca yoğurulur. Marul ve limon ile servis edilir.
Sucuk	Sucuk, Türkiye'de çok meşhur olan bir et ürünüdür. Koyun, keçi ya da dana etinin şeker, tuz, toz sarımsak, kimyon, kırmızıbiber, karabiber gibi çeşitli baharatlarla yoğurulup temizlenmiş bağırsak içine doldurulması ile hazırlanır.
Tavuk Şiş Kebabı	Küp küp doğranmış tavukların yoğurt, limon suyu, zeytinyağı, sarımsak, tuz ve baharatlarla karıştırılıp şişlere dizilmesi ve mangal ateşinde pişirilmesidir.

Kaynak: Kabak ve Dobson, 2011; Şireli ve others, 2008; Gonulalan vd,2004; Colak vd, 2008; Ozan,1998; Mitchell, 2004

Deniz ürünü yemekleri

Türkiye, kuzeyde Karadeniz, güneyde Akdeniz ve batısında Ege Denizi olmak üzere üç tarafı denizlerle çevrili olan bir ülkedir. Ayrıca, ülkenin kuzeybatısında Marmara Denizi de bulunmaktadır (Demirbaş vd., 2003). Ülkede çok sayıda akarsu ve göl de bulunmaktadır (Bilgin, 2007). Bu sebeple ülkenin hemen her yerinde taze balık bulunabilmektedir (Ozan, 2003). Ülkeyi çevreleyen denizlerin her birinin kendine özgü balık türleri vardır. Örneğin, 'lüfer' İstanbul'da oldukça yaygınken, 'hamsi' Karadeniz'de oldukça meşhurdur (Mitchell, 2004).

Deniz ürünlerinin Türk mutfağında önemli bir yeri vardır ve yıl boyunca sıklıkla tüketilir (Knudsen, 2006). Deniz ürünleri de et ve tavuk yemeklerinde olduğu gibi birçok farklı

şekilde pişirilebilmektedir. Tablo 2.5’de Türk mutfağında tüketilen deniz ürünlerinden örnekler görülmektedir.

Tablo.2.5. Türk Mutfağında Yaygın Olarak Görülen Deniz Ürünlerini

Hamsi Tava	Hamsi tava, Karadeniz’in en önemli balık yemeklerinden biridir. Hamsi, çıtır çıtır kızartılan bir balıktır. Geleneksel Türk mutfağında, hamsi farklı şekillerde de tüketilir. Hamsili pilav, hamsili ekmek, hamsili çörek, ekmek arası, hamsi tava, hamsi çorbası, hamsi kuşu ve buğulama birkaç örnek olarak verilebilir.
Midye Dolma	Midye dolması, genellikle biranın ya da rakının yanında meze olarak tüketilir. Midye ve pirinç ayrı ayrı pişirilerek ve sonrasında kabuğun içine konularak hazırlanır.
Deniz Mahsulleri Güveci	Deniz mahsulleri güveci, kalamar, karides, midye, kılıç balığı içerir. Tüm bunlar sosuyla birlikte güvecin içine konur ve fırında pişirilir.
Izgara Kılıç Şiş Kebabı	Kılıç balığı, küp küp küçük parçalar halinde doğranır. Tuz, biber ve limon suyundan oluşan karışımın içine atılır. Kılıç balığının doğranmış parçaları şişlere dizilir ve mangalda pişirilir.
Asma Yaprağında Sardalya	Kızartılan sardalyalar, asma yaprağına sarılır. Balıklar kızartılmadan önce mutlaka limon suyu, zeytinyağı ve tuz ile marine edilmiş olmalıdır.
Karides Güveç	Karidesler, domates, biber, sarımsak, soğan, zeytinyağı ile birlikte güveçte pişirilir.
Barbunya Tava	Barbunya tavada, tekir balığı kullanılır. Bu balık, Akdeniz ve Ege Denizinde bolca bulunur. Sadece kızartılıp limon suyuyla servis edilebilir.
Kağıtta Levrek	Levrek, Türkiye’de çok meşhur bir balıktır. Bu yemekte, levrek, fırın kağıdına sarılır ve fırında buharla pişirilir.

Kaynak: Biringen, 2013; Baris Bingol vd, 2008; Ozan,1998; Mitchell, 2004

Ekmek ve hamur işleri

Ekmek ve hamur işleri, Türk mutfağının en önemli parçalarından biridir. Ekmek sabah kahvaltısından başlayıp, gece öğününe kadar tüm öğünlerde tüketilir (Ozan,2013). Türkiye’deki ortalama ekmek tüketimi, kişi başına ortalama 180-210 kg arasındadır (Gül vd., 2003). Türkiye’de özellikle buğday ekmeği yaygın olarak tüketilmekle birlikte; çavdar ve arpa ekmekleri, esmer un ve mısır unu ya da patates unu kullanılarak hazırlanan ekmekler de tüketilir. Ekmek ve hamur işi ürünleri çeşitli malzemeler kullanılarak farklı şekillerde pişirilebilir. Tablo 2.6’da, Türk mutfağında yaygın olarak tüketilen ekmek ve hamur işi çeşitlerinden örnekler sıralanmaktadır.

Tablo.2.6. Türk Mutfağından Ekmek ve Hamur İşi Örnekleri

Katmer	Katmer, ince, düz bir ekmek çeşidi olarak kabul edilir.
Simit	Simit, Türkiye'deki en ünlü hamur işlerinden bir tanesidir. Ülkedeki pek çok pastanede ve hemen hemen her caddede satılır. Susama bezenmiş halka şeklinde bir ekmektir. Hatta 'simitçi' adı verilen sadece simit satılan mekanlar vardır. İstanbul simidi gibi bazı şehirlere özgü simitler de bulmak mümkündür. Kahvaltıda ve öğün aralarında yaygın olarak tüketilir.
Pide	Pide, genellikle fırınlarda üretilir ve Türkiye'de oldukça yaygın tüketilir. Büyük bir halka şeklindedir. Buğday unu, su, yumurta, maya, tuz, susam, çörekotu kullanılarak hazırlanır. Pide, ekmek gibi de yenilebilir ya da özellikle kebab gibi bazı yemeklerin yanında da servis edilebilir. En çok Ramazan ayında tüketilir.
Lahmacun	Lahmacun, ülke çapında yaygın olan, güneydoğudan gelen üzeri kıymayla kaplanmış düz şekilde bir hamur işidir. Büyük, taş fırınlarda pişirilir, limon ve yeşillikle beraber servis edilir.
Börek	Börek, patates, et, mercimek, beyaz peynir ve ıspanak gibi çeşitli sebzeler kullanılarak hazırlanan bir hamur işidir. Türk mutfağında yaygın olarak görülür ve 'börekçi' adı altında sadece börek satan mekânlar vardır. Genel olarak, ülkede kahvaltıda ve bazen öğle yemeklerinde tercih edilir.
Manti	Manti, oldukça bilinen bir Türk yemeğidir. Küçük olarak hazırlanan koyun ya da dana kıymaları, dikdörtgen şeklinde kesilmiş buğday unundan yapılan hamurun içine doldurulur. Kaynamış suyun içine atılarak pişirilir. Domates sosu, sumak ve nane eşliğinde yoğurtla birlikte servis edilir.
Yufka	Yufka, Orta Doğu ülkelerinde tüketilen, düz, yuvarlak, krem renğinde bir hamur işidir. Çapıyla aynı genişlikte olan, ısıtılmış bir sacda pişirilir.
Bazlama	Bazlama, Türkiye'de ve diğer Orta Doğu ülkelerinde üretilir. Tek katlı, düz, yuvarlak, kolayca hazırlanan krem renkte bir ekmektir. Buğday unu, tuz, su, maya kullanılarak hazırlanır. Önceden ısıtılan metal bir sacın üzerinde pişirilir.

Kaynak: *Basan, 1997; Ozan, 1998; Anil, 2012; Halici, 2001; Nedeş vd, 2011; Basman ve Köksel, 2001; Levent ve Bilgiçli, 2012; Gocmen vd, 2009; Köksel ve Cetiner, 2015.*

Pilavlar

Pilav, içinde pirinç, bulgur, arpa şehriye, kuskus gibi taneciklerin bulunduğu bir yemektir. Türk mutfağının anası (Mitchell, 2004) olarak bile ifade edilebilen pilav, Türk mutfağında ana yemek olarak ya da, et, tavuk ve sebze yemeklerinin yanında servis edilebilmektedir. Pilav yapımında pirinç, yaygın olarak kullanılır. Türk mutfağında pirinç pilavı yapılırken pirinç öncelikle, yağda kavurulur ve sonra su ile pişirilir (Karaosmanoğlu, 2007). Pilavlar, fıstık, meyve, et, balık ve sebze kullanılarak da

yapılabilir. Tablo 2.7’de Türk mutfağında yaygın olarak görülen bazı pilav çeşitlerine yer verilmiştir.

Tablo.2.7. Türk Mutfağında Pilav Örnekleri

Pirinç Pilavı	Pirinç, tereyağı, tavuk ya da et suyu ile sade olarak hazırlanabileceği gibi, içerisinde kavrulmuş arpa şehriye, tel şehriye bulunan türleri ya da mısırlı, domatesli gibi sebze çeşitleri de vardır. Gerek ana yemek gerekse et, tavuk ya da sebze yemeklerinin yanında garnitür olarak servis edilir.
Hamsili Pilav	Hamsili pilav, Karadeniz Bölgesi’nin tercih ettiği favori yemeklerden biridir.
Nohutlu Pilav	Nohutlu pilavda, nohutlar ayrı olarak pişirilir ve sonrasında pilavla karıştırılır.
Bulgur Pilavı	Türkiye’de çok meşhur olan bulgur pilavı, bulgur, domates ve biber kullanılarak pişirilir.
Safranlı Midyeli Pilav	Safran ve midye kullanılarak pişirilen bu pilav, safrandan dolayı sarı renk alır.
Müceddere	Bu pilavda, nohut, yeşil mercimek ve soğan kullanılır. Genellikle yoğurtla servis edilen bu pilav bir vejeteryan yemeğidir.
İstanbul Pilavı	İstanbul pilavı, tavuk, acıbadem ve antep fıstığı kullanılarak pişirilir.
Yufkalı Pilav	Yufkalı pilav, yufkanın içinde sebzelerle birlikte pişirilen bir pilavdır.
İç Pilavı	İç pilavı, kuş üzümü ve çam fıstığı ile birlikte pişirilir.

Kaynak: Ozan,1998; Mitchell, 2004

Tatlılar

Türk mutfağının şekerlemeleri ve tatlıları her dönemde önemli olmuş ve kültür içerisinde de yer etmiştir. Türkiye’de geleneksel olarak, aileyle ya da arkadaşlarla yenen bir yemek, tatlı ile sonlanır (Akpınar-Bayizit vd., 2009). Şerbetli ve sütlü tatlılar ile meyvelerden yapılan tatlılar özellikle yemekten sonra tercih edilmekle birlikte gün içerisinde de tüketilebilir. Özellikle kahvaltı öğününde tüketilmek üzere hazırlanan ve çeşitli meyve, sebze ve çiçeklerden yapılan reçeller de Türk mutfağında önemli yer tutar. Dünya çapında ünü olan Türk lokumu da Türk kültürüne özgü tatlı yiyecekler arasında önemli yer tutar. Şeker, lokum ve tatlıların, önemli toplumsal ve geleneksel fonksiyonları vardır. Özellikle dini bayramlarda, konuklara şeker, lokum ya da çikolata ve genellikle şerbetli tatlı ikram edilir. Gündelik tatlılar, günün her anında yemekten sonra yenilebilirken, baklava daha çok düğünlerde ve özel dini günlerde tüketilir (Bayizit vd., 2010). Tablo 2.8’de Türk mutfağında yaygın olarak görülen bazı tatlı çeşitlerine yer verilmiştir.

Tablo.2.8. Türk Mutfağından Tatlı Örnekleri.

Aşure	Dünya üzerinde, bir sürü farklı lezzeti içeren tek tatlı aşuredir. Kuru meyve, fındık ve tahıl ve bakliyatla yapılan geleneksel ve tarihi bir lezzettir.
Baklava	Baklava, Türk tatlılarının arasında en popüler olanıdır. Düğünlerin ve dini bayramların en çok tercih edilen tatlısıdır.
Tel Kadayıf	Tel kadayıf, Türkiye’de sıklıkla tüketilen tatlıların ana malzemesidir. Un ve su kullanılarak hazırlanan oldukça yumuşak bir yufkadan üretilir.
Künefe	Tel kadayıf ile lor adı verilen bir peynirden yapılıır. Bu peynir, yüksek oranda yağ içeren süttten üretilir. Sıcak servis edilir.
Sütlaç	Süt, pirinç ve şekerle hazırlanana sıkça tüketilen bir tatlıdır.
Lokum	Lokum, jöleyi andıran sıvı formda nişasta içeren bir şekerlemedir. Lokum, 300 yılı aşkın tarihiyle, dünyanın en eski şekerlemelerinden bir tanesidir.
Kaymak	Kaymak, esas olarak inek sütünden üretilen bir nevi süt kremasıdır. Kadayıf ve baklava gibi tatlıların yanında tüketildiği gibi kahvaltıda bal ile birlikte de tüketilmektedir.

Kaynak: Karaosmanoğlu, 2007; Isin, 2013; Akarca, 2014; Batu ve Kirmaci, 2009; Kamber ve Terzi, 2007; Aydın ve ÇAKMAKÇI, 2014

2.4.3.2. Türk içecekleri

Türk kültüründe yaygın olarak tüketilen ve kendine has hazırlanma, pişirme ve servis şekillerine sahip olan en önemli içecekler olarak kabul edilen ayran, çay, kahve ve rakı bu bölümde anlatılmaktadır. Bunların dışında boza, sahlep, hoşaf, kompostolar, şerbetler ve limonata gibi Türk mutfak kültürü içerisinde önemli yeri çeşitli içecekler de bulunmakla birlikte turistik mekânlarda çok fazla karşılaşılmayan bu içecekler kapsam dışında bırakılmıştır.

Ayran

Ayran, Türkiye’deki en ünlü soğuk içeceklerden bir tanesidir. Tüm mevsimlerde tüketilen, ham maddesi yoğurt olan bir içecektir. Evlerde de, yoğurt, su ve tuz karıştırarak geleneksel olarak yüzyıllardır hazırlanmaktadır (Kabak ve Dobson, 2011). Ev yapımı ayranlar, içme suyu ile yoğurdun çırpılmasıyla hazırlanır ve aynı gün içinde taze halde servis edilir (Gıjlmez vd., 2003). Fabrikalarda yapılan ayranlar ise laktik asit kullanılarak homojenize ve pastörize edilen sütlerden üretilir (Köksoy ve Kılıc, 2003). Ayran ve diğer süttten yapılan içecekler arasındaki fark ise ayranın hiçbir meyve katkısı içermeyip tuzlu yoğurt içeren bir içecek olmasıdır (Köksoy ve Kılıc, 2004).

Türk Kahvesi

Kahve, uluslararası bir üründür. Buğday, mısır, soya fasulyesi, hurma yağı ve şekerden sonra, kahve dünyanın 6. büyük tarım ihracatıdır (Lloyd's, 2006). Kahvenin yaklaşık olarak 70 çeşidi vardır ve bunların yalnızca 10 tanesi ticari olarak üretilir. Arabica kahvesi, Canephora kahvesi ve Liberica kahvesi en çok üretilen türleridir. Bunların içerisinde %90 oranla en yaygın olanı ise Arabica kahvesidir (Küçükkömürler ve Özgen 2009; Kummer, 2003). Tarihçilere göre, kahve 1519 yılında 1. Selim, askerlerini Mısır'a gönderdikten sonra, onlar tarafından İstanbul'a getirilmiştir (Gürsoy, 2004). O dönemde, kahve tüm halkın ulaşabileceği bir ürün değildi ve alkol tüketimi yasak olduğu için, insanlar kahveyi rahatlamak amaçlı içiyorlardı (Gürsoy, 2005).

Türk kahvesi, özel bir şekilde hazırlanır. Orta Asya, Kuzey Afrika, Somali ve Balkan ülkelerinde oldukça yaygın olarak görülür. Türk kahvesini hazırlama şeklinin Şam'da ortaya çıktığına inanılır. Türk kahvesi, taze şekilde kavru lan kahve çekirdeklerinin kahve tozuna ulaşmak için küçük değirmenlerde öğütülmesi ile hazırlanır (Küçükkömürler ve Özgen, 2009). Servis edilmesi için kendine has cezvesinde su ve isteğe bağlı olarak şeker ilave edilip pişirilmesi gerekir. Türk kahvesi fincanlarında yanında su, likör ve lokum ile servis edilir.

Çay

Türkiye, çaydan çok kahvesiyle tanınırken, insanları kahveden çok çay içerler. Kişi başı çay tüketiminde, Türkiye ilk sıralardadır. Hindistan'dan sonra dünyadaki en büyük çay piyasası Türkiye'dedir. Türkiye'de çay, her zaman ve her yerde servis edilebilir. Kahvaltıda, kahvaltıdan sonra, herhangi bir yemekten önce ya da sonra, günün her anında içilen bir içecektir. Okulda, hastanede, otobüste, trende, işyerinde, restoranlarda, kafelerde, Caddelerde ve parklarda kısacası her yerde bulunabilir (Shove vd., 2009).

Türkiye'de çay, büyük alt parçası sıcak su, küçük üst parçası demlenen çay için kullanılan 'çaydanlık' içerisinde demlenip, geleneksel olarak küçük çay bardaklarında, yanında kesme şeker ile birlikte servis edilir (Ozan,1998).

Rakı

Türk rakısı, esas olarak üzümünden üretilen, damıtılmış anason tadı içeren geleneksel bir içecektir. Biradan sonra rakı, ülkede en çok üretilen ve tüketilen içecektir (Cabaroğlu ve

Yılmaztekin, 2011). Rakı, Türkiye’de ulusal bir içki olarak kabul edilir. Genelde yanında balık, et, kızarmış tavuk ya da rakı için özel hazırlanan mezeler ile birlikte uzun ya da kısa bardaklarda içilir. (Anlı vd., 2007). Sek ya da soğuk su ile karıştırılarak, buzla ve ya buzsuz olarak içilir.

2.4.4. Türk mutfağında öğünler

Türkiye’deki yeme alışkanlıkları bölgeden bölgeye değişmekle birlikte genellikle gün kahvaltıyla başlar. En önemli öğünlerden biri olan Türk kahvaltısı, kızarmış ekmek, domates, salatalık gibi taze sebzeler, çeşitli zeytinler ve peynirler, yumurtalar, bal-kaymak, tahin-pekmez, çeşitli reçeller bakımından oldukça zengin bir içeriğe sahiptir. Kahvaltıya içecek olarak çay eşlik eder (Ozan, 2012).

2.4.4.1. Kahvaltı

Türk kahvaltısına önem vermeden, Türk mutfağı hakkında konuşmak imkânsızdır. Kahvaltı, Türkler için önemli bir öğüdür ve günün ilk kahvesinden önce güne kahvaltıyla başlanır. Kahvaltının eski dönemlerde tütün altı, çubuk altı ve kahve altı gibi söylenişleri olduğu bilinmektedir (Çelikkol vd., 2013). Türkiye’de kahvaltı sadece bir gereklilik değil, geleneksel bir aile toplantısı olarak da kabul görmektedir⁷. Türk kahvaltısında çeşitli zeytinler ve peynir çeşitleri olmazsa olmazlar arasındadır. Kahvaltı, domates, salatalık yeşilbiber gibi sebzeler ve simit, börek, kek, kurabiye, çörek gibi hamur işlerini de içerir. Haşlanmış, sahanda, sucuklu, pastırmalı gibi çeşitli şekillerde pişirilen yumurta ya da yumurtadan yapılan menemen de Türk kahvaltısında önemli yer tutar. Türk kahvaltısının başka bir özelliği ise çayın Türk usulü demlendikten sonra servis edilmesidir (Denizer, 2011). Kahvaltıda elma, portakal, kavun, karpuz, üzüm gibi meyvelere de yer verilebilmektedir. Kahvaltıda bu yiyecekler yerine çorba da tüketilebilmektedir.

Simit de Türk kahvaltısının bir başka parçasıdır. Susamla kaplanmış halka şeklinde küçük ekmeklerdir. Kahvaltıda atıştırılabilir olarak sade ya da yanında peynirle çok yaygın bir şekilde tüketilir. Özellikle, sabahları erken saatte işe ya da okula giden ve kahvaltı

⁷ <http://turkishfood.about.com> (Erişim Tarihi: 11.04.2016)

yapmaya vakti olmayan kişiler, yoldan bir simit alırlar ve ofislerinde çay ile birlikte onu yerler⁸.

2.4.4.2. Öğle ve akşam yemekleri

Gerek öğle gerekse akşam yemekleri genellikle ülkede çok meşhur olan çorba ile başlar. Her iki öğünde de çorbayı kızarmış et, tavuk ya da balık takip edebileceği gibi sebze yemekleri de tercih edilebilir. Et yemeklerinin yanında mutlaka pilav, salata ya da yoğurt servis edilir. Bu yemeklerin ardından tatlı ya da meyve ile yemek son bulur.

Öğle yemeği yanında çay veya ayran içilerek simit, börek, açma gibi çeşitli hamur işleri ile geçirilebilse de (Ozan, 1989) akşam yemeği tüm ailenin toplandığı bir buluşma olarak kabul edildiği için genellikle çorba, ana yemek, pilav, salata ve tatlıdan oluşan menü özenle hazırlanarak servis edilir.

Türk mutfağı hakkında verilen bu bilgilerden sonra, Çin ve Türk mutfakları arasındaki benzerlik ve farklılıkların dolayısı ile Çinli turistlerin Türk yemekleri ile karşılaştıklarında gördükleri benzerlik ve farklılıkların daha net bir şekilde anlaşılabilmesi için çalışmanın izleyen kısmında Çin mutfağı hakkında bilgilere yer verilmektedir.

2.5. Çin Mutfağı

Çalışmanın bu bölümünde köklü tarihi, coğrafi konumu, iklimsel özellikleri, tarihsel süreç boyunca maruz kaldığı kültürel etkileşimler ile şekillenen Çin mutfağı hakkında bilgiler verilmektedir. Bu bağlamda aşağıda öncelikle Çin mutfağının tarihsel gelişimi aktarılmakta, ardından Çin mutfağının özellikleri ve Çin mutfağında yer alan yiyecek ve içecekler ile Çin mutfağında öğünler hakkında bilgiler sunulmaktadır.

2.5.1. Çin mutfağının tarihi

Arkeoloji uzmanları, Çin Tarihinin M.Ö. 1700 yılının ortalarında başladığını söylese de, Çin tarihinin 3500 yılı aşkın süredir var olduğu ileri sürülmektedir. Arkeologlar biçimlendirilmiş ilk mutfak uygulamalarının Çin'de yer aldığına inanmaktadırlar (Heyman, 2003). M.Ö. 1100 yılının başlarında, Çin'deki yiyeceklerin iki kozmik kavrama göre tanımlandığı bilinmektedir. Bu kavramlar Ying-Yang ve 5 elementtir.

⁸ <http://mediterranean-turkish-food-passion.blogspot.com> (Erişim Tarihi: 11.04.2016)

Yang, hafif ve sıcak yemeği yansıtırken, Ying kadınsı, koyu ve serini temsil eder. Çin'deki bütün yemekler Ying veya Yang olarak nitelendirilir. 5 element ise, su, tahta, ateş, dünya ve metaldir. Bu 5 elementten her biri, 5 farklı tat hissini temsil eder. Su tuzu, tahta ekşiyi, ateş acıyı, dünya tatlıyı, metal ise baharatlıyı temsil eder. Başka bir felsefe olan tsai-fan'da, tsai protein veya sebze içeren herhangi bir pişirilmiş yemeği yansıtırken, fan ise pişirilmiş pirinç ya da tahıl yansıtır. Bu 3 felsefe, vücutta dengeyi sağlamak için yaratılmıştır. Bu dengeyi sağlayabilmek için yemek; tahıl, et gibi farklı malzemeler içermelidir. Çinliler, içinde uyum ve denge barındıran bir yemeğin vücut ve ruhta da uyum ve dengeye yol açacağına inanırlar (Heyman, 2012). Tablo 2.9'da Çin mutfağının kronolojik gelişimi yer almaktadır.

Tablo.2.9. Çin Mutfağının Kronolojik Gelişimini

Dönemler		
Shang	M.Ö. 1766-1123	Yeme ve içmede aşırıya kaçılan dönemdir.
Chou	M.Ö. 1122-249	Yin-yang, Tsai-fan, 5 elementi de içeren felsefelerin geliştiği dönemdir.
Qin	M.Ö.221-207	Ülkenin farklı bölgelerinin merkez hükümette birleştiği ve Çin Seddi'nin yapımına başlandığı dönemdir.
Han	M.Ö.206 M.S.-220	İlk yazılı tariflerin olduğu dönemdir. Çin'in sınırlarının genişlemesiyle birlikte ülkeye farklı yiyecekler ve aşçılık girmiş, keng adı verilen, tahıl, sebze, balık ve et içeren yahni hazırlanmıştır.
T'ang	M.S.618 – 906	Çin sınırları, sıcak iklim sebzeleri ve meyvelerinin geldiği güneye kadar genişlemiştir. Bu dönemde yemekler ve ilaçlar iç içedir.
Sung	M.S.960 – 1279	Büyük şehirlerde mükemmel mutfakların olduğu dönemdir. Kalabalık nüfusun ihtiyacını karşılamak için her yere restoranlar açılmıştır. Pirinç yetiştiriminin farklı yolları öğrenilmiş ve pirinç, Çin'deki temel tahıl haline gelmiştir. Tarımda ve yemek ticaretinde önemli adımlar atılmıştır.
Yuan	M.S.1260 – 1368	Moğol istilasının, ülkenin ve mutfağın gelişmesine ket vurduğu dönemdir.
		Yuan hanedanlığı zamanında kaybedilen tavır ve düşünceler yeniden kazanılmıştır. Hanedanlık mutfağında 5000 kişinin çalıştığı bu dönemde soğuk taşıma balık ve et gibi bozulabilir yiyeceklerin taşınmasını kolaylaştırmıştır.

Ming	M.S.1368 – 1644	Bölgeler arası seyahat artmaya başlamış ve bölgesel mutfaklar ün kazanmıştır. Ülke çapında, restoranlar zenginleşmiştir.
Ch'ing	M.S.1644 – 1911	Çin nüfusunun önemli derecede arttığı bu dönemde yeni Dünya ürünleri Çin'e getirilmiş, geleneksel Çin mahsullerinin yetişemediği bölgelerdeki yiyecek kaynağı zenginleşmiştir. Mutfak felsefesi, ülke çapında yaygın olmaya başlamıştır. Sürekli karıştırarak sote yapma tekniği en çok kullanılan pişirme tekniklerinden biri olmuştur.

Kaynak: Heyman. 2012

Çin mutfağı, yüzyılı aşkın süredir denizleri aşarak küreselleşmeye başlamıştır. 1950'lerden itibaren Çin'den Amerika, Avrupa ve Avustralya'ya doğru olan göç dalgasının da etkisiyle, Çin mutfağı stili dünyanın her köşesine ulaşmıştır (Hjalager ve Richards, 2003). Günümüzde Çin yemekleri ve Çin restoranları, dünyadaki her ülkede bulunabilmektedir (Wu, 2014). Çin restoranların haberlerine göre (2007) Amerika'da 43.000'den fazla Çin restoranı bulunmaktadır. Bu restoranların yıllık satışı, 17.5 milyar dolardan fazladır ve bu rakam Amerika'daki, etnik restoranlarının satışlarının %25 ini oluşturmaktadır.

2.5.2. Çin mutfağının özellikleri

Çin'de farklı yemek tercihleri olan, birçok alt kültür bulunur (Swanson, 1996). Ülkede farklı diller ve kültürler vardır ve bu yüzden insanların hepsi aynı yemekleri yemezler. Örneğin, ülkenin kuzey kesiminde, yemekler tatlıdan ziyade ekşiye, güney kesimindeki yemekler ise ekşiden çok tatlı olmaya meyillidir (Grunert vd., 2011).

Coğrafi yapısında ve iklimindeki çeşitlilikle birlikte, sahip olduğu geniş topraklarıyla Çin, oldukça büyük bir ülkedir. Bu yüzden, Çin mutfağında da çeşitlilik olması çok doğaldır. Örnek verecek olursak, buğday ve mısır soğuk ve kuru olan ülkenin kuzey kesiminde yetiştirilirken, pirinç sıcak ve nemli havaya sahip olan güney kesimde yetiştirilir. Ülkenin kuzey bölgelerinin mutfağı, diğer bölgelere nazaran, daha hafif ve yapımı daha kolay yemeklere sahiptir. Ilıman iklim koşulları, bol yağmur oranı ve verimli arazilere sahip olan ülkenin doğusu, çeşitli ve bol ürün yetiştirmeye elverişlidir. Bunun yanı sıra, göller, denizler ve akarsular da balık, karides, ördek gibi çeşitli deniz ürünlerine ulaşma imkânı sunar. Ülkenin batı ve iç bölgeleri de çeşitli et, balık ve sebzelerle birlikte aynı mutfak

anlayışına sahiptir. Bu bölgelerdeki aşçılar, çeşitli baharatlar ve acı biberler kullanır (Heyman, 2012).

Tahıllar, Çin mutfağının en önemli malzemesidir. Sonrasında ise sebzeler gelir. En yaygın tahıllar ise, pirinç, soya fasulyesi, arpa, buğday ve mısırdır. Elbette bu, bölgelere göre de değişir. Örneğin, buğday ülkenin kuzey kesiminde tercih edilirken, pirinç güney kesimde daha yaygındır. Sebzelerin yanısıra, az miktarda da olsa et ve deniz ürünleri de Çin yemeklerinde kullanılır (Heyman, 2012). Tablo 2.10, Çin mutfağının yaygın olarak kullanılan malzemelerini gösterir.

Tablo.2.10. Çin Mutfağının Yaygın Olarak Kullanılan Malzemeleri

Çin mutfağının malzemeleri
<p><i>Otlar ve Çeşniler</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Taze Kişniş: Çin maydanozu olarak da bilinir. Çin’de ilk kez M.Ö. 200’lü yıllarda görülmüş, sebze olarak yenilmiş ayrıca ilaç olarak da kullanılmıştır. Günümüzde kişniş, Çin mutfağının başta gelen baharatıdır ve genellikle salatalarla kullanılır.• Kırmızı Biber: Çin mutfağında, özellikle sos hazırlarken kullanılan ana malzemelerden biridir. Farklı çeşitleri bulunur.• Zencefil: Taze deniz ürünlerinin tadını güzelleştirmek için Çin’de yaygın olarak kullanılır. Kibrit çöpü şeklinde kesilir ya da paramparça edilerek ince dilimler halinde doğranır.• Evlilik Asması: Teke dikenini veya sırça otu olarak da bilinir. Nane şekerine benzeyen bir tadı olan otun yaprakları, servis edilmeden ya da domuz etiyle pişirilmeden önce, çorbalara eklenir. Yemeğe özel bir lezzet katar. Geleneksel olarak Çinliler, bu yaprakları baharda, çiçeğini yaz aylarında, meyvelerini günde ve kökünü de kış aylarında yerler.• Yeşil soğan: Çin soğanı olarak da bilinir. Çin mutfağının en eski malzemelerinden biridir. Beyaz çiçek soğanı veya hiç çiçek açmayan Çin soğanı gibi birkaç farklı soğan türü içerir ve genellikle salatalarda kullanılır.• Yaprak Soğanı: Avrupa’daki yaprak soğanlara göre daha otlu ve koyu yeşil yapraklara sahiptir. Makarnayla birlikte pişirilir ya da küçük parçalar halinde doğranarak domuz veya kuzu etiyle birlikte pişirilebilir.• Sarımsak: Çin’de oldukça yaygın bir şekilde, neredeyse her yemekte kullanılır.
<p><i>Sebzeler ve Mantarlar</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Çin Lahanası: Çin lahanası, Çin’deki en yaygın yapraklı sebzedir. Hong Kong’da yetişen yirmiden fazla türü vardır. Basit bir şekilde parçalar halinde doğranır ve bütün yapraklarıyla birlikte pişirilir. Ayrıca, karışık kızartmalar ve deniz ürünlerinin yapılmasında da kullanılır.

- Çin Brokolisi: Yuvarlak gövdesiyle birlikte yeşil bir bitki olarak batıdaki brokolilere benzer. Büyük yapraklarıyla, beyaz çiçeklerin küçük demetleriyle, normal brokoliden biraz daha acıdır. İstiridye sosuyla pişirilebilir ya da tercihe göre kızartılabilir.
- Kereviz: Çin'in kuzey bölgesinde en önemli sebze kerevizdir. Buğulama yapılabilir, kızartılabilir, kestane ile birlikte ağır ateşte pişirilebilir, etle birlikte güveçte pişirilebilir. Çorbada kullanılabilir ya da tuzlanıp salamura yapılabilir.
- Su Teresi: Genellikle biraz tuz, şeker ve şarapla birlikte kızartılır ya da çorbaların içinde kullanılır.
- Asya Patlıcanı: Batıdaki patlıcanlara göre daha uzun ve daha incedir. Çin patlıcanı olarak da anılabilir. Biraz daha tatlı, ince ve çekirdeksizdir. Tuzlanıp, birkaç dakika boyunca suda bekletilmeden direkt doğranıp pişirilir.
- Tatlı Patates: Çinliler, tatlı patatesi 1594 yılında Filipinler'de bulmuştur. Günümüzde, Çin'in bazı bölgelerinde tatlı patates bir numaralı yiyecektir. Genelde fırınlanarak, kaynatılarak ya da et suyunda pişirilerek tüketilir. Fırınlanmış tatlı patates, Çin'in kuzeyinde özellikle kış aylarında caddelerde yaygın olarak satılır.
- Çin Ispanağı: Çin ıspanağı, aslında bir ıspanak değildir. Horozibiği çiçeği familyasına aittir. Besin değeri, normal ıspanaktan daha yüksektir. Daha çok yaprakları ve ince gövdesi tercih edilse de, sebzenin tamamı yenilebilir.
- Fasulye Filizi: Fasulye, Çin mutfağında yaygın olarak kullanılır. Ülkede en çok kullanılan fasulyeler ise; maş fasulyesi filizleri ve yeni yıl akşamında geleneksel olarak yenilen soya fasulyesi filizleridir. Bu filizler, maş fasulyesi filizlerinden daha kalın ve daha uzundur. Üstünde sarı taneler vardır. Genellikle beyazlatılmış olurlar ve üzerine susam yağı dökülür, mantar veya bambu filiziyle beraber pişirilir.

Etiler

- Domuz Eti: Çin'de çok tüketilen ve en meşhur ettir. Filetosu, kaburgası, omuzları, ayakları, karnı, kuyruğu, dili, başı, böbreği, ciğeri, kalbi, midesi, beyni, kanı, bağırsakları, dalağı, yağı, pizolası dahil olmak üzere tüm parçaları yenilebilir. Bu parçalar, farklı bir şekillerde hazırlanır ve pişirilir.
- Sığır Eti: Domuz etinden daha az tüketilir. Sığır etinin filetosunun, lezzetsiz olduğu düşünülür. Bacak, kuyruk, delikli işkembesi yahni olarak pişirilir. Dil, ciğer, böbrek, beyin ve toynakları sıklıkla jöle yapımında kullanılır.
- Kuzu ve Dana Eti: Tüketimi yaygın değildir. Genellikle Müslümanlar tarafından tercih edilir.

Kümes Hayvanları ve Yumurtalar

- Ördek: Çin yiyeceklerinde sıklıkla görülür. Çok sayıda Çin ördeği yemeği vardır ve bu yemekler farklı şekillerde pişirilebilirler. Örneğin, terbiyelenerek buharda pişirilebilir ya da iyice kızartılabilir veya buğulama yapıldıktan sonra, çay, pirinç ve şeker ile birlikte lezzet katılabilir.
- Tavuk: Çin'de oldukça sevilir ve ördek gibi pişirilir.

<ul style="list-style-type: none">• Güvercin: Bir aylıktan küçük güvercinler tercih edilir. Terbiyelenerek kızartılabilir ya da mangalda pişirilebilir.• Diğer Kümes Hayvanları: Bildırcın, sülün ve yaban ördeği gibi diğer kümes hayvanlarına da tüketilir. Kullanılan yumurtaların arasında en yaygın olanları ise; tavuk yumurtası, ördek yumurtası, bildırcın ve güvercin yumurtasıdır.
<p><i>Balık ve Deniz Ürünleri</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Balık: Çinliler, bölgesel olarak değişmekle birlikte bol miktarda balık tüketirler. Ülkede balıklar, markette canlı olarak satılan tatlı su balığı ve cansız olarak buzun içinde satılan tuzlu su balığı olarak çeşitlenir. Geleneksel olarak, Çinliler, tuzlu su balığından ziyade tatlı su balığını tercih ederler.• Kabuklular: Buharda pişirilen ya da salamurası yapılan pavurya gibi, istakoz, karides gibi ürünleri içerir. Kabuklarıyla birlikte pişirilen karides veya kabukları soyularak sosla pişirilen karidesler Çinliler tarafından oldukça sevilir.• Tek ve Çift Kabuklular: Genelde fasulye, zencefil, taze soğan ve hafif bir sosla birlikte pişirilen istiridyeler gibi, kabuktan çıkarılarak sarımsak ve fasulye ile beraber pişirilen büyük deniz kabuğu, deniz salyangozu gibi yiyecekler içerir.• Mürekkep Balığı: Tipik bir Çinli yemeğidir. Biraz haşlanabilir, kavurulabilir, salatalarda kullanılabilir ya da hamurun içinde kızartılabilir.• Amfibiyanlar: Kurbağa ve kaplumbağa gibi çeşitli türler, öncesinde doldurularak ızgara yapılabilir.
<p><i>Kurutulmuş Malzemeler</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Fasulyeler: Börülce, kuru bakla, maş fasulyesi, kırmızı fasulye ve soya fasulyesi.• Mantarlar: Siyah mantarlar, beyaz mantarlar ve ağaç mantarları.• Zambaklar• Balık ve Deniz Ürünleri: Çin mutfağında, balıklar en çok kurutulmuş deniz ürünüdür. İyiye kızartılarak, atıştırılabilir ya da küçük parçalar halinde doğranarak pilavla pişirilebilir. Balık ağzı, deniz anası, karides, mürekkep balığı, deniz kabuğu, yüzgeç, deniz salyangozu kurutulmuş deniz ürünleri arasındadır.• Deniz Yosunu: Esmer su yosunu, mor yosun, agar agar yosunu gibi çeşitli yosunlar kurutulmuş olarak tüketilir.
<p><i>Tuzlanmış ve Bekletilmiş Malzemeler</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Konservelenmiş Sebzeler: Çinliler, neredeyse bütün sebzeleri tuzlayarak veya turşunu kurarak korurlar. Genellikle domuz veya ördek eti ile pişirirler.• Kurutulmuş Etler: Domuz jambonu, pastırması ve sosisi ve kurutulmuş domuz etinden oluşur.
<p><i>Lezzetlendiriciler ve Soslar</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Soya fasulyesi sosları: Fasulye sosları, acı soslar, baharatlı soslar, tatlı fasulye sosları ve soya sosları.• İstiridye sosu

<ul style="list-style-type: none"> • Karides sosu • Barbekü sosu • Tuzlanmış ve mayalanmış börtölce • Mayalanmış soya peyniri: Mayalanmış beyaz ve kırmızı soya peyniri
<p>Sirke ve Şaraplar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beyaz Pirinç Sirkesi: Beyaz pirinçten yapılır. • Siyah Çin Sirkesi: Buğday, mısır ve süpürge darısı gibi tahıllardan yapılır. • Shaoxing Şarabı: Çinlilerin en ünlü pirinç şarabıdır.
<p>Çeşnili Yağlar</p> <p>Genellikle bitkisel yağlar kullanılır. Susam yağı, aslında öğütülmüş kırmızıbiberle karıştıran susam yağı olan biber yağı, fıstık yağı, mısır yağı, Hindistan cevizi yağı, soya fasulyesi yağı, aspir yağı ve zeytinyağı gibi çeşitli bitkisel yağlar yaygındır.</p>
<p>Baharatlar</p> <p>Çin mutfağında sadece birkaç çeşit baharat kullanılır. Tarçın ve yıldız anason, et ve kabuklu deniz ürünleri yemeklerinde kullanılan en temel iki baharattır. Çin mutfağında kullanılan diğer baharatlar ise; Sichuan biberi, köri tozu, beyaz biber, kırmızı biber ve kurutulmuş portakal kabuğudur.</p>
<p>Şeker</p> <p>Esmer şeker, kristal şeker, maltoz şekeri, bal, hurma şekeri ve şeker kamışıdır.</p>
<p>Çerezler ve Çekirdekler</p> <p>Badem şekeri, ceviz, kestane şekeri, mabet şekeri, çam fıstığı, iç ceviz ve susam tohumlarıdır.</p>
<p>Pirinç</p> <p>Pirinç, Çin'deki en önemli gıdadır. Hemen hemen tüm yemeklerin içerisinde vardır. Hatta Çin'de, insanları yemeğe çağırırken söylenen 'Pilav hazır!' diye bir deyim bile vardır. Pirincin binlerce çeşidi vardır, fakat Çin'de en yaygın olanları şunlardır:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uzun Taneli Pirinç: Çinlilerin favorisidir ve bu pirinç için su pirinci adını da kullanırlar. Çünkü diğer pirinç türleri kuru topraklarda yetişirken, bu pirinç ıslak topraklarda yetişir. • Kısa Taneli Pirinç: Çinliler oval pirinç de derler. Çoğu zaman gluteli pirinç ile karıştırılır. Çünkü şekli ve yapış yapış olması açısından benzetilir. Kısa taneli pirinç pişirilirken uzun taneli pirince kıyasla daha az su kullanılır. • Glüteli Pirinç: Yapışkan pirinç olarak da bilinir. Genellikle Çin sosisi, mantar, kurutulmuş karides ve başka malzemelerle birlikte pişirilir ve tatlı olur. Domuz etinin içini bu pirinçlerle doldurarak sarmak da oldukça yaygındır. • Kırmızı Pirinç: Özünde, farklı bir pirinç türü değildir. Sadece rengini kırmızıya çeviren bir mayadan etkilenen normal bir pirinçtir.
<p>Çin Makarnaları</p> <p>Makarna fabrikaları, günlük taze makarnalar üretir. Çinliler makarnayı dört şekilde yer:</p>

- Birincisi, lo mein olarak bilinen, makarna pişirilip ardından et, sebze ya da deniz ürünleriyle kızartılır.
- Malzemeler pişirilir, süzülür, yuvarlanır ve iki tarafı da kızartılır. Dışı güzel kızarmış ve çıtır olmalı, içi ise yumuşak olmalıdır.
- Makarna pişirilir ve çorbaya eklenir.
- Makarnalar pişirilip üzerine sos dökülür ve yine sos ile birlikte servis edilir.

Çin mutfağında, çeşitli makarnalar vardır. Bunlardan bazıları: Taze buğday unu makarnası, kurutulmuş buğday unu makarnası, kurutulmuş pirinç unu makarnası, Sha He makarnası ve maş fasulyesi unu makarnasıdır.

Unlar

- Buğday Unu: Buğdaydan yapılır ve daha çok ülkenin kuzey bölgelerinde tüketilir. Daha çok, çeşitli ekmekler ve makarnalar üretmek için kullanılır.
- Pirinç Unu: Pirinç tozu olarak da bilinir. Uzun taneli pirinçten üretilir ve daha çok ülkenin güney bölgelerinde tüketilir. Asya'nın güneydoğusunda ve Çin'in güneyinde yaygın olarak tüketilen pirinç makarnalarının temelini oluşturduğu düşünülür. Ayrıca luo-bo-gao gibi tatlılarda da kullanılır.
- Glüteli Pirinç Unu: Glüteli pirinçten yapılır ve bu un yapışkan ve şeker gibi çiğnenebilir olduğu için daha çok tatlı yapımında kullanılır. Susam tohumu topları, parlak renkli tatlılar ve en meşhurları olan yeni yıl keki gibi tatlıların içinde kullanılır.

Kaynak: Cost, 2000

Çin yemeklerinde kullanılan bu malzemeler, o kadar da tuhaf ve yabancı değildir. Miller'a göre (1988), Çin yemeklerinde kullanılan malzemelerin %80i, Amerikalıların kullandıkları malzemelere çok benzer. Geride kalan %20 ise Çinlilere özgü ve sadece Çin marketlerinde bulunabilirler. Yani, Çin yemeklerini eşsiz kılan malzemeleri değil, pişirme teknikleridir.

Çin'in yöresel lezzetlerinin açıklandığı dört esas tarz vardır. Bunlar: Kuzey, Doğu, Güney ve Batıdır (Chiang, 1994; Straus, 1994).

Kuzey tarzında, sade, zarif ve tatlılıkla hazırlanan yemekler vardır. Beijing ve Shantung, kuzey tarzının iki alt kategorisidir. Mandarin'den de Çin mutfağının kuzey okulu olarak bahsedilir.

Doğu, özen ve zarafeti ile bilinir. Deniz ürünleri ve hafif çorbaları ile ünlüdür. Shanghai ve Yangchow doğunun iki alt kategorisidir.

Güneyin ise, farklı tatları dengeleyici, orijinal malzemelerin lezzetlerini destekleyici bir özelliği vardır. Ilımlı ve sadedir. Cantonese, Fukien, and Taiwanese, güney mutfak anlayışının üç alt grubudur.

Batı tarzı ise acı ve baharatlıdır. Kurutulmuş ya da taze kırmızı acı biberleri de içeren birçok baharat, bu mutfak tarzının malzemelerinin içinde yer alır. Acı ve baharatlı olmasına rağmen, batı tarzı tatlı, tuzlu ya da ekşi olabilir. Szechwan, Hunan, and Yunnan, batı tarzının üç alt grubudur.

2.5.3. Çin yiyecekleri ve içecekleri

Eşsiz malzemeleri ve farklı pişirme teknikleri, Çin mutfağını dünyadaki en iyi mutfaklardan biri haline getirmektedir. Günümüzde Çin yemekleri ve restoranları dünyanın neredeyse tüm ülkelerinde bulunmaktadır (Wu, 2014). Çin mutfağı, özellikle Amerikalılar olmakla birlikte dünyadaki pek çok farklı ülkenin insanları tarafından beğenilen bir mutfaktır (Lu ve Fine,1995). Amerika’da gerçekleştirilen bir çalışma, Amerikan nüfusunun %90’ının Çin yemeğini tattığını, %33’ünün gelecekte daha çok Çin yemeği yiyeceklerini (Ethnic Cuisine, 1995) ve %63’ünün de ayda bir kez Çin yemeği yediğini göstermektedir (Friedman, 1994).

Tipik bir Çin kahvaltısı, makarnalı tavuk çorbası, pirinç lapası ya da bölgeye göre kızarmış hamur işi gibi tatlı çörekler içerir. Çin’in güneyindeki kahvaltılar kuzeyden farklıyken, doğusundaki de batıdakinden farklıdır. Her bölgenin mutfağı, o bölgede yetişen mahsullere ve yetiştirilen hayvanlara göre değişir. Ayrıca, bölgenin iklimi ve arazisi de bu değişkenlikte etkili olmaktadır. Örneğin, bir bölge deniz kenarında ya da dağlık bir bölgede yer alıyorsa etle ya da karidesle doldurulan hamurlar, Çin’de öğle yemeğinde servis edilir. Ana yemekler genellikle çorba, et ya da deniz ürünü, pilav ya da makarna içerir (Heyman,2012). Tablo 2.11’de Çin’in farklı bölgelerinde sıklıkla yenilen yiyecek görülmektedir.

Tablo.2.11. Bölgeye Göre En Çok Yenilen Yiyecekleri

Bölge	Yiyecekler
Kuzey	Ördek, kuzu eti, tavuk, deniz ürünleri, buğday, tahıl, mısır, yer fıstığı, süpürge darısı, soya susu, lahana, yeşil meyveler
Doğu	Domuz eti, deniz ürünleri, tatlı su balığı, kabuklular, yahni, zencefil, soğan, sebze, meyve
Batı	Sığır eti ve arpa

Merkez	Domuz eti, deniz ürünler, kabuklular, soya fasulyesi, pirinç, buğday, tahıl, zencefil, acı biber, mantar, ot, sarımsak, meyve.
Güney	Tatlı patates, mantı, domuz eti, deniz ürünleri, tatlı su balığı, kabuklular, soya fasulyesi, pirinç, buğday, zencefil, kırmızı biber, mantar, sebze, fındık, ot, sarımsak, meyve

Kaynak: Heymen, 2012

2.5.3.1. Çin yemekleri

Pilav

Pilav, Çin'deki en önemli yemektir. Çin'deki insanların günlük kalori ihtiyacının %80-90 kadarı pilavdan karşılanır. Pirinç, haşlanmış ya da pişirilmiş olarak tüketilir. Sebze, domuz eti, dana eti, deniz ürünleri ve diğer yemeklerin yanında servis edilir. Bunun dışında pirinç un, makarna, şarap, bira, sirke üretiminde ve pirinç keki gibi tatlıların yapımında da kullanılır (Li ve Hsieh, 2004).

Çorbalar

Çin'de çorba genellikle öğle ve akşam yemeğinde içilir. Çinlilerin akşam yemeği, birden fazla çorba çeşidi içerir. Bütün yemekler, masanın ortasına koyulur ve herkes istediği yemekten istediği kadar alır (Heyman, 2012). Bazı çorbalar, normal yemek olarak, bazıları da aperatif olarak tüketilir. Örneğin, bazı insanlar akşamları ana yemek olarak zencefilli sirkeli çorbayı tercih ederken, çoğu sebze ve ot çorbası da ana yemeklerin yanında aperatif olarak tüketilir (Chan vd., 2000). Chan'a göre (2007), Çin mutfağında yaygın olarak görülen çorbalar şunlardır:

- Mantarlı Tavuk Çorbası: Bu çorba, küçük küçük doğranmış mantar ve tavuk etinden yapılır. Yumurta, mısır unu ve susam yağı kullanılır.
- Sebze Çorbası: Çin'deki çorbaların arasında en kolay olanıdır. Sebze, zencefil, sos, tuz ve çeşitli baharatlar kullanılarak hazırlanır.
- Ördek Çorbası: Kemiksiz, orta boy bir ördekten yapılır. Mantar, bambu filizi, kereviz, yağ, Çin sosu, mısır unu ve tuz kullanılır.
- Domuz Çorbası: Yağsız domuz eti, küçük parçalar halinde doğranır. Mantar, mısır unu, Çin sosu, birkaç damla susam yağı ve küçük küçük doğranmış kavun kullanılır.

- Balık Çorbası: Balıklar küçük parçalar halinde doğranır. Su kestanesi, bambu filizi ve Çin mantarı kullanılır.
- Makarna Çorbası: Makarna, un, yumurta, tuz ve biraz sodalı su kullanılarak yapılır. Ardından makarna kaynayan suyun içine atıp, biraz tuz, biber, birkaç damla susam yağı ve Çin sosu eklenerek pişirilir.

Tüm çorbalara sebze eklenebilir. Fakat, eklenmeden önce sebzeler ayrı olarak haşlanmalıdır.

Etlер

Çin’de et çeşitleri arasından en yaygın olanı domuz etidir. 2006 yılında, Çin’deki toplam et üretimi yaklaşık olarak 80,510,000 M/T iken, bunun 51,970,000 M/T’sini domuz eti oluşturuyordu (Weng vd., 2007). Chan’ın Çin yemekleri kitabında (1917), domuz etiyle pişirilen en yaygın Çin yemekleri şunlardır:

- Domuz Kuşbaşısı: Dövülen domuz eti, mantar, su kestanesi, bambu filizi ile birlikte kızartılır ve ardından kızaran makarnalar da şarap ve zencefil suyu ile birlikte pişirilir.
- Domuz İpliği: Dövmüş domuz eti, bambu filizi ve mantar ile birlikte pişirilir. Et, yumuşayana kadar pişirilip sonrasında, iplik şeklinde tiftilir.
- Patatesli Domuz Eti: Soyulmuş patates, yeşil havuç, Çin kırmızı peyniri, şarap ve zencefile birlikte, domuz eti tencerede pişirilir. Tencerede pişirilmeden önce, et ve sebzeler kızartılır.
- Buğulanmış kestaneli domuz: Şarapla lezzetlendirilen kabuksuz kestane, dövmüş domuz etiyle birlikte buğulanır. Domuz eti, buğulama yapılmadan önce mutlaka kızartılmalıdır.
- Domuz Salatası: Haşlanan domuz etine, tuz, hardal, sirke eklenir, çalı fasulyesiyle birlikte tencerede pişirilir. Maydanoz ve ada çayı ile birlikte servis edilir.
- Kızarmış Domuz Kaburgası: Kaburga eti, küçük parçalar halinde doğranır. Yumurta, Çin sosu, tuz, mısır unu ve şekerle karıştırılır. Şarap ve sirke eklenip tencerede pişirilir.

Çin mutfağında, sığır eti domuz eti kadar yaygın değildir (Nam, 2010). Sığır filetosunun lezzetsiz olduğu düşünülür. Çinlilerin sığır yahnisi, sığır eti küp küp doğranarak, üzerine

un serpilerek ve Çin tavaşında pişirilerek yapılır⁹ Çin marketlerinde, kuzu eti ve dana eti çok sık bulunmaz. Çinlilerin yemek pişirme stilinde, kuzu eti pişirilmeden önce, çoğunlukla kızartılır. Çin mutfağındaki en yaygın kuzu etli yemeklerden biri de, kuzunun bacak ya da boyun etinden yapılan Çinli kuzu yahnisidir. İçerisinde küçük parçalar halinde doğranmış kuzu eti, biber sarımsak ve zencefil bulunur. Çin mutfağında, geyik eti de, kuzu etiyle aynı şekilde pişirilir (Chan, 2017).

Makarnalar

Çinliler, makarnayı dört farklı şekilde yer. Birincisi, lo mein olarak bilinen, makarnayı pişirerek sonrasında et, sebze ya da deniz ürünleriyle kızartarak yapılan yol. İkincisi, malzemeler pişirilir, süzülür, yuvarlanır ve iki taraf da kızartılır. Dışarıdan güzel kızarmış ve çıtır olmalı, yerken ise yumuşak olmalı. Üçüncüsü, makarna pişirilir ve çorbaya eklenir. Dördüncüsünde ise, makarnalar pişirilip üzerine sos dökülür ve yine sos ile birlikte servis edilir (Cost, 2000).

Kümes ve Av Hayvanları

Chan'a göre (1917), Çin mutfağında yaygın olarak kuş etinden yapılan yemekler şunlardır:

-Tavuk yemekleri

Bademli tavuk, sebzeli tavuk, kestaneli tavuk, tavuk kuşbaşı, tavuk ipliği, kızarmış tavuk, cevizli tavuk, ananaslı tavuk, tuzlu tavuk, tepside tavuk, bülbül yuvası, tavuk buğulama, tavuk çevirme.

-Ördek yemekleri

Ördek çevirme, maydanozlu ördek, ördek kuşbaşı, sebzeli ördek, patatesli ördek, şaraplı ördek, ördek buğulama, doğu usulü ördek, kızarmış ördek ayağı, ananaslı ördek, ördek ipliği, yaban ördeği, ördek jambonu.

-Diğer kuşlar

Güvercin: Sebzeli güvercin, kızarmış güvercin, güvercin kuşbaşı

⁹ http://www.geocities.ws/lim_ailam/Chinese.pdf (Erişim Tarihi: 11.06.2016)

Keklik: Keklik kuşbaşı, sebzeli keklik

Bıldırcın: Bıldırcın Kuşbaşı

Kızarmış kaz

Yumurtalar

Çin’de yumurta omlet, domuz etli omlet, tavuk etli omlet, karidesli omlet, yengeçli omlet, ıstakozlu omlet, fasulyeli omlet, yağda yumurta, yumurtalı rulo, tahtada yumurta, balık rulo, balıklı yumurta, içli yumurta gibi çok farklı şekillerde tüketilir.

Fasulyeler

Fasulye filizi, sebzeli fasulye, fasulyeli kek, içi doldurulmuş üçgen fasulyeli kek, incili yakutlu fasulye, fasulye bisküvisi gibi çeşitli şekillerde tüketilir.

Deniz Ürünleri

Çin’de balık ve deniz ürünleri günlük diyetlerde oldukça kullanılır. Balık, neredeyse her gün farklı türleriyle yenir. Halkın orta kesimi, zengin kesime göre daha çok balık yer (Kreuzer,1974). Chon (1917), Çin mutfağındaki balık ve deniz ürünü yemeklerinden şöyle bahsetmiş:

-Balık: Sebzeli balık, balık köftesi, kızarmış balık köftesi, çiğ balık, kızarmış balık, sıcak suda balık, balık buğulama, köpekbalığı yüzgeci.

-Kaplumbağa: Buğulama ve kaplumbağa çorbası.

-Karides: Sebzeli karides, karides buğulama, kızarmış karides

-İstiridyeye: Sebzeli istiridyeye, istiridyeye buğulama, kızarmış istiridyeye

-İstakoz: Sebzeli istakoz

-Yengeç: Yengeç çorbası, kızarmış yengeç

-Deniz Salyangozu: Salyangoz çorbası

Tatlılar

Çin mutfağında tatlı olarak sunulan belirgin bir yiyecek bulunmamaktadır. Genel olarak meyvelerden hazırlanan tatlılar servis edilmektedir. Çin mutfağında sosların ve yemeklerin içinde bir miktar beyaz şeker kullanıldığı için ayrıca tatlı yeme ihtiyacı hissedilmemektedir (Kılıç ve Bekar, 2016: 19). Çin’de tüketilen sınırlı çeşitteki tatlıya verilebilecek örnekler şunlardır (Chon, 1917).

-Kekler: Bademli kek, sünger kek

-Pudingler: Su kestaneli puding, patatesli puding, zambaklı puding

-Şekerlemeler: Yer fıstıklı şeker, susamlı şeker.

2.5.3.2. Çin içecekleri

Çin’deki en meşhur içecek çaydır. Çayın dünyanın başka hiçbir yerinde bulunmayan türleri Çin’de bulunmaktadır. Ülkede en çok tüketilen çay Çin yeşil çaydır. Yeşil çaydan sonra da siyah çay gelir. Yeşil çay, yıllık olarak üretilen 650,000 ton çayın üçte ikisini oluşturur. Çin çaylarından bazıları şu şekilde sıralanabilir (Rasmussen ve Rhinehart, 1999):

-Ti Kuan Yin: İsmi, Budist bir tanrıçayı konu alan bir efsaneden gelen bu çay, Kuzey Fujian’da oldukça yaygın olarak üretilir. Tayvan’da üretilen çaya kıyasla daha yumuşak ve tatlı bir lezzete sahiptir.

-Lapsang Souchong: Fujian şehrinde üretilen bir başka ünlü çaydır. Diğerinden farklı olarak, duman çıkarır ve katranlı bir tadı vardır. Bu çay dumansı tadını, çam odunu ateşi üzerinde işlenmesinden alır.

-Pu-erh: Çin’deki en eski çaylardan biridir. Geniş yapraklı bir çay bitkisinden üretilir. Çok farklı, topraklı ve küflü bir tadı vardır. Bu çay ayrıca tedavi amaçlı ilaç olarak da kullanılabilir. Çinliler tarafından oldukça değer verilen bir çaydır fakat batılılar için içimi zordur.

-Diğer Çin Çayları: Çinliler için yeşil çay diğer çaylar arasında en çok tercih edilen çay türüdür. *Lung Ching*, *Pi Lo Chum Gunpowder* en iyi yeşil çaylar arasında sayılır. Bu çaylar Çinlilerin günlük yaşamları, kutlamaları ve festivallerinin yanı sıra tedavi amaçlı olarak da kullanılırlar.

Su, Çin’de alkolsüz olarak en iyi bilinen içecektir. Suyun Çin’de, bazı eski gelenekler ve dini ritüeller açısından da çok önemli bir yeri vardır (Huang, 1990). Ayrıca, pirinç şarabı da ritüellere ve törenlere dahil edilen önemli içecekler arasındadır. Örneğin, Çin’deki gelin ve damatlar düğün boyunca pirinç şarabı içerler (Heyman,2003).

2.5.4. Çin mutfağında öğünler

Çin’de Han Hanedanlığından önce tarımsal ürünlerdeki kıtlıktan dolayı sabah ve akşam olmak üzere iki öğün yemek yenildiği bilinmektedir. Han Hanedanlığından sonra ise yemek öğünü sabah, öğle ve akşam olmak üzere üçe çıkmıştır (Kılıç ve Bekar, 2016: 19).

2.5.4.1. Kahvaltı

Çin’in güneyde sabah kahvaltısı genellikle çay evi tarzı yerlerde yapılmaktadır. Buralarda buharda pişmiş karidesli mantı, nar çiçeği şeklinde yengeç yumurtası ile süslenen kıymalı börek ya da suda haşlama veya buharda pişirilmiş tavuk ayağı yenilmektedir. Çin’in kuzeyde ise kahvaltıda çoğunlukla sokak yiyecekleri tercih edilmektedir. Kahvaltıda buğday ve mısır unu karışımından yapılan, içine yumurta, baharat, taze soğan vb. konulan gözleme şeklindeki yiyecek tüketilmektedir. Yine noodle çeşitleri, la mian çorbası kahvaltıda tüketilen diğer yiyecekler arasındadır. Kahvaltıda içecek olarak genellikle soya sütü içilmekte, soya sütünün yanında kızgın ateşte pişirilmiş çubuk şeklinde olan ve guo zi denilen ekme servisi edilmektedir. Genellikle kuzey bölgelerinde ve kırsalda yapılan geleneksel ev kahvaltılarında ise pirinç lapası, turşu, soya sosu ve çay içinde haşlanmış yumurta yenilmektedir (Kılıç ve Bekar, 2016: 19). Çinliler arasında kahvaltı erişte (kızarmış veya çorba içerisinde) ya da pirinç/pirinç lapasından oluşmasından dolayı sıcak bir öğündür. Çörekler ve yerel kekler de kahvaltı için oldukça popüler seçimlerdir. Bu yiyecekler ağır sade kahve veya yoğunlaştırılmış sütle tatlandırılarak tüketilir (Howden vd, 1993). Çin kahvaltıları, haşlanmış baharatlı yumurta, çörek veya pirinçten oluşur (Lv ve Brown, 2010).

2.5.4.2. Öğle ve akşam yemekleri

Çin’de öğle ve akşam yemekleri çeşit olarak birbirinden farklı değildir. Diğer bir ifade ile öğle ve akşam öğünlerinde tüketilen yemekler arasında belirgin bir farklılık görülmez. Sadece öğle öğününde zaman sıkıntısından dolayı çabuk hazırlanan ve yenen yiyecekler tercih edilirken, akşam öğününde ise zaman daha bol olduğu için yemeklerin hazırlanma ve yeme süreleri daha uzun olmakta ve tercih buna göre yapılabilmektedir. Öğle ve akşam yemeğinde haşlanmış pirinç pilavı, sebzeli ve etli yemekler, domatesli yumurta, erişte, erişte çorbası, buharda pişmiş ekmek, pirinç lapası gibi yemekler tüketilmektedir. Restoranlarda önce soğuk yiyecekler, sonra ana yemek ve yanında hamur işleri servis edilmektedir. Çinlilerde yemeklerin sırası farklılık göstermektedir. Önce iştah açıcı olarak kızgın yağda pişirilmiş küçük ve içi doldurulmuş hamur işleri ve jelatinli balıklar sunulur. Ardından sonra buharda pişirilmiş pirinç yenir ve pirinçle birlikte önce sote edilmiş küçük kâselerde servis edilen yiyecekler da sonra da bir kâse çorba servis edilir. Çin’de geleneksel olarak ana yemek pirinç veya hamur işlerinden oluşmaktadır. Bu pirinç ve hamur işlerinin yanında çeşitli baharatlarla tatlandırılmış sebzeler ile birlikte isteğe göre et ve balığa da yer verilebilmektedir. Kızartılmış yiyecekler çoğunlukla domates sos ve acı hardal sosuna batırılarak yenilmektedir (Kılıç ve Bekar, 2016: 20).

2.6. Türk ve Çin Mutfaklarının Karşılaştırılması

Her ikisi de çok köklü ve kendine özgü yiyecek ve içeceklere sahip olan Türk ve Çin mutfakları sahip oldukları benzerlik ve farklılıklar açısından incelendiğinde iki mutfak arasındaki farklılıkların benzerliklerden çok daha fazla olduğu görülmektedir. Her iki mutfakta da öğle ve akşam öğünlerinde ve bazen de kahvaltıda tüketilmekte olan çorbalar, pilavlar, et (kırmızı et, mütmes ve av hayvanı etleri) yemekleri, sebze yemekleri, balık ve deniz ürünü yemekleri ile tatlılar ve kahvaltılı öğünü açısından iki mutfağın karşılaştırılmasına aşağıda Tablo 2.12.’de yer verilmektedir.

Tablo.2.12. Türk Mutfağı ve Çin Mutfağının Karşılaştırılması

Yemek	Benzerlik	Farklılık
Et yemekleri	Çin ve Türk mutfağında, kuzunun boyun etinden kuzu yahnisi yapılır. Kuzu eti her iki mutfakta da kullanılmaktadır.	Çin’de et çeşitleri arasından en yaygın olanı domuz etidir. Dana eti çok sık bulunmaz. Kuzu eti de domuz göre daha az bulunur. Türk mutfağında ise et çeşitleri arasından en yaygın olanları kuzu, dana, keçi eti ile kümes ve av hayvanlarının etleridir. Türk mutfağında kümes hayvanlarından daha çok tavuk ve kaz tüketilirken Çin mutfağında daha çok ördek tüketilmektedir. Türk mutfağında tavuk eti kullanımının Çin mutfağına kıyasla daha yaygın olduğu söylenebilir. Domuz eti Türk mutfak kültürü içerisinde yer almaz.
Pilav yemekler	Pilav, Çin’de ve Türkiye’de en önemli yemektir. Sebze, dana eti, deniz ürünleri ve diğer yemeklerin yanında servis edilir.	Türk mutfağında pilav sadece pirinçten değil bulgur, kuskus gibi mazlemelerden de yapılır. Türk mutfağında pirinç pilavı sade pişirilmesinin yanı sıra çeşitli teknik ve malzemelerle çok farklı şekillerde başlı başına bir yemek olarak değerlendirilecek şekilde de pişirilmektedir. Çin mutfağında pirinç pilavı yapılırken farklı yağ ve farklı soslar kullanılmaktadır.
Çorba yemekleri	Çin ve Türk mutfaklarında tavuk, sebze, balık ve makarna türevlerinin çorbaları yapılmaktadır.	Çin mutfağında çorbalar yoğurtlu yapılmaz ve çorba yapımında genellikle sadece birkaç damla susam yağı kullanılır. Türk mutfağında ise çorbalar çok farklı şekillerde ve çeşitli malzemelerle yapılır. Yoğurt, salça, çeşitli yağlar, un-yoğurt-yumurta ve yağ ile yapılan terbiyeler ile beyaz ve kırmızı etler, bakliyatlar, sebzeler ve şehriye çeşitleri Türk mutfağında çorba yapımında en sık kullanılan malzemeler arasındadır.
Sebze yemekleri	Çin ve Türk mutfağında, sebze yemeklerinde genellikle lahana, patlıcan, patates, ıspanak ve fasulye gibi hemen hemen aynı sebzeler kullanılır.	Türk ve Çin mutfağında sebze yemekleri yapılırken farklı yağ, sos ve baharatlar kullanılır. Türk mutfağında sebze yemekleri sıcak ya da zeytinyağlılar soğuk olarak servis edilebilir. Türk mutfağında sebze yemekleri sadece sebze kullanılarak yapılabileceği gibi kuzu, dana, keçi ya

		da tavuk eti kullanılarak da yapılabilmektedir.
Balık ve deniz ürünleri	Çin ve Türk mutfağında, sebzeli balık, kızarmış balık, sıcak suda balık, balık buğulama, sebzeli karides, karides buğulama, kızarmış karides, istiridye, istakoz, yengeç tüketilmektedir.	Çin mutfağında Türk mutfağından farklı olarak çiğ balık tüketimi de yaygındır. Ayrıca köpekbalığı yüzgeci buğulama, kaplumbağa çorbası ve deniz salyangozu gibi yiyecekler Çin mutfağında tüketilmektedir. Türk mutfağında deniz balıkları yanında tatlı su balıkları da tüketilmektedir. Balık dışındaki deniz ürünlerinden ise midye, kalamar, karides yaygın olarak tüketilen ürünler arasındadır.
Tatlılar	Türk ve Çin mutfaklarında tüketilen tatlılar arasında önemli bir benzerliğe rastlanılmamıştır. Bulunan tek benzerlik, her iki mutfakta da tatlı yerine meyvenin de tüketiliyor olmasıdır.	Türk mutfağının şekerlemeleri ve tatlıları her dönemde önemli olmuş ve kültür içerisinde de yer etmiştir. Türk mutfağında yemek sonrasında sunulan şerbetli ve sütlü tatlılar ile meyvelerden yapılan tatlılar önemli yer tutar. Ayrıca Türk lokumu da Türk mutfak kültürü içerisinde önemli yeri olan tatlı yiyeceklerdendir. Çin mutfağında ise tatlı olarak sunulan belirgin bir yiyecek bulunmamaktadır. Tatlı olarak genellikle meyvelerden hazırlanan tatlılar servis edilmektedir.
Kahvaltı	Türk ve Çin mutfaklarının kahvaltı öğünü arasında önemli bir benzerliğe rastlanılmamıştır.	Çin kahvaltısında, pirinç lapası, buharda pişmiş karidesli mantı, nar çiçeği şeklinde yengeç yumurtası ile süslenen kıymalı börek ya da suda haşlama veya buharda pişirilmiş tavuk ayağı yenilmektedir. Kahvaltıda içecek olarak ise genellikle soya sütü tüketilmektedir. Türk kahvaltısında ekmek, zeytin ve peynir çeşitleri olmazsa olmazlar arasındadır. Domates, salatalık yeşilbiber gibi sebzeler ve simit, börek, kek, kurabiye, çörek gibi hamur işleri de Türk kahvaltısında sıklıkla yer alır. Haşlanmış, sahanda, sucuklu, pastırmalı gibi çeşitli şekillerde pişirilen yumurta ya da yumurtadan yapılan menemen yine Türk kahvaltısında sıklıkla sunulur. Türk kahvaltısında içecek olarak çay mutlaka yer alır. Kahvaltı da çayın yanısıra portakal suyu gibi meyve suları da içilebilmektedir. Türk mutfağında kahvaltıda bunların yerine sadece çorba da tüketilebilmektedir.

3. ALAN ARAŞTIRMASI

Belirli bir olay veya olgunun çok boyutlu olarak incelenerek ayrıntılarının ortaya çıkarılmasına dönük olarak gerçekleştirilen uygulamalı araştırmalar, alan araştırması şeklinde ifade edilmektedir (Ural ve Kılıç, 2006:19; Karasar, 2008). Tez çalışmasının üçüncü bölümü çalışma amacı kapsamında gerçekleştirilen alan araştırmasına ilişkin ayrıntılar ile bu araştırmadan elde edilen verilerin analizi için kullanılacak olan istatistikî tekniklerin açıklanması; veri analizine dayalı olarak elde edilen bulguların sunulması ve bu bulguların yorumlanması ile oluşturulan sonuç ve önerilerin aktarılması kısımlarından oluşmaktadır.

3.1. Araştırmanın Yöntemi

Mevcut durumu ortaya koymaya ve var olan bu duruma anlam yüklenebilmesine yönelik araştırmalar tanımlayıcı özelliğe sahiptirler. Tanımlayıcı ya da diğer bir ifade ile betimsel araştırmalar verilen bir durumu olabildiğince tam ve dikkatli bir şekilde tanımlar (Büyüköztürk vd.,2016: 23). Güncel sorunların çözümüne yönelik olan tanımlayıcı araştırmalar aynı zamanda çoğunlukla uygulamalı araştırmalardır.

Türkiye’yi ziyaret eden Çinli Turistler Türk yemeklerini tüketmekte midir? Türkiye’yi ziyaret eden Çinli Turistler yemek grupları (çorbalar, et yemekleri, sebze yemekleri gibi) temelinde Türk yemeklerini beğenmekte midir? Türkiye’yi ziyaret eden Çinli Turistler öğünler (sabah, öğle, akşam) temelinde Türk yemeklerini beğenmekte midir? Çinli Turistlerin Türkiye’yi tekrar ziyaret etme niyetleri üzerinde Türk yemeklerinin etkisi var mıdır? Çinli turistler yeni yemekleri denemeye istekli midir yoksa yeni yemek denemekten çekinirler mi? ve Çinli turistlerin Türk yemeklerini tüketme ve beğenme durumları demografik özelliklerine göre değişmekte midir? Gibi sorulara cevap bulmak amacıyla gerçekleştirilen bu alan araştırması, betimleyici, uygulamalı ve nicel verilerin toplanıp analiz edilmesine dayalı olan nicel bir araştırmadır.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Çalışmanın evreni Türkiye’yi iş amacıyla ziyaret eden Çinli turistlerden oluşmaktadır. Çalışma evreninin “iş amacı ile ziyaret” ile sınırlandırılmasının sebepleri arasında Türkiye’yi ziyaret eden Çinli turistlerin sayısının nispeten az olması ve 2016 yılında Türkiye’ye gelen turist sayılarındaki önemli düşüş sebebiyle çok sayıda Çinli turist bir

arada bulunması durumunu garanti altına alabilmektedir. Bu sebeple özellikle fuarlar tercih edilmiş ve Çinli katılımcıların çok sayıda olduğu fuarlar tespit edilmiştir. Çalışma evrenin tespiti için Türkiye'ye gelen turist sayıları incelendiğinde 2015 yılında Türkiye'yi ziyaret eden 36.244.632 turistten sadece 313.704'ünün Çinli olduğu; yine 36.244.632 turistin sadece 339.000'inin Türkiye'yi iş ve fuar sebebiyle ziyaret ettiği bilgisine ulaşılmıştır¹⁰. Türkiye'yi iş amacı ile ziyaret eden turistlerin milliyetlerine göre sınıflandırıldığı bir istatistiğe ulaşılamadığı için evren hakkında net bir sayı belirtilememektedir. Örneklem büyüklüğü belirlenirken, Türkiye'yi ziyaret eden Çinli turist (313.704) ve iş amacı ile gelen turist (339.000) sayılarına göre Yazıcıoğlu ve Erdoğan'ın (2004: 50) önerdiği örneklem büyüklüğü tablosundan (Tablo 3.1) yararlanılmıştır.

Tablo 3.1. $a=0.05$ için Örneklem Büyüklükleri

Evren Büyüklüğü	0.03 Örneklem hatası (d)			0.05 Örneklem hatası (d)			0.10 Örneklem hatası (d)		
	P=0.5 q=0.5	P=0.8 q=0.2	P=0.3 q=0.7	P=0.5 q=0.5	P=0.8 q=0.2	P=0.3 q=0.7	P=0.5 q=0.5	P=0.8 q=0.2	P=0.3 q=0.7
100	92	87	90	80	71	77	49	38	45
500	341	289	321	217	165	196	81	55	70
750	441	358	409	254	185	226	85	57	73
1000	516	406	473	278	198	244	88	58	75
2500	748	537	660	333	224	286	93	60	78
5000	880	601	760	357	234	303	94	61	79
10000	964	639	823	370	240	313	95	61	80
25000	1023	665	865	378	244	319	96	61	80
50000	1045	674	881	381	245	321	96	61	81
100000	1056	678	888	383	245	322	96	61	81
1000000	1066	682	896	384	246	323	96	61	81
100 milyon	1067	683	896	384	245	323	96	61	81

Kaynak: Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004

Tablo 3.1.'e göre +/-0.05 örneklem hatası ile 50.000 kişilik bir evrenden çekilmesi gereken örneklem büyüklüğü $p=0.5$ ve $q=0.5$ için 381 kişidir. Bu doğrultuda, araştırma örneklem büyüklüğü olarak belirlenen 381 sayısına ulaşabilmek için şubat-kasım 2016 tarihleri arasında Türkiye'de gerçekleşen uluslararası fuarlara katılan toplam 400 Çinli turistten çalışmaya katılmayı kabul edenler kolayda örneklem yöntemi ile seçilmiştir. Araştırma kapsamına alınan fuarlar ve bu fuarlara katılan Çinli şirketler Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği 2016 Yılı Fuar Takvimi, Tuyap Fuar ve Kongre Merkezi 2016 Yılı

¹⁰ <http://www.tursab.org.tr/turizm-verileri/istatistikler> (Erişim Tarihi: 30.01.2016).

Fuar Takvimi ve EXPO Antalya 2016 Programlarına dayanarak belirlenmiştir. Örneklem dâhilinde yer alan toplam 400 katılımcının fuarlara göre dağılımları ise şöyledir:

- Şubat ve Mayıs 2016 ayları arasında İstanbul'da gerçekleştirilen uluslararası fuarlarda toplam 169 Çinli turist,
- Temmuz ayında gerçekleştirilen EXPO Antalya 2016'da 74 Çinli turist,
- Ağustos 2016'da İstanbul'da gerçekleştirilen uluslararası fuarlarda 54 Çinli turist,
- Eylül 2016'da Ankara'da gerçekleştirilen uluslararası fuarlarda 64 Çinli turist
- Ekim ve Kasım 2016 ayları arasında İstanbul'da gerçekleştirilen uluslararası fuarlarda 39 Çinli turist.

3.3. Veri Toplama Yöntem ve Aracı

Gerçekleştirilen alan araştırmasında veriler yüzyüze anket yoluyla toplanmıştır. Bu yöntemin tercih edilmesinde özellikle Çinli turistlerin az ya da orta seviyede İngilizce bilmeleri ve kültür farklılığı etkili olmuştur. Araştırmacı anketleri yüzyüze uygulayarak, soru formunda anlaşılmayan kısımları açıklamayı ve gerek dil kısıtı gerekse farklı kültürlerden geliyor olmanın sebep olabileceği yanlış anlaşılmaları engellemeyi hedeflemiştir. Alan araştırmasında anketin tercih edilmesinde ise özellikle zaman kısıtı etkili olmuştur. Uluslararası fuarlarda, katılımcıların öncelikli amacının ticari anlaşmalar ya da alım-satım yapmak olması, zamanlarını çok değerli hale getirmekte ve katılımcılar bu zamanı başka uğraşlarla harcamak istememektedir. Bu sebeple araştırmacı nicel araştırmalarda veri toplamak için sıklıkla tercih edilen yüzyüze anket yöntemini kullanmıştır. Anketler İngilizce olarak hazırlanmıştır.

Araştırmada kullanılan anket demografik özellikler, yemeklere ilişkin beğeniler, tekrar ziyaret niyeti ve yeni yemeklere ilişkin tutumu belirlemeye yönelik dört bölümden oluşmaktadır. Anket içerisinde cinsiyet, yaş, Çin'de ikamet edilen bölge, Türkiye'ye seyahat amacı, Türkiye'ye kaçınıcı kez geldiği ve Türkiye'de ziyaret edilen şehir gibi sosyo-demografik sorular, Türk yemeklerinin tercih edilme ve beğenilme durumu ile tekrar ziyaret niyetine etkisini belirlemeye yönelik sorular ve Uluslararası Neofobi testi yer almaktadır.

Alan araştırması, 5 ziyaret ve toplamda 50 gün yatılı olmak üzere, İstanbul'a 3 (İstanbul'da toplam 24 gün konaklama), EXPO 2016 sırasında Antalya'ya 1 (Antalya'da 11 gün konaklama), ve Ankara'ya 1 ziyaret (15 gün konaklama) yapılarak ve ankete katılanlarla yüz yüze görüşülerek araştırmacı tarafından bizzat yürütülmüştür.

3.4. Araştırmada Kullanılacak İstatistikî Teknikler

Her bir anketin ikişer kere kontrolünden sonra, veri analizi için sayısal araştırmaların analizinde yaygın bir şekilde kullanılan bir istatistik değerlendirme programından yararlanılmıştır. Çalışma betimsel bir tarama araştırması olarak mevcut durumu ortaya koymayı amaçladığı için verilerin analizinde yalnızca tanımlayıcı istatistiklerden ve çapraz tablolardan yararlanılmıştır.

3.4.1. Tanımlayıcı istatistikler

Alan araştırması ile toplanan verileri özetlemek ve sorulara verilen cevaplara ilişkin tanımlamalar yapmak için tanımsal istatistiksel metotları kullanırlar. Ankette toplanan demografik veriler (cinsiyet, yaş ve bölge) ile seyahat sıklığı, daha fazla tercih edilen yiyecekler, ana öğün özellikleri, kahvaltı, gibi Türk yemeklerindeki tercihleri, Türkiye'yi yeniden ziyaret etme niyeti ve neofobi ya da neofili durumlarını ortaya koyacak verileri analiz etmek için tanımlayıcı istatistik olarak frekans dağılımları kullanılmıştır. Grant ve meslektaşlarının 2016 tarihli çalışmasına göre, tanımsal istatistik ve etmen faktör çözümlenmesi sonuçların anlamlandırılmasına katkıda bulunan verinin kapsamlı bir özetini sunmaktadır.

3.4.2. Çapraz tablolama

Kontenjan tablosu olarak da bilinen çapraz tablolama en fazla, kategorik analiz etmede kullanılır. Çapraz tablolama iki veya daha fazla boyutlu tablonun hücrelerinde tanımlanan belli özelliklere sahip deneklerin sayısını kaydeden tablodur. Çapraz Tablolama değişkenler arasındaki ilişki hakkında bir bilgi çeşitliliği sağlamaktadır. Bu çalışmada, 'seyahat sıklığı' değişkeni ile 'Türkiye'ye yeniden ziyaretin etkilemesi' değişkeni 'seyahat sıklığı' değişkeni ile 'daha çok tercih edilmiş yiyecek' değişkeni , 'Çin'de yaşanan bölge' değişkeni ile 'daha çok tercih edilmiş yiyecek' değişkeni , 'daha çok

tercih edilmiş yiyecek’ değişkeni ile ‘yaş’ değişkeni, ‘Türkiye’deki Şehir’ değişkeni ile ‘daha çok tercih edilmiş yiyecek’ değişkeni ve son olarak ‘daha çok tercih edilmiş yiyecek’ değişkeni ile ‘cinsiyet’ değişkeni arasındaki ilişkiyi göstermek için çapraz tablolama kullanılmıştır.

3.5. Verilerin Analizi ve Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde, alan araştırmalarından elde edilen verilerin analizine ve bu analizler sonucunda ulaşılan bulgulara yer verilmektedir. Bu bölümde öncelikle katılımcıların demografik profillerini ve Çinli Turistlerin Türk mutfağı hakkındaki düşüncelerini ortaya koyan betimsel istatistikler ile frekans dağılımları sunulmaktadır. Ardından, Çinli turistlerin Türk mutfağı hakkındaki algılarının demografik özelliklerine göre değişkenliği çapraz tablolar aracılığı ile aktarılmaktadır.

3.5.1. Demografik profile ilişkin bulgular

Tez çalışmasının alan araştırmasında katılımcıların demografik profili yaş, cinsiyet ve Çin’de yaşanan bölge değişkenleri kapsamında ele alınmıştır. Tablo 3.2. incelendiğinde katılımcıların %62’sini kadınların, %52’sini 26-40 yaş aralığında yer alan bireylerin oluşturduğu görülmektedir. Yaşadıkları bölge açısından katılımcıların en fazla (%36) Çin’in güneyinde, en az (6) ise Çin’in batısında ikamet eden bireylerden oluştuğu; ikinci en fazla katılımı (%25) doğuda yaşayan Çinliler’in meydana getirdiği ve bunu merkez (%18) ile kuzey (%15) bölgelerden gelen katılımcıların takip ettiği görülmektedir.

Tablo 3.2. Demografik Profile İlişkin Bulgular

Bölge	N	%	Yaş	N	%	Cinsiyet	n	%
Güney	143	35.93%	17-25	94	23.6%	Erkek	149	37.4%
Doğu	99	24.87%	26-40	204	52.3%	Kadın	248	62.3%
Merkez	71	17.84%	40-60	88	22.1%	Belirtilmemiş	1	0.3%
Kuzey	60	15.08%	60>	9	2.3%	Toplam	398	100%
Batı	25	6.28%	Belirtilmemiş	3	0,8%			
Toplam	100	100%	Toplam	398	100%			

3.5.2. Geçerlilik ve Güvenilirliğe İlişkin Bulgular

Bu alan araştırmasında kullanılan anket formunda yer alan sorular hazırlanırken konuyla ilgili uzman kişilerin görüş ve düşünceleri alınmış ve bu görüş ve öneriler doğrultusunda gerekli düzenlemeler yapılarak anketin geçerliliğinin doğrulanması için içerik geçerliliğinden yararlanılmıştır. İçerik geçerliliği için kullanılan en yaygın yöntem, konu ile ilgili uzman kişilerin görüşlerinin alınmasıdır (Baş, 2001, s. 188). Geçerlilik, ölçülmek istenen özelliğin ne derece doğru ölçüldüğüyle ilgili bir kavram olan geçerliliğin (Büyüköztürk, 2007, s. 167) bir türü olan içerik geçerliliği, anketin yeterli sayıda ve ölçülmek istenen olguyu temsil edebilecek soruları içerdiğinden emin olmak için kullanılmaktadır (Altunışık vd., 2012, s. 123). Bir ölçeğin geçerli olması için güvenilir de olması gerekir. Güvenilirlik, bir ölçeğin ölçülmek istenen şeyi tutarlı ve istikrarlı bir biçimde ölçme derecesini ifade eder. Bir ölçeğin güvenilirliği içsel tutarlılık yaklaşımı ile değerlendirilebilir. Bu değerlendirme için en çok kullanılan yöntem Cronbach alfa olarak da bilinen alfa katsayısıdır (Altunışık vd., 2012, s. 124-126). Tablo 3.3’de araştırmada kullanılan neofeli-neofobi ve tekrar ziyaret niyeti ölçeklerinin önerme sayıları ve güvenilirlik katsayıları yani Cronbach Alpha değerleri görülmektedir.

Tablo 3.3. *Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları*

	Madde Sayısı	Cronbach Alfa (α)
Neofili ölçeği	5	0,87
Neofobi ölçeği	4	0,85
Tekrar ziyaret niyeti ölçeği	5	0,93

Yukarıdaki Tablo.3.3 incelendiğinde tüm ölçekler için Cronbach Alpha değerinin .85 ve üzerinde olduğu görülmektedir. Sosyal bilimler alanında yapılan araştırmalarda Cronbach Alpha değerinin .70’in üzerinde olması beklenmektedir (Hair, vd.,1998:118).

3.5.3. Ziyaret sıklığı

Tablo 3.4. *Ziyaret Sıklığı*

Ziyaret sıklığı	N	%
İlk kez	133	33.4%
İkinci kez	101	25.4%

İki kereden fazla	91	22.9%
Düzenli olarak	71	17.8%
Belirtilmemiş	2	0.5%
Toplam	398	100%

Tablo 3.4’de Çinli turistlerin Türkiye’yi kaçınıcı kez ziyaret etmekte olduklarını gösteren frekans ve yüzde dağılımları görülmektedir. Tablo 3.4 incelendiğinde katılımcıların yarısından fazlasının Türkiye’yi ilk (%33) ve ikinci (%25) kez ziyaret etmekte oldukları; katılımcılardan %23’nün 2’den fazla, %18’inin de düzenli olarak Türkiye’yi ziyaret ettikleri görülmektedir.

3.5.4. Yemek tercihleri

Katılımcıların Türkiye’de buldukları süre boyunca ne tip yemekleri tükettiklerini gösteren Tablo 3.5 incelendiğinde Çinli turistlerden yaklaşık % 61’inin ziyaretleri süresince Çin yemeklerini, %26’sının Türk yemeklerini, %10’unun da fast food ürünleri tercih ettikleri görülmektedir. Anket uygulaması sırasında Çinli turistlerin fuarın düzenlenmiş olduğu şehirlerdeki Çin lokantalarından paket servis talep ettikleri gözlemlenmiştir.

Tablo: 3.5. Yemek Tercihleri

Yemek tercihleri	N	%
Çin yemeği	242	60.8%
Türk yemeği	106	26.6%
Fast food	41	10.3%
Diğer yemekler	0	0%
Belirtilmemiş	5	1.3%
Toplam	398	100%

3.5.5. Türk yemeklerine ilişkin görüşler

Alan araştırmasında Çinli turistlerin Türk yemeklerine ilişkin görüşleri öğle ve akşam yemeklerinde tüketilen ana yemek kategorilerine göre sınıflandırılarak incelenmiştir. Katılımcılardan her bir kategoride yer alan yemeklere ilişkin görüşlerini iletmeleri istenmiş ve bir kategori için birden fazla görüş bildirebilecekleri söylenmiştir. Bu sebeple

her bir kategorideki yemeklerin lezzetlerine ilişkin katılımcı görüşlerine ilişkin sayılar değişebilmektedir. Katılımcıların pilavlar, et yemekleri, çorbalar, sebze yemekleri, salatalar, balık yemekleri ve hamur işleri kategorilerinde yer alan yemeklerin lezzetlerine ilişkin değerlendirmelerini içeren bulguları gösteren tablolar aşağıda sunulmaktadır:

Tablo 3.6. Pilavlara İlişkin Bulgular

Pilav	n	%
Çok tuzlu	8	1.8
Çok baharatlı	6	1.3
Çok çeşnili	15	3.3
Çok bitkisel yağlı	132	29.2
Çok yağlı	11	2.4
Yetersiz	6	1.3
Ağır	11	2.4
Lezzetli	258	57.1
Toplam	447	98.9
Belirtilmemiş	5	1.1
Toplam	452	100

Tablo 3.6'e göre Çinli turistlerin yarısından fazlası (%57) Türkiye'de tattıkları pilavları lezzetli bulduklarını belirtirken, bitkisel ve hayvansal yağ için yapılan yorumları birlikte düşündüğümüzde yaklaşık %32'si ise pilavları çok yağlı bulduklarını belirtmişlerdir. Bu soru için 5 katılımcı görüş belirtmemiştir.

Tablo 3.7 Et Yemeklerine İlişkin Bulgular

Et yemekleri	n	%
Çok tuzlu	31	6.5
Çok baharatlı	16	3.4
Çok çeşnili	16	3.4
Çok bitkisel yağlı	29	6.1
Çok yağlı	35	7.3
Yetersiz	13	2.7
Ağır	12	2.5
Çok ekşi	8	1.7
Çok soslu	3	0.6
Lezzetli	307	64.5
Toplam	470	98.7
Belirtilmemiş	6	1.3

Toplam	476	100
--------	-----	-----

Tablo 3.7’de Çinli turistlerin Türkiye’de yedikleri et yemekleri hakkındaki görüşleri yer almaktadır. Bulgular; et yemeklerini katılımcıların yaklaşık %65’inin lezzetli; %13’ünün ise fazla yağlı bulunduğunu göstermektedir. Bu soru için 6 katılımcı görüş belirtmemiştir.

Tablo 3.8 Sebze Yemeklerine İlişkin Bulgular

Sebze yemekleri	n	%
Çok tuzlu	8	1.9
Çok baharatlı	6	1.4
Çok çeşnili	7	1.7
Çok yağlı	6	1.4
Yetersiz	199	46.9
Ağır	5	1.2
Çok ekşi	4	0.9
Çok soslu	2	0.5
Lezzetli	176	41.5
Toplam	413	97.4
Belirtilmemiş	11	2.6
Toplam	424	100

Tablo 3.8’de yer alan bulgular, sebze yemeklerini katılımcıların yaklaşık % 47’sinin Yetersiz ve yaklaşık %42’sinin de lezzetli olarak değerlendirdiğini göstermektedir. Bu soru için 11 katılımcı görüş belirtmemiştir.

Tablo 3.9 Çorbalara İlişkin Bulgular

Çorbalar	n	%
Çok tuzlu	20	4.4
Çok baharatlı	36	7.9
Çok çeşnili	113	24.9
Çok bitkisel yağlı	56	12.4
Yetersiz	5	1.1
Ağır	12	2.6
Çok ekşi	29	6.4
Çok soslu	8	1.8
Lezzetli	165	36.4
Toplam	444	98
Belirtilmemiş	9	2
Toplam	453	100

Tablo 3.9 Çinli turistlerin Türkiye’de tükettikleri çorbalara ilişkin görüşlerini yansıtmaktadır. Tablo incelendiğinde, katılımcılardan %36’sının çorbaları lezzetli, yaklaşık %33’ünün de çorbaları çok çeşnili (%25) ve çok baharatlı (%8) bulunduğu görülmektedir. 9 katılımcı çorbalar hakkında görüş belirtmemiştir.

Tablo 3.10 Salatalara İlişkin Bulgular

Salatalar	n	%
Çok tuzlu	11	2.6
Çok baharatlı	2	0.5
Çok bitkisel yağlı	11	2.6
Çok yağlı	2	0.5
Yetersiz	37	8.9
Ağır	11	2.6
Çok ekşi	20	4.8
Çok soslu	7	1.7
Lezzetli	291	70
Toplam	392	94.2
Belirtilmemiş	24	5.8
Toplam	416	100

Çinli turistlerin salatalar hakkındaki görüşleri Tablo 3.10’da görülmektedir. Bulgular Çinli turistlerin yaklaşık %70’i Türkiye’de yedikleri salataları lezzetli olarak değerlendirmişlerdir. Bu görüşü yaklaşık %9 ile salataların Yetersiz olduğu görüşü izlemektedir. Katılımcılardan 24’ü salatalar hakkında görüş bildirmemiştir.

Tablo 3.11 Balıklara İlişkin Bulgular

Balık yemekleri	n	%
Çok tuzlu	4	1
Çok baharatlı	1	0.2
Çok çeşnili	2	0.5
Çok bitkisel yağlı	7	1.7
Yetersiz	2	0.5
Ağır	6	1.5
Extra bitter	3	0.7
Çok ekşi	2	0.5
Çok soslu	4	1
Lezzetli	346	85.2
Toplam	378	93.1
Belirtilmemiş	28	6.9
Toplam	406	100

Tablo 3.11 Çinli turistlerin balık yemekleri hakkındaki görüşlerini yansıtmaktadır. Bu tabloda yer alan değerler, katılımcıların %85'inin balık yemeklerini lezzetli bulduğunu göstermektedir. 28 katılımcı ise Türkiye'deki balık yemekleri hakkında görüş bildirmemiştir.

Tablo 3.12 Bakliyat Yemeklerine İlişkin Bulgular

Tahıl yemekleri	n	%
Çok tuzlu	5	1.2
Çok baharatlı	1	0.2
Çok bitkisel yağlı	5	1.2
Yetersiz	9	2.2
Ağır	4	1
Çok soslu	54	13.3
Lezzetli	100	24.6
Toplam	178	43.8
Belirtilmemiş	228	56.2
Toplam	406	100

Çinli turistlerin bakliyat yemekleri hakkındaki görüşleri Tablo 3.12'de görülmektedir. Bu tabloda katılımcıların yarıdan fazlasının (228 katılımcı) değerlendirme yapmamış olması dikkat çekicidir. Bakliyat yemekleri hakkında görüş bildiren turistlerin ise %25'e yakının bu yemekleri lezzetli bulduğu; %13'ünün ise fazla soslu bulduğu görülmektedir.

Tablo 3.13 Makarna ve Hamurişlerine İlişkin Bulgular

Makarnalar	n	%
Çok tuzlu	7	1.7
Çok baharatlı	8	2
Çok çeşnili	7	1.7
Çok bitkisel yağlı	23	5.6
Çok yağlı	2	0.5
Yetersiz	4	1
Ağır	1	0.2
Çok soslu	6	1.5
Lezzetli	58	14.1
Toplam	116	28.4
Belirtilmemiş	293	71.6
Toplam	409	100

Çinli turistlerin Türkiye’de tükettikleri makarnalar ve hamur işleri ile ilgili görüşlerine Tablo 3.13’de yer verilmektedir. Bu tabloda yer alan değerler, 293 katılımcının bu yemekler hakkında değerlendirme yapmadığını göstermektedir. Katılımcılardan %14’ü ise Türkiye’de yedikleri makarna ve hamur işi türü yemekleri lezzetli bulduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 3.14 Tatlılara İlişkin Bulgular

Tatlılar	n	%
Ağır	13	3.2
Yetersiz	3	0.7
Çok tatlı	323	78.6
Keskin tatlı	3	0.7
Lezzetli	54	13.1
Toplam	387	94.2
Belirtilmemiş	24	5.8
Toplam	411	100

Tablo 3.14, araştırmaya katılmayı kabul eden Çinli turistlerin yaklaşık %79’u Türkiye’de tükettikleri tatlıları çok tatlı olarak değerlendirirken %13’ü ise tatlıların lezzetli olduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir. 24 katılımcı ise tatlılar hakkında görüş belirtmemiştir.

Tablo 3.15 Türk Öğle ve Akşam Yemeklerine İlişkin Bulgular

Öğle Yemeği	N	%	Akşam yemeği	N	%
Yemedim	248	62.3	Yemedim	6	1.5
Beğenmedim	28	7.0	Beğenmedim	14	3.5
Çok beğenmedim	37	9.3	Çok beğenmedim	44	11.1
Beğendim	65	16.3	Beğendim	264	66.3
Tavsiye ediyorum	15	3.8	Tavsiye ediyorum	64	16.1
Toplam	393	98.7	Toplam	392	98.5
Belirtilmemiş	5	1.3	Belirtilmemiş	6	1.5
Toplam	398	100.0	Toplam	398	100.0

Araştırmaya katılmayı kabul eden Çinli turistlerin Türkiye’de buldukları süre boyunca öğle ve akşam öğünlerinde Türk yemeği yemeyi tercih edip etmediklerini ve yedikleri Türk yemeklerini beğenip beğenmediklerini ortaya koyan bulgulara Tablo 3.15’de yer verilmektedir. Tablo 3.15 incelendiğinde katılımcıların yarıdan fazlasının öğle

yemeklerinde Türk yemeklerini tercih etmedikleri (%62); akşam yemeklerinde ise çoğunlukla Türk yemeği yediklerini (tercih etmeyen katılımcı %1,5) göstermektedir.

Öğle öğününde Türk yemeği tüketen katılımcıların %16'sı bu yemekleri beğenmezken, %26'sı beğendiğini belirtmiştir. Katılımcılardan sadece yaklaşık %4'ü öğle öğününde yedikleri Türk yemeklerini tavsiye ettiklerini belirtmişlerdir.

Akşam öğününde Türk yemeklerini yediklerini belirten Çinli turistlerin %66'sı yemeği beğendiklerini, %16'sı da tavsiye edeceklerini belirtmişlerdir. Akşam yemeğini beğenmeyen Çinli turist oranı ise yaklaşık %15'tir.

Tablo 3.16. *Kahvaltı Öğününe İlişkin Bulgular*

Kahvaltı	N	%
Ağır	24	4.7
Çok bitkisel yağlı	7	1.4
Yetersiz	145	28.2
Zengin	100	19.5
Çok tuzlu	11	2.1
Çok tatlı	8	1.6
Lezzetli	218	42.4
Toplam	513	99.8
Belirtilmemiş	1	0.2
Toplam	514	100

Tablo 3.16'e göre Türk kahvaltısını katılımcıların %42'si lezzetli bulurken %28'i yetersiz olarak değerlendirmektedir. Katılımcılardan %19'u ise Türk kahvaltısının çeşitlilik açısından zengin olduğunu düşünmektedir. Kahvaltıyı denemeyen turist sayısı 1'dir.

3.5.6. Tekrar ziyaret niyetine ilişkin bulgular

Tablo 3.17. *Türk Yemeklerinin Tekrar Türkiyeyi Ziyaret Niyetine Etkisi*

Karar etkisi	N	%
Olumlu	115	28.9
Olumsuz	50	12.5
Etkilmez	233	58.6
Toplam	398	100.00

Katılımcılara Türk yemeklerinin Türkiye'ye yeniden gelmeyi düşünüp düşünmemelerinde bir etken olup olmayacağı sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 3.17'de sunulmuştur. Bulgular; katılımcıların yaklaşık %59'unun (233 katılımcı) Türk yemeğinin Türkiye'yi tekrar ziyaret etmesinde etkili olmayacağını belirttiği göstermektedir. Katılımcılardan % 29'una yakını (115 katılımcı) yemeklerin Türkiye'yi tekrara ziyaret etmek istemelerinde olumlu etkisi olacağını belirtirken; % 12.5'i (50 katılımcı) olumsuz anlamda etkili bir sebep olacağını dile getirmiştir.

Tablo 3.18. Türkiye'yi Tekrar Ziyaret Niyetine İlişkin Bulgular

<i>Türkiyeyi tekrar ziyaret niyeti</i>	Tamamen katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Hiç katılmıyorum		Kayıp		Ortalama
	N	%	n	%	n	%	N	%	n	%	n	%	
Türkiye'ye iki yıl içerisinde yeniden gelmeyi düşünüyorum.	103	25.9	232	58.3	53	13.3	7	1.8	0	0.0	0	0.0	1.91
Türkiye'ye iki yıl içerisinde yeniden gelmeyi planlıyorum.	95	23.9	235	59.0	54	13.6	8	2.0	0	0.0	2	0.5	1.95
İki yıl içerisinde Türkiye'ye yeniden gelmek istiyorum.	96	24.1	207	52.0	78	19.6	11	2.8	0	0.0	2	0.5	2.03
İki yıl içerisinde Türkiye'ye yeniden geleceğim.	99	24.9	142	35.7	145	36.4	7	1.8	1	0.3	0	0.0	2.16
Arkadaşlarıma Türkiye'ye gitmelerini önereceğim.	106	26.6	180	45.2	95	23.9	7	1.8	3	0.8	2	0.5	2.05

Tablo 3.18 katılımcıların Türkiye'yi tekrar ziyaret etmekte ne kadar kararlı olduğunu göstermektedir. Tablo incelendiğinde katılımcıların Türkiye'yi tekrar ziyaret etme eğiliminde olduğu ancak, bu konudaki kararlılık (%61 olumlu) ve istekliliğin (%76 olumlu); düşünce (%84 olumlu) ve plandan (%83) daha az olduğu görülmektedir. Tablodaki veriler ayrıca katılımcıların %72'sinin kendi arkadaşlarına Türkiye'ye gitmelerini tavsiye edeceklerini göstermektedir.

3.5.7. Yeni yemeklere yaklaşıma ilişkin bulgular

Katılımcıların yeni yemekleri deneme konusundaki eğilimlerini gösteren ve Patricia Pliner ve Karen Hobden (1992) tarafından geliştirilen neofelik ve neofobik davranışlar testine ilişkin bulgular Tablo 3.19'de görülmektedir. Bulgular, katılımcıların

çoğunluğunun neofilik olduğunu ve yeni yemekleri tatmaya açık olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.19. Neofilik/Neofobik Testi

<i>Neofelik İfadeler</i>	Kesinlikle katılıyorum	Kısmen katılıyorum	Biraz katılıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Biraz katılmıyorum	Kısmen katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum	ortalama
Sıklıkla yeni ve farklı yiyecekleri denerim.	62.3%	25.9%	5.0%	1.0%	0.8%	2.0%	2.5%	1.67
Değişik ülkelerin yemeklerini severim.	81.2%	9.0%	2.0%	1.8%	1.3%	1.8%	2.5%	1.47
Akşam yemeğinde yeni bir yemek deneyeceğim.	71.9%	18.8%	1.8%	1.3%	1.5%	1.5%	2.5%	1.55
Neredeyse hiç değişik yemek yemem	37.4%	36.4%	10.1%	2.3%	3.3%	4.0%	5.5%	2.31
Yeni etnik restoranları denemeyi severim.	71.9%	16.3%	3.5%	1.3%	1.3%	3.0%	1.5%	1.57
Neofobik İfadeler								
Yeni yemeklere güvenmem.	2.8%	2.0%	2.5%	1.3%	1.3%	21.1%	68.3%	6.35
İçinde ne olduğunu bilmediğim bir yemeği denemek istemem.	7.8%	3.3%	2.0%	1.8%	5.3%	24.4%	55.3%	5.88
Etnik yemekleri çok yorucu buluyorum.	5.5%	2.8%	3.3%	3.3%	2.3%	28.4%	53.8%	5.96
Daha önce hiç yemediğim şeyleri yemekten korkarım.	2.5%	4.8%	2.3%	1.5%	2.0%	25.4%	60.6%	6.17
Yiyeceğim yemeklere çok dikkat ederim.	8.0%	4.3%	2.5%	2.8%	10.6%	31.2%	39.7%	5.58

3.5.8. Çapraz tablolar

Tablo 3.20’de sunulan bulgular; Türkiye’yi düzenli olarak ziyaret eden turistler dışında kalan turist gruplarının tamamının (ilk kez (%61), ikinci kez (%79) ve üçüncü kez (%75)) çoğunlukla Türkiye’yi tekrar ziyaret etmesinde Türk yemeklerinin etkili olmayacağını göstermektedir. Aynı tabloda tüm katılımcı grupları için Türk yemeklerinin yeniden ziyaret niyeti üzerinde olumsuz etkiden daha fazla olumlu etkisi olduğu da görülmektedir.

Tablo 3.20. Ziyaret Sıklığına Göre Tekrar Ziyaret Niyetine Türk Yemeklerinin Etkisi

Ziyaret sıklığı	Yemeklerin tekrar ziyaret niyetine etkisi						Toplam
	Olumsuz		Olumlu		Etkilmez		
	n	%	n	%	n	%	
İlk kez	11	10.7	29	28.2	63	61.2	103
İkinci kez	5	6	13	15.5	66	78.6	84
İkiden daha fazla	5	6	16	19	63	75	84
Düzenli olarak	1	1.9	19	35.8	33	62.3	53
Belirtilmemiş							74
Toplam	22		77		225		398

Tablo 3.21. Katılımcıların Çin’de Yaşadıkları Bölgelere Göre Yemek Tercihleri

Çin’deki bölgelerle	Yemek tercihi								Toplam
	Türk yemeği		Çin yemeği		Fast food		Belirtilmemiş		
	n	%	n	%	n	%	n	%	
Güney	35	24.6	91	64.1	14	9.9	2	1.4	142
Kuzey	15	25	40	66.7	5	8.3	0	0	60
Batı	0	0	25	100	0	0	0	0	25
Doğu	32	33.3	48	50	15	15.6	1	1	96
Merkez	24	34.3	38	54.3	7	10	1	1.4	70
Toplam	106	27	242	61.6	41	10.4	4	1	393

Tablo 3.21 incelendiğinde tüm katılımcılar arasında Türkiye ziyareti sırasında Türk yemeklerini en çok tercih eden katılımcıların Çin’in merkez bölgesinden gelenler olduğu görülmektedir. Türk yemeklerini en az tercih eden katılımcı grubu ise Çin’in güneyinden gelen katılımcılar olmuştur. Güneyden gelen katılımcıların Türkiye ziyaretleri sırasında en fazla (%64) Çin yemeklerini yemeyi seçerken, %25 Türk yemeklerini, %10 fast food tarzı yemekleri tercih ettikleri görülmektedir. Kuzeyden gelen katılımcıların %25’i Türk yemeklerini %67’si Çin yemeğini, %8’i fast foodu daha çok yemektir. Batıdan gelenlerin tamamı (100%) sadece Çin yemeğini yemektir. Doğudan gelen katılımcıların %33.3’ü Türk yemeğini, %50’si Çin yemeğini ve %16’sı fast foodu daha çok yemektir. Merkezden gelen katılımcıların %34’ü Türk yemeğini, %54’ü Çin yemeğini ve %10’u da fast foodu daha çok yemektir.

Tablo 3.22. Katılımcıların Et Yemeklerine İlişkin Görüşlerinin Bölgesel Dağılımı

Çin'deki Bölgeler										
Et Yemekleri	Güney		Kuzey		Batı		Doğu		Merkez	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Çok tuzlu	14	8,1	8	10,3	1	4,0	6	5,2	2	2,6
Çok baharatlı	3	1,8	4	5,2	0	,0	8	6,9	1	1,3
Çok çeşnili	6	3,5	6	7,8	1	4,0	3	2,6	0	,0
Çok bitkisel yağlı	13	7,5	6	7,8	0	0	7	6	3	3,8
Çok yağlı	17	9,8	7	9,1	3	12,0	7	6	1	1,3
Yetersiz	9	5,2	3	3,9	0	0	1	0,9	0	0
Ağır	9	5,2	1	1,3	0	0	0	0	2	2,6
Çok ekşi	3	1,7	0	0	0	0	4	3,4	0	0
Çok soslu	2	1,1	0	0	1	4,0	0	0	1	1,3
Lezzetli	98	56,0	42	54,6	19	76,0	80	69	68	87,1
Total	174	100,0	77	100,0	25	100,0	116	100,0	78	100,0

Çinli turistlerin Çin'de yaşadıkları bölgeler ile Türkiye'de yedikleri et yemekleri hakkındaki değerlendirmelerini gösteren Tablo 3.22 incelendiğinde, et yemeklerini Çin'in merkez bölgelerinden gelen turistlerin %87'sinin, Çin'in batısından gelen turistlerin %76'sının, Çin'in doğusundan gelen turistlerin %69'unun, Çin'in güneyinden gelen turistlerin %56'sının, Çin'in kuzeyinden gelen turistlerin ise %55'inin lezzetli buldukları görülmektedir. Bu tabloya göre Çin'in en çok merkez, batı ve doğu bölgeleri olmak üzere tüm bölgelerinden gelen turistlerin çoğunluğunun Türkiye'de yedikleri et yemeklerini lezzetli buldukları söylenebilmektedir.

Tablo 3.23. Katılımcıların Pilavlara İlişkin Görüşlerinin Bölgesel Dağılımı

Çin'deki Bölgeler										
Pilavlar	Güney		Kuzey		Batı		Doğu		Merkez	
	n	%	n	%	n	%	N	%	n	%
Çok tuzlu	2	1,4	4	5,7	0	0	1	0,9	0	0
Çok baharatlı	0	0	2	2,9	0	,0	2	1,8	0	0
Çok çeşnili	2	1,4	1	1,4	0	0	7	6,2	0	0
Çok bitkisel yağlı	47	32,2	26	37,1	6	23,1	29	25,5	18	23,4
Çok yağlı	4	2,7	2	2,9	0	0	2	1,8	2	2,6
Yetersiz	0	0	2	2,9	0	0	6	5,3	0	0
Ağır	8	4,8	0	0	0	0	2	1,8	0	0
Lezzetli	84	57,5	33	47,1	20	76,9	63	56,7	57	74
Total	147	100,0	70	100,0	25	100,0	110	100,0	77	100,0

Çinli turistlerin Çin'de yaşadıkları bölgeler ile Türkiye'de yedikleri pilavlar hakkındaki değerlendirmelerini gösteren Tablo 3.23 incelendiğinde, pilavı Çin'in batısından gelen turistlerin %77'sinin, Çin'in merkez bölgelerinden gelen turistlerin %74'ünün, Çin'in güneyinden gelen turistlerin %58'inin, Çin'in doğusundan gelen turistlerin %57'sinin, Çin'in kuzeyinden gelen turistlerin ise %47'sinin lezzetli buldukları görülmektedir. Bu

tabloya göre Çin'in en çok batı ve merkez olmak üzere güney ve doğu bölgelerinden gelen turistlerin çoğunluğunun Türkiye'de yedikleri pilavları lezzetli buldukları, Çin'in kuzeyinden gelenlerin ise yarısından azı lezzetli bulmakla birlikte çoğunluğunun ise fazla yağlı, tuzlu ve baharatlı buldukları belirlenmiştir. Çin'in kuzeyi dışındaki bölgelerden gelen turistlerin tamamının da Türkiye'de yedikleri pilavlar için değerlendirmelerde "lezzetli"den sonra görülen en yüksek değerler "yağlı" seçeneği içindir.

Tablo 3.24. Katılımcıların Sebze Yemeklerine İlişkin Görüşlerinin Bölgesel Dağılımı

Çin'deki Bölgeler										
Sebze Yemekleri	Güney		Kuzey		Batı		Doğu		Merkez	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Çok tuzlu	3	2,1	1	1,7	0	0	4	3,7	0	0
Çok baharatlı	0	0	1	1,7	1	3,8	4	3,7	0	0
Çok çeşnili	2	1,4	1	1,7	0	0	4	3,7	0	0
Çok yağlı	1	0,7	2	3,1	0	0	3	2,8	1	1,4
Yetersiz	69	48,2	26	40,3	19	73,1	49	46,1	36	50
Ağır	4	2,8	1	1,7	0	0	0	0	0	0
Çok ekşi	1	0,7	1	1,7	0	0	0	0	0	0
Çok soslu	1	0,7	0	0	0	0	0	0	1	1,4
Lezzetli	62	43,4	31	48,1	6	23,1	43	40,0	34	47,2
Total	143	100,0	64	100,0	26	100,0	111	100,0	72	100,0

Çinli turistlerin Çin'de yaşadıkları bölgeler ile Türkiye'de yedikleri sebze yemekleri hakkındaki değerlendirmelerini gösteren Tablo 3.24 incelendiğinde, sebze yemeklerinin Çin'in batısından gelen turistlerin %73'ü ve Çin'in merkez (%50) güney (%48), doğu (%46) ve kuzey (%40) bölgelerinden gelen turistler tarafından yetersiz bulunduğu görülmektedir. Sebze yemeklerini lezzetli olan değerlendiren turistlerin Çin'inden geldikleri bölgelere göre sıralaması ise %48 ile kuzey, %47 ile merkez, %43 ile güney ve %40 ile doğu şeklindedir.

Tablo 3.25. Katılımcıların Salatalara İlişkin Görüşlerinin Bölgesel Dağılımı

Çin'deki Bölgeler										
Salatalar	Güney		Kuzey		Batı		Doğu		Merkez	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Çok tuzlu	5	3,8	2	3,6	0	0	4	4,1	0	0
Çok baharatlı	1	0,8	0	0	1	4	0	0	0	0
Çok yağlı	2	1,5	2	3,6	0	0	3	3,1	2	2,8
Yetersiz	11	8,3	5	8,9	7	28	5	5,1	8	11,3
Ağır	1	0,8	1	1,8	0	0	4	4,1	0	0
Çok ekşi	9	6,8	4	7,1	0	0	3	3,1	4	5,6
Çok soslu	5	3,8	1	1,8	1	4	0	0	0	0
Lezzetli	98	74,2	41	73,2	16	64,0	79	80,5	57	80,3
Total	132	100,0	56	100,0	25	100,0	98	100,0	71	100,0

Türkiye’de yedikleri salatalara ilişkin görüşleri ile Çinli turistlerin Çin’de yaşadıkları bölgelere göre dağılımı (Tablo 3.25) incelendiğinde, salataları Çin’in tüm bölgelerinden gelen turistlerin çoğunlukla lezzetli olarak değerlendirdikleri anlaşılmaktadır. En çok doğu (%81) ve merkez (%80) olmak üzere güney (%74), kuzey (%73) ve batı (%64) bölgelerinden gelen turistlerin de salataları çoğunlukla lezzetli olarak değerlendirdiği görülmektedir.

Tablo 3.26. *Katılımcıların Çorbalara İlişkin Görüşlerinin Bölgesel Dağılımı*

Çin’deki Bölgeler										
Çorbalar	Güney		Kuzey		Batı		Doğu		Merkez	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Çok tuzlu	14	9,3	3	4,2	0	0	1	0,9	2	2,6
Çok baharatlı	14	9,3	4	5,6	1	3,7	3	2,8	9	1,3
Çok çeşnili	34	22,7	20	27,8	10	37,0	30	27,8	19	,0
Çok yağlı	17	11,3	12	16,7	8	29,6	10	9,3	9	3,8
Yetersiz	0	0	0	0	0	0	5	4,6	0	0
Ağır	6	4,0	3	4,2	0	0	1	0,9	2	2,6
Çok ekşi	7	4,7	3	4,2	0	0	3	2,8	6	0
Çok soslu	6	4,0	3	4,2	2	7,4	2	1,9	2	1,3
Lezzetli	52	34,7	24	33,3	6	22,2	53	49,0	30	87,1
Total	150	100,0	72	100,0	27	100,0	108	100,0	78	100,0

Çinli turistlerin Türkiye’de yedikleri çorbalar hakkındaki değerlendirmelerinin Çin’de yaşadıkları bölgelere göre dağılımını gösteren Tablo 3.26 incelendiğinde, Çin’in sadece merkez bölgelerinde yaşayan turistlerin çoğunluğunun (%87) çorbaları lezzetli bulduğu, bunu %49 ile doğu bölgesinden gelen turistlerin izlediği görülmektedir. Çin’in güney, kuzey ve batı bölgelerinden gelen turistlerin çorbalar hakkındaki değerlendirmeleri incelendiğinde ise bu bölgelerden gelen turistlerin çoğunluğunun çorbaları fazla çeşnili, baharatlı, tuzlu, yağlı ve soslu buldukları görülmektedir.

Tablo 3.27. *Katılımcıların Balık Yemeklerine İlişkin Görüşlerinin Bölgesel Dağılımı*

Çin’deki Bölgeler										
Balık Yemekleri	Güney		Kuzey		Batı		Doğu		Merkez	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Çok tuzlu	3	2,2	0	0	0	0	1	1,1	0	0
Çok baharatlı	0	0	0	0	1	4,0	0	0	0	0
Çok çeşnili	2	1,5	0	0	0	0	0	0	0	0
Çok yağlı	2	1,5	3	5,4	0	0	0	0	0	0
Yetersiz	1	0,7	1	1,8	0	0	0	0	0	0
Ağır	3	2,2	0	0	0	0	0	0	0	0
Çok ekşi	0	0	1	1,8	0	0	2	2,2	2	3,0
Çok soslu	0	0	0	0	0	0	4	4,5	0	1,3
Lezzetli	123	91,8	51	91,0	24	96,0	82	92,2	66	97,0
Total	134	100,0	56	100,0	25	100,0	89	100,0	68	100,0

Çinli turistlerin Çin’de yaşadıkları bölgeler ile Türkiye’de yedikleri balık yemekleri hakkındaki değerlendirmelerini gösteren Tablo 3.27 incelendiğinde, balık yemeklerini Çin’in merkez bölgelerinden gelen turistlerin %97’sinin, Çin’in batısından gelen turistlerin %96’sının, Çin’in doğusu ve güneyinden gelen turistlerin %92’sinin, Çin’in kuzeyinden gelen turistlerin ise %91’inin lezzetli buldukları görülmektedir. Tabloda lezzetli dışında en fazla işaretlenen seçenek kuzeyde %5 ile çok yağlı, doğuda %5 ile çok soslu ve batıda %4 ile çok baharatlıdır. Tablo 3.27, Çinli turistlerin Çin’de yaşadıkları bölgeler ile Türk yemekleri hakkındaki görüşlerini karşılaştıran diğer tablolar ile birlikte incelendiğinde Çin’in tüm bölgelerinden gelen turistler için en çok beğenilen yemeğin balık yemekleri olduğunu da ortaya koymaktadır.

Tablo 3.28. Katılımcıların Tatlılara İlişkin Görüşlerinin Bölgesel Dağılımı

Tatlılar	Çin’deki Bölgeler									
	Güney		Kuzey		Batı		Doğu		Merkez	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Ağır	6	4,0	0	0	0	0	5	5,0	0	0
Yetersiz	0	0	1	1,9	1	4,3	1	1,0	0	0
Zengin	0	0	0	0	0	0	1	1,0	1	1,4
Keskin tatlı	2	1,4	0	0	21	91,4	78	77,2	0	0
Çok tatlı	116	79,0	46	86,8	1	4,3	0	0	60	85,7
Lezzetli	23	15,6	6	11,3	0	0	16	15,8	9	12,9
Total	147	100,0	53	100,0	23	100,0	101	100,0	70	100,0

Çinli turistlerin Çin’de yaşadıkları bölgeler ile Türkiye’de yedikleri tatlılar hakkındaki değerlendirmelerini gösteren Tablo 3.28 incelendiğinde, tatlıları tüm bölgelerden (batı %96, kuzey %87, merkez %86, güney %80, doğu %77) gelen Çinli turistlerin fazla tatlı bulduğunu görülmektedir.

Tablo 3.29. Katılımcıların Kahvaltıya İlişkin Görüşlerinin Bölgesel Dağılımı

Kahvaltı	Çin’deki Bölgeler									
	Güney		Kuzey		Batı		Doğu		Merkez	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Ağır	11	5,8	5	6,6	1	3,6	4	3,3	3	3,2
Çok bitkisel yağlı	3	1,6	0	0	1	3,6	3	2,5	0	0
Yetersiz	40	21,4	26	34,3	21	75	28	22,9	29	31,2
Zengin	44	23,5	13	17,1	2	7,1	24	19,7	15	16,1
Çok tuzlu	4	2,1	2	2,6	0	0	4	3,3	0	0
Çok tatlı	6	3,2	1	1,3	0	0	1	0,8	0	0
Lezzetli	80	42,6	29	38,1	3	10,7	58	47,5	46	49,5
Total	188	100,0	76	100,0	28	100,0	122	100,0	93	100,0

Çinli turistlerin Türkiye’de kendilerine sunulan kahvaltı hakkındaki değerlendirmelerinin Çin’de yaşadıkları bölgelere göre dağılımını gösteren Tablo 3.29 incelendiğinde, Çin’in sadece merkez bölgelerinde yaşayan turistlerin %50’sinin kahvaltıyı lezzetli bulduğu,

bunu %48 ile doğu ve %43 ile güney bölgelerinden gelen turistlerin izlediği görülmektedir. Çin'in özellikle batı bölgesinden gelen turistlerin büyük çoğunluğunun(%75) kahvaltıyı yetersiz olarak değerlendirdiği de tablodan izlenebilmektedir. Batı dışında kalan bölgelerden gelen turistlerin de kahvaltı için yaptığı değerlendirmelerde lezzetliden sonra en çok yetersiz (kuzey %34, merkez %31, doğu %23, güney %21) ve ardından zengin (güney %24, doğu %20, kuzey %17, merkez %16, batı %7) seçeneğini tercih ettikleri görülmektedir. Bu bulgular çelişkili gibi görünse de aslında çok anlamlı sonuçlara işaret etmektedir. Çin ve Türk yemek kültürleri arasındaki farklılıklar hatırlanacak olursa, çok çeşitli kahvaltılıklar arasından Çinli turistlere hitap edenlerin sayısının çok az olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 3.30. Çin'de Yaşanılan Bölgelere Göre Türk Yemeklerinin Tekrar Ziyaret Niyetine Etkisi

Çin'de yaşanılan bölgeler	Türk yemeklerinin tekrar ziyaret niyetine etkisi						Toplam
	Olumsuz		Olumlu		Etkilmez		
	n	%	N	%	n	%	
Güney	8	7.5	22	20.8	76	71.7	106
Kuzey	0	0	13	26	37	74	50
Batı	3	12.5	1	4.2	20	83.3	24
Doğu	10	11.5	24	27.6	53	60.9	87
Merkez	1	1.7	18	30.5	40	67.8	59
Toplam	22	6.7	78	23.9	226	69.3	326

Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyetine Türk yemeklerinin etkisinin katılımcıların Çin'de yaşadıkları bölgelere göre farklılaşıp farklılaşmadığı Tablo 3.30'da sunulmuştur. Bulgular, en fazla merkez bölgesi ve Çin'in doğusundan gelen turistlerin Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde Türk yemeklerinin olumlu etkisi olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.31. Cinsiyete Göre Yemek Tercihi

Cinsiyet	Yemek tercihi								Toplam
	Türk yemeği		Çin yemeği		Fast food		Belirtilmemiş		
	n	%	n	%	n	%	n	%	
Erkek	60	40.3	83	55.7	4	2.7	2	1.3	149
Kadın	46	18.9	159	65.4	36	14.8	2	0.8	243
Total	106	27	242	61.7	40	10.2	4	1	392

Çinli turistlerin Türkiye'de buldukları süre içerisindeki yemek tercihlerinin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığı Tablo 3.31'de görülmektedir. Tablo 3.31 incelendiğinde erkek turistlerin (%40), kadın turistlere (%19) oranla Türk yemeklerini daha fazla tercih

ettikleri; bunun yanında kadın turistlerin Çin yemekleri ve fastfood'u erkek turistlere oranla daha fazla tükettikleri görülmektedir.

Tablo 3.32. Ziyaret Sıklığına Göre Yemek Tercihi

Ziyaret sıklığı	Yemek tercihi								Toplam
	Türk yemeği		Çin yemeği		Fast food		Belirtilmemiş		
	N	%	n	%	n	%	n	%	
İlk kez	27	20.9	87	67.4	15	11.6	0	0	129
İkinci kez	19	19	64	64	16	16	1	1	100
İkiden daha fazla	21	23.1	62	68.1	7	7.7	1	1.1	91
Düzenli olarak	39	54.9	27	38	3	4.2	2	2.8	71
Kayıp	0	0	1	100	0	0	0	0	1
Toplam	106	27	241	61.5	41	10.5	4	1	392

Tablo 3.32 ziyaret sıklığı ile yemek seçimi arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Bulgular; Türk yemeğini en fazla tercih eden grubun Türkiye'yi düzenli olarak ziyaret eden turistler (%55) olduğuna işaret etmektedir. Tablo incelendiğinde diğer tüm gruplarda birbirine yakın oranlarda olmakla birlikte (%67, %64 ve %68) en fazla Çin yemeğinin tercih edildiği de görülmektedir. Türkiye'yi ilk kez ziyaret eden katılımcıların -Türkiye ziyaretleri sırasında- %21'inin Türk yemeğini, %67'sinin Çin yemeğini ve %12'sinin fast foodu daha çok yedikleri görülmektedir. Türkiye'yi ikinci kez ziyaret eden katılımcıların %19'u Türk yemeğini, %64'ü Çin yemeğini ve %16'sı fast food yemektedir. Türkiye'yi ikiden daha fazla ziyaret eden katılımcıların 23.1%'i Türk yemeğini, 68.1%'i Çin yemeğini ve 7.7%'si fast food'u daha çok yemektedir. Türkiye'yi düzenli ziyaret eden katılımcıların 54.9%'u Türk yemeğini, 38%'i Çin yemeğini ve 4.2%'si fast food'u daha çok yemektedir.

Tablo 3.33. Yaş Gruplarına Göre Yemek Tercihi

Yaş	Yemek tercihi								Toplam
	Türk yemeği		Çin yemeği		Fast food		Belirtilmemiş		
	N	%	N	%	N	%	n	%	
17-25	12	13	53	57.6	26	28.3	1	1.1	92
26-40	49	24.4	137	68.2	14	7	1	0.5	201
41 – 60	40	45.5	47	53.4	1	1.1	0	0	88
>60	5	55.6	2	22.2	0	0	2	22.2	9
Toplam	106	27.2	239	61.3	41	10.5	4	1	390

Tablo 3.33 katılımcıların yemek tercihlerinin yaş gruplarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını göstermektedir. Tablo incelendiğinde Türk yemeğini en çok tercih edenlerin 60 yaş ve üzeri katılımcılar (%66) ile 41-60 yaş arası katılımcılar (%46) olduğu görülmektedir. 26-40 yaş arası (%68) ve 17-25 yaş arası (%58) katılımcıların ise en çok Çin yemeği tercih ettiği görülmektedir.

3.6. Yorum, Sonuç ve Öneriler

Alan araştırması kapsamında anket uygulanan Çinli turistlerin yarısından fazlasının kadınlardan oluştuğu, yaş grubu açısından ise orta (26-40) yaş grubunda yer alan turistlerin katılımcıların yarısını oluşturduğu görülmüştür. Bu bulguların özellikle araştırma sonucunda üterilecek önerilerin hangi hedef kitleye yönelik olması gerektiği açısından önem taşıdığı düşünülmektedir. Katılımcıların Çin’de yaşadıkları bölgelerin belirlenmesi Çin mutfağının bölgelere göre farklılaşan yapısı açısından önem taşımaktadır. Katılımcıların Çin’de yaşadıkları bölgelere göre dağılımları çok büyük farklılıklar içermemekle birlikte en çok Çin’in güney bölgesinde ardından doğu, merkez ve kuzey bölgelerinde yaşayanların örneklem içerisinde yer aldığı, azınlığı ise batı bölgede yaşayanların oluşturduğu belirlenmiştir. Çalışmadan elde edilecek sonuç ve önerilerin de bu doğrultuda özellikle Çin’in güney ve doğu bölgelerinde yaşayan bireylere yönelik olması gerektiği ileri sürülebilir.

Türkiye’de daha önce bulunma durumu açısından değerlendirildiğinde çoğunluğun Türkiye’de daha önce bulunmuş olan Çinli turistlerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Bu durum, katılımcıların çoğunun Türk yemekleri ile daha önce karşılaşmış olduklarını ihtimalini güçlendirmektedir. Buna rağmen katılımcıların büyük çoğunluğunun Çin yemeği yemeyi ya da fastfood ürünleri tercih ettikleri Türk yemeklerini tercih edenlerin oranının çok az olduğu görülmektedir. Her iki bulgu birlikte değerlendirilecek olduğunda bu durumun yeni karşılaşılan bir ürünü denemekten çekinmek davranışı ile açıklanamayacağı, Çinli turistlerin başka sebeplerle Türk yemeklerini çok fazla tercih etmediklerini düşündürmektedir.

Çinli turistlerin Türk yemeklerine ilişkin görüşlerini içeren bulgular toplu olarak değerlendirildiğinde, pilavların lezzetli (%57) ancak fazla yağlı (%32); et yemeklerinin çoğunlukla lezzetli (%65); sebze yemeklerinin yetersiz (%46) ama lezzetli (%41); çorbaların lezzetli (%36) ama fazla baharatlı (%33); salataların lezzetli (%70); balıkların lezzetli (%85) ve tatlıların çoğunlukla çok tatlı (%79) olarak değerlendirildiği bununla birlikte bakliyat yemekleri (%56) ile hamur işlerinin (%72) çoğunlukla denenmediği anlaşılmaktadır. Bulgular değerlendirildiğinde, en fazla beğenilen yemeklerin balık yemekleri, salatalar, et yemekleri ve pilavlar şeklinde sıralanabileceği; en az beğenilenlerin ise tatlılar, çorbalar ve sebze yemekleri şeklinde sıralanabileceği görülmektedir. Bununla birlikte makarna ve hamur işleri ile bakliyat yemeklerinin ise hiç

denenmediği fark edilmektedir. Bu bulgulara ek olarak katılımcılardan bazılarının “Süt ya da yoğurttan yapılan Türk çorbalarını beğenmedim” ve “Türk yemeklerini yerken Çin’den getirdiğim sos ve baharatlara ihtiyaç duyuyorum ve Çin’deki tadı alabilmek için özellikle pilavalra ve et yemeklerine bu sosu ekliyorum” şeklindeki yorumların sonuç ve öneri oluşturmada yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

Bu araştırmada Çinli turistlerin Türk yemekleri hakkındaki görüşleri sadece yemek çeşitleri açısından değil öğünler açısından da incelenmiştir. Bulgular katılımcıların öğle yemeklerinde Türk yemeklerini tercih etmediklerini (%62) ya da yedikleri Türk yemeklerini beğenmediklerini (%16) fakat akşam yemeklerinde çoğunlukla Türk yemeklerini tercih ettiklerini (%98), beğendiklerini (%66) ve tavsiye ettiklerini (%16) göstermektedir. Araştırmanın iş amaçlı seyahat eden Çinli turistlerle ve katıldıkları fuarlar sırasında gerçekleştirildiği göz önüne alındığında öğle yemeğine ilişkin bulguların fuar alanında temin edilebilen Türk yemeklerinin çeşit ya da kalitesinden kaynaklanıyor olabileceği düşünülmektedir. Çinli turistlerin yarıya yakınının (%42) Türk kahvaltısını lezzetli olarak değerlendirmesine rağmen kahvaltıyı yetersiz (%28) ya da zengin (%20) olarak değerlendiren katılımcıların lezzetli bulanlardan daha fazla olduğu da dikkate alınmalıdır.

Katılımcılara Türk yemeklerinin Türkiye’yi tekrar ziyaret etmek istemelerine etki edip etmeyeceği sorulduğunda, çoğunluğun (%58) Türk yemeklerinin bu kararsa etkisi olmayacağını belirtmesine rağmen %30’unun da olumlu etkisi olacağını belirtmesi olumlu bir bulgu olarak değerlendirilmektedir.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü’nün ((UNWTO) verileri ve raporları, son dört yılda turizmdeki büyümenin dünya ticaretinin tamamının büyümesinden daha fazla olduğunu vurgulamaktadır. 2015 yılında dünya turizm geliri %3.6 oranında büyüme gösterirken, turist sayısındaki büyüme oranı %4.4’tür (UNWTO turizm verileri, 2016, S: 4). Turizmde Dünya genelinde yaşanan bu büyümeye rağmen özellikle son iki yılda Türkiye turizm açısından büyük problemlerle karşılaşmıştır. Türkiye’ye gelen yabancı turistlerin sayısı 2014 yılında 36.837.900 iken, 2016 yılında 25.352.213’ e düşmüş ve Turizm gelirleri 2014 yılında 34.305.904 USD iken 2016 yılında 22.107.440 USD’ ye gerilemiştir. Bu durum, turizmi içinde bulunduğu kötü durumdan kurtarmak için önlemler alınmasını ve yeni pazarlara açılmayı gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda 2004 yılından günümüze değin turist gönderen ülkeler arasında hep üst sıralarda yer alan Çin’in hedef

Pazar olarak seçilmesinin yerinde bir karar olacağı düşünülmektedir. Sadece sayı açısından değil, gittikleri ülkelerde yaptıkları harcamalar açısından da Çinli turistler turist kabul edilen ülkelerin çekmek istediği turist grupları arasında önemli yer tutmaktadır. Çünkü Çinli turistlerin turizm harcamaları %25 artış göstererek toplam 292.2 milyar Amerikan Doları'na ulaşmıştır. Çinli turistlerin kişi başına harcamaları ise 213 Amerikan Doları olarak belirtilmektedir (UNWTO turizm verileri, 2016, S: 4, S:13). Pek çok ülke vatandaşına göre daha fazla turizm harcaması yapan Çinli turistlerin Türkiye'ye çekilmesinin turizm endüstrisi açısından büyük önem taşıdığı düşünülmektedir.

Yiyecek ve içecekler ile özellikle de yöresel lezzetler turizmde önemli rol oynar. Daha önce denenmemiş yemeklere açısından konu ele alındığında kimi insanların yeni yemekleri deneme eğiliminde iken diğerlerinin hali hazırda aşına olduğu yiyecekleri tüketme konusunda ısrarcı olduğu bilinir (Leufkens, 2012). Gerçekleştirilen alan araştırmasında elde edilen önemli bulgulardan biri Çinli turistlerin büyük oranda neofelik özellikler gösterdiği yani yeni yemekleri denemeye istekli oldukları görülmüştür. Bu bağlamda çinli turistlere hizmet vermeyi planlayan işletmelerin menülerinde Türk yemeklerine rahatlıkla yer verebilecekleri düşünülmektedir. Ayrıca bu bulgu, Çinli turistleri çekmeye yönelik olarak hazırlanacak tanıtım ve reklam kampanyalarında da Türk yemeklerinin bir çekicilik unsuru olarak kullanılabilmesi düşüncesini desteklemektedir.

Alan araştırmasından elde edilen bulgular, Türkiye'yi ziyaret sayısı arttıkça Türk yemeklerine ilişkin olumlu görüşlerin ve Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyetinin arttığını göstermektedir. Bu durum göz önünde bulundurularak Çin'e yönelik daha fazla tanıtım ve pazarlama kampanyalarının yapılması gerektiği düşünülmektedir. Çinli turistlerin büyük çoğunluğunun (%60.8) ziyaretleri esnasında çin mutfağını tercih etmiş olmaları Çinli tursitlere hitap edecek işletmelerin menülerinde Çin yemeklerini de bulduracak şekilde çalışmalar yapmaları gerektiğini göstermektedir. Çinli turistler tarafından Türk mutfağında en çok tercih edilen yemeklerin balık, salata, pilav ve etler olduğu düşünüldüğünde işletmelerin menülerinde bu yemeklere ağırlık vermeleri, özellikle yoğurt ve süt içeren çorbaları daha az buldurmaları gerektiği önerilmektedir. Ayrıca Türk ve Çin kültürlerinde kahvaltı öğününün çok farklı yiyeceklerden oluştuğu düşünüldüğünde Çinli misafirler için özel kahvaltı menülerinin hazırlanması gerektiği de düşünülmektedir. Çinli turistlerim özellikle akşam yemeğinde Türk yemeği tercih

ettikleri öğle öğününde ise Çin yemeklerini tercih ettikleri de menüler hazırlanırken göz önünde bulundurulması gereken önemli bulgular arasındadır. Araştırma bulgularında Çinli turistler için; Türk yemeklerinin fazla baharatlı ve çeşnili olarak yorumlandığı da görülmektedir. Çinli tursitler için hazırlanacak Türk yemeklerinde bu bulgular göz önüne alınarak daha az baharat ve çeşni kullanımının tercih edilebileceği de düşünülmektedir. Ayrıca Çinli turistlerin kendi mutfak kültürlerinde çok fazla tatlı tüketmedikleri ve araştırma bulgularına göre Türk tatlılarını fazla şekerli buldukları da düşünülerek, Çinli tursitler için hazırlanacak menülerde ağır ve şerbetli tatlılara yer verilmemesi hatta tatlı yerine özellikle meyvelere yer verilmesinin daha uygun olacağı düşünülmektedir.

Çapraz tabloların bulguları, erkek katılımcıların kadın katılımcılardan daha çok Türk yemeği tükettiğini, kadın katılımcılarınsa erkek katılımcılardan daha çok fast food tükettiğini göstermektedir. 60 yaş üstü katılımcıların (55.6%) diğer katılımcılara oranla daha çok Türk yemeği yediği, takip eden grubun 41-60 yaş arası katılımcılar (45.5%) olduğu açığa çıkarken genç katılımcılar için Türk yemeğinin genç katılımcılar tarafından tercih edilmediği ortaya çıkmıştır. Bu durumda misafir profili genç Çinli tursitlerden oluşan işletmelerin menülerinde Türk yemeklerine ağırlık vermek yerine Çin yemeklerine ve fastfood tarzı yiyeceklere yer vermelerinin daha uygun olacağı düşünülmektedir. Orta ve ileri yaş grubu ziyaretçilere hizmet verecek işletmelerin ise menülerinde Türk yemeklerine yer vermeleri gerektiği ileri sürülebilir.

Katılımcıların Çin'de yaşadıkları bölgeler ile Türk yemeklerini tercih etme durumları incelendiğinde, Çin'in en çok merkez, doğu, kuzey ve güney bölgelerinde yaşayan turistlerin Türk yemeği tercih ettiği görülmüştür. Batıdan gelen katılımcıların ise hiç Türk yemeği ve fastfood tercih etmediği, sadece Çin yemeği yedikleri belirlenmiştir. Bu durum katılımcı sayılarının bölgelere göre yoğunluğu ile de ilgili olmakla birlikte, Çinli turiste hizmet verecek işletmeler açısından da yol gösterici olabilir. Batıdan gelen Çinli turistlere hizmet verecek işletmelerin, Çin yemeği ağırlıklı menüler oluşturmaları gerekmektedir. Diğer bölgelerin tamamında ise ağırlık Çin yemeklerinde olmak üzere katılımcılar Türk yemeği ve fastfood yemekleri de tüketmektedirler. Bu bölgelerden gelecek tursitler için Türk yemeği bulduran menüler hazırlamalarının uygun olacağı görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akarca, G., Tomar, O., ve Çağlar, A. (2014). Production of afyon kaymak with traditional and technological methods. *Journal of Food Science and Engineering*, 4(3).
- Akbay, C., Boz, I., ve W. S. (2007). Household food consumption in Turkey. *European Review of Agricultural Economics*, 34(2), 209-232.
- Akpınar-Bayizit, A., Özcan, T., ve Yılmaz-Ersan, L. (2009). Milk-based traditional Turkish desserts. *Mljekarstvo*, 59(4), 349.
- Algar, A. E. (1991). *Classical Turkish cooking: traditional Turkish food for the America*. Harper Collins.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri-SPSS Uygulamalı. (7. Bs.). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Anil, M. (2012). Effects of wheat bran, corn bran, rice bran and oat bran supplementation on the properties of pide. *Journal of Food Processing and Preservation*, 36(3), 276-283.
- Anli, R. E., Vural, N., & Gucer, Y. (2007). Determination of the principal volatile compounds of Turkish Raki. *Journal of the Institute of Brewing*, 113(3), 302-309.
- Arman, A.(2011). *Türk mutfak kültürü tanıtım sorunu: Mengen mutfağı örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Düzce Üniversitesi: Düzce.
- Arslan, Ö. (2010). *Yabancı turistlerin yiyecek içecek işletmeleri, personeli ve türk mutfağına ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi: Alanya örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi: Ankara
- Australian Bureau of Statistics. (2005). Overseas arrivals and departures (3401.0).Canberra.
- Bagozzi, R. P., Lee, H. M., & Van Loo, M. F. (2001). Decisions to donate bone marrow: the role of attitudes and subjective norms across cultures. *Psychology and Health*, 16, 29–56.
- Aydin, F., & Çakmakçı, S. (2014). Possibilities for the use of whey in tel kadayıf (a Turkish dessert) production. *Turkish Journal of Agriculture and Forestry*, 38(2), 250-257.
- Baris Bingol, E., Colak, H., Hampikyan, H., & Muratoglu, K. (2008). The microbiological quality of stuffed mussels (Midye Dolma) sold in Istanbul. *British Food Journal*, 110(11), 1079-1087.
- Basan, G. (1997). *Classic Turkish Cookery*. IB Tauris.

- Basman, A., & Köksel, H. (2001). Effects of barley flour and wheat bran supplementation on the properties and composition of Turkish flat bread, yufka. *European Food Research and Technology*, 212(2), 198-202.
- Baş, T. (2001). Anket. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Batu, A., & Kirmaci, B. (2009). Production of Turkish delight (lokum). *Food research international*, 42(1), 1-7.
- Bayazit, A. A., Ozcan, T., & Yilmaz, L. (2010). A Turkish cheese-based dessert. *Bulgarian Journal of Agricultural Science*, 16(4), 493-499.
- Bellisle, F. (2009). How and why should we study ingestive behaviors in humans?. *Food quality and preference*, 20(8), 539-544.
- Bilgin, P. (2007). "Only strong states can survive in Turkey's geography": The uses of "geopolitical truths" in Turkey. *Political Geography*, 26(7), 740-756.
- Biringen Löker, G., Amoutzopoulos, B., Özge Özkoç, S., Özer, H., Satir, G., & Bakan, A. (2013). A pilot study on food composition of five Turkish traditional foods. *British Food Journal*, 115(3), 394-408.
- Booth, D. A. (1994). Psychology of nutrition. London: Taylor & Francis.
- Britannica, E. (2000). Encyclopedia Britannica. *INC. Yayınları*, C, 9.
- Büyüköztürk, Ş. (2007). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı. (8. Bs.).
- Cabaroglu, T., & Yilmaztekin, M. (2011). Methanol and major volatile compounds of Turkish Raki and effect of distillate source. *Journal of the Institute of Brewing*, 117(1), 98-105.
- Çelikkol, E. S., Uçkun, C. G., & Tekin, V. N. (2013). Demographic evaluation of families breakfast habits in Turkey. *EJOVOC: Electronic Journal of Vocational Colleges*, 3(1).
- Chan, S. M., Nelson, E. A., Leung, S. S. F., Cheung, P. C., & Li, C. Y. (2000). Special postpartum dietary practices of Hong Kong Chinese women. *European journal of clinical nutrition*, 54(10), 797-802.
- Chan, S. W. (1917). *The Chinese Cook Book*. Stokes.
- Chang, R.C.Y, Kivela, J. & Makc, A. H.N. (2010) Food preferences of Chinese tourists. *Annals of Tourism Research*. 37(4), 989-1011
- Chang, R.C.Y, Kivela, J. & Makc, A. H.N. (2011). Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: When East meets West. *Tourism management*. 32(2), 307-316.

- Chen, Y., Lehto, X. Y., & Cai, L. (2013). Vacation and well-being: a study of Chinese tourists. *Annals of Tourism Research*, 42, 284-310.
- Chiang, H. (1994). "Chinese cooking." *Chung Kuo P'eng J'en Pai K'o Ch'uan Shu Encyclopedia of Chinese cooking*, pp. 1-8. Taipei, Taiwan: Chien Hung Publisher.
- "Eating-place trends." (1996, Dec.), *Restaurants USA*, 16-28.
- China Tourism Academy (2013). China's tourism performance: Review and forecast (2012–2013), 5, Beijing: China Tourism Education Press.
- Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755-778
- Colak, H., Hampikyan, H., Bingol, E. B., & Aksu, H. (2008). The effect of nisin and bovine lactoferrin on the microbiological quality of Turkish-style meatball (Tekirdağ Köfte). *Journal of food safety*, 28(3), 355-375.
- Contento, I. R., Williams, S. S., Michela, J. L., & Franklin, A. B. (2006). Understanding the food choice process of adolescents in the context of family and friends. *Journal of Adolescent Health*, 38(5), 575-582.
- Corigliano, M. A., & Baggio, R. (2002). Italian culinary tourism on the Internet. *Gastronomy and tourism*, 92-106
- Cost, B. (2000). *Asian ingredients: a guide to the foodstuffs of China, Japan, Korea, Thailand and Vietnam*. Harper Collins.
- Demirbaş, A., & Bakış, R. (2003). Turkey's water resources and hydropower potential. *Energy, Exploration & Exploitation*, 21(5), 405-414
- Denizer D., (2011), Kahvaltı kültürü, tourism gazette.
- diseases (WHO Technical report series 916). Geneva: Switzerland.
- Ertay, Y. ve Gezmen-Karadağ, M. (2013). Sağlıklı beslenmede Türk mutfak kültürünün yeri. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(1).
- Esir, H. A. (2006). Geleneksel Türk mutfacı ve lamii çelebi'nin ferhat ile şirin mesnevisinde bahsettiği yiyecek ve içecekler. İstanbul: *İlmi Araştırmalar*, Sayı 21, (121- 134).
- Ethnic Cuisines: A profile. (1995), *National Restaurant Association*. Washington, DC.
- Friedman, M. (1994), "Consumers say 'yes, please' to Chinese." *Prepared foods*, 163 (7), 51
- Gülmez, M., Güven, A., Sezer, Ç., & Duman, B. (2003). Evaluation of microbiological and chemical quality of ayran samples marketed in Kars and Ankara cities in Turkey. *Evaluation*, 9(1), 49-52.

- Global Travel Newspaper. (2006). "Global travel, endless charm" e Selection of "Top 50 places abroad to visit for the Chinese". Retrieved May 2007 from <http://www.hqybs.com/waiguoEN/acti%2520Intu.html>.
- Gocmen, D., Inkaya, A. N., & Aydin, E. (2009). Flat breads. *Bulgarian Journal of Agricultural Science*, 15(4), 298-306.
- Gonulalan, Z., Yetim, H., & Kose, A. (2004). Quality characteristics of doner kebab made from sucuk dough which is a dry fermented Turkish sausage. *Meat science*, 67(4), 669-674.
- Grant, A., Ries, R., & Thompson, C. (2016). Quantitative approaches in life cycle assessment—part 1—descriptive statistics and factor analysis. *The International Journal of Life Cycle Assessment*, 21(6), 903-911.
- Grunert, K. G., Perrea, T., Zhou, Y., Huang, G., Sørensen, B. T., & Krystallis, A. (2011). Is food-related lifestyle (FRL) able to reveal food consumption patterns in non-Western cultural environments? Its adaptation and application in urban China. *Appetite*, 56(2), 357-367.
- Gül, A., Isik, H., Bal, T., & Ozer, S. (2003). Bread consumption and waste of households in urban area of Adana province. *Electronic Journal of Polish Agricultural Universities*, 6(2), 10.
- Gültekin, B. (2014). *kruvaziyer turizmine katılan yabancı turistlerin türk mutfağına ilişkin algilari: kuşadası limanı örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacı Bektaş Veli Üniversitesi: Nevşehir.
- Gürsoy, D. (2004). *Tarihin süzgecinde mutfak kültürümüz*. Oğlak Yayıncılık.
- Gürsoy, D. (2005). *Sohbetin bahanesi kahve*. Oğlak Yayıncılık.
- Gürsoy, D. (2006). *Turkish Cuisine in Historical Perspective*. Oğlak Yayıncılık.
- Hair, J.E., Anderson, R.E., Tatham, R.L., ve Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. (5th Edition), Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Halici, N. (2001). Turkish Delights. *Gastronomica: The Journal of Food and Culture*, 1(1), 92-93.
- Hall, C. M., & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experiences of consumption? An introduction to the tourism of taste. In C. M. Hall, E. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, & B. Cambourne (Eds.), *Food tourism around the world: Development, management and markets* (pp. 1–24). Oxford: Butterworth-Heinemann.

- Hall, C. M., Sharples, L., Cambourne, B., & Macionis, N. (2009). *Wine tourism around the world*. Routledge.
- Hall, C. M.; Sharples L.; Mitchell R.; Macionis, N. and Cambourne, B. (2003), *Food tourism around the world*, Butterworth-Heinemann: Oxford.
- Heyman, P. (2003). *International cooking: A culinary journey*. New Jersey: Persona Education.
- Heyman, P. (2012). *International cooking: A culinary journey*. New Jersey: Persona Education.
- Hjalager, A. M., & Richards, G. (Eds.). (2003). *Tourism and gastronomy*. Routledge.
- Howden, J. A., Chong, Y. H., Leung, S. F., Rabuco, L. B., Sakamoto, M., Tchai, B. S., ... & Yap, M. (1993). Breakfast practices in the Asian region. *Asia Pacific J Clin Nutr*, 2, 77-84.
- Huang, H. (1990). Han Gastronomy—Chinese Cuisine in statu nascendi. *Interdisciplinary Science Reviews*, 15(2), 139-152.
- Isin, E. & Üstündağ, E. (2008). Wills, deeds, acts: women's civic gift-giving in Ottoman Istanbul. *Gender, Place and Culture*, 15(5), 519-532.
- Isin, M. (2013). *Sherbet and Spice: The Complete Story of Turkish Sweets and Desserts*. IB Tauris.
- Kabak, B., & Dobson, A. D. (2011). An introduction to the traditional fermented foods and beverages of Turkey. *Critical reviews in food science and nutrition*, 51(3), 248-260.
- Kamber, U., & Terzi, G. (2007). The traditional cheeses of Turkey: Southeast Anatolia region. *Food Reviews International*, 24(1), 62-73.
- Karaosmanoğlu, D. (2007). Surviving the global market: Turkish cuisine” under construction “. *Food, Culture & Society*, 10(3), 425-448.
- Kılıç, B. ve Bekar, A. (2016). Çin Mutfağı. İçinde Dünder Arıkan, A. (Ed) *Dünya Mutfaqları II*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Açık Öğretim Fakültesi
- King, S. C., & Guillette, M. (2011). III. Conference. Frontier Mapping of the Consumer Experience Food Neophobia and Emotion. *Alimentos Hoy*, 20(22), 9-14.
- King, S. C., & Meiselman, H. L. (2010). Development of a method to measure consumer emotions associated with foods. *Food Quality and Preference*, 21(2), 168-177.
- Kittler, P. G., & Sucher, K. P. (2008). *Food and culture* (5th ed.). Belmont, California: Thomson Wadsworth

- Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Gastronomy tourism: A meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2-3), 39-55.
- Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Kivela, J., & Johns, N. (2002, October). A mythological approach in analysing dining out experiences: Implications for remaking of tourist destinations. In *International Tourism Research Conference, Dubrovnik, Croatia*.
- Knudsen, S. (2006). Between life giver and leisure: Identity negotiation through seafood in Turkey. *International Journal of Middle East Studies*, 38(03), 395-415.
- Köksel, H., & Cetiner, B. (2015). Future of Grain Science Series: Grain Science and Industry in Turkey: Past, Present, and Future. *Cereal Foods World*, 60(2), 90-96.
- Köksoy, A., & Kılıç, M. (2003). Effects of water and salt level on rheological properties of ayran, a Turkish yoghurt drink. *International Dairy Journal*, 13(10), 835-839.
- Köksoy, A., & Kilic, M. (2004). Use of hydrocolloids in textural stabilization of a yoghurt drink, ayran. *Food hydrocolloids*, 18(4), 593-600.
- Köster, E. P. (2009). Diversity in the determinants of food choice: A psychological perspective. *Food quality and preference*, 20(2), 70-82.
- Koz, M. S. (2008). *Yemek kitabı: tarih, halkbilimi, edebiyat*. Kitabevi.
- Kreuzer, R. (1974). Fish and its place in culture. *Fishery products. Surrey, England: Fishing News (Books), Ltd. and Food and agriculture Organization, United Nations*, 24-27.
- Küçükkömürler, S., & Özgen, L. (2009). Coffee and Turkish coffee culture. *Pakistan Journal of Nutrition*, 8(10), 1693-1700.
- Kummer, C. (2003). *The Joy of Coffee*, NeYork: Houghton Mifflin Company, 140-141.
- Leufkens, J. M. (2012). Tackling food for neophobia: investigation of a mixed slogan approach to facilitate the introduction of unknown food products.
- Levent, H., & Bilgiçli, N. (2012). Evaluation of physical, chemical and sensory properties of Turkish flat breads (bazlama and yufka) supplemented with lupin, buckwheat and oat flours. *International Journal of Food Science and Nutrition Engineering*, 2(5), 89-95.
- Li, J. R., & Hsieh, Y. (2004). Traditional Chinese food technology and cuisine. *Asia Pacific journal of clinical nutrition*, 13(2), 147-155.

- Lloyd's, C. (2006). About Us. Retrieved on. Edward Lloyd opened a coffee house [in London] in 1688, encouraging a clientele of ships' captains, merchants and ship owners earning him a reputation for trustworthy shipping news. 10-17.
- López-Guzmán, T., & Sánchez-Cañizares, S. (2012). Gastronomy, tourism and destination differentiation: A case study in Spain. *Review of Economics and Finance, 1*, 63-72
- Lu,S.&Fine,G.A. (1995), “The presentation of ethnic authenticity: Chinese food as a social accomplishment.” *The Sociological Quarterly*, 36 (3), 535-553.
- Lv, N., & Brown, J. L. (2010). Chinese American family food systems: impact of Western influences. *Journal of nutrition education and behavior*, 42(2), 106-114.
- Meiselman, H. L. (1996). *The contextual basis for food acceptance, food choice and food intake: the food, the situation and the individual* (pp. 239-263). Springer US.
- Miller, G. B. (1988), *The Thousand Recipe Chinese Cookbook*. NY: Weathervane Books.
- Mitchell, A .(2004). *Secret of the Turkish kitchen*. Istanbul:Çitlembik Publishing.
- Moulin, C. (2000). Gastronomy and tourism: Must every tourist wish be our command?. *The Tourist Review*, 55(1), 19-24
- Mussmann, K. D. ve Pahalı, C. (1994). *Mutfak Hizmetleri*. Eskişehir: Anadolu
- Nam, K. C., Jo, C., & Lee, M. (2010). Meat products and consumption culture in the East. *Meat science*, 86(1), 95-102.
- Nedea, P. S., Andrei, M., & Pop, I. (2011). Diversity of cultural tourism in Turkey. *Anale. Seria Științe Economice. Timișoara*, (XVII), 349-357.
- Okumus, B., Okumus, F., & McKercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*, 28(1), 253-261.
- Ozan, O. (1998). *The sultan's kitchen: a Turkish cookbook*. Tuttle Publishing.
- Ozan, O. (2013). *The sultan's kitchen: a Turkish cookbook*. Tuttle Publishing.
- Pallant, J. (2013). *SPSS survival manual*. McGraw-Hill Education (UK).
- Pham, M. J. (2013). Food as communication: A case study of South Korea's gastrodiplomacy. *Journal of International Service*, 22(1), 1-22.
- Povey, G. (2011). 17 Gastronomy and Tourism. *Research themes for tourism*, 233.
- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism management*, 25(3), 297-305.
- Rasmussen, W. S., & Rhinehart, R. (1999). *Tea basics: a quick and easy guide*. John Wiley.
- Raudenbush, B., & Capiola, A. (2012). Physiological responses of food neophobics and food neophilics to food and non-food stimuli. *Appetite*, 58(3), 1106-1108.

- Raudenbush, B., & Frank, R. A. (1999). Assessing food neophobia: the role of stimulus familiarity. *Appetite*, 32(2), 261-271.
- Rodríguez-Arauz, G., Ramírez-Esparza, N., & Smith-Castro, V. (2016). Food attitudes and well-being: The role of culture. *Appetite*, 105, 180-188.
- Run, J., Li, J., & Zhang, G. (2008). Tourism motivation and behavior of Chinese people. *Social Sciences Review*, 23(6), 31–32, p. 47.
- Şanlıer, N., Cömert, M. ve Durlu Özkaya, F. (2012). Gençlerin Türk Mutfağına Bakış Açısı. *Milli Folklor*, Yıl 24, Sayı 94, 152–161.
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International Journal of Hospitality Management*, 23(1), 15-24.
- Satia, J., Patterson, R., Taylor, V., Cheney, C., Kristal, A., Shin-Thornton, S., Chitnarong, K., (2000). Use of qualitative methods to study diet, acculturation, and health in Chinese-Americans women. *Journal of the American Dietetic Association* 100, 934–940.
- Scarpato, R. (2002). Sustainable gastronomy as a tourist product. *Tourism and gastronomy*, 132-152.
- Schickenberg, B. (2010). *Towards strategies to stimulate first time trial of unfamiliar healthful food products*. PhD Thesis, Maastricht University, Maastricht, The Netherlands.
- Shove, E., Trentmann, F., & Wilk, R. (2009). *Time, consumption and everyday life: practice, materiality and culture*. Berg.
- Şireli, U. T., Göncüoğlu, M., & Pehlivanlar, S. (2008). Growth of *Listeria monocytogenes* in çiğ köfte (raw meat ball). *Vet. J. Ankara Uni*, 55, 83-87.
- Straus, K. (1994), “Authentic ethnics: Chinese.” *Restaurants & Institutions*, 104 (21), 80-90.
- Swanson, L. A. (1996). 1.19850+ billion mouths to feed. Food linguistics and cross cultural, cross-“national” food consumption habits in China. *British Food Journal*, 98(6), 33–44.
- Tuorila, H., Lähtenmäki, L., Pohjalainen, L., & Lotti, L. (2001). Food neophobia among the Finns and related responses to familiar and unfamiliar foods. *Food Quality and Preference*, 12(1), 29-37.
- Uluozlu, O. D., Tuzen, M., Mendil, D., & Soylak, M. (2009). Assessment of trace element contents of chicken products from Turkey. *Journal of hazardous materials*, 163(2), 982-987. Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi, Yayın No: 397.

- UNWTO. (2016) Tourism Highlights, (s. 4 -13).
- Weng, H. P., Song, C. Y., & Wang, P. P. (2007). The discussion on Chinese traditional meat products. *Meat Research*, 8, 3–5.
- World Health Organization. (2002). Diet, nutrition and the prevention of chronic
- World Travel and Tourism Council. (2006). China, China Hong Kong and China Macau. http://www.wttc.org/eng/Tourism_Initiatives/Regional_Initiatives/China/Launch_of_China_Report_2006/. Accessed 03.07.08.
- Wu, D. Y. (2014). Improvising Chinese cuisine overseas. *The Globalization of Chinese Food*, 56-66
- Xu, Y., & McGehee, N. G. (2012). Shopping behavior of Chinese tourists visiting the United States: Letting the shoppers do the talking. *Tourism Management*, 33(2), 427-430.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). Spss uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri. Ankara: Detay Yayıncılık.

İnternet Kaynakları

- <http://gazeteturizm.com/cinli-turist-uc-rus-turiste-bedel/> (Erişim Tarihi: 28.01.2016)
- <http://www.worldometers.info/world-population/china-population/> (Erişim Tarihi: 25.01.2016)
- <http://www.travelchinaguide.com/tour/food/chinese-cooking/methods.htm>(Erişim Tarihi: 28.01.2016)
- <http://mediterranean-turkish-food-passion.blogspot.com.tr/2009/05/traditional-turkish-breakfast.html> (Erişim Tarihi: 11.04.2016)
- <http://turkishfood.about.com/od/DiscoverTurkishFood/a/Turkish-Breakfast.htm> (Erişim Tarihi: 11.04.2016)
- <http://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler> (Erişim Tarihi: 30.01.2016)
- <http://www.tuik.gov.tr> (Erişim Tarihi: 30.01.2016)
- http://www.geocities.ws/lim_ailam/Chinese.pdf (Erişim Tarihi: 11.06.2016)

EKLER

EK-1. Anket Formu

This questionnaire has been designed in purpose to investigate if the Chinese tourists are satisfied with Turkish food or they face some difficulty with Turkish food during their stay in Turkey, and to examine if the Chinese Tourists are food neophobics or neophilics. In the same time this study will investigate if the features of Turkish food are preferable or undesirable for Chinese tourists (for example, Turkish food is; oily, fatty, spicy, hot, salty, over seasoned etc.). Finally this study will search if the Turkish Cuisine will affect Chinese tourists' decision to revisit Turkey. Your answers will be used within scientific research ONLY, and it will be handled confidentially in order to complete this study. We appreciate your corporation with us. And thank you for your valued time and honest answers.

Part 1: Demographic Questions

1) Sex

Male Female

2) Age

17-25 26-40 41 – 60 more than 60

3) Region in China

South North West East Centre

4) Purpose of visit

Business Confrence Treatment Tourism

Other

5)How often you visit Turkey

First time Second time more than two times regularly

6) Which City in Turkey you visited?

Part 2: Turkish food features and revisit intention survey

1) Kindly select one or more from the features of Turkish dishes below, you can select more than one feature for each dish.

Turkish food features	Meat dishes	Rice dishes	Soup dishes	Vegetables' dishes	Salad dishes	Fish dishes	Grain dishes	Noodles dishes
Extra Salty								
Extra Spicy (hot)								
Extra Seasoned								
Extra Oily								
Extra Fatty								
light								
Heavy								
Extra bitter								
Extra sour								
Extra Sauce								
Delicious								

2) Kindly select one or more from the features of Turkish breakfast and desserts below, you can select more than one feature for each group.

Features	Breakfast	Desserts
Heavy		
Light		
Rich		
Extra salty		
Extra sweet		
Extra bitter		
Extra sour		
Extra oily		
Delicious		

3) During your stay in Turkey, which food you ate more?

Turkish food Chinese food Fast Food

Other

4) In general did you like Turkish food?

	I didn't eat	No	Not so much	Yes	I recommend
Breakfast	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lunch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dinner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5) How Turkish food will affect your decision to revisit Turkey?

Negative Positive It will not affect

<i>statement</i>	<i>Agree Strongly</i>	<i>Agree</i>	<i>Neither Agree Nor Disagree</i>	<i>Disagree</i>	<i>Disagree Strongly</i>
I have intention to revisit Turkey in 2 years.					
I have plan to revisit Turkey in 2 years.					
I want to revisit Turkey in 2 years.					
I will revisit Turkey in 2 years.					
I will recommend Turkey to my friends					

Part 3: Food Neophobia Survey

Please Kindly select the response that best describes how much you agree or disagree with each of following statements.

<i>statement</i>	<i>Agree Strongly</i>	<i>Agree Moderately</i>	<i>Agree Slightly</i>	<i>Neither Agree Nor Disagree</i>	<i>Disagree Slightly</i>	<i>Disagree Moderately</i>	<i>Disagree Strongly</i>
I am constantly sampling new and different foods.							
I don't trust new foods.							
If I don't know what is in a food, I won't try it.							
I like foods from different countries.							
I find ethnic food too weird to eat.							
At dinner parties, I will try a new food.							
I am afraid to eat things I have never had before							
I am very particular about the foods I will eat.							
I will eat almost anything.							
I like to try new ethnic restaurants.							