



Mutfak Şeflerinin Yöresel Mantarları Tanıma ve Kullanım Durumlarına İlişkin Keşifsel Bir Araştırma (An Exploratory Research on the Local Mushrooms Recognition and Use Status of the Chefs)

*Özkan ERDEM^a , Fuat BAYRAM^b , Berker ÇİFTÇİ^b , Ali Kemal KEMER^b 

^a Akdeniz University, Göynük Culinary Arts Vocational School, Antalya/Turkey

^b Abant İzzet Baysal University, Mengen Vocational School, Bolu/ Turkey

Anahtar Kelimeler

Mantar
Mutfak
Yöresel mantar
Yöresel ürün
Mutfak şefi

Öz

Eski çağlardan bu yana gıda ve tıbbi amaçla doğadan toplanılıp kullanılan yabani mantarlar bugün de kozmetik ve endüstri gibi alanlarda da sıklıkla kullanılmaya başlamıştır. Özellikle son yıllarda dünya genelinde sağlıklı ve güvenilir gıdaya olan talebin artmasıyla birlikte mantar yetiştiriciliği de önemli bir sanayi kolu haline gelmeye başlamıştır. Aynı zamanda ekoturizm ve kırsal turizm uygulayan bölgelerde doğadan mantar toplama eğlenceli ve para kazandıran bir aktivite olmaya başlamıştır. Bunun yanı sıra kırsal kesimde fazla işgücü gerektirmeden ve düşük masraflı üretim ve doğadan toplama bazı ailelerin geçim kaynağı da olabilmektedir. Yapılan literatür taraması sonucunda genellikle envanter çıkarmaya yönelik çalışmalar yapıldığı tespit edilmiş olup, mantarları kullanan ve tüketenlere ilişkin çalışmalara rastlanmamıştır. Bu nedenle bu çalışmada da turizm sektörü içerisinde mantarları kullanan mutfak şeflerinin yöresel mantarları tanıma ve kullanma durumlarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Söz konusu çalışmada nitel görüşme yöntemlerinden yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak elde edilen veriler içerik analizine tabi tutularak yorumlanmıştır.

Keywords

Mushroom
Kitchen
Local mushroom
Local product
Kitchen chief

Abstract

Since ancient times, wild mushrooms, which have been collected from nature for food and medical purposes, are now being used frequently in areas such as cosmetics and industry. Especially in recent years, with the increase in demand for healthy and reliable food on the world scale, mushroom growing has become an important industry. At the same time, ecotourism and rustic tourism have been a fun and monetizing activity for collecting mushrooms from nature. Besides, it can be a source of livelihood for some families in rural areas without requiring too much labor and low cost production and collection from nature. As a result of the literature survey, it was determined that studies were conducted for the purpose of inventory extraction, and no studies on consumption of fungi were found. For this reason, in this study, it is aimed to determine the recognition and use of local mushrooms by the kitchen chefs who use mushrooms in the tourism sector. In this study, the data obtained from the qualitative interview methods using the face-to-face interview technique was interpreted by analyzing the content.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: ozkanerdem@akdeniz.edu.tr (Ö. Erdem)

GİRİŞ

Hızla artan dünya nüfusu için önemli besin kaynaklarından olan yenilebilir mantarlar, günümüzde besleyici ve tıbbi özelliklerinden ziyade lezzetlerinden dolayı tüketilse de düşük kalori ve yağ içeriği ile birlikte zengin protein, mineral ve diyet lifinden dolayı sağlığa yararlı bir gıda olarak kabul edilmektedir (Manzi vd., 1999; Akyüz ve Kırbağ, 2007). Özellikle ülkemiz sahip olduğu iklim ve coğrafi koşullar nedeniyle farklı ortamlarda yetişen doğal mantarlar yönünden oldukça zengindir. Yenilebilir, yenilemeyen ve zehirli türleri olan mantarlar, sıcaklık ve nem gibi koşulların uygun olduğu dönemlerde ormanlar, çayırlar ve bahçeler, canlılığını yitirmiş bitki parçalarının üzeri ve diğer organik maddece zengin alanlarda yetişmektedirler (Tüfekçi, 2012; Karahan vd., 2014). Ülkemizde birçok yörede yetişen doğal mantarlar, yöre halkı tarafından mevsiminde toplanarak hane tüketiminde kullanılmakta ya da ticareti yapılmaktadır. Türkiye, her ne kadar sanayisi gelişmekte olan bir ülke olsa da tarım ürünleri ülkenin en önemli gelir kaynakları arasındadır. Yenilebilen ve tıbbi öneme sahip mantarların da yapılacak çalışmalar ve düzenlemeler ile hem aile ekonomisine hem de bölgesel kalkınmalara önderlik edebileceği düşünülmektedir. Yapılan bilimsel çalışmalardan elde edilen verilere göre 40 civarı yenilebilen mantar türü, doğadan toplanarak yemeklik olarak kullanılmakta, yöre pazarlarında satılmakta ya da bazıları ihraç edilmektedir (Pekşen ve Akdeniz, 2012; Karahan vd., 2014).

Yapılan literatür taraması sonucunda genellikle çeşitli bölgelerin mantar envanterinin çıkarılmasına yönelik çalışmaların olduğu görülmüş olup, mantarların tüketimini, mantarların aile ekonomisi ve ülkeye sağladığı maddi katkıları ele alan çalışmaların yok denecek kadar az olduğu görülmüştür. Bu nedenle bu çalışmanın yapılmasındaki turizm sektörünün ayrılmaz bir parçası olan yiyecek-içecek hizmetleri çalışanları olan mutfak şeflerinin yöresel mantarları tanıma ve kullanım durumlarına ilişkin görüşlerinin tespit edilmesidir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Mantar toplayıcılığı eski çağlardan bu yana insanlar tarafından gıda (Gültekin, 2014) ve tıbbi amaçlı olarak yapılmaktadır (Landecker, 1996; Chang ve Miles, 2004; Tüfekçi, 2012). Hızla artan dünya nüfusu ile birlikte mantarlar önemli bir besin kaynağı haline gelmiştir (Gültekin, 2014). Mantarlar; içerdikleri yüksek protein, karbonhidrat, vitamin ve mineraller ile birlikte düşük yağ içeriği, lif özellikle de nişasta ve gerçek selülozun kaynağı olması nedeniyle yüzyıllar boyunca insanlara iyi bir gıda kaynağı olarak hizmet etmiştir (Breene, 1990; Bobek vd., 1991; Racz vd., 1996; Jiskani, 2001; Manzi vd., 2001; Sanmee vd., 2003; Vetter, 2003; Agrahar, Murugkar ve Subbulakshmi, 2005; Türkoğlu ve Gezer, 2006; Pekşen vd., 2007).

Chang (1999), dünyada 12.000 civarında makromantarın bulunduğu ve bunların 2000 den fazla türünün yenilebilen değerli besin kaynakları olduğunu ifade etmiştir. Özellikle gelişmekte olan ülkeler için önemli bir protein kaynağı olan mantarların protein içeriği %16,8–41,0 arasında değişmektedir (Fasidi ve Ekuere, 1993; Yıldız vd., 1998; Manzi vd., 1999; Diez ve Alvarez, 2001; Sanmee vd., 2003; Pekşen vd., 2007). Bu bakımdan kuşkonmaz, domates, patates, havuç gibi çoğu sebze türünden daha fazla protein içermektedir (Jiskani, 2001). Mantarlar iyi bir protein kaynağı olmalarının yanı sıra kolesterol içermemeleri, fibrilli yapıları, vitamin ve mineral bakımından zengin olmaları, ayrıca bazılarının biyoaktif moleküllerden biri olan Beta- glukanları içermeleri nedeniyle sağlıklı besin kaynakları arasındadır (Chang ve Miles, 2004; Tamer vd., 2008; Kasık, 2010; Metin vd.,

2013). Ayrıca insan sağlığını korumada büyük öneme sahip olan B kompleksi vitaminleri B1 (Thiamin), B2 (Riboflavin), B3 (Pantotenik asit), B5 (Nikotinik asit), B7 (Biothin), Vitamin C (Askorbik asit) ve Vitamin D yönünden zengin bir besin maddesidir. Mantarlar sebzelere oranla 5-10 kat daha fazla Vitamin B3 içerir. Yağ ve karbonhidrat miktarı az, protein bakımından zengindir. Bitkisel kaynaklı bir yiyecek olan mantarda proteinin % 70'i vücut tarafından kolaylıkla sindirilebilmektedir (Türkoğlu ve Gezer, 2006). Bütün bu besinsel ve farmakolojik özelliklerinden dolayı yenilebilir doğa mantarlarının beslenmemizdeki önemi gün geçtikçe artmaktadır (Bobek vd., 1991; Diez ve Alvarez, 2001; Manzi vd., 2001; Pekşen vd., 2007).

Mantarlar, günümüzde gıda yanında kozmetik, endüstri, tıp ve ilaç sanayinde çok geniş kullanım alanına sahip olmasından dolayı yüksek ekonomik değer taşıyan ürünler haline gelmiştir. Bu nedenle ekonomik değeri yüksek ve pazar payı olan bazı doğa mantarlarının popülasyonlarında bilinçsiz toplamalar sonucunda azalma görülmektedir (Aksu ve Günay (2001). Mantarların; tıbbi özellikleri, zengin besinsel içerikleri, kısa yaşam döngüleri, üretimlerinin düşük maliyetle olabilmesi ve tarımsal-endüstriyel atıklar üzerinde üretilebilir olmaları gibi kolaylıklar dünyanın birçok ülkesinde ticari olarak kültürlerinin yapılmasını teşvik etmektedir (Ragunathan vd., 1996; Cohen vd., 2002; Akyüz ve Kırbağ, 2007). Özellikle son yıllarda dünyada sağlıklı ve güvenilir gıda talebinin artmasıyla birlikte mantar yetiştiriciliği önemli bir sanayi kolu haline gelmiş olup doğadan mantar toplama da eğlenceli ve para kazandıran bir aktivite olmaya başlamıştır. Bunun yanı sıra kırsal kesimde yaşayan aileler için de fazla işgücü gerektirmeden ve düşük maliyetle yapılan üretim ve doğadan mantar toplama önemli bir geçim kaynağı olabilmektedir (Demir ve Uzun 1998; Chang ve Miles, 2004; Metin vd., 2013).

Günümüzde dünyada çapında yenilebilir doğa mantarların kullanımı ve tüketiminde dikkat çekici bir artış söz konusudur (Pettenella ve Kloehn, 2007; Pekşen ve Akdeniz, 2012). Çin, Japonya, Kore ve Rusya gibi Uzakdoğu ülkelerinde tıbbi özellikleri nedeniyle 200-300 mantar türü doğadan toplanarak ya da üretime alınarak değerlendirilmektedir. Dünya doğa mantarlarının pazar değeri 3-4 milyar \$'a ulaşmıştır (Jong, 2005). Türkiye de mantar florası açısından çok zengin olup çok sayıda tür içermektedir (Adanacıoğlu vd., 2016). Solak vd., (2015) tarafından hazırlanan ve 2015 yılının şubat ayına kadar olan çalışmaları içeren Kontrol Listesinde ülkemizde yetişen toplam 2.422 makrofungus taksonu listelenmiştir. Buna rağmen ülkemizde 40'a yakın yenilebilir mantar türü doğadan toplanarak gıda olarak değerlendirilmekte, bunların 25'i ticarete konu edilip yurt içi ya da yurt dışı pazarlarda satılmaktadır (Serdaroğlu, 2010; Adanacıoğlu vd., 2016). Türkiye mantar miseli, taze/soğutulmuş, kurutulmuş, dondurulmuş, geçici konserve edilmiş, sirkesiz konserve edilmiş mantar ürünleri şeklinde gerçekleştirilen mantar ihracatından son 10 yılda toplam 187.554.930 \$ döviz girdisi sağlamıştır (Adanacıoğlu vd., 2016). Türkiye iklimsel ve coğrafi özellikleri, büyük pazarlara yakınlığı, daha ucuz hammadde ve işgücü gibi avantajları sayesinde dünyada mantar üretimine en elverişli ülkelerden biridir. Üretime devlet desteği verilmesi, üretimde makineleşme ve ticarete geleneksel yöntemlerle beraber modern ihracat pazarlaması yöntemlerinin de kullanılması mantarlardan elde edilecek gelirin artmasına olanak sağlayacaktır (Türkecul vd., 2004; Metin ve ark, 2013). Bunun yanı sıra son yıllarda Çin basta olmak üzere uzak doğu menseli ürünlerin değerini yitirmesi ve Türk ürünlerinin Ortadoğu ve Avrupa'da daha fazla tercih edilmeye başlanması bu gelirin artmasına yardımcı olacaktır (Metin ve ark, 2013).

YÖNTEM

Araştırmanın Yöntemi

Yöresel mantarların mutfak şefleri tarafından tanınma ve kullanım durumlarına ilişkin görüş ve düşüncelerin derinlemesine tespit edilmesi amacıyla bu çalışmada keşifsel bir yaklaşım benimsenmiştir. Bu amaçla çalışmada nitel araştırma desenlerinden durum çalışması deseni kullanılmış olup, “durum çalışmaları özellikle değerlendirme süreçleri gibi birçok alanda kullanılan, araştırmacının bir durumu, sıklıkla bir programı, olayı, eylemi, süreci ya da bir veya daha fazla bireyi derinlemesine analiz ettiği bir araştırma desendir” (Creswell, 2016). Durum çalışmalarında verilerin elde edilmesi genellikle görüşme, gözlem ve belgelerin incelenmesi yoluyla olmaktadır (Merriam, 2013). Bu bağlamda verilerin analiz edilebilmesi için içerik analizi ve betimsel analiz tekniklerinden yararlanılmıştır. Nitel araştırmalar, “gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, alguların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik bir sürecin izlendiği” araştırmalardır (Yıldırım ve Şimşek, 2013:45). Nitel araştırma yaklaşımında en yaygın kullanılan veri toplama tekniklerinden biri de görüşme tekniğidir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). “Görüşme bireylerin belirli bir konu hakkındaki bilgi, tutum, düşünce ve davranışlarının öğrenilmesini sağlayan veri toplama yöntemi” (Crano ve Brewer, 2002) olarak ifade edilmektedir. Bu çerçevede de bu araştırma da veri toplama yöntemi olarak görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Bu bilgi doğrultusunda araştırma amaçlarına uygun olarak katılımcılara, cevaplayıcıyı keskin hatlarla sınırlandırmayan ve sorulan soruları kendi cümleleriyle ifade etmeye yönelten açık uçlu 5 temel soru yöneltilmiştir. Bu sorular aşağıdaki gibidir:

S1: Bölgenize ait yöresel yabani mantarlar nelerdir?

S2: Bölgeye ait yabani yöresel mantarları mutfakta kullanıyor musunuz?

S3:Yöresel mantarların yiyecek-içecek işletmelerinin mutfaklarında kullanılma / kullanılmama nedenleri nelerdir?

S4:Yöresel mantarların ticari olarak kullanılmasının bölgeye sağlayacağı muhtemel katkılar neler olabilir?

S5:Yöresel mantarların tanıtımı ve mutfaklarda kullanımının yaygınlaştırılması için yapılması gerekenler faaliyetler neler olabilir?

Bu sorular doğrultusunda yöresel yabani mantarların mutfak şefleri tarafından tanınma ve mutfaklarda kullanım durumuna ilişkin daha gerçekçi ve detaylı veriler elde etme imkânı verilmiştir.

Evren ve Örneklem

Nitel araştırmalarda genellikle örneklem küçük tutulmakta ve amaçlı örnekleme tercih edilebilmektedir (Miles ve Huberman, 1994). Amaçlı örnekleme yöntemi; bir konu hakkında zengin bilgisi olduğuna inanılan kişiler ile yapılan görüşmelerde derinlemesine çalışmaya olanak sağlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Bu çalışmada da örneklemin belirlenmesinde amaçlı örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. Bu çerçevede örnekleme dahil edilebilecek şefler için öncelikle ölçütler belirlenmiştir. Görüşme yapılacak şeflerin beş yıldızlı bir otelde veya birinci sınıf restoranda mutfak şefi ya da yardımcısı olarak çalışıyor olması ve görüşlerini paylaşmaya gönüllü olması gibi ölçütler dikkate alınmıştır. Görüşmelerin tamamı gönüllülük esasına dayalı olarak araştırmacı

tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılmayı kabul eden şefler ile 30 Ekim 2017 tarihinde Bolu Mengen’de düzenlenen “Jilber ile Mantar Etkinliği” sırasında görüşmeler yapılmıştır. Görüşme yapılan şeflere önce araştırmanın içeriği ve amacı hakkında bilgi verilmiştir. Yine görüşme yapılacak şeflere görüşme esnasında ses kaydı yapılacağı bilgisi verilerek katılımcılardan izin alınmıştır. Şeflerle yapılan görüşmeler 25 -35 dakika arası sürmüş olup, yapılan görüşmeler ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Aynı zamanda görüşmeci tarafından yarı yapılandırılmış görüşme formu üzerine notlar alınmıştır. Ayrıca şeflerin çalışmaya gönüllü olarak katıldığını gösteren gönüllü katılımcı bilgi formları dağıtılmış ve bu formlar şefler tarafından doldurulmuştur. Bu bağlamda beş yıldızlı otellerde görev yapan 11 aşçıbaşı ve aşçıbaşı yardımcısı örnekleme dâhil edilmiştir. Verilerin belirli bir doygunluğa ulaşması ve anlatıların tekrarlamaya başlaması (Miles ve Huberman, 1994; Egan, 2002) gibi nedenlerden dolayı katılımcı sayısı yeterli görülmüştür.

Veri Analizi

İçerik analizi, nitel araştırmalarda veri analizinde en sık kullanılan yöntemlerden biri olarak görülmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu çalışmada da görüşmelerde elde edilen metinlerin analizi için içerik analizinden yararlanılmıştır. İçerik analizinde sözel, yazılı ve diğer materyallerden elde edilen veriler, anahtar kelimeler veya kodlar yardımıyla kategorilere ayrılarak çözümlenmekte; bu kapsamda ana temalar ile bunlara bağlı alt temalar oluşturularak önem derecesine ve sıklığına göre sınıflamalara tabi tutulmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013; Tavşancıl ve Aslan, 2001; Kyngas ve Vanhanen, 1999; Cavanagh, 1997). Elde edilen nitel araştırma verileri, sırasıyla Yıldırım ve Şimşek’in (2000) belirttiği gibi kodlanma, temaların bulunması, kodların/temaların düzenlenmesi ve bulguların tanımlanması/yorumlanması olmak üzere dört aşamada içerik analizine tabi tutulmuştur. Daha sonra veriler düzenlenmiş, temalara göre küme gruplandırılmasına dâhil edilerek ayrıştırılmış ve uygun olduğu gruplar bağlamında sayısallaştırarak kategorilendirilmiştir. Ortaya çıkan temalar ve örüntüler çerçevesinde elde edilen bulgular araştırma hedefleri doğrultusunda sınıflandırılarak nitel araştırma paket programı NVIVO 10,0 kullanılarak (Kelle, 1995; Cohen, Mannion ve Morrison, 2007) açıklanması ve yorumlanması yoluna gidilmiştir. Verilerin analizinde kullanılan bir başka yöntem ise analiz edilen metinlerden doğrudan alıntılar vermektir (Hsieh ve Shannon, 2005). Bu bağlamda bu çalışmada da bulguların sunumunda metinlerde yer alan ifadelerden doğrudan alıntılar da verilmektedir.

Güvenilirlik

Nitel araştırmalarda içerik analizinin inandırıcılığını sağlamak amacıyla farklı yöntemler kullanılabilir. Kozak (2014) da çalışmada elde edilen verilerin güvenilirliğini sağlamak için araştırmacının kendisinin veri toplama aşamasına dâhil olması ve notlarını alması gerektiğini vurgulamaktadır. Benzer şekilde araştırma güvenilirliği için Elo vd.,(2014) araştırma ve veri analiz sürecinde detaylı bilgi verilmesinin çalışmanın güvenilirliğine katkı sağlayacağını ifade etmektedir. Nitekim araştırma süreçleri hakkında detaylı bilgi verilmiştir. Araştırmanın güvenilirliği (tutarlılık ve teyit edilebilirlik) yapılmış bir çalışmanın başka bir araştırmacı tarafından aynı biçimde tekrar edildiğinde, aynı veya benzer sonuçları vermesi ile ilgilidir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s.259). Ayrıca araştırmanın güvenilirliği için Kappa analizi yapılmıştır. Görüşmelerde elde edilen veriler çalışmayla ilgisi olmayan gastronomi ve mutfak sanatları alanında çalışan ve nitel araştırma konusunda deneyimi olan iki değerlendiriciye kodlamalar verilmiştir. Ayrı ayrı kodlamalar yapılmış ve yapılan kodlamaların karşılaştırılarak

tutarlılık oranının belirlenmesi için elde edilen temalar SPSS 20.0 paket program kullanılarak Kappa analizine tabi tutulmuştur (Landis & Koch 1977). “Cohen's Kappa katsayısı iki değerlendiricinin arasındaki karşılaştırmalı uyuşmanın güvenilirliğini test etmek amacıyla uygulanan istatistik bir yöntemdir” (Landis ve Koch, 1977). Cohen's Kappa katsayısı iki değerlendiricinin kodlamasıyla 1,00 olarak hesaplanmıştır. Landis ve Koch (1977)'a göre Cohen's Kappa katsayısının 0, 80 ile 1,00 arasında olması, çok iyi düzeyde bir uyumun olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde Yüksel ve Yüksel (2004), kodlama güvenilirliğine ilişkin çalışmaların yapılması gerektiğini vurgularken, araştırmacıların veri seti kodlama benzerliklerinin sayısal olarak karşılaştırılarak %70 ve üzeri kodlama yüzdesine ulaşılması ile güvenilirliğin ortaya koyulacağını belirtmektedir. Dolayısıyla mevcut araştırmada değerlendiriciler arasında önemli düzeyde bir uyum olduğu görülmekte ve kodlama anahtarının güvenilir olduğuna karar verilmektedir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu kısımda araştırma kapsamında görüşülen kişilere ait demografik bilgiler ile mutfak şeflerinin yöresel mantarları tanıma ve kullanma durumlarına ilişkin bilgi, düşünce ve algıları ile ilgili bulgulara yer verilmiştir. Tablo 1' de katılımcılara ait demografik değişkenler verilmiştir. Tablo 1 incelendiğinde katılımcı profilinin tamamının erkek, 35-44 yaş aralığında, lise eğitimi almış mutfak şefi pozisyonundaki kişilerden oluştuğu dikkat çekmektedir. Bununla birlikte katılımcıların yaş profili incelendiğinde 25-34 yaş arasında olan katılımcıların oranı (% 36,3) iken 35-44 yaş arası katılımcıların oranı ise (% 63,7) diğer yaş gruplarından katılımcı olmadığı görülmektedir. 18-24 yaş aralığında olan katılımcıların olmamasının nedeni çalışmanın mutfak şefleri ile yapılması olarak açıklanabilir. Bunun yanı sıra araştırmada yer alan katılımcıların aşçılık alanındaki görev yılları incelendiğinde görev yılı 11-15 yıl olanların oranı (% 18,1) iken, 16-20 yıl olanların oranı (% 45,6) dır, bununla birlikte katılımcıların (% 36,3)' ü ise 20 ve üzeri yıldır aşçılık alanında çalışmaktadır. Katılımcıların çalıştığı işletme türleri incelendiğinde (% 45,6)' sı otel, (36,3)' ü restoran, (% 18,1) ise diğer alanlarda çalıştığı görülmektedir.

Tablo 1. Katılımcılara Yönelik Demografik Değişkenler

		f	%		f	%	
Cinsiyet	Erkek	11	100	Aşçılık alanındaki görev yılı	1-5	-	
	Kadın	-	-		6-10	-	
Yaş	18-24	-	-	11-15	2	18,1	
	25-34	4	36,3	16-20	5	45,6	
	35-44	7	63,7	20 ve üzeri	4	36,3	
	45 ve üzeri	-	-	Mutfak şefi	9	81,8	
				Mutfak şefi yrd.			
Eğitim Durumu	Ortaokul	1	9	Katılımcıların Mevcut görevi	Diğer (danışman şef vb.,)	2	18,2
	Lise	7	63,6		Otel	5	45,6
	Önlisans	3	27,4		Restoran	4	36,3
	Lisans	-	-		Diğer	2	18,1
					Çalıştığı işletme türü		

Araştırma kapsamında katılımcılara yörede yetişen mantarları bilme durumları sorulmuş olup, katılımcılar yörede kullanılan adları ile bildiği oldukları mantarları ifade etmişleridir. Elde edilen bulgular tablo 2’ de verilmiştir. Tablo 2 de katılımcıların yöresel mantarların bilme durumunu yer almaktadır. Tablo 2 incelendiğinde katılımcıların (% 100,0) tamamının Kanlıca mantarını bildiği görülmektedir. Bunun yanı sıra katılımcıların (% 81,8)’ i Cincile, (% 63,6)’ sı İçi kızıl, (% 54,5)’i Ayıca ve Kedi kırıışı mantarlarını bildiğini ifade ederken, (% 45,6)’ sı Mihlıca ve Tellice mantarlarını bildiğini ifade etmiştir. Ayrıca araştırmaya katılan şeflerin (% 36,3)’ Ebişge mantarını bilirken, (% 27,4)’ ü Kuzugöbeği ve Ayıköşkü(kökü) mantarlarını bilmektedirler. Bununla birlikte katılımcıların (% 18,1)’ i Döbelen, Porçini ve Porsuk mantarlarını bildiğini ifade ederken, şeflerin (% 9,0)’ u yörede yetişen Duvaklıca, Polet, Yumurta mantarı, Sarıkız, Malkadın ve Cirol ya da Elik mantarlarını bildiklerini ifade etmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Yöre Ait Mantarları Bilme Durumu

Yöresel Mantarlar	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	f	%
Kanlıca	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	11	100
Polet					√							1	9
Ebişge	√			√					√	√		4	36,3
Kuzugöbeği	√			√			√					3	27,4
Mihlıca	√						√	√	√	√		5	45,6
Yumurta mantarı			√									1	9
Cincile	√	√		√	√	√	√	√	√		√	9	81,8
Kedi kırıışı	√	√		√				√	√	√		6	54,5
İçi kızıl		√	√			√	√	√	√	√		7	63,6
Döbelen				√						√		2	18,1
Ayıca		√		√		√	√	√	√			6	54,5
Malkadın			√									1	9
Tellice		√	√				√		√	√		5	45,6
Ayı köşkü(kökü)			√	√							√	3	27,4
Porçini				√	√							2	18,1
Duvaklıca			√									1	9
Cirol ya da elik				√								1	9
Porsuk							√			√		2	18,1
Sarıkız					√							1	9

Araştırma kapsamında katılımcılara yörede yetişen mantarları mutfaklarında kullanıp kullanmadıkları sorulmuş olup elde edilen veriler tablo 3’te verilmiştir. Tablo 3’ te gösterildiği gibi mutfak şeflerinin (% 45,5) ‘i yöresel mantarları mutfaklarında kullandıklarını ifade ederken, şeflerin (% 54,5)’ i ise yöresel mantarları çalışmış oldukları işletmelerin mutfaklarında yöresel mantarları kullanmadıklarını ifade etmişleridir.

Tablo 3. Katılımcıların Yöresel Mantarları Mutfaklarında Kullanma Durumları

Yöresel Mantarları Kullanma Durumu	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	f	%
Evet		√	√	√	√						√	5	45,5
Hayır	√					√	√	√	√	√		6	54,5

Aynı zamanda şeflere hangi yöresel mantarları mutfaklarında kullanmış oldukları sorulmuş olup, şef 2, şef 3, şef 4 ve şef 11 Kanlıca mantarını kullandıklarını ifade ederken, şef 2, şef 4 ve şef 11 ise Cincile mantarını kullandıklarını ifade etmişleridir. Bunun yanı sıra Porçini mantarını kullandıklarını ifade eden şefler ise şef 3, şef 5 ve şef 11 dir. Bunlara ilave olarak şef 3 Polet adı verilen mantarı kullandığını ifade ederken, şef 5 ise Sarıkız adı verilen mantarı mutfağında kullandığını ifade etmiştir. Bunlara ilave olarak yöresel mantarları mutfaklarında kullanan şeflere hangi mantarların müşteriler tarafından daha çok beğenildiği sorulmuş olup, şef 3, şef 4 ve şef 11 Porçini mantarının çok beğenildiğini ifade ederken, şef 4 ve şef 5 ise Kanlıca mantarının müşteriler tarafından çok beğenildiğini ifade etmiştir. Ayrıca şef 6 ise Cincile mantarının çok beğenildiğini bildirmiştir.

Araştırma kapsamında katılımcılara yörede yetişen mantarları mutfaklarında neden kullanmadıkları sorulmuş olup, elde edilen veriler tablo 4’ te verilmektedir. Elde edilen verilere göre şeflerin (% 90, 9)’ u tedarik/süreklilik ile ilgili sorunlardan dolayı yöresel mantarları kullanmadıklarını dile getirirken, (% 27,4)’ ü müşteriler tarafından bilinir olmadıkları için, (% 18,1) ‘i ticari pazarı olmadıkları için, (% 9,0)’ u ise riskli ve aynı kalite-standartlarda ürün bulunamaması gibi nedenlerden dolayı yöresel mantarları çalışmış oldukları yiyecek-içecek işletmelerinin mutfaklarında kullanmadıklarını ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra araştırmaya katılan şeflerinin kendi ifadeleri ile yöresel mantarları yiyecek-içecek işletmelerinin mutfaklarında kullanmama nedenleri şu şekilde verilmiştir.

Şef 1, kısıtlı sürelerde ve kendiliğinden yetişiyor olması tedarik edilmesini güçleştiriyor bu nedenle kullanma noktasında sorunlar yaşıyorum şeklinde ifade etmiştir. Şef 2, bazı mantarları bilinirliğinin az olması nedeniyle kullanmadığını ifade etmektedir. Şef 8, bu ürünlere ait pazarın bulunmaması ve tedarik sorunları nedeniyle kullanmadığını ifade etmektedir. Şef 9, tedarik sorunları ve zehirli olma riski nedeniyle aile içinde tüketsek bile çalışmış olduğum işletmelerde kullanmıyorum şeklinde ifade etmiştir. Şef 10, sürdürülebilir olmaması ve tedarik sorunları nedeniyle kullanmıyorum şeklinde ifade etmiştir.

Tablo 4. Yöresel Mantarların Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Mutfaklarında Kullanılmama Nedenleri

Yöresel Mantarları Kullanılmama Nedenleri	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	f	%
Tedarik/Süreklilik sorunu	√	√		√	√	√	√	√	√	√	√	10	90,9
Bilinir olmaması		√	√				√					3	27,4
Ticari pazarı olmaması			√					√				2	18,1
Aynı kalite ve standartta temin edilememesi					√							1	9
Risk taşınması									√			1	9

Araştırma kapsamında görüşülen katılımcılara yöresel mantarların ticari olarak kullanılmasının bölgeye sağlayacağı katkılar sorulmuş olup, elde edilen veriler tablo 5’ te verilmektedir. Katılımcı mutfak şeflerinin tamamı (% 100,0)’ ü yöresel mantarların ticari olarak kullanıldığı ve sürekliliğinin sağlandığı takdirde bölgeye ve bölge

halkına ekonomik katkı sağlayacağını ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra şeflerin (% 72,7)' si bölgenin tanıtımına katkı sağlayacağını ifade ederken, (% 36,3)' ü ise turizm faaliyetlerine olumlu katkı sağlayacağını ifade etmiştir. Aynı zaman da yöresel mantarların ticari olarak kullanılmasının bölgeye sağlayacağı katkılar araştırmaya katılan şeflerin kendi ifadeleri ile şu şekildedir.

Şef 1, bölgeye ekonomik katkı sağlamanın yanında bilinirliğini arttıracığını ifade etmektedir. Şef 3, maddi olarak katkı sağlama ile birlikte uzun vadede turizm hareketlerini de arttıracığını düşünmektedir. Şef 5, ekonomik katkı sağlarken ve kırsal turizmin canlanmasına da yardımcı olacağını ifade etmektedir. Şef 8, ekonomik katkı ile birlikte turizm hareketliliği sağlayacağını ifade etmektedir.

Tablo 5. Yöresel Mantarların Ticari Olarak Kullanılmasının Bölgeye Sağlayacağı Muhtemel Katkılar

Muhtemel katkılar	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	f	%
Ekonomik katkı	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	11	100,0
Tanıtım katkısı	√	√		√		√		√	√	√	√	8	72,7
Turizm katkısı			√					√	√		√	4	36,3

Araştırma kapsamında katılımcılara yöresel mantarların tanıtımı ve mutfaklarda kullanımının yaygınlaştırılması için yapılması gerekenler sorulmuş olup elde edilen veriler tablo 6' da verilmektedir. Katılımcıların (% 63,6)' sı tedarik ile ilgili sorunların çözülmesi gerektiğini ifade ederken, (% 54,5)' i şeflerin yöresel mantarları menü ve reçetelerine koymaları gerektiğini, (% 36,3)' ü aşçıların yöresel mantarları kullanmaya teşvik edilmesi gerektiğini, (% 27,4)' ü misafirlere tavsiye edilmesi gerektiğini, (% 18,1) kırsal turizm aktiviteleri düzenlenmesi gerektiği, (% 9)' u ise tanıtım için sosyal medyanın kullanılması gerektiğini ifade etmiştir.

Tablo 6. Yöresel Mantarların Tanıtımı ve Mutfaklarda Kullanımının Yaygınlaştırılması İçin Yapılması Gerekenler Faaliyetler

Yapılması gereken faaliyetler	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	f	%
Tedarik sorunu çözülmeli	√			√	√	√		√	√	√		7	63,6
Aşçıların kullanımı teşvik edilmeli	√	√		√			√					4	36,3
Sosyal medya kullanılmalı	√											1	9
Menü ve reçetelere konulmalı			√	√			√	√	√		√	6	54,5
Kırsal turizm aktiviteleri düzenlenmeli					√					√		2	18,1
Misafirlere tavsiye edilmeli							√	√	√			3	27,4

Araştırma kapsamında görüşülen şeflerin ifadeleri ile yöresel mantarların tanıtımı ve mutfaklarda kullanımının yaygınlaştırılması için yapılması gerekenler faaliyetler şu şekilde ifade edilmiştir.

Şef 3, hangi mantar hangi dönemde taze olduğunu göstermek için mantar takvimleri yaptık ve tüm otellerimizin mutfaklarına koyduk. Sonrada reçetelerde kullanılmasını sağladık şeklinde ifade etmiştir.

Şef 4, öncelikle yöresel mantarların sürekli temin edilebilmesi gerekiyor ki mutfaklarda kullanılabilsin. Sonra da şeflerin bu ürünlere sahip çıkarak mutfaklarında kullanmaları, menülerine koymaları ve müşterilerine tavsiye etmeleri gerekmektedir. Özellikle sosyal medya bir tanıtım aracı olarak kullanılabilceğini ifade etmiştir.

Şef 5, ürünlerin geliştirilmesi ve son kullanıcıya maksimum seviyede ve hızda ulaştırılabileceği bir alt yapısının oluşturulması gerekir. Bunun yanı sıra kırsal turizm aktiviteleri yapılarak bölgeye gelen turlar vasıtasıyla hem yöresel ürünler tanıtılmış olur hem de bölgede turizm faaliyetlerinin artmasıyla birlikte ekonomik girdi sağlanacağını ifade etmektedir.

Şef 7, öncelikle iş bizlerde bitiyor. Binlerce aşçı arkadaşımız yüzlerce şef arkadaşımız var. Hepsini ellerini taşın altına koyacak ve menülerine birer ikişer kullanmaya başlayacaklar ve insanlara da anlatacaklar. Porçini adını nasıl duyurduysa bizde Türk aşçıları olarak bu mantarları menülerimizde kullanarak, soran misafirlere anlatarak, tattırarak, gerekirse ikram ederek yavaş yavaş duyurabiliriz şeklinde düşünmektedir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Dünya ölçeğinde sağlıklı ve güvenilir gıdaya olan talebin artmasıyla birlikte yöresel ürünlere yönelen bireylerin sayısı da artmaktadır. Doğada kendiliğinden yetişen, gıda olarak kullanılabilmesinin yanı sıra özellikle kozmetik, ilaç sanayinde de çok fazla kullanılan en önemli yöresel ürünlerden biri de mantarlardır. Mantarlar besleyici özelliklerinin yanı sıra lezzetli olmalarından dolayı günümüzde yiyecek-içecek işletmelerinde sıklıkla kullanılmaktadır ve müşteriler tarafından sevilerek tüketilmektedir. Bu nedenle bu çalışmada yiyecek içecek sektörü içerisinde mantarları kullanan mutfak şeflerinin yöresel mantarları tanıma ve kullanma durumlarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Elde edilen verilere göre katılımcıların erkek, 25-34 ve 35-44 yaş aralığında, lise ve önlisans eğitimi almış, 5 yıl ve üzeri görev yapmış otel ya da restoranlarda mutfak şefi pozisyonundaki kişilerden oluştuğu dikkat çekmektedir. Araştırma kapsamında mutfak şefi pozisyonu olan kişiler ile görüşüldüğünden ve katılımcıların bu pozisyona sahip olmak için belirli bir tecrübeye sahip olması gerektiğinden dolayı daha düşük yaş gruplarından katılımcıya rastlanmamıştır. Aynı zamanda mutfak şefi pozisyonunda genellikle erkekler görev aldığı için ve bu pozisyonda çok nadir kadın aşçı bulunduğundan dolayı katılımcıların tamamı erkeklerden oluşmaktadır. Araştırma kapsamında katılımcılar kanlıca, cincile, kedi kırıışı içi kızıl ve ayıca başta olmak üzere on dokuz farklı mantarın bölgede insanlar tarafından toplanarak yenildiğini ifade etmişlerdir. Araştırma kapsamında görüşülen mutfak şeflerinin (% 45,5) 'i kanlıca, cincile, polet, sarıkız, porçini gibi yöresel mantarları mutfaklarında kullandıklarını ifade ederken, şeflerin (% 54,5)' i ise tedarik/süreklilik ile ilgili sorunlardan, müşteriler tarafından bilinir olmadıkları için, ticari pazarı olmadıkları için ya da riskli ve aynı kalite-standartlarda ürün bulunamaması gibi nedenlerden dolayı yöresel mantarları çalışmış oldukları yiyecek-içecek işletmelerinin mutfaklarında kullanamadıklarını ifade etmişlerdir.

Yöresel mantarların ticari olarak kullanılması bölgeye ekonomik katkı sağlayacağı ifade edilmektedir. Bu yönüyle doğada kendiliğinden yetişen yenilebilir mantarların bölge ve ülke mutfaklarına kazandırılması ve ticari olarak kullanılması, yöre halkına ekonomik katkı sağlayacağı gibi ülkeye de ekonomik girdi sağlayacağı (Demir ve Uzun 1998; Çağlarırnak vd., 2002; Chang ve Miles, 2004; Metin vd., 2013; Eren vd., 2017)' nin sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Aynı zamanda yöresel mantarların ticari olarak kullanılması bölgeye ekonomik katkıların yanı sıra tanıtım ve turizm katkısı sağlayacağı ifade edilmiştir. Bu sonuç Eren vd., nin (2017) Türkiye'nin iklim ve florasından dolayı sahip olduğu yenilebilir mantar zenginliği gastronomik bir çekim gücü olarak turizm endüstrisinde kullanılabilir. Aynı zamanda doğal mantarlar kullanılarak oluşturulacak yeni yemek reçeteleri öncelikle yerel mutfağa çeşitlilik katacak hem de yerel mutfağın tanıtımını sağlayacaktır. Bu yönüyle de

Türkiye'nin gastronomik imajının gelişmesine katkı sağlayacaktır görüşüyle benzerlik göstermektedir. Yöresel mantarların tanıtımı ve mutfaklarda kullanımının yaygınlaştırılması için en önemli özellik tedarik ile ilgili sorunların çözülmesi bunu takiben sırasıyla; şeflerin yöresel mantarları menü ve reçetelerine koymaları, aşçıların yöresel mantarları kullanmaya teşvik edilmesi, misafirlere tavsiye edilmesi, kırsal turizm aktiviteleri düzenlenmesi, tanıtım için sosyal medyanın kullanılması gibi faaliyetlerin yapılması ile yöresel mantarların tanımının ve kullanımının yaygınlaştırılabileceği ifade edilmiştir. Eren vd., nin (2017) çalışmasında belirttiği gibi, yenilebilir doğal mantarların tanıtılması, ekonomik ve gastronomik açıdan değer kazanması için festival vb., organizasyonların yapılması gerekmektedir. Konuyla ilgili düzenlenecek ulusal ya da uluslararası festivaller yerli ve yabancı ziyaretçilerin ilgisi çekilebilir bu sayede bölgelerin turizm geliri elde etmesi sağlanabilir. Aynı şekilde Bekar vd., nin (2017) yapmış oldukları çalışmada Fethiye' nin Yeşilüzümlü beldesinde yapılan Kuzugöbeği Mantar Festivali yöresel mantarların tanıtımını yaparak bölgeye ekonomik katkı sağlayan, halkın bilinçlenmesine ve mantar tüketimine dikkat çeken bir etkinlik olduğunu ifade etmiştir. Bu yönüyle araştırma sonuçlarını destekler niteliktedir.

Bu çalışmada nitel araştırma yaklaşımı kullanılması nedeniyle birtakım sınırlılıklar bulunmaktadır. Bu nedenle edilen sonuçlar genellenemez. Daha sonraki araştırmalarda nitel ve nicel araştırma yaklaşımlarıyla desteklenerek çalışma genişletilebilir. Bu çalışmada sadece yiyecek içecek işletmelerinde çalışan mutfak şeflerinin bakış açıları ele alınmıştır. İleriki çalışmalarda tedarikçi, yerel halk, müşteri gibi paydaşları da kapsayan çalışmaların yapılması daha farklı sonuçlara ulaşılmasını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Adanacıoğlu, N., Yıldız, Ü., Oğur E., Aykas, L., Tan, A. Taylan, T. (2016). Türkiye makromantar genetik kaynakları 1. Ege bölgesi. *Anadolu, j. Of AARI* 26 (1) 2016, 46 – 61, MFAL
- Agrahar-Murugkar, D., Subbulakshmi, G.(2005). Nutritional value of edible wild mushrooms collected from the Khasi hills of Meghalaya. *Food Chem.*, 89 (4): 599–603.
- Aksu, Ş., A. Günay. (2001). Yemelik mantar raporu. DPT Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Bitkisel Üretim Özel İhtisas Komisyonu Raporu. s. 343-378. Ankara.
- Akyüz, M. ve Kırbag, S.(2007) ,Ülkemizde Sebze ve Meyvelerin Yanısıra Alternatif Besin Kaynağı: Yabani Mantar (*Pleurotus eryngii* var. *Ferulae*), *Artvin Coruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 8 (1), 26-36 (2007)
- Bekar, A., Kocatürk, E. ve sürücü, Ç. (2017). Gastronomi Festivallerinin Algılanan Destinasyon İmajına ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: Fethiye Yeşilüzümlü ve Yöresi Kuzugöbeği Mantar Festivali Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5/Special issue2, 28-36
- Bloor, M. (1978). On The Analysis of Observational Data: A Discussion of the Worth and Uses of Induction Techniques and Respondent Validation. *Sociology*, 12 (3), 545-552.

- Bobek, P., Ginter, E., Jurcovicova, M., Kuniak, L. (1991). Cholesterol-lowering effect of the mushroom *Pleurotus ostreatus* in hereditary hypercholesterolemic rats. *Annals of Nutrition and Metabolism*, 35: 191–195.
- Breene, W. (1990). Nutritional and medicinal value of speciality mushrooms. *J. Food Protec.*, 53: 883-894.
- Caglarırmak, N., Ünal, K., ve Otlas, S. (2002). Nutritional value of edible wild mushrooms collected from the Black Sea region of Turkey. *Micologia Aplicada International*, 14(1), 1-5.
- Chang, S.T. (1999). World production of cultivated edible and medicinal mushrooms in 1997 with emphasis on *Lentinus edodes* (Berk.) Sing. in China, *International Journal of Medicinal Mushrooms* 1, 291-300.
- Chang S.T., Miles P.G. (2004). *Mushrooms: Cultivation, Nutritional Value, Medicinal Effect, and Environmental Impact*, CRC Press, Boca Raton
- Cheung, P. C. K. (1998). Functional Properties of Edible Mushrooms, *Journal of Nutrition*, 128, 1512-1516.
- Cohen, R., Persky, L., Hadar, Y.(2002). Biotechnological Applications and Potential of Wood-Degrading Mushrooms of The Genus *Pleurotus*, *Appl. Microbiol. Biotechnol.* 58, 582-594.
- Crano, W., ve Brewer, M. (2002). *Principles and Methods of Social Research (2nd Edition)*. New Jersey: Lawrance Erlbaum Associates Publishers.
- Creswell, J. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. London: Sage Publications.
- Crewell, J.W. (2016). *Araştırma Deseni, Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları. (Çev. Selçuk Beşir Demir)*. Ankara: Eğiten Kitap Yayıncılık.
- Diez, V.A., Alvarez, A. (2001). Compositional and nutritional studies on two wild edible mushrooms from northwest spain. *Food Chem.* 75: 417-422.
- Egan, T. M. (2002). Grounded Theory Research and Theory Building. *Advances in Developing Human Resources*, 4: 277-295.
- Elo, S., Kaariainen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utriainen, K. ve Kyngas, H. (2014). Qualitative Content Analysis: A Focus on Trustworthiness. *Sage Open*. 1-10.
- Eren, R., Süren, T. ve kızılıeli, M. (2017). Gastronomik Açıdan Türkiye’de Yenilebilir Yabani Mantarlar Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *Turizm Akademik Dergisi*, 4 (2), 77-89.
- Fasidi, O.I., Ekuere, U.U. (1993). Studies on *Pleurotus tuberregium* (Fries) Singer: Cultivation, proximate composition and mineral contents of sclerotia. *Food Chem.*, 8: 255-258.
- Gültekin, B.Ç. (2014). Şeker Kanyonu (Yenice/Karabük) Makrofungusları, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Biyoloji Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya
- Hsieh, H. ve Shannon, S. E. (2005). Three Approaches to Qualitative Content Analysis“ *Qualitative Health Research*, 15 (9), ss. 1277-1288.

- Jiskani, M.M. (2001). Energy potential of mushrooms. *The DAWN Economic and Business Review*, Oct. 15-21.
- Karahan, H., Başdar, C., ve Gürbüz, İ.B. (2014), Doğada Kendiliğinden Yetişen Mantarların Aile İçi Öztüketimdeki Yerinin Saptanması ve Gelir Arttırmadaki Rolü, XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi 3-5 Eylül 2014, Samsun
- Kasık G. (2010). Mantar bilimi, Marifet Matbaa ve Kağıtçılık, Konya(2010).
- Kozak, M. (2014). Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kubaş, A. (2010). Saray İlçesi Ekoturizm Potansiyeli, Saray Değerleri Sempozyumu, Namık Kemal Üniversitesi, 15 Ekim 2010. Saray.
- Kyngas, H. ve Vanhanen, L. (1999), Content Analysis, *Hoitotiede*, Vol 11, 3- 12.
- Landecker, E. M. (1996). *Fundamentals of The Fungi*, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.
- Landis, J. R. ve Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33, 159-174.
- Manzi, P., Gambelli, L., Marconi, S., Vivanti, V., Pizzoferrato, L.(1999). Nutrients in edible mushrooms: an interspecies comparative study. *Food Chem.*, 65 (4): 477-482.
- Manzi, P., Pizzoferrato, L. (2000). Beta Glucans in Edible Mushrooms, *Food Chem.* 68, 315-318.
- Manzi, P., Aguzzi, A., Pizzoferrato, L.(2001). Nutritional value of mushrooms widely consumed in Italy. *Food Chem.*, 73: 321-325.
- Merriam, B. Sharan (2013). *Nitel Araştırma Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber*, (Çeviri Edit.: Selahattin Turan), Ankara: Nobel Akademik.
- Metin, İ., Güngör, H., ve Çolak, Ö.F. (2013), Ülkemizdeki bazı mantar ve mantar ürünlerinin dış ticareti üzerine bir araştırma ve küresel pazarlanmasına yönelik öneriler. *Mantar dergisi*, Ekim, 4(2)1-9
- Miles, M. B., Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Method* (Sec. Ed.) Thousand Oaks, CA: Sage.
- Özkan, E. ve Kubaş, A. (2012). Yıldız Dağlarında Kırsal Kalkınmada Ekoturizm Fırsatları, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 14 (22): 149-153, 2012
- Pekşen, A., Kibar, B. ve Yakupoğlu, G. (2007), Yenilebilir Bazı *Lactarius* Türlerinin Morfolojik Özelliklerinin, Protein Ve Mineral İçeriklerinin Belirlenmesi, *OMÜ Zir. Fak. Dergisi*, 22(3): 301-305
- Pekşen, A. ve Akdeniz, H. (2012). Organik ürün olarak doğa mantarları. *Düzce Üniversitesi Ormanlık Dergisi*, 8(1): 34-40.
- Philips, P. ve Stawarski, C. (2008). *Data Collection: Planning for and Collecting All Types of Data*. San Francisco: Pfeiffer.

- Racz, L., Papp, L., Prokai, B., Kovacz, Z. (1996). Trace element determination in cultivated mushrooms: an investigation of manganese, nickel, and cadmium intake in cultivated mushrooms using ICP atomic emission. *Microchemical Journal*, 54: 444-451.
- Rajarithnam, S., Shashirekha, M. N., Banu, Z. (1998). Biodegradative and Biosynthetic Capacities of Mushrooms: Present and Future Strategies. *Critical Reviews in Biotechnology*, 18(2/3), 91-236.
- Ragunathan, R., Gurusamy, R., Palaniswamy, M., Swaminathan, K.(1996). Cultivation of *Pleurotus* spp. on Various Agro-residues. *Food Chem.* 55, 139-144.
- Sanmee, R., Dell, B., Lumyong, P., Izumori, K., Lumyong, S. (2003). Nutritive value of popular wild edible mushrooms from northern Thailand. *Food Chem.*, 84 (4): 527–532.
- Serdaroğlu, Ö.(2010).Yenilebilir mantarların orman biyoçeşitliliğine katkısı ve sürdürülebilirlik. III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi 20-22 Mayıs 2010 Cilt: V Sayfa: 2037-2046
- Solak, M. H., M. Işıloğlu, E. Kalmış, and H. Allı. (2015). *Macrofungi of Turkey, Checklist Volume II*, Üniversiteliler Ofset, Bornova, İzmir.
- Southgate, A. T., Waldron, K., Johnson, I. T., Fenwich, G. R. (1990). *Dietary Fibre: Chemical and Biological Aspects.*, Royal Society of Chemistry, Special Publication No 83.
- Strauss, A. ve Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*, California: Sage Publications.
- Tamer Ü., Gücin F., Solak M.H. (2008). *Mikolojiye giriş*, Manisa(2008).
- Tavşancıl, Ezel ve Aslan, A. E. (2001), *Ğçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri*, Epsilon Yayınları, İstanbul.
- Tüfekçi, S. (2012). Tarsus Yöresi Makromantarları ve Ektomikorizalar, *SDÜ Orman Fakültesi Dergisi*, 2012, 13: 113-118
- Türkecul, I., Elmastaş, M., Tüzen, M. (2004). Determination of iron, copper, manganese, zinc, lead, and cadmium in mushroom samples from Tokat, Turkey. *Food Chem.*, 84: 389-392.
- Türkoğlu, A. ve Gezer, K. (2006). Buldan Yöresi Makrofungusları, *Buldan Sempozyumu*, 22-24 Kasım 2006, 377-388
- Walsh, D. (2012). *Doing Ethnograph. C. Seale içinde*, *Researching Society and Culture* (3 rd Edition) (s. 245-262). London: Sage Publications.
- Vetter, J. (2003). Data on sodium content of common edible mushrooms. *Food Chem.*, 81: 589-593.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2014). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık
- Yıldız, A., Karakaplan, M., Aydın, F. (1998). Studies on *Pleurotus ostreatus* (Jacq. ex Fr.) Kum. var. *Salignus* (Pers. ex Fr.) Konr. et Maubl.: cultivation, proximate composition, organic and mineral composition of carpophores. *Food Chem.*, 61: 127-130

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (9. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (10. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yüksel, A. ve Yüksel, F. (2004). Turizmde bilimsel araştırma yöntemleri. Turhan kitabevi yayınları.