

**FAST-FOOD (HIZLI YEMEK) SİSTEMİNİN TÜRK
MUTFAĞINA UYARLANMASI VE BİR UYGULAMA**

Mine TUNCEL
Yüksek Lisans Tezi
Temmuz 2000

FAST-FOOD (HIZLI YEMEK) SİSTEMİNİN TÜRK MUTFAĞINA UYARLANMASI VE BİR UYGULAMA/

Mine TUNCEL

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Turizm ve Otel İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

Danışman: Doç.Dr.Dündar DENİZER

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Temmuz 2000

YÜKSEK LİSANS TEZ ÖZÜ

FAST-FOOD (HIZLI YEMEK) SİSTEMİNİN TÜRK MUTFAĞINA UYARLANMASI VE BİR UYGULAMA

Mine TUNCEL

Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temmuz 2000

Danışman: Doç.Dr.Dündar DENİZER

Türkiye'de yiyecek-içecek sektörü son elli yıllık dönemde; batı kültürüne açılma, göç ve kentleşme, kadının çalışma yaşamına girmesi, fast-food sistemi, gıda endüstrisi ve turizmdeki gelişmelerin etkisiyle önemli değişimler göstermiştir.

Bu süreçte yiyecek-içecek sektöründeki en önemli değişim; servis hızı, restoran atmosferi, yiyeceklerdeki kalite gibi nedenlerle fast-food ürünlerine ve restoranlarına olan talebin artmasıdır.

Diğer taraftan zengin, lezzetli ve besleyici yemekleriyle dünya mutfakları arasında en zengin mutfaklardan birisi olan Türk mutfağı, yukarıda bahsedilen sosyo-kültürel ve ekonomik değişimlerle birlikte nerdeyse unutulma aşamasına gelmiştir.

Bu nedenle; Türk mutfağı yemeklerinin fast-food sistemine kazandırılması ve fast-food sektöründe geleneksel Türk mutfağı yemekleriyle hizmet veren restoran sayısının artması Türk mutfağı yemeklerinin unutulmaması için çok önemlidir.

Bu araştırmada; "gözlem ve mülakat yöntemi" kullanılarak, Türk mutfağındaki hangi ürünlerin fast-food sistemine uyarlanabileceği ve geleneksel Türk yemekleriyle hizmet veren fast-food işletmecilerinin gelecekte yapması gerekenler konusunda önerilerde bulunulmuştur.

ABSTRACT

Food and beverage sector in Turkey has been changed in last fifty year period with effects of: orientation to west-culture, migration and urbanization, woman involvement into work life, fast-food system and developments on food industry and tourism.

Within this period the most significant development on food and beverage sector is the increase of demand fast-food products and restaurants because of service time, restaurant atmosphere and quality of foods.

On the other hand Turkish kitchen, which is one of the richest among popular kithcens in the world with its very delicious and nitritious foods, has been almost forgotten.

Therefore introduction of Turkish kitchen's foods to fast-food system and increase number of fast-food restaurants serving traditional Turkish kithchen's foods are very important not to forget Turkish kithchen.

In this research with the use of; "observation and interview method", recommendations about "which Turkish kitchen products are introduced to fast-food system" and "what the traditional Turkish kitchen fast-food enterprises should do in the future" have been made.

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Mine TUNCEL' in "Fast-food Sisteminin Türk Mutfağına Uyarlanması ve Bir Uygulama" başlıklı tezi .5.../10/2000 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisans Üstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca, Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim dalında Yüksek Lisans tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Adı Soyadı

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Doç.Dr.Dündar DENİZER

Üye

Prof.Dr. İlhan Öztürk

Üye

Doç.Dr. Feriye MAHİR

Prof.Dr. Enver ÖZKALP

Prof.Dr. Enver ÖZKALP

Anadolu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ÖNSÖZ

"Fast-Food Sisteminin Türk Mutfağına Uyarlanması ve Bir Uygulama" adında ki tez çalışmamda bana gösterdikleri yardım ve ilgiden dolayı; öncelikle Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksek Okul Müdürü Prof.Dr.İlhan Ünlü, danışman hocam Doç.Dr.Dündar Denizer, Doç.Dr. Fermani Maviş, Doç.Dr. Meryem Akoğlu ve Prof.Dr.Melih Erdoğan'a; Türk Mutfak Kültürü alanında önemli çalışmalarda bulunan Kamil Toygar'a ve tez çalışmamın uygulamasında her konuda yardımcı olan X ve Y restoran yetkililerine teşekkür ederim.

Ayrıca tezimin başından beri bana verdikleri destekten dolayı tüm yakınlarıma ve özellikle Faruk C. Tekindağ'a en içten teşekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖZ.....	ii
ABSTRACT.....	iii
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	iv
ÖNSÖZ.....	v
ÖZGEÇMİŞ.....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

RESTORAN İŞLETMECİLİĞİ VE FAST-FOOD RESTORAN SİSTEMİ

1. RESTORAN İŞLETMECİLİĞİ VE TARİHSEL GELİŞİMİ.....	3
2. RESTORAN TÜRLERİ.....	7
2.1. Geleneksel (Full Service) Restoranlar.....	10
2.2. Özellikli Restoranlar.....	10
2.2.1. Aile Restoranları.....	10
2.2.2. Etnik Restoranlar.....	11
2.2.3. Tema Restoranlar.....	11
2.2.4. Fast-food Restoranları.....	12
3. TÜRKİYE'DE RESTORAN TÜRLERİ.....	12
3.1. Türkiye'de Restoranların Genel Sınıflandırılması.....	14
3.2. Türkiye'de Lokantaların Yasal Sınıflandırılması.....	14
3.2.1. Turizm Bakanlığı Denetiminde Lokanta İşletmeciliği ve Lokantaların Sınıflandırması.....	14
3.2.1.1. Üçüncü Sınıf Lokantalar.....	16
3.2.1.2. İkinci Sınıf Lokantalar.....	16

3.2.1.3. Birinci Sınıf Lokantalar.....	16
3.2.1.4. Lüks Lokantalar.....	17
3.2.1.5. Kafeteryalar.....	17
3.2.2. Belediye Denetiminde Lokanta İşletmeciliği ve Lokantaların Sınıflandırması.....	17
3.2.2.1. Üçüncü Sınıf Lokanta, Kebapçı, Hamburgerci ve Pizzacılar...	18
3.2.2.2. İkinci Sınıf Lokanta, Kebapçı, Hamburgerci ve Pizzacılar.....	19
3.2.2.3. Birinci Sınıf Lokanta, Kebapçı, Hamburgerci ve Pizzacılar....	19
3.2.2.4. A-Sınıf Lokanta, Kebapçı, Hamburgerci ve Pizzacılar.....	20
3.2.2.5. Lüks Sınıf Lokanta, Kebapçı, Hamburgerci ve Pizzacılar.....	21
3.2.2.6. Pakette Kebap ve Yemek Satış Yerleri.....	22
4. FAST-FOOD SİSTEMİNE GENEL BİR BAKIŞ.....	23
5. FAST-FOOD RESTORANLARININ VE FAST-FOOD ÜRÜNLERİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	25
5.1. Fast-food Restoran İşletmeciliği.....	25
5.2. Fast-food Ürünleri.....	27
6. FAST-FOOD RESTORAN SİSTEMİNİN GENEL ÖZELLİKLERİ.....	29
6.1. Kuruluş Yeri.....	30
6.2. Finansal Özellikler.....	30
6.3. Organizasyon ve Personel.....	32
6.4. Menü Tipi.....	35
6.5. Servis Şekli.....	36
6.6. Fast-food Restoranlarında Yerleşim Planı.....	37

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRK MUTFAĞI

1. DÜNYA MUTFAKLARINA VE TÜRK MUTFAĞINA GENEL BİR BAKIŞ.....	41
2. TÜRK MUTFAĞININ TARİHSEL GELİŞİMİ.....	44
2.1. Türk Mutfağı Hakkındaki Tarihi Kaynaklar.....	45
2.2. Orta Asya Türkleri Zamanında Türk Mutfağı.....	48
2.3. Selçuklular Zamanında Türk Mutfağı.....	48
2.4. Osmanlılar Zamanında Türk Mutfağı.....	50
3. TÜRK MUTFAĞININ DEĞİŞİM NEDENLERİ.....	56
3.1. Batı Kültürüne Açılma.....	56
3.2. Göç ve Kentleşme.....	57
3.3. Kadının Çalışma Yaşamına Girmesi.....	57
3.4. Kitle İletişim Araçlarının Etkisi.....	58
3.5. Gıda Endüstrisindeki Gelişmeler.....	58
3.6. Turizmin Etkisi.....	59
3.7. Fast-food Restoranlarının Etkisi.....	59
4. TÜRK MUTFAĞINDA YEMEK ÇEŞİTLERİ.....	60
4.1. Çorbalar.....	60
4.2. Yumurtalı Yemekler.....	61
4.3. Hamur İşleri, Makarnalar ve Pilavlar.....	61
4.4. Balıklar ve Diğer Deniz Ürünlerinden Yapılan Yemekler.....	63
4.5. Kümes Hayvanları Etlerinden Yapılan Yemekler.....	63
4.6. Av Hayvanları Etleri ile Yapılan Yemekler.....	63
4.7. Et Yemekleri ve Etli Sebze Yemekleri.....	64
4.8. Diğer Sebze Yemekleri.....	65
4.9. Baklagil Yemekler.....	65
4.10. Zeytinyağlı Yemekler ve Mezeler.....	65
4.11. Salata ve Turşular.....	65
4.12. Komposto ve Hoşafklar.....	66

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YEMEK PİŞİRME YÖNTEMLERİ VE YEMEK HAZIRLAMA/PİŞİRME SÜRECİNDE KULLANILAN EKİPMANLAR

1. ISI TRANSFERİ.....	67
1.1. İletim Yöntemi (Conduction).....	68
1.2. Isı Yayma Yöntemi (Convection).....	68
1.3. Radyan (Radian).....	69
1.4. Mikrodalga Yöntemi (Microwave).....	70
2. YEMEK PİŞİRME YÖNTEMLERİ.....	72
2.1. Sulu Pişirme Yöntemleri.....	72
2.1.1. Haşlama (Boiling).....	72
2.1.2. Yiyeceklerin Suyun Kaynama Derecesinin Altındaki Sıvı Ortamında Pişirilmesi (Poaching).....	74
2.1.3. Kendi Suyunda Pişirme (Stewing).....	75
2.1.4. Buharlı Pişirme (Steaming).....	75
2.1.5. Basıncılı Tencerede Pişirme (Pressure Cooking).....	76
2.2. Kuru Pişirme Yöntemleri.....	77
2.2.1. Fırında Pişirme (Baking).....	77
2.2.2. Fırında Kızartma (Roasting).....	77
2.2.3. Izgarada Pişirme (Grilling/Broiling).....	78
2.3. Yağda Kızartma Yöntemi (Frying).....	79
3. YİYECEK HAZIRLAMA VE PİŞİRME SÜRECİNDE KULLANILAN EKİPMANLAR.....	81
3.1. Yiyecek Hazırlama Sürecinde Kullanılan Ekipmanlar.....	81
3.1.1. Karıştırıcılar (Mikserler).....	82
3.1.2. Kesiciler, Parçalayıcılar.....	82
3.1.3. Dikey Kesiciler ve Karıştırıcılar.....	83
3.1.4. Dilimleyiciler ve Sebze Doğrayıcılar.....	83
3.2. Yiyecek Pişirme Sürecinde Kullanılan Ekipmanlar.....	84
3.2.1. Konvansiyonel Fırınlr (Conventional Oven).....	84

3.2.2. Konveksiyonlu Fırınlar (Convection Oven).....	85
3.2.3. Mikrodalga Fırınlar (Mikrowave Oven).....	87
3.2.4. Buharlı Bölme (Compartment Steamers) ve Buhar Kaplı Kazanlar (Normal Steamers).....	88
3.2.5. Yüzey Izgaralar (Griddleles) ve Kapalı Izgaralar (Grilles).....	89
3.2.6. Derin Kızartıcılar (Deep-fat Fryer).....	91

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

FAST-FOOD (HIZLI HAZIR YEMEK) SİSTEMİNİN TÜRK MUTFAĞINA UYARLANMASI VE BİR UYGULAMA

1. X FAST-FOOD RESTORANI HAKKINDA GENEL BİLGİLER.....	93
1.1. X Fast-food Restoran İşletmeciliği.....	93
1.2. X Restoranın Üretim/Hizmet İstasyonları.....	96
1.3. X Restoran Uygulaması.....	98
1.3.1. Satın Alma.....	98
1.3.2. Teslim Alma ve Depolama.....	98
1.3.3. Ön Hazırlık	99
1.3.4. Pişirme.....	102
1.3.5. Servis.....	104
2. Y FAST-FOOD RESTORANI HAKKINDA GENEL BİLGİLER.....	106
2.1. Y Fast-food Restoran İşletmesi.....	106
2.2. Y Restoranın Üretim/Hizmet İstasyonları.....	108
2.3. Y Restoran Uygulaması.....	109
2.3.1. Satın Alma.....	109
2.3.2. Teslim Alma ve Depolama.....	110
2.3.3. Ön Hazırlık.....	110
2.3.4. Pişirme.....	113
2.3.5. Servis.....	114
3. ARAŞTIRMANIN KONUSU.....	116
4. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	116
5. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ.....	117

5.1. Örnek Büyüklüğünün Belirlenmesi.....	117
5.2. Veri Toplama Yöntemi.....	117
6. ARAŞTIRMANIN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	117
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	122
EKLER.....	131
KAYNAKÇA.....	136

TABLÖLAR LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 1. Fast-food Restoranlarından ve Menülerinden Örnekler.....	36
Tablo 2. Ana Yemek Grubu.....	126
Tablo 3. Yan Ürünler	127
Tablo 4. Tatlılar ve İçecekler	127

ŞEKİLLER LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 1. Restoran Sınıflamasının Fiyat/Servis İlişkiisi.....	8
Şekil 2. Klasik Bir Fast-food Restoranında Yerleşim Planı.....	38
Şekil 3. İletme Yöntemi.....	68
Şekil 4. Gaz ile Isı Yayma.....	69
Şekil 5. Sıvı ile Isı Yayma.....	69
Şekil 6. Radyan Yöntemi.....	70
Şekil 7. Mikrodalga Yöntemi.....	70
Şekil 8. Haşlama Yöntemi.....	73
Şekil 9. Basınçlı Tencerede Pişirme.....	76
Şekil 10. Fırında Kızartma.....	78
Şekil 11. Klasik Izgara.....	78
Şekil 12. Bol Yağda Kızartma.....	80
Şekil 13. Az Yağda Kızartma.....	80
Şekil 14. Mixer Grubundan Hamur Yoğurma Makinesi.....	82
Şekil 15. Parçalama Makinesi.....	83
Şekil 16. Dilimleme Makinesi.....	83
Şekil 17. Hamur Açma Makinesi.....	84
Şekil 18. Konveyörlü (Bantlı-Raylı) Fırın.....	85
Şekil 19. Konveksiyonlu Fırın.....	86
Şekil 20. Buharlı Tencere.....	89
Şekil 21. Yüzey Izgara.....	90
Şekil 22. Fast-food Tipi Yüzey Izgara.....	90
Şekil 21. Yukarıdan Isı Kaynaklı Kapalı Izgara Tipleri.....	90
Şekil 22. Derin Kızartıcı.....	91

GİRİŞ

Son yıllarda, toplumlarda ki demografik, sosyo-kültürel ve ekonomik değişimler; insanların yemek kültürlerini ve alışkanlıklarını da etkisi altına almış; dünya çapında kabul gören ve hızla yaygınlaşan global bir yemek kültürünü; fast-food kültürünü ortaya çıkarmıştır.

Ayak üstü beslenme veya hızlı yemek anlamına gelen fast-food; toplumlar arasındaki etkileşim, aile yapısının değişmesi, kadının çalışma yaşamına yoğun katılımı ve evde geçirilen sürenin azalması, yalnız yaşayan birey sayısının artması, kişi başına düşen gelirin ve satın alma gücünün yükselmesi, okur-yazar sayının ve dolayısı ile öğrenci sayının artması, en önemlisi çalışma hayatının getirdiği zaman kısıtı gibi nedenlerle; bireylerin hızlı ve pratik yemek yeme ihtiyacını karşılamak amacıyla ortaya çıkmıştır.

1980li yıllarda ülkemizdeki köklü ekonomik reformlarla birlikte, yukarıda bahsedilen sosyal, ekonomik ve kültürel değişimlerin hızla yaşanması, öncelikle büyük metropol şehirlerde hızlı yemek kültürüne dolayısı ile fast-food restoranlarına olan talebin artmasını sağlamıştır.

1986 yılında, ülkemizde ilk uluslararası fast-food restoranı olarak McDonald's İstanbul'da faaliyete geçmiştir. Başlangıçta, Türk restoran işletmecileri tarafından fazlaca dikkate alınmayan McDonald's, ilerleyen yıllarda çok büyük bir gelişme göstererek ülkemizdeki şube sayısını hızla arttırmıştır. Daha sonra diğer uluslararası zincir fast-food restoran işletmelerinden; Burger King, Wimpy, Wedny's, Kentucky Fried Chicken'da Türkiye'de şubeler açmıştır. Bu süreç içerisinde; bu işletmelerin yoğun tanıtım ve promosyon kampanyaları ile fast-food ürünlerine olan talep artmaya başlamıştır.

Bugün Türk yiyecek-içecek sektöründe, uluslararası zincir fast-food restoran işletmeleri lider konumundadır. Örneğin; sadece McDonald's'ın ülkemizdeki restoran sayısı yaklaşık 150 adettir. Sektöre giren diğer uluslararası fast-food işletmelerinin sayısında gün geçtikçe artmaktadır.

Günümüzde, çocukların ve gençlerin restoran atmosferinden; çalışan yetişkin insanların ise pratikliği ve kalitesinden etkilendiği fast-food ürünleri karşısında; besin değeri yüksek ve lezzetli geleneksel Türk yemekleri unutulmaya ve ihmal edilmeye başlanmıştır. Çünkü Türk Mutfak Kültürü'nde yer alan yemeklerin çoğunun hazırlanması, uzun süren uğraşlar gerektirmektedir. Bu durum özellikle çalışan veya gününü evinin dışında geçiren insanlar için dezavantaj oluşturmaktadır.

Bunlara ek olarak geleneksel Türk yemekleriyle hizmet veren fast-food işletmecileri; beslenme uzmanları tarafından sağlıksız olarak nitelendirilen ancak, pratikliği ile kabul gören fast-food ürünleri karşısında; zamana ayak uydurabilecek, standart prosedürlerle üretilen alternatif Türk mutfağı ürünlerini tüketicilere sunamamışlardır.

Kısaca, ülkemizdeki uluslararası zincir fast-food işletmelerin sektördeki mutlak egemenliği yıllar geçtikçe daha da perçinlenmekte ve bu da Türk mutfağındaki yemeklerden, fast-food sistemine uygun olanlarının seçilerek tüketicilere sunulmasını zorunlu kılmaktadır.

Bu sebeple araştırmamız; fast-food sistemine uyarlanabilecek “Türk Mutfacı Ürünleri”nin tespit edilmesi ve mevcut uygulamalar incelenerek, bu ürünlerin hazırlanmasından servisine kadar geçen süreçteki üretim ve hizmet standartlarının belirlenmesini; geleneksel Türk yemekleriyle hizmet veren restoran işletmecilerinin rekabet gücünü arttırabilmesi için yapması gerekenler konusunda önerilerde bulunulmasını amaçlamaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

RESTORAN İŞLETMECİLİĞİ VE FAST-FOOD RESTORAN SİSTEMİ

1. RESTORAN İŞLETMECİLİĞİ VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Tarihte ilk restoranlar; hanların ve otellerin, yemek servisi için kullanılan yemek odalarıydı. Daha sonraları yerleşim merkezlerinde nüfus artışına paralel olarak, yemek yenilebilmesi için otellerden bağımsız yerler kurulmaya başlandı. 16.yy. ortalarında bugünkü restoranların tarihte bilinen ilk şekli olan İngiliz barlarında; fiiks bir ücretle, sıradan masalarda öğlen ve akşam yemekleri basit şekilde servis ediliyor, yöre halkı özel günlerde buraları kafeterya olarak kullanılıyordu¹. 18.yy.'ın başlarında sadece Londra'da bu tür kafeteryaların sayısı yaklaşık olarak 3.000 adetti².

Bugünkü formda ilk restoranın 1765'te Paris'te, restoranın babası olarak kabul edilen A.Boulanger, tarafından kurulduğu bilinmektedir³. Boulanger'in bu halka açık ilk restoranının ve restoran kelimesinin orijiniyle ilgili bir hikayesi vardır⁴:

1765'ten önce genel yemek hizmetleri hanlarda ve sınırlı sayıda üyeye sahip yemek loncalarında verilmişti. O tarihlerde, A.Boulanger koyun ayağı ve beyaz şarap sosundan yeni bir çorba hazırladığı ve Aşçılar Loncası ile rekabet ettiği iddiasıyla mahkemeye çıkarılmıştır. Fakat, mahkeme, bu özel çorbanın lonca tarafından hazırlanan yemeklerle rekabet etmediğine ve A.Boulanger'in işine devam etmesine izin vermiştir. A.Boulanger aynı çorbayı -insanı yeniden

¹ John W.Stokes, **How to Manage Restaurant or Institutional Food Service** (Fourth edition. Iowa: Wm.C. Brown Company Publishers, 1987), s.4.

² Jack D. Ninemeir, **Food and Beverage Management** (Second edition. Michigan: Educational Institute of American Hotel & Motel Association, 1995), s.8.

³ John R. Walker, **Introduction to Hospitality** (Second edition. New Jersey: Prentice Hall, 1996), s.12.

⁴ Bu hikayeye ilgili olarak çeşitli kaynaklarda farklı anlatımlar söz konusudur. Daha fazla bilgi için bakınız: Walker, a.g.e., s.12.; Ninemeir, a.g.e., s.8.; Gerald W. Lattin, **The Lodging and Food Service Industry** (Secon edition. Michigan: The Educational Institute of The American Hotel and Motel Association, 1989), s.121.; Deniz Gürsoy, **Yemek ve Yemeciliğin Evrimi** (Birinci basım. İstanbul: Kurtiş Matbaası, 1995), s.24-25.

diriltlen ilahi orba, Fransızca *la restaurant divin* olarak satmaya başlamıştır. orba halk arasında öyle kabul görmüş ve ünlenmiş ki, Fransa Kralı bile A.Boulanger'in mutfağından yemek yemek istemiştir.

La restaurant divin restoran kelimesinin ilk kullanım şekli olup, Fransızca'da "yenilemek" anlamına gelmektedir.

Amerika'da ilk bar 1634'de, ilk kafeterya da 1670'de Boston'da kurulmuştur⁵. Amerika'ya göçün başlamasıyla birlikte; Boston, New York, Philadelphia ve diğerk yerleşim merkezlerinde de bir çok kafeterya açılmıştır.

Esasında Amerikan yemek sektörünün gelişimi ve büyümesinde en önemli yerler, şehir merkezlerinde olan ve halkın toplanıp iyi bir yemek ve dönemin popüler birası olan **ale**'i içerek, politika konuştukları koloni barları ve hanlar olmuştur. Bu barların sahipleri genellikle, yöreyle ilgili olaylardan her zaman haberdar olan cana yakın, saygıdeğer ve yörenin en zengin kişileri idi⁶. 1740'ta Boston dışına ilk posta arabası seferlerinin başlamasıyla birlikte, bu barların müşterilerinde de önemli artışlar olmuştur.

Gerald W. Lattin; 820'lerde kurulan Delmonico's, Sans Souci ve Niblo's Garden'dan hangisinin ilk Amerikan restoranı olduğı konusunda görüş birliğı olmadığını ileri sürerken⁷, diğerk araştırmacı ve tarihçilerin büyük çoğunluğu ilk Amerikan restoranının, Delmonico ailesi tarafından New York'ta kurulan Delmonico's restoranı olduğı görüşündedirler.

19.yy. sonlarında dönemin ünlü restoranları, bu restoranların ardından tek tek açılmaya başlamıştır. Bunlar genellikle büyük, servis ve hizmet kalitesini ön planda tutan lüks restoranlar olmuştur. Örneğink; o dönemde Delmonico's restoranda aynı anda 371 çeşit yemek servisi yapılabilmekteydi. Delmonico's adı, 1923'teki içki yasağıyla birlikte kapanana kadar, Amerikan restoranları içerisinde iyi ve kaliteli yemek denilince ilk akla gelen isim olmuştur.

1800'lerde Amerikan restoran işletmeciliğinin ve yiyecek sektörünün gelişmesine önemli etkilerde bulunan tarihsel olaylar sırasıyla şöyledir⁸:

- 1803'te ilk buzdolabı kullanıldı,
- 1815'te ilk yemek üretimi yapılarak, yemek endüstrisi faaliyete geçti,

⁵ Lattin, a.g.e., s.121-122.

⁶ Walker, a.g.e., s.11.

⁷ Lattin, a.g.e., s.122.

⁸ Aynı, s.122-123.

- 1825'te ilk gazlı fırın kullanıldı,
- 1834'te bugün bile faaliyette olan Bowery Tasarruf Bankası, çalışanlarına yemek servisi vermeye başladı,
- 1860'da bulaşık makinesi bulundu,
- Asrın sonlarında Antoine Feuchtwanger Amerika'ya **Hot Dog**'ı tanıttı.

Bu tür gelişmelere rağmen, ailelerin dışarıda yemek yeme alışkanlığı ancak 20.yy. başlarında belirgin olarak ortaya çıkmaya ve genelleşmeye başlamıştır. Bu yüzyılın başında, Amerikan halkının büyük çoğunluğu çiftliklerde, küçük kasabalarda veya kırsal yörelerde yaşıyordu. Çalışan ailelerin, öğlen yemeklerini evde ya da çalıştıkları yerlere götürerek oralarda yemesi alışıla gelen bir durumdu. Bu sıralarda bu kişilerin çoğu, senede bir ya da iki kez restoranda yemek yiyebiliyordu. Fakat kırsal toplumdan şehirli topluma geçiş süreci içerisinde; nüfus şehirlere göç etmeye başlamış, işyerleri ve yerleşim merkezleri arasındaki mesafe artmış, bu da çalışanların yemeklerini evde yemelerini imkansız hale getirmiştir. Ekonomik gelişmeye paralel olarak ücretlerin artması ve gelir seviyesinin yükselmesi, çalışanların öğlen yemeklerini iş yerlerine taşıma alışkanlıklarını da terk etmesine ve dışarıda yemek yeme alışkanlığının başlamasına neden olmuştur⁹.

Nisan 1917'de ABD'nin de katıldığı I. Dünya Savaşı boyunca, silahlı kuvvetlere ve silah fabrikalarına alınan milyonlarca genç insan; yeni yemek ve servis şekilleriyle karşılaşmışlar ve bunlara alışmaya başlamışlardır.

Bunun yanı sıra nüfus artışı, hane halkı gelirlerindeki artış, kadınların iş hayatına girmesi, okul sayısındaki artış, hastanelerin ve diğer kurumların yaygın olarak kullanılmaya başlanması, fabrikaların şehirlerden banliyölere taşınması ve banliyö alanlarının genişlemesi gibi sebepler yiyecek sektöründe önemli bir büyümeye neden olmuştur.

20.yy. Amerikan yemek sektörü ve restoran işletmeciliğinde; gelişme, büyüme, değişim ve yenilikler açısından çok önemli ve inanılmaz bir dönem olmuştur. Bu gelişmelerin büyük bölümü 20.yy.'ın ilk yarısında gerçekleşmiştir. Bu olaylardan bazıları sırasıyla şöyledir¹⁰:

⁹ Stokes, a.g.e., s.4.

¹⁰ Lattin, a.g.e., s.124-125.

- 1904'te hamburger ilk defa satışa sunulmuş (yukarıda bahsedilmiştir),
- 1917'de Amerika I. Dünya Savaşına katılmış,
- 1919'da Ulusal Restoran Birliği kurulmuş,
- 1920'de içki yasağı başlamış,
- 1929'da büyük ekonomik kriz ortaya çıkmış,
- 1933'de içki yasağı kalkmış,
- 1941'de Amerika II. Dünya savaşına katılmıştır.

I. Dünya Savaşı'nın sonu olan 1918 ile II. Dünya Savaşı arasında geçen sürede ABD'deki restoran sayısı hemen hemen ikiye katlanmıştır. Bunun yanı sıra, ticari ve kurumsal (kolej, üniversite, vb.) yemek merkezleri de açılmaya başlamıştır.

Amerika'da ilk büyük zincir restoran işletmesi ve bir düzine büyük otel, 65 tren istasyonunda restoranı olan Ferd Harvey tarafından işletilmiştir. 1926'da Batı ve Kuzey Amerika'da self-servis şeklinde hizmet veren 126 tane zincir restoranda John R. Thompson tarafından işletilmiştir¹¹.

1920'lerde Amerikan otomotiv sektörünün gelişmesi ve otomobil tutkusu yeni bir servis şekli olan ve **drive-in** olarak adlandırılan restoranların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu restoranlarda müşteriler, arabalarından inmeden yemek siparişi verip, yemeğini arabada yiyebiliyordu. Bu uygulama 1960'larda yerini fast-food işletmelerine bırakmıştır¹².

1919'da Roy Allen ve Frank Wright'ın A & W Root Beer Stand'larını işletmeye açması ve bu işletmelerin 1920'lerde franchising sistemiyle yayılmaya başlaması, yiyecek sektörü ve özellikle restoran işletmelerinde franchising sisteminin ilk kullanımı olup, R. Allen ve F. Wright buna öncülük etmişlerdir. 1920'lerde bu sistemi kullanarak açılan A & W Root Beer Stand'larının sayısı 2500 civarındaydı¹³. Aynı şekilde 1925'te Wollaston, Massachusetts'de Howard Johnson ilk restoransını açmış ve zincir restoranlarını franchising sistemiyle tüm ülkeye yaymaya başlamıştır¹⁴. 1926'larda H. Johnson'un tüm ülkedeki restoran sayısı 61'di. Her ne kadar franchising sistemi 1920'lerde kullanılmaya başlandıysa da, bu sistemin yaygın ve etkin bir şekilde kullanımına, ancak 1960'lı yılların sonunda başlanmıştır.

¹¹ Donald E. Lundberg, **The Hotel and Restaurant Business** (Boston: LBI Publishing, 1989), s.203.

¹² Ninemeir, a.g.e., s.9.

¹³ Lattin, a.g.e., s.124.

¹⁴ Walker, a.g.e., s.18.

1929'daki büyük ekonomik kriz sonrasında, ulusal ekonomi gibi büyük çöküntüye uğrayan restoran işletmelerinden çoğu iflas etmiş ve kapanmak zorunda kalmıştır. 1930'lar yiyecek sektörü için kötü başlasa da; 1933'de içki yasağının kaldırılması, 1932'de Ulusal Restoran Birliği'nin kendine merkez olarak Chicago'yu seçmesi ve 1937'deki kongreye o zamanki rekor bir sayıyla 10.000 kişinin katılması sektör için önemli gelişmelerdir.

2. RESTORAN TÜRLERİ

Restoran işletmelerini sınıflamada kullanılan temel göstergeler; restoranların fiyat ve servis kalitesidir. Bu temel göstergelere rağmen bu konuda çok değişik sınıflamalar ve görüşlerde söz konusudur. Lundberg¹⁵ bu sınıflamayı 8 ana grupta yaparken, Walker¹⁶ restoranları iki ana grup altında toplamıştır. Lundberg bu sınıflamayı servis kalitesini esas alarak yaparken, Walker diğer restoran uzmanlarının restoran sınıflamasında kullandığı temel ayrım kriteri olan fiyatı esas almıştır.

Amerikan Restoran Birliği ve diğer restoran uzmanlarının görüşü de Walker'ın restoran sınıflama kriterini desteklemektedir¹⁷. Restoran uzmanların yaptığı bu ayrıma göre restoranlar, fiyat düzeyi açısından üç ana grupta sınıflandırılabilir:

- Fast-food restoranlar,
- Orta sınıf restoranlar,
- Üst sınıf restoranlar.

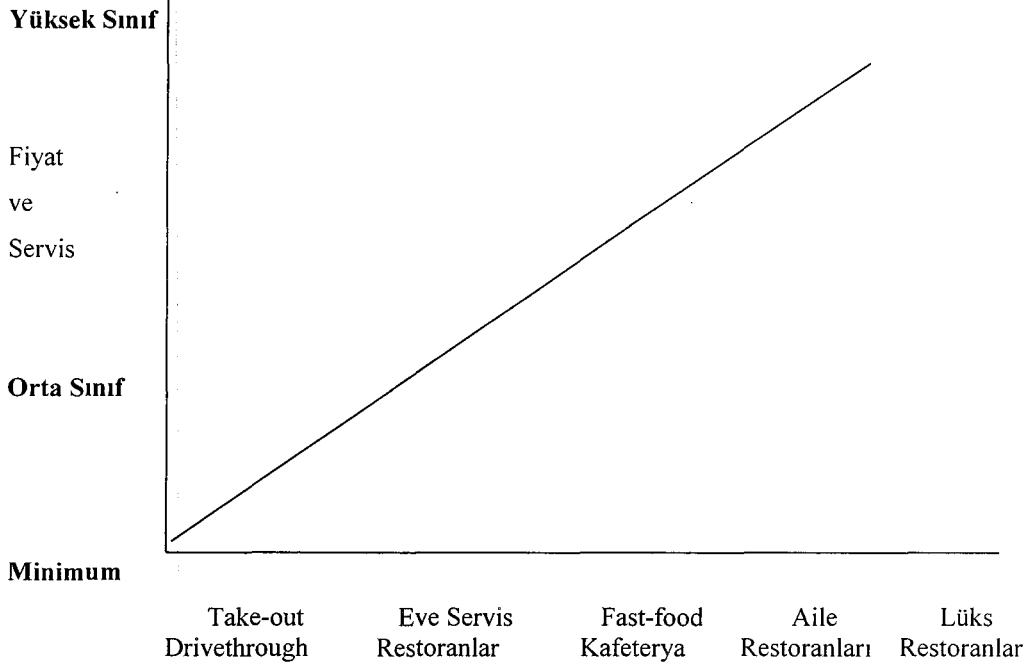
Esasında burada belirtilmesi gereken servis ile fiyat ilişkisidir. Çünkü, servis kalitesi ve fiyat birbirine bağlı olarak değişmektedir. Bu değişim; düşük fiyat/kalitesiz servis, yüksek fiyat/kaliteli servis şeklinde ortaya çıkmaktadır. Fiyat/servis ve restoran türü ilişkisini aşağıdaki şekil daha iyi anlayabilmemize yardımcı olacaktır.

¹⁵ Lundberg, a.g.e., s.222.

¹⁶ Walker, a.g.e., s.167.

¹⁷ Keith Goldman, "Concept Selection for Independent Restaurants," *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol. 34, No. 3: 59-71, (December 1993), s.59-60; Christopher C. Muller ve Robert H. Woods, "An Expanded Restaurant Typology," *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol.35, No. 3: 27-37, (June 1994), s.27-29.

Şekil 1: Restoran Sınıflamasının Fiyat/Servis İlişkisi¹⁸



Bu şekilden de görüldüğü gibi; take-out (al-git) ya da arabaya servis türünde hizmet veren restoranlarda minimum düzeyde servis hizmeti verilirken; servis kalitesi restoranın türüne bağlı olarak artmakta ve bu lüks restoranlarda en üst düzeye çıkmaktadır.

Tüm bu açıklamalardan sonra; restoranları Walker'ın yaptığı sınıflama doğrultusunda; geleneksel (full service) ve özellikli restoranlar olarak iki temel gruba ayırmak daha mantıklı gözükmemektedir. Çünkü bu temel ayırmadan hareketle bu grup içinde yer alan restoranları, fiyat ve servis kalitesine göre istenilen şekilde sınıflamak da mümkündür.

Walker'ın bu ayırımına göre restoranlar şöyle sınıflanmaktadır:

1. Geleneksel (Full servis) restoranlar

2. Özellikli restoranlar

Fast-food/Quick Servis restoranlar

- Hamburger
- Pizza

¹⁸ Lundberg, a.g.e., s.223.

- Chicken (tavuk)
- Deniz ürünleri
- Sandviç

Aile restoranları

Etnik restoranlar

Tema restoranları

Yalnız burada unutulmaması gereken, bu sınıflamada kesin bir çizgi olmadığı ve bir restoranın aynı anda değişik kategorilerde yer alabileceğidir. Örneğin; Taco-Bell gibi Meksika yemekleri hazırlayan bir restoran; hem fast-food ve hem de etnik restoran grubu içerisinde değerlendirilebilir. Aynı şekilde deniz ürünleri restoranı olup da full-servis restoranlar olarak da değerlendirmeye alınacak restoranlarda bulunabilir.

Restoranlarda diğer bir gruplama ise; işletme sahiplerinin türüne göre yapılabilmektedir. Buna göre restoranlar; bağımsız restoranlar, zincir işletme restoranları ve franchise restoranları diye üç ana gruba ayrılmaktadır¹⁹:

- **Bağımsız restoran işletmeleri;** bağımsız işletme, sahip veya sahipleri tarafından işletilen ve herhangi bir zincir işletme restoran grubuna dahil olmayan ya da franchising işletmesinin isim hakkıyla yönetilmeyen restoranlardır. Her ne kadar yeni açılan restoranların büyük bir kısmı açıldıklarının ilk 5 yılı içerisinde batıyorsa da, girişimcilerin çoğu "insanlar yemek, yemek zorunda, bu bir ihtiyaç öyleyse neden bu ihtiyaçlarını benim işletmemde karşılamasınlar" düşüncesiyle bugün bir çok bağımsız restoran açmaktadırlar.
- **Zincir restoranlar;** genellikle büyük bir restoran işletmesinin parçası olan ve tek ya da belli bir grupta ürünün standart ve sistemli bir şekilde sunulduğu işletmelerdir. Zincir restoranlarda; işletme sahipleri, bağımsız işletmeciler olabileceği gibi, bir aile işletmesi ya da franchising sistemiyle çalışan bir işletme de olabilir.

¹⁹ Ninemeier, a.g.e., s.13.

- **Franchise restoranları;** zincir işletmelerin özel bir alt grubu olup, bunlar genellikle ulusal ya da uluslararası alanda herhangi bir zincir restoran işletmesinin isim hakkıyla çalışan restoranlardır. Fast-food restoranları genellikle bu sistemle çalışmaktadır. Bu konuyla ilgili detaylı bilgiler ileri ki bölümlerde verilecektir.

2.1. Geleneksel (Full Service) Restoranlar

Geleneksel restoranlarda değişik servis usulleri, zengin ve çeşitli menüler ile değişik pişirme metotları uygulanmaktadır. Bu restoranlar, menülerinde çok sayıda alternatife sahip olup; bütün malzemelerini taze olarak korur ve servise hazır halde tutarlar. Geleneksel restoranları; fiyat, atmosfer/dekor, menü vb. açılardan gruplamak ve değişik sınıflamalar yapmak mümkündür.

Bu restoranlar genellikle bağımsız işletmeciler ya da ortaklıklar tarafından işletilirler ve özellikle büyük otellerin bünyesinde ya da şehir merkezlerinde kurulurlar.

Geleneksel restoranlar, servis şekli açısından; lüks restoranlar, semt restoranları ve büyük ölçekli restoranlar olarak üçlü bir ayrıma tutulsa da²⁰, bu restoranlarda genelde esas olan lüks bir dekorasyon ve servis kalitesidir. Bu işletmeler genellikle, *Haute Cuisine* (Hote olarak telafuz edilir) olarak adlandırılan; servis kalitesi çok yüksek, mutfacı çok zengin ve çok kalifiye personelin çalıştığı restoranlardır²¹.

2.2. Özellikli Restoranlar

Bu grup altında; fast-food restoranları, aile restoranları, etnik restoranlar ve tema (theme) restoranlar ilk başta akla gelenlerdir.

2.2.1. Aile Restoranları

Aile tipi restoranlar; kafeterya türü restoranların geliştirilmiş modeli olup, bunlar bağımsız işletmeciler ya da aileler tarafından işletilmektedir²². Aile restoranları genellikle semt merkezlerinde ya da bu merkezlere yakın yerlere kurulmaktadır. Çünkü bu tip restoranlarda hedef müşteri kitlesi aileler olduğu için, restoranlara ulaşım ile müşteri hacmi arasında direkt bir ilişki söz konusudur.

²⁰ Ahmet Aktaş, **Yiyecek ve İçecek Yönetimi** (Antalya: Eren Ofset, 1995), s.5-6.

²¹ Walker, a.g.e., s.167.

²² Aynı, s.176.

Aile restoranları, servis ve menü çeşidi açısından "tam hizmet sunan restoranlar"ın özelliklerine sahiptirler. Menüler genellikle sade ve tüm aileye yönelik olarak düzenlenmektedir. Yiyeceklerin çoğu; ana yemeklerden, tatlı ya da meyvelerden oluşmaktadır. Bu restoranların bazıları alkollü içecek servisi de yapmaktadır. Alkollü içecek olarak ta genellikle; bira, şarap ve çeşitli kokteyller sunulmaktadır.

Aile restoranlarının yaygınlaşmaya başladığı ilk yıllarda sadece akşam servisi yapılırken, bugün bu tip restoranlarda sabah, öğlen ve akşam servisi yapılmaktadır²³.

2.2.2. Etnik Restoranlar

Etnik restoranların çoğunluğu kişisel işletmelere ait olan ve bu kişiler tarafından işletilen restoranlardır. Diğer restoranlardan farklı olarak bu restoranlarda işletme sahipleri, müşterilerine geleneksel etnik tatları aynı etnik kültürle sunmaktadırlar. Bu restoranlara gelen müşterilerde çoğunlukla aynı etnik kültürden gelen kişilerdir.

Etnik restoranlar içerisinde en hızlı büyüyen ve en bilineni hiç kuşkusuz Meksika mutfağıdır. "Taco-Bell" Amerika'da etnik restoranlar içerisinde %60'lık pazar payıyla etnik restoran pazarında lider konumundadır. Meksika mutfağına dayalı etnik restoranlar, ülkemizde de yaygınlaşmaya başlamakta olup, özellikle büyük şehirlerimizde 5-6 şubesiyle faaliyetlerine devam etmektedirler.

2.2.3. Tema Restoranlar

Tema restoranların çoğu; özellikli restoranlar ve diğer türdeki restoranların kombinasyonundan oluşmuş restoranlardır. Bu tür restoranlar genellikle müşterilerine sınırlı sayıda yiyeceği değişik ve ilginç ortamlarda sunarlar²⁴. "The Hard Rock Cafe" tema restoranlarının ilk örneğini 1971'de uygulamaya başlamış ve Amerika'da bu tür restoranlar giderek yayılmaya başlamıştır²⁵.

Tema restoranlarındaki temel amaç; müşterileri değişik ortamlarda eğlendirmek ve yemeği daha zevkli hale getirmektir. Bu nedenle de bu tür restoranların başarısında eğlencenin niteliği çok önemlidir. Yiyecek ve eğlence; eski tarihi özellikler, eski

²³ Goldman, a.g.e., s.62.

²⁴ Aktaş, a.g.e., s.8.

²⁵ Cherly Ursin, " Theme Restaurants Play To Diners Appetite For Fun ," *USA Restaurant Magazine*, (April 1998), s. 24.

Ülkelerin sarayları ve buna benzer nostaljik bir dekorasyon içerisinde kombine edilmekte, bu da müşteri için; yenilen yemeği ve restoranı daha cazip hale getirmektedir. Country Star restoranın sahibi Robert Schuster'in "eğer müşteri restorana oturduğu zaman mutluydu, yediği yemeğin tadı daha da gzelleir" sözü bu restoranların temel mantığını daha iyi aıklamaktadır²⁶.

Bu restoranlarda hedef kitle, orta sınıf gelir düzeyine sahip kişilerdir. Bu restoranlar için en bilinen ve popüler rnek TGI Friday's restoranlar zinciridir.

2.2.4. Fast-food Restoranları

Quick-service ya da fast-food restoranlar olarak adlandırılan işletmelerin genel özelliği; sınırlı sayıda yiyeceği olabildiğince kısa sürede müşterilerine sunmalarıdır. Bu tür restoranlarda genellikle; hamburger, kızarmış patates, pizza, tavuk ve tavuk türevleri vb. yiyecekler ya tek başına ya da birlikte satılmaktadır.

Fast-food restoranlarının diğer özelliklerinden birisi de, satılan yiyecek türüne göre ihtisaslamanın olmasıdır. Fast-food sektöründeki işletmeler farklı yiyecekleri aynı işletme içerisinde satmak yerine tek ya da en fazla iki temel yiyecek grubunun türevlerini satma yoluna gitmişlerdir. Örneğin, Kentucky Fried Chicken sadece beyaz ete dayalı fast-food yiyecekleri hazırlarken, Dominos Pizza sadece pizza hazırlamakta, McDonald's ve Burger King'te beyaz ve kırmızı etten hamburger hazırlamaktadırlar. Bu nedenle fast-food restoranları; hamburger, pizza, tavuk, deniz ürünleri ve sandviç gibi alt gruplara ayrılmaktadır.

Bu tip restoranlar genellikle franchising yöntemiyle hedef pazarlara yayılmakta ve büyümektedir.

3. TÜRKİYE'DE RESTORAN TÜRLERİ

3.1. Türkiye'de Restoranların Genel Sınıflandırılması

Fast-food restoranları için; fiyat ve servis kalitesine göre yapılan sınıflamaya ek olarak, Türkiye'deki restoranlar, hazırlanan ve servisi yapılan yemek çeşitlerine göre ayrı bir sınıflamaya tabi tutulmuştur. Bu paralelde, Türkiye'deki restoranların sınıflaması aşağıdaki gibidir²⁷:

²⁶ Aynı, s.24.

²⁷ Gürsoy, a.g.e., s.74-75 ve 87; Adnan Türksoy, **Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Yönetimi** (Birinci basım. Ankara: Turhan Kitapevi Basım Yayım Tic. Ltd. ti., 1997), s.8.

A. Ticari İşletmeler

- Otel Restoranları
- Şehirlerarası Mola Restoranları
- Alâkart Restoranlar
- Fast-Food Restoranları
 - Hamburgerciler
 - Pizzacılar
 - Lahmacuncular
 - Sandviççiler²⁸
 - Diğerleri
- Özellikli Restoranlar
 - Balık restoranları
 - Et restoranları
 - Kebapçılar
 - Köfteciler
 - Çevirme Piliççiler
 - İşkembeciler
 - Hamur İşi Restoranlar
 - Börekçiler
 - Lahmacun ve Pideciler
 - Erişte/Manticılar
 - Baklavacılar
 - Kafeteryalar
 - Pastaneler
 - Barlar

B. Kar Amacı Gütmeyen İşletmeler

- Kurumsal İşletmeler
 - Kurum Yemekhaneleri ve Lokalleri
 - Eğitim kurumları (Üniversite ve ilköğretim okulları vb.)

²⁸ Fast-food restoran grubu içerisinde, tost (sucuklu, kaşarlı, vb.), soğuk sandviç, yengen, çember gibi yöresel sandviç satışı yapan işletmeleri de içermektedir.

- Ordu Evleri ve Askeri Birlikler
- Hastaneler
- Huzur evleri
- Hapishaneler
- Endüstriyel İşletmeler
 - Fabrikalar
 - İş binaları
 - Eğitim Kampları
 - Diğerleri

Bunun dışında restoranlar; yöresel restoranlar (Adana Kebapçıları, Karedeniz Pideciler, Konya Tandırcılar, Mersin Tantunicileri, vb.), seyyar yiyecek satıcıları (Arnavut ciğerciler, balık-ekmekçiler, kokoreççiler, tükürük köfteciler, midye-tavacılar, seyyar lahmacuncular, vb.) gibi çeşitli sınıflamalara tabi tutulabilir.

3.2. Türkiye'deki Lokantaların Yasal Sınıflandırması

3.2.1. Turizm Bakanlığı Denetiminde Lokanta İşletmeciliği ve Lokantaların Sınıflandırması

Türkiye'de lokantalar ve kafeteryalarla ilgili genel kanuni düzenleme; Turizm Bakanlığı'nın 14.10.1993 tarih ve 21728 nolu Resmi Gazetede yayınlanan 93/4811 nolu "Turizm Yatırımları ve İşletmelerinin Nitelikleri Yönetmeliği" uyarınca yapılmaktadır. Bu yönetmeliğin "Yeme-İçme ve Eğlence Tesisleri"nin açıklandığı Yedinci Kısım ana başlığı altında; 1. ve 2. Bölümü lokantalar ve kafeteryalara ayrılmış, bunlarla ilgili konular 121-129ncı maddelerde 8 başlık halinde düzenlenmiştir. 121nci maddede lokantalar; tabldot, alakart veya özel türde yemek ve bu yemeklere uygun servisler ile, yeme ve içme ihtiyacını karşılayan turizm tesisleri olarak tanımlanmıştır.

Ayrıca yine bu madde de, lokantalar birinci, ikinci, üçüncü sınıf ve lüks lokantalar olarak dört ana gruba ayrılarak; bu şekilde belgelendirme yapılacağı, fakat bu belgelendirmede sadece bu yönetmelikte belirtilen niteliklere bağlı kalınmayıp; işletmenin dekorasyonu, hizmet standardı, yemeklerin lezzeti, kalite ve servis özelliklerinin değerlendirileceği belirtilmiştir.

Lokantalarda Bulunması Gereken Genel Özellikler

122nci maddede; sınıf ayrımı gözetmeksizin lokantalarda bulunması gereken asgari özellikler sıralanmıştır. Bu maddeye göre lokantalarda bulunması gerekli asgari özellikler aşağıdaki gibidir:

- tüm hacimlerin, fonksiyon ve sınıfına uygun malzeme kullanılarak uyum içinde dekore ve tefriş edilerek aydınlatılması,
- tesis kapasitesine uygun, teçhizat ve malzeme deposu,
- zil sistemi olan ve içerden açılabilen soğuk saklama deposu veya dolap,
- ihtiyaca uygun pişirme donanımı,
- tesiste verilecek yemek türlerine uygun yeterli hazırlık yerleri,
- iyi düzenlenmiş bir yemek salonu,
- yemek salonu ile mutfak servisi arasında bir ofis,
- servis takımları için (tabak, çatal, bıçak, kaşık, bardak, vb.) yıkama, kurutma, istif yerleri, raflar ve dolaplar,
- ilkyardım, yangın ve iş güvenliği için gerekli tedbirler,
- pişirme ünitelerinin periyodik bakımlarının yapılması yada yetkili servis elemanlarına yaptırılması ve buna ilişkin belgelerin tesiste hazır bulundurulması gerekmektedir.

Lokantalarda kapasite ve alan ölçüleri ise 122nci maddede açıklanmış olup, bu maddeye göre; belgeli lokantalarda en az kapasite 50 kişi olarak belirlenmiştir. Ayrıca kapasitenin, müşterinin rahat yerleşimini ve konforu düşünülerek, müşteri başına en az 1.2 m² olacak şekilde düzenleneceği belirtilmiştir. Bu hesaplama da açık alanlar ve teraslar hesaplama katılmayacaktır. Lokantada mutfak için ayrılan alanın, müşteriye hizmet veren salonun %25'inden az olamayacağı ve hazırlama, pişirme, servis bankosu ve bu bulaşık bölümlerinin hesaplama dahil olduğu belirtilmiştir. Üçüncü sınıf lokantalar bu madde hükümleri dışındadır.

Lokantaların Sınıflandırılması

Madde 124-127 arasında lokantalar sınıflar itibarıyla, genel niteliklerine ek olarak bulundurması gerekli özellikler sıralanmıştır.

3.2.1.1. Üçüncü Sınıf Lokantalar

122nci maddede belirtilen asgari nitelikleri taşıyan müstakilen belgelendirilmeyen sadece bir veya iki yıldızlı oteller, 2nci sınıf moteller, pansiyon, kamping, oberj, hostel, spor ve avcılık tesisleri bünyesinde yer alabilen yeme-içme üniteleri olarak tanımlanmıştır.

3.2.1.2. İkinci Sınıf Lokantalar

125nci maddeye göre; ikinci sınıf lokantalar, üçüncü sınıf lokantaların sahip olduğu niteliklere ek olarak, aşağıdaki nitelikleri de taşırlar:

- Tesis kapasitesine uygun malzeme deposu,
- Giriş holünde bankolu vestiyer, telefon kabini,
- Personel için soyunma yerleri ile lavabo, duş ve tuvalet,
- Salon ve servis birimleri ayrı katlarda ise servis merdiveni veya monşarj,
- Ayrı servis girişi,
- Kadın ve erkek için ayrı müşteri tuvaletleri, kadın tuvaletlerinde makyaj yeri, erkek tuvaletinde pisuar,
- İdare odası (konaklama tesisi bünyesindeki restoranlarda aranmaz),
- Yemekleri sıcak saklama teçhizatı gerekmektedir.

3.2.1.3. Birinci Sınıf Lokantalar

126nci maddeye göre; birinci sınıf lokantalar, ikinci sınıf lokantaların sahip olduğu niteliklere ek olarak aşağıdaki nitelikleri de taşırlar:

- Özel yemek ve kokteyl verme imkanı sağlanan ayrı bir salon,
- İçki servisi olan Amerikan bar,
- Tabakları sıcak saklama teçhizatı,
- Mutfakta fırın ve kuzine,
- Tatlı, pasta hazırlık veya servis yerleri,
- Müzik yayını,
- Uluslararası standartlara uygun yemek,
- Geleneksel Türk yemeklerinden en az beş çeşit
- Bankolu vestiyer bulunmalıdır.

3.2.1.4. Lüks Lokantalar

Bu lokantalarla ilgili düzenlemeler 127nci maddede yapılmış olup, birinci sınıf lokantaların niteliklerine ek olarak; mefruşat, dekorasyon, servis takımları ile yemeklerin kalite, lezzet, malzeme ve sunuş yönlerinden üstün standart ve özelliklere sahip olması, ayrıca Türk yemeklerinden oluşan bir menünün de bulunması gerekmektedir. Bu lokantalarda ayrı bir bar mahalli ve mekanik havalandırma bulundurma zorunluluğu vardır.

3.2.1.5. Kafeteryalar

128nci maddede kafeteryalar; süratli, temiz ve kaliteli yeme-içme hizmetinin garson servisi olmadan müşteriye sunulduğu işletmeler olarak tanımlanmıştır. Kafeteryaların asgari nitelikleri 129ncu maddede aşağıdaki şekilde açıklanmıştır:

- Servis bankosu,
- İdare odası (konaklama tesisi bünyesindeki restoranlarda aranmaz),
- Tesis kapasitesine uygun malzeme deposu,
- Personel için soyunma yerleri ile lavabo, duş ve tuvalet,
- Kadın ve erkek için ayrı müşteri tuvaletleri, erkek tuvaletlerinde pisuar,
- Yemekleri sıcak saklama teçhizatı gerekmektedir.

24 saat hizmet anlayışı ile çalıştırılan kafeteryalarda kafeteryaya ayrılan alanın 1/3'ünü geçmemek ve asli fonksiyonunu kaybetmemek üzere, diğer satış ünitelerine de yer verilebilir.

Kafeteryaların; tuvalet, servis girişi gibi üniteleri bulunan tesis veya yapı içerisinde düzenlenmesi haline bu üniteler servis ve hizmetin aksamasını önleyecek tedbirlerin alınması halinde müstakilen aranmayabilir.

3.2.2. Belediye Denetiminde Lokanta İşletmeciliği ve Lokantaların

Sınıflaması

Türkiye’de lokantalar ve kafeteryalarla ilgili bölgesel düzenlemeler Belediyeler tarafından yapılmakta olup; uygulama 17.06.1989 tarih ve 20198 nolu Resmi Gazetede yayınlanan 3572 sayılı “İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına Sair Kanun Hükmünde Kararname” ve 09.03.1989 tarih ve 20103 nolu Resmi Gazetede yayınlanan “İş Yeri ve

Çalışma Ruhsatlarına İlişkin” yönetmelik uyarınca yapılmaktadır. Bu yönetmeliğin; 11nci maddesinde lokantalar, kebabçılar, hamburgerci ve pizzacılar ile benzeri işyerleri sıhhi müesseseler olarak tanımlanmıştır. Yönetmeliğin 11nci maddesinin atıfta bulunduğu Ek(4)’te bu müesseselerin sahip olması gereken özellikler tek tek belirtilmiştir.

Genel Hükümler

Genel hükümler tüm sınıflar için gerekli olan şartlardır. Aşağıda sınıflar itibarıyla verilen özel şartlar, genel hükümlere ek şartları ihtiva etmektedir. Buna göre bulunması gereken genel şartlar şunlardır:

- Şehir şebekesine bağlı su olacaktır, bulunmayan yerlerde musluklu ve içilebilir nitelikte su depolanacaktır.
- Salondan ve mutfaktan ayrı bir yerde bayanlar ve baylar için ayrı ayrı olmak üzere yeteri kadar tuvalet ve lavabo bulunacaktır.
- Bulaşık yıkamak ve kaynatmak için sıcak su tesisatı bulunacaktır.
- Lokantada içki verilmesi halinde, içkinin türüne göre yeterli araç ve gereç bulunacaktır.
- İhtiyaç için fırın bulundurulabilir.
- Bacaya bağlı davlumbaz bulunacaktır.
- Mutfak; hazırlama, pişirme ve bulaşık yıkama yeri olmak üzere üç bölümden oluşacaktır. Bu bölümlerin zemini 1,5 metreye kadar duvarı yıkanabilir şekilde su geçirmez madde ile kaplanmış, bir ucu kanala bağlı ızgaralı ve sifonlu delik olacaktır. Kanal tesisatının bulunmaması halinde akıntı, fenni fosseptik çukura yapılacaktır.
- Mutfakta yeter sayıda ağız kapalı çöp kabı bulunacaktır.
- Salondan ayrı bir yerde hizmetliler için bir soyunma odası veya dolabı bulunacaktır.

3.2.2.1. Üçüncü Sınıf Lokanta, Kebabçı, Hamburgerci ve Pizzacılar

- Zemin su geçirmez ve yıkanabilir bir madde ile kaplı olacaktır.
- Isıtma, aydınlatma ve hava temizleme tertibatı yeterli olacak, mutfak pencereleri ince telle kapatılmış olacaktır.

3.2.2.2. İkinci Sınıf Lokanta, Kebapçı, Hamburgerci ve Pizzacılar

- Zemin en az mozaik, duvarlar plastik boya olacaktır.
- Işıklandırma gözü rahatsız etmeyecek şekilde düzenlenecektir.
- Isıtma, merkezi teshin sistemi ile, bulunmaması halinde yeterli derecede yapılacaktır.
- Havalandırma asgari seviyede aspiratörle sağlanacaktır.
- Masaların üzerinde temiz örtü olacaktır (masalar formika ve benzeri ise örtü aranmayacaktır).
- Tabak ve bardaklar porselen veya camdan, çatal, kaşık ve bıçaklar ise paslanmaz çelik maddeden yapılmış olacaktır.
- Mutfak veya salonun uygun bir yerinde yeter büyüklükte bir buzdolabı ile yemek takımları ve ekmeğin konulacağı birer dolap bulunacaktır.

3.2.2.3. Birinci Sınıf Lokanta, Kebapçı, Hamburgerci ve Pizzacılar

- Salonun zemini su geçirmez ve kolay yıkanabilir malzemeden, duvarları yağlı boya, kağıt veya benzeri malzemeden olacaktır.
- Işıklandırma florasan ampullerle yapılacaktır.
- Isıtma, merkezi teshin sistemi veya klimayla yapılacaktır.
- Havalandırma salonun ihtiyacını karşılayacak şekilde yapılacaktır.
- Masa ve sandalyeler rahat ve temizlenebilir cinsten olacaktır.
- Masalar üzerinde örtü ve peçete bulunacaktır.
- Tabaklar porselen, cam ve çatal, kaşık ve bıçaklar ise paslanmaz çelikten olacaktır.
- Pencerede perde veya jaluzi bulunacaktır.
- Mutfak duvarları en az 1,5 metre yüksekliğe kadar fayans ve üst tarafı yağlı boya veya plastik boya olacaktır.
- Mutfak salondan ayrı bir yerde ve zemini mozaik olup, ızgaralı sifonlar ihtiva edecektir.
- Mutfağın dışarıya açılan kapı ve pencerelerinde sineklik teller bulunacaktır.
- Mutfakta yeter adet ve büyüklükte aspiratör bulunacaktır.

- Ocak, odun veya kömür ile ısıtılıyorsa, bunlar mutfak dışında kapalı bir yere saklanacaktır.
- Hazırlama yerinde sebzelerin soyulması ve etlerin parçalanması için ayrı tezgahlar bulunacak, sebzelerin yıkanması için emaye, mermer veya kalaylı bakır küvetler bulunacaktır.
- Bulaşık kaplar, sabit emaye veya mermer küvetler içinde yıkanacak ve aynı kapları kurutma yeri olacaktır.
- Yemek takımlarının konması için dolap veya raflar, ayrıca buzdolabı ve ekmek dolabı bulunacaktır.
- Mutfağın uygun bir yerinde, saklanması gereken yiyecek maddelerinin depo edileceği bir yer olacaktır.

3.2.2.4. A- Sınıf Lokanta, Kebapçı, Hamburgerci ve Pizzacılar

- Girişte bir antre bulunacaktır. Antre bir vestiyer, bir boy aynası ve bir telefon bulunacaktır.
- Antre dahil salonun bütün duvarları en az yağlı boya ile boyanmış olacaktır.
- Antre ve salon zemini en az parke ile kaplı olacaktır.
- Işıklandırma aplik ve avizelerle veya gizli ışıklandırma ile sağlanacaktır.
- Isıtma, merkezi sistem veya klimalarla sağlanacaktır.
- Havalandırma klimalarla sağlanacaktır.
- Masa örtüleri ve peçeteler iyi cins keten veya benzeri olacaktır (kağıt peçete kullanılabilir).
- Tabaklar tek tip ve iyi cins porselenden, çatal, kaşık ve bıçaklar iyi cins paslanmaz maddeden olacaktır.
- Salonun pencerelerinde iyi cins kumaş ve tül perde bulunacak veya jaluzi takılacaktır.
- Salon ve mutfaktan ayrı bir yerde, bayan ve baylar için aynalı ve lavabolu ayrı ayrı birer tuvalet olacaktır.
- Tuvaletin zemininden 1,5 metre yüksekliğe kadar duvarları fayans veya mermer kaplı olacaktır.
- Tuvaletin erkekler kısmında en az bir pisuar olacaktır.

- Mutfakta üç bölümden başka mutfığa yakın bir yerde yiyecek maddelerinin saklanması için bir depo olacaktır.
- Mutfağın dışarıya açılan pencere ve kapılarında sineklik telleri olacaktır.
- Mutfakta yeter adet ve büyüklükte aspiratör olacaktır.
- Pişirmenin havagazı veya diğer gazlarla çalışan ocakların haricinde kuzine ile yapılması halinde, yakıt maddeleri mutfak dışında kapalı bir yerde saklanacaktır.
- Hazırlama yerinde sebzelerin soyulması ve etlerin parçalanması için ayrı tezgahlar olacaktır.
- Sebzelerin yıkanması için emaye veya benzeri küvetler olacaktır.
- Bulaşık kaplar için sabit emaye, mermer veya paslanmaz çelik küvetler olacaktır.
- Mutfağın ayrı bir yerinde tabak, çatal, kaşık, bıçak ve bardakların temiz bir şekilde saklanması için yeteri büyüklükte bir veya birden fazla dolap olacaktır.
- Mutfakta soğuk yemekler, soğukta saklanması gereken yiyecekler ve pişmemiş etlerin saklanması için ayrı buzdolapları olacaktır (Yeter büyüklükte olmak şartı ile bir buzdolabı kafi görülebilir).

3.2.2.5. Lüks Sınıf Lokanta, Kebapçı, Hamburgerci ve Pizzacılar

- Girişte yeterli büyüklükte bir antre bulunacaktır.
- Antrede iyi cins malzeme ile yapılmış bankolu vestiyer, bir boy aynası ve telefon kabini olacaktır.
- Antre ve salonun bütün duvarları yağlı boya veya benzeri maddeler ile boyanmış veya kaplanmış olacaktır.
- Isıtma, kalorifer veya klima ile yapılacaktır.
- Antre ve salonun zemini ahşap, parke veya halı kaplanacaktır.
- Işıklandırma, iyi cins aplik veya avizelerle sağlanacak veya gizli ışıklandırma yapılacaktır.
- Havalandırma klimalarla sağlanacaktır.
- Lokantada içki ve yemek servisi için yeter adette tekerlekli servis masaları bulunacaktır.

- Masalar üzerinde iyi cins beyaz keten veya benzeri örtü ve peçeteler bulunacaktır.
- Masalar üzerinde kristal, seramik veya porselen tabaklar olacaktır.
- Tabaklar tek tip veya iyi cins porselenden, kaşık, çatal ve bıçaklar da iyi cins maddeden olacaktır.
- Pencerede iyi bir cins kumaş ve tül perde bulunacak veya jaluzi takılacaktır.
- Salondan tamamen ayrı uygun bir yerde bayan ve baylara ait ayrı ayrı aynalı ve lavabolu birer tuvalet bulunacaktır.
- Tuvaletin duvarları fayans kaplı olacaktır.
- Tuvaletin erkekler kısmında yerin büyüklüğüne göre bir veya iki adet pisuar olacaktır.
- Mutfağın zemini en az mozaik kaplı olacak ve her üç bölümde ızgaralı sifonlar bulunacaktır.
- Mutfakta yiyecek maddelerinin saklanması için bir depo olacaktır.
- Depo hariç mutfağın her üç bölümünün duvarları fayans kaplı olacaktır.
- Mutfağın dışarıya açılan pencere ve kapılarında sineklik telleri olacaktır.
- Mutfakta yeter adet ve büyüklükte aspiratör olacaktır.
- Pişirmenin havagazı veya diğer gazlarla çalışan ocaklarının haricinde kuzine ile yapılması halinde, yakıt maddeleri mutfak dışında kapalı bir yerde saklanacaktır.
- Hazırlama yerinde sebzelerin soyulması ve etlerin parçalanması için ayrı tezgahlar olacaktır.
- Sebzelerin yıkanması için emaye veya benzeri küvetler olacaktır.
- Buzdolabı veya soğuk hava deposu olacaktır.
- Mutfak ile salon arasında bir servis kapısı olacaktır.

3.2.2.6. Pakette Kebap ve Yemek Satış Yerleri

- Yemek pişirme ve kapları yıkama yeri olmak üzere birbirinden ayrı, en az iki bölümden meydana gelecektir.

- Yemek pişirme bölümünün zemini yıkanabilecek şekilde su geçirmez bir madde ile kaplı olacak, burada kanalizasyona bağlı ızgaralı ve sifonlu delikler olacaktır.
- Kapların yıkanacağı yer ile yemek pişirilen yerin duvarları zeminden 1,5 metre yüksekliğe kadar yıkanabilir bir şekilde olacaktır.
- Hava temizleme tertibatı olacaktır.
- Ocak üzerinde bacaya bağlı davlumbaz olacaktır.
- Bulaşık kapları yıkamak için akar sıcak su tertibatı ve yıkanan kaplar içinde dinlendirme yeri olacaktır.
- Yemek takımlarının saklanacağı temiz raf veya dolap olacaktır.
- Her türlü atık ve süprüntüler için ağzı kapaklı çöp torbası olacaktır.
- İşçiler için soyunma odası veya dolap olacaktır.

4. FAST-FOOD SİSTEMİNE GENEL BİR BAKIŞ

Günümüzde ekonomik, sosyal ve kültürel hayattaki değişime paralel olarak; kentleşme olgusu, kadının iş hayatına aktif katılımı, iş yoğunluğu, gelir düzeyindeki değişimler sonucunda, insanlar beslenmeleri için daha az zaman ayırmakta ve geleneksel beslenme alışkanlıkları değişmektedir²⁹. Kadının aktif iş hayatına katılımıyla hane halkı gelirlerindeki artış ve büyük kentler ile iş hayatının yoğunluğu; şehirli nüfusun tüm bireylerinde, çok önemli sosyal ve kültürel değişikliklere neden olmuştur. Bu nedenle, fast-food günümüzde tüketicinin pratik, hızlı hazırlanıp hızlı yenebilen, temiz ve standart ürün ihtiyacına cevap verebilmek için doğmuştur.

Yine bazı araştırmacılar fast-food yiyeceklerin tüketimindeki artış eğilimini; evin dışında çalışan kadın sayısının artmasına, daha çok sayıda insanın yalnız yaşamasına ailelerin küçülmesi ile daha az formal (geleneklere daha az bağımlı) bir yaşam biçiminin yaygınlaşmasına, harcanabilir gelirin artmasına ve tüketicilerin rahatlık konusundaki talepleri ile açıklamaktadır³⁰.

²⁹ Fatma Akdağ, “Hızlı Hazır Yemek Sistemi (Fast-food),” Diyetisyen Derneğince Düzenlenen Hizmet İçi Eğitim Semineri’ne sunulan açılış konuşması (Ankara. 17-18 Kasım 1993), s.8. (kitap)

³⁰ Yasemin Babekoğlu, Meltem Bayraktar ve Meryem Sağlam, **Tüketicilerin Fast-Food Restoran Tercihlerini Etkileyen Faktörler** (Ankara. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayın no:1400, 1995), s.1.

Ayrıca bu tür restoranların yaygınlaşmasında kentleşme ve iş yaşamının yoğunlaşmasına bağlı olarak, çalışma ve yaşama mekanlarının farklılaşması da etkili olmuştur. Çalışanların özellikle çalışma hayatının getirdiği zorunluluklardan dolayı, öğlen yemeklerini dışarıda yemeleri zorunluluğu onları bu tür yiyeceklere yöneltmiştir. Yine yapılan araştırmalar, tüketicilerin bu tür restoranlara çalışma yaşamının getirdiği zorunluluklar dışında eğlence ve sosyal amaçlı olarak da gittiklerini göstermektedir³¹.

Bu değişim içerisinde, zaman kısıtı olan insanlar beslenme ihtiyaçlarını en hızlı şekilde çözebilme uğraşı içerisine girmişlerdir. Çünkü, geleneksel yemeklerimizin büyük çoğunluğu uzun hazırlama süreleri gerektiren yemeklerdir. Türkçe'mizde **ayak üstü beslenme** ya da **hızlı yemek sistemi** olarak adlandırılan fast-food sistemi, günü evden uzak geçen insanların hem damak zevklerine hem de zaman problemlerine çözüm getirmektedir³². Gıda endüstrisi de, zaman darlığından doğan bu sorunlara hızlı yiyecek hazırlama tekniklerini ve fast-food servislerini geliştirerek çözüm aramaktadır.

Çok basit tanımıyla fast-food, hızlı yemek hazırlama ve bunun servisi olarak tanımlanmaktadır³³. Bu basit tanımdan da anlaşılacağı gibi, fast-food sistemi yemeklerin ve servisin hızlı bir şekilde hazırlanarak tüketicilere sunulması esaslarına dayanmaktadır.

Geniş anlamda fast-food veya hızlı yemek sistemi; sınırlı menü ile çalışan restoranların, minimum zamanda maksimum sayıda müşteriye hizmet veren, standart yöntemlerle hazırlanmış gıdaların servisinin yapıldığı sistemdir. Bölgesel, ulusal veya uluslararası zincir şeklinde organize olan ve genellikle franchising yöntemiyle çalışan bu restoranlarda; gıda, ya işletme içerisinde ya da dışarıda tüketilebilecek servise sunulmaktadır³⁴.

Fast-food sisteminde temel yönetim prensibi, hammadde temininden ürünün tüketiciye sunumuna kadar olan sürecin standart kurallar çerçevesinde hızlı ve sistematik bir şekilde yürütülmesi esasına dayanmaktadır. Özellikle tüketiciler açısından ürünlerin hazırlanması ve servisi sistemin en temel noktasıdır.

³¹ Aynı, s.1-2.

³² Fatma Sağlam, "Hızlı Hazır Yemek Sistemi (Fast-food) Üzerinde Bir Çalışma," **Beslenme ve Diyet Dergisi**, Sayı no 20: 187-197, (1991), s.187.

³³ Lundberg, a.g.e., s.284.

³⁴ Fatih Yıldız, "Fast-Food Sistemi ve Tüketici," **Kimya Mühendisliği Dergisi**, Sayı no 140: 33-34, (1991), s.30.

Bu nedenle, fast-food restoranları genel restoran sınıflaması içerisinde Sınırlı-Menü Restoranları (Limited-Menu Restaurants) veya Hızlı-Servis Restoranları (Quick-Service-Restaurants) olarak da adlandırılmaktadır³⁵. Fast-food sisteminde en çok yenen hazır-yemekler aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Hamburger tipleri (peynirli burger, büyük burger),
- Kızarmış patates,
- Kızarmış parça tavuk (but, göğüs, kanat),
- Kızarmış balık filetosu,
- Kızarmış elma tatlısı,
- Pizza ve çeşitleri,
- Kolalı meşrubatlar,
- Dondurma ve çikolatalı sütlü içecekler (milk-shake vs.).

5. FAST-FOOD RESTORANLARININ VE FAST-FOOD ÜRÜNLERİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

5.1. Fast-food Restoran İşletmeciliği

Kentucky Fried Chicken'in kurucusu Albay lakaplı Harland Sanders 1930 yılında motel işletmeciliği yaparken, motelin yanından otoban geçmesi nedeniyle moteline küçük bir restoran eklemiş ve bu restoranda kendi hazırladığı 11 şifalı bitki ve baharatla Kentucky tavuğunun satışına başlamıştır³⁶. Yaptığı tavuğun kendi hazırladığı karışımla hazırlanması ve bunun kabul görerek popüler bir ürün haline gelmesi sonucunda, Sanders, ürünlerini bugünkü adı olan "Kentucky Fried Chiken" markasıyla ülke çapında tanıtmak ve franchising yoluyla satabilmek amacıyla yola koyulmuş ve bütün ülkeyi dolaşmaya başlamıştır. Sanders, satış ve tanıtım aşamasında; potansiyel yatırımcılara sadece bir kaç pişirme fırınından oluşan çok küçük bir yatırım maliyeti çıkarmış, franchising bedeli olarak da; yatırımcıların yapılacak her sipariştten 5 sent ödemelerini talep etmiştir. Sanders 1952 yılında, Salt Lake City'de ilk franchising satışını yaptığı

³⁵ Daha fazla bilgi için bakınız: Goldman, a.g.e., s.59-71.; Rocco M. Angelo ve Andrew N.Vladimir, **Hospitality Today** (Second edition. Michigan, USA: Edutonal İnstitute of the American Hotel & Motel Association, 1994), s.59-65.

³⁶ Lundberg, a.g.e., s.292.

kişi Pete Harmon'la televizyon şovuna çıkarak, sistemini ve Kentucky Fried Chicken adını tüm ülkeye duyurmaya başlamıştır³⁷.

Bugün fast-food ve hamburger denildiğinde akla ilk olarak McDonald's gelir. Fast-food sisteminin dünyada kabul görmesi ve fast-food işletmeciliğinin gelişmesinde dönüm noktası olan dünya markası McDonald's'ın hikayesi, fast-food işletmeciliğinin boyutlarını göstermek açısından çok önemlidir. McDonald's hikayesi tarihsel sırayla ve yorumsuz olarak aşağıdaki gibidir³⁸:

McDonald's'ın dünyanın her yerinde tanınan 'Altın Kemerler'i bundan 44 yıl önce Amerika'nın Illinois eyaletinde ortaya çıkmıştı. 1954 yılında Milk Shake satıcısı olan Ray Kroc'un müşterisi Ray ve Dick McDonald's kardeşler, Illinois eyaletinin San Bernardino şehrindeki restoranları için 8 tane Milk Shake makinası siparişi verirler. Ray Kroc, bu müşteri potansiyelini kendi gözleri ile görmek için San Bernardino'ya gitmeye karar verir. İlk ve tek McDonald's restoranını, park yerinde arabasından çıkmadan izleyen Kroc, restoranda çalışan bembeyaz üniformalı kişilerden, hızlı servis ve müşteri yoğunluğundan oldukça etkilenir. 1955 yılında, daha fazla restoran açmak istemeyen McDonald's kardeşlerden işletmecilik hakkı alan Kroc kendi restoranı için 'Kalite, Servis, Temizlik ve Değer' kavramlarını ilke edindi. McDonald's restoranlarının sayısı Amerika içinde artmaya başlamıştı. 1958 yılında Amerika'da 100'üncü McDonald's restoranı açıldı.

McDonald's sistemini daha da yaygınlaştırmak isteyen Kroc, 1961 yılında 2.7 milyon dolar karşılığında McDonald's'ın tüm isim haklarını satın alarak, o zaman pek çok kişinin hayal olarak kabul ettiği hedeflerini gerçekleştirmeye yöneldi. Hedef McDonald's'ı sadece Amerika'nın bir numaralı hızlı servis restoranları yapmaktan çıkarıp, tüm dünyaya bu liderliği taşımak olacaktı.

1975 yılında arabayla servis fikri, ilginç bir olay sonucu ortaya çıktı. Oklahoma'daki bir McDonald's restoranının yakınlarında bulunan Hava Kuvvetleri Merkezi, çalışanlarının sivil kıyafetleri ile arabalarından çıkmalarını yasaklayınca, buradaki McDonald's işletmecisi çareyi restorana, arabaya direk servis yapabilecek bir pencere açmakta buldu. Bu pencere sayesinde satışlar % 28 oranında artınca, bu parlak fikir bir başka McDonald's restoranında da uygulanmaya başladı.

İleri ki yıllarda McDonald's menüsü, Big Mac ve Elmalı Tatlının da eklenmesiyle genişlemeye başladı. Sabah saatlerini nispeten sakin geçiren McDonald's işletmecileri, kahvaltı seçeneğini de sunmaya başladılar. McNuggets Tavuk parçalarının en sevilen McDonald's ürünleri arasına

³⁷ Aynı, s.293.

³⁸ "McDonald's, Türkiye'de 100.McDonald's Özel Sayısı," **Sabah Gazetesi**, (15 Kasım 1998), s.4.

girmesiyle, McDonald's Amerika'nın 2 numaralı tavuk ürünleri satıcısı haline geldi. 1989 yılında ise McChicken tavuklu sandviç piyasaya çıktı. McDonald's gelişimini sadece Amerika'daki restoran sayılarını arttırmakla sınırlamadı. Yiyecek sektöründe Amerika dışında operasyonu başlatan ilk firma oldu.

Kısaca bu şekilde özetlenebilecek McDonald's hikayesi, yukarıda da bahsettiğimiz gibi, fast-food sektörünün gelişiminde öncü bir kuruluş görevi görmüş ve bir çok yeniliğe ilk imzayı atmıştır.

Geçmişten günümüze fast-food sektöründeki diğer önemli gelişmeler ise şöyledir:

- 1954'de Burger King kuruldu,
- 1957'de Burger King prestij ürünü WHOPPER'ı piyasaya sürdü,
- 1960'lı yıllarda büyük yemek üreticisi firmalar fast-food sektörüne girmeye başladı,
- 1967-1969 arasında;
 - Pilsburg şirketi Burger King'i
 - General Foods Burger Chef'i
 - Ralston Purina Jack-in-the-box restoran zincirini
 - AMK grubuna ait olan United Fruit A&W Root Beer Stand'ı satın aldı,
- 1975'te Kaliforniya en çok franchising sistemiyle çalışan restoran işletmesinin bulunduğu şehir konumundaydı,
- 1975'te Burger King ilk Avrupa restoranını Madrid'te açtı,
- 1976'da franchising sistemiyle işletilen restoranlarda çalışan sayısı 900.000'e ulaşmıştı. Bu rakam, tüm yiyecek-içecek sektöründeki toplam istihdamın % 27'sini ifade etmekteydi,
- 1976'da McDonald's restoran sayısını 4000'e, satışını 3 milyon dolara ve KFC ise restoran sayısını 1603'e, satışını 1.6 milyon dolara çıkarmıştı,
- 1978'de Burger King Üniversitesi'ni kurdu.

5.2. Fast-food Ürünleri

Günümüz modern fast-food ürünlerinin tarihi 18.yy.'la kadar uzanmaktadır. Bugün İngiltere'nin geleneksel fast-food ürünü olan **Fish&Cips**'lerin, ilk defa 1780'lerde Kuzey İngiltere sokaklarında patates cipsi ile başladığı bilinmektedir.

1870'te balık ve cips'in Lancashire'da beraber satılmaya başlaması fast-food olgusunun başlangıcı olarak düşünülmektedir³⁹.

Fast-food denildiğinde ilk akla gelen fast-food ürünü olan hamburgerin⁴⁰ atası sayılabilecek ilk sandviç, ortaçağ Rusya'sında yapılmıştır. 13.yy.'da Rusya'yı ve Doğu Avrupa'yı fetheden göçebe Tatarlar, burada yaşayan insanlara en hızlı hazırlanan yiyecekleri "parçalanmış sığır eti"ni tanıttılar. Baltık halkı da bu hızlı-yemeğe; tuz, biber ve soğan suyu ekleyerek, çeşnilendirmiş ve farklı bir lezzet yaratmıştır. Daha sonra bu sandviç **Tatar Bifteği** olarak adlandırılmıştır.

Bundan tam 500 yıl sonra Baltıkları ziyaret eden Alman denizcileri; Baltık damak zevkini ve bu arada Tatar bifteğini keşfetmişler ve bunu da geliştirerek, bütün Alman sahil şehirlerine tanıtmışlardır. Daha sonra Alman aşçıları bu yemeği çeşitli formlarda ve karışımlarda hazırlamaya başlamış ve bunu köfte halinde yassı yuvarlak bir biçime sokarak, ince kesilmiş soğanla servis etmişlerdir. Buna kimi zaman yumurta ilave etmişler ve **Hamburg Usulü Köfte** adını vermişlerdir.

Tatar bifteğinin Baltıkları geçip Orta Avrupa'ya ulaşması 5 asırdan daha fazla zaman almışken, Alman denizcilerinin ve göçmenlerinin New York limanında kıyı boyunca Hamburg Köftesini yemeleri ve satışına başlamaları ile burgerin esas atası olan Hamburg Usulü Köfte'nin Amerika'da tanınması 100 yıldan daha az bir süre almıştır. 1834'de Hamburger Köftesi ilk defa New York'un popüler restoranlarından biri olan Delmonico's restoranın menüsüne girerek 10 centten satılmaya başlanmıştır. Böylece hamburger köftesi sadece halk arasında değil, herkesin kabul ettiği popüler bir ürün olmaya başlamıştır.

Her ne kadar hamburger 19.yy. ortalarına kadar bu değişimi gösterdiyse de, 1885'te Seymour, Wisconsin'de Charlie Nagreen adlı 15 yaşında bir çocuğun festivalde ekmek arası sığır köftesi satışını yapmış olması ve yine aynı şekilde 1892'de Akron, Ohio'da Frank ve Charles Menches kardeşlerin fuarda kendi meşhur domuz sosislerinin satışını yaparlarken, sosisi aldıkları kasabın sosisleri zamanında teslim edememesi sonucunda ilk defa domuz etinden köfte satışını yapmış olmaları hamburgerin tüm Amerika'da giderek daha kabul edilir bir ürün olması sonucunu doğurmuştur⁴¹.

³⁹ Stephen.Ball, **Fast-food Operation and Their Management** (Cheltenham: Stanley Thomas Ltd., 1992), s.4.

⁴⁰ Hamburgerin hikayesi için bakınız: David Belman, "The Hamburger Holds its Ground," **Restaurants USA Magazine**: 45-47, (Mayıs 1996), s.45.; Lundberg, a.g.e., s.288.

⁴¹ Belman, a.g.e., s.46.

Athens'e göre, Texas'dan Fletcher Davis'in 1904'te Dünya Fuarı'ndaki hamburger tanıtımı ve servisi, hamburgerin popüler bir yiyecek maddesi olarak kabul edilmesi açısından en önemli gelişmedir⁴².

20.yy. başlarına bu şekilde gelen hamburger Amerika'da özellikle göçmenler tarafından tüketilen ve kabul edilen popüler bir ürün olmuştur. Bu şekilde otomotiv endüstrisinin altın yılları olan 20.yy.'ın ortalarına kadar gelen hamburger, bu yıllarda otomotiv sanayi işçileri arasında çok popüler bir yemek olmuştur.

6. FAST-FOOD RESTORAN SİSTEMİNİN GENEL ÖZELLİKLERİ

Fast-food restoran sistemini incelemeyi, önce bu restoran türünün dünya çapında nasıl bir boyut kazandığını açıklamamız gerekir.

Önce ABD'de gelişen ve hızla yaygınlaşan fast-food restoranları; özellikle 1993 yılında atılım yapmış ve bu yılın sonlarında fast-food restoranların satışları 81 milyar dolara ulaşmıştır. Bu da gıda-hizmet sanayisinin toplam satışlarının neredeyse üçte birini temsil etmiştir. Ayrıca 1994'te de fast-food restoranlarında ki satışlar, ilk defa tam servisli geleneksel restoranların satışlarını geçmiştir. Bu da fast-food restoran sayılarının giderek artacağını düşündürmektedir⁴³.

Bu durumu her zamanki gibi McDonald's'ı örnek vererek açıklamamız mümkün olacaktır. Fast-food restoranlarının öncüsü McDonald's, bugün dünya çapında 28 bin restorana sahiptir⁴⁴ ve 2000 yılında 1800-1900 restoran daha açmayı planlamaktadır. Restoranlarının % 90'dan fazlası ABD dışında olan McDonald's⁴⁵, 119 ülkede günde 43 milyondan fazla insana hizmet vermektedir. Bunun anlamı; bir günde dünya nüfusunun yaklaşık olarak yüzde birine hizmet vermesi demektir.

⁴² Ninemeir, a.g.e., s.9.

⁴³ George Ritzer, **Toplunun McDonaldlaştırılması** (Birinci basım. İstanbul: Mart Matbaacılık Sanatları Ltd. Şti., 1998), s.24.

⁴⁴ <http://www.mcdonalds.com/corporate/press/financial/2000/06092000/06092000.html>

⁴⁵ <http://www.mcdonalds.com/corporate/press/financial>

Satış büyüklüğüne göre dünyadaki ilk 30'a giren fast-food restoranları ve faaliyet alanları Ek 1'de verilmiştir.

Fast-food sektörünün kısa sürede bu kadar hızlı büyümesinin nedenlerini, fast-food sisteminin genel karakteristik özellikleri ile açıklamak mümkündür.

6.1. Kuruluş Yeri

Fast-food restoranlarının genellikle zincir işletmeler şeklinde, franchising sistemini kullanarak çalışmaları nedeniyle kuruluş yeri seçimi konusunda belirlenmiş bazı temel standartlara uyma zorunluluğu vardır. Fast-food işletme sahipliği, bağımsız işletmeci olmadığı sürece, isim hakkını alarak herhangi bir fast-food restoranının halkası olmayı isteyen bir işletmecinin, yer seçim hakkı sınırlı veya belirlenmiş bölgelerdir. Uluslararası fast-food işletmeleri yer seçimi konusunun işletmenin başarısı için ilk koşul olduğunu düşünmeleri nedeniyle; merkezi yerleri, iş ya da alışveriş merkezlerini, üniversite kampüslerini vb. yerleri tercih etmektedirler.

Esasında tüm restoranlar için çok önem arz eden yer seçimi fast-food restoranlarında daha fazla ön plana çıkmaktadır. Çünkü, özellikle "zaman" problemi olan müşterilerine en kısa sürede hizmet vermeyi amaçlayan bu işletmelerin, ulaşım mesafesi müşteriye en yakın noktada olması gerekmektedir.

6.2. Finansal Özellikler

✕ Fast-food restoran işletmeciliğinin son otuz yıllık sürede dünyada ve son on beş yıllık sürede Türkiye'de gösterdiği hızlı gelişmenin ardında yatan temel gerçeklerden birisi de hiç kuşkusuz sistemin büyüme için kullandığı finansal model; "franchising" modelidir. Franchising, en basit tanımıyla alıcı işletmenin (franchisee) satıcının (franchisor) ürün ya da hizmetlerini, satıcının ismi ya da markasıyla satma hakkını satın almasıdır.

Franchising işlemi, alıcı ve satıcı işletmenin her ikisine de yapılan sözleşme paralelinde belirli yükümlülükler getirmektedir. Öncelikli olarak alıcının satıcı tarafından talep edilen:

- franchising ödemesini yapması,
- kuruluş yeri seçiminde satıcı işletmenin önerilerine uyması,

- restoranın dekorasyonunu ya tamamıyla satıcının isteği doğrultusunda ya da önerileri doğrultusunda yapması,
- restoranda satıcının istediği teknolojinin kullanılması (makine-ekipman),
- alıcının "restoran yönetimi" için eğitim programına ya da programlarına katılmayı kabul etmesi,
- satıcı işletmenin reklam, yönetim ve diğer giderleri için "royalty fee" adı altında talep ettiği ve restoranın aylık satış cirosunun belli bir yüzdesinin satıcı işletmeye ödenmesi gerekmektedir.

Bunların yanı sıra, alıcı işletmenin restoranı açılıştan itibaren satıcı işletmenin belirlediği standartlar doğrultusunda yönetmesi gerekmektedir. Bu standartlar temelde;

- restoranda üretilecek ürünlerde kullanılacak malzemelerin satıcı işletmeden ya da belirlediği firmalardan alınması,
- ürünlerin belirlenen prosedürler doğrultusunda üretilmesi ve servis edilmesi,
- personelin belirlenen prosedürler dahilinde çalışmasının sağlanması,
- restoranın sürekli olarak satıcı işletmenin kontrolüne açık olması gibi konuları kapsamaktadır.

Yukarıdaki açıklamalardan anlaşıldığı gibi; alıcı işletme kuruluş aşamasından itibaren satıcı işletmenin belirlediği standartlar paralelinde çalışmak zorundadır. Alıcı işletme için franchising sisteminin temel avantajı, satıcı işletmenin büyüklüğüne ve ürünlerinin ülke bazında tutulmasına bağlı olarak; karlılığı yüksek ve yatırımın geri dönüş süresi diğer yatırımlara oranla daha kısa olan alanlara yatırım yapma imkanıdır.

Alıcı için franchising sistemiyle bir restoran açmanın maliyeti satıcı işletmenin büyüklüğüne bağlı olarak 20.000-300.000 USD arasında değişmektedir. Yatırım maliyetinde belirleyici olan; satıcı işletmenin satış öncesi ve sonrasında alıcı işletmeye sunduğu hizmetler ve bunların sürekliliğidir. Ülkemizde de franchising sistemini kullanarak büyümeyi hedefleyen ve başarısız olan Türk fast-food işletmelerinin temel sorunu bu noktada ortaya çıkmaktadır. Eğitim yetersizliği, yatırımların geri dönüşüm telaşı, tecrübe eksikliği gibi nedenler bir çok firmayı açtıkları yerleri kapatmaya zorlamıştır. Bununla birlikte profesyonel olmayan kadrolarla yola çıkan ve franchising modelini sadece isim hakkının satılması olarak gören satıcı işletmeler; bölgesel araştırmalara önem vermemişler ve franchising sistemini iyi etüd edememişlerdir. Böylece alıcı işletmeye hizmet, eğitim, reklam vb. destekleri verememişler ve bu

yüzden kalitede süreklilik sağlanamamış, bu da işletmelerin büyük çoğunluğun başarısız olması sonucunu doğurmuştur.

✓Ancak bugün Türkiye’deki franchising uygulamalarına bakıldığında yatırımcıların henüz sistemi tanıma aşamasında olmalarına rağmen 2-3 sene öncesine göre daha programlı ve uzun vadeli yatırım bilincinde oldukları gözlenmektedir⁴⁶.

Türkiye’de franchising sistemiyle faaliyet gösteren bazı ulusal ve uluslararası restoran işletmeleri ve franchising koşulları Ek 2’de verilmiştir.

6.3. Organizasyon ve Personel ✓

Fast-food restoranlarında personel genellikle; vasıflı/vasıfsız elamanlardan ve part-time çalışan üniversite öğrencilerinden oluşur.

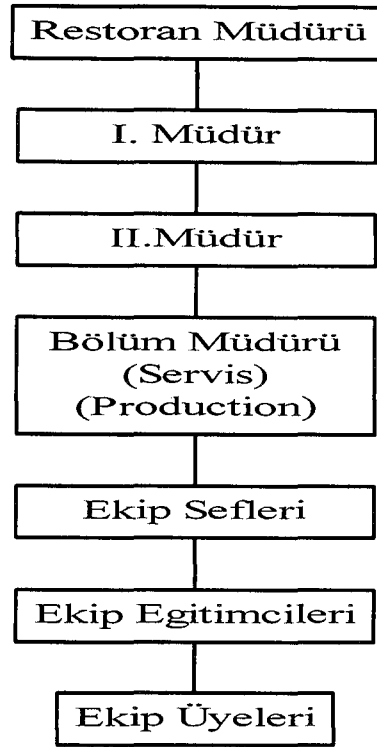
Bu tür işletmelerde çalışma çizelgeleri, güne ve işlerin yoğunluğuna bağlı olarak düzenlenerek, işgücü tasarrufunun, verimliliğin ve kontrolün en üst düzeyde olması sağlanır. Böylelikle sistem, servisi güvenilir kılar, kişisel beceriksizliklerin ortadan kalkmasını ya da minimum düzeyde olmasını sağlar.

Yukarıda da belirtildiği gibi bu tür işletmelerde çalışacak personelin vasıflı olması gerekmemektedir. Personel iş başında restoranın her bölümünde çalışarak eğitime tabi tutulur. Personel çalışma performansına bağlı olarak kademe atlar.

Fast-food restoranlarında ortalama personel sayısı, sunulan ürün çeşidine ve işyerinin büyüklüğüne bağlı olarak 25-50 civarındadır⁴⁷. Organizasyon açısından fast-food restoranlarındaki çalışanlar 20-35 kişilik normal personel ve 4-6 kişilik yönetim personeli olarak iki gruba ayrılır. Yönetim personeli de kendi arasında kıdemli müdürler ve genç müdürler olmak üzere yine iki gruba ayrılır.

⁴⁶ <http://www.ufrad.org.tr/html/2.html>

⁴⁷ Ball, a.g.e., s.84.



McDonald's sistemini baz olarak aldığımız zaman, bir fast-food restoranında hiyerarşi yapısı şöyledir:

Restoran personeli, ekip üyeliğinden II. Müdürlüğe yükselene kadar yıldızlar olarak ilerler. Ekip üyeleri, işe yeni girmiş ve fazla tecrübesi olmayan kişilerdir. Bunlar restorandaki çalışma yerlerine göre 3 farklı yıldızla sınıflandırılırlar. Bir yıldız üretim bölgesi, iki yıldız destek bölgeleri ve üç yıldız servis/production'ı kapsamaktadır. Her ekip üyesi bir yıldızdan başlayarak çalışma performansına göre kademeli olarak üç yıldız ulaşır. Ekip üyeleri bu süreç içerisinde tecrübeli elemanlar ile çalışarak tecrübe kazanırlar ve eğitimlerini tamamlarlar. Ekip eğitimcileri dört yıldız ulaşmış, diğer çalışan elemanlara eğitim verebilecek ve ekip eğitimi alması kimselerden oluşur.

Ekip şefleri, ekip eğitimcileri içinden ihtiyaç duyuldukça seçilir ve beş yıldız alırlar. Bunlar stajyer müdür adaylarıdır. Çalıştıkları vardiyada bulundukları bölümlerden sorumludurlar ve müdürlerin yardımcısı konumundadırlar. Problemleri çözmede kendi inisiyatiflerini kullanabilirler.

Bu aşamadan sonraki yöneticiler restoranda yönetimin eksiksiz olarak yerine getirilmesini sağlayan yönetici kademesidir, hepsinin birbirinden farklı görev ve sorumlulukları vardır. Bu görev ve sorumlulukları kısaca özetleyerek inceleyelim.

Stajyer Müdür (Bölüm müdürleri): KST⁴⁸ ve D'nin sağlanması, ekip üyesi için gözlem kontrol raporlarını kullanabilmek, vardiya sırasında müşteri şikayetiyle ilgilenmek, kritik standartları korumak (servisin kalitesi ve hızı gibi) ve sorumlu olduğu bölümle ilgili diğer görevlerini yerine getirmek.

II. Müdür: Envanterleri hazırlamak, görüşmeler yapmak ve ekip üyelerini işe almak, ekip eğitimcilerini eğitmek ve ekip şefleri ile stajyer müdürlerin eğitimine yardımcı olmak.

I. Müdür: Haftalık, 15 günlük ve aylık envanterin çıkarılmasından, ekip üyelerinin haftalık programını yönlendirir, II. müdür ve stajyer müdürün eğitimine yardımcı olur ve ekip toplantılarını organize eder.

Restoran müdürünün görev ve fonksiyonları aşağıdaki gibidir:

- Yıllık satış tahminleri ve kar planının yapılması,
- Siparişlerin tespit edilmesi ve verilmesi,
- Satış planlamaları ve politikalarını geliştirmek,
- Personel politikalarının uygulanması,
- Tüm aylık raporları kontrol etmek, başlangıç ve ay ortası raporlarını müfettiş bilgisine sunmak,
- Ekip üyelerinin performanslarını gözlemlemek, maaşlarını planlamak ve onaylamak,
- Restoranda yeni sunulan ürünlerden ve yeni izlenecek adımlardan sorumlu olmak,
- Yönetim takımı için eleman alımına yardımcı olmak ve terfiye hazır kişileri belirlemek.

Ekip üyeleri dışında, yönetim takımı kendi içinde de fonksiyonları bakımından iki grupta değerlendirilebilir. Yukarıda yaptığımız açıklamalardan da görüleceği gibi restoran müdürü dışındaki yönetim takımı restoran içi işleyişin kusursuz şekilde yürütülmesi görevini çeşitli kademelerde gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar. Restoran

⁴⁸ KST ve D: Kalite, servis, temizlik ve değer.

müdürü ise, daha çok kontrol, planlama ve raporlama fonksiyonlarını yerine getirmeye çalışmaktadır.

Personel arasındaki iletişim de belirli kurallar çerçevesinde yürütülmektedir. Örneğin; McDonald's'ın personeli arasındaki ilişkileri belli bir düzene bağlanmıştır. Bu kurallar arasında en belirgin olanı; “teşekkürler” parolasıdır. Teşekkürler, “*tamam-anladım*” anlamına gelmektedir. Bu, personel arasında bir iletişim yoludur ve aynı zamanda ilişkilerin daha saygılı yürütülmesi bakımından da bir mesaj görevindedir. İlişkiler müdür ve yardımcıları bazında değerlendirildiğinde; onlarında belli bir eğitimden geçtiği görülmektedir. Bu eğitim “Hamburger Üniversitesi”nde verilmektedir.

6.4. Menü Tipi

Fast-food işletmeleri genellikle franchising sistemiyle çalışan işletmeler olduklarından müşteriye sunulan menüler satıcı (franchisor) işletme tarafından belirlenen ve belirli standartlarla üretilmesi gereken ürünlerden oluşmak zorundadır. Menünün temel özelliği belirlenmiş sınırlı sayıda yiyecek ve içecekten oluşmasıdır.

Sınırlı menü ile ürünlerin hazırlık ve pişirme işlemler, oldukça basitleştirilmiş ve otomatikleştirilmiştir. Bu durum fast-food restoranlarına iki farklı açıdan olumlu sonuç kazandırmaktadır. Birincisi; her ürün üretimi için standart ölçüler ve standart malzemeler kullanılması, restoran için çalışacak elemanlarda vasıf aranmamasını sağlamaktadır. Böylece, çalışanların ürün üretimi için, yapacakları işlemler kısıtlanmış olmakta ve fazla bir çaba sarf etmeleri gerekmemektedir. İkincisi; sınırlı menü ile müşterilerin karar vermeleri de kolaylaştırılmaktadır.

Dolayısıyla, sınırlı menü ile; işgücü, üretim ve satış performansını en üst düzeyde tutarak işletme maliyetlerini minimize etmek ve karlılığı arttırmak amaçlanmaktadır.

Diğer taraftan fast-food restoranlarında, müşterilerin ürün siparişlerini kolayca verebilmeleri için ışıklandırılmış menüboardlar, tam servisin gerçekleştirildiği kasanın arkasına asılır ve ürünlerin müşteriye daha cazip gelmesi için çeşitli menüler oluşturulur. Bu menülerle büyük miktarda ki ürünlerin (büyük boy hamburger + patates ve büyük boy kola gibi) düşük fiyatla satıldığı imajı verilmeye çalışılır. Satış elemanları menünün özellikle, piyasaya sürülen yeni bir ürünün müşteriler tarafından tutulması için *önerili satış* veya *satış arttırma* gibi pazarlama politikaları uygularlar.

Aşağıda verilen fast-food restoranlarının menü tiplerinden de anlaşıldığı gibi menüler genellikle bir ya da birkaç ürün grubu etrafında toplanmış ana yemek,

aperatifler (genellikle cips), tatlı ve içecek grubundan oluşmaktadır. Bu menü tipi fast-food restoranların çalışma alanına bağlı olarak değişiklik göstermekle beraber, tüm fast-food restoranları için genellenebilir bir yaklaşımdır.

Tablo 1. Fast-Food Restoranlarından ve Menülerinden Örnekler

İşletme Adı	Ana Yemek	Aperatif	Tatlı+İçecek
McDonald's	Hamburger çeşitleri	Cips	Apple Pie, Donut, vb. Milk Shake, Ayran, Kola, diğer
Burger King	Hamburger Çeşitleri	Cips	Milk Shake, Ayran, Kola ve diğer
Hacıoğlu	Lahmacun, Döner	Salata, Cips	Kadayıf, Sütlaç Kola, Ayran ve diğerleri

Ancak fast-food restoranlarının oluşturduğu bu menüler; çoğunlukla yüksek kolesterol, tuz ve yağ içermesi, beslenme uzmanları tarafından beslenme açısından sağlıksız görülmektedir. Bu eleştirilere karşı fast-food restoranları menülerinde, beslenme üzerinde olumsuzluk yaratmayacak yeni yöntemler geliştirmeye çalışmaktadırlar. Örneğin; bu amaçla patates kızartması için hayvani yağ kullanımı yerine bitkisel yağ kullanımı, özellikle çocuklar için daha besleyici ekmeklerin kullanımı veya menülere salatanın ilave edilmesi bu yönde yapılan çalışmalardan birkaçıdır.

6.5. Servis Şekli

Fast-food restoranlarının temel karakteristik özelliklerinden birisi de servis hızıdır. Bu nedenle her fast-food işletmesi kendi içerisinde servis süreleri ile ilgili çeşitli standartlar geliştirmişlerdir. Servis süreleri ile ilgili bu standartlar; en kısa sürede ve servis kalitesinden ödün vermeksizin müşteri memnuniyeti paralelinde çok uzun çalışmalar ve testler sonucunda belirlenmektedir. Yani bir ürünün kaç saniyede hazır olacağı, siparişten sonra kaç dakika içinde müşteriye sunulacağı gibi sürelerin tamamı önceden belirlenmekte ve uygulanmaktadır.

Bu yüzden fast-food restoranları, servis hızını ve dolayısıyla da müşteri sirkülasyonunu arttırabilmek amacıyla, klasik servis yöntemleri yerine self-servis yöntemi kullanmayı tercih etmektedirler. Self-servis, hem müşteriye zaman kazandırmakta hem de restoranın işgücü maliyetini önemli ölçüde azaltmaktadır. Ayrıca self-servis yöntemi müşteriye bahşiş zorunluluğundan da kurtarmaktadır.

Bu yöntemle servis sırasında; fast-food restoranlarında, çatal-bıçak ve tabak takımları kullanılmamaktadır. Bunların yerine; kağıt veya plastik tabak-çatallar vb. tek kullanımlık servis malzemeleri kullanılmaktadır. Tüm bunlar, restoran açısından büyük bir maliyet avantajı sayılmaktadır. Çünkü restoranda bulaşık yıkama işlemi minimum düzeye indirgenmiş olmakta ve ayrıca yukarıda da belirttiğimiz gibi, müşterinin yiyeceği daha kısa zamanda tüketmesi sağlanmaktadır.

Fast-food sisteminde self-servisin uzantısı olarak son yıllarda ortaya çıkan bir başka yenilik de, paket servis sistemidir. Bu sistemle müşteri istediği ürünü restorandan paketlenmiş olarak alabilmekte ve istediği yerde tüketebilmektedir. Bu da; hem müşteriye zaman hem de restorana yer tasarrufu sağlamasıyla, daha fazla müşteri ve daha fazla ciro kazandırmaktadır.

6.6. Fast-food Restoranlarında Yerleşim Planı

Fast-food restoranlarının dizaynı, hem müşteri hem de restoran çalışanları açısından oldukça önemlidir. Bu tip restoranların mimari dizaynı; restoran içinde çalışanların ve müşterilerin rahatlığı düşünülerek tasarlanmıştır.

Müşteri açısından fast-food restoran dizaynı; müşterilerin restoran atmosferinden etkilenmesinde; restoran dizaynı ile psikolojik etkenler birleştirilmiştir. Bu amaçla restoran içersindeki dekor, canlı ve sıcak renklerle oluşturulur. Ürünlerin müşterilere cazip gelmesi için; menülerin tanıtımı bir takım figürlerle sembolleştirilir ve bunlar restoran içersinde en belirgin yerlere asılır.

Müşterilerin restorana girer girmez kasa ile karşılaşmaları sağlanır. Kasanın hemen arkasında ışıklandırılmış menüboard'lar asılarak ürünlerin daha belirgin ve cazip görülmesi amaçlanır.

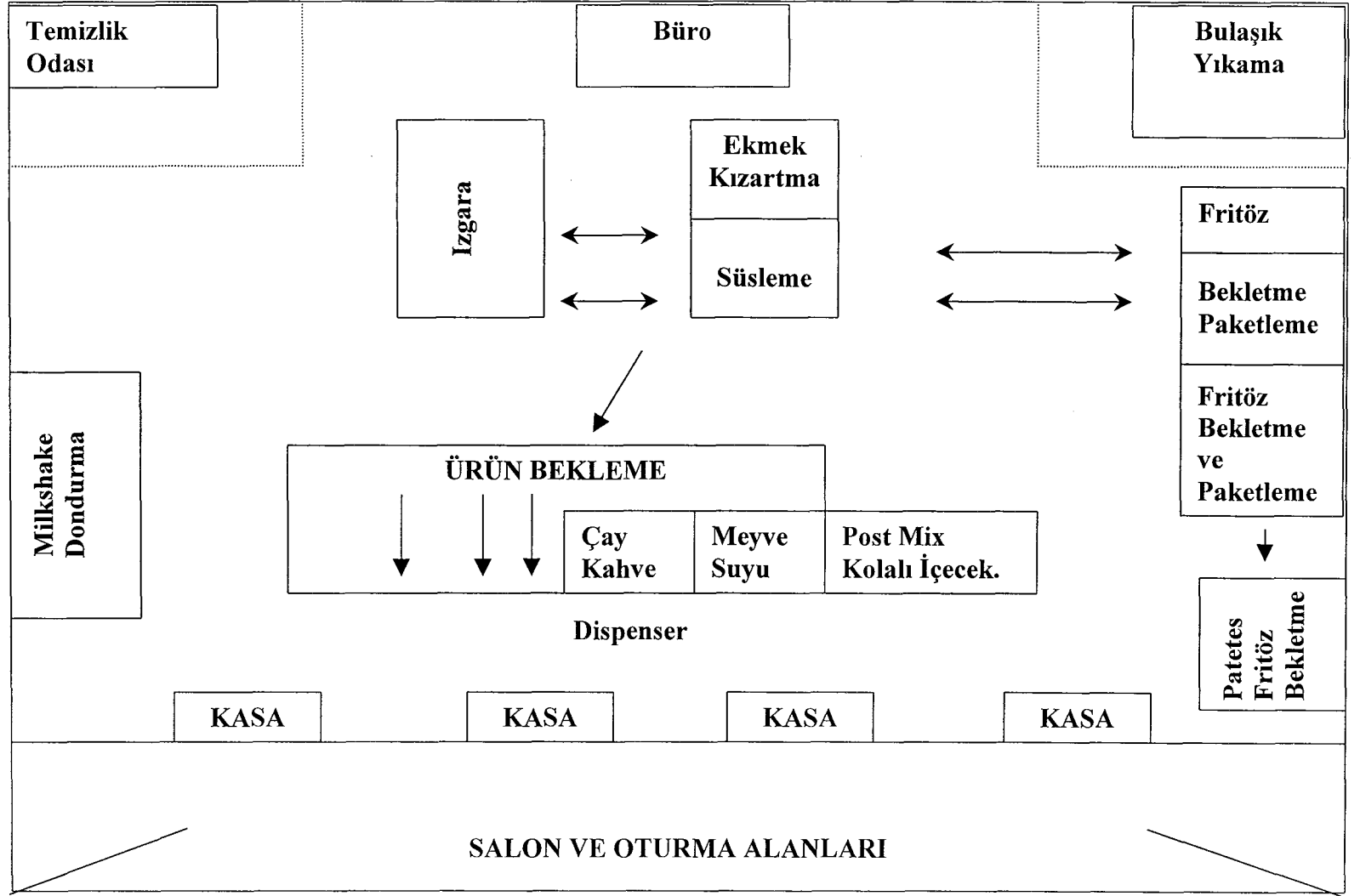
Hatta, fast-food restoranlarının temel yiyeceklerinden biri olan patates kızartmasının kokusunun, müşterileri etkilemesi için; patates fritözlerinin kasanın hemen yanına veya arkasına yerleştirilmesi en iyi örneklerdendir.

Bilindiği gibi fast-food restoranlarının çocuklar üzerinde ayrı bir etkisi vardır. özellikle uluslararası zincir fast-food restoranlarında; restoran içersinde veya dışında çocuklar için oyun parkları kurulmuştur.

Çalışanlar açısından fast-food mutfak planı; fast-food restoran dizaynında, standart bir mutfak dizaynı ve donanımı yerine; restoranda üretilen ürünün özelliğine ve personelin çalışma rahatlığına göre donanım ve yerleşim planını söz konusudur.

Aşağıda bir klasik bir fast-food restoranın yerleşim planı verilmiştir.

Şekil 2. Klasik Bir Fast-Food Restoranında Yerleşim Planı



Şekilde görüldüğü gibi süsleme ve ekmek kızartma istasyonu; hamburger köftelerinin pişirildiği ızgara istasyonu ve bol yağda kızartılarak hazırlanan yan ürünlerin istasyonu ile paketleme bölümünün orta kısmında yer almaktadır. Buradaki amaç, ekmek/süsleme istasyonunun, diğer istasyonlarla koordineli bir şekilde çalışmasını sağlayarak ürünlerin süslenmesi ve paketlenmeye gönderilmesidir.

Arka tarafta üretim ve servis sırasında çıkan bulaşıkların (özellikle ekipmanların temizlenmesi için) yıkanabileceği bir bölüm oluşturulmuştur.

Kasa ise, daha önce de belirtildiği gibi hemen restoran girişine (ön sipariş sistemi şeklinde) kurulmuştur. Ayrıca kasacıların dondurma ve içecek servisini rahat bir şekilde yapabilmesi için, kasanın hemen arka tarafına dondurma ve içecek ekipmanları yerleştirilmiştir.

Fast-food sistemi ile ilgili olarak yapılan bu açıklamalardan sonra; bu sistem içerisinde üretilebilecek uygun Türk mutfağı ürünlerinin seçilebilmesi için, II. Bölümde Türk Mutfak Kültürü'nün tarihi gelişimi, özellikleri ve Türk mutfağına ait özgün yemek çeşitleri açıklanmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRK MUTFAĞI

1. DÜNYA MUTFAKLARINA VE TÜRK MUTFAĞINA GENEL BAKIŞ

Her ulus tarihsel gelişim süreci içerisinde; sosyal, politik, coğrafi, ekonomik ve kültürel etkilerle birlikte kendi yemek kültürünü oluşturmuş ve şekillendirmiştir. Ülke mutfaklarını oluşturan yemek kültürü her ülkenin kendi adıyla anılır. Örneğin, Türk Mutfağı, Fransız Mutfağı, İtalyan Mutfağı vb. gibi⁴⁹.

Fransız, Çin, İtalyan ve Türk Mutfakları; yemek çeşidinin zenginliği ile dünya mutfakları arasında en önemli mutfaklardır.

Türk mutfağını kendi içerisinde tarihsel gelişimini, özelliklerini ve yemek çeşitlerini incelemekten önce; dünya mutfakları arasında önemli bir yere sahip olan İtalyan, Fransız ve Çin mutfaklarının tarihsel gelişimini ve genel özelliklerini kısaca açıklamak Türk mutfağının anlaşılması açısından faydalı olacaktır.

• *İtalyan Mutfağı*

İtalyan mutfağının tarihsel gelişimi Roma İmparatorluğu dönemine kadar gitmektedir. Hatta ilk yemek kitabının *Apicius* adlı bir Romalı tarafından yazıldığı bilinmektedir⁵⁰. Bu dönemde yapılan fetihler sonucunda, fethedilen toprakların yemek kültürü Roma'ya taşınıp zengin bir mutfak kültürü oluşmuştur. Bu mutfak kültürü özellikle Fransız mutfağını etkilemiştir.

Dönemin önemli aşçıları Martino ve Bartolomeo Scappi'dir.

Martino (1450-1475); Martino'nun, Fransız mutfağına rehberlik etmesi ve önerilerde bulunması; İtalyan mutfağının Fransız mutfağını etkilediğini kanıtlayan en iyi örneklerden birisidir.

⁴⁹ Can Pahalı ve Klaus Dieter Mussmann, **Mutfak Hizmetleri** (Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayın no: 397, 1997), s.4.

⁵⁰ Gürsoy, a.g.e., s.12.

Bartolomeo Scappi (1540-1570); Scappi'nin, "Opera" adlı 900 sayfalık yemek kitabı; Avrupa mutfağının, İtalyan aşçıların elinde olduğunu göstermiştir⁵¹.

Tarih boyunca en zengin ve lezzetli mutfaklardan birisi sayılan İtalyan mutfacı, ününü yetenekli aşçıların yanı sıra coğrafi konumuna ve iklimine borçludur. İtalya'nın yarımada şeklinde oluşu, mutfakta deniz ürünlerinden yapılan yemeklerin çeşitliliğini arttırmıştır. Ayrıca, üzüm bağları ve zeytin ağaçlarının bolluğu İtalyan mutfakta zeytinyağı ve şarap tüketimini yaygınlaştırmıştır⁵².

Bugünkü modern İtalyan mutfakını temsil eden esas yemek ise, domates sosuyla hazırlanan spagetti makarnadır. Bu anlamda, 19.yy. da spagetti ve makarna makinesinin icadı ve ticari makarna üretiminin başlaması İtalyan mutfakta en önemli dönüm noktası olmuştur.

• **Fransız Mutfacı**

Dünya mutfakları içerisinde önemli bir yere sahip olan Fransız mutfacı, ününün büyük bir kısmını İtalyanlara borçludur. Özellikle 1533'te Fransız tahtının varisi II. Henry'nin Floransa'nın Medici ailesinden Catherine Von Medici'yle evlenmesi ve Catherine'nın Paris'e gelirken yanında İtalyan aşçı ekibini de getirmesi, İtalyan mutfak kültürünün Fransa'ya aktarılmasını sağlamıştır⁵³. Ortaçağ Fransa'sı bu yeni yemek kültürünü çabuk benimsemiş ve bunu geliştirmiştir.

François Pierre de la Varenne; Klasik Fransız mutfakının kurucusudur. Varenne, mevsimlerine göre salata çeşitleri ve soslar üzerinde çalışmıştır; Ayrıca Fransız mutfakta, etin sakatatlarının da, yemeklerde kullanılmasını sağlayan ilk aşçıdır⁵⁴. (Bu yöntem Fransız mutfakta yeni olmasına rağmen, İtalyan mutfakta kullanılmaktaydı.) Varenne'nin yazdığı, *Le Cuisinier françois* (Fransız Mutfacı) adındaki kitap, Fransız mutfakının ilk yemek kitabıdır. Fransız mutfacı, bu dönemde (XIV ve XV Louis dönemi) mutfak sanatına ve aşçıların gelişimine önem vermesiyle en görkemli zamanını yaşamıştır. Bu dönemde Hatta dönemin bazı asilleri sofraları ile

⁵¹ Can Pahalı ve Klaus Dieter Mussmann, **a.g.e.**, s.12.

⁵² Gürsoy, **a.g.e.**, s.23.

⁵³ Elisabeth Berger, Peter Berger ve Helmut Deutsch, **Küchenkultur** (Wien-Austria: Auflage Co. KG., 1997), s.1.

⁵⁴ E. Berger, P. Berger ve Deutsch, **a.g.e.**, s.1.

isim kazanmışlardır. Örneğin; Kont Beşamel, ismi bugün bile adını taşıyan sosla anılmaktadır⁵⁵.

19. yy. ise Fransız mutfağı açısından dönüm noktası sayılır. 19.yy.ın ilk yarısı *Çağdaş Fransız Mutfağı (Cuisine Francaise Moderne)* ve sonları *Yeni Mutfak (Nouvelle Cuisine)* olarak kabul edilir.

- *Çağdaş Fransız Mutfağı* dönemine imzasını atan Antonie Careme ve Brillat Savarin' dir.

Antonie Careme (1783-1833); Fransız mutfağına yaptığı katkılarla "Fransız mutfağının Mozart"ı ünvanını almıştır⁵⁶. Ağır ve katı sosların yerine daha hafif sosları kullanmış; yoğun baharat kullanımını daha az düzeye indirmiştir. Ayrıca sebzelerin renginin değişmeden, orta derecede (ne az ne çok) pişmesini sağlamıştır. Özellikle çorbaların kıvamını hafifletmiş ve "Konseme" çorbasını mükemmele ulaştırarak, çorbayı "giriş" yemeği olarak sunmuştur⁵⁷.

Brillat Savarin (1755-1826); Yeme-içme olayını bir yaşam biçimi haline getiren ve bunu topluma yansıtmaya çalışan bir düşündürdür. "Phsiologie du Gout" (Lezzetin Fizyonomisi) adlı kitabı bugün bile "Restoranların Yasal Kitabı" olarak kabul edilmektedir⁵⁸.

19.yy. sonlarında A. Careme den sonra Fransız mutfağına önemli katkıları olan aşçı, August Escoffier'dir.

August Escoffier (1846-1935); mutfak ve servis organizasyonunda getirdiği düzenlemeler ve Fransız mutfağına getirdiği yeni tatlar, ona Fransa'nın en büyük nişanı olan Legion D Honneur'u kazandırmıştır. "Guide Culinaire" (Aşçılık rehberi) adlı kitabı ile Fransız yemek pişirme sanatını dünya çapında tanınmasını sağlamıştır.

- *Yeni Mutfak* dönemine imzasını atan Fernand Point, Paul Bocuse ve Troisqros kardeşlerdir.

Fernand Point, Paul Bocuse ve Troisqros kardeşler; bu dönemde (1960'lı yılların ortasından başlayarak günümüze değin uzanır); yemek pişirmede kullanılan klasik yöntemlere bağlı kalınarak, bu yöntemler geliştirilmeye çalışılmıştır. Sebze ve etler ne az, ne de çok pişirilerek besin değerinin ve renklerinin kaybolmamasına özen

⁵⁵ Gürsoy, a.g.e., s.19.

⁵⁶ Can Pahalı ve Klaus Dieter Mussmann, a.g.e., s.1.

⁵⁷ Gürsoy, a.g.e., s.26.

⁵⁸ Can Pahalı ve Klaus Dieter Mussmann, a.g.e., s.12.

gösterilmiştir. Şarap ve likörler, yemeklere tat verici olarak kullanılmış; baharatlar, yemeğin gerçek tadını etkilemeyecek şekilde kullanılmıştır.

- **Çin Mutfağı**

Çin mutfağının gelişiminde en önemli faktörler; coğrafi konum ve iklim olmuştur. Tarih boyunca Çin topraklarının verimsizliği; tarım ve hayvancılığın gelişmesini engellemiştir. Hayvancılığın gelişmemiş olması, Çin mutfağında et kullanımının az olmasına neden olmuştur. Bu sebeple, Çinliler et eksikliğini çevrelerinde kolayca bulabildikleri çekirge, yılan, kedi, köpek gibi hayvanlarla gidermeye çalışmakta ve yemeklerinde bunları bolca kullanmaktadırlar. Bunun yanı sıra domuz, ördek, sazan ve alabalık, Çin mutfağında çok önemli bir yer tutmaktadır. Çin mutfağının diğer vazgeçilmez besin kaynaklarından birisi de pirinçtir. Baharat ve biber ise, yemeklerin temel tatlandırıcısıdır. Çin mutfağında; yemeklerin (özellikle deniz ürünlerinin) dış kısmının çok, iç kısmının az pişirilmesine özen gösterilir ve bu yemekler genellikle ejderha gibi motiflerle süslenir.

- **Türk Mutfağı**

Türk mutfağı, geçmişten günümüze kadar renkli bir tarihe ve değişik inanç sistemlerine tanık olmuş; bu sayede Fransız, İtalyan ve Çin Mutfakları arasında 2500 yemek çeşidiyle haklı bir üne kavuşarak bir lezzet hazinesi durumuna gelmiştir. Günümüzde kadınların çalışma yaşamına girmesi, endüstrileşme ve kentleşme, batı kültürüne açılma, doğal besinlerden işlenmiş besinlere yönelme, mutfakta kullanılan araç ve gereçlerde değişme, ayaküstü beslenme ve en önemlisi zaman faktörü gibi sebepler; mutfak kültürümüzün değişmesine, birçok yemek çeşitlerimizin unutulmasına neden olmaktadır. Çünkü, pişirilen yemeklerin çoğu (özellikle hamur işleri ile yapılan yemekler) çok zaman alan, zahmetli ve ustalık isteyen yemeklerdir. Bu nedenle Türk mutfağında yemek pişirmek bir sanat dalı haline gelmiştir⁵⁹.

2. TÜRK MUTFAĞININ TARİHSEL GELİŞİMİ

Türk mutfağının şekillenmesinde özellikle Orta Asya Türkleri, Selçuklu ve Osmanlı Dönemi önemli dönüm noktaları olmuştur. Bu dönemlere ilişkin ayrıntılı

⁵⁹ Metin S. Sürücüoğlu ve Mehmet Akman, "Türk Mutfağının Tarihsel Gelişimi ve Bugünkü Değişim Nedenleri," *Standart Dergisi*, Sayı no 439: 42-53, (Temmuz 1998), s. 42.

bilgiler verilmeden önce, Türk mutfağının tarihi kaynakları hakkındaki bilgiler genel hatlarıyla aşağıda açıklanmıştır.

2.1. Türk Mutfak Hakkında Tarihi Kaynaklar⁶⁰

Zengin ve lezzetli yemeklere sahip olan Türk Mutfak Kültürü'nün, bugünlere nasıl geldiğini anlayabilmemiz için Türk mutfağının köklerini araştırmamız gerekir. Bu amaçla yapılan çalışmaları; 1792'de Türkiye'de ilk basımevinin kurulup, seri halde eserler yayınlandığı Yazma Eserler Dönemi'nden elde ediyoruz. Bu dönemde, Türk Mutfak Kültürü konusunda direkt yazılan eserler olmamasına rağmen, değişik konularda yazılan mevcut kaynaklardan Türk mutfağı ve Türk sofrada adetleri hakkında çeşitli bilgiler elde edilmiştir. Bu bahsedilen kaynaklar, ana hatlarıyla aşağıda tanıtılmıştır.

Orhun Yazıtları: 732'de Külteğin, 735'te Bilge Kağan'ın adlarına dikilen ve Göktürk alfabesiyle yazılan bu yazıtlar, Türk mutfağı hakkında ilk yazılı belgeler olarak bilinmektedir. Bilge Kağan'ın ölen kardeşinin yas töreni anlatıldığı bu yazıtlarda *Yuğ* adı verilen *ölü yemeğinin* tarihsel kaynağı bulunmuştur.

Kutadgu Bilig: XI. yy.da (1069-1070) Yusuf Has Hacib tarafından yazılan *kutlu olma* bilgisi anlamına gelen Kutadgu Bilig, ideal bir devletin ve yöneticisinin nasıl olması gerektiğini, yurttaşlara düşen görevleri açıklamaktadır. Türk Mutfak Kültürü açısından önemi; devrin adet ve törelerini, şölenlerini özellikle ziyafet sofralarının hazırlanmasını, konuklara nelerin ikram edilmesi gerektiğini; ayrıca Türk sofrada adabı hakkında bilgi vermesidir.

İbn Batuta Seyahatnamesi: Gerçek adı Şerefüddin Ebu Abdullah olan İbn Batuta, Anadolu seyahati sırasında Anadolu insanının davranışları, yaşam tarzı, gelenek görenekleri ve yeme-içmeleri ile ilgili bilgilere yer vermiştir.

Divanü Lügat-it Türk: XI. yy.da ilk büyük Türk dilcisi Kaşgarlı Mahmut tarafından yazılan ve çok çeşitli alanlarda kaynak eser olarak yararlanılabilen bu sözlükte, Türk mutfağını ve mutfağın içinde ki eşyaları tanıtan; bununla birlikte çeşitli yemek ve içki tarifleri veren bilgileri bulmak mümkündür.

⁶⁰ Kamil Toygar, "Türk Mutfak Hakkında Tarihi Kaynakları Üzerine Bir Deneme," Konya Turizm Derneği, Konya Kültür ve Turizm Vakfı'nca Düzenlene Geleneksel Türk Yemekleri ve Beslenme Seminerine sunulan bildiri (Konya. 11-12 Eylül 1982), s.58-74. (kitap)

Babur Name: Türklerin yeme – içme çevresinde oluşan kültürlerini yansıtan bu eser XVI. yy. başlarında Hindistan’da büyük bir devlet kurmuş olan Türk hükümdarı Zahirüddin Muhammed Babur tarafından Çağatay Türkçe’siyle yazılan önemli bir eserdir.

Dede Korkut Kitabı: Korkut Ata adlı bir Oğuz ozanına mal edilen Dede Korkut Kitabının, Oğuz Türkleri arasında oluşturulan ve XV-XVI. yy.da yazıya geçirilen eser Oğuz Türkleri’nin töreleri çerçevesinde Türk mutfağına ait bilgiler taşımaktadır.

Evliya Çelebi Seyahatnamesi: Ünlü gezgin Evliya Çelebi’nin 10 ciltlik seyahatnamesinde Türklerin yeme-içme kültürlerine ait bilgilerin de yer aldığı önemli bir eserdir.

Kanun-Nameler: İslami kurallara bağlı, Şer’i hukuk düzeniyle yönetilen Osmanlı İmparatorluğu’nun idari, mali, ceza ve diğer hukuk sahalarında çeşitli padişah emir ve fermanları ile meydana gelmiş kanun ve tüzüklerin aslını ve özetini toplayan veya belirli işlere, yerlere veya sanatlara ait hükümleri bir araya getiren kitaplara denir.

Kanun-namelerin mutfak kültürümüz yönünden önemi; yiyecek-içeceklerden alınan vergiler, çeşitli besin maddelerinin hasat zamanları, savaş zamanlarında kesirlere verilmesi yasak olan yiyecek maddeleri, kanun-namenin kapsadığı dönemde yetiştirilen tarım ürünlerine verilen adlar, besin maddelerini üretenlerin uyması gereken hususlara yer verilmiş olmasıdır.

Es’ar Defterleri: Bu defterler, geniş olarak hazırlanmış *narh* defterleridir. İslam hukukundan kaynaklanan narh müessesesi, üretici ve tüketici haklarını korumak, kaliteli mal ve hizmeti özendirmek, sanat ve ticaret ahlakını korumak amaçlarını taşır.

Es’ar defterlerinin, Türk mutfağının tarihi kaynakları arasında önemli bir yeri vardır. Çünkü; halkın ve devletin mutfağındaki çeşitli yiyecek adlarının, araç gereçlerin bilinmesi bakımından ve günümüz yiyecek maddeleri ve yemek fiyatları ile o devrin fiyatları arasında kıyaslama imkanı vermesi; ayrıca bazı yemek ve içeceklerin yapıları ve bunların hangi yöreye ait olduklarını, kalitelerini belirtmesi bakımından oldukça önem taşır.

İmarethane Kayıtları: Osmanlı din, kültür ve sosyal yardım kurumları arasında seçkin bir yeri olan bu müesseselerin; Yıllık Muhasebe Cetvelleri’nden bu kuruluşlarda pişen yemeklerin çeşitleri, kullanılan harçlar, bunların alım satımına esas olan ölçüleri, fiyatları, yılın normal ve belirli günlerinde (Ramazan, Kurban vb. bayramlar) pişirilen

yemeklerin maliyetleri, misafirhaneye gelen yolculara verilen yemeklerin çeşitleri, imaret mutfağından yararlananın kimler olduğu, mutfak etnografyasını teşkil eden araç ve gereçlerin adlarını çıkarmak mümkündür.

Terike ve Muhallefat Kayıtları: Osmanlı devletinde ölen veya öldürülen kişilerin geride bıraktığı her türlü maddi değer taşıyan eşya kayıtlarının tutulduğu belgelerdir. Bu belgelerin konumuz bakımından önemi, bu kayıtlarda Türk mutfağının maddi belgelerinin yer almış olmasıdır. Kayıtlarda geçen ev eşyaları arasında mutfak eşyaları, yiyecek maddeleri ve yetiştirilen hayvanların listeleri bulunmaktadır.

Kassam Hüccetleri: Kassam defterleri, Osmanlı devletinde ölen kişinin geride bıraktığı mal varlığının, şeriat kurallarına göre değerleri ölçülerek varislerine paylaştırıldığı sırada tutulan kayıtları ifade eder. Bu kayıtlarda, devrin mutfak araç gereç adlarının geçmesi bakımından Türk Mutfak Kültürü'nü aydınlatıcı bilgiler bulunmaktadır.

Şer'îye Mahkemeleri Sicilleri: Kadı sicilleri adı da verilen bu belgeler, Cumhuriyet dönemine kadar Şer'î mahkemelere intikal etmiş olayların sonucunu bildiren hukuki metinlerdir. Bu metinler içersinde Türk beslenme sistemine ait bilgilere de rastlanmaktadır.

Saray Masraf Defterleri: Bu defterler, saray için yapılan harcamaları kaydeden belgelerdir. Saray masraf defterleri, devletin en büyük yöneticisi ve onun maiyetinin yaşadığı sarayda mutfak masraflarını ve ait olduğu dönemin beslenme şeklini ortaya koyması yönünden önemlidir.

Bu kayıtlarda imparatorluğun çeşitli yerlerinden saray mutfağına giren yemek malzemeleri, yağlar, baharatlar, meyveler, meyve kurutmaları, et, süt, yoğurt, peynir, kümes hayvanları, şerbetler, yemek çeşitlerinin adları, mutfak kapacaklarının adları tespit edilebilmektedir.

Askeri İane Defterleri: Osmanlı devleti, ordusunun savaşlarda başarı elde edebilmesi için beslenmeye önem vermiştir. Askeri İane defterleri, Osmanlı ordusunda hangi yemeklerin pişirildiği ve adlarının neler olduğunu göstermesi bakımından önemlidir.

Yukarıda açıkladığımız tarihi eserlerin yanı sıra ayrıca yabancı devletlerden gelen kişilerin Osmanlı devletini ziyaretleri sırasında yakınlarına yazmış oldukları mektuplar veya anı defterleri ile zamanında Osmanlı devletine bağlı ülkelerin kütüphanelerinde yer

alan Türk mutfağı ile ilgili kaynak eserleri bulmak mümkündür. Türkiye Büyük Millet Meclisi kütüphanesi ve Başbakanlık arşivi de bu konuda oldukça zengindir.

2.2. Orta Asya Türkleri Zamanında Türk Mutfağı

Türk mutfağının kökleri Orta Asya Türkleri'ne kadar uzanmaktadır. Orta Asya göçebe insanının et ve mayalanmış süt ürünlerini kullanmaları; Mezopotamya'nın tahılları, Akdeniz çevresinin sebze ve meyveleri, Güney Asya'nın baharatı ile birleşerek zengin bir Türk yemek kültürünü ortaya çıkarmıştır⁶¹.

Aral Gölü çevresi ile Ural ve Altay dağları arasındaki stepleri kendine yurt edinen Orta Asya Türklerine baktığımızda; Türkler, Orta Asya'nın sert ikliminden dolayı ilkbaharda yaylalara sonbaharda nehir kıyılarına göç etmişlerdir.

Orta Asya Türkleri, basit anlamda tarım ve hayvancılıkla uğraşmışlardır⁶². Ancak tarım hayatı göç ettikleri yörelerdeki yabani bitkileri işlemeleriyle sınırlıydı⁶³. Bu sebeple yemeklerde en çok buğday ve buğday unu ile yapılan yağlı hamur işleri ağırlık kazanmıştır. Darıdan yapılan **boza**, Orta Asya Türklerinin ilk gıdaları arasındadır. Özellikle avcılıkla geçimlerin sağlayan Orta Asya Türkleri için at, hem en önemli beslenme kaynağı hem de evcilleştirilmesiyle ulaşım aracı olmuştur. Zamanla bu beslenme kaynağını; koyun, keçi, sığır, deve, tavuk ve tavşan etleri izlemiştir. Bu hayvanların etleri ve sakatatları da sık kullanılmıştır. Ayrıca, hayvanın sütü ve süt ürünleri çok sevilmiş; bununla birlikte kısırak sütünün mayalanmasıyla elde edilen; hastalığa ve dermansızlığa iyi geldiğine inanılan **kımız** milli içkileri olmuştur.

Orta Asya Türkleri, **Anadolu**'ya göçleri sırasında daha önce bu yörelerde yaşayan uygarlıkların etkisi altında kalmıştır. Bu karşılıklı etkileşimler Türklerin besin çeşitlerinin ve mutfak araç gereçlerinin gelişmesinde önemli rol oynamıştır.

2.3. Selçuklular Zamanında Türk Mutfağı

Selçuklular; yemek çeşitleri, yemek pişirme ve muhafaza teknikleri ile Türk mutfağında kendilerine has bir mutfak kültürü oluşturmuştur.

⁶¹ Ayşe Baysal, "Türk Yemek Kültüründe Değişmeler, Beslenme ve Sağlık Yönünden Değerlendirme," **Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar** (Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayını No 3, 1993), s.12.

⁶² Ahmet Özçelik, "Tarımın Türk Kültüre Etkisi," **Milli Kültür Unsurlarımız Üzerinde Genel Görüşler** (Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayını No 46, 1990), s.311-312.

⁶³ Tuğrul Şavkay, "Mutfagımız Büyük Bir Kültürel Renkliliğe Sahip," **Türsab Dergisi**, Sayı no 71: 44-46, (Ağustos 1998), s.45.

Selçuklularda kuşluk ve akşam yemeği adı verilen iki öğün vardı. Kuşluk yemeği, sabahla öğle saatleri arasında yapılırdı. Özellikle bu öğünde insanı tok tutan fakat hazmı zor olan yemekler yenirdi. Çünkü bu yemekten başka akşam yemeğine kadar hiçbir şey yenmez; ancak ayran, şerbet gibi içecekler içilirdi. Akşam yemekleri de, güneş batmadan önce yenirdi.

Et, başlıca yemek malzemesidir. Eti en çok yenen hayvan; sırasıyla kuzu, erkek, keçi, at, tavuktur. Bunlara kuşlar ve balıklar da ilave edilebilir. Ayrıca kesilen hayvanın sakatatının da çok fazla tüketildiği Selçuklularda, sebze yemekleri pek tercih edilmemiştir.

Selçuklular o devirde, eti tuzlayarak ağaçlara asıp güneşte kurutmuşlar ve buna **kak** adını vermişlerdir. Bu yöntemle güz mevsiminde bir takım baharatlarla hazırlanarak kurutulan ve **yaz- ok et** dedikleri bugünün pastırmasını üretmişlerdir.

Karaciğerle-ete baharat karıştırarak, bu karışımın bağırsağa doldurulması ve sonra pişirilmesiyle **soktu** adını verdikleri sucuk da Selçuklular tarafından üretilmiştir.

Kurutularak saklanan besinler sadece et değildi. Meyve ve sebzeler de kurutulmaktaydı. Et gibi meyvenin kurusuna da **kak** demişlerdir.

Selçuklular zamanında, süt ve süt ürünleri, özellikle **kurut** adı verilen ve yoğurdun kurutulmasıyla yapılan bir çeşit peynir, atın karnından alınan yağ dönemin önemli yiyecek maddelerindendir.

Buğday, Selçuklular devrinde de vazgeçilmez besin kaynağı olmuştur. Buğdayı; **yarmaş** adını verdikleri bulgur, un ve boza yapımında kullanmışlardır.

Ayran, şerbet, boza, kımız ve çeşitli şaraplar dönemin sevilen içeceklerindendir.

Selçukluların tatlı yemeklerine düşkünlükleri de, birçok yemeğe ve soğukluk vermesi için içilen besin maddelerine şeker koymalarından anlaşılmaktadır.

Selçuklular hazırladıkları besinleri uzun bir süre koruyabilmek için çeşitli teknikler geliştirmiştir. Etleri, sebze ve meyveleri kurutmaları; peynir ve bunun gibi besinleri toprak kaplarda hava almayacak şekilde kapatmaları buna bir örnektir.

Görüldüğü gibi Selçuklu yemeklerinin özünü et, un ve yağ oluşturmuştur. Ancak bu dönemde yemeğin çeşitliliğinden ziyade, aynı türde yemeğin sofradaki bolluğuna önem verilmiştir.

2.4. Osmanlılar Zamanında Türk Mutfağı

Osmanlı imparatorluğu zamanında Türk mutfağı en görkemli çağlarını yaşamıştır. 15.yy.'da yemekler daha sade ve çeşit bakımından daha az iken; 16.yy. Türk mutfağı en zengin dönemine girmiştir. Bu zenginlik 17. ve 18. yy.'da devam etmiş; ancak 19.yy.'da fakirleşme sürecine girmiştir.

Osmanlı İmparatorluğu devrinde Türk mutfağının gelişimini iki faktöre bağlayabiliriz. Bunlardan birincisi:

Osmanlı döneminde saray aşçılarının Türk mutfağına yaptığı katkılardır. Saray aşçıları kendilerini beğendirebilmek için; saray erkanına ve yabancı misafirlere lezzetli yemekler hazırlama yarışına girmişler, bunun sonucunda Türk mutfağına yeni yemek çeşitleri kazandırmışlardır. Bununla ilgili güzel bir örnek verebiliriz.

Abdülmecid'den itibaren, padişaha hazırlanacak iftar yemeklerini, enderun efendileri, gizli ve birbiriyle yarış derecesinde hazırlarlar, yemek sahanlarını örten ve üzerine bağlı kumaşlara iliştirilmiş kağıtlara isimlerini yazarlardı. Padişah, iftar yemeklerinden tadar. Soğanlı yumurtayı beğenirse bu yemeği hazırlayan efendiyi kendisine kilercibaşı seçerlerdi⁶⁴.

Türk mutfağının Osmanlı döneminde gelişmesinin ikinci nedeni, Osmanlı İmparatorluğu'nun çok geniş coğrafi alana hükmetmesi sonucunda çok farklı kültürlerle tanışması ve onlardan etkilenmesidir.

Osmanlılarda mutfak; saray ve halk mutfağı olmak üzere ikiye ayrılmaktadır:

Saray mutfağı: Padişah, valide sultan ve divan halkı için hazırlanmış oldukça gösterişli sofralardır. Lezzetli yemeklerin sunulduğu bu sofraların gerisinde, Osmanlı devletinin, kaliteli ve zengin besin maddeleriyle dolup taşan kilerleri ile usta aşçıları bulunmaktaydı.

Osmanlı sarayında mutfak, kalabalık ve karmaşık bir yapıya sahipti. Saray mutfağının başı, **kilercibaşı**'dır ve onun emrinde birçok aşçı ve yardımcı çalışırdı.

Sarayda padişaha, valide sultana ve divan halkına yemekler ayrı mutfaklarda pişirilirdi. Padişahın yemekleri, **kuşhane** adı verilen mutfaklarda **kuşçubaşılar**; valide sultan ve divan halkının yemekleri de **has mutfak** adı verilen mutfaklarda, **has mutfak aşçıları** tarafından pişirilirdi. Ayrıca **matbah-ı amire** denilen aşçılar vardı; bunlar da,

⁶⁴ Zarfı Orgun, "Osmanlı Sarayında Yemek Yeme Adabı," Kùltür ve Turizm Bakanlığı, Milli Folklor ve Araştırma Dairesince Düzenlenen Türk Mutfağı Sempozyumu'na sunulan bildiri (Ankara. 31 Ekim-1 Kasım 1981), s.148. (kitap)

enderun, halk ve herhangi bir sebeple sarayda yemek yiyecek olan kişilerin yemeklerini hazırlardı.

Saray mutfağının günlük yemek listelerinde de et, en önemli yiyeceklerdendir. Özellikle koyun eti daha çok tercih edilmiştir. Yemek listelerinde çorbalar, tavuk etinden yapılan kavurma ve kebaplar da yer almıştır. Pirinç, Osmanlı mutfağının her döneminde kullanılmıştır. Pirinçten en çok pilav, çorba ve zerde adı verilen tatlı yapımında faydalanılmıştır. Bunun yanında yahni, mantı, bulamaç, erişte, gibi yemeklerde dönemin önemli yiyeceklerindendir. Osmanlılarda baharat, her zaman ki gibi yemeklere tat verici olarak sıkça kullanılmış ve ekmek temel yiyecek maddesi olmuştur. Saray mutfağının önemli bir bölümü tatlı yapımı için ayrılmıştır. Helvahane ocağında; her türlü tatlılar, şerbetler ve helvalar yapılır. Hatta Osmanlılarda (III Ahmet dönemi), zengin ve soylu kişilerin saray ya da konaklarında kış eğlenceleri için müzikli şiirli **helva sohbetleri** düzenlenirdi.

Osmanlı saraylarında, divana gelen elçilere hazırlanan yemeklerin de çok gösterişli olmasına özen gösterilirdi⁶⁵. Gelen elçilere “et yemekleri, pilav, sebze ve tatlılar, şerbetler” sinilerin üzerinde altın kaplama tabaklarla sunulurdu. Divanın öteki erkânı da kendilerine hazırlanan sinilerde yemeklerini yer, her istediklerini mutfaklardan getirtirlerdi.

Fatih Sultan Mehmet'in 1453 yılında İstanbul'u fethi ile saraydaki Osmanlı yemeklerinde önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Özellikle deniz ürünlerinin tüketimi bu dönemde oldukça artmıştır. Midye dolmasının, karides ve sardalye gibi konservelelerinin Bizans geleneklerinden geçtiği bilinmektedir⁶⁶. Ayrıca bu dönemde Fatih Kanunnamesi ile Osmanlılarda ilk defa yemek yeme adabı üzerine kurallar uygulanmıştır. Fatih zamanının yemekleri, karışık ve çok çeşitli değildi. Çünkü, yemeğin çeşitliliğinden ziyade sade ve doyuruculuğuna önem verilirdi. Saraydaki görevli memurlara verilen yemekler arasında; lahana çorbası, baklava, yoğurtlu ve ıspanaklı büryani, pekmezli yoğurt tatlısı, yoğurtlu pazı ve aralarda ayran, şerbet yer alırdı⁶⁷.

Osmanlı devletinde, hükümdarların sorumlulukları arasında, halka aş dağıtmakta vardır. Bunun için imarethanelerin aşevlerinde sadece fakirlere değil, aynı zamanda

⁶⁵ Sabahattin Türkoğlu, “Saray Mutfacı,” **Lezzetin Öyküsü**. Sergi Rama

⁶⁶ <http://www.kultur.gov.tr>

⁶⁷ Süheyl Ünver, **Fatih Devri Yemekleri** (İstanbul: İstanbul Üniversitesi Tıp Tarihi Enstitüsü, 1952), s. 42.

öğrencilere, müstahdemlere vb. günde iki öğün yemek dağıtılırdı. Ayrıca Osmanlılarda, ırk din ayrımı gözetilmeden, yolcuların dinlenip, kalabileceği ve yemek yiyebileceği kervansaraylar vardı. Misafirler, bu kervansaraylardan faydalanır ve karşılığında hiçbir ücret alınmazdı. Fatih zamanında aşevlerinde verilen yemek çeşitleri arasında; piring çorbası, buğday aşısı⁶⁸, pilav, zerde, ekmek, yahni, üzüm turşusu, patlıcan ve soğan turşusu yer alırdı⁶⁹.

Halk mutfakçı: Saray mutfaklarının gösterişliliği ve bolluğu, ekonomik anlamda imparatorluğun zenginliğini temsil eder. Osmanlılarda, halk mutfakları, saray mutfakları gibi çok gösterişli olmasa bile, lezzet ve çeşit bakımından saray mutfaklarından bir farkı yoktu.

Osmanlılarda lokanta kültürünün gelişimi çeşitli formlarda olmuştur. Esnaf loncaları vasıtasıyla başlayan lokantacılık, kahvehaneler ve meyhaneler ile lokanta işletmeciliğinin; Osmanlılardan günümüze gelene kadar önemli değişikliklere uğramasına ve bugünkü restoran kültürümüzün temellerinin oluşmasını sağlamıştır. Bu gelişim süreci aşağıda genel başlıklar altında kısaca açıklanmaktadır:

Aşçı Esnafı ve Restoranların Gelişimi: Osmanlılarda, aşçı esnafı da loncalara bağlıydı. “Esnaf ve Sanatkarların İşleri hakkında Tüzük”de belirtildiğine göre sattıkları çeşitler; yahni, saça pişmiş köfte, şiş kebab, tavuk büryani, kuzu kızartması, tandır kebabıdır⁷⁰. O devirlerde seyyar aşçılara da rastlamak mümkündür. Bu aşçılar, büyük bir ustalıkla başlarının üzerinde bir tabla taşır, bu tablada bir mangal bir de tencere olurdu⁷¹. Zamanla 19. yy. sonlarına doğru bu aşçı esnafının yerini büyük esnaf anlayışıyla açılan lokantalar almıştır. Buna göre⁷²;

- 1879’ da İstanbul’da, “Konya Lezzet Lokantası” adında ilk Türk lokantası açıldı.
- 1888’de İstanbul’da, “Abdullah Efendi Lokantası” açıldı.
- 1890-1920’lerde, Avrupa tipi yemekler moda oldu ve ilk olarak otel restoranları hizmet vermeye başladı.

⁶⁸ Buğday aşısı: buğday yarması iyice ve ezikçe pişirilir, isteğe göre şekerli veya tuzlu biçimde tüketilir.

⁶⁹ Süheyl Ünver, **İstanbul Risaleleri 1** (Cilt 1. İstanbul: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür İşleri Daire Başkanlığı Yayınları No19, 1995), s.288.

⁷⁰ Gürsoy, a.g.e., s.47.

⁷¹ Renate Schiele, Wolfgang Müller and Wiener, **19. Yüzyılda İstanbul Hayatı** (İstanbul: Arpa Ofset, 1988), s. 46.

⁷² Gürsoy, a.g.e., s.64.

- 1928 ‘de Ankara’da, Atatürk öncülüğünde “Karpiç Restoran” açıldı.
- 1960’larda et lokantaları, kebabçılar, pideciler, lahmacuncular ve baklavacıların sayıları arttı.
- Özellikle Güney Mutfağı (Gaziantep, Urfa ve Adana), Karadeniz pidecileri, Konya tandırı gibi yöresel mutfaklara ait lokantaların sayıları arttı.
- 1983’ten sonra turizmin etkisiyle yeme ve içme yerlerinin çoğalması hız kazandı.

Ayrıca 19. yy. sonlarına doğru saray mutfağında pişen ve sonra halka satılan tathıların, dükkanda oturarak yenmesine izin verilmemesiyle, bugünün ilk muhallebicileri doğdu⁷³.

Kahvehaneler: Osmanlılar, 16.yy.da (Kanuni Sultan Süleyman zamanında) Yemen’den İstanbul’a getirilen **kahve** ile tanıştı. 1554’te Hekim adlı biri Halep’ten, Şemsi adlı biri de Şam’dan İstanbul’a kahveyi getirmişler; Tahtakale’de bir dükkân açmışlar ve kahve pişirip halka satmışlardır⁷⁴. Böylelikle Osmanlının başkenti ilk kahvehaneye sahip olmuştu.

Kahvenin hoş, keyif veren kokusu ve tadı insanları etkisi altına almış ve kahvehaneler oldukça yaygınlaşmıştır. İşsiz güçsüz kişilerin uğrak yeri olduğu gibi, okur yazarlarında hiç çıkmadığı bu kahvehaneler, o dönemlerde kimi zaman yasaklandı, kimi zamanda onlara göz yumuldu. 1830 yılında kahvehane yasağı tamamen kaldırıldı.

19. yy.ın ikinci yarısında kahvehaneler, tembelhane olmaktan çıkıp, insanların kitap, gazete ve dergi okumaya geldikleri yerler oldu ve **kıraathane** olarak isimlendirildi. Kıraathanelerin çoğu Ramazanlarda da açık kaldı ve Ramazan geceleri hariç, buralarda saz heyetlerinin bulunmasıyla zamanla kıraathaneler, **gazino** olarak kullanılmaya başlandı. Daha sonraları buralar, bilim ve edebiyat adamlarının yerine zenginlerin geldiği yerler oldu.

Ayrıca 1600’lü yıllarda Osmanlının başkenti İstanbul, İngilizlerin hastalıklara iyi geldiğini söyledikleri **tütün** ile tanıştı. Tütünün gelmesiyle kahvehaneler, tam olarak ayak takımının geldiği yerler olmuştur. 1633’te IV Murat, tütünü yangına sebep olduğu gerekçesiyle tamamen yasakladı.

⁷³ Gürsoy, a.g.e., s.58.

⁷⁴ Refik Ahmet Sevengil, **İstanbul Nasıl Eğleniyordu, 1453’ten 1927’ye Kadar** (Dördüncü basım. İstanbul: İletişim Yayınları,1993), s.18.

Meyhaneler: Osmanlılarda, *şerbethane* denilen meyhaneler vardı. İçki, her ne kadar Türk-Müslüman halk için dinsel anlamda yasak edilse bile meyhaneler, gizlice gidilen en sık mekanlardan biri olmuştur.

Meyhanelerde içkiden başka nargile ve çubuklar da bulunurdu. Buralarda müşteri gelmeden önce sofraya rakı ve şarap kadehleri, su kupaları, ufak tabaklar içinde fasulye ve lahana haşlamaları, leblebi ve kabak çekirdeği gibi mezeler konurdu⁷⁵. Meyhanelerde aşçı ve mezeci tezgahları vardı. Bunlar, kekikli külbastı, sarma, midye-ciğer tavaları, balık ızgarası ve sair deniz mahsulleri salatası gibi mezeler yapardı⁷⁶. Bu mekanlar, keyif ile yemeğin birleştiği yerlerdi. Ancak içki ve tütün yasağının olduğu bu dönemde, meyhaneler de kapatıldı. İçki yasağının olduğu dönemlerde en çok bozacılar rağbet gördü. 1885'ten itibaren bu tür yerlerde içki satışlarına tekrar başlanmasıyla buralara **baloz** denildi. Balozlarda; meze olarak patates, beyin salatası, beyaz peynir, kayısı kıvamında yumurta⁷⁷ ikram edilirdi. Balozlar, İstanbul'un ilk **bar**larıdır⁷⁸ ve zamanla buralar alt tabaka, işsiz kişilerin yanı sıra küçük yaşta ki çocukların gittikleri yerler olmuştur. Balozlar, günümüzün barlarının ilk örnekleridir diyebiliriz.

Tanzimat dönemiyle Osmanlı devleti, Batılılaşma sürecine girmiştir. Alafrangalık, mutfakta da kendisini hissettirmiştir. Bu dönemde ilk defa çatal-bıçak kullanılmış, yer sofrası yerine masa tercih edilmiş, ziyafetlerde Avrupa tipi büfeler hazırlanmıştır.

Bira ve Birahaneler: O zamanlarda bira ve birahaneler de alafrangalığın ürünü sayılmıştır. Halbuki bira, Anadolu'nun toprağında meydana getirilmiştir; ne var ki şarap ve rakı gibi içkilerimizden dolayı unutulmuş; yıllar sonra Avrupa'dan ithal edilmiştir. Osmanlılar ilk başlarda bira ve birahaneleri pek tutmamış, Belediye Bahçeleri'ni tercih etmiştir. Birahaneler, ecnebilerin uğrak yerleri olmuştur. Fakat daha sonraları⁷⁹:

Biranın giderek Belediye Bahçelerinde rağbet gördüğünü farkedenden İsviçreli Bomonti kardeşler 1885 yılında küçük imalathane olarak kurdukları bira üretim tesisini, 1893 yılında fabrikaya dönüştürmüşler; sonra da fabrikanın bulunduğu semtin adı Bomonti olmuştur. İkinci bira fabrikası, 1909 yılında Nektar Biracılık Şirketi tarafından Büyükdere'de kurulmuş; her iki

⁷⁵ Ali Rıza Bey, **Bir Zamanlar İstanbul** (İstanbul: Kervan Kitapçılık, 1973), s.288.

⁷⁶ Aynı, s.289.

⁷⁷ Gürsoy, a.g.e., s.62.

⁷⁸ Salah Birsal, **Kahveler Kitabı** (İkinci basım. Ankara: Türkiye İş Bankası Yayınları, 1983), s.56.

⁷⁹ Gökhan Akçura, **İvır Zıvır Tarihi** (Birinci basım. İstanbul: Cep Kitapları, Belgesel Dizisi, 1991), s. 69-72.

işletme rekabetten aşırı derecede etkilendiği için, 1912 yılında idare merkezi Cenevre olmak üzere iki şirket “Bomonti-Nektar Müttehit Bira Şirketleri” adıyla birleşmiştir.

1934 yılında Atatürk Orman Çiftliği bünyesinde devletin kurduğu ilk bira fabrikasıyla bira halk tarafından sevilen bir içki haline gelmiştir.

Görüldüğü gibi her yönden köklü bir geçmişe sahip olan Türk mutfağı, bir çok farklı yönü ile diğer ülke mutfaklarından ayrılır. Buna göre Türk Mutfak Kültürü’nün genel özelliklerini aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

- Türk geleneklerinde, hayır aşısı, düğün aşısı, ölüm aşısı, doğum aşısı, bayram aşısı gibi özel gün yemekleri çok yaygındır.
- Türk mutfağında, yemeklerin hem doyurucu olmasına hem de damak zevkine hitap etmesine önem verilir.
- Yemeklerin etli, sebzelili, yağlı ve sulu olmasına önem verilir. Etsiz ve yağsız yemekler yavan sayılır.
- Çorba hemen her öğünde içilir.
- Ekmek, Türk sofrasının temel yiyecek maddesidir. Başta yufka olmak üzere bazlama ve somun gibi ekmekler yaygın olarak tüketilir.
- Türklerin beslenmesinde tahıl önemli yer tutar. Özellikle buğday ve buğdaydan yapılan unun ayrı bir yeri vardır. Yağlı hamur işleri, mantı ve erişte gibi yemeklere önem verilir.
- Bulgur; köfte, pilav ve çorbaların yapımında sıkça kullanılır.
- Pirinç; pilav, dolma, çorba ve tatlı yapımında bulgur gibi sık kullanılır.
- Kebab ve döner gibi et yemeklerinin yanı sıra sulu et yemekleri de (örn. yahnisi) çok sevilir.
- Sebzeler etle birlikte haşlanarak pişirilir; sebzelerin yemeklerin yanında garnitür olarak kullanılması pek tercih edilmez. Genellikle, sebzelerin etle birlikte soğanlı, domatesli/salçalı pişirilmesi yaygındır.
- Yemeklerde baharat çok miktarlarda kullanılır. En çok kullanılan kırmızı biber, kara biber, kimyondur. Ayrıca yemeklere koku vermesi için dereotu, maydanoz, nane ve kekik ilave edilir.
- Tuz ve yağ ayrı yer tutar. Zeytinyağı kullanımı genellikle Ege ve Akdeniz bölgelerinde yaygındır.

- Süt, peynir, kaymak ve yoğurt, Türkler için vazgeçilmez besin maddeleridir.
- Özellikle yoğurt, sarımsaklı ve sade biçimde yenilebildiği gibi ayran ve cacık yapımında da sıkça kullanılır.
- Kuru meyvelerden hoşaf, taze meyvelerden de komposto gibi içecekler yapılır.
- Tatlandırıcı olarak bal, pekmez ve şeker kullanılır.
- Tatlı olarak; sütlü tatlılar ve hamur işinden yapılan tatlılar sık tüketilir.
- Turşu, tarhana ve erişte gibi kışlık yiyeceklerin hazırlanması hemen her yörede yaygındır.

3. TÜRK MUTFAĞININ DEĞİŞİM NEDENLERİ

Türk yemek kültürü dünden günümüze gelene kadar çeşitli etkenler sonucunda önemli bir değişime uğramıştır. Bu etkenler genel hatlarıyla aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

- Batı kültürüne açılma,
- Göç ve kentleşme,
- Kadının çalışma yaşamına girmesi,
- Kitle iletişim araçları,
- Gıda sanayisinde ki gelişmeler,
- Turizmin gelişmesi,
- Fast-food sistemi.

3.1. Batı Kültürüne Açılma

Günümüzde, ülkeler arasında ki uzaklıkların sınır tanımaması toplumları birbirlerine daha çok yakınlaştırmış ve yaşama biçimlerini etkilemiştir. Bu süreç, toplumların beslenme kültürleri de etkilenmiştir. Türk mutfakının, batı mutfak kültürüyle ilişkisi 19.yy. da Tanzimat fermanı ile başlamıştır. Bu yıllarda Türk Mutfak Kültürü'nde ve sofrada büyük değişimler meydana gelmiştir. İstanbul'da açılan; Perapalas, Sümerpalas ve Tokatlayan gibi otel restoranlarında alafranga yemekler yapılarak, Türk Mutfak Kültürü ilk defa Fransız yemekleriyle ve daha sonra da Rus

yemekleriyle tanışmıştır⁸⁰. Batı mutfağı yemek sisteminin etkisini, Türk Mutfak Kültürü'nde yer alan pizza, hamburger ve sandviç gibi yiyeceklerden anlayabiliriz.

3.2. Göç ve Kentleşme

Türk mutfağının değişim sebeplerinden birisi de, hızlı sanayileşme ve onun sonucunda oluşan kentleşmedir. Kentleşme olgusu; tarım ekonomisinden sanayi ekonomisine geçişin bir sonucu olarak nüfusun demografik yapısını değiştirmiştir. Sanayi ekonomisine geçiş süreciyle birlikte; kırsal kesimden kentlere büyük oranda göçler olmuştur. Bölgesel yemek kültürü önce, bu bölgelerden göç eden insanlar tarafından sadece aileler içinde gelişmiş ve dışa yansımamıştır.

Fakat genel ekonomik gelişmeler ve buna bağlı nedenlerle kadının da çalışma hayatına katılmasıyla birlikte; yemek yeme alışkanlıklarının ev dışına taşması ve insanların yemek ihtiyacını daha hızlı gidermesini gerekli kılmıştır. Bu süreçte; bölgesel yemek kültürü sadece aile içerisinde gelişen ve korunan bir durum olmaktan çıkmış ve yemek sektörü içerisinde de yaygınlaşmaya ve gelişmeye başlamıştır.

Arz-talep dengesiyle birlikte gelişen ve büyümeye başlayan bölgesel yemek kültürü; hızlı yemek sisteminde lahmacun, ıslak köfte (Adapazarı), İnegöl köfte (Bursa), Akçaabat Köfte (Trabzon), Kayseri Mantısı, Adana Kebap, Karadeniz pidesi vb. gibi ürünlerle pazarda önemli bir pay sahibi olmuştur.

3.3. Kadının Çalışma Yaşamına Girmesi

Yukarıda bahsedilen nedenlerle; toplumun ekonomik ve sosyo-kültürel yapısındaki değişim, kadının da iş hayatına girmesini sağlamıştır. Aile içerisinde çeşitli iç ve dış etkenlerden dolayı, kadının görevi her zaman için yemek pişirmek, çocuklarına bakmak ve evini toplamak olurken; günümüzde kadının, toplumdaki ve aile içindeki rolleri değişmiş ve kadınlar da iş hayatına girerek üretken bireyler haline dönüşmüşlerdir. Bu üretkenlik; ev içinde aile bireylerinin iş dağılımı ve görevler konusunda yeniden düzenlemeler yapması sonucunu doğurmuştur. Evine daha geç, daha yorgun ve dış sorunlarla gelmeye başlayan kadın; aile bireylerinin yemek ihtiyaçlarına

⁸⁰ Kamil Toygar, "Hızlı Hazır Yemek Fast-food Sisteminin Geleneksel Türk Mutfağına Etkisi," Hizmet İçi Eğitim Semineri Konuşması (Ankara. 17-18 Kasım 1993), s.88. (kitap)

daha hızlı ve pratik çözümler üretmek zorunda kalmıştır. Böylece özellikle öğlen yemekleri dışarıda yenilmeye başlanmış ve tencere yemeğinin yerini; hamburger, tost ve ekmek arası döner gibi yiyecekler almıştır.

3.4. Kitle İletişim Araçlarının Etkisi

Türkiye’de 1950’lerden sonra başlayan kentleşmeyle birlikte, eğitim politikaları yeniden gözden geçirilmiş; eğitim ve öğretimde köklü reformlar yapılmıştır. Bunun sonucunda okur-yazar oranı artmış, eğitim düzeyi yükselmiş ve kitle iletişim araçlarının ve özellikle gazete, dergi ve kitapların okunma oranı artmıştır. Kitle iletişim araçlarının gelişimi ve yaygın kullanımı, ülkede bölgesel kültür farklılıklarının azalmasını sağlamıştır. Yemek kültürü de yukarıda bahsettiğimiz genel nedenler ve kitle iletişim araçlarının etkisiyle de önemli değişimlere uğramıştır. 1970’lerle başlayan bu değişim, 1980’lerin ikinci yarısı ile birlikte gazete, dergi, televizyonlar vb. kitle iletişim araçlarıyla daha da hızlanmıştır. Çünkü televizyon, radyo ve gazete gibi görsel ve yazılı basında yer alan reklamlar ve bu reklamlardaki sloganlar, başta çocuklar olmak üzere birçok insanın beslenme alışkanlıklarını yönlendirmektedir. Bu çeşit sloganlar, insanların tüketim alışkanlıkları belirlemeye başlamıştır. Örneğin; “**Mc Donald’s gibisi yok**” sloganı ve buna benzer sloganlar kişileri tek tip ve hazır yiyeceklerle beslenmeye doğru teşvik etmektedir.

3.5. Gıda Endüstrisindeki Gelişmeler

Teknolojik gelişmelere paralel olarak gıda endüstrisi de sürekli yenilik arayışı içine girmiştir. Özellikle son yıllarda gıda endüstrisindeki değişimlerin ve yeniliklerin sağladığı kolaylıklar, hem yiyecek-içecek hizmeti alanında faaliyet gösteren iş yerlerine hem de insanların ev yaşamlarına girmiş durumdadır.

Toplumlarda meydana gelen sosyal, ekonomik, demografik ve teknolojik gelişmeler, bireylerin tüketim tercihlerini büyük ölçüde yönlendirmektedir. Ulaşım imkanları, soğutucu sistemler, kurutma, depolama, ambalajlama ve ticaretin getirdiği kolaylıklar sayesinde dünyanın neresinden olursa olsun ihtiyaç duyulan besin maddelerini bulmak mümkündür. Kimi besinler, çeşitli katkı maddeleriyle işlenerek çabuk bozulma gibi sebepleri ortadan kaldırırken; doğal halde yenilmesi mümkün olmayan kimi besinler de, işlenerek yeni tatları beraberinde getirmektedir. Hızlı

kentleşme sürecinde kişilerin evin dışında ki mekanlarda yemek yemesi; kadının çalışma hayatında çeşitli roller üstlenmesi; zaman darlığı; öğrenci ve yalnız yaşayan insanların gün geçtikçe sayılarının artması ve de kitle iletişim araçlarının etkisi sonucu tüketime hazır ya da yarı hazır yiyeceklere doğru eğilimi doğurmakta ve artık, saatlerce yemek hazırlamak vakit kaybı olarak görülmektedir.

3.6. Turizmin Etkisi

“Bacasız sanayi” olarak adlandırılan turizm, ülkenin tanıtılması ve gelir elde edilebilmesi açısından çok önemli bir sektördür. Turizm sektöründe konaklama faaliyetlerinin tamamlayıcısı olan yiyecek-içecek faaliyetlerinin iyi bir şekilde yürütülebilmesi için, Türk mutfağının, hem yabancı hem de yerli turistlere tanıtılması gerekir. Bazı turizm işletmecileri, kendi işletmelerini daha cazip kılmak ve turist çekebilmek amacıyla, turistlerin alıştıkları kendi yemek çeşitlerini sunmaya çalışırlar. Halbuki Turizm Bakanlığının 1991 yılında yaptığı bir araştırmaya göre, ülkemize gelen yabancı turistlerin Türkiye’yi seçmelerindeki birinci nedenin ucuz alışveriş imkanı, ikinci nedenin ise Türk mutfağı olduğu saptanmıştır⁸¹. Bu amaçla turizm belgeli restoran ve beş yıldızlı otel restoranlarının menüsünde Türk mutfağına ait yemek çeşitlerine yer verilmektedir. Ayrıca Turizm Bakanlığı; 93/4811 nolu “Turizm Yatırımları ve İşletmelerinin Nitelikleri Yönetmeliği” ile 1nci sınıf restoranlar ve Lüks restoranlar için menülerinde Türk mutfağına ait yemek bulundurma zorunluluğunu getirerek, Türk mutfağını teşvik etmektedir.

3.7. Fast-food Restoranlarının Etkisi

Sosyo-kültürel bir olgu olarak karşımıza çıkan, ayaküstü beslenme ya da hızlı hazır yemek sistemi toplumlar arasında hızla yaygınlaşmaktadır. Aslında Türk yemek kültüründe eskiden beri simit, börek, muhallebi, hamur tatlıları, pide, ciğer ekmek, midye tava ve ayran gibi birçok yiyecek-içecek ayaküstü tüketilmektedir.

Bugün dünyada fast-food sistemi ile çalışan pek çok zincir restoran işletmesi vardır. Daha önce yukarıda belirttiğimiz; hızlı kentleşme, zaman darlığı, yalnız yaşayan insan sayısının fazlalığı ve kadının çalışma hayatına girmesi vb. sebeplerle birlikte; özellikle kitle iletişim araçları aracılığıyla yapılan reklam ve promosyonlar fast-food

⁸¹ Sürücüoğlu ve Akman, a.g.e., s.52.

sistemini bir moda ve marka bağımlılığı haline getirmiştir. Bu sistemde yer alan hamburger, pizza, patates kızartması ve yanında kola; her ne kadar insan hayatını kolaylaştıran ürünler olsa da; çok fazla yağ ve kolesterol içerdiğinden beslenme uzmanları tarafından insan sağlığı için uygun görülmemektedir.

Bu yüzden pide-kebab yanında soğan-maydanoz veya pilav gibi yiyecek maddeleriyle birlikte ayrı ayrı servis edilen ve besin değeri yüksek ⁸² Türk mutfağına ait özgün yemekler, fast-food sistemine **Türk Hızlı Yemek Sistemi** olarak dahil edilebilir. Bu amaçla Türk mutfağından seçilecek yiyeceklerle, diğer fast-food işletmeleriyle rekabet edebilecek zincir işletmeler kurulabilir.

4. TÜRK MUTFAĞINDA YEMEK ÇEŞİTLERİ

Türk mutfağında hazırlanan yemekleri genel olarak aşağıdaki gibi gruplayabiliriz:

- Çorbalar,
- Yumurtalı yemekler,
- Hamur işleri, makarnalar, pilavlar,
- Balık, diğer deniz ürünlerinden yapılan yemekler,
- Kümes hayvanlarının etinden yapılan yemekler,
- Av etlerinden yapılan yemekler,
- Et yemekleri ve etli sebze yemekleri,
- Diğer sebze yemekleri,
- Etli kuru baklagil yemekleri,
- Zeytinyağlı yemekler,
- Salata ve turşular,
- Tatlılar,
- Komposto ve hoşaf.

4.1. Çorbalar

Türk mutfağında çorba, hemen her öğünde tüketilebilen bir yemek çeşididir. Türk Mutfak Kültürü'nde yemeklere genellikle çorba ile başlanır. Çorbaların yapımında et ve tavuk suyu, lezzet vermesi için sık kullanılır.

⁸² Baysal, a.g.e., s.17.

Çorbalar, üç tip pişirme tekniği ile hazırlanır;

- Unun yağda kavrulması esasına dayanan **miyaneli** çorbalar; yoğurt çorbası, ezme mercimek çorbası, düğün çorbası vb. gibi.
- Et veya sade suyun içine, yaş veya kuru sebze, pirinç ve şehriye gibi malzemelerin ilave edilmesiyle hazırlanan **taneli ve sebzeli çorbalar**; şehriye çorbası, sebze çorbası, tarhana çorbası, işkembe çorbası gibi.
- Et veya sade suda çeşitli yiyecek maddelerinin pişirilip, ezilmesi ve daha sonra da süzülmesi şeklinde hazırlanan **süzme veya pürel çorbalar**; bezelye çorbası, sebze çorbası, kırmızı mercimek çorbası, patates çorbası vb. örnek verilebilir.

4.2. Yumurtalı Yemekler

Türk mutfağında birçok yemeğe, tatlı ve hamur işlerine yumurta konulmaktadır. Bununla birlikte yumurta ile çeşitli yemekler yapılmakta ve bu yemeklere; sahandada yumurta, omlet, menemen, çılıbr, ıspanaklı yumurta, yumurtalı ekmeği örnek olarak yazabiliriz.

4.3. Hamur İşleri, Makarnalar ve Pilavlar

Türk Mutfak Kültürü'nde hamur işleri denilince, ilk önce ekmek akla gelir. Türklerde ekmek, en önemli besin kaynağıdır ve bu yüzden kutsal bir değer taşır. Ekmekler arasında yufka, dayanıklılığından dolayı özel bir yere sahiptir. Yufka, hamurun inceltiyle açılması ve sıcak bir saça pişirilmesiyle meydana gelir. Yufka sadece ekmek olarak tüketildiği gibi; içine peynir, kıyma gibi çeşitli yiyeceklerin konulmasıyla dürüm veya yağlı saç üzerinde pişirilmesiyle gözleme biçiminde de tüketilir.

Yufkanın dışında, yumru büyüklüğünde ki mayalı hamurun yassıtılarak daire şeklinde, saça veya tandırda pişirilen bazlama ekmeğini; ayrıca kepekli ekmek, beyaz ekmek, saç ekmeği, Trabzon ekmeği, pide vb. daha birçok ekmek çeşidini sayabiliriz.

Türk mutfağında buğday unu, hamur işlerinin temel ham maddesidir. Hamur işleri arasında en popüler olan yemek böreklerdir. Börekler; saça, suda (haşlanarak), fırında ve yağda (kızartılarak) pişirilebilir. Börekleri, yapıldıkları hamur çeşidine göre üç gruba ayırabiliriz:

- Milföy hamurdan hazırlanan börekler; nemse böreği, talaş, puf ve bohça börekleri vb. gibi,
- Yufka börekleri; sigara böreği, tepsi böreği, su böreği, yufkalı büryan ve malzemeli börekler,
- Serpme hamur börekleri; kol böreği gibi, diğer böreklerle oranla daha yağsız ve kalın hamurdan hazırlanan börekleri örnek verebiliriz.

Bu saydığımız börek çeşitlerinin dışında daha adlarını sayamadığımız birçok börek ve çörek çeşitleri vardır.

Böreklerle ilave olarak; ince bir şekilde açılan hamurun üzerine kıyma, kuşbaşı veya kaşar gibi çeşitli malzemelerin konulmasıyla yapılan açık-kapalı pideler, lahmacunlar da Türk mutfağının önemli hamur işi yiyecekleri arasındadır.

Buğdayın ikinci derecede kullanım şekli, bulgur ve makarnalardır. Bulgur, buğday tanelerinin pişirilip kurutulduktan sonra kırılmasıyla elde edilir⁸³. Bulgurdan pilav, sarma, mercimekli köfte, içli köfte, çiğ köfte, kısır, batırık⁸⁴, basmaç⁸⁵ ve analı-kızlı⁸⁶ gibi farklı yörelerin mutfaklarına ait yemekler yapılmaktadır.

Hamurun kurutulup saklanması yöntemiyle erişte, kuskus ve makarnalar yapılmaktadır. Her ne kadar makarnanın, İtalyan mutfağından Türk mutfağına geçtiği söylene de, erişte, eskiden beri Türk mutfağında yer almaktadır.

Makarnalar, fırında makarna, domates soslu, yoğurtlu, peynirli, kıyma vb. gibi çeşitli şekillerde pişirilir. Eriştelerin pişirilmesinde de, aynı yöntemler söz konusudur.

Bir başka hamur işleri türünde yemek ise, mantıdır. Manti, Türklerin milli yemeği niteliğindedir. Bu kategorideki diğer yemeklerimiz arasından; tutmaç⁸⁷, hingel⁸⁸, tatar böreği⁸⁹ örnek verilebilir.

Tahıl grubundan pirinç; genellikle pilav (şehriyeli/etli/ nohutlu-tavuklu/bezelyeli pilav, düğün pilavı, iç pilavı, tas kebaplı pilav vb.), sarma, dolma gibi çeşitli yemekler ile bazı tatlıların yapımında kullanılır.

⁸³ Ayşe Baysal ve diğerleri, **Türk Mutfağından Örnekler** (Birinci basım. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi, 1993), s.9.

⁸⁴ Batırık, Alanya yöresine ait, ince bulgur, domates, salça, yeşillik ve acı biberden oluşan bir tür yemektir.

⁸⁵ Basmaç, kıyma, köftelik bulgur, soğan, maydanoz ve baharattan yapılan bir köfte türüdür.

⁸⁶ Analı-kızlı, ince bulgur, kıyma, un, yumurta, biber salçası, soğan ve maydanozdan yapılan bir yemek türüdür.

⁸⁷ Tutmaç, yapılışı mantı gibidir.

⁸⁸ Hingel, Erzurum yöresinde, hamurun kare biçiminde kesilerek tepsiye konup; üstüne yağ, acı biber, salça, yoğurt dökülerek yapılan bir tür mantıya benzeyen yemektir.

⁸⁹ Tatar böreğinin, yapılışı hingel gibidir.

4.4. Balıklar ve Diğer Deniz Ürünlerinden Yapılan Yemekler

Türk mutfağında, etli yemeklere ağırlık verilmesine rağmen balık ve diğer deniz ürünlerinden yapılan yemekler de önem kazanmıştır.

Balıklar; ızgara, tava, fırın buğulama, tuzlama, tütsüleme ve güveç gibi çeşitli şekillerde pişirilebilir.

Özellikle Karadeniz balıklarından hamsi, bahsettiğimiz tüm pişirme yöntemleriyle servis edilebilir. Örneğin, hamsi tava, hamsi buğulama, hamsi dolma ve hamsi çorba gibi çeşitli yemekler hazırlanır. Bu yemeklerin hazırlanmasında genellikle mısır unu ve mısır yağı kullanılır. Bununla birlikte balık yemeklerine; kağıtta uskumru, karışık sebzelerle uskumru buğulama, güveçte alabalık vb. gibi birçok çeşitli balıklardan yapılan yemekler örnek verilebilir.

Diğer deniz ürünlerinden yapılan yemeklerin ilk örneklerine Fatih Sultan Mehmet döneminde rastlıyoruz. Türk mutfağında midye tava, midye dolma, karides/kalamar tava ve karides pilakisi, kabuklu ve kabuksuz deniz ürünlerinden hazırlanan besin değeri yüksek bu yemekler, Türk mutfağı içerisinde de yer almaktadır.

4.5. Kümes Hayvanları Etlerinden Yapılan Yemekler

Kümes hayvanları etleri içerisinde en çok tavuk eti tercih edilmektedir. Bu et türlerinden yapılan yemekler, yine diğer yemeklerin pişirilme yöntemleriyle hazırlanır. Bu yemekler arasında; tavuk söğüş, piliç ızgara, piliç şiş, piliç çevirme, çerkez tavuğu ve pilavlı tavuk ızgarası gibi çeşitleri sıralayabiliriz. Ayrıca tavuğun göğüs eti, “tavuk göğsü” gibi bazı tatlı yapımında da kullanılmaktadır.

4.6. Av Hayvanları Etleri ile Yapılan Yemekler

Eski Türklerin yaşamında avcılık en büyük geçim kaynağıydı ve bu yüzden yiyeceklerin çoğunluğu bu tür hayvan etlerinden yapılmıştır. Her ne kadar günümüzde, av etlerinden yapılan yemeklerin sıklığı aynı derece olmasa bile, yine de geyik eti ve bu etten yapılan kavurma, çevirme; bildircin, keklik, yaban ördeği, sülün, çulluk gibi hayvanlarının eti tercih edilmektedir. Av kanatlıları dediğimiz bu grup (geyik eti hariç), hayvanlarının eti pişirilirken haşlama yöntemi pek tercih edilmez. Genellikle kızartma, fırın çevirme, ızgara ve doldurma biçiminde hazırlanır.

4.7. Et Yemekleri ve Etli Sebze Yemekleri

Türk mutfağında, her zaman için etsiz yemek yavan sayılmıştır. Et, yemeklerin en temel ve en önemli malzemesidir. Türkler, eskiden beri kesilen hayvanların etinden kemiğine kadar her tarafından faydalanmaktadır.

Türk mutfağında etler; sade pişirildiği gibi soğan, salça ve çeşitli sebzelerle de pişirilebilir.

Türk Mutfak Kültürü'nde, sade etlerden oluşan yemekler; haşlama, çevirme ve tandır kebabı, et kavurması şeklindedir. Döner, bu türde pişirilen et yemeklerine en iyi örneklerden birisidir.

Izgara tekniğine göre pişirilen et yemekleri de bu grup içersine girmektedir. Örneğin, şiş kebabı, ızgara biftek/pirzola, vb. gibi yemekler ve garnitür olarak yanlarına konulan domates, biber, yoğurt ve pilav Türk mutfağının vazgeçilmez yemekleri arasındadır.

Ateşte doğrudan doğruya pişirilen etler bazen hamur, deri gibi maddelerle sarılır. Örneğin; kuyu kebabı, etin koyun derisine sarılarak kendi suyu içinde pişirilir⁹⁰. Ayrıca et, sade su ile haşlanarak yenildiği gibi, kemikleri de kaynatılarak kemik suyu yapılabilir.

Et çeşitli yiyecek maddeleriyle birlikte de pişirilebilir; etin, domates, biber ve baharatlarla birlikte kavrulması şeklinde hazırlanan saç kavurma başta gelen yemeklerdendir. Bunlara, tencere kebabı, buğu kebabı gibi bir çok çeşit eklenebilir. Bunun dışında kıyma ve çeşitli yiyecek maddeleriyle yapılan köfteler Türk mutfağının en çok bilinen yemeklerindendir. Köfteler; tavada, fırında, ve ızgarada salçalı, sebzeli, sulu vb. şekillerde pişirilir. Bunların en güzel örnekleri; İnegöl köfte, İzmir köfte, kadınbudu ve sulu köftelerdir.

Kıymanın içine konulan malzemelerle birlikte şişlere sarılması şeklinde yapılan Adana ve Urfa kebabları, kendi yöresel mutfaklarından çıkan ve herkes tarafından bilinen yemekler arasındadır.

Türk Mutfak Kültürü'nde, eskiden beri kesilen hayvanların sadece etinden değil sakatatlarından da yararlanılmıştır. Bunlar arasında; işkembe ve paça çorbası, ciğer tava,

⁹⁰ Mine Arlı, "Türk Mutfağına Genel Bakış" Kültür ve Turizm Bakanlığı, Milli Folklor ve Araştırma Dairesince Düzenlenen Türk Mutfağı Sempozyumu'na sunulan bildiri (Ankara. 31 Ekim-1 Kasım 1981), s.22. (kitap)

ciğer dolma, ızgara dalak/böbrek, kokoreç ve beyin salatası en çok bilinen yemeklerdendir.

Et yemekleri, sebzelerle birlikte de hazırlanabilir. Örneğin; islim kebabı, orman kebabı, karnıyarık, musakka, çeşitli sebzelerle hazırlanan yahni, et ile birlikte haşlanan patates, kabak, havuç, etli kereviz yemeği ve daha birçok etli sebze yemekleri sayılabilir.

4.8. Diğer Sebze Yemekleri

Sebze yemekleri, genellikle et ve pirinç ile renklendirilir. Domates, patlıcan, dolmalık biber ve kabaktan yapılan dolmalar, yaprak ve lahana sarmaları Türk mutfağının zahmetle hazırlanan yemeklerindendir.

Yukarıda bahsettiğimiz etli sebze yemeklerinin dışında, kabak mücver, yumurtalı/yoğurtlu ıspanak, semizotu, pırasa, etli taze fasulye/ bakla/bamya gibi çeşitli yemekler de mevcuttur.

Sadece sebzelerden oluşan yemeklere de en güzel örnek, domates veya yoğurt soslu hazırlanan patates, patlıcan, kabak, biber kızartmalarıdır.

4.9. Baklagil Yemekleri

Türk mutfağında; sucuklu-pastırmalı kuru fasulye, etli börülce, etli mercimek yemeği ve nohut yemeği sıkça pişirilen yemekler arasındadır.

4.10. Zeytinyağlı Yemekler ve Mezeler

Türk Mutfak Kültürü'nde, zeytinyağ kullanımı genellikle Batı ve Akdeniz bölgelerimizde daha yaygındır. Bu yemeklerimizden örnek olarak, zeytinyağlı taze fasulye, barbunya, börülce, yaprak ve lahana sarması, dolmalar, enginar, pırasa ve imambayıldıyı sayabiliriz.

Bu grup içinde humus, hibeş tava, fasulye, balık ve midye pilaki gibi meze türündeki yiyecekleri de gösterebiliriz.

4.11. Salata ve Turşular

Salatalar, hem besleyici yönleri hem de lezzetleri bakımından yemekleri tamamlayan yiyeceklerdir.

Salatalar arasında çoban salatası, mevsim salatası, domates ve salatalık söğüş, havuç, turp rendesi, patates salatası, közlenmiş patlıcan salatası, yoğurtlu kereviz salatası, beyin salatası vb. gibi birçok çeşit vardır.

Türk sofralarında kışa hazırlık için, tuzlu su veya sirke ile yapılan lahana, havuç, kelek, salatalık, pancar, taze fasulye turşusu ve daha birçok çeşitli turşular yapılmaktadır.

4.12. Komposto ve Hoşafklar

Türk mutfağında, yemeklerin yanında tat vermesi ve yeme kolaylığı sağlaması için çeşitli taze meyvelerden komposto ve kuru meyvelerden hoşafklar hazırlanır.

Yukarıda incelediğimiz Türk Mutfak Kültürü'nde yer alan yemek çeşitlerinin ve I. Bölümde anlatılan fast-food sisteminin özelliklerinden hareketle her iki gruptaki yiyeceklerin ne şekilde hangi ekipmanla hazırlanabileceği ve pişirilebileceği konusunda yardımcı olması için III. Bölümde genel olarak yemek pişirme yöntemleri ve yemek hazırlama/pişirme ekipmanları açıklanmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YEMEK PİŞİRME YÖNTEMLERİ VE YEMEK HAZIRLAMA/PİŞİRME SÜRECİNDE KULLANILAN EKİPMANLAR

1. ISI TRANSFERİ

Yiyeceklerin bir kısmı, özellikle meyve ve sebzeler çiğ olarak yenabilir. Bununla birlikte, yiyeceklerin bir çoğu pişirildikten sonra yenilir. Yiyecekleri pişirmenin bir çok nedeni vardır. Bunları aşağıdaki gibi sıralayabiliriz⁹¹:

- Hazmı kolaylaştırmak,
- Zararlı organizmalar ve mevcut toksinleri öldürmek,
- Yiyeceklerin lezzetini arttırmak, yiyecekleri parçalama ve lifleri yumuşatma yoluyla; yiyecekleri daha lezzetli ve sindirimi daha kolay bir hale getirmek,
- Yiyecekleri daha ilginç formlara sokmak (örneğin; bazı yiyecekler pişirilerek fiziksel şekilleri değiştirilebilir ve yemeklerde püre ya da sos olarak kullanılabilir),
- Saklama ve muhafaza kalitelerini arttırmaktır (konserve ve depolama amaçlı).

Yemek pişirmenin temel aşaması ısı transferidir. Bu nedenle öncelikle ısı transferi şekillerini incelememiz yemek pişirme yöntemlerinin daha iyi anlaşılması açısından faydalı olacaktır.

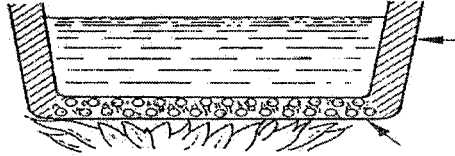
Yemek pişirmede kullanılan temel enerji kaynağı ısı olup, ısıнын transferinde çeşitli yöntemler kullanılmaktadır. Bunlar; iletim, ısı yayma, radyan ve mikrodalga yöntemleridir.

⁹¹ Victoria Isaac ve Dorothy Smith, **Comprehensive Cookery** (First edition. Australia: McGraw-Hill Book Company, 1991), s.59; Maria Magris, Cathy McCreery ve Richard Brighton, **Introduction to Catering** (First edition. Oxford-England: Blackwell Scientific Publications, 1993), s.77.

1.1. İletim Yöntemi (Conduction)

Bu yöntemde ısı transferi, yiyeceklerin ısı kaynağıyla direkt ilişkisini sağlayarak yapılır. Yiyeceklerin ısı kaynağıyla ilişkisi, sert metalden yapılmış yemek pişirme araçlarıyla sağlanır. Bunlar genellikle; tencere, tava vb. yiyecek araçlarıdır.

Şekil 3: İletme Yöntemi



Kaynak: Isaac ve Smith, a.g.e., s.59.

Yukarıdaki şekilde görüldüğü gibi; ısı, direkt olarak ısı kaynağından tencere veya tava tabanına , oradan tavanın iç yüzeyi ile birlikte yiyeceğe iletilmektedir⁹². Her ne kadar işlem yavaş olsa da, ısı enerjisi tavanın tümü ısınıncaya kadar, molekülden moleküle transfer yoluyla yapılır.

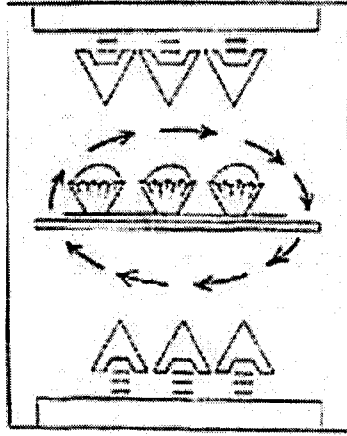
1.2. Isı Yayma Yöntemi (Convection)

Isı yayma, gaz veya sıvıdaki (hava, buhar) ısının transferini sağlayan bir yöntemdir. Isı yayma yöntemi, gaz ve sıvının ısıtılması sonucunda oluşan ısının yiyeceklerle transferi ile gerçekleşir. Gaz ile ısı yayma, konvensiyonel ve konveksiyonlu fırınlarda yapılır. Sıvı ile ısı yayma; tencereler, derin kızartıcılar, özel buharlı pişirme kapları vb. pişirme ekipmanları ile yapılır.

Gaz ile ısı yayma; konvensiyonel veya konveksiyonlu fırınlar, ısıyı elektrik veya gaz kaynağından alarak sıcak havayla yiyeceklerle aktarırlar. Aşağıdaki şekilde görüldüğü gibi, fırında oluşan sıcak gazlar, fırın içinde dolaşarak ısının yayılmasını sağlarlar. Fırın içindeki sıcak hava hareketleri ısı yayma olarak adlandırılır. Bu fırınlarda yiyecekler, sıcak hava hareketleri ve ısı kaynağından gelen ısıyla pişirilirler.

⁹² Magris, McCreery ve Brighton, a.g.e., s.77-78.

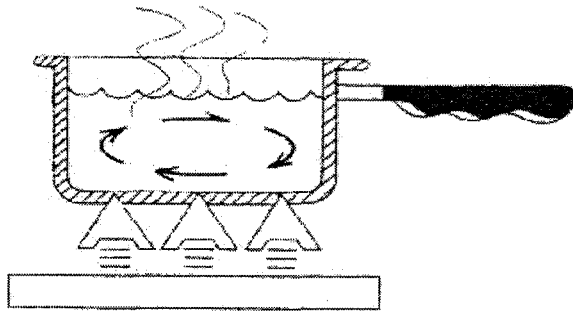
Şekil 4: Gaz ile Isı Yayma



Kaynak: Magris, McCreery ve Brighton, a.g.e., s.78.

Sıvı ile ısı yayma; tencereler, derin kızartıcılar, özel buharlı pişirme kapları vb. pişirme ekipmanları sıvı ile doldurulur, sıvı ısıtılır ve ısınan bu sıvı vasıtasıyla yiyeceklere transfer edilir. Sıvı ile ısının yayılması aşağıdaki şekilde görüldüğü gibi; önce ısı kaynağından pişirme ekipmanına oradan sıvıya ve sonra da pişirilecek yiyeceğe ısı yayma yöntemi ile aktarılmaktadır.

Şekil 5: Sıvı ile Isı Yayma



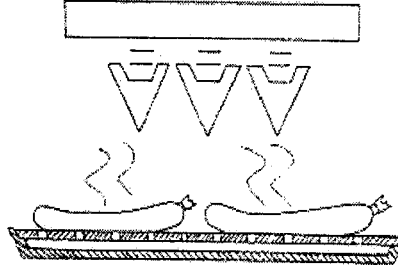
Kaynak: Magris, McCreery ve Brighton, a.g.e., s.78.

1.3. Radyan (Radian)

Radyan, enerjinin ısı kaynağından elektromanyetik ışınlar yoluyla oluşur. Yiyecekler özel pişirme kapları içerisinde, aşağıdaki şekilde görüldüğü gibi; direkt olarak elektromanyetik ışınların önüne konulmakta (genellikle ısı kaybını minimize etmek amacıyla ısı kaynağına en yakın yere konulmaktadır), sadece yiyeceklerin

yüzeyden 1-2 mm. içi ısıyı almakta⁹³ ve ısı yiyeceklerin tümüne, ısı iletim yöntemi ile yayılmaktadır. Örneğin fırın ızgara işlemi böyle yapılmaktadır.

Şekil 6: Radyan Yöntemi

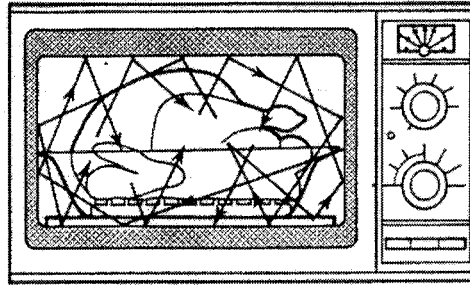


Kaynak: Magris, McCreery ve Brighton, a.g.e., s. 79.

1.4. Mikrodalga Yöntemi (Microwave)

Mikrodalga fırınlarda pişirme işlemi, yiyeceklerin içerisindeki molekülleri, çok yüksek hızlarda hareketlendirmeye yarayan mikrodalga ışınlarının üretilmesiyle yapılmaktadır. Yüksek frekanslı radyo dalgaları yiyeceğin bünyesindeki su moleküllerini titreştirerek, sürtünmeyi yaratır ve bunun sonucunda çıkan ısı yemeğin pişmesini sağlar.

Şekil 7: Mikrodalga Yöntemi



Kaynak: Ronald Kinton, Victor Ceserani and David Foskett, **The Theory of Catering** (Eighth edition. Great Britain: Hodder & Stoughton Educational, 1998), s.391.

Değişik maddeler mikrodalgalara farklı biçimde tepki verir. Maddenin bileşimine bağlı olarak mikrodalgalar iletilir, emilir ya da yansıtılır. Kağıt, cam, plastik gibi

⁹³ John Fuller, **The Complete Book of Pub Catering** (First edition. Musselburg-England: Century Hutchinson, 1986), s.71.

mikrodalgaları emmeksizin ileten maddeler, mikrodalga fırına yerleştirilen yiyeceklerin kolaylıkla ısıtılmasını sağlar. Bu nedenle, pişirme sürecinde kağıt ya da cam kaplardan yararlanılmaktadır⁹⁴.

Mikrodalga yöntemi diğer radyasyon yöntemleri ile karıştırılmamalıdır. Bu yöntem atomik, nükleer radyasyon veya radyoaktif yöntemlerle aynı değildir⁹⁵.

Mikrodalga fırın kullanımının hem avantajları ve hem de dezavantajları söz konusudur⁹⁶.

Avantajları:

- En temel avantaj, enerji ve zamandan sağlanan tasarruftur. Pişirme süresi 5-10 dakika gibi sürelerle ifade edilir.
- Dondurulmuş yiyeceklerin çok kısa sürede besin değerini kaybetmeden çözülmesini sağlar.
- Yiyecekler kısa sürede pişirildiği için doğal görünümü bozulmamaktadır
- Mikrodalga fırınlar, artan yiyeceklerin lezzet ve besin değerlerini koruyarak yeniden ısıtılmasına olanak verir.
- Bu fırınlar, % 75 oranında enerji tasarrufu sağlar.

Dezavantajları:

- Pişirme hızı, fırına yerleştirilen yiyecek miktarı arttıkça azalmakta ve bu nedenle de, büyük miktarda yiyeceklerin pişirilmesi mümkün olmamaktadır.
- Mikrodalga fırınlar, pişirme sırasında yiyeceklerdeki mikro organizmaların ortadan kaldırılmasında, geleneksel yöntemlere göre daha az etkilidir.
- Bu fırınlarda hazırlanan yiyeceklerin lezzeti, geleneksel yöntemlere göre hazırlanan yiyeceklere göre daha az lezzetlidir.

Her ne kadar mikrodalga pişirme yöntemi bir çok araştırmacı tarafından geleneksel yöntemlerden ayrı bir grupta değerlendirilse de, Cracknell ve Kaufman;

⁹⁴ Özgür Özmen, **Yiyecek Yönetiminde Temel İlkeler** (Birinci basım. Eskişehir: Birlik Matbaası, 1994), s.103.

⁹⁵ Isaac ve Smith, **a.g.e.**, s.60.

⁹⁶ Özmen, **a.g.e.**, s.103-105.

mikrodalga pişirme yönteminin geleneksel anlamdaki pişirme yöntemlerinden ayrı olarak değerlendirilmeyeceğini belirtmektedir⁹⁷.

2. YEMEK PİŞİRME YÖNTEMLERİ

Yemek pişirme yöntemleri; sulu, kuru ve yağda pişirme yöntemleri olarak üç ana gruba ayrılmaktadır. Sulu pişirme yöntemi, sıvının değişik formlarıyla yiyeceklerin pişirilmesini sağlarken, kuru pişirme yönteminde, her hangi bir sıvı kullanılmaksızın pişirme işlemi yapılmakta ve yağda kızartma yöntemiyle de çeşitli şekillerde kızartılmaktadır⁹⁸. Bu yöntemler, modern yemek pişirme yöntemlerinin tümünü içine alır. Hepsinin arasındaki ayrım noktası genellikle belirsiz olup, bir çok durumda bu üç grubun ya da daha fazlasının kombinasyonu kullanılmaktadır. Bu yöntemlerden hangisinin kullanılacağı ise; pişirilecek yiyeceğin özelliğine (sert, yumuşak; taze, işlenmiş vb.), kullanılan katkı malzemelerine ve pişirilmek istenen yiyeceğin miktarına bağlı olarak değişmektedir⁹⁹.

2.1. Sulu Pişirme Yöntemleri

Sulu pişirme; haşlama, yiyeceklerin suyun kaynama derecesi altındaki sıvı ortamında pişirilmesi, kendi suyunda pişirme, buharlı pişirme ve basınçlı tencerede pişirme yöntemlerinden oluşmaktadır.

2.1.1. Haşlama (Boiling)

Yiyeceklerin suyun kaynama noktası olan 100 °C’de, sıvı ortamında kaynatarak pişirilmesidir.

Haşlamada en çok kullanılan sıvı sudur. Fakat et suyu, domates suyu, şarap, sirke ve sütte kullanılabilir¹⁰⁰.

Isı enerjisi gaz ya da elektrikle çalışan bir ünite tarafından sağlanır ve ısı, pişirme için kullanılan gercin tabanından sıvı ortamına iletilir. Sıcak sıvı ortamında oluşan ısı, daha önce sıvı ile ısı yayma yönteminde anlatıldığı gibi yiyeceklere transfer edilir.

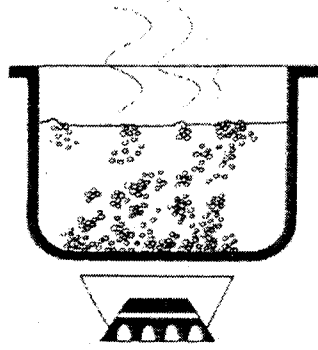
⁹⁷ H.L. Cracknell ve R.J. Kaufman, **Practical Professional Cookery** (Third edition. London: MacMillan, 1992), s.7.

⁹⁸ Isaac ve Smith, **a.g.e.**, s.61-66.

⁹⁹ Magris, McCreery ve Brighton, **a.g.e.**, s.77-78.

¹⁰⁰ Lendal H. Kotschevar, **Short Order Cooking** (First edition. New York-USA: Van Nostrand Reinhold, 1990), s.72.

Şekil 8: Haşlama Yöntemi



Kaynak: Magris, Maria, Cathy McCreery ve Richard Brighton, a.g.e., s.91.

Haşlama süresince, pişen yiyeceğin üzeri yeterli derecede sıvıyla kaplı olmalıdır. Bu süre, haşlanacak yiyeceğin türüne göre ayarlanır. Genellikle kırmızı ve beyaz etler yumuşayıncaya kadar pişirilir. Et sert olduğu zaman, sıvı biraz daha yüksek ateşte kaynatılabilir.

Haşlama esnasında buharlaşma olduğu için, sıvının seviye kontrolü önemlidir. Sıvıyı haşlama derecesi olan 100 °C’de tutmak için buharlaşan sıvının yerine kaynamış sıvı konulmalıdır¹⁰¹. Et ve kümes hayvanlarının haşlanması esnasında, aşırı buharlaşmanın önlenmesi için, tencerenin bir kısmı açık kalacak şekilde kapakla kapatılır. Fakat bu durumda kaynama hızı artacağından, ateşin kısılması gerekmektedir.

Yiyecekler eklendikten sonra kapak kapatılarak haşlama devam etmelidir. Ancak yeşil sebzeler kapaksız haşlanmalıdır. Ayrıca sebzelerin renklerinin değişmemesi için, haşlama suyuna herhangi bir madde konulmamalıdır. Tüm yiyeceklerde haşlama esnasında sıvının yüzeyinde oluşan köpük veya yağın alınması gerekmektedir.

Haşlamada her türlü tatlandırıcı çeşni malzemeleri, kaynamada ortaya çıkan yağ ve köpüklerin alınmasından sonra ilave edilmelidir. Eğer bu işlem bundan önce yapılırsa, kaynama esnasındaki köpüğün fazlalaşmasına, bunların birbirine yapışmasına ve sonrasında sıvının bozulmasına neden olur.

Kırmızı ve beyaz etlerin maksimum tatla korunabilmesi için, etlerin kaynayan bir sıvının içerisine konulması ve yüksek ateşte bir kaç dakika haşlandıktan sonra, kısık ateşte haşlamaya devam edilmesi gerekir. Tuzlu ve terbiyeli etler, tuzunun alınması ve daha iyi haşlanması için soğuk suda kaynatılmalıdır.

¹⁰¹ Isaac ve Smith, a.g.e., s.62.

Kaynama yöntemi kullanıldığında bazı yiyecekler ilk önce soğuk sıvı ortamına yerleştirilir; daha sonra ise sıvının, sıcaklık derecesi kaynama derecesine çıkartılır. Yiyeceklerin soğuk su ortamına yerleştirilmesi yöntemi¹⁰²; et sularında olduğu gibi maksimum lezzet düzeyini sağlamak, havuç ve şalgam gibi sert kök sebzeleri yumuşatmak ve bütün balığın parçalanmasını önlemek için kullanılmaktadır. Yeşil sebzeler ise kaynamış ve tuzlu suda olabildiğince hızlı kaynatılmalıdır. Bu işlem yeşil sebzelerin renginin korunmasını ve vitamin kaybının olmamasını sağlar.

Haşlama yöntemi en çok kullanılan yemek pişirme yöntemlerinden birisi olup, genellikle; sos, çorba, yumurta, pirinç, kabuklu deniz mahsulleri, bazı balıklar, her türlü sebze ve pişirilmesi uzun süreler gerektiren et ürünleri için kullanılır.

2.1.2. Yiyeceklerin Suyun Kaynama Derecesinin Altındaki Sıvı Ortamında Pişirilmesi (Poaching)

Poşe yöntemi olarak ta adlandırılan bu yöntemde; yiyecekler yine sıcak bir sıvı ortamında pişirilmektedir. Fakat, pişirilecek yiyecek sıvıya konulmadan önce, sıvının kaynama noktası 75-95 °C'ye düşürülmelidir.

Yiyecekleri ya tümüyle ya da kısmen örten bir sıvı, kaynama derecesinin biraz altında tutularak, yiyeceklerin daha az hareket etmesi ve parçalanması önlenerek pişirilir. Poşe yöntemi, hızlı bir pişirme yöntemi olduğundan restoranların birçoğu tarafından kullanılmakta ve menülerinde bu yöntemle hazırlanan yiyeceklere ağırlık vermektedirler.

Bu yöntem; genellikle çok uzun pişirme süresi gerektirmeyen yumuşak dokulu sebze ve etlerin pişirilmesinde kullanılmaktadır¹⁰³. Bunun için en iyi örnek balıktır. Varolan az miktardaki bağ dokularının kolaylıkla jelatine dönüşmesi nedeniyle, bu yöntemle pişirilen balıklar, kolaylıkla yumuşak, sulu ve ince tabakalara ayrılır¹⁰⁴. Poşe yöntemi, ayrıca kümes hayvanları, av hayvanları (kuşlar), sakatatlar, yumurta, meyve ve bazı sebzelerin pişirilmesinde kullanılmaktadır. Bu yöntem, sıvı yeterince sıcak olmadığından, kırmızı etlerin, yeşil sebzelerin ve kök sebzelerin pişirilmesi için uygun değildir.

¹⁰² Özmen, a.g.e., s.94-95; Cracknell ve Kaufman, a.g.e., s. 8.

¹⁰³ Cracknell ve Kaufman, a.g.e., s. 9.

¹⁰⁴ Özmen, a.g.e., s.97-98.

2.1.3. Kendi Suyunda Pişirme (Stewing)

Bu yöntemde temel prensip, kümes hayvanları etlerinin, küçük parça etlerin, 90 °C'deki az sıvı (genellikle et suyu) ve az yağla pişirilmesidir. Yöntemin kendine has en önemli özelliklerinden birisi, kaynamada kullanılan sıvının minimum düzeyde tutulması ya da hiç sıvı kullanmayıp yiyeceğin kendi suyunda pişirilmesidir.

Yöntem özellikle, küçük parçacıklar halinde doğranabilen ve kemiğinden ayrılabilen kırmızı et ve kümes hayvanlarının etleri için çok uygundur. Bu etler, çok hızlı bir şekilde ve lezzetini kaybetmeden pişebilmektedir.

Pişirme esnasındaki sıvı çok fazla olmamalı, sadece pişirme işlemini verimli olarak sağlayabilecek seviyede olmalıdır. Kaynamadan sonra yiyecek tabakasının üzerinde oluşan yağ ve köpükler alınmalı ve kısık ateşte pişirilmeye devam edilmelidir. Kaynama süresince buharlaşmayı minimum düzeyde tutabilmek için, tencere kapakla hafif aralıklı biçimde kapatılmalıdır.

Su yüzdesi yüksek yaz ve kış sebzelerinin, kısık ateşte ve çok az bir sıvı ile pişirilebileceği en iyi yöntemdir. Çünkü bu tür sebzeler çok fazla su içerdiğinden, kendi suyunda kolayca pişebilmektedir.

Yani her yiyecek türü için bu yöntemdeki temel prensip; yiyeceğin olabildiğince az sıvı içersinde ve hatta kendi suyu ile kısık ateşte pişirilmesidir. Ayrıca, yiyeceklerin pişirilmesi için kullanılan sıvı ya da yiyeceğin kendi suyu yiyeceklerle birlikte servis edilmelidir¹⁰⁵.

2.1.4. Buharlı Pişirme (Steaming)

Buharlı pişirme yöntemi, yiyeceklerin besin değerlerini koruyarak 1.05 kg/cm² atmosferik basınç altında yemeklerin su buharıyla pişirilmesi esasına dayanır¹⁰⁶. Buharlı pişirme, düşük basınçlı (0.17'den 0.35 kg/cm²) buhar fırınları ya da yüksek basınçlı (0.70'den 1.05 kg/cm²) buhar fırınlarında yapılabilmektedir. Genel bir kural olarak yüksek basınç, yüksek ısı ve bu da kısa süreli pişirme anlamına gelmektedir.

Buharlı pişirme yönteminde; yiyecekler, direkt buhar temasıyla pişirilebileceği gibi, uygun bir şeyle (folyo, kase, tabak vb.) kapatılarak indirekt buhar temasıyla daha uzun bir sürede de pişirilebilir.

¹⁰⁵ Magris, McCreery ve Brighton, a.g.e., s.96.

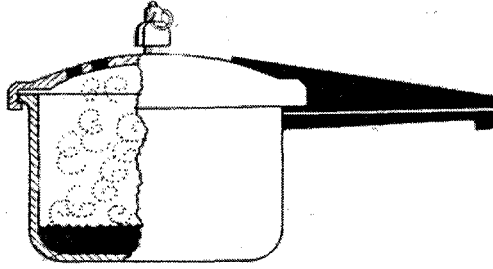
¹⁰⁶ Cracknell ve Kaufman, a.g.e., s. 10; Ursula Jones, **Catering: Food Preparation and Service** (Second edition. London-England: Richard Clay Ltd., 1988), s.4-5; Fuller, a.g.e., s.74.

Balık, et, kümes hayvanları etleri ve pek çok sebze bu yöntemle pişirilebilmektedir. Ayrıca lahana ve havuç gibi, su oranı yüksek sebzelerde yiyeceklerin kendi suyu ile kapağı sıkıca örtülmüş bir tencerede pişirilmesi de mümkündür.

2.1.5. Basınçlı Tencerede Pişirme (Pressure Cooking)

Islak pişirme yöntemleri içerisinde en uygun yöntemdir. Deniz seviyesinde normal atmosfer basıncı altında, sıvıların kaynama noktası 100 °C'dir. Her ne kadar atmosferik basınç artsa da, sıcaklık düşebilmektedir. Bu basınçlı pişirme yönteminin temel prensibidir.

Şekil 9: Basınçlı Tencerede Pişirme



Kaynak: Magris, McCreery ve Brighton, a.g.e., s.95.

Düdüklü tencere; buharı içeride tutarak, basıncı koruyan ve sıcaklığı arttıran (100 °C'nin üstünde) bir şekilde dizayn edilmiş özel bir yemek pişirme ekipmanıdır. Buhar, tencerenin içerisinde direkt olarak yiyeceklere etki eden küçük moleküllere ayrılmış sıvı parçacıklarından oluşur. Bu da, yiyeceğin pişme süresini önemli bir şekilde azaltmaktadır. Bu yöntem, uzun sürede pişen yiyeceklerde kullanılabilir¹⁰⁷.

Basınçlı pişirme yönteminde; hızlı pişirme, enerji tasarrufu, minimum besin kaybı gibi avantajlar söz konusu iken; fazla ya da az pişirme, etlerde pişirmeden kaynaklanan kayıplar gibi dezavantajlar vardır.

Bu yöntemde pişirme işlemini yaparken dikkat edilmesi gereken hususlar aşağıdaki gibidir¹⁰⁸:

- Basınçlı tencere kesinlikle 3/2'den fazla doldurulmamalı,

¹⁰⁷ Isaac ve Smith, a.g.e., s.63.

¹⁰⁸ Turizm Bakanlığı, *Yiyecek Üretimi Öğretmen El Kitabı* (Birinci basım. Ankara: Yorum Matbaası, 1994), s.185.

- Yiyeceklerin pişme süreleri bilinmeli ve suyu ayarlanmalı,
- Tencere ocağa konulup buhar çıktıktan sonra ısı azaltılmalı,
- Tencerenin basıncı düşürülmeden kapak kesinlikle açılmamalıdır.

2.2. Kuru Pişirme Yöntemleri

Kuru pişirme; ızgarada pişirme, fırında kızartma ve fırında pişirme yöntemlerinden oluşmaktadır.

2.2.1. Fırında Pişirme (Baking)

Fırında yiyeceklerin kuru ısı yardımıyla pişirildiği yöntem olup; ekmekler, sebzeler, balıklar, makarnalar, hamur işleri ve bazı tatlılar bu yöntemle pişirilebilmektedir. Kullanılan sıcaklık derecesi 121-246°C arasında değişmektedir¹⁰⁹.

Bu yöntemde, hamur işleri özel kalıplarla çeşitli şekillere sokularak ya da kalıplar içersinde pişirilebilir. Pişirme hızı; fırının ısısına, fırının pişirme kapasitesine bağlı olarak ayarlanır ve özellikle pişecek yiyeceğin cinsine göre fırının önceden ısıtılması gerekir.

Gazlı veya elektrikli konvensiyonel, konveksiyonlu fırınlar, mikrodalga ve konveksiyonlu mikrodalga fırınlar, fırında pişirme yönteminde kullanılabilecek ekipmanlardır.

2.2.2. Fırında Kızartma (Roasting)

Fırında kızartma özünde fırında pişirmeyle aynı olup, bu yöntemde yiyecekler kuru ısı yardımıyla kızartılarak pişirilmektedir.

Fırında kızartma işlemi sırasında hiç su kullanılmamakta ve bu da pişme sırasında su kaybına neden olmaktadır¹¹⁰.

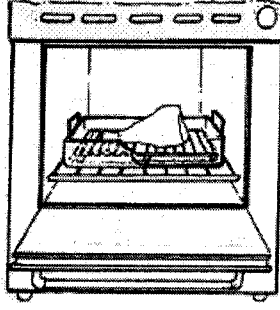
Kızartma esnasında yiyeceğin kurumasını önlemek için, kısa aralıklarla yiyeceğe yağ veya yiyeceğin kendi suyunun sürülmesi gerekir.

Yemek uzmanlarının çoğu kızartma esnasında tuz kullanımını, yiyeceklerde yüzey kızarmasını geciktirdiği için uygun görmemektedirler.

¹⁰⁹Özmen, a.g.e., s.100.

¹¹⁰ Kotschevar, a.g.e., s.77.

Şekil 10: Fırında Kızartma



Kaynak: Jones, a.g.e., s. 6.

Fırında kızartma; dana, domuz ve kuzu etleri, bazı kümes hayvanları ve av hayvanlarının pişirilmesi için en uygun yöntemlerden birisidir. Tüm bu etlerde, kızartma esnasında yapılması gereken en önemli şey, yukarıda da belirtildiği gibi ete yeteri miktarda yağ veya kendi suyunun sürülmesi, böylece etin kurumasının önlenmesidir.

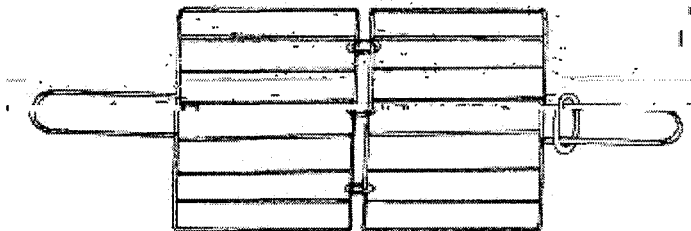
Bu yöntemde, fırın sıcaklığının önceden 232-250 °C ayarlanıp, yiyecek yüzeyi kızardıktan sonra ısının 200 °C'ye ya da istenilen dereceye düşürülmesi önerilmektedir.

2.2.3. Izgarada Pişirme (Grilling/Broiling)

Izgarada pişirme yönteminde; klasik ızgara ekipmanları (ızgara teli, mangal, barbekü vb.) ve modern ızgara ekipmanları (fırın, açık ızgaralar, griddle vb.) kullanılmaktadır.

Klasik ızgara; ekipmanında ısı kaynağı ızgara telinin altında olup, yiyecekler ızgara telinin arasına veya üstüne pişirilir. Yani yiyecekler ısı kaynağının 4-5 cm. üstünde, direkt ısı temasıyla pişirilir. Yiyeceklerin, ısı kaynağına uzaklığı pişirilecek yiyeceğin cinsine göre ayarlanır.

Şekil 11: Klasik Izgara



Kaynak: Kotschevar, a.g.e., s.76.

Fırında ızgarada; yiyecekler ısı kaynağının arasına, altına (Şekil 23 bakınız) ya da üzerine yerleştirilerek pişirilir. Izgara yapılacak fırının iyice temizlenmesi ve havalandırılması bu işin başarılı bir şekilde yapılmasının ilk şartıdır. Yetersiz havalandırma, yanmış yağ ve yemek parçaları nedeniyle oluşmuş buhar ve gaz kokularının, ızgara yapılacak yiyeceklerle sinmesi, yiyeceğin lezzetini olumsuz olarak etkileyecektir¹¹¹. Izgara süresi ve ısı ayarı, yiyeceğin ısı kaynağına olan uzaklığına göre ayarlanır.

Açık ızgara; genellikle *griddle* (Şekil 21 bakınız) olarak adlandırılan bir ızgara ekipmanı üzerinde, yiyeceğin cinsine göre yağlı/yağsız pişirilir. *Griddle*'da kullanılması önerilen ideal sıcaklık 190-205°C'ler arasında olup, ızgara pişirmeden önce ısıtılıp hazır hale getirilmelidir.

Genel olarak ızgara yapılacak olan etler; körpe etler olmalı ve ızgaradan 6-7 saat önce hazırlanarak bekletilmelidir. Bu yöntemde unutulmaması gereken nokta, yiyeceğin tek taraflı (alttan veya üstten) ısı kaynağıyla pişirilmesi durumunda; bir tarafı pişirildikten sonra, diğer tarafının da çevrilerek pişirilmesi gereğidir.

Izgarada ısı enerjisi olarak; gaz, elektrik, odun kömürü veya odun kullanılabilir.

2.3. Yağda Kızartma Yöntemi (Frying)

Yağda kızartma yönteminde, yiyecekler katı veya sıvı yanmış yağ içerisine atılarak kızartılmaktadır. Katı ve sıvı yağların kimyasal özellikleri birbirinden farklıdır. Kızartma işlemi katı yağda yapılan yiyeceklerin lezzeti daha ağır, sıvı yağda yapılanların ki ise daha hafiftir. Yağlar büyük ölçüde parçalanarak tütmeye başladıklarından gözde, burunda ve boğazlarda yanmaya neden olan ve akrenolin denilen keskin, beyaz bir duman oluşturur¹¹². Kötü bir biçimde parçalanan yağ oldukça düşük sıcaklık derecelerinde tütmeye başlar; koyu bir renge bürünür ve keskin asitli bir koku verir.

Yağda kızartma; bol yağda kızartma (deep-fat frying) ve az yağda kızartma (shallow frying) olarak iki şekilde yapılabilir.

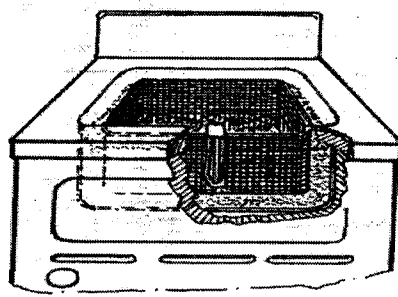
¹¹¹ Cracknell ve Kaufman, a.g.e., s.13.

¹¹² Özmen, a.g.e., s.102.

Bol yağda kızartmada; yiyecekler özel olarak hazırlanmış ekipmanlar içerisinde kızgın yağda pişirilir¹¹³.

Bu yöntemde ısı yiyeceğin her tarafına eşit oranda yayıldığından, pişme işlemi çok kısa bir sürede gerçekleşir. Yağ sıcaklığı 160 ile 190 °C arasında olup, ısı yiyeceğe göre ayarlanır¹¹⁴. Patates, terbiye edilmiş küçük parça etler bol yağda kızartılabilecek yiyeceklerdir¹¹⁵.

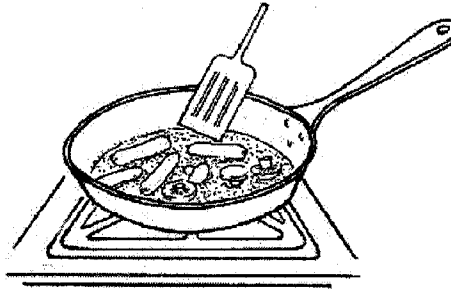
Şekil 12: Bol Yağda Kızartma



Kaynak: Jones, a.g.e., s.6.

Az yağda kızartmada; yiyecekler kızartma tavalarında az yağla ya da kendi yağlarında pişirilmektedir. Tereyağı, zeytinyağı, diğer katı ve sıvı yağlar kızartma için kullanılabilir.

Şekil 13: Az Yağda Kızartma



Kaynak: Jones, a.g.e., s.6.

Az yağda kızartma yöntemi, özellikle kaliteli etlerin (biftek, pirzola vb.) pişirilmesi için en uygun yöntemdir. Balık, kümes hayvanları etleri, salam, sosis gibi et

¹¹³ Kotschevar, a.g.e., s.80.

¹¹⁴ Cracknell ve Kaufman, a.g.e., s.16-17.

¹¹⁵ Jones, a.g.e., s. 7.

ürünleri; soğan, mantar vb. sebzeler ve çeşitli meyveler bu yöntemle pişirilebilecek yiyeceklerdir.

Yağda kızartma yapılırken aşağıdaki hususlara dikkat edilmesi gerekmektedir¹¹⁶:

- Kızartma için yanma noktası yüksek yağ kullanılmalıdır.
- Yağın ısısı 180 °C'yi (bol yağda 190) aşmamalıdır.
- Yiyecek maddesinin cinsine göre yağın ısı derecesi ayarlanmalıdır.
- Kızartılacak yiyecekler aynı kalınlıkta ve eşit büyüklükte olmalıdır.
- Tava çok yiyecek maddesi ile doldurulmamalıdır (1/7).
- Yanmış ve çok kullanılmış yağlar kullanılmamalıdır.
- Kızartılan yiyecek maddeleri mutlaka sıcak bir fırın tepsisine veya kağıt üzerine çıkartılmalıdır.
- Kızartma işlemi servise en yakın zamanda yapılmalıdır.
- Kızartılan yiyecekler kesinlikle üst üste konulmamalıdır.
- Fritöz kullanılıyorsa yağ her defasında süzülmesi ve kaybolan yağın yerine taze yağ ilave edilmelidir.

3. YİYECEK HAZIRLAMA VE PİŞİRME SÜRECİNDE KULLANILAN EKİPMANLAR

3.1. Yiyecek Hazırlama Sürecinde Kullanılan Ekipmanlar

Yiyecek hazırlama ve pişirme sürecinde; işlemleri kolaylaştırmak, işgücü ve zamandan tasarruf sağlayabilmek amacıyla çeşitli ekipmanlar kullanılır. İşletmede etkin ve verimli bir çalışmanın sağlanabilmesi için; öncelikle kapasiteye göre doğru ekipman seçilmesi ve sonrasında yerleşim planının iyi yapılması gerekmektedir. Ekipman seçimini ve mutfak yerleşimini belirleyen en önemli faktör ise, işletmenin hizmet sunacağı menüdür¹¹⁷.

Hazırlama işlemleri, yapılacak yiyeceğin cinsine göre çeşitli ekipmanlara ihtiyaç duyar. Örneğin; sebze hazırlama işlemi için, sebzelerin suyun altında iyice yıkanması, pisliğinin temizlenmesi ve bunla ilgili gerekli temizleme ekipmanlarının kullanılması (sebze yıkama makinesi gibi) ve alt yapının hazırlanması demektir.

¹¹⁶ Turizm Bakanlığı, a.g.e., s.170.

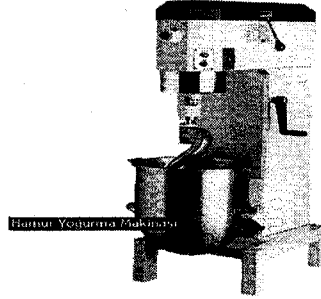
¹¹⁷ John Cousins, David Foskett ve David Shortt, **Food and Beverage Management** (Essex: Longman House, 1995), s.134.

Hazırlama ekipmanlarının, gıda dilimleme makinesi, parçalama makinesi, patates soyma, sebze yıkama makineleri ve hamur açma makineleri gibi birçok çeşidi vardır. Bu ekipmanları dört temel grup içerisinde toplayabiliriz.

3.1.1. Karıştırıcılar (Mikserler)

Kullanım amacına göre çeşitli kapasitelerde, dikey veya eğik olarak üretilen bu karıştırıcılar; kek ve diğer hamurların, sütlü tatlıların, pasta kremalarının, pürelerin ve mayonez gibi farklı yoğunluktaki yiyecek maddelerinin karışımını sağlamak üzere tasarlanmışlardır.

Şekil 14: Mixer Grubundan Hamur Yoğurma Makinesi



Kaynak: Erimeks Katalog

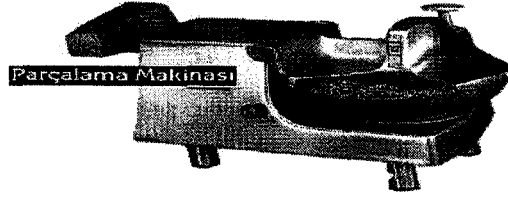
Hazırlanacak yiyeceklere göre karıştırıcıların hız ve zaman ayarını yapmak mümkündür. Bununla birlikte farklı yiyeceklerde farklı aparatlar kullanılabilir.

3.1.2. Kesiciler, Parçalayıcılar

Kesicilerin bir türü olan Buffalo kesiciler, dönerek yiyeceklerin kesici bir rota üzerinde hareketini sağlayan bir çanak kısmına sahiptir. Yiyecekler kesicinin bıçak kısmından her geçişinde gittikçe artan ölçülerde küçük parçalara bölünür¹¹⁸.

¹¹⁸ Özmen, a.g.e., s. 83.

Şekil 15: Parçalama Makinesi



Kaynak:Erimeks Katalog

Bu tip makineler, ne kadar uzun çalıştırılırsa yiyecekler de o derece ufak parçalara ayrılır. Evlerde kullanılan mutfak robotları ve işletmelerde kullanılan bu makineler, klasik rendeleme işlemini son derece kolaylaştırmıştır.

3.1.3. Dikey Kesiciler ve Karıştırıcılar

Bu tip makineler, merkezi bir mil üzerinde birleşen kesici bir bıçak ve ve karıştırıcıya sahiptir. Bu yüzden kullanım açısından çok yönlüdür.

Hazırlanacak olan yiyeceklere göre sadece karıştırıcı veya kesici bıçak kullanılabilir. Eğer yiyeceklerin, iyice ufalanması veya toz haline dönüştürülmesi istenirse, kesiciler gibi bu makineler de, yüksek hızda ve uzun süre çalıştırılmalıdır.

3.1.4. Dilimleyiciler ve Sebze Doğrayıcılar

Yiyecek hazırlama sürecinde et, patates, domates, salatalık gibi çeşitli yiyeceklerin standart dilimlenmesini sağlar.

Şekil 16: Dilimleme Makinesi

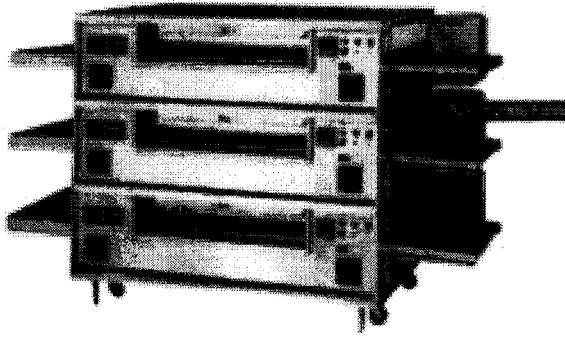


Kaynak: Costas Katsigris and Chris Thomas. **Design and Equipment for Restaurants and Food Service** (First edition. New York, USA: John Wiley & Sons, 1999), s.400.

yer tasarrufu sağlamakta ve bunlar, yiyeceklerin pişirilmesi, yeniden ısıtılması, donmuş yiyeceklerin çözülmesi ve fırında kızartma işlemi için kullanılmaktadırlar¹²⁰.

Bu fırınlarda konveyörlü (bantlı-raylı) şekilde çalışan modellerde kullanılmaktadır. Aşağıdaki şekilde de görüleceği gibi bu fırınların temel çalışma sistemi; iki tarafı açık olan bantlar üzerindeki yiyeceğin alttan ve üstten ısıtma yoluyla pişirilmesidir.

Şekil 18: Konveyörlü (Bantlı-Raylı) Fırın



Kaynak: Erimeks Katalog

3.2.2. Konveksiyonlu Fırınlar (Convection Oven)

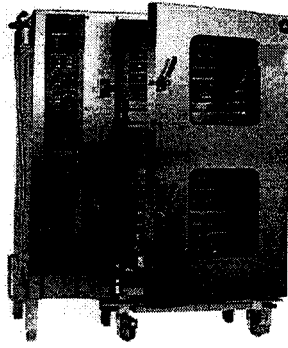
Çok amaçlı üretilen bu fırınların en önemli özelliği, pişirme esnasında ısı dolaşımını, bir pervane aracılığı ile sağlamasıdır. Böylece yiyeceklerin daha az zamanda ve eşit oranlarda pişmesi sağlanır. Yeni nesil konveksiyonlu fırınlar hem konveksiyonlu hem de buharlı olarak çalışmaktadır. Bu tür fırınlarda konveksiyonlu pişirmenin yanında buharla pişirme de mümkün olmaktadır. Bu tür fırınlar; et, rosto, tavuk, balık, ızgara, pasta, börek, pizza, sebze yemekleri gibi çok çeşitli yiyecekleri pişirmeye uygundur. Ayrıca et, balık, sebze ve meyvelerin haşlanması yanı sıra soğuk ve dondurulmuş gıdaların pişirmeye hazır hale getirilmesi için de kullanılabilir. Cihaz konveksiyon ve buharlı pişirme özelliğine sahip olduğundan çok çeşitli yiyecek hazırlama avantajına sahiptir. Bu fırınlar, %100 konveksiyon ya da buharlı pişirme yanı sıra %75-25, %50-50, %25-75 oranında konveksiyon+buharlı pişirme imkanına sahiptir. Ayrıca, fan sayesinde homojen ısı dağılımı ve pişirme kalitesi sağlanır.

¹²⁰ Jule Wilkinson, **The Complete Book of Cooking Equipment** (Second edition. Boston: CBI Publishing Com., 1981), s.62.

Ancak konveksiyonlu fırınların kullanımı sırasında dikkat edilmesi gereken hususlar vardır. Bunlar aşağıdaki gibidir:

- Konveksiyonlu fırınlarda, yiyecekler pişirilmeden önce fırın, belli bir süre ısıtılmalıdır.
- Yiyecekleri pişirme esnasında (özellikle hamur yiyecekleri), yiyeceklerin yüzeylerinin kurumaması için fırının buhar verme şalteri belirli sürelerde çalıştırılmazdır.
- Konveksiyonlu fırınlarda, yiyeceklerin homojen pişmesini sağlamak için, tepsilerin fırına aynı hızda, dikkatlice yerleştirilmesi gerekir.

Şekil 19: Konveksiyonlu Fırın



Kaynak: Erimeks Katalog

Konveksiyonlu fırınların avantajları ise aşağıdaki gibidir¹²¹:

- Isı fırın içersinde sürekli olarak dolaştığı için, yiyeceğin lezzeti önemli ölçüde artmaktadır.
- Yiyecekler, ısıyla sürekli temas halinde olduğu için istenilen yüzey kızarması kolayca elde edilir.
- Bu fırınlar, konvansiyonel fırınlara göre nispeten düşük sıcaklıkta çalışarak daha az enerji harcarlar.
- Fırın içinin tamamı kullanılarak daha verimli ve tam kapasitede kullanımı sağlanmaktadır.

Taşıyıcı raflı konveksiyonlu fırınlar (Roll-in Rack Convection Oven): Tek parça taşıyıcı raflı konveksiyonlu fırınlar; fırının dışında kurulu ısıtma merkezi, fan ve fırın içinde toplu pişirmeye yarayan taşıyıcı raflardan oluşur. Hava kontrolünü sağlayan

¹²¹ Khan, a.g.e., s.124.

pano, dışardan fırın içindeki havanın istenilen düzeyde dolaşımını kontrol eder. İki taraftan fanlar aracılığıyla kontrollü olarak içeriye aktarılan hava, fırın içindeki sıcaklığın fırının her tarafında aynı derecede dolaşımını sağlar¹²².

Bu fırınlar; yiyecekler taşıyıcı raflara topluca yerleştirilir. Burada ki amaç, hem yiyeceklerin topluca pişirilmesini sağlamak hem de yiyeceklerin tepsilere doldurulması ve boşaltılması sırasında ki ısı kaybını önlemektir. Bu tip fırınlar; aynı anda büyük miktarda yiyecek pişiren işletmeler için çok idealdir¹²³. Örneğin; 18 raflı hareketli taşıyıcı raflar vasıtasıyla hazırlama ünitesinden yiyeceklerin yüklemesi yapılarak fırınlara sevki ve buradan da yine bu raflarla yiyecekleri servise aktarmak mümkün olabilmektedir. Bu fırınların diğer bir avantajı da; yiyeceklerin pişirme işleminden sonra servis edilinceye kadar topluca aynı fırında tutulabilmesi ve böylece yemekte oluşabilecek lezzet kaybının önlenmesidir¹²⁴.

Taşıyıcı raflı konveksiyonlu fırınların çeşitli büyüklük ve tipte modelleri olup, bunlarda yüklemenin ve boşaltmanın otomatik olarak yapılabilirdiği fırınlarda mevcuttur.

3.2.3. Mikrodalga Fırınlar (Microwave Oven)

Fırınlar içersinde en gelişmiş düzeyde imal edilenlerden birisi de, mikrodalga fırınlarıdır. Bu fırınlarda temel özellik; ısının radyoaktif ışınlar vasıtasıyla direkt pişirilen yiyeceğe iletilmesi ve yiyeceğin bu ışınları emerek çok kısa sürede pişmesidir¹²⁵. Bu fırınlar, donmuş yiyeceklerin ve küçük çaptaki yiyeceklerin pişirilmesi ve ısıtılması için idealdir. Ancak, mikrodalga fırınlar büyük miktarlardaki yiyeceklerin pişirilmesi ve yiyeceklerde yüzey kızarmasının sağlanabilmesi için pek uygun değildir. Yukarıdaki bölümde anlatıldığı gibi, mikrodalga fırınlarda yiyecek pişirmenin değişik avantaj ve dezavantajları vardır¹²⁶.

Mikrodalga fırınlar; pişirme ve servis hızı, enerji ve işgücü tasarrufu nedeniyle fast-food restoranlarda, kafeteryalarda, dondurulmuş yiyecek satışı yapan marketlerde ve drive-in restoranlarda daha çok tercih edilmekte ve kullanılmaktadır¹²⁷.

¹²² Wilkinson, a.g.e., s.63.; Khan, a.g.e., s.124.

¹²³ Lendal H. Kotschevar ve Margaret E. Terrell, **Foodservice Planning: Layout and Equipment** (Third edition. Newyork: Macmillan Publishing Company, 1985), s.397.

¹²⁴ Bernard Splaver, **Successful Catering** (Third Edition. Newyork: Van Nostrand Reinhold, 1991), s.83-84.

¹²⁵ Kotschevar, a.g.e., s.42-43.

¹²⁶ Bakınız Mikrodalga Yöntemi, s.67.

¹²⁷ Wilkinson, a.g.e., s.72.

3.2.4. Buharlı Bölme (Compartment Steamers) ve Buhar Kaplı Kazanlar (Normal Steamers)

Genel olarak buharlı pişirme yöntemi; yiyeceklerin aşırı derece de pişmesine, yanma veya kavrulmasına fırsat vermediği için çok kullanışlı bir yöntemdir.

Buharlı bölmelerde; yiyecekler doğrudan buharla temas etmekte, basınç altındaki buhar bölmede dengeli bir ısı dağılımını sağlayıncaya kadar dolaşmaktadır. Buharlı bölmeler; düşük sıkıştırılmalı, yüksek sıkıştırılmalı bölmeli birimler ve konveksiyonlu birimler olarak kullanılmaktadır¹²⁸.

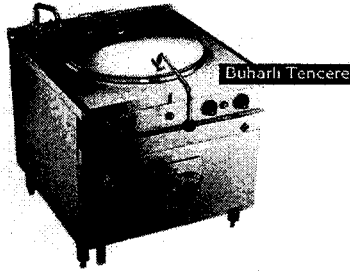
Düşük sıkıştırılmalı bölmeli birimler, büyük miktarlardaki yiyeceklerin pişirilmesi ve dondurulmuş yiyeceklerin çözülmesi için kullanılır. Yüksek sıkıştırılmalı bölmeli birimler, küçük miktarlardaki yiyeceklerin kısa sürede pişirilmesi ile dondurulmuş yiyeceklerin hazırlanmasında ve ihtiyaca bağlı olarak hazırlanan diğer yiyeceklerin yeniden ısıtılmasında kullanılmaktadır.

Konveksiyonlu birimler ise, bölme içinde normal basınç altındaki buharın dolaşımını sağlayarak, yiyeceklerin besin değerlerine zarar vermeden pişirilmesinde kullanılır.

Büyük pişirme kapları şeklindeki buharlı kazanlar; daha önce de bahsettiğimiz buharla pişirme, haşlama ve kaynama derecesinin biraz altında ki pişirme yöntemleri için kullanılır. Bu kazanlarda ısı, kazanı örten kapak vasıtasıyla, buharın dengeli bir biçimde kazan içerisinde dolaşmasıyla yiyeceklere iletilmekte ve bu da yiyeceklerin kavrulmasını engellemektedir.

¹²⁸ Özmen, a.g.e., s.88.

Şekil 20: Buharlı Tencere



Kaynak: Erimeks Katolog

İşletmede kullanılacak buharlı kazanın, hangi kapasitede olacağı sorusu, direkt olarak pişirilecek yiyeceğin türüne, miktarına ve işletmedeki siparişe göre servis sıklığına bağlıdır¹²⁹. Bu kazanlar, pişirme esnasında en az besin değeri kaybı, kapasiteye bağlı olarak büyük miktarlarda yiyeceğin daha hızlı sürede hazırlanması ve işgücü ihtiyacının fazla olmaması gibi nedenlerle her türlü yiyecek pişirme işleminde çok önemli bir pişirme ekipmanıdır¹³⁰.

3.2.5.Yüzey Izgaralar (Griddleles) ve Kapalı Izgaralar (Grilles)

Gaz ya da elektrik enerjisi ile çalışan yüzey ızgaralarda; ısı, ince bir yağ tabakasıyla kaplı olan metal yüzey ile yiyeceklere aktarılır. Izgara yüzeyi çok ince alüminyum, demir ya da çelikten yapılmıştır. Yüzey ızgaralarda dikkat edilmesi gereken husus; ızgara işleminden önce yiyeceğin ızgaraya yapışmasını önlemek için, yüzeyin iyice temizlenerek az miktarda yağla ısıtılması gerekmektedir. Ön ısıtma işleminde ve pişirme sırasında kullanılabilecek ideal ısı derecesi 190-205 °C'dir.

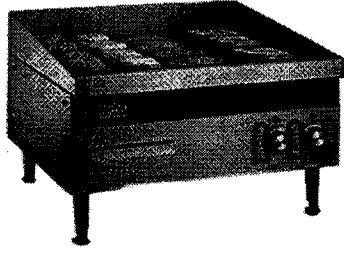
Griddel'ların ön panelinde ön ısıtma sıcaklığına ulaşıldığında kullanıcıyı uyaran ışıklı göstergeler mevcuttur. Bu ızgaranın kullanıma hazır hale geldiğini belirtir. Pişirme için yukarıda belirtildiği gibi yüzey az miktarda yağ ile kaplanarak, bu yağ ısınana kadar (yaklaşık 2 dakika) beklenir. Böylelikle pişirme için ön hazırlık işlemi tamamlanır¹³¹.

¹²⁹ Kotschevar ve Terrell, a.g.e., s.418-419.

¹³⁰ Khan, a.g.e., s.130-131.

¹³¹ Kotschevar, a.g.e., s.28-29.

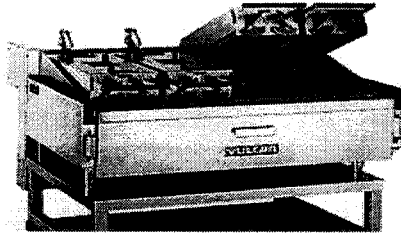
Şekil 21: Yüzey Izgara



Kaynak: Erimeks Katalog

Genellikle kısa sürede hazırlanan siparişler için kullanılan bu ızgaralar; et - özellikle kümes hayvanları etleri- gözleme, yumurta, sosis ve hamburger gibi yiyeceklerin pişirilmesi için idealdir.

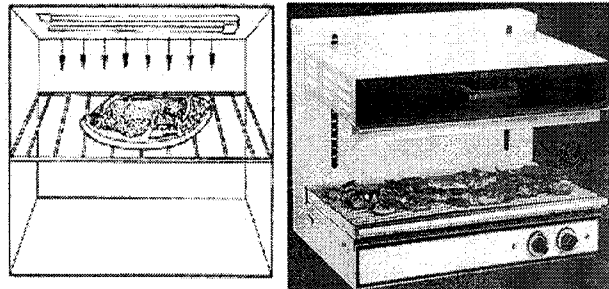
Şekil 22: Fast-Food Tipi Yüzey Izgara



Kaynak: Katsigris, a.g.e., s.330.

Gazlı veya elektrikli olarak kullanılabilen kapalı ızgaralarda; ısı yukarıdan, aşağıdan ve yandan olmak üzere üç farklı şekilde kullanılabilir.

Şekil 23: Yukarıdan Isı Kaynaklı Kapalı IzgaraTipleri



Kaynak: Isaac ve Smith, a.g.e., s.60; İnoksan Katalog

Isının yukarıdan ve alttan sağlandığı ızgaralarda eriyen yağ yanmaksızın yağ biriktirme kanallarında toplanır. Isının yandan verildiği ızgaralarda ise et, pişme esnasında kendiliğinden yağlanmaktadır¹³².

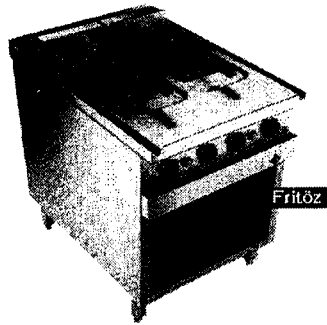
3.2.6. Derin Kızartıcılar (Deep-Fat Fryer)

Her ne kadar yağ oranı yüksek olan yiyeceklerin, sağlık açısından zararlı olduğu bilinse de; derin kızartıcılarda pişirilmiş olan yiyecekler menülerdeki en popüler yiyeceklerdendir. Örneğin, deniz ürünleri satan işletmelerde bir numaralı ürün derin kızartıcılarda pişirilmiş karides iken, yine başka bir restoranda bir numaralı ürün kızarmış patatestir. Bu nedenle; işletmeler yiyecekleri kendisine özgü lezzet ve görünümünü koruyarak pişirilebilmek için, derin kızartıcıları tercih ederler. Yiyecekler, derin kızartıcılardaki yağ ortamında hem güzel kızarır hem de gevrek bir dış yüzeyle, albenisi artar.

Derin kızartıcılar çeşitli ebatlarda ve yan ekipmanlarla kullanılabilir. Kapaklı olarak kullanılan ve basınçlı kızartma yapan kızartıcılar; yiyeceklerden oluşan buharı içeride tutarak iç basıncı artırır ve bu yüzden gaz ya da elektrikle çalışan konveksiyonlu kızartıcılara oranla yiyecekleri daha kısa sürede ve daha yumuşak bir şekilde pişirir.

Derin kızartıcılarda en önemli husus, yağın ısı derecesini denetleyecek termostat sistemi ile yağın ideal ısısının sürekli olarak aynı seviyede kalmasını sağlayacak hızlı dönüşüm sistemine sahip olmasıdır.

Şekil 24: Derin Kızartıcı



Kaynak: Erimeks Katalog

¹³² Özmen, a.g.e., s.90.

Daha önce yemek pişirme yöntemleri içerisinde bahsettiğimiz gibi, kızartmada kullanılan yağ kalitesi çok önemlidir. Sıvı yağ, yiyeceklerin daha gevrek olmasını sağlarken, katı yağ yiyeceklerin lezzetinin ağırlaşmasına neden olmaktadır. Yağda kızartma yapılırken dikkat edilmesi gereken hususlar yağda kızartma yönteminde anlatılmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

FAST-FOOD (HIZLI YEMEK) SİSTEMİNİN TÜRK MUTFAĞINA UYARLANMASI VE BİR UYGULAMA

1. X FAST-FOOD RESTORANI HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Araştırma için; Türkiye'ye hızlı yemek sistemini getiren uluslararası restoran zinciri olan X işletmesi ve Türk mutfağının hızlı yemek sistemine entegrasyonu konusunda önemli atılımlarda bulunan Y işletmesi seçilmiştir. Bu işletmelerle yapılan anlaşma gereği; işletme isimlerinin ve ürünlerinin bu çalışmada kullanılmayacağı konusunda görüş birliğine varılmış ve bu yüzden işletme isimleri yerine X ve Y harfleri, ürün isimleri yerine ürün 1, ürün 2 gibi isimler kullanılmıştır.

Amerika'da kurulan X restoranı, fast-food sisteminin Amerika ve dünyada yaygınlaşmasını sağlayan zincir fast-food restoranlarından birisidir. Başlangıçta küçük ve bölgesel olarak işletmeye açılan X restoranı, 1955'lerde franchising finansman modelini geliştirerek önce Amerika ve sonrasında dünya çapında hızla büyümeye başlamıştır. Fast-food sektörünün öncüsü olan ve sektördeki diğer işletmelere örnek olan bu işletme, ülkemizde de ilk restoranını 1986 yılında açmıştır.

1.1. X Fast-food Restoran İşletmeciliği

X restoranı, fast-food restoran sistemindeki temel karakteristikleri tamamını bünyesinde bulundurmaktadır. Hatta bu karakteristiklerin oluşmasında fast-food restoranları için öncü konumunda olup, sektörde uygulama standartları bu işletme örnek alınarak oluşturulmaktadır.

X restoranının temel karakteristikleri; kuruluş yeri, finansal yapı, organizasyon ve personel, menü tipi ve servis şeklinde aşağıda kısaca açıklanmıştır.

Kuruluş yeri; X restoranı, zaman problemi olan müşterilerine en hızlı servisi sunabilmek için iş ya da alışveriş merkezlerini, üniversite kampüslerini kısacası merkezi ve ulaşım kolaylığı olan yerleri seçmiştir.

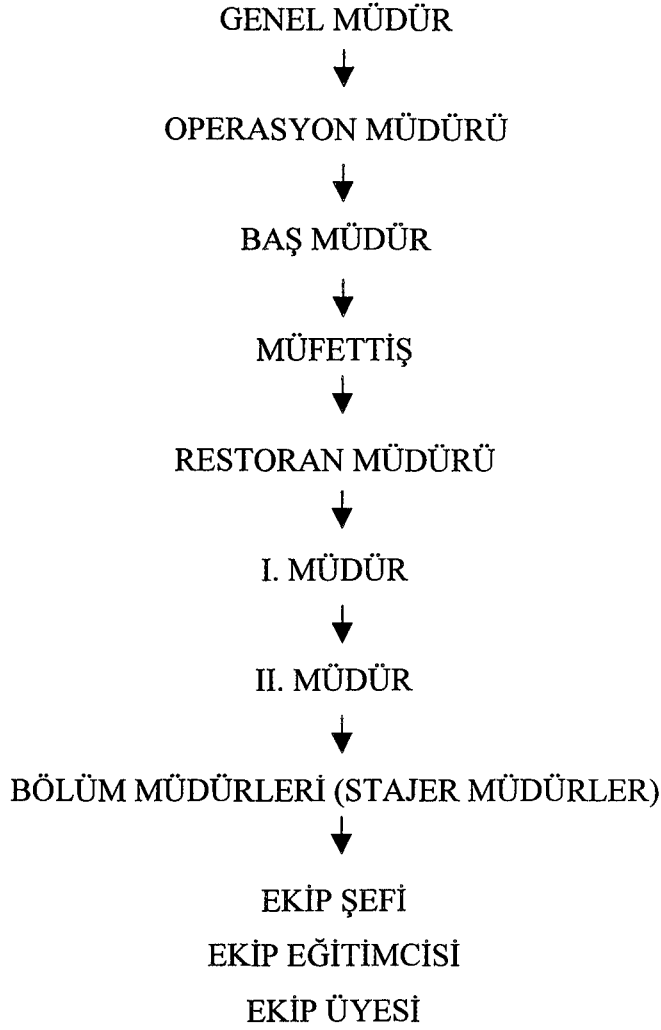
Finansal yapı; restoranın finansal yapısı franchising sistemiyle yürütülmektedir.

Yönetim ve Organizasyonu; X restoranının personel yapısı, vasıflı ve vasıfsız elemanların bulunduğu karmaşık bir yapıdadır. Genellikle çalışan elemanlar, iş kanununun belirlediği 16 yaş ve üstüdür. Ayrıca restoranda part-time çalışan üniversite öğrencileri de bulunmaktadır. Çalışan elemanlarda beceri ve yetenek gibi özellikler aranmamakta; restoran içersinde elemanlara gerekli eğitim verilmektedir.

Restoran çalışanları, gösterdikleri çalışma performansı ve başarısı karşısında zaman içersinde ekip üyeliğinden ekip şefliğine (5 yıldıza), hatta II. müdürlüğe kadar yükselebilir. Restoranlarda ortalama çalışan sayısı 20-35 civarındadır.

X restoranında yönetici kadrosu genel olarak 4-6 kişi arasındadır. Bunlar; bölüm müdürü, II. müdür, I. müdür ve en son olarak restoran müdürü şeklindedir.

Ayrıca restoranın franchising sistemiyle işletilmesinden dolayı, Türkiye-İstanbul'daki genel müdürlüğü ve buna bağlı olarak çalışan müfettişleri vardır. Bir X restoranındaki klasik organizasyon şeması aşağıdaki gibidir:



Menü tipi; X restoranında üretilen bütün ürünlerin hammaddesi, dondurulmuş yiyeceklerden oluşmaktadır.

Menü sınırlı sayıda yiyecek ve içecekten oluşur. Menü'nün içerdiği içecek ve yiyecekler ;

- **Ürün1:** Hamburger ekmeğinin arasına hamburger köftesi, soğan ve turşunun konulmasıyla oluşan ve ketçap, hardal sosuyla süslenen bir hamburger türüdür. Müşteri isteğine göre peynir de ilave edilerek hazırlanabilir.
- **Ürün2:** Klasik hamburger ekmeğinden biraz daha büyük bir hamburger ekmeği arasına; iki hamburger köftesi, soğan, salata ve peynirin konulmasıyla oluşan ve mayonez, ketçap gibi diğer sosların yanı sıra kendine has bir sosun da ilave edildiği bir hamburger türüdür.

- **Ürün3:** Hamburger ekmeğinin arasına tavuk köftesinin ve salatanın konulmasıyla oluşan ve mayonez sosunun ilave edilmesiyle servise sunulan hamburger türüdür.
- **Ürün4:** Küçük parçalar halinde doğranmış tavuk etlerinin kızartılmasından oluşur ve porsiyon şeklinde servise sunulur.
- **Ürün5:** İçinde meyve aromasının bulunduğu bir tür tatlıdır. İki farklı meyve aromasıyla iki çeşit ürün5 müşteri servisine sunulmaktadır. Müşteri isteğine bağlı olarak dondurmalı da sunulabilir.
- **Patates kızartması:** İnce dilimler halinde doğranmış olan patateslerin kızartılmasıyla oluşur.
- **Ürün6:** Süt ile şekerden oluşan ve meyve aromalı çeşitlerinin de sunulduğu X restoranın ürettiği kendine has bir içecektir.

Servis şekli; X restoranı müşterilerine self-servis şeklinde hizmet vermektedir. Hızlı ve nazik bir servisle; kaliteli, temiz ve standart ürünleri müşterilere sunarak % 100 müşteri memnuniyetinin sağlanmasını amaç edinmiştir. Servis süresi için belirlenen ideal süre yaklaşık 1dk.-1dk.50 sn. arasındadır. Servis esnasında müşterilerle iletişim de belirli standartlara bağlanmıştır.

Fast-food restoranlarının genel bir karakteristiği olan çatal, bıçak gibi gereçlerin kullanılmaması; bunların yerine tek kullanımlık çatal, bıçak vs. kullanılması X restoranında da geçerlidir.

1.2. X Restoranın Üretim/Hizmet İstasyonları

X restoranı, işlemlerin akışını hızlandırmak amacıyla çeşitli üretim/hizmet istasyonları belirlemiştir. Her bir istasyonun kendine ait çalışma standartları ve çalışanların sorumlulukları belirlenmiştir. Bu istasyonlar aşağıdaki gibi 10 ana grupta toplanmaktadır:

Ekmek istasyonu: X müşterilerine kesimi düzgün, karamel rengine, içinde yabancı madde ve hava kabarcığı olmayan kaliteli ekmekleri servise sunmayı amaçlamaktadır.

Süsleme istasyonunu: Doğru miktarda garnitür ve peynirin kullanılmasını; bu süs malzemeleri ile hamburger ekmeklerinin düzgün bir biçimde süslenmesi amaçlanmaktadır.

Izgara istasyonu: İçerdiği yağ oranı %7 ile %20.5 arasında olan, 69°–71°C (etin insan sağlığına zarar vermemesi için ideal sıcaklıklardır) iç ısısı ile pişirilen ve 44.5 gr standart ağırlıkta olan etlerin, ürün1 ve ürün2 için pişirildiği istasyondur.

Ürün3, ürün4, ürün5 istasyonu: Bu üç ürün çeşidinin üretildiği istasyondur.

Patates İstasyonu: Restoranın ihtiyacı paralelinde yüksek kalitede kızartılmış patateslerin üretildiği ve kızartılan patateslerin en fazla 7 dakika bekletildiği istasyondur.

Production (Üretim) istasyonu: Diğer istasyonlarda üretilen ürünlerin paketlenmesi, 10 dakikalık bekletme sürelerinin gözlenmesi, verilen siparişlere göre diğer istasyonları hazırlık için uyarması işlevini yerine getirir.

Kasa istasyonu: Her müşteriye mümkün olan en hızlı servisi sağlamak ve altı adımı uygulamak kaydıyla, nazik, arkadaşça ve hızlı bir servisle müşteriye etkilemek amacı ile çalışan hizmet istasyonudur. Bu istasyonda kasiyer normal işlemlerinin yanı sıra içecek ve dondurma servisini de yapmaktadır.

Lobi istasyonu: Temiz bir ortamda müşteriye X ürünlerini sunma amacını taşıyan hizmet istasyonudur. Bu istasyonda; büyük siparişlerin masaya götürülmesi, masalardaki tepsilerin toplanması, yerlerin ve diğer servis alanlarının temizlenmesi gibi destek hizmetleri verilmektedir.

Servis istasyonu: İşletmenin müşterilerine en iyi hizmeti sunabilmesi amacıyla restoranın açılışı ve kapanışı sırasında servis bölgesinin hazır hale gelmesini sağlamaktadır. Bu amaçla sabah tüm makineler açılır, gündüz kalabalığını karşılayabilecek kadar stok yapılır, ıskarta ve çöp kovaları yerleştirilir ve gerekli diğer hazırlıklar yapılır.

Arka oda istasyonu: Diğer istasyonların servis ve temizlik hizmetlerini yerine getirebilmesi için; temizlik malzemelerinin hazırlanması, dondurucuların ve soğuk odanın soğukluk kontrollerinin yapılması ve buna benzer destek hizmetleri işlevlerini yerine getirir.

1.3. X Restoran Uygulaması

X restoranında ki her uygulamayı kendi içinde belirli ana başlıklar altında inceleyeceğiz. İncelememiz satın almanın başlangıcından servis aşamasını kapsamaktadır.

1.3.1. Satın Alma

İşletmelerin en önemli maliyet kalemlerinden birisi olan satın alma faaliyetlerinin amacına ulaşabilmesi için; doğru ürünün doğru yerden ve doğru zamanda, doğru fiyatla temin edilmesi gerekir. Bunun için X şirketi öncelikle hammadde üretiminin kalitesini yükseltmeyi amaçlamaktadır. Bu nedenle bölgesel üreticilere üretim standartları konusunda tüm bilgileri verir ya da bu üreticileri ilgili standartları yakalaması için eğitir. Ülkemizdeki X restoranlarının ürün ve malzemelerinin yaklaşık olarak %90'ı yerel üreticilerden temin edilmektedir.

X restoranlarında kullanılan ürün ve malzemeler İzmit merkezli A firması tarafından temin edilmektedir. A firması, restoran adına piyasadaki üreticilerden gerekli malzemeleri satın almakta ve uygun şartlarda depolamaktadır. Daha sonra restoranların siparişlerine göre tır ve kamyonlarla malzemelerin dağıtımını yapmaktadır.

X restoranları tarafından ihtiyaç duyulan her türlü malzemelerin temini için ayrı sipariş günleri belirlenmiştir. Örneğin; pazartesi-çarşamba ekmek; pazartesi-çarşamba-cuma ayran dağıtımı yapılmaktadır. Siparişler II. müdür tarafından verilmekte ve bu siparişlerin onayı da I. müdür veya restoran müdürü tarafından yapılmaktadır.

1.3.2. Teslim Alma ve Depolama

Siparişler, X restoran şubesine saat 24:00'te restoran kapandığı zaman gelmektedir. Bu ürün ve malzemelerin siparişe uygunluğu denetlenerek malzemeler teslim alınır. Daha sonra her bir ürün ve malzeme özelliklerine göre depo, soğuk oda ve deep freez'e yerleştirilir.

Buna göre her bir ürün/malzeme özelliklerine göre aşağıdaki gibi yerleştirilir:

- Depolara; peçeteler, kağıt torbalar, kamışlar, kağıt bardaklar vb. gibi sarf malzemeleri yerleştirilir.

- Soğuk odaya; küçük paketler halinde bulunan ketçap, mayonez ve diğer soslar; salata, soğan, domates vb. gibi süs malzemeleri konulur. Bu odanın derecesi +1 +3 tür.
- Deep freeze; ürün1, ürün2, ürün3, ürün4 için kullanılan etler, ürün5, patates, hamburger ekmekleri ve süt konulur. Bu odanın da derecesi -18 -23 °C'dir.

X restoranında stok değerlendirme için İGİÇ (ilk giren ilk çıkar) yöntemi uygulanmaktadır.

1.3.3. Ön Hazırlık

X restoranında ön hazırlık her istasyonda temel işlevler başlamadan önce yapılması gereken kontrol işlemlerinin tümünü kapsamaktadır. Bu kontrol işlemleri içerisinde yapılması gereken ilk iş; personelin, işe başlamadan önce *Mikrop Kırıcı Sabun* ile ellerini en az 20 saniye süre ile sıcak su ve fırça kullanarak yıkamasıdır. Daha sonra yapılacak işlemler; her istasyonun kendi ihtiyacına göre stok kontrolü, kullanacakları ekipmanların mekanik kontrolü ve gerekli ısı ayarlarının yapılmasıdır.

Üretim ve hizmet istasyonlarında yapılan ön hazırlık işlemleri aşağıdaki gibidir:

Ekmek istasyonu: İşe başlamadan önce her çeşit hamburger için gerekli olan ekmekler istasyona stoklanır (dondurulmuş ve taze ekmek olmak üzere iki tür ekmek vardır. Taze ekmeğin en fazla bekleme süresi, üretim tarihi + 4 gün olurken; dondurulmuş ekmek, 60 gün derin dondurucuda bekletilebilir ve dondurucudan çıktıktan sonra 48 saat içerisinde tüketilir), tost makinesi 30 dk. önceden ideal sıcaklığa ulaşması için açılır ve ısı ayarının 216°C olup olmadığı kontrol edilir.

Süsleme istasyonu: Süsleme masasına garnitür (ketçap, mayonez, hardal, sulandırılmış soğan, turşu, salata, domates, peynir) stokları yapılır ve miktarları gün boyu kontrol edilir. Ayrıca süslemede kullanılan sos tabancaların kalibrasyonu kontrol edilir.

Süsleme istasyonu, ürün çeşidine göre önceden belirlenmiş standartlarda garnitürleri hamburger ekmeklerinin üzerine yerleştirmekle sorumludur.

Izgara istasyonu: Izgaranın yanındaki küçük buzluklara et stoku yapılır ve ızgara makinesi restoranın açılışına 20 dk. önce ısınması için açılır. Daha sonra ızgara kapak ısının 218°C ve taban ısının 177°C olup olmadığı kontrol edilir. Son olarak ızgaradan etleri almak için kullanılan ısıpatula ve kazıyıcı aletler kontrol edilir.

Ürün3, ürün4 ve ürün5 istasyonu: Vat'ın yanındaki küçük buzluklara bu ürünlerin stoku yapılır. Vat (fritöz), pişirme işleminden 45 dk. önce ısınması için açılır, 182 °C'ye ayarlanır ve vat'ın yağ seviyesi sürekli kontrol edilir. Ürün5 bekletme kabini de restoranın açılmasına 60 dk. kala açılır.

Patates istasyonu: Bekleme sepetlerine patates stoku, vat'ın yanına patates kutusu, patates poşeti ve tuz stoku yapılır. Restoran açılmadan 45 dk. önce vat ısınması için açılır ve ısı 168 °C 'ye ayarlanır ve sürekli yağ seviyesi kontrol edilir.

Kasa istasyonu: Daha önce de belirttiğimiz gibi kaliteli, temiz, çabuk ve güler yüzlü servis sunmakla sorumlu olan kasa istasyonu, servis esnasında kendisine gerekli olabilecek küçük sos paketleri, tuz, şeker paketleri, çay/kahve paketleri ve sarf malzemelerini istasyona stoklar; ayrıca dondurma ve içecek servisine bakmakla da yükümlü olduğu için dondurma ve içecek makinelerinin de ön hazırlıkları ile ilgilenir:

Dondurma ve ürün6: X restoranında dondurma ve ürün6, *Taylor* adındaki makine tarafından üretilmektedir. Dondurma yapımında makine içersindeki sütün ısı 1,1 ile 4,4 °C; müşteriye sunulan dondurmanın soğukluğu ise -9-8 °C olacak şekilde ayarlanır. Ayrıca dondurma üzerine koyulan sosların ısı 46 ile 52 °C'ye ayarlanır.

Sıcak ve Soğuk içecekler: Sunulan sıcak içeceklerin servisi için çay/kahve makinesi hazır halde bulundurulur; çay/kahve ve şeker paketleri makinenin yanına yeterli düzeyde stoklanır.

Soğuk içecekler de *Multiplex* adı verilen bir makinede hazırlanır (şurup halinde bulunan içecekler makinedeki karbondioksit tüpü sayesinde sodalı biçime getirilir) ve içeceklerin 1,1 ile 4,4°C soğuklukta tutulması sağlanır.

Ayrıca X restoranı, Türkiye için özel olarak ayrıntı da menüsü içine almıştır ve servis için belirli sayıda ayran stoku bulundurmaktadır.

Production istasyonu: Üretim istasyonlarında hazırlanıp pişirilen ürünler için bekletme kabini, işleme başlamadan 30 dk. önce açılır ve ısı 62-66 °C arasında ayarlanır; zaman kart setleri ve üretim seviye tablosu kontrol edilir. Köpük ve paketleme kağıtlarının yeterliliğinin kontrolü yapılır.

Servis istasyonu: Restoranda günlük işlemleri rahatlatmak ve yoğun saatlerde işletmenin zorluk çekmemesini sağlamak amacıyla servis bölgesinin tüm eksiklikleri önceden tamamlanır. Servis istasyonunda işlemler açılış ve kapanış olmak üzere iki bölümde toplanmaktadır:

Açılış:

- sabah restoranın açılışı için bütün makineler belirlenen zamanlarda açılır,
- en az gündüz kalabalığını atlatacak kadar stok yapılır,
- ıskarta ve çöp kovaları yerleştirilir,
- çay/kahve makinesi ve sürahiler temizlenip; servise hazırlanır,
- lobide ki masalar hazırlanır,
- her kasa altında birer kırmızı ve mavi temizlik bezi hazırlanır (yiyeceklerin değdiği yerler mavi; diğer yerler kırmızı bezle silinir),
- yeterli miktarda köpük ve paketlenme kağıdı hazırlanır,

Ön kapanış: Restoran kapanış işlemlerine geçmeden önce ön kapanış hazırlığı yaparak restoranı kapanışa hazırlar. Ön kapanış çalışması müşteri servisini ve müşteriyi etkilemeden gerçekleştirilir. Bunun için yapılan işlemler aşağıdaki gibidir:

- öncelikle ön kapanış için materyal kontrolü yapılır; temiz sanitize bezler, süpürge, çöp ezici, temiz paspas ve kovası, sanitize su dolu fıs fıs, sıvı cam-ayna temizleyicisi müşterilerin göremeyeceği yerde hazır bulundurulur,
- patates istasyonu, production, kola kuleleri, süt buzdolabı, kasa üzerleri, menüboard çevresi, ekipman ayakları, duvarlar, stok dolapları, banko rafları temiz ve uygun renkli bez kullanılarak temizlenir,
- kullanım dışı olan kahve kavanozları, ıskarta kovaları, servis tepsileri temizlenmesi için arka odaya gönderilir,
- gereksiz ekipmanlar temizlenip kapatılır,
- bir sonraki gün için stok tamamlanır.

Kapanış:

- tüm çiğ ürünler kaldırılır ve üzerleri örtülür,
- servis bölgesindeki tüm ekipmanlar kapatılıp; arka odaya yıkanmak üzere gönderilir,
- ön kapanışta tam anlamıyla temizlenmeyen ekipmanlar uygun renkte-temiz bezle tek tek temizlenir,
- temizlenmiş ekipmanlardan gerekli olanlar yerine getirilir,
- yerler süpürülüp paspaslanır,
- kalan ıskartalar kaydedilir,

- en son tekrar bütün işlemler kontrol edilir.

Arka oda istasyonu: Restoranda, servis ve temizliği sağlayabilmek için üretim ve servisin ihtiyaçlarının en kısa sürede hijyenik şartlarda sağlanması amacıyla:

- yeterli sayıda mavi, kırmızı bez ve ızgara bezi ayrı kovalarda sanitize maddesi karışımı suda bekletilir,
- kirli bezler ayrı kovalarda bekletilir,
- temiz süpürge, paspas/faraş hazırlanır ve yerler sürekli kurulanır,
- temizlik için gerekli deterjan karışımı hazırlanır,
- derin dondurucu ve soğuk oda dereceleri kontrol edilir,
- derin dondurucu ve soğuk oda düzeni sağlanır,
- üretimde kullanılan bütün araç-gereçler yıkanır (her gelen parçanın yıkanmasında sırasıyla; sıcak durgun deterjanlı suyla, sıcak akıcı suyla durulama, ılık durgun dezenfektanlı suda en az bir dakika bekletme ve hava ile kurulama şeklinde dörtlü metot uygulanır),
- bankonun sıkıntı çekmemesi için müşteri tepsileri günde en az 4 defa yıkanır,
- çöp kovası her zaman temiz ve kapalı tutulur.

1.3.4. Pişirme

Pişirme, X restoranında teknoloji ile kontrolün en çok ön plana çıktığı gruptur. Çünkü tüm istasyonlarda pişirme işlemleri otomatik olarak kontrol edilmekte ve daha önceden belirlenen süreler sonunda pişirme ekipmanları personele uyarı sinyali vermektedir. Bu sinyal sonucunda sorumlu personel pişirme işleminin bittiğini anlayabilmektedir. Bu uyarıların temel amacı; iş yoğunluğu sonucu ortaya çıkabilecek unutkenlikler ya da dalgınlıkların yaratabileceği ürün kaybını önlemektir.

Pişirme fonksiyonuna göre incelenecek üretim istasyonları aşağıda açıklanmaktadır.

Ekmek istasyonu: Hazırlanacak ürün çeşidine göre hamburger ekmeklerinin önce taç veya tabanları tost makinesinde uyarı sinyali verinceye kadar pişirilir ve sonra süsleme istasyonuna alınır; bu esnada hamburger ekmeğinin geri kalan taban veya

taçları tost makinesinde pişirilmeye alınır. Ekmeklerin pişme süresi; 34-36 sn. arasındadır.

Izgara istasyonu: Izgarada etlere ısı transferi, daha önceki yiyecek pişirme yöntemleri bölümünde anlatıldığı gibi, yiyeceklerin ısı kaynağıyla direkt ilişkisini sağlayarak yapılır ve bu işlem için ızgarada pişirme yöntemi uygulanır. Kullanılan ekipman da yüzey ızgara şeklindedir.

Süsleme masasında işleme alınan ekmeklerin üzerlerine garnitürler konulur. Aynı zamanda da etler ızgaraya (önden arkaya-sağdan sola) dizilir. Izgara kapağı açılarak etlerin üzerine eşit miktarda tuz ve karabiber (1 kg. tuza, 22 gr. karabiber karıştırılır) dökülür; etler, 44 sn.ye sonra gelen uyarı sinyali ile birlikte ısıpatula kullanılarak 45°C'lik açıyla ızgaradan alınır; süslemenin üzerine konulur ve pişirilen ekmeklerin de üstlerine konulmasıyla ürün1, ürün2 hazırlanır.

Ürün3, ürün4, ürün5 istasyonu: Bu istasyondaki ürünleri pişirebilmek için ısı transferi; sıvı ile ısı yayma şeklindedir ve bu nedenle bol yağda kızartma yöntemi kullanılır. Pişirme için kullanılan ekipman derin kızartıcıdır.

Ürün3: Ürün3 için kullanılan tavuk eti porsiyonları vat'tan uzak bir yerde ürün3 sepetlerine yerleştirilir ve sonra vat'ın içine konulur. Vat, ilk 130.sn.de ilk uyarı sinyalini verir ve bu uyarıyla ürün3 için kullanılan ekmeklerin taçları, tost makinesine yerleştirilir. Tost makinesinin uyarı sinyaliyle de taçlar çıkarılır ve tabanlar tost makinesine konulur, bu sırada taçlar süsleme işlemine geçer. Etlerin piştiğini haber veren ikinci sinyal sesi ile sepetler vat'tan çıkarılır, yağın süzülmesi için 5-10 sn. askıya bırakılır. Etlerin toplam pişme süresi 3 dk. 5 sn.'dir. Daha sonra etler süslenmiş taçların üzerine yerleştirilir. Ekmek tabanları da tost makinesinden çıkarılarak etlerin üzerine yerleştirilir. Fazla üretilen ürün3'ler ise; production'da 10 dakikalık tutma süresi dahil ürün transfer kabininde 10 dakika daha bekletilebilir.

Ürün4: Küçük parçalar halindeki tavuk eti porsiyonları vat'tan uzak bir yerde ürün4 sepetlerine yerleştirilir ve sonra vat'ın içine konulur. Sepetler, 2 dk.20 sn. sonra ilk uyarı sinyali ile vat'tan çıkartılıp sallanır ve tekrar vat'a yerleştirilir. Yaklaşık 2 dk. sonra ikinci uyarı sinyali çaldığında da, sepetler vat'tan alınır ve yağın süzülmesi için 5-10 sn. askıda tutulur ve ürün4 transfer sepetine aktarılır. Bu ürün transfer kabininde, ürün3'le aynı sürede bekletilmektedir.

Ürün5: Vat'an ayrı bir yerde ürün5 sepetlerine konulur ve vat'a yerleştirilir. Sepetler, 6 dk. sonra gelen uyarı sinyali ile vat'tan çıkartılır ve 5-10 sn. yağın süzülmesi için askıda tutulur. Daha sonra ürün5'ler sanitize edilmiş tepsilerde, 20 dk. ılımaya bırakılır; ılıdıktan sonra hazırlanmış kutularla tutma kabinine yerleştirilir. Bunlar ılıma süresi de dahil, toplam 90 dakika ürün5 kabininde (sıcaklık 66-82°C) bekletilebilmektedir. Ayrıca isteğe göre ürün5 dondurmali da servis edilebilmektedir.

Patates istasyonu: Bu istasyonda; ısı iletim yöntemi, pişirme yöntemi ve kullanılan ekipman türü ürün3/4/5 ile aynıdır.

Patatesler, pişirme sepetlerine doldurulur ve daha sonra sepetler vat'a yerleştirilir. 30 saniye sonra birinci alarm uyarısı ile sepetler vat'tan alınarak sallanır ve vat'a tekrar yerleştirilir. Ortalama 2 dk. 30 sn. sonra uyarı sinyali ile birlikte sepetler vat'tan alınır ve patatesler yağın süzülmesi için 5-10 sn. askıda tutulur. Buradan da bekleme kabinine aktarılır. Kızarmış patatesler, bekleme kabininde vat'a hiç tuz değdirmeden önden arkaya doğru tuzlanır, karıştırılır ve orada en fazla 7 dakika bekletilir.

1.3.5. Servis

Hızlı, güler yüzlü, temiz ve güvenilir hizmet prensibi, X restoranını diğer fast-food restoranlarından ayıran en temel özelliklerinden birisidir. Burada amaç, % 100 müşteri memnuniyetini sağlamaktır. X restoranında servisin ön plana çıktığı istasyonlar kasa ve lobi istasyonudur.

Kasa istasyonu: Her müşteriye altı adımı uygulamak kaydıyla mümkün olan en hızlı servisi sağlamakla görevlidir.

X restoran işletmelerinde kişisel satış çok önemlidir. Çünkü *kasacı* denilen kişisel satış elamanları müşterilerle yüz yüze gelen kişilerdir. Kasacılar; bankoda görevlidirler ve gelen müşterileri karşılayarak onlara sipariş konusunda yardımcı olurlar. X restoranında amaçlanan servis süresi 1 dakikadır. Kasacılar bu bir dakikalık süre içinde:

- Gülümseme ve müşteriye karşılama,
- Siparişi alma,
- Satış-önerili satış,
- Siparişi toplama,
- Siparişi sunma,

- Parayı alma,
- Müşteriye teşekkür etmekten sorumludur.

Müşterilerin, X restoranı hakkındaki izlenimleri belirlemede kasacıların büyük rolü vardır. Bu nedenle baştan beri belirttiğimiz gibi kasacılar müşterilerle ilişkileri esnasında olabildiğince güler yüzlü, kibar, temiz ve hızlı bir şekilde müşteri isteklerine cevap vermeye çalışırlar. Ayrıca, kasacılar *önerili satış* ve *satış arttırma* yöntemleri ile satışları arttırmaya çalışırlar. Önerili satış; müşterinin unuttuğu bir şeyi hatırlatmaktır. Örneğin; "menünün yanında tatlı ister misiniz?" gibi. Satış arttırma ise, müşterinin boy belirtmediği zaman büyük boy önermesidir. Örneğin, "patates kızartmasının büyük boy olmasını ister misiniz?" gibi.

Ayrıca kasacıların, stokların tamamlanması, lobinin ve bankonun temiz olması gibi sorumlulukları da vardır.

Kasacıların yanında birde *back-up*'lar vardır. Bunlar, bankodaki kasacıların çalışmalarını kolaylaştırmakla görevlidirler. Kasacılara destek hizmetleri sağlarlar ve zamanla bankoda çalışarak ustalaşınca kasaya geçerler.

Lobi istasyonu : Temiz bir ortamda müşteriye X ürünlerini sunma amacını taşır. Bu istasyon, servisin kasa önünde kusursuz gerçekleşebilmesi için destek hizmetleri sağlamaktadır. Lobi istasyonunda personelin temel sorumlulukları aşağıdaki gibidir:

- büyük siparişleri masaya götürmesi için müşteriye yardımcı olunur, çocuklu ailelere çocuk sandalyesini verilir,
- müşteri ayrılır ayrılmaz masalardaki tepsiler kaldırılır. Masalar, sanitize edilmiş mavi bezle; sandalyeler, sanitize edilmiş kırmızı bezle silinir
- yerler, sürekli süpürge ve paspasla temizlenir,
- çöpler ezme aleti ile bastırılır ve dolan çöpler ağzı kapatılarak çöp odasında bekletilir,
- cam, kapı ve aynalar temizlenir.

Ayrıca lobi personeli tuvaletler (15 dakikada bir) ve dış bölgelerin temizliğinden ve kontrolünden de sorumludur.

2. Y FAST-FOOD RESTORANI HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Y restoranları ilk kez 1965 yılında Bursa'da Kebap ve Lahmacun restoranı olarak faaliyetine başlamıştır.

1992 yılında geleneksel Türk yemekleriyle hizmet veren ilk fast-food restoranını İstanbul'da açmış, 1993 yılından itibaren de franchising sistemini uygulayarak Türkiye çapında büyümeye başlamıştır. Bu işletmenin İstanbul'da 16, Bursa, İzmit ve Ankara'da birer tane; toplam 19 restoranı bulunmaktadır. Ayrıca, Y işletmesi 1997 yılında ilk *drive-in* restoranını yine İstanbul'da açmıştır.

Bu işletme Türk mutfağının fast-food sistemine uyarlanması konusunda en başarılı örneklerden biri olarak görülmektedir.

2.1. Y Fast-Food Restoran İşletmesi

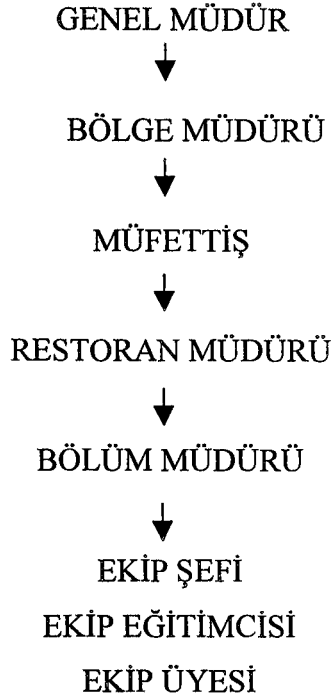
Y restoranı da, X restoranı gibi içinde bulunduğu fast-food restoran grubundaki bütün temel karakteristik özellikleri taşımaktadır.

Y restoranının özellikleri; kuruluş yeri, finansal yapısı, organizasyon ve personel yapısı, menü tipini ve servis şeklini kapsayacak şekilde kısaca aşağıda açıklanmıştır.

Kuruluş yeri; Y restoranı, zaman problemi olan müşterilerine alternatif fast-food ürünlerini sunabilmek için merkezi alanları, iş ya da alış veriş merkezlerini ve ulaşım kolaylığı olan yerleri seçmiştir.

Finansal yapı; 1992 yılında ilk fast-food restoranını açan Y restoranı önceden aile şirketi yapısına sahip iken; 1993 yılında franchising sistemine geçmiştir.

Yönetim ve Organizasyon; Y restoranında genellikle çalışan elemanlar, iş kanununun belirlediği 16 yaş ve üstü gençlerden oluşmaktadır. Ayrıca part-time çalışan üniversite öğrencileri de bulunmaktadır. Bu yüzden personel yapısı, vasıflı ve vasıfsız elemanların bulunduğu karmaşık bir yapıdadır. Çalışan elemanlarda beceri ve yetenek gibi özellikler aranmamakta; restoran içersinde elemanlara yeterli eğitim verilmektedir. Elemanlar, çalışma performansı ve başarısına bağlı olarak zaman içersinde ekip üyeliğinden ekip şefliğine (4 yıldız) kadar yükselebilir. Daha sonra Y restoranlarının bağlı olduğu bölge müdürlüklerinin onayı ile restoran müdürlüğüne kadar yükselebilir. Her bir restoranda ortalama 5-15 çalışan eleman sayısı ve bir bölüm müdürü vardır. Bunların dışında; Y restoranları denetim için, İstanbul'daki genel müdürlüğe bağlı 6 bölge belirlemiştir. Bu bölgeler için de 6 bölge müdürü görevlendirilmiştir.



Menü tipi; Y restoranı, yabancı kökenli fast-food restoran işletmelerinin menülerine karşı geliştirilmiş farklı bir anlayışta menü sunmaktadır. Menüde yer alan ürünler (bazıları hariç), Türk mutfağının belirli ürünleri içersinden seçilmiş ve fast-food restoran sistemine uyarlanmaya çalışılmıştır.

Y restoranında da hammadde olarak, dondurulmuş yiyecek maddelerinin yanı sıra ürün1/2/3 ve salata için gerekli olan malzemeler taze olarak tüketilir.

Menü, sınırlı sayıda yiyecek ve içecekten oluşur. Menüünün içerdiği yiyecek türleri;

- **Ürün1:** İnce ve yuvarlak bir biçimde açılan hamurun üzerine kıyma, domates, soğan, maydanoz ve çeşitli baharatların konulmasıyla oluşan Türk mutfağına özel bir yiyecek türüdür.
- **Ürün2:** Ürün1'in alternatifi olarak servise sunulan ve eti sevmeyen müşteriler için Y restoranın kendine has bir türüdür. Aynı şekilde hazırlanan hamurun üzerine özel bir peynir karışımı ve maydanozun konulmasıyla oluşur.
- **Ürün3:** Sandviç ekmeğinin arasına küçük ve ince parçalar şeklinde kesilen et ile domates dilimlerinden ve soslardan oluşan klasik bir Türk mutfağı ürünüdür.

- **Ürün4:** Görünüşü yumurta şeklini anımsatan dışı bulgur kaplı, içi özel bir kıyma karışımından oluşan ve bol yağda kızartılıp sunulan Türk mutfağı ürünlerinden birisidir.
- **Ürün5:** Dışı galeta unu ile kaplı, içinde özel bir peynir bulunan küçük parçalar halindeki tavuk etinin bol yağda kızartılmasından oluşan yiyecek türüdür.
- **Patates kızartması:** İnce dilimler halinde doğranmış olan patateslerin kızartılmasından oluşur.
- **Sütlaç:** Türk mutfağının klasik tatlılarından birisidir. Süt, pirinç ve şekerden yapılmaktadır.
- **Kadayıf:** Bir tür hamur tatlısıdır. Pişirildikten sonra üzerine su ve şekerden oluşan şerbet dökülerek servis edilir.

Servis şekli; Y restoranı müşterilerine self-servis şekliyle hizmet vermektedir. Y restoranında çatal, bıçak, tabak (tek kullanımlık olanlar hariç) gibi gereçler serviste kullanılmamaktadır. Yaklaşık 3 dk.'lık servis süresiyle hızlı, kaliteli, temiz, standart ve arkadaşça bir hizmet sunarak; müşteri memnuniyetinin sağlanması amaç edinmiştir.

2.2. Y Üretim/Hizmet İstasyonları

Y restoranı, restoran içi üretim ve hizmet işlevlerin kesintisiz yerine getirebilmek amacıyla, 10 farklı istasyon belirlemiştir. Her istasyon için standart prosedürler ve çalışanların sorumlulukları belirlenmiştir.

Ürün1/ürün2/ürün3 istasyonu: Ürün1/ürün2'nin besin değerini kaybetmeden standart ağırlıkları malzeme dahil 80 gr.(hamur 60 gr.+ malzeme 20 gr.) ve ürün3, 50 gr. olacak şekilde müşteri beğenisine sunulmasını amaçlayan üretim istasyonudur.

Ekmek ve süsleme istasyonu: Ürün3 için gerekli ekmek, domates, soğan gibi malzemelerin hazırlandığı istasyondur.

Ürün4 ve Ürün5 istasyonu: Türk Mutfak Kültürü'nde yer alan yerel ürünleri, özgün damak tadına uygun bir şekilde fast-food sistemi içerisinde üretebilmeyi amaçlamaktadır.

Patates istasyonu: Restoranın ihtiyacı paralelinde yüksek kalitede kızartılmış patateslerin üretildiği istasyondur.

Sütlaç ve Kadayıf istasyonu: Türk mutfağında önemli yeri olan tatlılardan iki çeşidinin servise sunulduğu istasyondur.

Production istasyonu: Diğer istasyonlarda üretilen ürünlerin paketlenmesi, ürünlerin dakikalık bekleme sürelerinin gözlenmesi işlevini görür.

Kasa istasyonu: Her müşteriye nazik, dostça ve hızlı bir servis sunmakla sorumludur. Bu istasyonda kasiyerler, bu işlemlerinin yanı sıra dondurma ve içecek servisinin yapılmasından da sorumludur.

Lobi istasyonu: Müşterilerin, temiz ve rahat bir ortamda Y ürünlerinin tüketilmesini sağlayan hizmet istasyonudur. Bu istasyonda; masalardaki tepsilerin toplanması, yerlerin, camların ve servis alanlarının, tuvaletlerin temizliği gibi işlemler yapılmaktadır.

Servis istasyonu: Restoranın işlemleri kolaylaştırmak için, restoranın servise hazır hale gelmesini sağlar ve bu amaçla sabah makineler açılır, günün yoğun saatlerine yetecek kadar stok yapılır, akşam makineler ertesi gün için temizlenir ve hazırlanır.

Arka oda istasyonu: X restoranında olduğu gibi diğer üretim/hizmet istasyonların servis ve temizlik hizmetlerini yerine getirebilmesi için destek hizmetler vermektedir.

2.3. Y Uygulaması

Bu bölümde de her uygulamayı kendi içinde belirli ana başlıklar altında inceleyeceğiz. İncelememiz satın almanın başlangıcından servisin yapıldığı aşamaya kadar olan süreci kapsamaktadır.

2.3.1. Satın Alma

Y restoranında ürün/malzemeler, İstanbul merkezli lojistik destek firması B'den temin edilmektedir. B firması, Y restoranları adına satın alma faaliyetlerini ve ürünlerin hazır hale getirilip; depolanmalarını ayrıca dağıtımlarını gerçekleştirir.

B firması, Y restoranlarından gelen siparişler doğrultusunda piyasadaki firmalardan restoranların ihtiyaçlarını tedarik ederek restoranlara belirli zamanlarda iletilmesini sağlar. Ancak restoranlarda kullanılan; kıyma, domates, soğan, maydanoz gibi hızlı tüketim malzemeleri, Y restoranlarına günlük olarak dağıtır.

Bunların yanı sıra eğer Y restoranı, İstanbul'un dışında ise; ana malzemelerin dışında ki diğer ürünleri (ekmek, ayran, salata malzemeleri gibi) lokal bölgeden temin eder.

2.3.2. Teslim Alma ve Depolama

Teslim alma işlemi Y zincir restoranının, merkez satın alma firmasına yakınlığına göre değişir. İstanbul'da bulunan restoranlara ürün/malzemelerin dağıtımı daha sık yapılır iken; İstanbul dışındaki restoranlara belirli zaman aralıklarıyla yapılmaktadır.

İstanbul'da bulunan Y restoranlarının bütün ürün/malzemeleri, B firması tarafından temin edilmektedir. Ancak İstanbul'un dışında yer alan diğer Y restoranlarına sadece ana ürünlerin dağıtımı yapılmaktadır. Bunun için B firması, dağıtımı yapılacak bu ana ürünleri kamyon veya tır ile gece İstanbul'dan ihtiyacı olan bölgelere gönderir. Diğer yan ürünler ise; restoran müdürü tarafından anlaşılan lokal firmalardan temin edilir.

Restorana gelen bütün ürün ve malzemeler, öncelikle “walk-in” adı verilen yerde stoklanır. Daha sonra bu ürün ve malzemeler özelliklerine göre kuru depo, walk-in ve derin dondurucuya yerleştirilmektedir. Buna göre her bir ürün/malzeme özelliklerine göre aşağıdaki gibi yerleştirilir:

- Kuru depoda; peçeteler, kağıt torbalar, kağıt bardaklar, kamışlar vb. sarf malzemeler depolanmaktadır. Buranın ısısı 22- 27 °C dir.
- Walk-in depoda; burada ayran, sütlaç, kadayıfın şerbeti, salata malzemeleri stoklanır ve buranın ısısı 2-5 °C dir.
- Derin dondurucuya; ürün3, ürün4, ürün5, kadayıf, patates, ekmek ve süt depolanır. Bu odanın derecesi -18 -23 °C arasındadır.

Y restoranında stok değerlendirme için İGİÇ (ilk giren ilk çıkar) yöntemi uygulanmaktadır.

2.3.3. Ön hazırlık

Ön hazırlık, her istasyonda temel işlevler başlamadan önce yapılan hazırlıkları kapsamaktadır. Buradaki amaç, ürünlerin istenilen zamanda hiçbir aksaklık olmadan üretilmesini ve servise sunulmasını sağlamaktır.

Ürün1/ürün2/ürün3 istasyonu: Ürün1 için gerekli olan malzeme; kıyma, domates, soğan, maydanoz ve çeşitli baharatlar kullanılarak hazırlanır.

Ürün2 için gerekli olan malzeme, özel peynir karışımı ve maydanoz kullanılarak hazırlanır.

Ürün1/2 için hamur, günlük olarak hazırlanır.

Ayrıca ürün3'ün hazırlanabilmesi için et stoku yapılır.

Ürün1/ürün2/ürün3'ün pişirildiği konveyörlü fırın, restoranın sabah açılışına 20 dakika kala ısıtılmaya başlanır ve ortalama sıcaklığı, 270 °C'ye ayarlanır

Ekmek ve süsleme istasyonu: Ürün3 için süsleme istasyonu oluşturulmuştur; bu yüzden gün için gerekli yeterli ekmek (dondurucudan çıktıktan 6 saat içerisinde tüketilmelidir), domates, soğan malzemeleri stoklanır. Ayrıca ekmek için tost makinesi 30 dk. önceden ideal sıcaklığa ulaşması için açılır ve ısı ayarının 216 °C olup olmadığı kontrol edilir.

Ürün4 ve Ürün5 istasyonu: Vat'ın yanındaki küçük buzluklara dondurulmuş ürün4 ve ürün5 stoku yapılır. Vat, restoranın sabah açılışına 15 dk. kala ısıtılmaya başlanır ve ısı 168 °C'ye ayarlanır.

Patates istasyonu: Patatesler kızartma sepetlerine konur vat'ın yanına patates kutusu/poşeti ve tuz stoku yapılır. Vat, restoran servise açılışına 45 dk. kala ısıtılmaya başlanır ve ısı 168° C'ye ayarlanır.

Sütlac ve Kadayıf istasyonu: Dondurulmuş kadayıf porsiyonları vat'ın yanında ki küçük buzluga stoklanır (bu vat ürün4 ve ürün5'nin vat'ından ayrıdır) ve şerbeti soğuk depoda bekletilir. Vat, restoran açılmadan 15 dk. önce ısınması için açılır ve 168° C'ye ayarlanır.

Sütlac ise, restorana B firması tarafından hazır halde getirilir ve istasyona stoklanır, müşterilerine taze bir şekilde servis edilmesi amaçlanır.

Production istasyonu: Üretilen ürünlerin bekleme yeri olan bekleme kabini 30 dk. önce açılır ve ısı 62-66 °C'ye ayarlanır. Paketleme işlemleri için gerekli malzemeler stoklanır.

Kasa istasyonu: Müşterilerin servisini özenli, çabuk, güler yüzlü ve temiz hazırlamakla sorumludur. Bunun için servis esnasında gerekebilecek küçük sos paketleri, tuz, şeker, çay/kahve paketleri ve sarf malzemeleri gibi kendisine gerekli olan malzemeleri stoklar. Ayrıca bu istasyon dondurma ve içecek servisine bakmakla da

yükümlüdür. Buna göre dondurma ve içecek istasyonlarının ön hazırlıkları aşağıdaki gibidir:

Dondurma : Y restoranında da dondurma, *Taylor* adı verilen makinede üretilmektedir. Dondurma yapımında makine içersindeki sütün ısısı -8°C ; müşteriye sunulan dondurmanın soğukluğu -5°C ; dondurmanın üzerine konulan sosların ısısı ise 40°C ' derece olacak şekilde ayarlanmaktadır.

Sıcak ve Soğuk içecekler: Sıcak içeceklerin servisi için çay/kahve makinesi hazır halde bulundurulur; çay/kahve, krema ve şeker paketleri makinenin yanına stoklanır.

Soğuk içecekler de "*Whitlong*" adı verilen bir makinede hazırlanır (şurup halinde bulunan içecekler makinedeki karbondioksit tüpü sayesinde sodalı biçime getirilir); ve içeceklerin makine, içersindeki alt ve üst sıcaklıkları 2 ile 6°C ; servise sunulan sıcaklıkları ise 2 ile 4°C derece olacak şekilde ayarlanır.

Ayrıca Türk Mutfak Kültürü'nde yer alan ayran da müşterilerin servisine sunulmaktadır.

Servis istasyonu: İşlemler sabah açılış ve kapanış olmak üzere iki aşamada gerçekleşir.

Açılış:

Sabah açılışı, akşam kapanışı kadar işlem gerektirmez. Çünkü akşam kapanış sırasında ekipmanların, gün içersinde kullanılan araç-gereçlerin ve alanların temizliği yapılır. Bu temizlikler yapılırken özellikle hijyene önem verilir. Ürünlerin hazırlandığı alanlar ve bunların dışında kalan alanlar ayrı bezlerle temizlenir. Bu bezler her 5 dk.da bir değiştirilir. Buna göre sabah açılışta şu işlemler gerçekleşmektedir:

- makineler sırasıyla açılır,
- gündüz kalabalığına yetecek kadar stok yapılır,
- sarf malzemelerinin stoku yapılır,
- ıskarta ve çöp kovaları yerleştirilir,
- lobideki masalar hazırlanır.

Kapanış:

- kapanıştan sonra dondurma makinesi sökülür ve temizlenir,
- servis bölgesindeki tüm ekipmanlar kapatılıp; temizlenir,
- yerler süpürülüp paspaslanır,

- lobi sabah açılış için hazırlanır,
- sabah açılış için her şeyin hazır olup olmadığı kontrol edilir.

Arka oda istasyonu: Üretim ve servisin hijyenik şartlarda gerçekleşebilmesi için restoranın tüm alanında;

- yeterli sayıda temizlik bezleri ayrı kovalarda sanitize maddesi karışımı suda bekletilir,
- kirli bezler ayrı kovalarda bekletilir,
- temiz süpürge, paspas ve faraş hazırlanır,
- derin dondurucu ve soğuk oda dereceleri kontrol edilir ve derin dondurucu, soğuk oda ile deponun düzeni sağlanır,
- üretimde kullanılan bütün araç-gereçler yıkanır,
- bankonun sıkıntı çekmemesi için müşteri tepsileri yıkanır,
- yerlerin kuru olması sağlanır,
- çöp kovası her zaman temiz ve kapalı tutulur.

2.3.4. Pişirme

Y restoranında pişirme işlevi, dört ana istasyonda gerçekleşmektedir. Bunlardan ilk beşi ana ürünler olan ürün1, ürün2, ürün3, ürün4 ve ürün5'in üretildiği istasyonlardır. Diğerleri ise, patates, sütlaç ve kadayıf üretiminin yapıldığı istasyonlarıdır.

Ürün1/ürün2/ürün3 istasyonu: Ürün1/Ürün2'a ait malzemeler, restoranda "tırnakçı" adı tabir edilen ekip üyeleri tarafından hamurun üzerine homojen olarak el ile dağıtılır. Bu işlem yapılırken özellikle hamurun her yerine malzemelerin eşit dağılımı sağlanır (malzemelerin hamurun dışına taşmamasına ve sulanmamasına dikkat edilir. Çünkü hamur, "hamur açma makinesi" ile açıldığı için çok ince bir görünüme sahiptir. Bu yüzden ürünün fırına girmesi aşamasında hamurun yırtılmaması gerekir). Daha sonra konveyörlü fırında pişirilir.

Ürün3'ün hazırlanması diğer iki üründen farklıdır. Öncelikle; patatesler vat'a atılır ve arkasından alimünyum folyaların içindeki dondurulmuş olan ürün3'ün malzemesi, fırına koyulur; konveyörlü fırının dönme süreci; yani 2 dk.'lık turu esnasında, ekmekler tost makinesinde ortalama 20-22 sn. pişirilir. Fırının dönme süresi tamamladıktan sonra

patatesler için gerekli olan 1 dk.'lık süre içersinde ürün3 süslemeye alınır ve patatesin piştiğini uyarıcı alarmla patates sepetleri vat'tan alınır ve ürün3 ile birlikte servise sunulur.

Üç ürüne de pişirebilmek için ısı iletimi, gaz ile ısı yayma şeklindedir ve bu yüzden kuru pişirme yöntemi kullanılır. Bu ürünlerin pişmesi için kullanılan ekipman konveyörlü fırındır. Konveyörlü fırın içersinde pişme süresi 2 dk.10 sn'dir. Servise hazır olan ürünler bekleme kabında en fazla 7 dk. bekletilebilir.

Ürün4 ve Ürün5 istasyonu: Ürün4 ve ürün5'nin pişme şekli X restoranındaki ürün3 ve ürün4'ün pişirilmesine benzemektedir. Her ürün kızartma sepetlerine yerleştirilerek, vat içersinde kızartılır. Daha önce de belirttiğimiz gibi yiyecekler bol yağda kızartılarak, ısı transferinin sıvı ile iletilmesi sağlanır. Bu tip pişirmeler için derin kızartıcılar tercih edilir. Servise hazır olan ürünler *shutter* adı verilen bekleme kabininde en fazla 7 bekletilebilir. Ürünlerin pişme süresi 3 dk.30 sn'dir.

Patates istasyonu: Bu istasyonundaki işlemler X restoranındaki işlemlerle aynı şekilde gerçekleşmektedir ve burada da yukarıda bahsettiğimiz pişirme yöntemi ve ekipmanı uygulanmaktadır. Patateslerin pişme süresi ortalama 2 dk.55 sn.-3 dk.05 sn. arasındadır. Bu ürün, bekleme kabininde en fazla 7 dk. bekletilebilir.

Sütlaç ve Kadayıf istasyonu: Sütlaç, B firmasından hazır getirildiği için herhangi bir işlem gerektirmez. Her iki ürün de en fazla bir gün süre ile 2-5°C'lik dolapta bekletilebilir.

Vat'ın yanındaki buzluğa stoklanan kadayıf porsiyonları, vat 'ta 3 dk.30 sn. kızartılır. Daha sonra üzeri şerbetlenerek müşteri servisine sunulur. Bu ürünün de pişirme yöntemi ve ekipmanı ürün4/5 ve patates ile aynıdır.

2.3.5. Servis

Uluslararası zincir işletmelerin lider konumda olduğu fast-food pazarında, Türk Mutfak Kültürü ile kendisini gösteren Y fast-food restoranı kaliteli, temiz ve güvenilir bir hizmetle müşteri memnuniyetini sağlayarak bu pazara yeni bir boyut kazandırmayı amaçlamaktadır.

Bu sorumluluğu, özellikle kasa ve lobi istasyonlarında çalışan personel üstlenmiştir.

Kasa istasyonu: Her müşteriye mümkün olan en hızlı servisi sağlamak ve altı adımı uygulamak kaydıyla nazik, arkadaşça ve hızlı bir servisle müşteriye etkilemektir.

Kasacı denilen kişisel satış elamanları, bankoda görevlidirler. Kasacılar, her zaman müşterilerle yüz yüze gelirler ve bu yüzden hem davranışlarıyla hem de konuşmalarıyla müşteriler üzerinde direkt olarak etkilidirler.

Kasacılar; bankoda görevlidirler ve gelen müşterileri karşılayarak onlara sipariş konusunda yardımcı olurlar. Kasacılar bu servis süresi içerisinde:

- Gülümseme ve müşteriye karşılama,
- Siparişi alma,
- Satış-önerili satış,
- Siparişi toplama,
- Siparişi sunma,
- Parayı alma,
- Müşteriye teşekkür etme ve yine gelmesini istemekten sorumludur.

Bu açıklamalardan da görüldüğü gibi kasa servis istasyonunda işlemler tamamıyla X restoranıyla benzer şekildedir. Kasacılar aynı X restoranındaki gibi müşteri memnuniyeti odaklı çalışmaktadırlar. Ayrıca yine X restoranında olduğu gibi pazarlama karmasının bir parçası olan kasacılar, *önerili satış* ve *satış arttırma* yöntemleriyle restoranın satışının arttırılmasına önemli katkılarda bulunmaktadır.

Lobi istasyonu : Temiz bir ortamda müşteriye Y ürünlerini sunma amacını taşır. Bu istasyon, servisin kasa önünde kusursuz gerçekleşebilmesi için destek hizmetleri sağlamaktadır. Lobi istasyonunda personelin temel sorumlulukları aşağıdaki gibidir:

- büyük siparişleri masaya götürmesi için müşteriye yardımcı olunur, çocuklu ailelere çocuk sandalyesi verilir,
- müşteri restorandan ayrılır ayrılmaz masalardaki tepsiler toplanır ve masalar, sandalyeler sanitize edilmiş bezlerle silinir,
- yerler sürekli süpürülür ve paspaslanır,
- çöpler çöp kutusuna dökülür, dolan çöpler çöp odasında bekletilir,
- cam, kapı ve aynalar sürekli temiz tutulur.
- tuvaletler 5 dk.da bir temizlenir.

3. ARAŞTIRMANIN KONUSU

Araştırmaya, fast-food restoran sistemi ve bu sistemin işleyişi ile; Türk Mutfak Kültürü konu alınmıştır. Bu amaçla; fast-food sisteminin, Türk mutfağında yer alan geleneksel yiyecekler içersinden hangi ürünlere ne şekilde uyarlanabileceği ve bunun gerçekleştirilebilmesi için ne gibi çalışmaların yapılması gerekliliği konusu ele alınmıştır.

4. ARAŞTIRMANIN AMACI

Son yıllarda fast-food restoranlarının hızla yaygınlaşması karşısında, Türk Mutfak Kültürü'nde eskiden beri var olan ekmek arası döner, dürüm veya muhallebi gibi ayak üstü yenilen yiyeceklerin daha teknik bir yaklaşımla; fast-food restoran sistemiyle hizmet vermeleri zorunluluğu gündeme gelmiştir.

Bununla birlikte önceki bölümlerde belirttiğimiz gibi; yiyecek-içecek sektöründe meydana gelen bu değişiklikler karşısında Türk Mutfak Kültürü'nde yer alan özgün yemeklerin giderek unutulması ve bu konuda hizmet sunan restoranların sayısının azalması sorunu ortaya çıkmıştır.

Bu sebeple araştırmamız; fast-food sistemine uyarlanabilecek *Türk Mutfağı Ürünlerin* tespit edilmesi ve varsa mevcut uygulamaların incelenerek yapılabilecekler konusunda önerilerde bulunmayı amaçlamaktadır.

Bu araştırmayla elde edilen veriler ve bunların analiziyle aşağıdaki sonuçlara varılmak istenmiştir:

- 1.) Ürünün özgün tadının/görünümünün ve gıda güvenliğinin kaybolmaması şartıyla; Türk mutfağında hazırlanan hangi yemek çeşitleri, fast-food sistemine uyarlanabilir?
- 2.) Fast-food sisteminde yer alacak ürünlerin hazırlanmasından servisine kadar geçen süre içersinde üretim ve hizmet standartları oluşturulabilir mi?
- 3.) *Geleneksel Türk yemekleriyle hizmet veren fast-food restoran işletmelerinin*, sektördeki uluslararası zincir fast-food restoran işletmeleriyle rekabet gücünü arttırmak için gelecekte neler yapılması gerektiği konusunda çözüm önerileri sunulabilir mi?
- 4.) Önerilen bu standartların, franchising sistemiyle zincir işletmeler şeklinde tüketiciye ulaştırılması olanaklı mıdır?

5. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırmada “gözlem ve mülakat” yöntemi kullanılmıştır. Bu amaçla ilk olarak; uluslararası fast-food restoranlarında sistemin işleyişini belirlenmesi için, X restoranında çeşitli kademelerde çalışarak restoran içinde hammadde alımından, ürünlerin müşteriye sunulmasına kadar geçen süreç izlenmiş, sistemin çalışma esasları ile ilgili bilgilerin tümü işletme müdürü ve bölüm sorumlularından alınmıştır.

Sonraki aşamada Y restoranında; restoran müdürü ile görüşülerek restoran içerisindeki tüm bölümler incelenmiş ve restoranın çalışma esasları konusunda çeşitli bilgiler alınmıştır.

5.1. Örnek Büyüklüğünün Belirlenmesi

Araştırmanın ana kütlesi; uluslararası X işletmesinin Ankara'daki 10 restoranı ve Y işletmesinin İstanbul'daki 16 restoranıdır. Ancak daha önce de belirttiğimiz gibi her iki restoranda franchising sistemi ile işletildiği ve tüm restoranlarda aynı sistem uygulandığı için, örnek restoran olarak Ankara'daki X fast-food restoranı ile İstanbul'daki Y fast-food restoranı araştırma için uygun görülmüştür.

5.2. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmanın yapılacağı fast-food restoranları belirlendikten sonra 13-20 Nisan 1999 tarihleri arasında X fast-food restoranında ve 3-9 Mayıs 1999 tarihleri arasında da Y fast-food restoranında gözlemlerde bulunulmuş, işletme yetkilileri ve bölüm sorumlularıyla yapılan mülakatlarla da üretim ve hizmet standartları konusunda tüm veriler toplanmıştır.

6. ARAŞTIRMANIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Fast-food sisteminin Türk mutfağına entegre edilebilmesi amacıyla; uluslararası fast-food işletmesi ile ulusal fast-food işletmesi seçilmiş; her iki işletmenin restoran içi çalışma sistemleri ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Bu çalışma sonucunda yapılacak genel değerlendirmelerin fast-food sisteminin genel karakteristikleri çerçevesinde yapıldığının göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Bu yüzden bir fast-food restoranında; hammadde alımından, servis özelliklerine kadar sistemin nasıl çalıştığı ve her iki işletmenin ürün farklılıklarından öte "ne tür avantajları ve dezavantajları"nın olduğunu

görmemiz gerekmektedir. Ayrıca bu yaklaşım; iki işletmenin artı ve eksilerini bir arada görme ve çalışmanın sonucunda varılmak istenen "Fast-food sistemine Türk mutfağına nasıl entegre edilebilir?, neler yapılabilir?" sorularının çözümlerini bulmamıza da yardımcı olabilecektir.

Yapılan araştırmada, hammadde alımı konusunda her iki işletmenin merkezi satın alma kuruluşlarını kendi bünyelerinde oluşturdukları görülmektedir. Merkez satın alma işletmesi, kendi işletmeleri için hammadde alımlarını ve bunların restoranlara dağıtımını yapmaktadır. Alım esasları, iki işletmenin belirlediği standartlar paralelinde direkt üretici işletmelerden yapılmaktadır. Yalnız X restoranı uluslararası standartları yakalayabilmek amacıyla; kimi ürünleri için yerel üretici işletmelerdeki personelin eğitimini de üstlenmektedir. Bundan amaçlanan X restoran işletmesinin standartları konusunda taviz vermemek ve istenilen standartların tüm restoranlarda aynı olmasını sağlamaktır. Yani; ister Türkiye’de ister Amerika’da olsun X logosu, her yerde aynı tatta ürünleri sunmayı garanti etmektedir. Y restoran işletmesi de, üretim standartlarını belirlemiş olmakla beraber, üretici işletme personelinin kendi standartları konusunda eğitimi gibi bir şey söz konusu değildir.

Bu tür bir satın alma organizasyonu her iki işletmeye de zaman ve güvenilir ürün bulma açısından çeşitli avantajlar sağlamaktadır.

Her iki işletmede çeşitli *üretim ve hizmet istasyonları* bulunmaktadır. Bu istasyonların sayısı X ve Y restoranlarında 10 tanedir. X restoranındaki bu istasyonların 4 tanesi ana üretim (ürün1/2, ürün3/4/5, patates kızartması, ekmek) istasyonu; kalan 6 tanesi destek hizmetler veren servis (süsleme, production, kasa, lobi, servis, arka oda) istasyonlarıdır. Aynı şekilde Y restoranında 4 ana üretim (ürün1/2/3, ürün4/5, patates kızartması, ekmek) istasyonu ve 6 tane de servis (süsleme, production, kasa, lobi, servis, arka oda) istasyonu bulunmaktadır. Ancak X restoranında; süsleme ve production istasyonları, Y restoranına göre daha aktif çalışmaktadır. X restoranında süsleme istasyonu, neredeyse her bir ürün için faaliyet gösterirken; Y restoranında süsleme istasyonu, sadece ürün3 için gerekli olan işlemleri yapmaktadır. Y restoranında production istasyonunun daha pasif faaliyet göstermesi, Y ürünlerinin X ürünlerinden farklı olmasından kaynaklanmaktadır. Özellikle Y restoranının ana menüsünü oluşturan ürün1/2/3’ün üretildiği yerde bekletilmesi gerekmektedir.

Servis istasyonlarının temel işlevleri, restoran servise başlamadan önce ön hazırlık işlemlerini tamamlayarak; servis işlemlerini kolaylaştırmak ve hızlandırmaktadır. Böylelikle restoranın en yoğun saatleri rahatlıkla atlatılmakta ve müşterinin kasa önünde uzun süre beklemesi önlenmektedir. Ayrıca servis istasyonları restoranın kapanış sonrası işlemlerini en hızlı sürede yaparak, restoranın ertesi iş gününe hazırlanmasını sağlamaktadırlar.

Araştırmanın en önemli sonuçlarından biriside bu çalışmanın ilgili bölümlerinde sürekli belirtildiği gibi, her iki işletmenin ürünleri için belirlediği üretim standartlarıdır. Örneğin; bir X köftesinin ağırlığı $\cong 45$ gr., çapı $\cong 10$ cm. veya ürün2 ekmeklerinin tabanına koyulan özel sosun 10 ml., soğanın 3,5 gr. olması zorunludur. Yani her bir ürünün içindeki malzemeler önceden belirlenen gramajlarda olmalıdır. Aynı şekilde Y restoranında, ürün1/2'nin hamuru 60 gr., malzemesi 20 gr. ve toplam ağırlığı 80 gr. olacak şekilde üretilmelidir. Yani X ve Y restoranları, bir ürünün hammadde alımından paketlenmesine kadar geçen sürede önceden belirlenen standartlara göre çalışılır. Bu da yine müşteri memnuniyetine odaklı hizmet anlayışının bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır.

X ve Y restoranlarında dikkat çeken bir nokta da, *teknolojidir*. Teknoloji sayesinde, çalışan elemanlarda iş deneyimi aranmamaktadır. Kısa süreli bir eğitimle çalışanlara restorandaki bütün incelikler öğretilenmektedir. Çünkü bilgisayarlı ekipmanlar, onlara yapacakları işlem hakkında komut vermektedir. Örneğin; patates için yapılan kızartmada; patates vat'a yerleştirilir. 30 saniye sonra *shake* alarmı yani *patates sepetini salla* alarmı ve 3 dk. 05 saniye sonra tekrar çalan *ürünler hazır* alarmı otomatik olarak ayarlanmıştır. Personelin tek yapacağı alarmlardaki adımları uygulamaktır. Böylelikle bütün ürünlerin eşit bir biçimde pişmesi sağlanmaktadır. Teknolojinin denetim mekanizmasını içecekler açısından değerlendirdiğimizde de aynı sonuç ortaya çıkmaktadır. Çünkü tek yapılan iş, istenilen içeceğin altına bardağı yerleştirmek ve makinenin düğmesine basmaktır. Makine, bardak dolduğunda otomatik olarak durmakta ve böylece içecekler boşa akmamaktadır. Bilgisayarlı kasalarda da, tek düğmeyle işlem yapılabilir. Bu kasaların üzerlerinde her türlü ürün ve fiyatları ayarlanmıştır. Böylece, personelin siparişi yanlış hesaplaması gibi bir sorun yaşanmamaktadır.

Fast-food sisteminin karakteristiği olan *sınırlı menü*, X ve Y çalışanlarına ve müşterilerine büyük kolaylık sağlamaktadır. Çalışanlar açısından değerlendirildiğinde sınırlı menü ile işlemler oldukça basitleştirilmiş ve otomatikleştirilmiştir. Bu sebeple çalışanlar, işlemlerini daha az çaba sarf ederek gerçekleştirebilmektedir. Müşteriler açısından da; müşterilerin karar vermekte fazla zorlanmamasını sağlamaktadır. Bu durum, servis hızıyla (ortalama 1dk.-3dk.) da birleşerek özellikle uzun kuyrukların olduğu yoğun zamanlarda restorana bir avantaj sağlamaktadır.

Ayrıca bu restoranlarda her şeyin müşterileri düşünerek tasarlandığı açıkça görülmektedir. Bu en belirgin olarak müşterilerin restorana girip siparişini rahatlıkla verebilmesi için kasanın hemen girişte (*ön sipariş kasa sistemi*) kurulmasından anlaşılabılır. Kasanın arka planına menüboardlar asılmıştır. Böylelikle müşteriye istediği ürününün veya menünün fiyatını ve hatta resmini görerek sipariş verme imkanı sağlanmıştır.

Kasa önüne gelen müşterilerin, hem siparişlerini vermesi hem de siparişlerini alıp bizzat masaya kendilerinin götürmeleri yani restoranda *self servis* sisteminin hakim olması her iki restoranın işgücü maliyetini önemli ölçüde azaltmakta ve aynı zamanda müşteriye zaman kazandırmaktadır.

X ve Y restoranında *tek kullanımlık çatal-bıçak gibi yemek yeme takımlarının* kullanılmasından dolayı ürünler daha çabuk tüketilmekte ve bu sayede restoranda müşteri sirkülasyonu artmaktadır. Ayrıca bu durum, restoran içersinde büyük miktarlarda bulaşık çıkmasını da engellemektedir.

Her iki restoranın da, müşterilerini tatmin etmek için ürünlerinde büyüklüğe önem verdiği gözlenmektedir. Örneğin; X'in piyasaya sürdüğü "büyük bir ekmek ve büyük köfte ile süs malzemelerinden oluşan yeni ürünü + büyük boy patates + kola" gibi menüler, müşteriye düşük fiyata bol ürün imajını vermektedir.

X ve Y restoranlarında, personel arasındaki *ilişkiler* de belirli düzene bağlanmıştır. Bu kurallar arasında en belirgin olanı; "teşekkürler" parolasıdır. Teşekkürler, *tamam-anladım* anlamına gelmektedir. Bu, personel arasında bir iletişim yoludur ve aynı zamanda da ilişkilerin daha saygılı yürütülmesi bakımından da bir mesaj görevindedir.

X ve Y personelinin *müşteri ile ilişkilerine* baktığımızda; ilişkilerin çok rutin olduğu görülmektedir. Müşteri ilişkilerinde daha öncede belirttiğimiz gibi 6 temel adım uygulanmaktadır.

Bu adımlar, her ne kadar bütün personeli aynılaştırsa ve personelin yaratıcılığını ortadan kaldırsa bile, sisteme önemli avantajlar da sağlamaktadır. Örneğin; servisi daha güvenilir kılmakta, kişisel beceriksizlikleri ortadan kaldırmaktadır.

Her iki restoranda *çalışan personelin* üniversite mezunu olmayan ve işçi bulma kanununa göre belirlenen 16 yaş ve üzerindeki gençler olduğu saptanmıştır. Bu durum aslında üniversitede okuyamayan gençlere istihdam sağlaması ve kariyer sahibi olmak isteyen gençlere fırsat vermesi açısından önemlidir.

İşe yeni başlayan personele *hizmet içi eğitim* verilmektedir. Başlangıçta sadece bir aylık deneme süresine alınan kişi, bu süreyi aştıktan sonra çeşitli görevlendirmelerle ve testlerle zaman içerisinde yükselme olanağına sahip olur.

Böyle bir eğitim, hem restoran işletmesinin standartlarını personele benimsetilmesi hem de personelin ürün hazırlamada kullanacağı teknik ve yöntemleri öğrenmesi bakımından faydalı olmaktadır.

Araştırmamızda elde ettiğimiz en önemli sonuçlardan birisi de; her iki restoranın *temizlik ve hijyen* prensipleri üzerine kurulu olmasıdır.

Her iki restoranda da; ekipmanlar her akşam tek tek sökülüp temizlenir, tekrar yerlerine yerleştirilir ve ertesi gün için hazır halde bulundurulur. Depo, arka oda ve kullanıma açık yerlerin de her zaman temizlendiği görülmüştür. Ayrıca personelin servis işlemlerine başlamadan önce mutlaka ellerini mikrop kırıcı sabunla yıkaması en temel kurallardan biridir.

Her iki sistem genel olarak değerlendirildiğinde; Y restoran sisteminin, X sistemiyle birebir benzeştiği görülmektedir. Bu benzeşme tabi ki, X sisteminin yıllardan beri süre gelen başarıları ve deneyimi ile birlikte düşünülmelidir.

Y restoran sistemi X restoran sistemini kendine örnek alarak; geleneksel Türk mutfağı yemeklerinden bazılarını fast-food sistemi içerisinde müşterilerine sunmaktadır. Bu anlamda Y restoran sisteminin, fast-food sistemini Türk mutfağına entegre ettiği ve yaklaşık olarak sekiz yıldır sektörde başarılı bir şekilde çalıştığı söylenebilir. Bu başarının devamı; Y restoranın fast-food sistemini Türk mutfağı içerisinde daha etkin kullanabilmek için bu sistemi daha da geliştirmesine bağlıdır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde, ekonomik, sosyal ve kültürel hayattaki değişime paralel olarak; kentleşme olgusu, kadının iş hayatına aktif katılımı, iş yoğunluğu, gelir düzeyindeki değişimler sonucunda, insanlar beslenmeleri için özellikle öğlen yemeklerine daha az zaman ayırmakta ve geleneksel beslenme alışkanlıkları değişmektedir. Kadının aktif iş hayatına katılımıyla hane halkı gelirlerindeki artış, büyük kentlerde ki iş hayatının yoğunluğu; şehirli nüfusun tüm bireylerinde çok önemli sosyal ve kültürel değişikliklere neden olmuştur. Bunun sonucunda da fast-food; günümüzde tüketicilere hızlı bir servisle sunulan, kolay yenilebilen, temiz ve standart ürün ihtiyacına cevap verebilmek için doğmuştur.

Yine bazı araştırmacılar fast-food yiyeceklerin tüketimindeki artış eğilimini; ailelerin küçülmesi ile geleneklere daha az bağımlı bir yaşam biçiminin yaygınlaşmasına, daha çok sayıda insanın yalnız yaşamasına, harcanabilir gelirin artmasına ve tüketicilerin rahat yaşam konusundaki talepleri ile açıklamaktadırlar.

Ayrıca bu tür restoranların yaygınlaşmasında, kentleşme ve iş yaşamının yoğunlaşmasına bağlı olarak, özellikle büyük kentlerdeki çalışma ve yaşama mekanlarının farklılaşması da etkili olmuştur. Çalışanların; çalışma hayatının getirdiği zorunluluklardan dolayı, öğlen yemeklerini dışarıda yemeleri zorunluluğu onları fast-food yiyeceklerine yöneltmiştir.

Bunlara ek olarak, tüketicilerin bu tür restoranlara eğlence ve sosyal amaçlı olarak da gittikleri bilinmektedir.

Bu değişim sürecinde, zaman darlığı olan insanlar beslenme ihtiyaçlarını en hızlı şekilde çözebilme uğraşı içerisine girmişlerdir. Buna karşın, geleneksel yemeklerimizin büyük çoğunluğu hazırlanması uzun süren yemeklerdir. Türkçe’imizde *ayak üstü beslenme* ya da *hızlı yemek sistemi* olarak adlandırılan fast-food sistemi, özellikle evinden uzak işyerlerinde çalışan insanların hem zaman problemlerine hem de damak zevklerine çözüm getirmektedir. Gıda endüstrisi de, zaman darlığından doğan bu sorunlara hızlı yiyecek hazırlama tekniklerini ve fast-food servislerini geliştirerek çözüm aramaktadır.

Bugüne kadar Türk fast-food işletmeleri yiyecek-içecek sektöründeki bu değişime ayak uydurabilmek için, Türk damak tadına en uygun ürünler olan; kebabları, köfteleri, pideleri, gözlemeleri, lahmacunu ve döneri; zaman problemi olan insanlara sunmayı amaçlamıştır. Fakat, Türk mutfağının değişim süreci içerisindeki bu çabaları, sistematik olmayan bölgesel çabalar olmaktan öteye gidememiştir. Her bölge ya da şehir kendi içerisinde popüler bir ürünle, bir restoran ya da restoranlar grubu ortaya çıkarmakta; bu restoranlarda genellikle ya bölge halkı ya da bölgeye turistik veya iş amaçlı gelen kişiler tarafından bilinmektedir. Örneğin; Adapazarı'nın "İslama Köftesi", Eskişehir'in "Çiğ Böreği", Bursa'nın "İskender Döneri", Adana'nın "Adana Kebabı", İnegöl'ün "İnegöl Köftesi", Güney Doğu Anadolu'nun "Kebap ve Lahmacun" gibi yemekleri Türkiye'nin hemen hemen her yerinde bulmak mümkünken; aynı tadı ve kaliteyi adıyla ünlü olan bölge dışında bulmak pek mümkün olamamaktadır. Sonuç olarak bu anlamda hiç bir ürün ya da restoran ulusal olarak gelişme gösterememiş ve gelişememiştir.

Ancak son yıllarda geleneksel Türk yemekleriyle hizmet sunan fast-food işletmelerinin, uluslararası zincir fast-food işletmeleri karşısında olumlu gelişmeler göstermektedir.

Dördüncü bölümde; tüketicilere sunduğu geleneksel Türk yemekleri ile hizmet veren ulusal Y fast-food restoran işletmesi ile uluslararası zincir fast-food restoran işletmesi olan X işletmesi karşılaştırılmıştır. Bu karşılaştırmanın Y fast-food işletmesi açısından olumlu ve olumsuz sonuçları aşağıdaki gibidir.

Araştırmada ele aldığımız Y restoranın, sadece ürettiği yiyecekler için değil; satın alma, depolama, teslim alma, ön hazırlık, pişirme, servis, yönetim ve organizasyon gibi bütün restoran içi faaliyetlerde belirli prensipler oluşturması önemli bir gelişmedir.

Y işletmesi bünyesindeki restoranlarda satın alma faaliyetleri, genel merkezce belirlenen prosedürlere göre yapılmaktadır. Bu durum hammadde alımında her restoran için standart ürün kullanımını amaçlamaktadır. Ancak Y işletmesi adına satın alma, depolama ve dağıtım işlemlerini gerçekleştiren merkez firma, taze olarak tüketilmesi gereken bazı ürünleri (ekmek, salata malzemeleri, ayran vb.) İstanbul dışındaki Y restoranlarına ulaştıramamaktadır. Bu tip taze ürünlerin satın alma işleminin restoran müdürlerine bırakılması, az da olsa üretilen ürünlerde tat farkına yol açmaktadır.

Buna karşılık, uluslararası X işletmesinde bütün ürünler merkezi firma tarafından temin edilmekte olup, restoran müdürü inisiyatifinde hiçbir satın alma faaliyeti söz konusu olmamaktadır.

Y işletmesinde satın alma faaliyetlerinin devamı olan teslim alma ve depolama işlemleri için restoranda uygun koşullar oluşturulmuştur.

Ürünlerin hazırlık ve pişirme süreci içerisindeki sistem incelendiğinde; Y restoranının, X restoranından genel olarak bir farkının olmadığı; ancak ufak ayrıntılarda farklılıkların olduğu saptanmıştır. Örneğin X restoranında; süsleme ve production istasyonları, Y restoranına göre daha aktif çalışmaktadır. X restoranında süsleme istasyonu, neredeyse her bir ürün için faaliyet gösterirken; Y restoranında süsleme istasyonu, sadece ürün3 için gerekli olan işlemleri yapmaktadır. Y restoranında production istasyonunun daha pasif faaliyet göstermesi, ürünlerinin üretildikleri yerlerde bekletilmesinden kaynaklanmaktadır. Klasik fast-food restoranlarından farklı olarak; süsleme ve production istasyonlarının Y restoranında biraz daha pasif durumda olması, restoran için bir dezavantaj olmayıp, bu durum restorandaki üretilen ürün çeşitine göre yeterli düzeydedir.

Bir diğer farklılık ise, her iki restoranda üretim sürecinde kullanılan teknolojidir. Y restoranının, X restoranın sahip olduğu yüksek teknolojiyi düzeyine ulaşamadığı görülmektedir. Bu durum Y restoranı ürünlerinin; klasik hamburger veya pizza gibi uluslararası fast-food ürünlerinden farklı olmasından kaynaklanmaktadır.

Geleneksel Türk yemekleriyle hizmet veren fast-food restoranlarının yiyecek-içecek sektöründe yeter sayıda olmamasından dolayı; bu tip ürünlerin klasik damak tadının kaybolmadan pişirilmesinde kullanılabilecek ekipmanlar için çok fazla alternatif bulunmamaktadır. Bunun sonucunda geleneksel Türk yemekleriyle hizmet veren fast-food restoranları piyasadaki mevcut ekipmanlardan yararlanma yoluna tercih etmektedir. Bu ekipmanlarla pişirilen yemeklerde genelde özgün tadlarını kaybetmektedir. Örneğin, Y restoranında ürün1, 2 ve 3 için kullanılan konveyörlü fırın; bu ürünlerin özgün pişirme tarzına pek uygun olmayıp bu ürünlerin özgün tadını değişikliğe uğratmaktadır. Ürün 1 ve 2'nin özgün pişirme yöntemi olan "meşe kömüründe-kara fırın"da pişirilmeyele verdiği damak tadı, yukarıda bahsedilen fırınla yapıldığı zaman değişikliğe uğramaktadır. Aynı durum ürün 3 içinde söz konusudur. Ayrıca Y restoranının tatlı menüsünde yer alan kadayıfın fırın yerine yağda

pişirilmeside alışılmış kadayıf tadını kaybolmasına neden olmaktadır. Pişirme sürecinde kullanılan bu ekipmanlar ve yöntemler Y restoranın temel dezavantajlarıdır. Y restoranında yukarıda bahsedilen sürecin tekrar gözden geçirilmesi, uygun ekipman kullanımı konusunda ekipman üreticileri ile çalışmalar yapılması ve pişirme yöntemlerinde ürünün geleneksel pişirme yöntemlerine sadık kalınması (örneğin kadayıfın fritözde kızartılması değil de fırında pişirilmesi gibi) gerekmektedir.

Yönetim ve organizasyonda, X restoranının daha profesyonel bir örgütlenme yapısı içerisinde çalıştığı; Y restoranının ise tasarruf amaçlı olarak personel örgütlenmesinde çeşitli kısıtlamalara gittiği görülmüştür. Özellikle her Y restoranında sadece bir bölüm müdürünün olması; çok fazla iş tecrübesi olmayan personelin denetimini ve aralarındaki iletişimin sağlanmasını zorlaştırmaktadır. Ayrıca restoranda birden fazla sorumluluğun sadece tek bölüm müdüründe (restoran müdürü dışında) toplanması, restoranda denetimin aksamasına ve bölüm müdürü üzerinde yoğun baskı oluşmasına neden olmaktadır. Böyle bir personel örgütlemesi Y restoranında üretim ve servis aşamalarında çeşitli sorunların ortaya çıkmasına neden olabilecektir.

Araştırmada Y restoranının X restoranı gibi tanıtım faaliyetlerine yeterince önem vermediği gözlenmiştir. X restoran işletmeleri ulusal bazda radyo, televizyon ve yazılı basın kanalıyla reklam ve promosyon çalışmaları yaparak, ürün tanıtımına süreklilik kazandırmaktadır. Reklam ve promosyon kampanyaları; ürün ve işletme kalitesi, yeni ürünler ve marka konusunda tüketicilerin sürekli olarak bilgilendirilmesini sağlamaktadır. Buna karşın, Y işletmesi tanıtım faaliyetlerini X işletmesi kadar büyük çapta yapamamakta ya da bu konuda yetersiz kalmaktadır. Bu da, X işletmesinin ürünlerinin nerdeyse tüm tüketiciler tarafından tanınması, Y işletmesinin ürünlerinin ise restoran görülünce hatırlanması sonucunu doğurmaktadır.

Tanıtım ve promosyon kampanyaları franchising sistemiyle isim hakkını alan işletmeciler için; ürünün tanıtımı ve satış hacminin artırılmasını direkt olarak etkileyen en önemli bir faktördür. Tanıtım ve promosyon faaliyetlerinin yoğun şekilde yürütüldüğü X işletmelerinde, alıcı işletmenin restoran satış hacmi ve karlılığındaki artışına paralel olarak yatırımın dönüş hızı Y restoranlarına göre daha kısa sürede gerçekleşmektedir. Ancak Y işletmelerinin tanıtım faaliyetlerinin yetersiz olması nedeniyle, Y restoranlarının franchising sistemiyle ülke çapında yaygınlaştırılması kısa vadede pek mümkün görülmemektedir. Alıcı restoran işletmecileri için Y markasıyla

restoran işletmenin cazip hale gelebilmesi için Y franchising sisteminin gözden geçirilerek; ana işletmenin tanıtım kampanyalarına finansal kaynaklar yaratacak şekilde yeniden düzenlenmesi gerekmektedir.

X ve Y işletmelerinin karşılaştırması sonucunda ortaya çıkan bu sorunları genelleyerek, bu sorunların çözümüne yönelik olarak yapılması gerekenleri şu ana başlıklar altında toplayabiliriz:

- Fast-food sistemine uygun ürünlerin seçimi,
- Ürünleri hazırlama ve servis standartlarının belirlenmesi,
- Restoran içi sistemin kurulması,
- Yüksek teknoloji kullanımı,
- İşletmenin kurumsallaşması,
- Yönetim ve organizasyon,
- Franchising sisteminin kurulması, yaygınlaştırılması ve satış artırma çabaları,
- İşletme içi ve işletme dışı denetim işlevinin yerine getirilmesi.

Ürün seçimi: Ürün seçimi Türk mutfağının fast-food sistemine entegrasyonunda en önemli aşamadır. Bu sınıflamayı fast-food sisteminin genel karakteristikleri, yemek pişirme yöntemleri ve dördüncü bölümdeki uygulama ile birlikte değerlendirdiğimizde; ana ürün, yan ürünler ve tatlı grubuna girebilecek ürünlerin konusundaki önerilerimiz aşağıdaki gibidir. *Aşağıda yapılan bu sınıflama; ürünlerin hazırlama süreleri ve tüketim hızı dikkate alınarak yapılmış olup, bu ürünlere daha başka ürünler de eklemek mümkündür.*

Tablo 2. Ana Yemek Grubu¹³³

Önerilen Ürün	Pişirme Yöntemi	Ekipman
Lahmacun/Pide	Fırında Pişirme	Fırın
Adana/Urfa Kebap	Izgarada Pişirme	Yüzey Izgara/Konveyörlü Fırın
Köfte	Izgarada Pişirme	Yüzey Izgara
Döner	Radyan Izgara	Konveyörlü Fırın/Döner Izgara
İçli Köfte	Yağda Kızartma	Fritöz
Börek	Yağda Kızartma	Fritöz
Gözleme	Saçta Pişirme	Saç Ocak

¹³³ Önerilen ekipmanlar, ürünlerin alışılmış damak tadını bozmayacak şekilde pişirmelidir. Bu konuyla ilgili olarak aşağıda “*restoranda mutfak ve servis sistemin kurulması ve yüksek teknoloji kullanımı*” bölümünde çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Tablo3'te önerilen Adana/Urfa kebapları ve köftenin özgün tadının kaybolmaması için restoranda gelişmiş bir davlumbaz ekipmanıya “kömür ocağı” sistemini kurmak mümkündür. Özellikle kebab türü yiyeceklerde özgün tadın oluşturulması diğer etkenlerin yanı sıra pişirme yöntemiyle de ilişkilidir. Böyle bir pişirme yönteminin, fast-food sistemine uyarlanabilmesi; ocağın mutfak içi yerleşiminin ürün akışını, sanitasyon ve hijyen koşullarını olumsuz olarak etkilememesine bağlıdır. Ayrıca, kömür ocağında pişirilen bu ürünlerin bekleme kabinlerinde uygun sıcaklıklarda ve sürelerde bekletilebilmesi için gerekli şartlar oluşturulmalıdır.

Tablo 3. Yan Ürünler

Önerilen Ürün	Piştirme Yöntemi	Ekipman
Patates	Yağda Kızartma	Fritöz
Piyaz	Haşlama	Basınçlı Tencere/Tencere
Salata Çeşitleri	—	Sebze Yıkama ve Doğrama

Tablo 4. Tatlılar ve İçecekler

Önerilen Ürün	Piştirme Yöntemi	Ekipman
Ballı Ballı/Tulumba Tatlısı	Yağda Kızartma	Fritöz
Kadayıf	Fırında Piştirme	Fırın
Süt Tatlıları	Ocakta Piştirme	Tencere/Ocak
Komposto	Ocakta Piştirme	Tencere/Ocak

Ürün hazırlama ve servis standartlarının belirlenmesi: Yukarıda belirtilen bu ürünlerle ilgili olarak öncelikle, fast-food restoran sistemi içerisinde normal tat kaybına neden olmayacak aşağıdaki hazırlık ve pişirim prosedürlerinin belirlenmesi gerekmektedir:

- ürün karışım standartlarının belirlenmesi,
- ön hazırlık prosedürleri,
- en iyi pişim derece ve süre standartları,
- hedef tüketicilerin beslenme alışkanlıkları paralelinde ürünlerin kalori, içerdiği yağ oranı vb. standartları,
- maksimum bekletme süreleri standardı.

Bu süreç içerisinde yapılması gereken en önemli konulardan birisi; ürünlerin reçete standartlarının tespit edilmesidir. Bu aşamada, potansiyel işletmecilerin gıda uzmanları ile çalışmaya başlamaları gerekmektedir. İlgili karışımlar tespit edildikten sonra, bu malzemelerin üretim standartları belirlenerek satıcı firmalara bildirilmelidir. Yani satın alma prosedürleri tespit edilerek, bu konuda satıcı işletmelere gerekli bildirimler yapılmalı ve belirlenen periyotlarda alımı yapılan malzemelerin kontrolü yapılmalıdır. Bu kontrol; fiziki olarak yapılabileceği gibi, laboratuvar ortamında ve üretimden gelen fire ve atık bilgileri ile de desteklenmelidir. Örneğin; kullanılacak unun kalitesi, etteki yağ oranı ve çeşidi, baharat karışımları vb. gibi.

Restoranda mutfak ve servis sistemin kurulması ve yüksek teknoloji kullanımı:

Restoranda mutfak ekipmanlarının yerleşimi, servisin düzenlenmesi ve personelin organizasyonu; hazırlık, üretim ve servis akışını en kısa sürede sağlayacak şekilde kurulmalıdır. Bilindiği gibi fast-food restoranlarının en önemli özelliği servisin hızlı olmasıdır. Bu da ancak restoranda mutfak ekipmanları yerleşiminin buna uygun olarak yapılmasına bağlıdır

Bu akış ve çalışma sistemi içerisinde, kontrolü en iyi olarak sağlayacak ekipman seçimi de çok büyük önem arz etmektedir. Daha önceki bölümlerde belirttiğimiz gibi restoranda en son teknoloji kullanımı ve otomasyon fast-food sisteminin en önemli gereksinimlerinden biridir. Böylece, personelden ya da ekipmanlardan kaynaklanabilecek hata paylarını minimize etmek mümkün olabilecektir. Ayrıca personel maliyetinde tasarruf sağlayıp ürün fiyatları aşağı çekilerek, ürün sürümü ve karlılıkta artabilecektir.

Burada en önemli soru yukarıda tespit edilen Türk mutfağı ürünlerinin fast-food sistemi içerisinde üretimi için özel ekipmanların yapılıp yapılamayacağı ya da mevcut ekipmanların bu yönde geliştirilip geliştirilemeyeceğidir. Bu soru; Türk fast-food işletmecilerinin restoran ekipmanları üreticileri ile yapacağı iş birliğiyle çözüm bulabilecektir. Bu konuda her iki tarafın çeşitli projeler geliştirilerek uygulamaya alınması da mümkün olabilir. Bu işbirliği için devlet desteğinin olması bu sürecin hızlanmasına önemli katkılarda bulunabilecektir. Ekipman kullanımının Türk mutfak ürünlerine uyarlanması konusunda en güzel örnek, döner için kullanılan dikey ızgara sistemidir.

İşletmenin sistemleşmesi (kurumsallaşma): Yukarıda yaptığımız öneriler doğrultusunda oluşturulacak sistemin başarısı için işletmecilik açısından yapılması gereken ise; işletme sisteminin tamamen prosedürlere bağlanmasıdır. Yani, hammadde alımından, üretim ve servise kadar her aşamanın planlanarak, süreç yönetimin işletme içi ve dışında iyi bir şekilde sağlanması gerekmektedir. Sistemin prosedürlere bağlanması profesyonelleşmeyi de beraberinde getirecek, bunun sonucunda işletmenin kurumsallaşması da sağlanacaktır. Kurumsallaşmayı oluşturamamış işletmelerin; büyüme ve gelişme planları bir hayal olmaktan öteye geçemeyecektir. Yani, işletmenin kendi sistemini oluşturmadan ve işletme içi uygulama prosedürlerini belirlemeden bu sistemi ülke çapına yaymaya çalışması demek, başlangıcından itibaren başarısızlığı kabul etmek anlamına gelecektir.

Yönetim ve organizasyon: Sistemin başarısında önemli unsurlardan birisi de, personel yönetimidir. Geleneksel Türk yemekleriyle hizmet veren fast-food işletmecileri personel yönetim sistemini; personel alımı, hiyerarşik yapının düzenlenmesi, personel eğitimi ve performans değerlendirme aşamalarından oluşturmalıdır.

Franchising sisteminin kurulması, yaygınlaştırılması ve satış artırma çabaları: Geleneksel Türk yemekleri ile hizmet veren fast-food işletmecileri tüm bu prosedürlerle belirli bir standart oluşturduktan sonra, fast-food sisteminde çok yaygın olarak kullanılan franchising sistemiyle büyümeyi düşünmelidir. Ama tüm bu büyüme planları kısa ve orta vadeli olmalı ve bu süreç içerisinde sistem standartlarından kesinlikle ödün verilmemelidir. Planlama süreci içerisinde önemli bir unsurda reklam ve promosyondan oluşan tanıtım çalışmalarıdır. İşletmenin büyüme planlarına bağlı olarak başlangıç ve sonraki yıllar için sabit reklam bütçelerinin belirlenmesi gerekmektedir. Bu bütçe paralelinde; kısa dönemde hedef tüketici kitlesine göre reklam kampanyaları yapılmalı ve uzun dönemde bu reklam kampanyalarına devam edilerek marka yaratılmasına çalışılmalıdır. Tanıtım; sadece reklam ve promasyon kampanyaları ile marka yaratılması anlamına gelmemekte, bu süreç işletmenin hizmet anlayışı ve kalitesiyle de müşteriye kanıtlanmalı ve desteklenmelidir.

İşletme içi ve işletme dışı denetim işlevinin yerine getirilmesi: İşletme franchising sistemiyle isim hakkını verdiği restoranlarda ve işletme içinde denetim fonksiyonunu tüm gerekleriyle yerine getirmelidir. Denetim fonksiyonu sistemin hizmet kalitesinin sürekliliği açısından en önemli unsurlardan birisidir.

Sonuç olarak; fast-food sektöründe Türk fast-food ürünlerinin rekabet şansı; organize olmuş işletmelerin piyasa girmesi, sistemin kuruluşundan işleyişine kadar planlama, uygulama ve denetleme aşamalarının koordineli olarak sürdürülebilmesi ve en son olarakta üretim ve hizmet kalitesinde sürekliliğin sağlanması ile mümkün olabilecektir.

EK 1. DÜNYADAKİ İLK OTUZ FAST-FOOD RESTORANI¹³⁴
(SATIŞ BÜYÜKLÜĞÜNE GÖRE)

	ŞİRKET ADI	FAALİYET ALANI	WEB ADRESİ
1	McDonald's	Hamburger	www.mcdonalds.com
2	Burger King	Hamburger	www.burgerking.com
3	Yugen Fruz	Yoğurt ve dondurma	www.yogunfruz.com
4	Subway	Sandviç ve salata	www.subway.com
5	Baskin Robbins USA Corp.	Dondurma	www.dunkin-baskin-togos.com
6	KFC Chicken	Tavuk	www.kfc.com
7	Dairy Queen	Hamburger	www.dairyqueen.com
8	Taco Bell	Meksika yemekleri	www.tacobell.com
9	Arby's	Hamburger	www.arby.com
10	Blimpie	Sandviç	www.blimpie.com
11	Dunkin Donats	Donat, kahve	www.dunkin-baskin-togos.com
12	Domino's Pizza	Pizza	www.dominos.com
13	TCBY Treats	Dondurma	www.tcby.com
14	Papa John's Pizza	Pizza	www.papajohns.com
15	Churchs Chicken	Tavuk	www.churchs.com
16	Orion Food Systems Inc.	Market	www.orionfoodsys.com
17	Schlotzsky's Deli	Sandviç	www.schlotzskys.com
18	A & W Restaurants Inc.	Hamburger, sandviç	www.awrestaurants.com
19	Popeye's Chicken & Biscuits	Tavuk	www.popeyes.com
20	Sbarro The Italian Eatery	İtalyan lokantası	-
21	Pizza Inn	Pizza	www.pizzainn.com
22	Carl's Jr. Restaurants	Restoran	-
23	Hungry Howie's Pizza & Subs	Pizza	www.hungryhowies.com
24	Taco Time	Meksika yemekleri	www.tacotime.com
25	Pretzelmaker Inc.	Çeşitli krakerler	-
26	Quizno Corp.	Sandviç	www.quiznos.com
27	Auntie Anne's Inc.	Kurabiye, kraker	www.auntieannes.com
28	Escape Enterprises Ltd.	Sandviç, fırında makarna	-
29	Big Apple Bagels	Sandviç	www.babholdings.com
30	Tubby's Sub Shops	Sandviç	-

¹³⁴ <http://www.franchising-tr.com/html/dunyada002.html>

EK 2. BAZI ULUSAL/ ULUSLARARASI FAST-FOOD İŞLETMELERİNİN FRANCHISING KOŞULLARI

MCDONALD'S¹³⁵

Kuruluş yeri ve yılı: ABD, 1955

Yetkili firma: McDonald's Corporation

Faaliyet alanı: Fast-food

Franchising vermeye başladığı yıl: 1986 (Türkiye'ye geliş tarihi)

Toplam işletme sayısı: 146

Franchising giriş bedeli: 45 bin dolar

Başlangıç yatırım tutarı: 200 bin dolar

Sürekli franchise ödemesi: Yüzde 5

Reklam katkı payı: Yüzde 4

SUBWAY¹³⁶

Ülke orijini ve kuruluş yılı: ABD, 1996

Yetkili firma: Sandviç Gıda ve Turizm Hizmetleri

Faaliyet alanı: Fast-food

Franchise vermeye başladığı tarih: 1997

Toplam işletme sayısı: 10

Franchise giriş bedeli: 10 bin dolar

Başlangıç sabit yatırım tutarı: 80-90 bin dolar

Sürekli franchise ödemesi: Yüzde 8

Reklam katkı payı: Yüzde 2,5

DURAN SANDWICHES¹³⁷

Ülke orijini ve kuruluş yılı: Avusturya, 1991

Yetkili firma: Duran Gıda Sanayi

Faaliyet alanı: Fast-food, sandviç

Franchise vermeye başladığı tarih: 1999

¹³⁵ <http://www.franchising-tr.com/html/sirketler005.htmpl>

¹³⁶ <http://www.franchising-tr.com/html/sirketler082.html>

¹³⁷ <http://www.franchising-tr.com/html/sirketler029.html>

Toplam işletme sayısı: 5
 Franchise giriş bedeli: 5 bin dolar
 Başlangıç sabit yatırım tutarı: 50 bin dolar
 Sürekli franchise ödemesi: Yüzde 3
 Reklam katkı payı: Yüzde 2

HACIOĞLU¹³⁸

Ülke orijin ve kuruluş yılı: Türkiye, 1965
 Yetkili firma: Hacıoğlu
 Faaliyet alanı: Lahmacun
 Franchise vermeye başladığı tarih: 1994
 Toplam işletme sayısı: 19
 Franchise giriş bedeli: 409 bin dolar
 Başlangıç sabit yatırım tutarı: 190 bin dolar
 Sürekli franchise ödemesi: Yüzde 5
 Reklam katkı payı: Yüzde 2

MUDURNU¹³⁹

Ülke orijini ve kuruluş yılı: Türkiye, 1989
 Yetkili firma: Mudurnu Piliç Restoranları
 Faaliyet alanı: Restoran
 Franchise vermeye başladığı tarih: 1990
 Toplam işletme sayısı: 22
 Franchise giriş bedeli: 15 bin dolar
 Başlangıç sabit yatırım tutarı: 80 bin dolar
 Sürekli franchise ödemesi: -
 Reklam katkı payı: Yüzde 1

¹³⁸ <http://www.franchising-tr.com/html/sirketler039.html>

¹³⁹ <http://www.franchising-tr.com/html/sirketler060.html>

TADİM PİZZA¹⁴⁰

Ülke orijini ve kuruluş yılı: Türkiye, 1984

Yetkili firma: Restaş Gıda Zincir İşletmeleri A.Ş.

Faaliyet alanı: Pizza

Franchise vermeye başladığı tarih: 1992

Toplam işletme sayısı: 7

Franchise giriş bedeli: 15-30 bin dolar

Başlangıç sabit yatırım tutarı: -

Sürekli franchise ödemesi: Yüzde 5

Reklam katkı payı: Yüzde 2

SAMPI¹⁴¹

Ülke orijini ve kuruluş yılı: Türkiye, 1995

Yetkili firma: Sampi Gıda

Faaliyet alanı: Karadeniz Pide ve Yemekleri

Franchise vermeye başladığı tarih: 1995

Toplam işletme sayısı: 9

Franchise giriş bedeli: 20-50 bin dolar

Başlangıç sabit yatırım tutarı: 80-150 bin dolar

Sürekli franchise ödemesi: Yüzde 3

Reklam katkı payı: Yüzde 3

PİZZA DAYS¹⁴²

Ülke orijini ve kuruluş yılı: Türkiye, 1993

Yetkili firma: Pizza Days Lokanta İşletmeleri

Faaliyet alanı: Pizza

Franchise vermeye başladığı tarih: 1995

Toplam işletme sayısı: 4

Franchise giriş bedeli: 20 bin dolar

Başlangıç sabit yatırım tutarı: 100 bin dolar

¹⁴⁰ <http://www.franchising-tr.com/html/sirketler084.html>

¹⁴¹ <http://www.franchising-tr.com/html/sirketler075.html>

¹⁴² <http://www.franchising-tr.com/html/sirketler068.html>

Sürekli franchise ödemesi: Yüzde 2

Reklam katkı payı: Yüzde 3

PİZZAMATİK¹⁴³

Ülke orijini ve kuruluş yılı: Türkiye, 1992

Yetkili firma: Anıl Gıda

Faaliyet alanı: Pizza

Franchise vermeye başladığı tarih: 1994

Toplam işletme sayısı: 4

Franchise giriş bedeli: 15 bin dolar

Başlangıç sabit yatırım tutarı: 70 bin dolar

Sürekli franchise ödemesi: Yüzde 5

Reklam katkı payı: Yüzde 1

¹⁴³ <http://www.franchising-tr.com/html/sirketler069.html>

KAYNAKÇA

- Akçura, Gökhan. **İvır Zıvır Tarihi**. Birinci basım. İstanbul: Cep Kitapları Belgesel Dizisi, 1991.
- Akdağ, Fatma. “Hızlı Hazır Yemek Sistemi (Fast-Food),” **Hizmet İçi Eğitim Semineri**. Ankara: Türkiye Diyetisyenler Derneği Yayını: 6, 17-18 Kasım 1993.
- Aktaş, Ahmet. **Yiyecek ve İçecek Yönetimi**. Antalya: Eren Ofset, 1995.
- Angelo, Rocco M. and Andrew Vladimir N. **Hospitality Today**. Second edition. Michigan: Educational Institute of the American Hotel & Motel Association, 1994.
- Arlı, Mine. “Türk Mutfağına Genel Bakış,” **Kültür Bakanlığı, Milli Folklor Araştırma Dairesi’ince Düzenlenen Türk Mutfağı Sempozyumu’na sunulan bildiri**. Ankara: 31 Ekim-1 Kasım 1981.
- Avcı, Adnan. **İşyeri Açma ve İşletme Rehberi ve Mevzuatı**. İstanbul: Melissa Matbaacılık, 1996.
- Babekoğlu, Yasemin, Meltem Bayraktar ve Meryem Sağlam. **Tüketicilerin Fast-Food Restoran Tercihlerini Etkileyen Faktörler**. Ankara: Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayını, 1995.
- Ball, Stephen. **Fast Food Operation and Their Management**. First edition. Cheltenham: Stanley Thomas Ltd., 1992.

Baysal, Ayşe. “Türk Yemek Kültüründe Değişmeler, Beslenme ve Sağlık Yönünden Değerlendirme,” **Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar**. Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı, 1993.

———. **Beslenme Kültürümüz**. Ankara: Levent Ofset Matbaacılık ve Yayıncılık Tic. Ltd., 1993.

Baysal, Ayşe, Türkan K. Merdol, Nevin C. Taşçı, Handan Sacır ve Sevil Başoğlu. **Türk Mutfağından Örnekler**. Birinci basım. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi, 1993.

Belman, David. “The Hamburger Holds its Ground” **Restaurants USA Magazine** : 45-47, May, 1996.

Berger, Elisabeth, Peter Berger ve Helmut Deutsch. **Küchenkultur**. Wien-Austria: Auflage Co. KG., 1997.

Bey, Ali Rıza. **Bir Zamanlar İstanbul**. Kervan Kitapçılık, 1973.

Birer, Sema. “Tarihsel Gelişim Süreci İçersinde Türk Mutfak Mimarisi, Araç Gereçlerin Değişimi ve Bugünkü Durumu,” **Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar**. Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı, 1997.

Birsel, Salah. **Kahveler Kitabı**. İkinci basım. Ankara: Yonca Matbaası, 1983.

Cracknell, H. L. and R. J. Kaufman. **Practical Professional Cookery**. Third edition. London: MacMillan, 1992.

Costas, Katsigris, and Chris Thomas. **Design and Equipment for Restaurants and Food Service** First edition. New York, USA: John Willey & Sons, 1999.

- Cousins, John, David Foskett and David Shortt. **Food and Beverage Management**. Essex: Longman House, 1995.
- Çınar, A. Abbas. “Yiyeceklerle İlgili Bazı Şiirlerde Tercihler ve Davranışlar,” **Türk Halk Kültürü Araştırmaları**, 1990/1. Ankara: Öztekin Matbaası, 1990.
- Goldman, Keith. “Concept Selection for Independent Restaurants”, **The Cornell H.R.A. Quarterly** 34, 3: 59-71, December 1993.
- Gürsoy, Deniz. **Yemek ve Yemekçiliğin Evrimi**. Birinci basım. İstanbul: Kurtiş Matbaacılık San. ve Tic. Ltd., 1995.
- Fuller, John. **The Complete Book of Pub Catering**. First edition. Musselburg-England: Century Hutchinson, 1986.
- Halıcı, Fevzi ve Güven Tanyeri. **Anadolu Mutfağından Örnekler**. Eskişehir: Yunus Emre Kültür, Sanat ve Turizm Vakfı Yayını, 1995.
- Isaac, Victoria and Dorothy Smith. **Comprehensive Cookery**. First edition. Australia: McGraw-Hill Book Company, 1991.
- Jones, Ursula. **Catering: Food Preparation and Service**. Second edition. London-England: Richard Clay Ltd., 1988.
- Kahn, Mahmood A. **Concepts of Foodservice Operations and Management**. Second edition. New York: Van Nostrand Reinhold, 1991.
- Kinton, Ronald, Victor Ceserani and David Foskett. **The Theory of Catering**. Eighth edition. Great Britain: Hodder & Stoughton Educational, 1998.
- Kotschevar, Lendal H. **Short Order Cooking**. First edition. New York-USA: Van Nostrand Reinhold, 1990.

- Kotschevar, Lendal H. and Margaret Terrell E. **Foodservice Planning: Layout and Equipment**. Third edition. New York: MacMillan Publishing Company, 1985.
- Lattin, Gerald W. **The Lodging and Food Service Industry**. Michigan: The Educational Institute of The American Hotel and Motel Association, 1989.
- Love, F. John. **Altın Kemer Efsanesi**. Çeviren: Seçkin Selvi Cılızoğlu. İstanbul: İlgi Yayıncılık Ltd. Şti. , 1989.
- Lundberg, Donald E. **The Hotel and Restaurant Business**. Boston: LBI Publishing, 1989.
- Magris, Maria, Cathy McCreery and Richard Brighton. **Introduction to Catering**. First edition. Oxford-England: Blackwell Scientific Publications, 1993.
- Muller, Christopher C. ve Robert H. Woods, "An Expanded Restaurant Typology", **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly** 35, 3: 27-37, June 1994.
- Ninemeir, Jack D. **Food and Beverage Management**. Second edition. Michigan: Educational Institute of American Hotel & Motel Association, 1995.
- Orgun, Zarf. "Osmanlı Sarayında Yemek Yeme Adabı," **Kültür ve Turizm Bakanlığı, Milli Folklor Araştırma Dairesince Düzenlenen Türk Mutfağı Sempozyumu'na sunulan bildiri**. Ankara: 31 Ekim-1 Kasım 1981.
- Ögel, Bahaeddin. **Dünden Bugüne Türk Kültürünün Gelişme Çağları**. Üçüncü basım. İstanbul: Pamuk Ofset, 1988.
- Özçelik, Ahmet. "Tarımın Türk Kültürüne Etkisi," **Milli Kültür Unsurlarımız Üzerinde Genel Görüşler**. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayını, 1990.

Özmen, Özgür. **Yiyecek Yönetiminde Temel İlkeler**. Birinci basım. Eskişehir: Birlik Matbaası, 1994.

Pahalı, Can ve Klaus Dieter Mussmann. **Mutfak Hizmetleri**. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayın no: 397, 1997.

Ritzer, George. **Toplumun McDonaldlaştırılması**. Çeviren: Şen Sür Kaya. Birinci basım. İstanbul: Mart Matbaacılık Sanatları Ltd. Şti., 1998.

Sağlam, Fatma. "Hızlı Hazır Yemek Sistemi (Fast-food) Üzerine Bir Çalışma," **Beslenme ve Diyet Dergisi** 20:187-197, 1991.

Şavkay, Tuğrul. "Mutfağımız Büyük Bir Kültürel Renkliliğe Sahip," **Türsab Dergisi** 71: 44-46, Ağustos 1998.

Schiele, Renate, Wolfgang and Wiener. **19. Yüzyılda İstanbul Hayatı**. İstanbul: Arpa Ofset, 1988.

Sevengil, Refik Ahmet. **İstanbul Nasıl Eğleniyordu, 1453'ten 1927'ye kadar**. Dördüncü baskı. İstanbul: İletişim Yayınları, 1993.

Splaver, Bernard. **Successful Catering**. Third edition. New York: Van Nostrand Reinhold, 1991.

Stokes, John W. **How to Manage Restaurant or Institutional Food Service**. Fourth edition. Iowa: Wm.C. Brown Company Publishers, 1987.

Sürücüoğlu, Metin S. ve Mehmet Akman. "Türk Mutfağının Tarihsel Gelişimi ve Bugünkü Değişim Nedenleri", **Standart Dergisi** 439: 42-53, Temmuz 1998.

_____. "Fast-Food Yiyecekler," **Ekin Dergisi** 5: 98-101, Temmuz-Eylül 1998.

T.C. Turizm Bakanlığı. **Yiyecek Üretimi Öğretmen El Kitabı**. Birinci basım. Ankara: Yorum Matbaası, 1994.

T.C. Turizm Bakanlığı. **Turizm Mevzuatı**.

Tırpan, Ahmet Adil. "Çatalhöyük," **Konya**. Ankara: Güven Matbaası, 1984.

Toygar, Kamil. "Türk Mutfağının Tarihi Kaynakları Üzerine Bir Deneme," **Konya Turizm Derneği, Konya Kültür ve Turizm Vakfı'nca Düzenlenen Geleneksel Türk Yemekleri ve Beslenme Semineri'ne sunulan bildiri**. Konya: 11-12 Eylül 1982.

———. "Hızlı Hazır Yemek Fast food Sisteminin Geleneksel Türk Mutfağına Etkisi," **Hizmet İçi Eğitim Semineri**. Ankara: Türkiye Diyetisyenler Derneği Yayınları, 1993.

Türksoy, Adnan. **Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Yönetimi**. Birinci basım. Ankara: Turhan Kitapevi Basım Yayım Tic. Ltd., 1997.

Türkoğlu, Sabahattin. "Saray Mutfağı," **Lezzetin Öyküsü**. Sergi Rama.

Ursin, Cherly. "Theme Restaurants Play to Diners Appetite For Fun", **USA Restaurant Magazine**: 24, August 1996.

Ünver, Süheyl. **Fatih Devri Yemekleri**. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Tıp Tarihi Enstitüsü, 1952.

———. **İstanbul Risalaları 1**. İstanbul: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür İşleri Daire Başkanlığı Yayınları 19, 1995.

Yıldız, Fatih. "Fast-Food Sistemi ve Tüketici," **Kimya Mühendisliği Dergisi** 140: 30-34, 1991.

Wilkinson, Jule. **The Complete Book of Cooking Equipment**. Second edition. Boston: CBI Publishing Com., 1981.

Walker, John R. **Introduction to Hospitality**. Second edition. New Jersey: Prentice Hall, 1996.

..... "McDonald's, Türkiye'de 100.McDonald's Özel Sayısı," **Sabah**. 15 Kasım 1998.

<http://www.franchising-tr.com/html/dunyada002.htm11>

<http://www.franchising-tr.com/html/şirketler005.htm1>

<http://www.franchising-tr.com/html/sirketler029.html>

<http://www.franchising-tr.com/html/sirketler039.html>

<http://www.franchising-tr.com/html/sirketler060.html>

<http://www.franchising-tr.com/html/sirketler068.html>

<http://www.franchising-tr.com/html/sirketler069.html>

<http://www.franchising-tr.com/html/sirketler075.html>

<http://www.franchising-tr.com/html/sirketler082.html>

<http://www.franchising-tr.com/html/sirketler084.html>

<http://www.mcdonalds.com/corporate/press/financial>

<http://www.mcdonalds.com/corporate/press/financial/2000/06092000/06092000.html>

<http://www.kultur.gov.tr>

<http://www.ufrad.org.tr/html/2.html>