



## Tanınmış Türk Şeflerin Bakış Açısıyla Türk Mutfağında İnovasyon (Innovation in Turkish Cuisine from the Perspective of Well-Known Turkish Chefs)

\* Gülser YAVUZ <sup>a</sup> 

<sup>a</sup> Mersin University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Mersin/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 18.02.2021

Kabul Tarihi: 11.03.2021

### Anahtar Kelimeler

Türk mutfağı

İnovasyon

Şef

Gastronomi turizmi

Gastronomi eğitimi

### Öz

Araştırmada, Türk mutfağında inovasyon, Türkiye gastronomisi ve gastronomi turizmi ile ilgili görüşlerini belirlemek amacıyla, tanınmış 17 Türk şef ile yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi ile veri toplanmıştır. Verilere içerik analizi uygulanmış, direk alıntılara yer verilmiştir. Şefler, Türk mutfağının zenginliği, kapsamının genişliği, çok yönlülüğü, lezzeti ve köklü geçmişini öven ifadeler kullanmışlardır. Şeflerin çoğunluğu Türk mutfağının inovasyona açık bir mutfak olduğunu düşünmekte, inovasyonun gerekli ancak yapılan uygulamaların yetersiz olduğunu belirtmektedir. Şeflere göre inovasyon uygulamaları bilinçsizce, Türk mutfak kültürünü yansıtmayan, korunması ve tanıtımı açısından olumsuz sonuçlar doğurabilecek şekilde yapılmaktadır. Şeflerin tamamı menülerinde/ yemeklerinde mümkün olduğunca sık yerel ürünleri kullandıklarını belirtmiş ve inovatif uygulama ve yemeklerinden örnekler vermişlerdir. Ancak bu ürünlerin mevsimsel kullanımına, doğallığına, tedarik edilebilirliğine dikkat etmektedirler. Şef adaylarına, inovasyonda ilk önce kendi ülke mutfak kültürlerini öğrenmelerini ve sahip çıkmalarını tavsiye etmişlerdir. Ayrıca gastronomi alanında en sık ifade ettikleri sorunların başında gastronomi eğitimi ile ilgili sorunlar gelmektedir. Bu ve belirttikleri diğer sorunların çözümü ile birlikte gastronomi turizminin geliştirilmesi için de öneriler sunmuşlardır.

### Keywords

Turkish cuisine

Innovation

Chef

Gastronomy tourism

Gastronomy education

### Abstract

In the study, the data was collected with the semi-structured interview method with 17 well-known chefs in order to determine their views on innovation in Turkish cuisine, gastronomy in Turkey, and gastronomy tourism. Chefs emphasized statements that praise the richness, exhaustiveness, sophistication, taste and long-standing past of the Turkish cuisine. Most of the chefs think that Turkish cuisine is open to innovation, and that innovation is necessary but practices are not enough. According to the chefs, innovation practices are carried out without knowledge, in a way that does not reflect the Turkish cuisine culture, and may have negative consequences about the protection and promotion of it. All chefs stated that, they use local products in their menus. However, they consider the seasonal consumption, naturalness, procurability of these products. Chef candidates were advised to learn their own country's cuisine culture and protect it at first in the innovation. Problems related to gastronomy education are among the most frequently stated problems in the gastronomy field.

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: gulser@mersin.edu.tr (G. Yavuz)

DOI: 10.21325/jotags.2021.797

## GİRİŞ

Ülkelerarası ticarete sınırların kalktığı, rekabetin üst düzeye çıktığı ve seyahatin kolaylaştığı küresel ortamda, artık her alanda yaratıcılıklarla ortaya konabilecek yeniliklere, farklılıklara ihtiyaç duyulmaktadır. Günümüzde inovasyonun teşviği; bir işletmenin, işkolu faaliyetinin veya turistik bölgenin rekabet yeteneğini güçlendirmek için gerçekleştirilebilecek bir stratejinin kritik öneme sahip bir parçası olmuştur (Vargas-Sánchez & Lopez-Guzman, 2015, s.32). İnovasyon artık her alanda etkisini gösterdiği gibi gastronomi alanında da göstermektedir. Son yıllarda iletişim ve ulaşım teknolojilerin gelişimi, buna bağlı olarak uluslararası turizmin ve sosyal medyanın gelişimi ile gastronomiye olan ilginin arttığı söylenebilir. Geçmişte şefler, ustaları tarafından yenilik uygulamalarından yoksun olarak sadece mutfak beceri ve tekniklerini öğrenmekteydiler. Günümüz koşullarında ise gastronomi ve mutfak sanatlarında daha ileriye dönük tutumlara ve küresel bakış açılarına sahip inovasyon odaklı işletmelere ve şeflere ihtiyaç vardır (Horng & Lee, 2006, s. 6).

Şefler gerek kitap vb. eserleri ile bölgelerinin temsili, gerek farklı medya araçları aracılığıyla izlenen uygulamaları ile gastronomi alanında öncü roller üstlenmektedir. Bu çalışmada şeflerin Türk mutfağında inovasyon, Türkiye gastronomisi ve gastronomi turizmi üzerine görüşleri ele alınmaktadır.

## İnovasyon Kavramı

İnovasyon; yeni fikir, tasarım, yöntem ya da ürün ya da bunların uygulanması, kullanılması ya da geliştirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Cambridge Dictionary, t.y). Drucker (1985, s.43-46)'a göre, inovasyon teknik bir terimden ziyade ekonomik ve sosyal bir terimdir ve inovasyon kaynak yaratmaktadır. Kuczmarski (2003, s.536); inovasyonu bir zihniyet, yaygın bir tutum veya şimdinin ötesinde gelecek vizyonuna odaklanan bir düşünme tarzı olarak ifade etmektedir. Türk Dil Kurumu "yenileşim" olarak Türkçe karşılığını vermekle birlikte, kullanımında "yenilikçilik" ifadesi yaygın olarak tercih edilmektedir.

Restoran, mutfak ve diğer ağırlama alanlarındaki başarılı liderler inovasyon yönetimi tekniklerinden hem yeni hizmet hem de yeni ürün geliştirmede yararlanmaktadırlar (Harrington & Ottenbacher, 2013, s.5). Tanınmış bilim adamı ve gastronomi yazarı Arman Kırım (2006)'a göre inovasyon, ticari başarı getirebilecek tüm yeniliklere verilen isimdir.

İnovasyon denildiğinde akla ilk olarak teknolojik süreçler gelmektedir. Ancak dünyada yeni olan ürünler veya hizmetler, yeni pazarlama kanalları, yeni iletişim yöntemleri (örneğin Twitter), yeni yönetim teknikleri veya süreçleri vb. sosyal ve yönetsel süreçlere de inovasyon uygulanabilmektedir (Harrington & Ottenbacher, 2013, s.6).

Van der Linden (2013, s.1)'e göre tarihsel olarak, gastronomi evriminin ilk aşaması yüz yıllar önce klasik tariflerin yaratılması olmuştur. İkinci aşama, klasik tariflerin iyileştirilmesidir. Üçüncü aşama ise en azından restoran sahnesi için özgün malzemeleri ve/veya teknikleri kullanarak yeni ve yaratıcı tariflerin oluşturulmasıdır. Mutfakta yenilik üreten ve genel duyuşsal algıyı tetikleyen bu reçetelerdir. Gastronomi "keyifli bir şekilde yemek yeme ve içme sanatı" olarak da görülmekte ve genellikle bu durum farklı duyuları aynı anda uyarak ve/veya duyulardan birini farklı oran ve düzeylerde uyarak elde edilmektedir.

## Literatür Taraması

Son yıllarda şefler ile yenilik ve yaratıcılıkları üzerine yapılan araştırmaların arttığı görülmektedir. Genellikle yaratıcılık ve inovasyonun eş anlamlı olduğu düşünülmekte ancak bu iki kavram ilişkili olmakla birlikte birbirinden farklıdır. Yaratıcılık her alanda yeni ve yararlı bilgilerin üretilmesi, yenilik ise bu yaratıcı fikirlerin başarılı bir şekilde uygulamaya konulmasıdır. Böylece yaratıcılık yeniliğin başlangıç noktası durumundadır (Duran & Saraçoğlu, 2009, s.60).

Literatürde genel olarak inovasyon ve gastronomi üzerine araştırmalar incelendiğinde şeflerin inovasyon ve ilişkili olduğu konular ile ilgili görüşlerinin ele alındığı çalışmalar göze çarpmaktadır. Bu araştırmaların ise genel olarak Michelin yıldızı gibi kalite puanlı restoranların mutfak şefleri ya da öne çıkan şefler ile yapılan nitel araştırmalar olduğu görülmektedir. Nitekim bir restorana Michelin Rehberi'ne göre yıldız vermenin ana kriterlerinden biri inovatif olmasıdır.

İncelenen araştırmalardan ilki Ottenbacher ve Harrington (2007)'ın Almanya'da Michelin yıldızlı restoranlardan 12 şef ile yarı yapılandırılmış görüşme yöntemiyle mutfak inovasyon süreçlerini belirlemeye yönelik araştırmadır. Bulgulara göre; tüm şefler yeni yemekler yaratmak için çok zaman ve çaba harcamakta, ürün kalitesi kritik nokta oluşturmakta ancak yüksek kaliteli gıda ürünlerinin tedariki gittikçe daha zor hale gelmektedir. Şefler rakipleri ve yemek kitaplarından fikir aldıklarını ancak kopyalamadıklarını belirtmişlerdir. Tüm şefler inovasyonda içeriklerin mevsimselliği ve dolayısıyla ürün kalitesinin önemini vurgulamıştır. Şeflerin çoğunluğunda inovasyonda maliyet, karlılık vb. finansal kaygılar da bulunduğu tespit edilmiştir.

Albors Garrigos vd., (2013, s.32-34), İspanya'daki birinci seviye kalite standardına sahip 45 restoranın şefleri veya yöneticileri ile yaptıkları araştırmada inovatif bir şefin profilini ortaya koymaya çalışmışlardır. Bulgulara göre; şefin liderliği, inovasyon kültürü/ geleneği ve motivasyonu, mutfak yenilikçiliğinin ve şefin rakiplerinden farklılaşma arayışının ana itici güçleridir. İnovatif şefler inovasyonun stratejik olarak yönetilmesi ve kayıt altına alınması eğilimindedir. Temel bir mutfak bilgi, becerisinin şart olduğu ve eğitim ve öğretimin mutfak becerilerinin kazandırılmasında oldukça önemli olduğu belirtilmiştir.

Stierand ve Dörfler (2012), Fransa, Avusturya, Almanya, İngiltere ve İspanya'dan Michelin yıldızlı ve Gault Millau puanlı mutfakların 18 şefi ile derinlemesine yapılandırılmış görüşmeler ile inovasyon ve yaratıcılık konusundaki görüşlerini almıştır. Şeflerin aktardığı yaratıcı deneyimlerinden yola çıkılan araştırmada şeflerin "uyum" kavramına odaklandıkları tespit edilmiştir. Bu uyum; içerik oranı, zıtlığı, kompozisyonu, içeriğin kalitesi vb. bileşenlerden oluşmaktadır. Yine Michelin yıldızlı 132 İtalyan restoran şefi üzerinde yapılan bir başka araştırma (Presenza vd., 2017), mutfak inovasyon süreci ile yaratıcılığın korunmasının rolü arasındaki ilişkiyi ve taklitçiliğin korunması önündeki engelleri araştırmaktadır. Araştırma mutfak inovasyonlarında yaratıcılığın önemli olduğunu, konaklama sektöründeki işletmelerin rekabetçi konumlarını koruyabilmeleri için sürekli olarak yenilik yapmak zorunda olduklarını ve rakipler tarafından taklit edilmesine karşı beş adet engel ortaya koymaktadır. Horng ve Lee (2006, s. 6) ise, 13 uluslararası ünlü ve/veya ödüllü ve jüri üyesi mutfak şefinin özelliklerini araştırdığı çalışmada inovasyona giden yolda şeflerin yaratıcılıklarında başarı odaklılık, risk alma vb. kişilik özellikleri ile mesleki bilgi, beceri ve deneyimlerinin etkileşiminin rol oynadığını tespit etmiştir.

Türkiye’de yapılan araştırmalar incelendiğinde, son yıllarda şeflerin gastronomi ve Türk mutfağı ile ilgili görüşlerinin nitel araştırma yöntemleriyle ortaya konduğu araştırmaların arttığı görülmektedir. Mutfak şeflerinin; yöresel ürünlere ilgisi (Küçükyaman vd., 2018), gastronomi eğitimi alan öğrencilerin nitelikleri (Yılmaz vd., 2018), menü oluşturma ve ürün belirleme stratejileri (Çavuş vd., 2018), Türk mutfağının korunmasında yerel yiyecek kullanım algıları (Kapucuoğlu ve Güçlü Nergiz, 2018), gastronomi ile ilgili görüşleri (Algan Özkök, 2017) üzerine araştırmalar yapılmıştır. Bayındır ve Demir (2019) ise Antalya’daki otellerin mutfak şeflerinin yenilikçi davranışlarını etkileyen faktörleri analiz etmiştir. Araştırma yönetsel uygulamalar, teknolojik araçlar ve müşteri beklentilerinin yenilikçi davranışı etkilediğini göstermiştir.

Görüldüğü üzere Türk mutfağında inovasyon ile ilgili araştırmalar oldukça kısıtlıdır. Bu nedenle tanınmış Türk şeflerin Türk mutfağında inovasyon ve ayrıca Türkiye gastronomisi ve gastronomi turizmi ile ilgili görüşlerini belirlemenin amaçlandığı bu araştırmanın literatüre ve gastronomi alanı paydaşlarına katkı sağlayacağı düşünölmektedir.

## Yöntem

Araştırmada literatürdeki ilgili çalışmalarda da sıkça başvurulan nitel bir araştırma yöntemi olan yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi uygulanmıştır. Bu yöntem farklı insanlardan aynı tür bilgilerin alınmasını sağlayan, hem önceden hazırlanan konu ve alanlara sadık kalmak hem de ek sorularla daha ayrıntılı bilgiler alma imkânı veren bir yöntemdir (Yıldırım & Şimşek, 2008, s.122). Araştırmanın amacına ulaşmak üzere literatür taramasına dayanılarak şu araştırma sorularına yanıt aranmıştır: “Şeflere göre gastronomi açısından inovasyon nedir?”, “Türk mutfağı hakkındaki düşünceleri nelerdir?”, “Türk mutfağında inovasyona açıklık, inovasyonun gerekliliğı ve uygulamalarının yeterliliğı konusunda görüşleri nelerdir?”, “Türkiye’de yetişen yerel ürünleri mutfaklarında ne sıklıkta kullanmaktadırlar? , “İnovatif uygulama örnekleri nelerdir?”, “Türk mutfağında inovasyon konusunda öğrencilere ve şef adaylarına önerileri nelerdir?”, “Türk şefleri inovatif buluyorlar mıdır?”, “Türkiye gastronomisinin sorunları/eksiklikleri hakkındaki görüşleri nelerdir?”, “Türkiye’de gastronomi turizmini geliştirmek için önerileri nelerdir?”. Bu araştırma sorularına açık uçlu sorular içeren bir görüşme formu hazırlanarak yanıt aranmıştır. Görüşme formu turizm alanında çalışan 2 öğretim üyesinden görüş alınarak düzenlenmiştir. Ayrıca iki tanınmış şef ile ön görüşme yapılarak soruların uygunluğu ve yeterliliğı test edilmiştir.

Araştırmanın evrenini Türkiye’deki tanınmış şefler oluşturmaktadır. Araştırmada amaçsal örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme tercih edilmiş ve amaca yönelik belirli kriterleri taşıyan şefler, çeşitli medya kanalları (görsel, yazılı ve sosyal medya) incelenerek belirlenmiştir. Amaçsal örnekleme yöntemi, zengin bilgiye sahip olduğu düşünölen durumların derinlemesine çalışılmasına olanak vermekte ve araştırmacı tarafından oluşturulabilen bir dizi ölçütü karşılayan bütün durumlar çalışılabilir (Yıldırım & Şimşek, 2008, s.107-112). Örnekleme oluştururken genel olarak tanınılıkları belirleyebilecek; gastronomi ve Türk mutfağı alanında kitaplar yazma, uluslararası yarışmalarda ödöller alma, televizyon programlarında yemek yarışmalarında jüri üyeliğı yapma, televizyonda yemek programı yapma, köşe yazarlığı yapma, medyada sıkça yer alma ve/veya sosyal medyada çok sayıda takipçiyeye sahip olma ve takipçileriyle sık sık etkileşime girme gibi kriterler göz önüne alınmıştır. Ocak- Mart 2018 tarihleri arasında araştırmaya katılmaya kabul eden şeflerin bazılarıyla yüz yüze, bazılarıyla ise telefonla görüşme şeklinde veriler toplanmıştır. Görüşmeler katılımcıların isteğı doğrultusunda ses kaydı ya da not alma şeklinde kayıt altına alınarak raporlanmıştır. Araştırmaya katılan şeflerin bazıınının kimliklerinin belirtilmesini

istememesi nedeniyle şefler K1-K17 şeklinde kodlanmıştır. Görüşmelerde görüşlerin yinelendiği düşünüldüğünden çalışmaya katılmaya kabul eden 17. şeften sonra veri toplama sonlandırılmıştır.

Araştırmada elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuş ve direk alıntılara yer verilmiştir. İçerik analizi, bir söylemi anlamada ve yorumlamada öznel etkenlerden kurtulmayı hedefleyen ve nesnel okuma ilkeleri sağlayan analitik betimleme ve kodlama, çıkarım ve yordama aşamalarından oluşan bir analiz yöntemidir (Bilgin, 2014, s.13-14).

## Bulgular

Görüşülen şeflerin tamamı erkek olup, aşçıbaşı düzeyinde ve 10 yıldan fazla deneyime sahip olan şeflerdir. Şeflerin sorulara verdikleri cevaplara ait bulgular, her bir soru için ayrı başlık altında devam eden bölümlerde sunulmaktadır.

### Şeflerin İnovasyon Tanımlama Bulguları

Şeflerin gastronomide inovasyonun ne olduğunu açıklarken aşağıdaki ifadelerle yer verdikleri tespit edilmiştir. Bulgulardan elde edilen ifadeler uygulamaya yönelik, ürüne yönelik ve amaca yönelik ifadeler şeklinde temalara ayrılmıştır. Tablo 1.' de gösterildiği gibi en sık ifade edilen görüş; inovasyonun “yenilikçi uygulamalar” olduğu görüşü olmuştur. Bu ifadeler 6 ayrı yenilikçi uygulama şeklindedir. Tanımlarda en sık kullanılan diğer uygulama ifadeleri ise sırasıyla yaratıcı uygulamalar, değişim/değiştirme ve özgün uygulamalardır. Ürüne yönelik ifadeler ise 8 tanedir ve en sık belirtilen ifade ise inovasyonun yeni/modernize edilmiş ürünler olduğudur. Diğer sık belirtilen görüş ise, farklı ürün kombinasyonları oluşturmaktır. Ardından, şeflerin iyileştirilmiş ürünler, daha uygun fiyatlı ürün ve alternatif malzemeler kullanmak ve ürünün standardını oturtmak ve sürdürülebilirliğini sağlamak ifadeleri sıralanmaktadır. Ayrıca şefler gastronomi alanında inovasyonu tanımlarken “...amacıyla yapılan...” şeklinde cümleler kurmalarından dolayı belirttikleri bu amaçlar “amaca yönelik ifadeler” başlığı altında 3. tema olarak değerlendirilmiştir. Bu kategorideki en sık ifade edilen görüşler ise inovasyonun, ürünün sürdürülebilirliğini sağlama ve maliyet etkinliğini artırma amacıyla yapılmasıdır. Tablodan da anlaşıldığı üzere inovasyon, şefler tarafından daha çok uygulamaya yönelik olarak tanımlanmaktadır.

Şeflerin görüşlerinden elde edilen bulgulardan hareketle gastronomide inovasyon tanımı; “Maliyet etkinliğini ve hizmet kalitesini arttırmak vb. amaçlarla yapılan yeni, iyileştirilmiş, geliştirilmiş, farklı kombinasyonlardan oluşan ürün ve/veya yeni teknikler, özgün, farklı, yaratıcı olan yenilikçi uygulamalar” şeklinde yapılabilir.

**Tablo-1.** Şeflerin İnovasyon Hakkındaki Görüşleri

	İfadeler	Sıklık	Yüzde%
1. Uygulamaya yönelik ifadeler	1.1. Yenilikçi uygulamalar	11	50
	• <i>Yerel pişirme tekniklerini modernize etmek</i>	3	
	• <i>Yemeklerin yapısını modernize etmek</i>	2	
	• <i>Yeni pişirme teknikleri uygulamak</i>	2	
	• <i>Sunum tekniklerini modernize etmek</i>	2	
	• <i>Yeni fikirler uygulamak</i>	1	
	• <i>Yeni hazırlama uygulamaları</i>	1	
	1.2. Yaratıcı uygulamalar	5	
	1.3. Değişim/değiştirme uygulamaları	3	
	1.4. Orijinal/özgün uygulamalar	3	
	1.5. Geliştirme uygulamaları	2	
	1.6. Daha önce uygulanmamış teknikler	1	

**Tablo-1.** Şeflerin İnovasyon Hakkındaki Görüşleri (Devamı)

	1.7. İz bırakan işlemler	1	
	1.8. Dünya tekniklerini izleme	1	
	1.9. Teknolojiyi mutfakla birleştirmek	1	
<b>2. Ürüne yönelik ifadeler</b>	2.1. Yeni/modernize edilmiş ürünler	5	<b>37,5</b>
	2.2. Farklı ürün kombinasyonları oluşturmak	4	
	2.3. İyileştirilmiş ürünler	3	
	2.4. Ürünün sürdürülebilirliğini sağlamak	2	
	2.5. Alternatif malzemeler kullanmak	2	
	2.6. Uygun fiyatlı ürün kullanmak	2	
	2.7. Ürünün standardını oturtmak	2	
	2.8. Ürünü geliştirmek	1	
<b>3. Amaca Yönelik İfadeler</b>	3.1. Maliyet etkinliğini arttırmak	3	<b>12,5</b>
	3.2. Hizmet kalitesini arttırmak	2	
	3.3. Farklı lezzetler yaratmak	1	
	3.4. Verimliliği arttırmak	1	
<b>Toplam</b>		<b>56</b>	<b>100</b>

**Şeflerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşleri**

Şeflerin, Türk Mutfağı hakkındaki görüşleri ve bu görüşleri belirten şeflerin kodları Tablo 2.'de sunulmaktadır. İfadelerin tablo yerleştirmelerinde sıklık ve birbiriyle ilişkili ifadeleri art arda sunma kriteri göz önüne alınmıştır. Bu ifadelere göre en sık belirtilen görüş, Türk mutfağının çok zengin bir mutfak oluşudur.

**Tablo-2.** Şeflerin Türk Mutfağı Hakkındaki İfadeleri

Çok zengin bir mutfaktır.	K5 - K7- K9- K10-K13-K14- K16
Çok yönlü bir yapısı vardır/karma bir mutfaktır.	K3- K4 - K16
Geçmişten bu yana çok lezzetli bir mutfaktır.	K1- K8
Dünyada hak ettiği yeri tam olarak alamamış mutfaktır.	K1- K2
Türk mutfağı geçmişten beri çok farklı tekniklere sahiptir.	K15-K16
2025'de Dünyada Türk mutfağı trend olacak.	K6-K12
Türk mutfağı kalorisi yüksek bir mutfaktır.	K11- K16
Dünyada lezzet yarışında önde gelen mutfaklardandır.	K3
Dünyanın en geniş/büyük/kapsamlı mutfağıdır.	K4
Dünyanın en güzel mutfağıdır	K11
Dünyanın en zengin mutfağıdır.	K17
Dünyanın en sağlıklı mutfağıdır.	K17
Dünyanın en özel mutfağıdır.	K11
Dünyanın en tarihsel mutfağıdır	K4
Dünyadaki konumu net değildir.	K1
Eşi benzeri olmayan bir mutfaktır	K5
Çok geniş bir mutfaktır.	K7
Muhteşem bir mutfaktır	K11
Başlı başına bir ansiklopedidir.	K11
Türk mutfağının çok güçlü bir hikâyesi vardır.	K15
Türk mutfak kültüründe belirgin bir değişim görülmektedir.	K3
Türk mutfağının bazı nüansları kaybolmayla karşı karşıyadır.	K3
Türk mutfağının en güzel yemekleri değişik ülke patentleri altında sunulmakta ve tanıtılmaktadır.	K1
Geçmişten bu yana iyi sunulmuş bir mutfaktır.	K1
Yemek medeniyetinin dünyaya yayılmasında öncü mutfaktır.	K4
Henüz gün yüzüne çıkarılamamış eşsiz değerleri olan bir mutfaktır.	K9
Bölge mutfaklarını etkilemiş ve onlardan etkilenmiştir.	K10

Şefler bu soruyu genel olarak çok övücü ifadeler kullanarak yanıtlamışlardır. Bazı şefler mutfağın tarihine, eşsizliğine ve lezzetli yemekler oluşuna, bazıları çok yönlülüğüne, kapsamının genişliğine, bazıları ise henüz gün yüzüne çıkarılamamış yemeklere dikkat çekmiştir. Bu kadar olumlu bir şekilde aktarılan görüşlerin devamında bazı şefler birtakım sorunlardan da bahsetmektedir. Onlara göre; bazı yemekler korunamamakta kaybolmakta, uygun tanıtilamamakta, lezzeti ve zenginliğine rağmen ya dünyadaki konumu belirli olmamakta ya da hak ettiği konumda yer almamaktadır. Aksi görüş belirten şefler de olmuştur. Bir şef, dünyanın en sağlıklı mutfağı olduğu görüşüyle; bu konuda iki şef, günümüzün sağlıklı beslenme noktasında Türk mutfağının kalorisi yüksek yemekleri olduğunu ve hafifletilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Şeflerin bu soruyla ilgili ifadelerinden örnekler aşağıda sunulmaktadır:

“...Avrupa kendini yenileyemedi, klasik ve statükocu mutfağı artık sıkıcı bir hale gelmeye başladı. Bir takım yenilikler yapsalar da Fransa’da özellikle İtalya’da ve Almanya da geleneksel mutfağı kıramıyorlar. Bizim avantajımız: dünyada yenilebilir gıdaların %75’i Akdeniz’de bulunuyor. Mezopotamya, İsrail, Yunanistan buradan Anadolu, Yeşilay şeklinde toprakların ürünleri hala bakir ve otantik. Dolayısıyla bu ürünler yeni keşfedilmeye başladı. Siyez bulguru, Antep yöresinden fıstıklar, Hatay yöresinden buğday, tuzlu yoğurtlar dünyada değer görüyor ve otantik olarak kabul görüyor. Bunlar artık ilgi görüyor. Dolayısıyla bunlara ilgi arttıkça Türkiye’ye ve Türk mutfağına ilgi aratacaktır.” (K6)

“...Olanca zenginliğine karşın, Türk mutfağında genel bir yozlaşma, gerileme ve tıkanmadan söz edilebilir...Yaratıcılığa ve yeniliğe önem verilmezse mutfağımız yine duraklayacak ve kekeleye başlayacaktır...” (K3)

“...Günümüzde obezitede dünyada üst sıralardayız inovasyonda bunu da göz önüne almamız. Beslenme kültürünü değiştirmek lazım sağlık artık çok önemli mutfakta...” (K16)

“...Kalorili yemek yemeyi seven bir millet oluşumuz da lezzetlerimizde etkin olmuştur...Avrupalılar özellikle Akdeniz’de nem, güneş, sıcak faktöründe çok beğenerek ama çekinerek Türk yemeklerini yiyorlar. Bence hafifletilmesi gerekiyor ağır yemeklerimizin...”(K11).

“...Türk mutfağı çok lezzetli bir mutfak. Türk halkı veya bu kültürden gelen herkes lezzetli yemeği öncelikli kılar. Bizde lezzetsiz mutfağı herkes geri çevirir. Bu yüzden bizim toplumumuzda herkesin gelişmiş bir tat alma tarafı vardır. Biz “tabağı süsleyelim” den ziyade önceliği lezzeti çok iyi oluşuna veriyoruz. Ama son yıllardaki sosyal medyanın insan hayatındaki rolü, ulaşım kolaylıkları, yurt dışına daha fazla açılma, haberdar olma, kültürlerin etkileşimleri artışı farklı kültürleri tanıma imkânı oluşturdu. Böylece insanlar farklı lezzetler ve sunumlar da istemeye başladı. Biz de kendi mutfağımızda yemeklerimizi farklı sunumlarda, yeni modern kap kacakta inovatif teknikleri kullanarak farklı alternatifleri yapma yoluna gitmeye başladık.” (K8)

### **Şeflerin Türk Mutfağının inovasyona açıklığı, inovasyonun gerekliliği ve yeterliliği hakkındaki görüşleri**

“Türk mutfağı inovasyona açık bir mutfak mıdır?” sorusuna şeflerin sadece 2’si hayır cevabını vermiştir. Evet diyen şeflerden bazıları (K6, K14, K16), aslında Türk mutfağının geçmişine bakıldığında, özellikle Saray mutfağında hep yeni ürünler ve yeni yemeklerin olmasıyla yeniliklere açık olmuş bir mutfak olduğunu anlaşıldığını vurgulamışlardır. 6 kodlu katılımcı şef bu konuda, “...Saray mutfağında o zamanlar klasik yemekler varken bile şefler hünkârbeğendiye buldular. Halk mutfağı belki değişmedi ama saray mutfağı hep değişerek ilerledi.” derken;

14 kodlu şef, “...kökeninize inin bakın saray mutfağına patlıcan Çin’den gelmiştir, Domates İspanya’dan gelmiştir... Bunların hepsini bizim mutfağımızda yokken almışız. Bence şu anda Avrupa’da gösterilmesi gereken yemeklerin başındakilerden birisi de hünkârbeğendi. Etine konulan sosun domatesi İspanya’dan, Patlıcan Çin’den... demek ki biz zaten yeniliğe açılmışız.” diyerek inovatif kültüre sahip bir geçmişe işaret etmiştir.

Türk mutfağının inovasyona açık olduğunu belirten şefler, aynı zamanda inovasyonun gerekli ancak yapılan uygulamaların yetersiz olduğu konusunda hemfikirdirler. Hem gereklilik hem de inovasyona açıklık konusunda da şeflerin çoğunluğunun açıklamalarında “ama” ları vardır. Beyan ettikleri hususlar ise daha çok inovasyonun nasıl yapıldığı ve/veya yapılması gerektiği ile ilgilidir. Şeflere göre inovasyon uygulamaları bilinçsizce, çok yanlış ve Türk mutfak kültürünün korunmasına ve tanıtımına zarar veren sonuçlar doğurabilecek şekilde yapılmaktadır. Örneğin, günümüzde popüler bir yemek yarışma programlarından birisinde jüri üyeliği yapan ve modern Türk mutfağının öncülerinden birisi olarak nitelendirilen 6 kodlu şef “...16 ülke dolaşıp 52’inde çalışmış bir şef olarak söylüyorum. Yeni ürünleri modern tarzda sunarak veya yeni lezzetler ortaya çıkararak sunuyorum...İnovasyona ihtiyaç var derken bu asla kendi mutfağımızı inkâr değildir, aksine öze dönüştür. Esas olan; ben ülkemin yöresel malzemelerini kullanarak yeni yemekler yapıp bunu insanlara beğendirebiliyorsam benim açımdan konu kapanmıştır.” şeklinde konuya açıklık getirmiştir. 8 kodlu şef ise; “...Bana göre inovasyona şöyle bakmalıyız. Örneğin; kadayıf tatlı olarak kesinlikle kendi öz kültüründe yapılmalı. Ama kadayıf farklı versiyonlarda da bir tatlı ya da tuzlunun içinde kullanılabilir. Bu kadayıfı öldürmeyecek, orijinal değeriyle birlikte kullanım alanını açacak, katma değer yaratacak. Pişmaniye sadece pişmaniye olarak değil, parfenin, musun, dondurmanın içerisinde kullanabilirsiniz. Dünyada markalaşmış şefler ürünleri farklı versiyonlarda kullanmalarıyla marka veya haber oluyorlar.” demiştir.

Diğer şeflerin bu konuyla ilgili ifadelerinden bazıları ise şu şekildedir:

“...ABD’den bir tabak ilave ederek Amasya’dan aldığınız bir bulgurla risotto yaparak inovasyon olmamalı bence. Yemeği aldığınız tabak aldığınız üretici, tüm tedarikçileri de her şeyi de kapsayacak bir çalışma yapılırsa ülke ekonomisi de, ülkede yaşayan insanlar da, toplum da gelişmiş olur. Tek bir tarafı düşünemezsiniz. Ürünü değiştirip bu yemek artık böyle yenir dediğinizde x bir gelir noktasını kapatmamak gerekir. Ülkenin ekonomisi ülkenin gastronomisinin seyrini değiştirir...Türkiye’nin başına gelmiş en büyük felakettir aslında bu uygulamalar. İthal tabaklar, ithal kaşık çatal, ithal peçete, eee bulgur bizden gariban anam bulgur üretmeye devam etsin...İthal ürünle ürün geliştirenler Türk mutfağını geliştiriyorum diyerek karşıma çıkmasın...”(K15)

“...Evet, Türk mutfağı inovasyona açık bir mutfaktır ancak yapılacak inovasyon, ürünün temelini, özünü yüzde yüz sadık kalınarak yapılmalı ki her ne yaparsak yapalım yine en sonunda ortaya çıkan ürüne Türk yemeği diyebilelim.” (K7).

“...Bizim kendimize ait olan yemeklere dokunmadan, yeni ürünleri bir araya getirerek yapmış olduğumuza ben yenilik diyorum. Derdimiz karniyarık ya da tas kebab değil bunların orijinalliğini bozmak, oynamak değildi hiçbir zaman.” (K6)

“...Türk mutfağının söz sahibi olması için Türk mutfağının içeriğini bozmadan yeniliklerle uluslararası gastronomide yer alacak çalışmalar yapmalıyız...”(K12)



“...copy past’larla inovasyon olmaz...Yabancı düşkünlüğü var ve elimizdeki değerli kültürel yemeklerimizin farkına varmıyoruz. Örneğin kedi batmaz bir İtalyan yemeği olsaydı büyük ihtimalle tüm mutfaklarda yerini almış olurdu.”(K2)

“...Ben hiçbir üründe orijinalliği bozmuyorum yöresel mutfakları çalışıyorum. Türk mutfağında kaç il isek ben o kadar il için yemek kitabı çıkarırım. Çok güzel yemek çeşitlerimiz var ama siz orijinalliğini bozarsanız, bu anne lezzetini bozarsanız yanlış olur.” (K17)

“...Ülkemizde ‘‘Yeni Türk Mutfağı’’ adı altında yaklaşık olarak 10-12 senedir gelişmeler var. Örneğin bizde buğdaydan keşkek yapmak vardır. Fakat buğdaydan birçok şey yapılabilenkte. Buğday cipsi de bunun bir örneğidir.” (K1)

“...yeterli değil çünkü geleneksel yöntemlerimizin işlenmediği ve fast food akımına kurban edilen mutfak kültürümüzün giderek asimile olduğunu görmekteyiz.” (K4)

“...Kabak çiçeği var bu ülkede en iyisi var, tedarik edebiliyoruz. Herkesin erişebileceği ulaşabileceği bir şey olmalı. Tarif veriyorsunuz, esrarengiz tekniklerle derme çatma olmasın. Anlaşılır uygulanabilir olsun. Şef anlatırken halkın anlayabileceği basitlikte anlatıyor, bugün bunlara talep var.” (K9)

“...Yerel ve orijinal lezzetler pişirme ve sunum teknikleri ile ele alınıp yine yerel lezzetlerle farklılaştırılabilir. Kolay değil 700 yıllık bir kültürü yorumluyoruz devamlılığı olmalı ve en önemlisi de kaynaklar oluşturulup standartlaştırılıp korunmalıdır...bizim sorunumuz o özel yemeklerimizin endüstrileştirilememesi üzerine oluyor. Yasal olarak ürünlerin belgeli olması, izlenebilir olması önemliyken maalesef bu alt yapı oluşmadığından başarabilen firmaların ürünlerini kullanıyoruz ve destekliyoruz.” (K11)

“... Deniz ürünleri yiyorsunuz, bunda küçüklüğümde yediğim bir yemeğin tadı var diyorsunuz. Çin, Rus vb. mutfağından lezzetler sunacağıma Türk mutfağı ürünleri kullanmayı tercih ediyorum. Annelerimizin kullandığı baharatların tadı oluyor. Ben lezzetimizin kökenine inmeyi tercih ediyorum...Balıktan çiğ köfte yapmak gibi. Güneydoğu mutfağı ve Ege mutfağı karışımı şeklinde nitelendiriyorum yaptığımı .” (K13)

“...Türk mutfağında 2000’li yılların başında inovasyon başladı. İnsanlar internetin gelişmesi ve Avrupa’ya çıkmaları gibi nedenlerle oradaki gelişmeleri gördükçe burada talepleri oluşmaya başladı. 98-99 yıllarına düşer bu...Bunun en büyük etkenlerinden bir tanesi de dünyada füzyon mutfak akımının hemen hemen o tarihlerde ortaya çıkmasıdır. Hızla trend olmasından dolayı Türk mutfağı da böyle bir yenilenmeye ihtiyaç duydu, çünkü talep vardı.” (K6)

“...Yeterli değil ve yanlış uygulamalar var. Bence bizim en büyük yanlışımız, dünyadaki ünlü şeflerin yaptıklarına özeniliyor. Şef kendi ülkesinde yetişen balığı örneğin avokado ile birleştiriyor. Karidesi somon fümeyle sarıyor. Buradakiler de bunu yapmaya çalışıyor. Bu uygulamalar bizim halkımızın damak tadına uymaz, kendi ürünümüzü de sunmuş olmayız. Bana sorarsanız ben karidesi kayseri pastırmasına sarar sunarım, lezzet bu noktada ortaya çıkıyor.” (K13)

“...Kül tablasında sütlaç, şunda kebab, şunun içinde egzotik havyar, olanı farklı bir şey içinde sunmak vs. Yeni bir şey yok. Bu yenilik değil.” (K9)

Bu soruya “Hayır” diyen şeflerin de açıklamaları incelendiğinde aslında bu görüşlerin altında benzer bir kaygının yattığı söylenebilir. Şeflerin ilki “...çünkü o kadar oynanacak bir mutfak değil bana göre Türk mutfağı...” derken diğer şef “...açık değil, gün yüzüne çıkarılmaya gerek duyulan bir mutfak. Tarihteki var olan şekliyle gün yüzüne çıkarılması, var olan tarihteki orijinal haliyle sentezlenmesi gerek.” demiştir.

Genel olarak açıklamalar değerlendirildiğinde; inovasyon uygulamalarında özgünlüğü korumanın, yerel ürünlerin sürdürülebilir kullanımının ve farklı kullanım şekilleri oluşturmanın önemine dikkat çeken görüşlerin ağırlıkta olduğu söylenebilmektedir.

### Şeflerin Mutfaklarında Yerel Ürünleri Kullanma Durumları

Şeflerin tamamı, menülerinde/yemeklerinde mümkün olduğunca sık yerel ürünleri kullandıklarını belirtmişlerdir. Şefler; ülkenin deniz ürünlerini, hayvansal ürünlerini, tarlalarında yetişen sebze ve meyveleri kullanmayı tercih ettiklerini belirtmiş ancak bu ürünlerin üretilmesi ve kullanımıyla ilgili olarak bir takım detaylandırmalar yapmışlardır. Şeflerin çoğunluğu, yöresel ürünlerin yetiştiği bölgede ve mevsiminde yenmesinin de lezzet açısından önemine dikkat çekmektedir. 1 kodlu şef bu konuda “...Bahçeden, pazarlardan alınan doğal ve taze ürünlerin tadı tabii ki de bambaşka oluyor. Bu ürünleri, yemekleri yerinde yemenin de keyfi bir başkadır. Örneğin Karadeniz’de yenen bir karalahana dolması, oranın doğasından taze toprağından çıkan yemeğin tadı ve lezzeti, serada yetişen ürünlere göre farklılık gösterir” şeklinde görüşlerini aktarmıştır. Deniz ürünleri yemeklerinde tanınmış olan 13 kodlu şef ise “...Kabağın mevsimi onu deniz mahsulleriyle dolduruyorum. Pazının mevsimi onu balığa sarıyorum, üzüm yaprağını mevsiminde sardalyaya sarmak, ya da deniz mahsulleriyle sarmak, midyeyse midye... Ben bu yüzden başarılı olduğuma inanıyorum. Zaten mevsimi olmayan zamanda lezzette ve tedarikte sorun yaşarsınız” (K13) şeklinde bu hususun önemine dikkat çekmiştir.

5 kodlu şef “...eskiye göre maalesef doğallık yok ürünlerde...istediğim kalite ve doğallıkta tedarik edebildiğim sürece çok sık kullanıyorum” derken; bir diğer şef “mümkün olduğunca sık coğrafi işaretli ürünler kullanarak destek vermeye çalışıyorum (K4)” şeklinde kaynağı olan yöre ile özdeşleşmiş ürünleri gösteren coğrafi işaretin önemine dikkat çekmiştir. Ürün geliştirirken özellikle yerelliğe çok önem verdiğini belirten Anadolu mutfağı üzerine eserleri olan bir diğer şef, “...Bu ürün nereden geliyor bu ürünü ürettiğin sütü nereden alıyorsun? Buna kadar girerim. X firmaya gözleme yapacağım tedarikçiye peyniri kimden alıyorsun bana markasını getirir misin? diye sorarım, çok dikkat ederim...” (K15) demiştir. Bir diğer şef ise (K2), bazen kalıplaşmış malzemeler yerine yerel ürünleri tercih ettiğini belirterek parmesan yerine Bolu’da yapılan “keş peynirini” zaman zaman menülerine koymalarını örnek olarak vermiştir.

### Şeflerin İnovasyon Uygulamalarına/Yemeklerine Örnekler

Şeflerin inovasyon uygulamalarının fazla olması nedeniyle, inovasyon uygulamalarından bazı örnekler Tablo 3’de verilmiştir. Şefler, daha önceki yanıtlarında da vurguladıkları gibi inovatif uygulamalarında yerel ürün kullanımına önem verdiklerini belirtmiş ve daha çok bu ürünlerle yaptıkları yemek/sunum/uygulamalarından örnekler vermişlerdir.

**Tablo -3.** Şeflerin İnovasyon Uygulamaları/Yemekleri

Bazlama yufkasında soğan yahnili levrek	Pastırmalı nohutlu ıspanak çorbası	Rokalı buğday risottosu	Sakızlı ahtopot	Üzüm yaprağını sardalyeyle sarma
Kadayıfa sarılı karides	Kayıslı hamsi rulosu	Kabak çiçekli tarifler	Siyez bulguruyla dana yanağı	Deniz ürünlerinden kabak dolma
Kalamarlı buğday ezmesi	Yerel ürünlerden soslar	Mercimekli nigir	Mercimek köftesi üzerine somon füme	Karidesi Kayseri pastırması ile sarma
Farklı pişirme teknikleri uygulama	Ayva tatlısını pişmaniye gül yaprağında sunma	Kokoreçin farklı sunumları	Üzümlü, çilekli revani	Bulgurdan pasta, helva
Domates dondurması	Rakı dondurması	Kırmızıbiber tatlısı	Türk kahveli muss	Vişne ekşisi ile pişirilmiş Akça armudu
Keçiboynuzlu, tarçınli tatlı	Tarhanadan sos	Garnitür olarak kanlıca mantarı kullanımı	Et ve et ürünleri üzerine tarhana kaplama	Üzeri ezine peynirli Kırkağaç kavunu

**Şeflerin Türk Mutfağında İnovasyon Konusunda Öğrencilere ve Şef Adaylarına Önerileri**

Şeflerin büyük çoğunluğu bu soruyu yanıtlarken sözlerine “önce kendi mutfakları”, “önce anneanne/babaannelerinin yemeklerini”, “önce kendi ülke mutfaklarını öğrensinler” diyerek başlamışlardır. Öneriler aynı zamanda öğütler de içermektedir. Şeflerin Türk mutfağında inovasyon konusunda öğrencilere ve şef adaylarına yönelik 25 önerisi Tablo 4’de yer almaktadır. İfadeler sıklıkları ve birbirleriyle ilişkili ifadeler olması göz önüne alınarak sıralanmaktadır.

**Tablo-4.** Şeflerin Türk Mutfağında İnovasyon Konusunda Öğrencilere ve Şef Adaylarına Önerileri

1	Öğrenmede önce kendi mutfak kültürü ve yemekleri gelmeli	K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K11, K12, K14, K15, K16, K17
2	Türk mutfağını araştırmalılar	K2, K4, K5, K8, K9, K12, K15
3	İyi/uygun/uygulamalı eğitim	K2, K4, K5, K13, K15, K16, K17
4	Özgün olsunlar	K6, K8, K11, K17
5	Yemeğin orjinaline sadık kalarak yenilik yapsınlar	K8, K12, K17
6	Sürekli okuma/araştırma	K6, K9, K16
7	İyi teknik bilgi	K5, K7,
8	Tarıma, toprağa önem vermeliler	K9, K15
9	Hizmet verdikleri bölgedeki halkın taleplerini göz önüne almalılar	K6, K15
10	Sabırlı olmalılar	K7, K14
11	İşlerini çok sevmeliler	K7, K14
12	Yeni lezzetler, yeni reçeteler, farklı sunumlarla yenilikçi/yeniliğe açık olmalılar	K1, K5
13	Dünya mutfaklarını/trendlerini araştırınsınlar	K6, K10
14	Dünya mutfakları öğrenmek için o ülkelere gitmeliler	K16
15	Sektörü doğru takip etmeliler	K13
16	Çok çalışmak	K7
17	Özverili olmak	K7
18	Sürekli gelişim	K5
19	Kibirli olmasınlar	K2
20	İyi doğa bilgisi	K7
21	Katkı maddeli ve yoğun koruyuculu ürünleri kullanmasınlar/ Doğal ürün kullansınlar	K4
22	Yöresel ürünleri her daim yaşatsınlar	K10
23	İnovasyon odaklı çalışın	K12
24	Hazır ürüne karşı kendi soslarımızı ve yemeklerimizi yaratmaya çabalasınlar	K4
25	Misafirin sağlıklı beslenmesine dikkat etsinler	K4

Görüldüğü üzere şeflerin büyük çoğunluğu, öğrencilere ve şef adaylarına önceliklerinin Türk mutfağı olması gerektiği ve mutfak kültürünün araştırılması, öğrenilmesi ve sahip çıkılması gerektiği konusunda görüş bildirmişlerdir. Bu araştırma ve öğrenme sadece yemekler üzerine değil, geçmişten bu yana yeme alışkanlıklarından pişirme yöntemlerine, mutfak aletlerinden tarım ürünlerine kadar çok geniş bir yelpazeden oluşan Türk mutfak kültürüdür. Şeflerin bu konudaki görüşlerinden bazıları şu şekildedir:

“...tek önerim önce kendi kültürleri, kendi yemekleri...” (K3)

“...gerçek kaynaklardan Türk mutfağını öğrenin, her Valiliğin kültür arşivinde, ilin kültür envanterlerinde o ilin yemeklerinin en orijinal hali var. Her şehrin 100- 500 arası yemek kitabı var. Biz bunları hiç kurcalamıyoruz.” (K9)

“...öncelikli tavsiyem Türk mutfağını gerçek anlamda araştırıp anlamaları...Bu temel üzerine yapacakları binayı kendi hayal güçlerine göre şekillendirebilirler. Her ne yaparlarsa yapsınlar orijinaline sadık kalarak ve mantık çerçevesi içerisinde her şeyi yapabilirler.” (K7)

“...Şefi farklı kılan şey, kendi kültürüne karşı hâkimiyetidir. X bir ülkenin mutfağıyla farkındalık yaratamazsınız. Sizi siz yapan bir özelliğiniz olmalı. Bu nedir? kültürünüz ve kişiliğiniz...Her şeyden önce kesinlikle ve kesinlikle kendi kültürüne, kendi tekniklerine hâkim olmalı ve yaşamış olduğu bölge insanların duygusunu yönetebilmeli insan. İyi bir şef aslında iyi bir lider, bir idodür...en önemli özelliği kültüre, insana, bulunduğu bölgeye hâkimiyettir.” (K15)

Şeflerin bir diğer sık belirttikleri görüş, eğitimleri ile ilgilidir. Adaylar iyi bir eğitim almalı ve bu eğitim, sektöre uygun ve uygulamaya yönelik olmalıdır. Ayrıca adaylar; özgün olmalı, yenilik yaparken orijinaline sadık kalmalı ve sürekli okuma/araştırma yaparak kendilerini geliştirmeli, teknik bilgi sahibi ve yeniliğe açık olmalıdırlar. Son olarak bazı erdemlerinin önemi ile sağlıklı beslenmenin, tarımın ve doğal ürünlerin de üzerinde durularak adaylara bu hususlarda önerileri ve öğütleri olmuştur. Bu konulardaki bazı görüşler ise aşağıda sunulmaktadır:

“...öğrenciler sabırlı olmalı çok çalışmalı. Hayatlarının bir bölümü hızlı bir çalışma temposuyla geçecek. Keyif aldıkları, kendileriyle baş başa kalabildikleri bir yerse mutfak; sabretsinler, kafalarındakileri dinleyerek, hep açık olarak, şu daha iyi demeden (çünkü göreceli bir şey o), deneyerek, hedeflerine ilerlesinler, geliştirsinler kendilerini, şefler de çocukları anlasınlar.”(K14)

“...kopyacı olmasınlar, özgün birer şef olsunlar.” (K6)

“...Uluslararası mutfak bilmek istiyorsan, bunu yurt dışında, yerinde öğreneceksin. Biliyorum diyen adayla konuşuyorsun, İstanbul dışına çıkmamış. Bu bizim mutfağımız için de geçerli....Başka yerde iken, kullandığınız ürünlerin malzeme uyumunda, tedarikinde sorun oluyor, o lezzeti yakalayamıyorsunuz. İyi bir köfte yapamazsınız mesela...”(K16)

“....Ne yaparlarsa yapsınlar en iyisini yapsınlar...Yüzlerce yemek bilmek zorunda değilsiniz; herkes her şeyi bilemez, biz o yüzden otel mutfaklarında 80-100 kişi çalışıyoruz. Bir takım çalışması var ve ben aşçıbaşı olarak benim altımda çalışanlardan, farklı bölgelerden gelenlerden öğrendiğim çok güzel şeyler var, onların da benden öğrendikleri var.” (K17)

### Şeflerin Türkiye Gastronomisinin Sorunları/Eksiklikleri Hakkındaki Görüşleri

Şefler, Türkiye gastronomisinin geliştiğini belirtmekle birlikte hala birçok sorun ve eksikliğin var olduğunu ifade etmişlerdir. Şeflerin bu konu hakkındaki toplam 34 ifadesi; “gastronomi eğitimi ile ilgili”, “bilgi/bilinç ile ilgili”, “yiyecek içecek sektörü ile ilgili” sorunlar, “yönetmel”, “tanıtım” ve “tarımsal” sorunlar şeklinde 6 grupta değerlendirilmiştir.

**Tablo-5.** Şeflerin Türkiye Gastronomisinin Sorunları/Eksiklikleri Hakkındaki Görüşleri

Sorunlar	İfadeler	Sıklık	Yüzde %
<b>1. Gastronomi eğitimi ile ilgili Sorunlar</b>	1.1. Müfredat sorunları (sektörle uyumsuzluk, ders içerikleri vb.)	10	35,8
	1.2. Eğitimcilerin yetersizliği (alan dışı olma, nitelik vb.)	5	
	1.3. Sektörle ilişkiler/işbirliği eksiklikleri	4	
	1.4. Eğitim kurumlarındaki bütçe yetersizliği	4	
	1.5. Öğrencilerin yanlış yönlendirilmesi	4	
	1.6. Öğrenci/mezunların uygulama bilgisi eksikliği	4	
	1.7. Donanımlı mezun öğrencilere ihtiyaç	3	
	1.8. Alan ile ilgili eğitim kaynaklarının yetersizliği	2	
	1.9. Fiziki kapasite yetersizliği	2	
<b>2. Bilgi ve Bilinç ile ilgili Sorunlar</b>	2.1. Yemeklerin orijinalliğinin bozulması	6	26,4
	2.2. Yanlış inovasyon uygulamaları	5	
	2.3. Gastronomi kavramı hakkında eksik/yanlış bilgi (kapsam vb)	4	
	2.4. Yöresel ürünlere yeterince önem verilmemesi	4	
	2.5. Reçetelerin bilinmemesi/yetersiz kayıt altına alma	3	
	2.6. Gastronomiyi mutfaktan ibaret görmek	3	
	2.7. Yerel işletmelerin yöresel ürünler hakkındaki bilinç eksikliği	2	
	2.8. Az bilgi ile yola çıkılmakta	1	
<b>3. Yiyecek İçecek Sektörü ile ilgili Sorunlar</b>	3.1. Geleneksel yöntemlerin uygulanmasındaki sorunlar	3	12,26
	3.2. Nitelikli restoran eksikliği	2	
	3.3. Nitelikli şeflerin eksikliği	2	
	3.4. İşletme menülerinde yöresel yiyecek ve içeceklere yeterince yer verilmemesi	2	
	3.5. Sektördeki alaylı ve okullu tartışmaları	2	
	3.6. Şeflerin örgütlenme eksiklikleri	2	
<b>4. Yönetmel sorunlar</b>	4.1. Gastronomi politikası eksikliği	4	12,26
	4.2. Şeflerin devlet düzeyinde teşvik edilmemesi	2	
	4.3. Yöneticilerde gastronomiye verilen önemin yetersizliği	2	
	4.4. Üretici teşviklerinin yetersizliği	2	
	4.5. Çoklu planlama eksikliği	1	
	4.6. Pazarlama sorunları	1	
	4.7. Doğal ürün yetiştirme teşviklerinin yetersizliği	1	
<b>5. Tanıtım Sorunları</b>	5.1. Gastronomimiz dünyada etkin/ uygun tanıtılmamakta	3	6,6
	5.2. Yetersiz kaliteli gastronomi etkinlikleri	2	
	5.3. Gastronomi medya tarafından yanlış tanıtılmakta	2	
<b>6. Tarımsal Sorunlar</b>	6.1. Tarım uygulamaları sürdürülebilir değil	4	6,6
	6.2. Gastronomik ürünlerde standartlaşma sağlayamama	3	
	<b>Toplam</b>	<b>106</b>	<b>100</b>

Tablo 5'e göre en sık belirtilen görüşler, 38 sıklık ile gastronomi eğitimi ile ilgili sorunlardır. Bu konuda da en çok dile getirilen görüş, tüm görüşler içerisinde de en yüksek sıklığa sahip olan gastronomi eğitimi veren kurumların müfredatlarının sektörle uyumlu olmadığı görüşüdür. Şefler günümüzde üniversitelerde bölümler ve aşçılık okullarının açılmasının önemli birer gelişme olduğunu ancak eğitim konusunda ciddi sıkıntılar tecrübe ettiklerini belirtmektedir. Eğitimci, kaynak/bütçe, mutfak uygulamaları ve sektörle işbirliği yetersizlikleri, öğrencilerin yanlış yönlendirilmesi nedeniyle büyük beklentilere girmesi vb. sorunlar ile ilgili görüşlerden örnekler aşağıda verilmektedir:

“...çeşitli okul mutfaklarını gördüm; gastronomi endüstrisinden diyemeyeceğimiz beyaz eşya kullanımlarıyla karşılaştık, içler acısı bence...eğitim yanlış, anlıyorum maliyet kaynak işi...bir okula gittim çocuklara kaju baharatı anlatmışlar, biliyorlar ama gören yok bu baharatı. Popüler kültürde birkaç öne çıkan isim görüyorlar...bu ortamda yetişen çocuklar gelip ben ne zaman tabağa başlayacağım diyor. Ben 3.5 yıl bulaşık yıkadım, kimse nereden başladın diye sormuyor. Televizyona çıktığım zamanları soruyorlar...bunu adaylara anlatmak lazım. Sonra bu öğrenciler yetişme döneminde staja gelince, ilk geldiği gün hemen en tepeden işe girişeceğim sanıyorlar...”(K16)

“...mevcut dersler eğitim ihtiyacını tam karşılayamıyor, derslerin içeriği alanın ihtiyaçları göz önüne alınarak oluşturulmalı...”(K3)

“...Türk gastronomisi uğruna yıllarını harcayan duayen şefler ve şef yazarları Türkiye gastronomisine yön vermişlerdir...Şimdi akşamdan sabaha şefler türemektedir ve emeklemeden koşmaya çalışılıyor. Çıraklığını yapmadığımız işin ustalığına soyunmaktır bu...”(K7)

“...Büyük vaatler veriliyor eğitimde. Okulu bitirince 5 bin TL ile işe başlayacaksınız vs. Dört yıllık okulu bitiren geliyor, bakıyorsun bir soğan doğramayı bilmiyor. Bana sosyal medyadan soruyorlar meslekle ilgili, ben gerçekleri söyleyince sanırım biraz ağır geliyor, üzülüyorlar. Ben evet alttan başlıyorsun ama okullu olduğun için daha hızlı yükselebilirsin ama bu kapasitene ve işini ne kadar iyi yaptığına bağlı diyorum. Öğrenciler ünlü şef olma ya da öğretmen şef olma hayalindedir. Oysa birçok mezun var ve olacak. Çok şişirmenin bir anlamı yok; sektörü doğru aktarmak, bilgilendirmek gerekiyor.”(K13)

“...gastronomi öğrencilerinden edindiğim şu: kesinlikle bu eğitimi veren gastronomi lisansı ve aşçılık okullarında meslek eğitimci yetersiz bence. Eğitimin güncel yaşam, tüketim alışkanlıklarıyla, ürün tedarik zincirleriyle kesinlikle ilgisi yok. Bu yüzden mezun olduklarında denizden çıkmış balığa dönüyorlar. Müfredat yeniden yazılmalı, hatta danışman şefler olmalıdır...”(K15)

Yemeklerin orijinalliğinin bozulması, yetersiz kayıt altına alınması ve yanlış inovasyon uygulamaları vb. bilinç/bilgi eksiklikleri şeflerin önemli sorunlar olarak belirttikleri bir diğer grubu oluşturmaktadır. Şeflerin görüşlerinden öne çıkanlar ise şu şekildedir:

“...Anneannelerimizin yemek tariflerini not almak gerekiyor. Bu sayede 11 bin çeşit yemeğimizin kaybolan 6 bininin yasını tutmak yerine kalan 5 bin çeşidimiz ile Türk gastronomisinin ilelebet sürdürebilmenin mutluluğunu yaşarız...”(K4)

“...Antep hiçbir şeyin orijinalliğini bozmadan çıktı, katmeri bozmuyor, elle yapıyor hala analıkızlıyı...Hatay da aynı şekilde. Demek ki orijinallik ön plana çıksa, tarihin tozlu raflarından olduğu gibi çıkarırsanız, zaten o değer hak ettiğini buluyor. Ermeni, Rum, Yahudi mutfagımız var. Çok önemli değerlerdir. Bunlara dokunmak lazım.

*Dünyanın en iyi istakozları var Amerika'ya gidiyor, İskenderun karidesi var Araplar yiyor. Kaç yemekte görüyorsunuz bu karidesi? (K9)*

Tanıtım ile ilgili sorunların da altını çizmektedir şefler. Onlara göre, bu etkin ya da uygun olmayan tanıtım yalnız ulusal ya da yerel yöneticiler düzeyinde değil; şefler, medya mensupları, işletmeler vb. tarafından da yapılmaktadır.

Son olarak tarımsal sorunlar ise, sürdürülebilir tarım uygulamaları ve ürün standartlaşma sorunlarıdır. Görüşlerinde doğal ürün ve üretici teşvikine de yer veren 7 kodlu şef, yerli ürünün üretiminden tüketimine, yani tarladan tabağa kadar çok önemli bir konu olduğunu, ciddi anlamda bu aşamalarda bilinçlenmeye ihtiyaç olduğunu gördüğünü belirtmektedir. Devletin, bilinçli bir üretici yetişmesi için ciddi teşvikler ve yatırımlar yapması gerektiğini ve her karış toprağı altından da değerli verimli ülke topraklarında her geçen yıl üretimin daha da düştüğünü ve halkın tarımla, çiftçilikle uğraşmak istemediğini belirtmiştir. Teşviklerin daha iyi olması ile toplumda üreticilik, çiftçilik, hayvancılık gerçek anlamda bir gelir kapısı olabilecektir. “...Böylece ülkede yetişen her sebze, meyve, et ve et ürünleri, süt ve süt ürünleri hiç şüphesiz bilinçli üreticiden bilinçli tüketiciye kendiliğinden ulaşacaktır” diyerek düşüncelerini aktarmıştır.

Şefler, gastronomi alanı ile ilgili bu sorunlar ve eksiklikler ile ilgili olarak çözüm önerileri de sunmuşlardır. Türkiye’de gastronomi turizmini geliştirme görüş ve önerileri ile birlikte devam eden bölümde sunulmaktadır.

### **Şeflerin Türkiye Gastronomi Turizmini Geliştirme Konusundaki Görüş ve Önerileri**

Şefler, genel olarak gastronomi alanının eksiklerini ve sorunlarını bu konuda da yinelemişler ve bu sorunların giderilmesi halinde gastronomi turizminin de gelişeceğini belirtmişlerdir. Bunlara ek olarak Tablo 6’da diğer önerileri ve görüşleri derlenerek aktarılmıştır. Buna göre şeflerin görüşleri 6 kategoride gruplandırılmıştır. Bu gruplar genel olarak; kapsamlı bir plan, politika, teşvik, temsil vb. unsurlardan oluşan ülke yönetimine dair öneriler, Türk mutfağı ve yerel ürünlerin etkin tanıtımına yönelik öneriler, mutfak kültürüne hâkim, alanında uzman, yenilikçi şef yetiştirmeye ve şef destekli eğitime yönelik eğitim önerileri, nitelikli etkinliklere ve araştırma geliştirmeye yönelik önerilerdir.

**Tablo-6.** Şeflerin Türkiye Gastronomi Turizmini Geliştirme Konusundaki Görüş ve Önerileri

<b>Kategoriler</b>	<b>İfadeler/öneriler</b>	<b>Şefler</b>
<b>1. Ülke yönetimi ile ilgili ifadeler</b>	1.1. Tarımdan sunuma kapsamlı planlama yapılmalıdır.	K7, K8, K9, K11, K12, K14, K15, K16
	1.2. Gastronomi turizmi bir ülke politikası olmalı/gastronomi politikası oluşturulmalı.	K6, K9, K11, K16
	1.3. Şefler yurtdışına gönderilip desteklenmeli/teşvik edilmelidir.	K10, K11, K16
	1.4. Mutfak kültürü üzerine yapılan çalışmalar desteklenmeli/teşvik edilmelidir.	K1, K16, K17
	1.5. Turizm sistemi ürünleri sunmaya uygun hale getirilmeli	K9, K16
	1.6. En üst düzeyde örneğin bakanlık vb. düzeyde gastronomi temsil edilmelidir.	K6, K12
	1.7. Üst yönetim temsilinde gastronomi alanında uzman kişiler yer almalıdır	K2
<b>2. Türk mutfak kültürünün etkin tanıtımı ile ilgili ifadeler</b>	2.1. Turistlere Türk mutfağı ürünleri sunulmalıdır.	K1, K4, K9, K10, K11, K13, K15, K16, K17
	2.2. Yöre mutfağı tanıtımında etkin yazılı ve görsel tanıtım çalışmaları yapılmalı	K1, K11, K13, K16
	2.3. Sadece belli ürünlerin tanıtımını yapmaktan vazgeçilmeli.	K9, K15, K17
	2.4. Restoran menü planlamalarında yöreye özgü ürünler mutlaka yer almalı.	K1, K4

**Tablo-6.** Şeflerin Türkiye Gastronomi Turizmini Geliştirme Konusundaki Görüş ve Önerileri (Devamı)

	2.5. Yöreyle ait mutfak üzerine yazılmış eserler/broşürler Türk turizm pazarına hitap edebilmeli.	K1
	2.6. Yerel restoranlarda hijyene önem verilmeli.	K11
<b>3. Eğitim ile ilgili ifadeler</b>	3.1. Mutfak kültürüne (pişirme teknikleri, tarih, reçeteler vb.) hakim şefler yetiştirilmelidir.	K2, K3, K6, K9, K11, K13, K15, K16, K17
	3.2. Alanında uzman nitelikli (yabancı dil vb.) şefler yetiştirilmeli	K2, K3, K5, K11, K17
	3.3. Yenilikçi eğitim verilmelidir.	K3, K5, K12, K13
	3.4. Deneyimli şefler öğrencilere ders verebilir.	K6, K14
	3.5. Eğitim uygulamaları için maddi destek verilmeli	K16, K17
	3.6. Deneyimli şefler bölümlere danışmanlık (müfredat vb.) yapabilir.	K15
<b>4. Etkinlikler ile ilgili ifadeler</b>	4.1. Nitelikli ulusal/uluslararası yarışmalar düzenlenmeli	K1, K8, K13
	4.2. Yöresel festivaller, fuarlar uluslararası yapılabilir/ çeşitlenebilir.	K1, K8, K13
	4.3. Yöresel etkinliklerde yerel yemekler/pişirme teknikleri ile mutfak araç gereçleri kullanılmalı.	K1, K4, K13
	4.4. Türk şefler uluslararası etkinliklerde (panel vb.) değerlerimizi geleneksel ve inovatif olarak sunmalı.	K8, K10, K13
<b>5. Araştırma geliştirme faaliyetleri ile ilgili ifadeler</b>	5.1. Yöre mutfak kültürü araştırılıp, gün yüzüne çıkarılmalıdır.	K1, K3, K4, K15
	5.2. Yabancı turistlerin değişen yemek zevkleri, damak tatları vb. konularda araştırmalar yapılmalıdır.	K1, K7
	5.3. Araştırma enstitüleri kurulmalıdır.	K1
	5.4. Kalite arttırılmalıdır	K14

Ülke yönetimi ile ilgili; plan, politika, destek, teşvik, temsil gibi konularda öneriler sunan şeflerin açıklamalarından örnekler ise şu şekildedir:

“...yaptığımız işle ilgili olarak size ne kadar fırsat ve destek verildiği önemlidir. Acilen gastronomi politikası oluşturulmalıdır. Devlet nezdinde müsteşar ya da bakan olabilir. Örneğin Katar’da böyledir. Çalışmalar hızlandırılmalı (K6)”

“...Üst düzeyde temsilde gastronomi alanında uzman kişiler olmalıdır” (K2).

“...Baştan sona gastronomi tekrar masaya yatırılmalı. Önce bir tarla, bahçe, bağa inmek gerekir, hangi mevsimde, ne nasıl olmalı, nasıl olamamalı? Bunları öğrenmeliyiz. Bilinçli olarak ben buradaki salatalığı kullanacağım; suyu şöyle, kabuğu ince, üretimi şöyle vs. demiyoruz, önümüze ne geliyorsa onu yapıyoruz. Yalnız tarım değil, et kullanacağız örneğin, Erzincan’ın hayvanı şöyle besleniyor, eti böyle kokar, Tekirdağ’ın eti çok yağlı olur onlar dışarı çıkmaz ahırda besleniyor vs. Bunları bilmek bunlarla başlamak lazım. Biz hep Gastronominin mutfak tarafını konuşuyoruz. Bu anlayış yanlış. Gastronomi sadece mutfak değildir. Tarladan sofraya kadar çok uzun bir yol. Şefler bunun içerisinde bir tanesi, bu çoklu bir planlama politika gerektiriyor.” (K9)

“...Şefler yurt dışına gönderilmeli hem bizi tanıtmak hem de yenilikçiliğini geliştirmek için...zira yabancı şeflerin Türk şeflere çok büyük katkıları var. Örneğin 90’larda Türkiye’de üç çeşit salata vardır: mevsim salata, çoban salata, bahçe salata. Tabağa zeytin, domates kabuğundan gül koyarlardı. Bugün tabakta bir balans ayarı yapma var. Yemeğe nasıl yerleştireceğini, boşluk bırakmayı öğrendi şefler...Şimdiye kadar yurtdışında nice yarışmada mutfağı tanıtan, başarılarına imza atan şeflere; sporda verilen ödüllerin, altınların kaçını verildi? (K16)

Destegın olması gerektiğini belirten şeflerden olan 6 kodlu şef ise, popüler kültür ortamında işlerinin zor olduğunu belirterek: “...geliştirdiğim birçok yemeğin 30-40 tanesinin yapıldığını biliyorum bu gurur verici bir şey. Ama bunları bir kitap halinde yayınlamak istediğimde bunlar satmaz denip yayınlanmıyor.”



Şeflerin bazıları, günümüze uygulanan her şey dahil sistem vb. turizm uygulamalarıyla otel restoranlarında bazı yemeklerin sunulmadığını dolayısıyla tanıtılmadığını, bunların anca belli yerlerde sunulabildiğini belirtmektedir. Çünkü bazı yemekler “*Saatlerce süren bir pişirme gerektirmektedir (K12)*”, “*Geleneksel yemekler bugün esnaf lokantalarında sunulmaktadır (K16)*”. Örneğin 6 kodlu şef “*...Türkiye’deki otel ve restoranlar özellikle beş yıldızlı oteller Fransız mutfağı çalışıyor. Bunlar Fransız, Alman, Asya bunların karmasından oluşan bir mutfak çalışıyor. Banket yemeklerinde zaten Türk mutfağından yemek sunamıyorsunuz. Sunabileceğiniz birkaç çeşit yemek var. Bunlar 500-1000 kişilik bir bankete uygun değil. Kuzu tandır, piliç, hünkârbeğendi vb. Fazlaya çıkaramazsınız. 7-8 çeşittir bunlar*” şeklinde görüşlerini dile getirmiştir. 14 kodlu şef ise, tanıtıma en iyi olduğumuz yerden başlamamız gerektiğini belirterek; “*...bugün yabancı bir turist gelse CEO da olsa götürdüğümüz yer sokak, Eminönü vb...Bulunmamışı denetmek gerekiyor. Beyrana, künefeye bayıldı İtalyan misafirim. Ama kalitemizi, restoranlarda belli bir seviyeye çekmemiz lazım*”. 17 kodlu şef ise, sadece belli ürünlerin ve yanlış olan tanıtımlarına dikkat çekerek; “*...Türk mutfağı dendiğinde sadece Adana, Urfa, döner, kebab, baklava değildir, bunu çok iyi anlatmak lazım öğrencilere, turistlere....Bizim sadece yemeğimiz bunlar değil, çok kısıtlı beş tane ürün sayıyoruz... Lahmacuna Turkish spesiyal meet pizza dersiniz; lahmacun, pide tanıtamazsınız.*” demiştir.

### **Şeflerin Türk Şeflerin İnovatif Olup Olmadığı Konusundaki Görüşleri**

“Türk şefleri inovatif buluyor musunuz?” sorusuna şeflerin 5’ i “Evet”, 9’u “Kısmen”, 2’si “Hayır”, 1’i ise “Çoğunluğunu bulmuyorum” yanıtını vermiştir. Açıklamalarında 13 kodlu şef “*...inovatif olanlar, yani bunu doğru yapanlar zaten farkını ortaya koyup ilerleyebiliyor...*” derken, 7 kodlu şef, “*buluyorum, dünyanın dört bir yanında da birçok başarılı Türk şef var.*” sözleriyle dikkat çekmiştir.

### **Sonuç**

Şeflere göre; Türk mutfağı çok zengin, lezzetli, geniş kapsamlı, köklü bir geçmişe sahip, çok yönlü bir mutfaktır. Şefler, inovasyon tanımlamalarında daha çok uygulama ağırlıklı ifadeler kullanmışlardır. Şeflerin çoğunluğu; Türk mutfağının inovasyona genel olarak açık bir mutfak olduğunu, inovasyonun gerekli ancak yapılan uygulamaların yetersiz olduğunu belirtmektedir. Öyle ki, inovasyon adı altında yapılan birçok uygulama Türk mutfağını yansıtmamakta ve bilinçsizce yapılmaktadır. Bu uygulamaların; Türk mutfak kimlik ve kültürünü, korunmasını, yaşatılmasını ve tanıtımını olumsuz etkileyebileceğini düşünmektedirler. İnovasyonun aslında nasıl yapılması gerektiğini örneklerle de açıklamışlardır. Burada ve gastronominin sorunlarında dile getirilen tanıtım sorunları ile ilgili bulgular, Algan Özkök (2017)’ün çalışmasında tespit edilen; Türk mutfağının tanıtımında yanlışlıkların olması, yemeklerin orijinalliğine sadık kalınmaması bulgularıyla da örtüşmektedir. İnovasyonun ana etkilerinden birisi de daha iyi bir hizmet sunmaktır (Albors Garrigos vd., 2013, s. 32). Dolayısıyla şeflerin belirttiği şekillerde yapılacak inovasyon uygulamalarının, Türk mutfağını daha iyi bir hizmet ile dünyada daha iyi bir konuma yükseltebilecek, önemli bir katma değer yaratabileceği söylenebilir.

Şeflerin tamamı, menülerinde/yemeklerinde mümkün olduğunca sık yerel ürünleri kullandıklarını belirtmiş ve inovatif uygulama ve yemeklerinden örnekler vermişlerdir. Ancak bu ürünlerin/içeriklerin; Ottenbacher ve Harrington, (2007)’in bulgularında da olduğu gibi, mevsimsel kullanımına, doğallığına, lezzetine, tedarik edilebilirliğine dikkat çekmişlerdir. Bu bağlamda, son yıllarda ağırlık verilen coğrafi işaret çalışmalarının Türk Gastronomisi açısından ayrı bir öneme sahip olduğu anlaşılabilir. Tarımı ilgilendiren bu sorunlar ve belirttikleri tanıtım, bilgi/bilinç vb. diğer sorunların çözümü için gastronominin tüm unsurlarının kapsamlı bir şekilde ele

alınabileceği bir gastronomi politikası, üst düzeyde temsil ve destekler önermişlerdir. Gastronomi alanında öncü roller üstlenen şefler için önemli olduğu gibi, mutfak kültürleri üzerine yapılan çalışmalar için de bu destek ve teşvikler önem arz etmektedir. Şefler, belirtilen tüm bu sorunların giderilmesi için sundukları çözüm önerileriyle gastronomi turizminin de gelişebileceğini düşünmektedirler.

Elde edilen bulgulardan; şeflerin Türk gastronomisine, yerel ürünlerin lezzet, çeşit ve kapsamının rekabetçi gücüne inandığı anlaşılmaktadır. İşte bu noktada da, öğrencilere ve şef adaylarına en çok vurgulanan önerileri bu doğrultuda olmuştur. Şef adaylarına inovasyon konusunda; ilk olarak kendi ülke mutfak kültürünü öğrenmeleri, iyi tanımaları ve sahip çıkmaları, bu doğrultuda uygulamalarında iyi araştırma yapma, özgün olma gibi tavsiyelerde bulunmuşlardır. Nitelikli eğitim ise, açıklamalarda en çok önem verilen konulardan birisi olmuştur. Ayrıca gastronomi alanında en sık ifade ettikleri sorunların başında gastronomi eğitimi ile ilgili sorunlar gelmektedir. Gastronomiye giderek artan ilgiyle beraber, ardı ardına açılan ön lisans ve lisans düzeyinde gastronomi bölümleri ve özel aşçılık kursları, şeflerin gelişiminde önemli bir rol oynamaktadır. Ancak çalışmadan elde edilen bulgular; sektöre geçişte bu verilen eğitimle ilgili olarak yetersizliklerle beraber birçok soruna işaret etmektedir. Bu bulgular, Yılmaz vd. (2018)'in araştırmasında gastronomi eğitimi alan öğrencilerin uygulama eksiklikleri sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Burada da Türk mutfak kültürünün korunması, yaşatılması ve inovasyonu açısından oluşturulacak bir gastronomi politikasında, eğitime özel bir önem verilmesi gerektiği söylenebilir. Gastronomi eğitiminde, özellikle inovatif uygulamalar yapılabilmesi için maddi destek sağlanmalıdır. Uygulamalı eğitimin niteliğinin, sektörün ihtiyaç ve beklentilerine uygun bir şekilde olması gerekmektedir. İnovatif gastronomi eğitim uygulamalarında; nitelikli eğitimciler, uygun bir ekipmanla donatılmış mutfaklar ve uygulamalar için kullanılacak ürünlerin varlığının bir zorunluluk oluşturduğu düşünülmektedir.

Türk gastronomisi, metinde de değinilen gelişmelerle birlikte gastronomiye son yıllarda verilen önem ile birlikte gelişme göstermiştir ancak katedilecek çok yol vardır. Genel olarak tüm bulgular değerlendirildiğinde; inovasyon konusunda çabalar ve ciddi çalışmalar olmakla birlikte, doğru ve etkin uygulamalar için eğitim, destek ve teşvikler ile birlikte bu alanda yapılacak kapsamlı araştırmalara ihtiyaç bulunduğu anlaşılmaktadır. Zira inovasyon kavramı çok boyutlu ve dinamik özelliktedir ve mutfak alanında inovasyonu etkileyen tüketici zevkleri, trendler vb. faktörler de çok yönlü ve zorlayıcı olmaktadır (Harrington & Ottenbacher, 2013, s.6). Buradan hareketle araştırma bulgularından çıkarılabilecek bir diğer sonuç da Türk mutfağı söz konusu olduğunda inovasyon kapsamında şeflerin sürekli bir araştırma, öğrenme, keşif ve kendini geliştirme sürecinde olmaları ve/veya olmaları gerektiğidir. Çok zengin, kapsamlı, köklü bir geçmişe ve hala gün yüzüne çıkarılmamış değerlere sahip olduğu belirtilen Türk mutfağında bu sürecin ve çabanın devam edeceği ve daha fazla bilimsel araştırmalara ihtiyaç olduğu söylenebilir. Gelecek araştırmalarda; Türk mutfağında henüz kayıt altına alınmamış yemeklerin, kaybolmaya yüz tutmuş uygulama/ürün/yemeklerin, yerel ürünlerin farklı kullanım biçimleriyle oluşturulabilecek yeni uygulamaların ve Türk mutfağında inovatif uygulamalar konusunda yabancı şefler ve turistlerim görüşlerinin ele alınması önerilir.

## **Beyan**

Yoğun çalışma tempoları arasında araştırmam için değerli zamanlarını ayırarak katkı sağlayan şeflerimize sonsuz teşekkürler.

**KAYNAKÇA**

- Albors-Garrigos , J, Barreto, V. García-Segovia, P. Martínez-Monzó, J., & Hervás-Oliver, J. L. (2013). Creativity and innovation patterns of haute cuisine chefs. *Journal of Culinary Science & Technology*, 11(1), 19-35. <https://doi.org/10.1080/15428052.2012.728978>
- Algan Özkök, G. (2017). Mutfak şeflerinin gastronomi ile ilgili görüşleri: Nitel bir araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 182-193. <https://doi.org/10.21325/jotags.2017.122>
- Bayındır, M. S., & Demir, M. (2019). Otel işletmelerinde mutfak şeflerinin yenilikçi davranışlarını etkileyen faktörlerin analizi: Antalya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3), 1689-1710. <https://doi.org/10.21325/jotags.2019.443>
- Bilgin, N. (2014). *Sosyal bilimlerde içerik analizi teknikler ve örnek çalışmalar*. Siyasal Kitabevi. Cambridge (t.y.).*Online dictionary*. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/innovation>
- Çavuş, O., Şengül, S., & Özkaya, F. (2018). Restoran şeflerinin menü geliştirme ve ürün tedarik süreçleri hakkındaki görüşlerinin değerlendirilmesi: The World 50 Best Restaurants List örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6, 95- <https://doi.org/110.10.21325/jotags.2018.241>
- Drucker, P. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*, (Çev. Gülfidan, İ.) Optimist Yayınları.
- Duran, C., & Saraçoğlu, M. (2009). Yeniliğin yaratıcılıkla olan ilişkisi ve yeniliği geliştirme süreci, *Yönetim ve Ekonomi*, 16(1), 57-71.
- Harrington, R.J., & Ottenbacher, M.C. (2013). Managing the culinary innovation process: The case of new product development. *Journal of Culinary Science & Technology*, 11(1), 4-18. <https://doi.org/10.1080/15428052.2012.754724>
- Hornig, J.S., & Lee, Y.C. (2006). What does it take to be a creative culinary artist?, *Journal of Culinary Science & Technology*, 5(2-3),5-22. [https://doi.org/10.1300/J385v05n02\\_02](https://doi.org/10.1300/J385v05n02_02)
- Kapucuoğlu, M. İ., & Güçlü Nergiz, H. & (2018). Türk mutfağının korunmasında yerel yiyecek kullanımının şeflerin algıları kapsamında incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 812-832. <https://doi.org/10.21325/jotags.2018.335>
- Kırım, A. (2006, 19 Kasım). *Mutfakta inovasyon ve sihirbazlık*. <https://www.hurriyet.com.tr/mutfakta-innovasyon-ve-sihirbazlik-5463966>
- Kuczmarski, T. D. (2003). "What is innovation? And why aren't companies doing more of it?", *Journal of Consumer Marketing*, 20(6), 536 – 541. <http://dx.doi.org/10.1108/07363760310499110>
- Küçükyaman, M. A., Şen Demir, Ş., & Bulgan, G. (2018). Mutfak şeflerinin yöresel ürünlere ilgisi: Isparta örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 86-103.
- Ottenbacher, M.C., & Harrington, R, J. (2007). The culinary innovation process, *Journal of Culinary Science & Technology*, 5(4),9-35. [https://doi.org/10.1300/J385v05n04\\_02](https://doi.org/10.1300/J385v05n04_02)

- Presenza, A., Abbate, T., Casali, G. L., & Perano, M. (2017). An innovative approach to the intellectual property in haute cuisine. *International Journal of Hospitality Management*, 65, 81–88. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.06.009>
- Stierand, M.B., & Dörfler, V. (2012). Reflecting on a phenomenological study of creativitve and innovation in haute cuisine, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(6), 946-957. <https://doi.org/10.1108/09596111211247254>
- Van der Linden, E. (2013). Integration of gastronomy and physics for innovation. *Flavour*, 2(11),1-3. <https://doi.org/10.1186/2044-7248-2-11>
- Vargas-Sánchez, A., & Lopez-Guzman, T. (2015). Contemporary management and innovation: Learning from the gastronomy sector, *Journal of Food, Agriculture & Environment*, 13(2), 32-38.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, G., Erdem, Ö., & Arman, A. (2018). Şef adaylarının niteliklerine ilişkin mutfak şeflerinin görüşleri, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 273-294. <https://doi.org/10.21325/jotags.2018.282>

## **Innovation in Turkish Cuisine from The Perspective of Well-Known Turkish Chefs**

**Gülser YAVUZ**

Mersin University, Faculty of Tourism, Mersin /Turkey

### **Extensive Summary**

Today the promotion of innovation is a critical part of any strategy for strengthening the competitiveness of a company, a sector of activity or a tourist region (Vargas-Sánchez & Lopez-Guzman, 2015, p.32). Innovation is effective in the gastronomy as It is in every other field. It can be said that interest in gastronomy has increased with the development of communication and transportation technologies, and accordingly, improvement of international tourism and social media in recent years. Chefs used to learn only culinary skills and techniques from their mentors, and not innovation practices. In today's conditions, innovation-oriented businesses and chefs with more forward-looking attitudes and global perspectives are needed in gastronomy and culinary arts. (Horng & Lee, 2006, p. 6).

Chefs take leading parts in the gastronomy field, not only by representing their regions with their books etc, but also by their practices followed on various media platforms. In the study, determination the views of Turkish chefs on the innovation in Turkish cuisine, Turkish gastronomy and gastronomy tourism were aimed. For this purpose, an interview form including open-ended questions was prepared with the semi-structured interview method, which is a qualitative research method, and It was searched for an answer: “What is innovation in terms of gastronomy according to the Chefs?”, “What are their thoughts about Turkish cuisine?”, “What are their opinions about being open to innovation in the Turkish kitchen, the necessity of innovation and sufficiency of practices?”, “How often do they use the local products grown in Turkey in their kitchen?,” “What are the innovative practice samples?”, “What are their recommendations to students and chef candidates about the innovation in Turkish cuisine?”, “Do they think Turkish chefs are innovative?”, “What are their opinions on problems/ deficiencies of Turkish gastronomy?”, “What are their suggestions to develop gastronomy tourism in Turkey?”

The chefs that had been wanted to be included in the study were determined by examining various media channels (visual, written and social media). Criterias, that determine general publicity, such as writing books in the field of gastronomy and Turkish cuisine, receiving awards in international competitions, being a jury member in cooking shows on television programs, being frequently seen in the media and/or having a large number of followers on social media, and frequently interacting with their followers have been considered. The data obtained from 17 chefs who accepted to participate in the study were subjected to content analysis and direct quotations were included.

All of the chefs interviewed are men, at the level of executive chefs and with more than 10 years of experience. The first finding is that innovation is defined by chefs in different ways in terms of practice, product and purpose. In the findings categorized in this way, the most frequently remarked opinions are about practice. Chefs emphasized statements that praise the richness, exhaustiveness, sophistication, taste and long-standing past of the Turkish cuisine. Most of the chefs think that Turkish cuisine is open to innovation, and that innovation is necessary but practices are not enough. According to the chefs, innovation practices are carried out without knowledge, in a way that does not reflect the Turkish cuisine culture, and may have negative consequences about the protection and promotion of it. They also explained with examples how innovation should actually be made. The chefs pointed out the importance

of preserving originality in innovation practices in Turkish cuisine, procurability of local products and creating different usage methods.

All chefs stated that, as often as possible, they use local products in their menus/dishes, and gave examples of innovative practices and dishes. However, they consider the seasonal consumption, naturalness, procurability of these products. Chefs prefer using seafood, animal products, vegetables and fruits grown in fields of the country. In terms of flavour, most of the chefs pointed out the importance of eating local products in the region and season they are grown in. Therefore, these facts affect their product usage preferences.

Chef candidates were advised to learn their own country's cuisine culture and protect it at first in the innovation. Another frequently remarked opinion is about training. Candidates should receive a good education and this education should be sector-specific and practical. In addition to all, candidates should be genuine, remain loyal to the original while making a change, improve themselves by constantly reading/researching, have technical knowledge and be open to innovation.

Chefs expressed different opinions on If they find Turkish chefs innovative or not. 5 of the participating chefs find them innovative, 9 of them answered as "partially", 2 of them "no", and 1 of them "do not find most of them innovative".

Chefs stated that while the Turkish gastronomy has been improved, there are still a lot of problems and deficiencies. These opinions of the chefs have been evaluated in 6 groups as "about gastronomy education", "about knowledge/awareness", "problems about the food and beverage sector", "administrative", "promotion" and "agricultural" problems. One of the most frequently expressed problems was the issues related to the gastronomy education, and the curriculum problems were mostly emphasized here. Inadequacy of trainers, the lack of collaboration with the sector, differentiation of food from the originality, wrong innovation practices, the problems in the practices of traditional methods in the food and beverage sector, deficiency of gastronomy policy, the inability to effectively promote gastronomy in the world, and unsustainable agricultural practices were the signified statements in the groups. They offered suggestions for the solution of these problems and for the development of gastronomy tourism. These are the suggestions related to the country administration consisting of a comprehensive plan, policy, incentives, representation etc, and related to the effective promotion of Turkish cuisine and local products, educations given by chefs who know cuisine culture and are expert in their sector, educations related to chef-supported trainings, and suggestions related to the quality activities and research development.

There are efforts and considerable studies on innovation in Turkish gastronomy, but there is a need for comprehensive research with education, support and incentives for correct and effective practices in this field. Another conclusion that can be drawn from the research findings is that If it is about Turkish cuisine, chefs should be in a continuous process of research, learning, exploration and self-improvement within the scope of innovation. It can be stated that this process and effort will continue and more scientific research is needed in Turkish cuisine which has a very rich, comprehensive, long-standing past and still unexplored values.