



## Türkiye’de Fine Dining Restoranlara Bakış: Mutfak Yöneticileri Üzerine Bir Araştırma (Overview of Fine Dining Restaurants in Turkey: A research on Chief)

\*Aylin AKOĞLU<sup>a</sup> , Emre ÖZTÜRK<sup>b</sup> 

<sup>a</sup> Abant İzzet Baysal University, Bolu Health School, Department of Nutrition and Dietetics, Bolu/Turkey

<sup>b</sup> Beykent University, Vocation School, Department of Hotel, Restaurant and Catering Service, İstanbul/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi:04.04.2017

Kabul Tarihi:21.03.2018

### Anahtar Kelimeler

Restoran

Mutfak

Gastronomi

Fine dining

Türk mutfağı

### Öz

Fine dining restoran ulusal nitelik taşımayan, farklı etnik mutfaklardan etkilenen, yaratıcılığın ön planda olduğu, besin değeri yüksek ancak küçük porsiyonların yer aldığı, genellikle sezonluk ve yerli ürünlerin kullanıldığı, atmosferin ve servisin üst düzey sunulduğu ve fiyatların standartların üzerinde olduğu bir restoran çeşididir. Türkiye’de fine dining restoranlar bulunmasına rağmen sayıları oldukça az ve uygulama biçimleri yurtdışındaki örneklerine kıyasla farklılık arz etmektedir. Bu çalışmada Türkiye’deki fine dining restoranların bilinme düzeyi ve uygulanma şekli gibi konularda saptamalar yapmak amaçlanmıştır. Konu ile ilgili olarak alanında uzman 16 şef ve bir akademisyen şefe yapılandırılmış görüşme tekniğine uygun olarak hazırlanan sorular yöneltilmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda fine dining restoran konseptinin ülkemizde kabul görmesinin zor olduğu, Türk insanının buna hazır olmadığı, hali hazırdaki fine dining uygulamalarının da konsept olarak doğru işlemediği, doğru işleyenlerin de fiyat politikaları başta olmak üzere ürün tedarikinin zorluğu gibi sebepler dolayısıyla uzun ömürlü olamadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan bu çalışma, alanında yetkin kişilerin konu ile ilgili görüşlerinin belirlenmesine imkan tanıdığından mevcut anlayışın düzeltilmesi ve yeni çalışmalara yol göstermesi adına önem teşkil etmektedir.

### Keywords

Restaurant

Culinary

Gastronomy

Fine dining

Turkish cuisine

### Abstract

Fine dining restaurant is a kind of restaurant that is influenced by a variety of ethnic cuisines, influenced by different ethnic cuisines, where the creativity is the frontline, the food is high but the portions are small, the seasonal and local products are often used, the atmosphere and the service are top quality and the prices are above the standards. Although there are fine dining restaurants in Turkey, the numbers are quite small and their application forms are different compared to their examples abroad. In this study, it was aimed to make some determinations about level of awareness and implementation of fine dining restaurants in Turkey. Questions directed to 16 chiefs and one lecturer in the field were prepared according to semi-structured interview technique. It is found that the acceptance of the fine dining concept in our country is a little difficult, the Turkish people are not ready for it, the present fine dining applications are conceptually correct and the right ones are not able to live long due to reasons such as price politics. Since this study makes it possible to determine the opinions of competent people in the field, it is important for correcting the current understanding and leading to new studies.

\* Sorumlu Yazar.

E-posta: [aylinakoglu@ibu.edu.tr](mailto:aylinakoglu@ibu.edu.tr) (A. Akoğlu)

## **GİRİŞ**

Yiyecek içecek işletmeleri; konaklama birimlerine bağlı olarak ya da özel kimlik çatısı altında, dışarıda yemek yemeyi düşünen veya evlerinden uzakta bulunan insanlara, yiyecek içecek malzemesi olarak işleyen, üreten ve satış yaparak hizmet veren, kişilerin yeme-içme ihtiyaçlarını karşılamayı meslek olarak kabul eden ekonomik, sosyal ve disiplin altına alınmış ve bu hizmetin yanı sıra eğlence faaliyetleri de sunabilen işletmelerdir (Sarışık, 1998; Türksoy, 1997).

Yiyecek içecek sektörünün giderek gelişen bir sektör haline gelmesi, sektördeki yatırımları da arttırmakta ve buna bağlı olarak günümüzde birbirlerinden farklı özelliklere sahip yiyecek içecek işletmelerinin sayısı giderek çoğalmaktadır. Bu nedenle yiyecek içecek işletmelerinin sınıflandırılma ihtiyacı ortaya çıkmaktadır (Doğruyol, 2014). Yiyecek içecek işletmeleri ticari (lüks, etnik, temalı, aile vb. restoranlar) ve ticari olmayan (kurumsal ve endüstriyel) işletmeler olarak sınıflandırılmaktadır (Sökmen, 2011). Buna paralel olarak yiyecek içecek endüstrisinin bir parçası olan restoranlar arasında büyük farklılıklar bulunmakta ve restoranlar; sahip olduğu menü, sunduğu yiyecek kalitesi, menü fiyatı ve atmosferi gibi etkenler dikkate alınarak da sınıflandırılmaktadır (Donald ve Lundberg, 1994). Bu noktadan hareketle yeni bir restoran konsepti olan fine dining restoran karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde insanlar gerek sosyal nedenler gerekse psikolojik nedenlerden dolayı yeme-içme faaliyetlerini dışarıda gerçekleştirmektedirler. Bu faaliyetler günden güne giderek artmış ve insanların özel deneyimler için özel restoranları tercih etmesine kadar dayanmıştır. Bu eylemler insanların karınlarını doyurmaktan ziyade kendilerini gerçekleştirme ihtiyaçlarına hizmet eder olmuştur. Bu ihtiyaç doğrultusunda da günden güne ortaya çıkan yeni konseptlerden bir tanesi de fine dining konseptidir.

Fine dining restoranlar ulusal nitelik taşımayan, farklı etnik mutfaklardan etkilenen, yaratıcılığın ön planda olduğu, besin değeri yüksek ancak küçük porsiyonların yer aldığı, genellikle sezonluk ve yerli ürünlerin kullanıldığı, atmosferin ve servisin üst düzey sunulduğu ve fiyatların standartların üzerinde olduğu bir restoran çeşididir (Hwang ve Ok, 2013; Radjenović, 2014). Fine dining restoranların kar marjının yüksek olması, otel ve şirket imajında pozitif etki sağlaması, turistler için çekici bir güç olması gibi olumlu yönlerinin yanında sabit giderinin fazla olması, ürün geliştirme için yatırım gerekliliği, personel giderinin fazla olması gibi olumsuz yönleri de mevcuttur (Arora ve Singer, 2006; Hwang ve Ok, 2013; Radjenović, 2014). İnsanların kendilerini gerçekleştirme ihtiyaçlarına tam anlamıyla hizmet eden bir konsept olan fine dining, ziyaretçilerin kendilerini baştan aşağı farklı ve özel bir deneyimde hissetmelerini sağlamaktadır.

### **Fine dining restoranların oluşumu ve gelişimi**

Fine dining restoranların kuruluşu Fransa'daki mutfak becerilerinin gelişimi ile ilişkilidir. Bugünkü manada ilk restoran 1765 yılında Bouglanger adlı bir Fransız tarafından Paris'te açılmıştır ve bu adım Fransa'da gastronomi ve mutfak sanatları gelişiminin temelini oluşturmuştur. İlk lüks restoran 1782'de Antoine Beauvilliers tarafından Paris'te açılan La Grande Taverne de Londres'tir. İyi bir restoranda hangi yemeklerin sunulup sunulmaması gerektiği ve şarabın bir restoran için ne derece önemli olduğu bu restorancılık anlayışında vurgulanmıştır (Blau, 2015; Radjenović, 2014). Fine dining restoranların gelişimi Maria Antonie Careme ile başlayan IX. yüzyıl "Grand Cuisine", XX. yüzyılın başları "Haute Cuisine" ve XX. yüzyılın son çeyreği "Nouvelle Cuisine" olmak üzere üç

periyotta incelenebilir. En önemli periyot ise 1970’li yıllarda başlayan ve “Nouvelle Cuisine” olarak adlandırılan yenilikçi mutfak akımıyla olmuştur. Bu süreçte Fransızlarla bütünleşmiş fine dining anlayışı Fransa’dan çıkıp tüm dünyaya yayılmıştır. 1827 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nde müşterilerine yüksek fiyatla ve yüksek kalitede menüler sunan Dolmonicos adlı ilk zincir restoran işletmesi fine dining restoran olarak kurulmuştur. Ancak geçmişte fine dining restoran anlayışı iki nedenden ötürü pahalı ve uygulaması güç olarak değerlendirilmiştir. Bunlardan bir tanesi bu restoran konseptinde taze ve en iyi malzemelerin ve uygulanan sunum tekniklerinde yeni teknolojilerin kullanılması diğeri ise güçlü sanatsal yeteneklere sahip usta şeflere ihtiyaç duyulan bir restoran konsepti olmasıydı. Bu güçlükler fine dining anlayışının yaygınlaşmasına engel olmuştur ve restoran sahipleri daha az iş, daha az zaman ve daha az maliyet gerektiren klasik restoranları tercih etmişlerdir (Beaugé, 2012; Radjenović, 2014).

### **Günümüz fine dining restoran anlayışı**

Günümüz fine dining anlayışı ise geçmişteki fine dining anlayışına göre farklılık arz etmektedir. Son 10 yılda fine dining konsepti büyük ölçüde değişiklik göstermiştir. Geleneksel olarak Fransız mutfağı ile ilişkilendirilen fine dining, son zamanlarda mutfağı baştan aşağı etkileyen ve sıklıkla moleküler mutfakla eşleştirilen bilimsel yemek pişirme yöntemi ile de yakından ilişkilendirilmeye başlanmıştır. Geçmişte sadece Fransız mutfağı içinde yer alan fine dining mutfağı günümüzde farklı etnik mutfaklardan esinlenerek uluslararası bir hale gelmenin yanı sıra ayrıca yenilikçi bir biçim kazanmıştır. Günümüz başarılı fine dining restoranlarında geçmişin katı tutumu silinmiş, iç tasarım daha yenilikçi hale gelmiş bu yüzden her fine dining restoran deneyimi ürün ve servisin etkili bir şekilde bütünleşmesi ile oluşmuştur. Müşteri memnuniyetini etkileyen atmosfer, servis, restoran imajı gibi faktörlerin yanında bu bütünleşme olayı fine dining restoranlarda daha da ön planda yer almıştır (Harrington vd., 2011).

Ülkemizde fine dining yemek kültürü ile ilgili olarak büyük kavram kargaşası yaşanmakta, en yetkin şefler tarafından bile tanımı yapılırken güçlük çekilmekte, bu konseptte uygun olmayan restoranlar fine dining adı altında reklamlarını yapmakta ve bu nedenle konsept ülkemizde yurtdışında bilindiği gibi uygulanamamaktadır. Yurtdışında şeflerin fine dining restoranlara olan bakış açısını anlamaya yönelik (Peach, 2017) aynı zamanda müşterilerin fine dining restoranlara olan talebini, bağlılığını, tercih nedenlerini ya da beklentilerini belirlemeye yönelik bir çok çalışma yapılmış olmasına rağmen (Arora ve Singer, 2016; Eliwa, 2006; Hwang ve Ok, 2013) ülkemizde bu konu ile ilgili çalışmalar oldukça kısıtlıdır. Bu nedenle mevcut çalışma, Türkiye’de fine dining restoran ile ilgili durumu ortaya koymak ve durumun iyileştirilmesinde yol gösterici olmak adına önem taşımaktadır. Bu konseptin kendine özgü özelliklerinin, gösterdiği yükselişle beraber literatürde yerini alabilmesi amacıyla gerçekleştirilmiş olan bu çalışmada konseptin Türkiye’deki bilinme düzeyi ve uygulanma şekli gibi unsurlar alanında yetkin kişilerle yapılan röportajlar ile saptanmaya çalışılmış ve konu ile ilgili daha sonra yapılabilecek araştırmalara bir kaynak oluşturmak hedeflenmiştir.

### **Yöntem**

Yapılan bu araştırmada veri toplama aşamasında bireylerin deneyimlerine, tutumlarına, görüşlerine, şikayetlerine, duygularına ve düşüncelerine ilişkin bilgileri toplamada oldukça etkin bir yöntem olan, ilgili kişi veya gruplarla önceden belirlenmiş konular çerçevesinde karşılıklı olarak konuşmak, soru sormak ve alınan

bilgileri kaydetmek suretiyle gerçekleştirilen kalitatif araştırma yöntemlerinden biri olan görüşme tekniği yöntemi kullanılmıştır (Arıkan, 2012; Yıldırım ve Şimşek, 2008). Araştırmada gastronomi konulu bir organizasyon için Bolu'nun Mengen ilçesinde bulunan alanında uzman 16 şef ve bir akademisyen şefe önceden hazırlanmış görüşme sorularından oluşan, ancak görüşme sırasında konunun akışına göre esneklik gösterilebilen yarı-yapılandırılmış görüşme tekniğine uygun (Ekiz, 2013) hazırlanan sorular yöneltilmiştir. Görüşmelerde odaklanılacak konu başlıkları ve sorular listesi önceden hazırlanmıştır. İletişime geçilecek kişiler seçilirken farklı pozisyonlarda görev yapan (işletme müdürü, mutfak şefi, akademisyen vb.), alanında deneyimli ve her biri farklı işletmeleri temsil eden kişiler olmasına dikkat edilmiştir. Bu anlamda çalışmanın gerçekleştirildiği gastronomi organizasyonu tüm sektör çalışanlarının biraraya gelebildiği bir organizasyon olması nedeni ile alanında yetkin kişilere kolaylıkla ulaşabilmek adına uygun bir zemin yaratmıştır. Görüşmeler 20-30 Nisan 2016 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler doğrultusunda katılımcıların fine dining konsepti hakkındaki bilgi ve fikirleri alınmış, bu bilgiler doğrultusunda Türkiye'de uygulanabilirliğine yönelik bir sonuca varılmaya çalışılmıştır.

## Bulgular ve Yorumlama

### Katılımcıların Demografik Özellikleri

Tablo 1'de görüldüğü üzere katılımcıların hepsi erkektir. Görev ve pozisyonları aşçı başı, aşçı başı yardımcısı, operasyon müdürü, kurumsal şef, akademisyen şef ve danışman şeklinde dağılmakla birlikte hepsinin mutfak eğitimi aldığı görülmektedir. Katılımcıların mutfak eğitimlerine bakıldığında yarısına yakınının lisans eğitimi aldığı dikkat çekmektedir. Ayrıca bütün katılımcıların bu sektördeki deneyimleri de belirtilmiştir. Katılımcıların yarısından fazlasının 20 yıl ve üstü iş deneyime sahip olduğu görülmüştür. Bu veri, katılımcıların alanında yetkin şefler oluşunun göstergesidir.

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Görev	Mutfak Eğitimi	Sektörde Deneyim Süresi	Katılımcı Kodu
Erkek	Kurumsal Şef	Lise	23 Yıl	K1
Erkek	Aşçı Baş	Lise	28 Yıl	K2
Erkek	Aşçı Baş	Ön lisans+Yurtdışı Eğitimi	13 Yıl	K3
Erkek	Aşçı Baş	Lisans	15 Yıl	K4
Erkek	Aşçı Baş	Lisans	7 Yıl	K5
Erkek	Aşçı Baş	Lise+Yurtdışı Eğitimi	21 yıl	K6
Erkek	Aşçı Baş Yardımcısı	Lise+Yurtdışı Eğitim	25 Yıl	K7
Erkek	Aşçı Baş Yardımcısı	Lise	21 yıl	K8
Erkek	Aşçı Baş Yardımcısı	Lisans	2 yıl	K9
Erkek	Aşçı Baş Yardımcısı	Lisans	2 yıl	K10
Erkek	Operasyon Müdürü	Lise+Yurtdışı Eğitim	25Yıl	K11
Erkek	İşletme Müdürü	Lisans+Mesleki Kurslar+Yurtdışı Eğitimi	23 Yıl	K12
Erkek	Mutfak Koordinatörü	Lise+Yurtdışı Eğitimi	21 Yıl	K13
Erkek	Mutfak Şefi - Danışman	Lise+Mesleki Kurslar	22 Yıl	K14
Erkek	Mutfak Şefi	Ön Lisans	14 Yıl	K15
Erkek	Eğitmen Şef	Lisans+Mesleki Kurslar	19 yıl	K16
Erkek	Akademisyen	Lisans	8 Yıl	K17

## Görüşmelerin Yorumlanması

Katılımcılara öncelikle “**fine dining bir restoranda çalışıp çalışmadıkları**” sorulmuş olup, bu cevaba K14 katılımcısı hariç, bütün katılımcılar olumlu cevap vermişlerdir. K3 katılımcısı da yurtdışında bir fine dining restoranda çalışmış olduğunu, Türkiye’de böyle bir deneyimi olmadığını belirtmiştir.

Katılımcılara yöneltilen “**Fine dining sizce nedir?**” sorusuna verilen cevaplar genellikle “servis ve yemeğin özel ve kaliteli bir şekilde yapıldığı akşam yemeği servisi olan restoranlar” şeklindedir. Özellikle K3 katılımcısının verdiği cevap fine dining’e doğru ve yerinde bir tanımlama getirmiş olup, şu şekildedir;

*“Benim için fine dining; hem şeflerin hem servisin hem de gelen misafirlerin günün 2-3 saatini sadece yemeye ve içmeye ayırıp, orada gelen yemek ve içeceğin tadına varabildiği bir servis şeklidir. İşin öbür ucuna geldiğimizde, şeflerin ve servis personelin bütün günlerini sadece akşam servisi için hazırladıkları bir restoran biçimidir.”*

K16 katılımcısı fine dining’in yaratıcılık ve farklılık oluşturan bir konsept olduğuna dikkat çekip, şu ifadeleri kullanmıştır;

*“İşin içerisine işçiliğin katıldığı, farklı lezzet kombinasyonlarının yaratıcı anlamda ön plana çıkartıldığı inovasyon dediğimiz farklılaşmaların olduğu aslında bir fikirler mutfağıdır.”*

Dikkat çekici ifadelerden birisi de K14 katılımcı şefinin şu ifadesidir;

*“Dünya geneline baktığımız zaman gastronomi sektöründe yeme – içme adına yapılan bir turizm var. Fine dining dediğimiz zaman bunu en üst düzeyde yapan restoranlara fine dining konseptli restoranlar diyebiliriz. İnsanlar buralara sırf o yemeğin tadımını bakmak, o yemekten zevk almak için aylar öncesinden rezervasyon yaparak geliyorlar ve ciddi paralar ödüyorlar.”*

K4 katılımcısı insanların fine dining’i özel bir kıyafetle özel günlerde tercih ettiklerini belirtirken, K12 ve K1 katılımcıları fine dining için resmi kıyafet zorunluluğu olmaması gerektiğini savunmuştur. Katılımcıların bu soruya verdikleri cevaplar doğrultusunda fine dining restoranlar; yüksek kalitede eğitilmiş personel çalıştıran, yaratıcılığın ön planda yer aldığı, müşterilerin yemekten keyif alarak uzun zaman geçirdikleri ve ülkenin gastronomi turizminde önemli bir paya sahip olan bir restoran çeşidi olarak tanımlamak mümkündür.

Katılımcılara yöneltilen “**Türkiye’deki fine dining restoranlar konseptte uygun çalışıyorlar mı?**” sorusuna verilen cevaplar genel olarak Türkiye’de fine dining konseptinin uygulanamadığı yönündedir. K5 katılımcısının bu konudaki dikkat çekici düşünceleri şu şekildedir;

*“Türkiye’de tam anlamda fine dining konsepti kullanamıyoruz. Burada insanların ihtiyaçları ve beklentileri çok önemli, şu anda gastronomi sektöründe, yiyecek içecek sektöründe ne yazık ki müşteri profili tam oturmuş değil. Belki bundan 5-10 sene sonra bu profil oturduğu zaman fine dining gerçek anlamıyla hizmet verebilecek. Biz fine dining restoran yaptık, standart şef menüsü her gün servis edilmeye çalışıldı. Ama bakıldı ki insanlar bunu esnetmek istiyorlar. Bu sebepten dolayı bir esneklik sağlandı. Tam anlamıyla yurt dışındaki fine dining konsepti uygulanamıyor diyebilirim.”*

K5 katılımcısı görüldüğü gibi, fine dining konseptinin Türkiye’de uygulanamamasını, müşteri profili olmamasına bağlamıştır. K11 katılımcısı ise;

*“Türkiye’de her şey sonuçta biraz para odaklı olduğundan, kalite ve sunum değil, para kazanma temel amaç. Normalde fine dining denilince akla direk akşamları belli bir hizmet verip ve kapanan bir konsept geliyor. Ama öyle olmuyor öğlen de açıyorlar hatta kahvaltı verdiğini gördüğüm fine dining restoranlar var. Fine dining deyince 40 misafir varsa 40 da personel olur. Ama Türkiye’de bakıyorsun mutfakta 4-5 kişi çalışıyor, serviste 15 kişi ile 45 kişilik restoranda fine dining hizmet vermeye çalışıyorlar. Ama öyle olmaz. Çünkü her dokunuş, her özel yaklaşım, her yemeğin pişirme tekniği, her servis şekli farklı. İki masayla en fazla bir garson ilgilenir ama öyle olmamalı sıkıntı biraz burada aslında. Bir de fine dining çalıştığını düşünen birçok restorana bakıyorum ki günlük ya da haftalık değişen bir tadım menüsü yapıyorlar. Daha çok tur gruplarına çalışıyorlar. Yurt dışından gelen 15-20 kişilik turist gruplarına hizmet veriyorlar. Çünkü Türkiye fine dining’e fazla alışkın değil ve sevmiyorlar.”*

şeklinde ifadelerde bulunmuş olup, bir fine dining restorandaki personel sayısının her müşteriye, her yemeğe özel bir hizmeti karşılayabilecek sayıda olması gerektiğini belirtmiştir. K14 katılımcısının da Türk kültürünün fine dining konseptine uygun olmadığına dair görüşleri şöyledir;

*“Türkiye’de fine dining restoranlar konseptte uygun olarak çalışırlarsa para kazanamazlar ve o işletme kapanır. Bizim kültürümüz konseptte uygun olarak çalışmaya elverişli değil.”*

Katılımcıların bu soruya verdikleri cevaplar neticesinde Türkiye’de fine dining restorancılığın uygulanamaması nedenleri olarak; Türkiye’deki mevcut müşteri profili, restoranlarda çalışan personel sayısının yetersiz oluşu ve Türk mutfak kültürünün bu restoran çeşidi için uygun olmayışı gibi nedenler gösterilmiştir.

**“Türk insanının fine dining konseptine bakış açısı nasıl?”** sorusu ile katılımcı şeflerin gözlemlerine dayanılarak Türk insanlarının fine dining konseptini tercih düzeyinin ne olduğu saptanmaya çalışılmıştır. K8 katılımcısının;

*“Biz doymayı lezzet almaktan daha ön planda tutuyoruz. Bizim için önemli olan yemeğin sonunda doyup doymadığımız oluyor. Pahalı, küçük, doyumsuz, az.”*

ifadesine benzer olarak, K14 katılımcısı da şu ifadeleri kullanarak, K8 katılımcısını desteklemiştir;

*“Fine dining, Türk insanının gözünde az porsiyona, çok para alan restoranlardır. Kocaman tabakta minicik yemek veriyorlar şeklinde bir düşünce hakim ancak esasında o tabak için çok emek veriliyor. Çok muhteşem bir şey çıkartılıyor ve sadece onu tatmak için insanlar geliyor ama Türkiye’de bunu anlatamıyoruz.”*

K8 ve K14 katılımcılarının da ifade ettiği gibi Türk insanının restoranda yemeğe bakış açısının fine dining restoranlarda yer alan küçük sunumlar anlayışına uymadığı, mevcut sunumun Türk insanını tatmin etmediği ve aynı zamanda verilen hizmete karşı alınan ücretlerin de yüksek oluşu kişilerin bu yemek anlayışına olumsuz bakışını sergilemektedir.

Bu düşüncelere alternatif olarak da K13 katılımcısının görüşleri aşağıdaki gibidir;

*“Bundan 15 sene öncesine göre şimdi yavaş yavaş gelişti. Nedeni de şu; Türkiye’de gastronomiden anlayan ve yemek yemekten zevk almaya başlayanların sayısı gittikçe artmaya başladı. Hayatlarında yemek biraz daha önemli olmaya başladı. Tabii ki bu ekonomi ile alakalı. Biz Türk insanı olarak evlerde yemek yemeye alışkın insanlarız. Yavaş yavaş ekonomik durum iyi olduktan sonra her konseptte çok sayıda restoranlar açılmaya başlandı. Türkiye’de bu konuyla ilgili açıklar var ama bu biraz da arz talep meselesi sonuçta. Bakış açısı aslında müşterinin profili, ekonomik durum, kültür, eğitim, bilgi ve birikim, insanların daha fazla yurt dışına gidip gelmesi ile bağlantılı.”*

K13 katılımcı şefinin görüşleri özetle fine dining restoranların Türkiye’de gelişmekte olduğu ve gastronomi kültürü arttıkça, ekonominin de gelişmesiyle kabul görmekte olduğu yönündedir. Konu ile ilgili olarak Türkiye’de 2014 yılında gerçekleştirilen Gastromasa toplantısında şef Ali Ronay gelen müşterinin ancak %30’unun fine dining arayışı içinde olduğunu ve büyük bir çoğunluğunun geldiği restoranın fine dining olup olmamasıyla ilgilenmediğini, önemli olanın alışık oldukları lezzetleri bulmak olduğunu ifade etmiştir. Aynı zamanda yurt dışında insanların farklı lezzetler için kilometrelerce yol katettiklerini ancak Türk insanının bu konuda isteksiz olduğunu belirtmiştir (Anonim, 2016).

**“Önümüzdeki yıllarda fine dining restoranların iyi bir konuma gelebileceğini düşünüyor musunuz?”** sorusuna katılımcı şefler genellikle olumsuz fikirlerini beyan etmişlerdir. K5 katılımcısının bu yöndeki açıklamaları şu şekildedir;

*“Ben kısa vadede beklemiyorum. Çünkü Türkiye’ye henüz dışarda yemek yeme kültürünü tam anlamıyla benimsemiş durumda değiliz. Sadece seyahatlerimizde, haftanın bir gününde, bazı kesimler ayın bir gününde sadece dışarda yemek yemeyi tercih ettikleri için fine dining kültürünün oluşması çok kolay gözüküyor. Belli bir ekonomik seviyeye kişi başı gelirinin belli bir seviyeye ulaşması lazım ki fine dining kültürü oluşsun. İnsanlar gidecekleri restoranları daha fazla seçe biliyor olsunlar. Şuan biz dışarıya çıktığımız zaman 2 tercihi oluyor; güzel manzaralı bir yere gitmek, ikinci tercihimiz de evde yemek yapamayacağız gidip dışarda karnımızı doyuralım oluyor. Onun için ekonomik seviyenin yükselmesi insanların dışarıda yemek yeme alışkanlıklarının oluşması lazım ki fine dining yerini bulabilsin.”*

Diğer olumsuz görüşlerini beyan eden K14 katılımcısının ifadeleri şöyledir;

*“Türkiye’deki mantalite karın doyurmak olduğu sürece de biz çok sıkıntı yaşarız. Ben hiçbir zaman dünyadaki gibi iyi bir konuma gelebileceğimizi sanmıyorum. Fine dining konseptinin iyi bir konuma gelebilmesi için insanların bakış açısının değişmesi lazım. Bir gün kremalı kuşkonmaz çorbası yapıyorsunuz o gün boyunca 3 porsiyon satıyor. Ertesi gün menüye mercimek çorbası koyuyorsunuz 150 porsiyon satıyor. Bizim insanımız alışkın olduğu ağız tatlarını tercih ediyor. Daha önce yemediği yemekleri tercih olasılığı oldukça düşük, bu da fine dining konseptinin geleceğini sıkıntıya sokuyor. Türkiye’de müşteri profili değişmediği sürece fine dining gelişmez. Ben müşteri profiline de düşünmüyorum.”*

K17 akademisyen şefinin ise; gastronominin hem sektörde hem de sosyal bir bilim olma yönünden gelişen bir dal olmasına dikkat çekerek şu ifadelerde bulunmuştur;

*“Düşünüyorum. Eğitim kurumlarından daha yeni yeni nitelikli insanlar çıkıyor. Mezun sayısı artacak, medya artık insanları daha nitelikli yiyecekler yemeye yöneltiyor. Kişiler yeme-içme alanında hobi kurslarına gidiyorlar. Okunabilir materyal sayısı artıyor ve okuyorlar. Her gazetenin yeme-içme ile alakalı köşe yazıları var. Ulusal kanalların yeme-içme ile alakalı birden fazla programı var. Tamamı ile yeme-içme programı yapan kanallar var ve bunlar insanların yeme-içme görgüsünü değiştiriyor.”*

Katılımcıların verdiği cevaplar Türkiye’deki mevcut müşteri profilinin bakış açısının değişmediği sürece fine dining restorancılığın gelişmeyeceği yönündedir. Ancak gastronomi sektöründeki gelişmelere bağlı olarak Türkiye’de fine dining anlayışının iyi noktalara geleceği de vurgulanmıştır. Şef Üryan Doğmuş Türkiye’de fine dining restoranın tutulmama nedenini olarak ‘pahalı restoran’ ve ‘pahalı yemek’ algısının olması ve yemek kültürümüzde böyle bir yemek anlayışının olmamasını belirtmiştir ancak zamanla yeni okulların açılması ve bu işi araştıran eğitilmiş aşçıların yetişmesiyle birlikte, Türkiye’de bu işin çok iyi yerlere geleceğini ifade etmiştir (Anonim, 2016).

Katılımcılara yönlendirilen bir diğer soru olan **“Fine dining şefin yaratıcılığına katkı sağlayan bir konsept midir?”** sorusuna verilen cevaplarda tüm katılımcılar hemfikir olup, fine dining konseptinin şefin yaratıcılığına katkı sağlayan bir konsept olduğunu doğrulamaktadırlar. Örnek teşkil etme açısından K11 katılımcısının yorumu ise şu şekilde olmuştur;

*“Kesinlikle fine dining üretmeyi zorlayan bir konsept. Değişik şeyler üreteceksin. Her fine dining restoranın kendine has ‘signature dish’ dedikleri şefe özel yemeği vardır. Aslında restoranı fine dining yapan o şeflerdir. O şeflerin katkısı burada öne çıkıyor. Yani ne yaparsan yap oradaki şefin katkısı dokunuşu olacak. Çünkü insanlar o şefe gidiyorlar. O yüzden önemli.”*

**“Türkiye’deki ve dünyadaki fine dining restoranlar arasındaki fark nedir”** sorusuna ise katılımcıların çoğunluğu Türkiye’nin dünyaya göre biraz daha geride olduğunu belirtmişlerdir. K11 katılımcısı şefin görüşleri şu şekildedir;

*“Örnek verecek olursak, Fransa’da bir fine dining restoranda yemek yiyebilmek için aylar öncesinden rezervasyon yaptırıyorsunuz. Çünkü bunu arayan yiyecek kültürü oturmuş çok insan var. Türkiye’de maalesef daha bu oturmamış. Müşteri profilimiz bizi bunun için zorlamıyor. Restoran kısmında da farklılık oluşuyor. Aslından baktığımızda Türkiye’de hizmet sektörü bence birçok ülkeye göre çok çok üstünde iyi seviyelerde ama onlar belli kuralları koymuşlar o kuralları uyguluyorlar ve misafirlerde o kuralları delmeye çalışmıyor. Türkiye’de öyle değil müşteri fine dining restorana geldiğinde bizim menümüzün dışında yiyecekler talep ediyorlar. Bu bizi çok zorluyor.”*

K11 katılımcısı özetle Türkiye’de müşterilerin koyulan restoran kurallarına uymadığı için fine dining konseptinde Türkiye ve dünyada uygulanışları arasında farklar oluştuğunu ifadelerinde belirtmiştir. K5 katılımcı şefin görüşleri ise şu şekildedir;

*“Aslında baktığımızda işleyiş olarak çok büyük farklar yok, misafir profili burada çok etkili oluyor. Birde oradaki restoran işletmecilerinin yaptıkları işten beklentileri ile bizim Türkiye’deki restoran işletmecilerin bakış açıları birbirinden çok farklı. Şöyle ki yurt dışındaki şefler zaten genelde restoran sahibi oluyor. Şefler*



*beli bir ekonomik güce ulaşabiliyorlar ve şeflerin restoran açmaları için teşvikler var. Türkiye’de maalesef böyle bir şey yok. Yurt dışında şef restoranları olduğu için şefler zaten işin en iyi şeklini en iyi sevisini yapabilecek noktaya getirebiliyorlar ancak Türkiye’de işletmeler var ve işletmelere şefler atanıyor, aradaki en büyük fark bu.”*

K5 katılımcı şefi Türkiye’de şef restoranların az olduğu ve şeflerin menü oluşturmada özgür olmadıklarını, işletme sahibinin para kazanma arzusunun ağır bastığını ifade etmiştir. Ayrıca yurt dışındaki devlet desteğinin Türkiye’de verilmediği belirtmiştir. Sonuç olarak Türkiye’de ki restoran işletmecilerinin ve müşterilerin bakış açılarının ve beklentilerinin farklı olması, şef restoran kavramının Türkiye’de çok gelişmemiş olması dünyadaki fine dining anlayışının Türkiye’de tam olarak yansıtılmaması nedenleri arasında sayılabilir.

Son olarak katılımcılara **“Türk mutfak kültürünün tanıtımında fine dining restoranların katkısının ne durumda olduğu”** sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların çoğunun fikri fine dining restoranların Türk mutfak kültürünün tanıtımına katkı sağlayacağı yönündedir. Ancak bu katkının gerçekleşebilmesi için Türk mutfak kültürünü doğru şekilde yansıtmak, Türk mutfağına özgü pişirme ve sunum tekniklerini ve ürünlerini kullanmak önem teşkil etmektedir. K3 katılımcı şefi yerel ürünlerin kullanılması ve kendi pişirme tekniklerimizin uygulanması gerektiğini belirtmiştir, ifadeleri şu şekildedir;

*Katkı sağlar. Eğer biz gerçekten yerel ürünleri, kendi pişirme tekniklerimizi kullanarak pişirip sunarsak katkı sağlarız. Çünkü Türkiye’de kuru bakliyat, sebze ve meyve çeşitleri oldukça fazla. Bu ürünlere hak ettiği değeri vermek lazım. Pişirmeye uygun şekilde pişirip sunarsak. O ürünleri tanıtmaya yardımcı olacaktır.*

K17 akademisyen şefinin turistlerin Türkiye’ye Türk yemeklerini tatmak için geldiklerini belirten ifadeleri şu şekildedir;

*Kesinlikle düşünüyorum. Ama bizim insanlarımız başka hayranlıklarla yarım yamalak işler yapmayı bırakmalı. Dışarıyı taklit etmeyi bırakmalıyız. Zaten dışarıdan gelen turist bizim taklit ettiğimiz yemeğin daha iyisini orada yiyebiliyor ve bizim değerlerimiz için buraya geliyor onun için mümkün olduğunca kendi ürünlerimizi kendi lezzetlerimizi sunmalıyız.*

Bu görüşlerin aksine Türk mutfak kültürünün tanıtımında fine dining restoranların katkısının olmayacağı da bazı katılımcılar tarafından ifade edilmiştir. Bunun nedenleri olarak fine dining yemek anlayışının Türk mutfak kültürüne uygun olmaması ve uyarlanmaya çalışılması durumunda ise özünü kaybedebileceği ve dolayısıyla mutfak kültürünün yanlış tanıtılmasına neden olabileceği belirtilmiştir. K8 katılımcı şefi ise olumsuz ifadelerini şu şekilde belirtmiştir;

*Çok fazla sağlayacağını düşünmüyorum. Bizim gerçek yemek kültürümüz fine dining’e uymuyor. Küçük bir porsiyonlarda yemekler ve uzun süreli yemekler bizim kültürümüze uygun değil. Bizim kültürümüze baktığımızda masa donatılır mezeler, salatalar çorbalar bile aynı anda masaya gelir. Biz bu şekilde alıştığımız için fine dining konsepti bizim kültürümüze ters geliyor. Biz çeşitliliği seven bir milletiz. Eğer tanıtım yapılma isteniyorsa şöyle yapılabilir, bir fine dining restoranda Türk yemekleri sadece yabancı misafirlere fine dining konseptinde sunulabilir tanıtım yapılabilir.*

Diğer olumsuz görüşlerini beyan eden K15 katılımcısının ifadeleri şöyledir;

*Çok fazla katkı sağlayacağını düşünmüyorum. Bence Türk mutfağının tanıtımını fine dining restoranlara bağlamamak lazım. Çok fazla orijinalliği bozmamak lazım. Çünkü fine dining restoranlara uyarlamaya çalıştıkça orijinalliği bozuluyor. O zamanda bizim yemeğimiz olmuyor zaten.*

## **Tartışma ve Sonuç**

İnsanlar temel gereksinimlerinden biri olan yeme içme ihtiyacını yıllardır karşılamaktadır ve restoranlar insanların yiyecek içecek ihtiyacını karşılaştıkça sosyalleştikleri, farklı tat ve deneyimler yaşadığı ortamlar haline gelmiştir. Bekar ve Dönmez (2016) yiyecek içecek endüstrisi serbest piyasa koşullarının da etkisiyle büyürken teknoloji, gelir düzeyleri, çalışma koşulları gibi sosyal unsurların etkisiyle dışarıda yemek yeme eğilimlerinde değişiklikler gözlemlendiği vurgulamıştır. Artan dışarıda yemek yeme eğilimleri restoranlardan beklentilerin artmasına sebep olurken restoran konseptlerinin de çeşitlenmesine sebep olmuştur. Fine dining restoranlar ulusal nitelik taşımayan, farklı etnik mutfaklardan etkilenen, yaratıcılığın ön planda olduğu, atmosferin ve servisin üst düzey sunulduğu bir restoran çeşidi olarak küresel yiyecek içecek işletmeleri sektöründe yerini almıştır. Ülkelerin ve farklı mutfak kültürlerinden uzmanların fine dining algıları sosyal yapı ve kültürel unsurlarında etkisiyle farklılaşabildiği (Lane, 2013) için, bu çalışmada Türkiye'deki fine dining restoranların tanımı, konumu, uygulanabilirliği ve Türk mutfak kültürüne uyarlanabilirliğine dair incelemelerde bulunulmuştur. Novak vd. (2010) çalışmasında restoranlarının hizmet ortamının kalıcı bir izlenim oluşturduğunu, konuk için birçok unsurun olumlu veya olumsuz tepki sebebi olabileceğini belirtmiş, restoranlar konusunda algılar araştırılırken bütüncül araştırmalar yapılması gerektiğini vurgulamıştır. Restoran şeflerinin yiyecek içecek işletmelerinde ürün tedarikinden müşteriye sunumuna kadar sürecin tamamına ilişkin bilgi sahibi olması, bakış açılarının incelenmesinde belirleyici unsur olmuştur. Bu sayede fine dining konusunda kapsamlı gözlem ve değerlendirmelerde bulunabilecekleri düşünülmüştür.

Araştırmada katılımcı şeflerin biri hariç tamamının fine dining restoranlarda çalışmış olduğu gözlemlenmiştir. Araştırmada şeflerin algıları incelendiğinde fine dining restoranlarında başarı için kaliteli yemek, kaliteli hizmeti sunacak yeterli sayıda uzman personel gereksinimi olduğu gözlemlenmiştir. Yiyecek içecek işletmelerinin müşterilerinin beklentilerini bilerek onlara uygun hizmetler ve imkanlar sunması gerektiğini, rahatlatma, keyifli zaman geçirme gibi amaçlarla gelen misafirlere arzuladıkları imkanların sunulması gerektiğini (Bekar ve Dönmez, 2016) bilindiği için özellikle fine dining gibi bir konseptte hizmet sunan işletmelerin kaliteli yemek, yeterli sayıda uzman personel istihdamı noktalarını göz ardı etmemesi gerektiği söylenebilir. Hwang ve Ok (2013) restoranlara yönelik müşteri tutumlarını fine dining restoranlarında inceledikleri çalışmada fiziksel çevre kalitesi, etkileşim ve çıktılarının niteliğinin önemini vurgulamış fiziksel çevrenin diğer kalite unsurlarını da etkilediğini, etkileşimin sonuçlara yönelik algıları yönlendirebildiğini gözlemlemiştir ve Türkiye'de şeflerle gerçekleştirilen mevcut çalışmada aynı bulgu ortaya konulmuştur.

Ayrıca şeflere Türkiye'de mevcut fine dining restoranlarının durumuna yönelik yöneltilen sorunda şefler fine dining uygulamalarının konsept olarak doğru işlemediği ifade edilmiştir. Doğru işleyenlerin de fiyat politikaları başta olmak üzere ürün tedarikinin zorluğu gibi sebepler dolayısıyla uzun ömürlü olamadıkları belirtilmiştir. Vergiler, kira ödemeleri, malzeme maliyetleri, tüketiciler arasında sosyal ve kültürel farklı beklentilerin

karşılanamaması, tüketim davranışlarındaki değişiklikler gibi etkenlerin restoran işletmelerini zorlayabildiği (Öndoğan, 2010) bilinmektedir. Şefler Türkiye’de fine dining restoranlara yönelimin uluslararası düzeydeki yönelimle aynı yönde olmadığı, küçük porsiyonlu yiyeceklere yüksek düzeyde ödemeler yapılmasının Türk insanını tatmin etmediği şeklindeki fikirlerini de ifade etmiştir. Bu bulgu benzer çalışmalarda gözlenmiştir; restoran tercihlerinin sosyal ekonomik düzey (Arıker vd., 2012), psikolojik, fizyolojik ve çevresel unsurlar (Özdemir, 2010), kültür (Lane, 2013) gibi unsurlara göre değişebildiği bilinmektedir. Bununla birlikte Albayrak (2015) restoran seçimini etkileyen faktörleri incelediği çalışmasında restoran özelliklerinin tercihleri etkileyen en önemli faktör olduğunu, bunu yiyecek içecekler, hizmetler ve parasal değer unsurlarının izlediğini gözlemlemiştir. İşletmenin konumlandığı bölge, sunulan rahat ortam ve kalabalık olmama durumlarının önemli etkileyici unsurlar olduğunu vurgulamıştır. Fotouhinia-Yepes (2013) fine dining restoranlarında beslenme bilgilerinin insanların tercihlerini etkilediğini, menü kalori etiketlerinin özellikle kadınlar ve yaşlı misafirler tarafından önemli tercih sebebi olduğunu, bu müşteri kitlesinde müşterilerin işletme ziyaretlerini artırabildiğini ve onları restoranlara çekebildiğini belirtmiştir. Ponnam ve Balaji (2014) restoran ziyaretleri motivasyonları ve öznitelikler arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmada gurme tadımı, yiyecek sunumu gibi restoran özelliklerinin ziyaret motivasyonlarını çeşitlendirdiğini gözlemlemiştir. Cheng vd. (2012) ise fine dining restoranlarında hizmet kalitesini Tayvan’da inceledikleri çalışmada müşteri algılarının güvenilir olma ve hızlı cevap verebilme noktalarında yoğunlaştığı gözlenmiş, kaliteli yemek restoranlarında hizmet kalitesinin insanlara doğru stratejilerle ulaştırılması gerektiğini ifade etmiştir. Bu nedenlerle Türkiye’de insanları fine dining restoranlarına yönlendirmek için müşterilerin beklentileri incelenip işletme konseptlerine çeşitli özellikler ilave edilmesi ve mevcut hizmetlerin müşterin kalite algıları dikkate alınarak geliştirilmesi faydalı olabilecektir.

Araştırmada şeflerin Türkiye’de fine dining restoranların gelişimine gelecekteki konumuna ilişkin soru yöneltmiştir. Katılımcılar fine dining anlayışının Türk mutfak kültürünün tanıtılmasında faydalı olacağını düşünseler de, yabancı mutfakların taklidi, yanlış uygulamalar ve talep azlığı gibi nedenler bu konu hakkında soru işaretleri doğurmaktadır. Ülkemizde gastronomi bilgisinin yeni yeni artmakta olduğunu görülmektedir. İnsanlar gastronomiyi bilip, buna ilgi duymaya başladıkça da fine dining ve benzeri restoranlara yönelme hızları artacaktır. Gastronomi turizminin gelişmesine paralel olarak insanların yeni lezzetler ve yeni deneyimler yaşama isteği de giderek artmaktadır. Buna bağlı olarak fine dining restoranların tercih edilme oranlarının da artacağı söylenebilir. Diğer taraftan Chaves (2014) restoranlarda temel memnuniyet belirleyicilerinin yiyecek kalitesi, çalışanlar ve fiyat olduğunu belirtmiştir. Cheng vd. (2012) ise fine dining restoranlarda kaynakları doğru kullananın yanında, kaliteli yemek pişirme süreçlerinin ve müşteri beklentileri ile algılarına göre uygulamaların geliştirilmesinin de önemli olduğunu belirtmiştir. Bu noktada yetişmiş uzmanların fine dining restoranların gelişmesinde etkili olduğu gözlenmektedir. Zaman içerisinde konu ile ilgili eğitim veren okul mezunlarının sektörde yer almalarıyla birlikte, bilinçli şefler mutfaklardaki yeni eğilimleri gerçekleştirecek ve müşterilerin de bu bilinci kazanmasına yardımcı olacaklardır. Yeme içme ihtiyacının karşılandığı işletmelerin de değişen toplumsal koşullara ayak uydurarak geliştiği ve çeşitlendiğini gözlemlendiği için (Genç, 2009), Türk mutfak kültüründe de restoran konseptlerinin çeşitleneceği ve yeni restoran konseptlerinin uygulanacağı söylenebilir. Yurtdışında görülen yüksek maliyetli ürünlerden ziyade, kendi ürünlerimizle yapılan yemeklerin menülerde yer bulmasıyla, hem Türk mutfağının tanıtımı ve sürdürülebilirliğine katkı sağlamak hem de maliyetlerde azalmaya bağlı olarak Türk insanın fine dining

restorana olan talebini artırmak mümkün olabilir. İleri ki çalışmalarda Türk insanın fine dining konusundaki bilgi düzeyi ve tercihleri belirlenebilir ve elde edilen sonuçlar bu konseptin gelişmesi için yol gösterici olabilir.

## KAYNAKÇA

- Albayrak, A. (2012). Alternatif Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık.
- AnadoluAjansı. (2018, Şubat 19). NTV. Doğu Ekspresi ile 24 Süren Unutulmaz Yolculuk: <https://www.ntv.com.tr/galeri/seyahat/dogu-ekspresi-ile-24-saat-suren-unutulmaz-yolculuk,I8ASACfMrESHe3SvFDmZeA/n6X3Ea2XD0-LXhFWUx8iBw> adresinden alındı
- Apaydın, İ. (2018, Şubat 15). Demiryolu İle Kışın Güzelliğini Keşfedin. *Raillife*, s. 8.
- Avcıkurt, C. (2009). Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım. (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Cook, R., Hsu, C., & Marqua, J. (2016). *Konaklama ve Seyahat İşletmeciliği*. (M. Tuna, Çev.) Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık .
- Çelik, H., & Ekşi, H. (2008). Söylem Analizi. *Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 27(27), 99-117.
- Çomu, T. (2012). *Video Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi: Youteb Örneği*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler entitüsü Kadın Çalışmaları Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Dondurucu, Z., & Uluçay, A. (2015). Yeni Medya ortamlarında Nefret Söylemi: Eşcilsellere Yönelik Nefret Söylemi İçeren Videoların Youtube Üzerinden İncelenmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 875-902.
- Gökpinar, T. (2014). Rüya Gibi Bir Tecrübe İçin Seyahat Etmek İsteyeceğiniz 16 Tren Hattı. <https://onedio.com/haber/daha-rahat-yolculuk-sekli-bulamayacaginiz-16-demiryolu-hatti-301840>, (Erişim Tarihi, 19.03.2018).
- Hagen, M., Bruyn, M., & Elsen, E. (2017). The Power of a Pleasant Train Journey. *Transportation Research Procedia*, 177-186.
- Köroğlu, A. & Güleç, B. (2008). Gençlik Turizmi. Turistik Ürün Çeşitlendirmesi (Hacıoğlu, N . & Avcıkurt, C. Ed.) içinde. ss. 41-60. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Munar, A., Gyimothy, S., & Cai, L. (2013). Tourism Social Media: A New Research Agenda. *Tourism Social Media: Transformations in Identity, Community and Culture (e-Book)* (s. 7-27). içinde Bradford: Emerald Group Publishing Limited.
- Özdemir, M. (2012). "Tren Gelir, Hoş Gelir.." Kara Trenin Hikayesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 117-123.
- Şahbaz, R. P. (2013). Türkiye'de Turistik Amaçlı Ulaştırma Sektörünün Gelişimi. Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim (Çavuş, Ş. vd. Ed.) içinde (2. baskı). ss. 137-161. Ankara: Detay Yayınları.

Temizgüney, F. (2015). Demiryolu Ulaşımının Erzurum'a Katkıları. *A.Ü. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 255-272.

Van DİJK, T. (1988). *New Analysis: Case Studies of International and National News in the Press*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

[https://en.wikipedia.org/wiki/Trans-Siberian\\_Railway](https://en.wikipedia.org/wiki/Trans-Siberian_Railway), (Erişim Tarihi, 19.03.2017).

[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org), (Erişim Tarihi, 19.03.2017).

<http://www.tcddtasimacilik.gov.tr/trenler/Anahat%20Trenleri/2>, (Erişim Tarihi, 20.03.2018).

<http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/5B616323-C726-4EFC-9727-61F296F6DA49.pdf>, (Erişim Tarihi, 21.03.2018).

## **Overview of Fine Dining Restaurants in Turkey: A research on Chief**

**Aylin AKOĞLU**

Abant İzzet Baysal University, Bolu Health School, Department of Nutrition and Dietetics, Bolu/Turkey

**Emre ÖZTÜRK**

Beykent University, Vocation School, Department of Hotel, Restaurant and Catering Service, İstanbul/Turkey

### **Extensive Summary**

Fine dining restaurants are a kind of restaurant that is influenced by a variety of ethnic cuisines, influenced by different ethnic cuisines, where the creativity is the frontline, the food is high but the portions are small, the seasonal and local products are often used, the atmosphere and the service are top quality and the prices are above the standards. There are negative aspects of fine dining restaurants such as high profit margins, positive impact on hotel and company image, attractiveness for tourists as well as positive aspects such as excessive fixed income, investment need for product development and excessive staffing. Today's sense of fine dining differs from fine dining in the past. In the last 10 years the concept of fine dining has changed dramatically. The fine dining concept, traditionally associated with French cuisine, has recently begun to be closely associated with the scientific cooking method, which affects the kitchen thoroughly and is often paired with the molecular kitchen. In the past, the fine dining cuisine, which is only in the French cuisine, has been inspired by different ethnic cuisines nowadays, as well as becoming international and also an innovative form. Although there are fine dining concept restaurants in Turkey, the numbers are quite small and their application forms are different compared to their examples abroad.

In this study, it was aimed to make a number of decisions about the situation, applicability and adaptability of fine dining restaurants in Turkey to Turkish culinary culture, and it is aimed to determine the semi-specialists, which are composed of 17 pre-prepared interview questions, the questions prepared according to the structured interview technique were directed.

In line with the opinions of the interviewed participants, the conclusions of the Turkish people that the fine dining concept is not ready for this are revealed, which is a bit difficult to accept in our country. It is considered that the existing fine dining applications do not function properly as a concept. It is stated that the right operators cannot be longevity due to reasons such as the difficulty of supplying the products, especially the price policies. Although participants think that the fine dining cuisine will be useful in introducing Turkish culinary culture, imitation of foreign cuisines, misapplications and lack of demand raise questions about this subject.