



Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi

www.turib.org



Tematik Restoranlar ve Tematik Restoranların Turizm Sektörü Açısından Değerlendirilmesi

Havagül ÇALIŞKAN^a, İsmail Mert TEKELOĞLU^{**b}, Kansu GENÇER^c

^a Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Kütahya, Türkiye havagul.caliskan@ogr.dpu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1306-6784

^b Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Kütahya, Türkiye tekeloglumert@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1573-4501

^c Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Kütahya, Türkiye kansu.gencer@dpu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6400-7274

Öz

Bu çalışmanın amacı, yiyecek içecek sektörü açısından tematik restoranların gelişiminin ve önemin değerlendirilmesidir. Bu kapsamda literatür taraması ve e-doküman analizi yapılarak dünyadaki ve Türkiye'deki tematik restoranlar incelenmiştir. Tematik restoran, kafe ve barlar, belirli bir temaya sahip yiyecek ve içecek işletmeleridir. İçerisinde bulundukları temayı; dekor, kostüm, temanın gerektirdiği ekipmanlar, iç ve dış mimaride temayı aktaran figürler aracılığıyla aktaran tematik restoran işletmelerinin temel amacı, sektörde yer alan diğer işletmelere göre daha ilgi çekici olmaktır. Misafire yemek yerken aynı zamanda eğlenme fırsatı sunan tematik restoran işletmelerinin her biri kendine özgü ve benzersiz niteliklere sahiptir. Dünya genelinde tematik restoranlar incelendiğine Hard Rock cafe 59 ülkede bulunan işletmelerinde müzik teması ile, Bumba Gumb restoran 34 işletmesinde Forest Gumb Gumb filminin karides teması ile hizmet vermektedir. Planet Hollywood restoran temasında Hollywood film hatıralarına, Medieval Times restoran temasında otantik Orta Çağ ve tiyatral gösterilere yer vermektedir. Leman Kültür restoran 19 işletmesinin temasında mizah dilini kullanmakta ve yöresel lezzetleri misafirlerine sunmaktadır. Araştırma sürecinde Türkiye'de tematik restoranların sayıca az olduğu ve bu restoranların gelişmiş ülkelerde nispeten daha nitelikli hizmetler sunduğu gözlemlenmiştir. Tematik restoranların ülkelerin yemek kültürlerinin tanıtımının yapılmasında etkin bir rol oynamakta ve gastronomi turizmi için kaynak oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Tematik restoran, yiyecek içecek işletmeleri, yiyecek deneyimi, gastronomi turizmi.

Jel kodu: L8

The Evaluation of Thematic Restaurants and Thematic Restaurants in Terms of Tourism Sector

Abstract

This study aims to evaluate the development and importance of thematic restaurants in terms of the food and beverage sector. In this context, thematic restaurants in the world and Turkey were examined through a literature review and e-document analysis. Thematic restaurants, cafes and bars are food and beverage establishments with a specific theme. The theme they contain; The primary purpose of thematic restaurant businesses, which convey the theme through decor, costume, equipment required by the theme, and figures conveying the theme in interior and exterior architecture, is to be more interesting than other businesses in the sector. Each of the thematic restaurant businesses, which offer guests the opportunity to have fun while eating, has its own unique and unique characteristics. When thematic restaurants around the world are examined, Hard Rock Cafe serves the music theme in its businesses in 59 countries, and Bumba Gumb restaurant serves the shrimp theme of the Forest Gumb movie in 34 businesses. The Planet Hollywood restaurant theme features Hollywood movie memorabilia, while the Medieval Times restaurant theme features authentic medieval and theatrical shows. Leman Kultur restaurant uses the language of humor in the theme of 19 establishments and offers local delicacies to its guests. During the research process, it was observed that the thematic restaurants are few in number in Turkey and that restaurants offer relatively more qualified services in developed countries. It has been concluded that thematic restaurants play an active role in promoting the food cultures of the countries and constitute a resource for gastronomy tourism.

Keywords: Thematic restaurant, food and beverage businesses, food experience, gastronomic tourism.

Jel Code: L8

Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 20.05.2023

Birinci Düzeltme : 15.06.2023

Kabul : 01.07.2023

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Çalışkan, H., Tekeloğlu, İ., M., & Gençer, K. (2023). Tematik Restoranlar ve Tematik Restoranların Turizm Sektörü Açısından Değerlendirilmesi. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(3), 155-174

* Bu araştırma etik kurul karar gerektirmeyen araştırmalar arasında yer almaktadır.

** Sorumlu yazar e-posta: İ. M. Tekeloğlu (tekeloglumert@gmail.com)

1. Giriş

İnsanoğlu var olduğu günden beri, yaşamını devam ettirebilmek için beslenmek zorundadır. İlk zamanlarda avcılık ve toplayıcılık ile başlayan bu süreç, ateşin bulunması ve yerleşik hayata geçilmesi ile birçok yönden değişim göstermiştir. Bu değişimler uygarlıkların basit kullanımlı mutfak aletleri yapması, kendine has yemek kültürü, bölgede yetişen ürünler, ticaret sonucu yeni besin maddeleri ile tanışma, hayvanların evcilleştirilmesi sonucu hayvansal gıda tüketimi, (Selimoğlu, Bektaş, Özkoçak ve Gültekin, 2018:390-398) inançlar ve yaşam biçimleri gibi birçok faktör ışığında şekillenmiştir. Yerleşik hayata daha geç geçen toplumlarda hayvansal gıda ağırlıklı tüketim sürmekteyken, hayvansal gıdaları daha sonra yemek için muhafaza etme süreci ise, tuzlama, kurutma, salamura etme gibi basit anlamda paketleme işlemlerini de beraberinde getirmiştir (Beşirli, 2010).

Toplumların yerleşik hayata geçmesi ve hiyerarşi sisteminin oluşması ile görev ve normlar belirlenmiştir. Bu normlarda erkeklerin avcılık, ağaç kesimi kadınların ise ekin yetiştirme, toplayıcılık ve pişirme aletlerinin yapımı gibi görevlerde yer alması toplumların kültürünün temellerini atmıştır (Boratav, 1963). Daha sonra medeni uygarlıklara geçen insanlar için yemek artık bir güç sembolü ve statü göstergesi haline gelmiştir. Bu göstergenin yer aldığı noktalar olan ziyafetler, yemek şölenleri, toplantılar, davet listeleri, nelerin ikram edileceği, yemeğin hangi sırayla servis edileceği gibi özellikler toplumlara göre değişiklik göstermiştir. Bu dönemde yemek daveti vermek ya da katılmak toplumsal çatışmaların son bulmasında, diplomatik ve sosyal ilişkilerin geliştirilmesinde bir statü göstergesi haline gelmiştir (Mormenekşe, 2005).

İlerleyen dönemlerde sosyal ilişkilerin gelişmesinde öncü olan toplu yemek yeme geleneği farklı bir boyut olarak iş ortamına taşınmıştır.1815 yılına gelindiğinde İngiltere'de personel kafeteryaları açılmış beraberinde yaşanan teknolojik gelişmelerle toplu yemek yeme kültürü endüstriyel mutfakların oluşumuna katkı sağlamıştır.1960 yılında ise Türkiye'de tabldot yemek hizmeti veren küçük ölçekli işletmeler, ev dışında ilk toplu yemek örneklerini vermiştir (Doğan, 2022).

Bu araştırmanın amacı, tematik restoranların turizm sektörü açısından değerlendirilmesidir. Bu amaç doğrultusunda e-doküman taraması yöntemiyle Türkiye'deki ve dünyadaki tematik restoranlar belirlenerek değerlendirilmektedir. Böylelikle Türkiye turizmi açısından tematik restoranlara ilişkin hem literatüre hem de sektöre katkı sağlanması beklenmektedir. Bireylerin gelir düzeyindeki artış ve refah seviyesinin yükselmesi hizmet anlayışında da değişime neden olmuştur. Değişen hizmet anlayışı yiyecek içecek sektöründe yeni deneyimler elde edilmesi yönünde olan talebi söz konusu hale getirmiştir. Bu yönde hizmet sunan ve yiyecek içecek işletmeleri bünyesinde yer alan tematik restoranlar, sektörün gelişimi açısından önemini arttırmaktadır. Yapılan çalışmada, Türkiye'de ve dünyada bulunan tematik restoranların web sayfalarında yer alan ve restoran hakkında bilgi veren metinler, görseller, hizmet şekilleri incelenmiş, literatür çerçevesinde tematik restoran alanında yapılan çalışmalar, tematik restoranlarla ilgili ulaşılabilir kaynakların içerikleri e-doküman analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Tematik restoranlarla ilgili yapılan çalışmaların kısıtlı olması nedeniyle bu çalışmanın literatüre ve turizm sektöründe yer alan yiyecek içecek işletmelerine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışma kapsamında toplanan veriler halka açık kaynaklardan elde edildiğinden etik kurulu izni gerektirmemektedir.

2. Literatür Taraması

2.1. Restoran Kavramının Tarihsel Gelişimi

Günümüzde restoran kavramı her ne kadar modern anlamda hizmet veren yiyecek ve içecek işletmeleri olarak ifade edilse de restoranlar dışarda yemek yeme eyleminin tarihsel gelişimi sonucu oluşmuş ve günümüze kadar şekillenmiş yapılardır. Restoranlara tarihsel olarak bakıldığında doğu ve batıda aynı zaman dilimlerinde gelişim gösterecekleri de temelleri 13. Yüzyıla dayanan yiyecek ve içecek işletmeleri, o dönemlerde “restoran” olarak adlandırılmamıştır. Hizmet açısından da farklı kriterlere sahip olan bu işletmeler doğuda kervansaraylar, batıda ise hanlar olarak tarihte yerini almaktadırlar. Kervansarayların amacı kar elde etmek değil insanlara yardım etmektir. O dönemlerde sadece yemek yeme eyleminin gerçekleştirilmediği kervansaraylar, ziyaretçiler için güvenlik, barınma, durumu olmayanlar için aş evi, yoksulların giydirildiği, hastalar için tedavi imkânı sunan yapılardır. Kervansaraylar devletin himayesinde din ve ırk gözetmeksizin insanların ihtiyaçlarını gidermelerinde yardımcı olan bir nevi hayır kuruluşlarıdır. Kervansaraylar, içerisinde berber, terzi, kunduracı, hamam gibi birçok hizmeti vermekte ve karşılığında hiçbir ticari amaç gütmemektedirler. Kervansaraylar zengin ve yoksul arasında ayırım yapmadan herkese eşit davranarak hizmet verilmekteydiler. O dönemde yerli halk tarafından “Sultan Sarayı” olarak da adlandırılan kervansaraylar, büyük bahçesi olan odun, saman, pirinç ve arpa gibi ürünlerin satıldığı barakaları içerisinde barındıran yerlerdir. Hanlar ise Çin kaynaklarına göre insanların barınma ve yemek içme ihtiyaçlarını giderdiği bu yüzden büyük şehirlerde yemek yiyebilmek için kurulmuş dükkanların olduğu, pirinç ve içki satışının yapıldığı ticari bir amaca hizmet eden yapılardır. Yoksullara ve seyahat edenlere hizmet veren bu yapılar ilk restoran örnekleri olarak tarihte yerini almaktadırlar. (Özdemir, 2014; Öztürk, 2006).

İlerleyen dönemlerde yalnızca seyahat edenlerin ve yoksulların dışarıda yemek yeme eylemi gerçekleştirdiği yapıların dışına çıkan restoranlar, dünyada ilk örneği tam olarak saptanamamakla beraber, genel kabul görmüş kaynaklara dayanarak 1765’ de Fransa’nın Paris şehrinde Boulanger tarafından bir çorba dükkanı olarak açılmış ve tarihte modern anlamda ilk örneğini vermiştir. Ticari bir amaçla halka açılan “Restorante” isimli restoran, o dönemlerde kemik sularından şifalı çorbalar ve yahniler yaparak hizmet sunmaktadır. Restoran kelimesinin tarihsel kullanımı da ilk kez o dönemlerde görülmüştür. Asıl kökeni Fransızca’da “restaurer” kelimesine dayanan bu kavram “yenilemek, onarmak, tazelik ve dinçlik vermek” anlamlarına gelmektedir. Genel olarak kabul görmüş ilk modern restoran örneği Fransa’da açılmış olmasına rağmen bazı kaynaklarda Çinliler tarafından milattan sonra 1153 yılında hizmet veren ve tavuk evi olarak bilinen Hangzhou isimli restoran da modern anlamda hizmet veren ilk restoran olduğu iddialar arasında yer almaktadır (Gültekin, Akın ve Özkoçak, 2016; Çakmak ve Saruışık, 2020; Türkyılmaz, 2020: 26).

1789 yılındaki Fransız İhtilali sonrasında aristokrat sınıfın ortadan kalkması ve onlara hizmet veren şeflerin işsiz kalması, restoranların sayısının çoğalmasında önemli bir etken olmuştur. Zengin sınıfa hizmet eden bu şefler arasında yoğun rekabet oluşmuş hatta bir kısmı Avrupa’da farklı ülkelere göç ederek oralarda kendilerine yeni restoranlar açmışlardır. Rekabet ortamının bir sonucu olarak ortaya çıkan yenilik ve mükemmeliyetçilik anlayışı mutfak restoranların yanı sıra mutfak kavramının gelişmesinde de öncülük etmiştir. Mutfak kavramındaki bu gelişim kendisini sade, lezzetli, özgün ve daha ekonomik yemeklerin yapılmasına ve küçük porsiyonlarda sunulmasına olanak sağlamış, mutfağın yeniden oluşumu olarak kendini göstermiştir. Bu dönemde görülen yeniliklerin ve restoranların içerisinde barındırdığı endüstriyel mutfakların oluşumunda, Marie Antoine Careme ve Auguste Escoffier gibi şeflerin Klasik Fransız Mutfağını sadeleştirilmesi, gösterişten

çok lezzete önem vermesi restoranların bugünkü haline gelmesinde önemli bir etken olmuştur. Yine 1789 yılında Fransa'da endüstri devrimi sonrasında istihdam oranı artmış, teknolojik gelişmeler hız kazanmıştır. Çalışan insanlar için evde yemek yapma zamanının olmaması, öğle saatlerinde yemek yeme için eve gidecek bir zamanın bulunmaması, gelirlerin artması gibi sebeplerden dolayı dışarda yemek olgusu gelişmiş ve restoranların şekillenmesinde bir diğer etken olmuştur. Bu dönemde restoranlara giderek sosyalleşme fırsatı bulan insanlar aileleriyle eğlenmekte ve daha çok zaman geçirmekte iken kutlamalarda dışarıda yapılarak restoranların gelişimine katkı sağlamaktadır (Aksoy ve Üner, 2016; Göker, 2011).

Hizmet sektöründe yer alan yiyecek ve içecek işletmeleri İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra rekabet ortamının artması ile restoranlarda yenileme, değişim, farklı tüketim eğilimlerine olan talebi karşılamak ve pazarda tutunabilmek adına yenilikçi fikirlerle hareket etmektedir (Akyürek ve Kutukız, 2020). Bu doğrultuda tematik restoranlar da sadece yiyecek ve içecek hizmeti sunmakla kalmayıp eğlenceli aktivitelere ve deneyimlere yer vererek "eatertainment" yani eğlenceli yemek ifadesi ile anılmaktadırlar. Sosyo- psikolojik alanda misafirlere rahatlama sağlayan tematik restoranlar, çekicilik unsurları sayesinde mekânsal algının dışına çıkarak, misafirlerin nezdinde de yaşam alanı haline gelmiştir (Josiam, Mattson ve Sullivan, 2004).

2.2. Tematik Restoranlar ve Tarihsel Gelişimi

Günümüzde hızla gelişen ve değişim gösteren ekonomik koşullar, tüketim alanında da ilerleme göstermektedir (Pine ve Gilmore, 1998). Tüketicimin en çok yapıldığı alanlardan birisi de yiyecek ve içecek işletmeleridir. Yiyecek ve içecek işletmelerinden biri olan restoranlar, yeni eğilimlere yönelmiş artan rekabet ortamında sadece yeme içme ihtiyacını karşılamak yerine misafirlerin dikkatini çekebilecek yeni uygulamalara yer vermişlerdir (Akkuş, 2019). Dekorasyon açısından kendine özgü nitelikleri içinde barındıran tematik restoranlar, dikkat çekici özellikleri ile misafirlerin işletmeyi tercih etmesi açısından önemli bir yere sahiptir (Erol ve Erol, 2021). Tematik restoranlar, misafire güzel yemek yeme deneyimi dışında, misafirin bulunduğu ortama, dekorasyona, yemek porsiyonlarında değişikliklere, barındırdığı temanın tanıtımına, menüde tema ile ilişkili görsellere ve objelere, müzik tercihlerinde değişikliklere ve ilginç aktivitelere yer vermekte, bunu sağlamak için yüksek ücretler ödeyerek kaliteli hizmet sunmaya çalışmaktadır (Heung, 2002). Bu türde hizmet veren tematik restoranlar, misafirlere farklı deneyimler elde edebilme imkânı vermekte ve yemek yeme eylemini bir ihtiyaç halinden çıkararak klasik restoranlara göre unutulmaz anlara sebep olma amacıyla hizmet sunmaktadır (Yan ve Felicen, 2021).

Tematik restoranların yapısı genel olarak nitelikli bir dinamiğe sahiptir. Tematik restoranlar misafir sayısı sınırlı, farklı oturma düzenine sahip, eğlenceli aktivite ve şovlara yer veren restoranlardır. Örnek verilecek olursa bu aktiviteler, garsonluk görevini üstlenen kızların mini tiyatrolarda yer alması, bar personellerinin şarkıları seslendirmesi, eski dekorların seçilmesi gibi şekillerde olabilmektedir. Bu restoranlardan birisinin sahibi olan ve Amerika'da tematik restoran türünde faaliyet gösteren Thomas Powell isimli restoran sahibi, restoranın dekorasyonunu cenaze arabası şeklinde oturma düzeni ile oluşturmuştur. Tematik restoranlarda ağırlıklı olarak demir yollar ve akarsulara yer verilmekte, orta bütçeli misafirler için daha uygun ücretli menüler sunulmaktadır. Bunun yanı sıra geniş ve lüks kesime hitap eden, zengin çeşitlilik sunan yemeklerde, tematik restoranlarda servis edilmektedir (Koçbek, 2015). Popülerliğini arttıran tematik restoranlar 1990'lı yılların ilerleyen dönemlerinde sektörde pazara hitap üstünlüğünü kaybetmeye başlamıştır. Misafir memnuniyetini oluşturamayan ve yeniden ziyaret edilme konusunda tercih edilmeyen birçok firma bu nedenden dolayı daralma sürecine girmiştir (Kim ve Moon, 2009).

Tematik restoranlar tarih olarak incelendiğinde ilk örneğini 1950 yıllarının sonunda vermiştir. Amerika'da yaşanan büyük buhran sonrasında Tematik restoranların hizmet vermeye başlamasındaki temel nedenler incelendiğinde, misafirlerin hizmet algılarında oluşan değişimlere, yemek yerken aynı zamanda eğlenme ve deneyim arzusu ihtiyacına yanıt verdiği görülmektedir (Kim ve Moon, 2009). Avrupa'da gerçekleşen İkinci Dünya Savaşı'nın ardından insanların çalışma hayatında gelir artışı yaşanmış bununla birlikte boş zaman süresi uzamıştır. Tematik restoranlar bu durumdan faydalanmak isteyen yiyecek ve içecek işletmeleri için bir fırsat oluşmuştur. Sorunu fırsata çevirmek isteyen yiyecek ve içecek işletmeleri kısa sürede müşteri memnuniyeti oluşturmak ve ön planda kalabilmek için nitelikli hizmet sağlayacak arayışlara girmişlerdir. Bu nedenle İkinci Dünya Savaşı'nda Amerikan Hava Kuvvetleri tarafından savaşta yer alan pilot David Tallichet Polinezya Adaları ve Yeni İngiltere Balıkçı Köylerinde, Fransız Çiftlik teması barındıran tematik restoranını Los Angeles Havalimanı'nda "Proud Bird" adıyla faaliyete açmıştır. Restorana gelen misafirler kontrol kulesine ait telsiz diyaloglarını dinleyerek yemek yeme imkânı bulmuşlardır. Bu nedenle "Proud Bird" isimli restoran, insanların ilgi odağı olmuş ve restorana gelen misafirler savaş müzesi ziyaret eder gibi yoğun bir talep göstermişlerdir. "Proud Bird" isimli restoranın dikkatleri üzerine toplamasının en mühim sebeplerinden birisi de oluşan merak duygusu ve deneyimleme isteği olmuştur. Bu durumu gören girişimci perspektife sahip işletme sahipleri tematik restoranlara yönelmişlerdir. Tematik restoranlar içerisinde barındırdığı tasarım farklılıkları (dekor, aksesuar, görseller, personel giyimi, spor, sinema, müzik, tiyatro, ambiyans, menü çeşitliliği ve kolay ulaşılabilirliği) ile yemek hizmetini geri planda bırakmaktadır (Bekar ve Gümüş Dönmez, 2014).

2.3. Tematik Restoran İşletmelerinin Barındırması Gereken Nitelikler

Günümüzde tematik restoranların sayısı hızla artmakta ve bu restoranlar kendine özgü hizmetler vermektedir. Tematik restoranlar her ne kadar birbirine benzemeyen temalara hitap etseler de verilen hizmet açısından bazı ortak özellikleri bulunmaktadır. Bu özelliklerin başında bir temaya sahip olunması ve temanın detaylı bir gerçek hayata uyarlanarak işlenmesi, Temanın ve işletmenin ziyaretçiler tarafından albeni oluşturması, işletmenin bulunduğu bölgede ve zaman diliminde benzerinin olmaması gerekmektedir. Tematik restoranların hizmet biçimleri incelendiğinde ise, etkinlik ve yemek deneyiminin birleştirilmesi, farklı dekorasyon ve müzikler kullanılarak misafir algısının tespit edilmesi, yeni konseptler ve deneyimlerin sunulması, misafirin tekrar ziyaret etme istediğinin sağlanması, alışlagelmişin dışında anlar yaşatılması, misafirin tüketim eğilimi ve talebi hakkında fikirler edinilmesi, örnekler ve hikayeler aracılığı ile misafir üzerinde etki bırakılabilmesi, yoğun rekabete karşı pazarda bulunulan yerin korunması, işletme özelinde özgünlük sağlanması, farklı menü seçeneklerinin sunulması gibi taleplere yanıt vermesi beklenmektedir (Weiss, 2003; Kılınç, 2016). Sonuç olarak bakıldığında ise tematik restoranlar, belirgin bir temaya sahip olmak, kolay bir biçimde betimlenebilmek, temaya paralel menü sunmak, belirgin özellikte temaya yer vermek, aile eğlenmelerine hitap edilebilmek, temaya uygun iç ve dış mekân tasarımları barındırmak, en az iki saat hizmet sunabilmek, belirli bir faaliyet süresine sahip olmak, belirgin ve bütüncül bir ücretlendirmeye sahip olmak gibi birtakım kriterleri bünyesinde barındırmak durumundadır (Becker, 1987)

Günümüzde birçok tematik restoran rekabet ortamında öne geçebilmek için farklı temaları barındıran aktivitelere yer vererek, misafirin işletmeye bakış açısını tahmin edilemez kılmakta, başarılı ve kendine özgü faaliyetleri ile dikkat çekici ve hoş bir imaj bırakarak ziyaretin tekrar edilmesine yönelik fayda sağlama amacı gütmektedir (Silvestrova, 2014). Tüm yiyecek ve içecek işletmelerinde olduğu gibi tematik restoranların da avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır. Tematik restoranların avantajları; misafire sunulan hizmetler, klasik hizmet anlayışının dışında özel, deneyimlenmemiş ve özgün nitelikler barındırabilmesi, ziyaret edilen

işletmenin yenilikçi bir ortam sunabilmesi ve rekabet ortamında öne geçebilmesi, misafirin ziyaret süresinde artışın sağlanabilmesi olarak sıralanabilmektedir. Tematik restoranların dezavantajları ise; yüksek miktarda yatırımların gerekliliği, müşteri memnuniyeti riski barındırması, memnun olmayan müşteri açısından kazanca yansıyan etkiler, gerekli ekipmanın tedariki ve maliyeti konusunda yaşanan sorunlar, restoranın faaliyete geçmesi için yüksek miktarda maliyet gereksinimi, misafirler açısından yüksek miktarda hizmet ücretlendirmeleri, gastronomik öğelerin geri planda kalması ve bir kere ziyaret eden misafirin temayı deneyimlediği için tekrar ziyaret etmeyi tercih etmemesi olarak sıralanabilmektedir. (Çekal ve Memiş, 2020).

3. Yöntem

Çalışmanın amacı tematik restoranların turizm sektörü açısından değerlendirilmesidir. Araştırmanın veri toplama sürecinde e-doküman inceleme yönteminden yararlanılmıştır. Doküman inceleme yöntemi, araştırma ile ilgili bilgi içeren yazılı materyallerin analizi olarak ifade edilmektedir. Tarama yöntemi mevcut durumun ortaya konulması olarak tanımlanmaktadır (Aydın, Kılıç Mocan, 2019). Çalışma kapsamında yapılan literatür taramasına ek olarak konu ile ilgili tematik restoranların web sayfalarından yararlanılmıştır. İlgili web sitelerin ve restoranların seçim sürecinde, dünyada yer alan ve tematik restoranların taşıması gereken kriterler (misafire sıra dışı bir deneyim sunması, restoranın içerdiği temaya yönelik menüde yer alan yemeklerin temayı yansıtılması ve restoranın tasarımında temayla bütünlük sağlanması, misafir ile restoran arasında etkileşim oluşturulması) göz önünde bulundurularak çalışmanın amacına ve ölçütlerine uygun restoranlar seçilmiştir.

4. Bulgular

4.1. Dünyada Yer Alan Tematik Restoran Örnekleri

Bu bölümde dünyada yer alan tematik restoran örneklerine ilişkin bilgiler verilmektedir.

4.1.1. Hard Rock Cafe

Hard Rock Cafe Londra bölgesinde 14 Haziran 1971'de Isaac Tigrett ve Peter Morton tarafından açılmıştır. Isaac Tigrett ve Peter Morton, Londra bölgesinde güzel Amerikan hamburgeri yapan bir işletme olmadığından dolayı bu işletmeyi faaliyete geçirmiştir. Eski bir Rolls Royce bayiliğinin olduğu dükkân kiralananak faaliyete geçen bu cafe günlük ev yapımı Amerikan hamburgerlerini müşterilerine sunmaktadır. Kafenin logolarını tasarlayan kişi ünlü sanatçı Alan Aldridge'dir. Amerika'da açılan ilk Hard Rock Cafe ise 1982 yılında açılmıştır (About Hard Rock, 2023a).

Amerikalı iki gencin Rock kültürüne olan tutkusu Hard Rock Cafe'nin kültürüne tam anlamıyla yansımıştır. Ünlü bir gitarist olan Eric Clapton bir gitarını kafenin en sevdiği köşesine asmaları için göndermiştir. Bu olayın ardından The Who grubunun gitaristi Pete Townshend de gitarını göndermiştir. Kafe yaşanan bu gelişmelerle birlikte tüm dünyadaki en büyük müzik ile alakalı koleksiyona sahip olmuştur. Bu koleksiyona her geçen gün eklemeler gerçekleşmektedir. Hard Rock Cafe'nin menüsü, burgerlere ve milkshakelere odaklanmıştır. Hard Rock Cafe günümüzde 59 ülkede bulunmaktadır. Cafe, otel ve casino olarak hizmet vermekte olan kurumlara sahiptir. Kafenin teması yukarıda bahsedildiği gibi müziktir. Dünya çapına yayılmış ve franchising vermeye başlamış bir işletmedir (Şahin, 2017).



Resim 1. (Kaynak: hardrockcafe.com, 2023b).



Resim 2. (Kaynak: tripadvisor.com, 2023a).

Zincir bir işletme olan Hard Rock Cafe'nin dış mekân tasarımında içerdiği temaya uygun olarak, müzik enstrümanlarından gitarı seçtiği görülmektedir. Gitarı çevreleyen ışıklandırma ve kullanılan kırmızı renk misafirlerin ilgisini çekerek merak uyandırmakta, işletmeyi ziyaret edilmeye değer bir konuma getirebilmektedir.

4.1.2. Rainforest Cafe

1994 yılında Steven Schussler tarafından açılmıştır. Yapay ortamlar ile yağmur ormanlarını taklit eden restoran fırtınalar, şelaleler, yanardağlar gibi birçok yapay ortama sahiptir. Robotlar ile yağmur ormanlarında bulunabilecek canlılar temaya dahil edilmiş ve yağmur ormanlarında yemek zevkini müşteriye tam anlamıyla tattırarak bir işletme ortaya çıkmıştır. Bazı restoranları birkaç odadan oluşmaktadır odaları farklı temalar halinde tasarlanmıştır. Odaları bölen kısımlar bazen yapraklar bazen kayalar bazen de antik orman kalıntıları şeklinde tasarlanmıştır. Birkaç restoranda dilek havuzu ya da sahte altınla dolu Hindu tapınakları bulunmaktadır (Erol ve Erol, 2021).



Resim 3. (Kaynak: opentable.com, 2023a).



Resim 4. (Kaynak: tripadvisor.com, 2023b).

Tematik restoranlar birisi olan Rainforest Cafe, iç mekân tasarımında doğa temasını başarılı bir şekilde yansıtabilmekte, yapay şelale, fırtına, yanardağ gibi dekorasyon unsurları dışında teknolojik etkileşimleri de kullanarak misafirlere sıra dışı bir deneyim sunabilmektedir.

4.1.3. Planet Hollywood

Yatırımcıları ünlü olan Planet Hollywood restoran, sadece yüksek turistik bölgelerde açılmıştır. Planet Hollywood isimli restoranın, teması Hollywood filmleridir ve Hard Rock Cafe gibi bir koleksiyona sahiptir bu koleksiyonda Hollywood filmlerinin videoları ve film hatıralarına yer verilmektedir. 1991 Yılında Robbert

Earl tarafından kurulan Planet Hollywood Arnold Schwarzenegger, Bruce Willis, Demi Moore, Sylvester Stallone gibi ünlü yatırımcılara sahiptir. Zincir restoran olarak da adlandırabileceğimiz bu kuruluş şu anda otel ve kumarhane gibi işletmelere de sahiptir (planethollywoodintl.com, 2023).



Resim 5. (Kaynak: opentable.com, 2023b). **Resim 6.** (Kaynak: broadwaytheaterdistrict.com, 2023).

Tematik restoran, otel ve kumarhane hizmeti veren Planet Hollywood, tema olarak kullandığı Hollywood filmlerinin videoları, görselleri ve hatıra dekorasyon eşyaları ile ziyaret eden misafirleri için sıra dışı bir deneyim sunabilmektedir.

4. 1.4. Heart Attack Grill

Las Vegas Nevada'da Jon Basso tarafından faaliyete geçirilmiştir. Hastane temalı bir restorandır. Karanlık ve eleştirel bir bakış açısı olan restoran fast food ürünler yani hamburgerler servis etmektedir. Hemşire kostümlü garsonları ve hastane temalı dekorasyonu ile "tek bypass" isimli burgerlerini sipariş ederken müşterilerine sağlıklarına zararlı bir ürün yediklerini hissettirecek bir temayı beraberinde sunar. Restoranın sahibinin sözü restoranın önünde bir tabelada yazılı şekilde bulunmaktadır. "Muhtemelen tüm dünyada özür dilemeden yemeğimin senin için kötü olduğunu, seni öldüreceğini ve ondan uzak durman gerektiğini söyleyen tek restoran işletmecisiyim..." Menülerinde bulunan devasa hamburgerlerin sağlıklı olmayan şekerli içeceklerin isimleri dahi temaya uygundur. 160 kilonun üstünde olan müşterilerine bedava hizmet vermektedirler (Lukas, 2016:50-5).



Resim 7. (Kaynak: mini-adventures.com, 2023). **Resim 8.** (Kaynak: ikopedia.org, 2023).

İlginç bir mekân tasımına sahip olan Heart Attack Grill restoran kullanılan slogan, personel kıyafeti ve dış mekân dekorasyonu aracılığı ile misafirlerin yüzünü güldürerek ilgi çekmeyi başarmış, restoran aynı zamanda fast food yiyeceklerin insan sağlığına olan zararlarına da kullandığı mizah yoluyla dikkat çekebilmiştir.

4.1.5. Bubba Gump

Bubba Gump Restoran, 1994 Yapımı Forest Gump filminden etkilenilerek 1996 yılında açılmış deniz ürünleri sunan restoran zinciridir. Bubba Gump restoranın menüsünde Forest Gump filminden etkilenildiği belli olacak şekilde karides çok meşhurdur. Bubba Gump restoran sotelenmiş karides, kızarmış karides, hindistan-cevizi karidesi gibi çok sayıda karides çeşidini müşterilere sunmaktadırlar. Bubba Gump restoranda, aynı şekilde filmde alıntı olarak Run Forrest Run 5ks gibi etkinlikler düzenlenmektedir. Bu etkinlikler ile açlıkla mücadele gibi hedeflere yönelik yardım toplanmaktadır. Bubba Gump restoran 2022 yılı itibari ile dünya çapında 34 restoran işletmesi olarak faaliyet göstermektedir (Muzellec, Lynn ve Lambkin, 2012; bubbagump.com, 2023).



Resim 9. (Kaynak: landrysinc.com, 2023).



Resim 10. (Kaynak: tripadvisor.com, 2023c).

Forest Gump filminden esinlenerek hizmete açılan Bubba Gump restoran, sahil kasabalarındaki balıkçı restoranlarını andıran iç ve dış mekân tasarımı ile görsel çekicilik yaratabilmektedir. Bubba Gump restoran düzenlenen etkinliklerden elde edilen geliri açlıkla mücadele eden insanlara bağışlayarak, sosyal yardımlaşmaya verilen değeri de ortaya koyabilmektedir.

4.1.6. Jekyll And Hyde Restaurant And Pub

Tematik restoranlardan birisi olan Jekyll and Hyde Restaurant & Pub, 1991 yılında New York'un Greenwich Kasabası'nda hizmete açılmıştır. Jekyll and Hyde & Pub, genel olarak 1930'un "perili İngiliz Kaşifler kulübünün" teması sunmakta, restoranda her katın kendine ait farklı temaları bulunmaktadır. Jekyll and Hyde Restaurant & Pub restoran bilim kurgu, macera ve korku temalarını işlerken, görsel efektlere ve misafirler ile etkileşime geçebilen teknolojileri kullanarak, ziyaretçilerine ilginç deneyimler sunmaktadır. Bu tematik restoran iç tasarımında mumyalara, iskeletlere ve farklı yüz ifadeleri içeren balkabağı dekorlarına yer vermektedir. Tiyatrolar ile canlandırmalar yapan Jekyll and Hyde Restaurant and Pub menülerinde de oldukça ilginç isimler kullanarak yemek, alkollü- alkolsüz içecek ve çocuk menüleri ile hizmet sunmaktadır (jekyllandhydeclub.com, 2023a).



Resim 11. (Kaynak: tripadvisor.com, 2023d).



Resim 12. (Kaynak: jekyllandhydeclub.com, 2023b).



Resim 13. (Kaynak: bloomberg.com, 2023).

Korku, macera ve bilim kurgu temasını, kullanılan dekor ve teknolojik etkileşimlerle misafirlere yansıtmayı başaran Jekyll And Hyde restoran konseptiyle, ziyaretçi misafirlerinde cadılar bayramındaymışçasına bir izlenim vererek heyecan duygusu uyandırabilmektedir.

4.1.7. Roller Coaster Restaurant

Roller Coaster Restoran'ın teması raylar üzerinde masaya gelerek servise sunulan yemekler ile her yaştan müşteriye hitap etmeye çalışılan bir temadır. Roller Coaster Restoran yemeklerin dokunmatik ekranlardan sipariş edilerek garson kullanılmadan raylar aracılığı ile masaya geldiği bir konseptte sahiptir. Yemekler her masaya bağlı olan raylar aracılığı ile restoranın yüksek tavanından dönüp dolaşarak masaya ulaşmaktadır. "Bırakın yer çekimi sizin için çalışsın" sloganını kullanan restoran, otomatik temalı restoran olarak da adlandırılabilir. Hidrolik sistemden oluşan raylar restoranın içerisinde dolaştırılarak tema daha belirgin hale getirilmiştir. Otomasyon sistem aynı zamanda garson ve kasiyerlere olan ihtiyacı ortadan kaldırdığı için, restoran ekstra avantajlara sahiptir (İvamov, Webster ve Berezina, 2017:1501-1517; rollercoasterrestaurant.com, 2023a).



Resim 14. (Kaynak: rollercoasterrestaurant.com, 2023b). Resim 15. (Kaynak: tripadvisor.com, 2023e).

Roller Coaster restoran iç mekân tasarımında tercih edilen ray sistemi aracılığı ile personel maliyet sorununu ortadan kaldırmaktadır. Restoranın kullanmakta olduğu teknolojik sistem hızlı servis olanağı sunabilmektedir. Roller Coaster Restoran'ın kullandığı ışıklandırma ve lunapark havası veren iç tasarımı misafirin ilgisini çekebilmektedir.

4.1.8. Medieval Times Dinner And Tournament

Medieval Times Orta Çağ temalı, dış dekorasyonu kale görünümüne sahip bir restorandır. Avrupalı bir grup yatırımcı tarafından ortaklı şekilde açılmış olan Medieval Times Dinner And Tournament restoranlar günümüzde 10 farklı konumda hizmet vermektedir. İlk Medieval Times kale restoranı Florida, Kissimmee bölgesine 1983 Aralık ayında açılmıştır. Otantik Orta Çağ tarihine dayanan tema soylu bir ailenin hikayesini anlatmaktadır. Tiyatral bir gösteriyle misafirlerine önce Orta Çağ'ın şövalye müsabakalarını yaşatan resto-

ran, sonrasında misafirlere Orta Çağ ziyafetlerini andıran bir menüyle hizmet sunmaktadır. Restoranı ziyaret eden misafirlerden 6 cesur şövalyeden birini seçmeleri istenmektedir. Misafirlerden, düelloya çıkacak olan bu şövalyelerden seçmiş oldukları şövalyeye tezahürat ederek gösteriye eşlik etmeleri beklenmektedir. Restoran Orta Çağ İngiltere dönemine ait saray soytarıları ve şövalyeleri eşliğinde 11. Yüzyıl temasını müşterilerine sunmaktadır. Farklı ziyafet tiplerine sahip olan restoran, alkollü ve alkolsüz içecekler servis etmektedir. Bunun yanı sıra, Medieval Times Dinner And Tournamend restoranın vegan ve vejetaryen misafirler için de menü seçenekleri bulunmaktadır (Becker, 1987:3-5; medievalltimes.com, 2023).



Resim 16. (Kaynak: medievalltimes.com, 2023). **Resim 17.** (Kaynak: medievalltimes.com, 2023).

Yemek yerken aynı zamanda şölen deneyimi sunan Medieval Times Dinner And Tournamend restoranın, avantajları arasında kutlama etkinlikleri ile de ön plana çıktığı söylenebilir. Ziyaretçi misafirlerden şövalyelerini seçmelerinin istenmesi ve seçilen şövalyeye gösteri esnasında tezahürat edilmesi, restoran personeli ve misafir arasında bağ kurma olanağı sağlayabilmektedir. Bu durum misafire kendisini özel hissettirebilmektedir.

4.1.9. Modern Toilet Restaurant

Modern Toilet Restaurant içerisinde tuvalet ve banyo temasını barındıran bir restorandır. Modern Toilet Restaurant ziyaret eden misafirlerin tuvalet şeklinde koltuklara oturduğu ve yemeklerin mini klozet teması ile servis bir edildiği restorandır (Li, Lu, Lan ve Jiang, 2019:874). Taiwan'da bulunan ve 100 kişilik misafir kapasitesine sahip olan tematik restoran, menüsünde yer alan dondurma çeşitlerini dışkı şeklinde sunmaktadır (Bugaeva, 2012).



Resim 18. (Kaynak: tripadvisor.com, 2023f). **Resim 19.** (Kaynak: tripadvisor.com, 2023g).

Tuvalet ve banyo teması ile hizmet sunan Modern Toilet restoran, bulunduğu bölgelerde insanların merak duygularını uyandırarak odak noktası olabilmektedir. Restoran ile ilgili yapılan araştırmalar esnasında gurmelerin olumsuz eleştiri yazılarına da konu olduğu görülebilmektedir. Restoran farklı kültürle bulunan mizah anlayışını da gözler önüne serebilmektedir.

4.1.10. Red Sea Star Restaurant, Israel Restaurant

Red Sea Star ismi ile İsrail'de hizmet veren tematik restoran Kızıldeniz'in altında yer almaktadır. Ziyaret eden misafirlerine akşam yemeklerini deniz canlılarını izleyerek yemek yeme deneyimi sunan bu restoranın, denizden beş metre aşağıda yer almakla birlikte iç tasarımını tavan ve yan pencereler ile oluşturulmuştur. 105 Kişilik misafire yetecek kadar bar ve restoran kapasitesine sahiptir. Menülerinde egzotik et yemeklerine yer vererek ziyaretçilerine ilginç bir deneyim sunmaktadır (Bugueva, 2012).



Resim 20. (Kaynak: atlasobscura.com, 2023).



Resim 21. (Kaynak: atlasobscura.com, 2023).

İsrail'de bulunan Red Sea Star restoran, işletmenin denizin altına konumlandırılması özelliğinden dolayı dikkat çekebilmektedir. İç mekân dekorasyonunda kullanılan ahtapot koltuklar çok rahat bir izlenim vermesi de tavan ve pencerelerden izlenen deniz canlıların yaşamı ilgi uyandırabilmektedir. Bu tematik restoran misafirlere sunduğu deniz manzarası aracılığı ile misafirlerde huzurlu ortam izlenimi oluşturabilmektedir.

4.1.11. Leman Kültür

Ülkemizdeki tematik restoranlardan birisi olan Leman Kültür, dergilerde yer alarak mizansen bakış açısıyla düşüncelerin ifade edildiği karikatür teması ile tanınmış, daha sonra "Yatıya Hariç Her Zaman Bekleriz" sloganı ile konseptini restoran işletmesine taşımıştır (Bekar ve Gümüş Dönmez, 2014). Leman Kültür, mizansen temasını, menülerinde yer alan yiyeceklere "Simit Candır, Ekmek Arası Çorba, Çakallının Menemeni, Tost Tost Diye Diye Nicesine" isimleri ile kültürel izlerle aktarmıştır (Kocaer, 2020). İç dekorasyonunda duvar çizimleri, lavabolardaki tasarımlar, çalışanların kıyafetlileri ve ıslak mendillerde "Gülüyoruz O Halde Varız" sözü ile temaya uyumlu hizmetler sunan restoranın Türkiye'de 18, Kıbrıs'ta 1 şubesi bulunmaktadır (Çekal ve Memiş, 2020; Kaplan, 2019; Üstün ve Gönenç, 2015).



Resim 22. (Kaynak: gastronomiturkey.com, 2023).



Resim 23. (Kaynak: nerde.com, 2023).

Faaliyetlerine bir dergi olarak başlayan Leman Kültür, daha sonra tematik restoran özellikleri gösteren işletmesi ile Türkiye'de başarılı bir yer edinebilmektedir. Yapılan araştırmalar sonucunda Leman Kültür resto-

ranın sadece Türkiye’de değil, Bakü ve Kıbrıs’ta da şubeler açarak hizmet verdiği görülebilmektedir. Leman Kültür restoranının iç tasarımında yer alan menüden karikatürlere kadar kullanılan mizah dili aracılığı ile, temanın başarılı bir şekilde yansıtıldığı izlenimine varılabilmektedir. Leman Kültür restoranının menüsü incelendiğinde, tercih edilen temada Türk yemek kültürüne ait izler taşıdığı da gözlemlenmektedir. Türkiye’de ve iki ülkede hizmet veren bu tematik restoranın turizm sektörü için önemli bir işletme olduğu, yemek kültürünün tanıtımında sektöre fayda sağlayabileceği düşünülmektedir.

5. Sonuç ve Değerlendirme

Tematik restoranlar sunulan menü çeşitliliği, atmosfer, dekor unsurları ve tema ile ziyaretçinin arasında yaşanan etkileşim deneyimi yönünden diğer restoranlara kıyasla sektörde önemli bir konuma sahip restoranlardır. Konum olarak genellikle gelişmiş ülkelerde yer alan tematik restoranlar, ekonomik düzeyi yüksek seviyede olan müşteri profiline sahip yiyecek ve içecek işletmeleridir. Bu durumun temel nedeni ekonomik düzeyi yüksek seviyeli müşterini profilinin yemeği sadece bir gereksinim olarak görmemesi, hayattan beklentilerinin ise yemek yeme için ayrılan zamanı eğlenerek ve değişik deneyimlere eşlik ederek geçirmek istemeleri yönünde olabilmektedir.

Tematik restoranların alışagelmış restoranlardan ve çok karıştırılan etnik restoranlardan en önemli farkı, belirli bir etnik kökene ya da belirli bir gruba hitap etmeden konsept oluşturması ve misafirlere konsepti yaşama fırsatı sunmasıdır. Bu düşünce yapısı tematik restoran işletmeleri için özgün ve bulunamaz özellikler kılmakta, tercih edilme kararında unutulamaz bir işletme imajı oluşturmaktadır. Tematik restoranlar, işletmenin kuruluş ve pazarda devamlılığını sürdürebilme sürecinde daha maliyetli yatırımlar gerektirmektedir. Bunun nedeni oluşturulan tema için kullanılan ekipman ve araç gereçlerin diğer endüstriler aracılığı ile sağlanması hatta birkaç işletmenin birleştirilmesi ile temanın oluşturulması olabilmektedir. Rekabet ortamının günden güne daha sert bir hal aldığı yiyecek ve içecek sektöründe, tematik restoranlar kendine özel bir konum bulmuş, menü, tema, ambiyans, personel, aktivite gibi özellikleri bünyesinde barındırarak müşterinin ilgi odağı olma noktasında başarılı sonuçlar elde edebilmiş işletmelerdir. Bu durum tematik restoran işletmelerinin bünyesine daha farklı nitelikler ekleyerek özel bir pazara hitap edebilme olanağı sağlayabilmektedir.

Türkiye’de bulunan tematik restoranlar incelendiğinde işletme sayısı ve nitelik açısından çeşitlilik olmadığı saptanabilmekte iken Leman Kültür isimli restoranın, tematik restoranlarda bulunulan nitelikleri taşıdığı ve bu yöne oluşturduğu konsept ile ilgi çekmeyi başardığı gözlemlenmiştir. Konum ve olanaklara bakıldığında Türkiye’de bulunan yatırımcılar açısından, tematik restoran alanı açık bir alan olarak fırsat oluşturabilmektedir. Türkiye’nin var olan mutfak zenginliği ve elverişli coğrafi koşullar pazarda farklılık oluşturmak için sektöre fikir verebilir ve bu yönde tematik restoran işletmelerinin kuruluşunda öncülük edebilir niteliktedir. Yüksek maliyetler gerektiren tematik restoran işletmelerinin kuruluşu için çeşitli destek programları sunabilir ve Türkiye’yi küresel anlamda daha tanınır bir hale getirmeye yönelik adımlar atılabilir. Yapılan çalışmanın sonucunda tematik restoran konusu dahilinde yiyecek içecek sektörü için aşağıdaki öneriler verilebilir;

- Türkiye’deki tematik restoranların kaliteli yiyecek içecek ve hizmet sunma noktasında daha özverili çalışılması gerekmektedir.
- Türkiye’nin bulunduğu konum, coğrafi olanaklar, kültürel mutfak zenginliği tematik restoranların kurulmasında yiyecek ve içecek işletmeleri açısından açık bir fırsat alanı oluşturmaktadır.

- Tematik restoranların yöresel yiyeceklerin küresel anlamda tanıtılmasında ve gastronomi turizminin gelişiminde katkı sağlayabilecek potansiyele sahip işletmeler olduğu düşünülmektedir.
- Tematik restoran işletmelerinin kuruluş aşamasında yüksek yatırımlar gerektirmesinden dolayı teşvik programları sunulması ve paydaşların iş birliği içerisinde çalışması gastronomi turizminin gelişimi için tavsiye edilmektedir.

Yapılan çalışmada Türkiye’de ve dünyada bulunan tematik restoranlar incelenmiştir. Tematik restoranların ilgi çekiciliği ve farklı deneyimlere imkân sağlaması özelliğinden dolayı, bu alanın gelecekte nispeten daha önemli bir araştırma konusu olacağı düşünülmektedir (Aksoy ve Akbulut, 2017: 4). Yiyecek içecek sektörü açısından tematik restoranların önemi insanların yeni deneyim arayışı devam ettikçe sürecektir. Teknolojik gelişmelerin, tematik restoranlar açısından önem arz ettiği yapılan çalışmada görülmektedir. Teknolojik gelişmelerin yeni tema fikirlerin uygulanabilirliği ve misafir etkileşimi açısından önemli olduğu ve tematik restoranların teknolojiyi kullanarak turizmde ilerlemeler kaydedeceği düşünülmektedir (Aydın ve Uçan Çakır, 2022: 2150). Turizm sektörü açısından değerli bir yere sahip olan tematik restoranlar, ülkenin ve yemek kültürünün tanıtımında da kolaylık sağlamaktadır (Bekar ve Gümüş Dönmez, 2014: 799). Turizmde tatil ve eğlence amacıyla seyahatlerin yapılması, yemek yerken aynı anda eğlence deneyimi sunan tematik restoranların tercih edilme sebebi olarak da nitelendirilmektedir (İnce ve Turganbaeva, 2019: 123). Tematik restoranlar ülkeler için döviz getirisi olanağı sunmaktadır.

Çekal ve Memiş (2020) yiyecek içecek sektöründe eğitimli personel olarak nitelendirilen Gastronomi ve Mutfak Sanatları öğrencilerinin tematik restoranlar hakkında yeterli seviyede bilgi sahibi olmadığını belirtmişlerdir. (Çekal ve Memiş, 2020: 69). Turizm sektörünün önemli bir parçası olan gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerinin eğitim sürecinde konu ile ilgili bilgilendirilmelerin yapılması, teknolojik gelişmelerin tematik restoranlar ile ilişkisinin incelenmesi, tematik restoranların kültür ve deneyim etkileşimi açısından değerlendirilmesi yönünde yayınlar yapılması tavsiye edilmektedir. Yapılan çalışmanın, turizm bilimi ve turizm sektörünün gelişimi için örnek bir çalışma görevi göreceği düşünülmektedir.

Kaynakça

- Akkuş, Ç. (2019). Restoran atmosferi algısının sosyal medya paylaşımlarına etkisi: bir temalı restoran örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 628-642.
- Aksoy, M., & Akbulut, B. A. (2017). Restoranlardaki teknolojik yeniliklerin deneyim pazarlaması açısından değerlendirilmesi. International Congress on Cultural Heritage and Tourism (1-10), Konya, Türkiye, 19-21 Mayıs 2017.
- Aksoy, M., & Üner, E. H. (2016). Rafine mutfağın doğuşu ve rafine mutfağı şekillendiren yenilikçi mutfak akımlarının yiyecek içecek işletmelerine etkileri. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(6), 1-17.
- Akyürek, S., & Kutukız, D. (2020). Gastro Turistlerin Deneyimleri: Gastronomi Turları Kapsamında Nitel Bir Araştırma (Experiences of Gastro Tourists: A Qualitative Research in the Scope of Gastronomy Tours). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(4), 3319-3346.
- Atlasobscura.com. (2023, 20. Mayıs). www.atlasobscura.com/places/red-sea-star adresinden erişilmiştir.
- Aydın, E., & Mocan, D. K. (2019). Türkiye'de dünden bugüne sosyobilimsel konular: Bir doküman analizi. *Anadolu Öğretmen Dergisi*, 3(2), 184-197.
- Aydın, Ş., & Çakır, M. U. (2022). Gastronomi ve dijitalleşme. *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 12(4), 2143-2159.
- Becker, W. A. (1987). Theme restaurants, a unique dining experience. *Visions in Leisure and Business*, 6(3), 51-55.
- Bekar, A., & Gümüş Dönmez, F. (2014). Temalı restoranlar ve temalı-etnik restoran Ayrımı. *Journal of International Social Research*, 7(35), 797-803.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik. *Milli Folklor*, 22(87), 159-169.
- Bloomberg.com. (2023, 02 Mayıs). www.bloomberg.com/news/articles/2022-03-23/jekyll-hyde-manhattan-eateryfortourists-files-bankruptcy#xj4y7vzkg adresinden erişilmiştir.
- Boratav, Ç. (1963). İkel toplumlarda besin elde etme faaliyetleri. *Anthropology*. (01), 99-113.
- Broadwaytheaterdistrict.com. (2023, 28 Nisan).
- <https://broadwaytheaterdistrict.com/dining/planet-hollywood/> adresinden erişilmiştir.
- Bubbagump.com. (2023, 28 Nisan). <https://www.bubbagump.com/about/> adresinden erişilmiştir.
- Çakmak, M., & Sarıışık, M. (2020). Yiyecek içecek işletmelerine ilişkin yorumların içerik analizi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(3), 362-383.
- Çekal, N., & Memiş, B. (2020). Gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerinin temalı restoranlara ilişkin tutum ve davranışları. *Aydın Gastronomy*, 4(2), 63-72
- Doğan, M. (2022). Toplu yemek hizmetleri (catering) sektörü yöneticilerinin iş sürekliliğine hazır olma algı ve zorluklarının belirlenmesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Erol, E. & Erol, N. (2021). Temalı Restoranlar, In Demirci, B. & Solunoğlu, A. (Eds.). *Turizm Araştırma Temaları* (ss.133-141), İstanbul: Çizgi Kitabevi.

- Gastronomiturkey.com. (2023, 20 Mayıs), <https://www.gastronomiturkey.com/haber/leman-kultur-besiktas-eglenceli-lezzetlerin-son-duragi-h8354> adresinden erişildi.
- Göker, G. (2011). Destinasyon çekicilik unsuru olarak gastronomi turizmi (Balıkesir ili örneği), Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Gültekin, T., Akın, G., & Özkoçak, V. (2016). Ergonomik restoran tasarımında antropometrinin önemi. *Antropoloji*, (31), 61-70.
- Hardrockcafe.com (2023a, 28 Nisan).www.hardrock.com/about-hard-rock.aspx adresinden erişilmiştir.
- Hardrockcafe.com. (2023b, 28 Nisan). www.hardrockcafe.com/location/london/ adresinden erişilmiştir.
- Heung, V. C. (2002). American theme restaurants: A study of consumer's perceptions of the important attributes in restaurant selection. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 7(1), 19-28.
- Horner, S. V., Chiles, T. H., & Lam, L. W. (2007). Entrepreneurship in the experience economy: The evolution of Hard Rock Café. In R. A. Ajami & M.M. Bear (Eds.), *Global Entrepreneurship: Local Innovations and Value Creation* (pp.137-165). Routledge Press: Uk.
- Ivanov, S. H., Webster, C., & Berezina, K. (2017). Adoption of robots and service automation by tourism and hospitality companies. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 27(28), 1501-1517.
- İnce, C., Turganbaeva, N., & Samatova, G. (2019). Etno-restoranlarda otantikliği deneyimlemek-Kırgızistanda etno-restoranlar: Supara ve Dasmia. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(1), 121-135.
- Jekyllandhydeclub.com (2023a, 02 Mayıs).www.jekyllandhydeclub.com adresinden erişilmiştir.
- Jekyllandhydeclub.com. (2023b, 28 Nisan). <https://jekyllandhydeclub.com/#:~:text=The%20World%20Famous%20Jekyll%20and,while%20you%20enjoy%20your%20meal> adresinden erişilmiştir.
- Josiam, B. M., Mattson, M., & Sullivan, P. (2004). The Historaunt: Heritage tourism at Mickey's dining car. *Tourism management*, 25(4), 453-461.
- Kaplan, M. (2019). Sosyal Statü Arayışında Elit Mekânların Rolü; Diyarbakır 75 Metre Yol Güzergâhındaki Kafeler Örneği (Araştırma Makalesi/Research Article). *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(17), 136-161.
- Kılıç, O. (2016). Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler, In O. N. Özdoğan, (Ed.), *Temalı Restoran ve Barlar* (s. 81-100) Ankara: Detay Yayıncılık .
- Kim, W. G., & Moon, Y. J. (2009). Customers' cognitive, emotional, and actionable response to the servicescape: A test of the moderating effect of the restaurant type. *International journal of hospitality management*, 28(1), 144-156.
- Kocaer, S. (2020). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Bağlamında Geleneksel Yiyeceklerin ve Mizahın Kültür Ekonomisinde Kullanılması: Leman Kültür Örneği. Geçmişten Bugüne Gelenek: Kültürel Değişme Ulusal Sempozyumu.20-21 Nisan 2019.Ankara.
- Koçbek, A. D. (2015). Yiyecek ve içecek sektöründe hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti: etnik restoranlara yönelik bir araştırma, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

- Landrysinc.com. (2023, 28 Nisan).<https://www.landrysinc.com/franchise/bubba-gump-franchise> adresinden erişilmiştir.
- Li, Y. J., Lu, S., Lan, J., & Jiang, F. (2019). Feel safe to take more risks? Insecure attachment increases consumer risk-taking behavior. *Frontiers in psychology*, 10, 1-9.
- Lukas, S. A. (2016). Controversial Topics: Pushing the limits in themed and immersive Spaces (Masterclass), *Attractions Management*, 20, 50-54.
- Medievaltimes.com. (2023, 03 Mayıs). www.medievaltimes.com adresinden erişilmiştir.
- Mini-adventures.com (2023, 04 Nisan). <https://mini-adventures.com/a-normal-burger-at-the-heart-attack-grill-las-vegas/> adresinden erişilmiştir.
- Ministry of Education and Science, Youth and Sports of Ukraine. (2012). 7 Europe's Most Unusual Restaurants. Retrieved from (2011 печ. 528M) (kname.edu.ua).
- Mormenekşe, F. (2005). *Yemek. Milli Folklor*, 17(67), 172-176.
- Muzellec, L., Lynn, T., & Lambkin, M. (2012). Branding in fictional and virtual environments: Introducing a new conceptual domain and research agenda. *European Journal of Marketing*, 46(6), 811-826.
- Nerde.co (2023, 20 Mayıs). <https://nerde.co/leman-kultur-kadikoy> adresinden erişilmiştir.
- Opentable.com. (2023a, 28 Nisan). <https://www.opentable.com/r/rainforest-cafe-menlo-park-mall-edison> adresinden erişilmiştir.
- Opentable.com. (2023b, 28 Nisan). <https://www.opentable.com/planet-hollywood-times-square> adresinden erişilmiştir.
- Özdemir, M. (2014). Türklerde turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(1), 121-130.
- Öztürk, A. (2006). Restoran işletmelerinde siparişlerin elektronik ortamda alınmasının işletme performansı üzerine etkileri ve Afyonkarahisar Özdilek AŞ'de bir uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy, *Harvard Business Review Press*, 76(4), 97-105.
- Planethollywoodintl.com. (2023, 28 Nisan). www..com/about/ adresinden erişilmiştir.
- Rollercoasterrestaurant.com. (2023a, 28 Nisan). <https://rollercoasterrestaurant.com/> adresinden erişilmiştir.
- Rollercoasterrestaurant.com. (2023b, 28 Nisan). <https://rollercoasterrestaurant.com/> adresinden erişilmiştir.
- Selimoğlu, E., Bektaş, Y., Özkocak, V., & Gültekin, T. (2018). Beslenme şeklinin zaman içindeki tarihsel yolculuğu. *SETSCI Conference Indexing System*, 3(2018), 390-399.
- Silvestrova, V. (2017). Event plan for the Italian restaurant” Trattoria Limone”, Degree Programme in Restaurant Entrepreneurship, Bachelor's Thesis, Laurea University of Applied Sciences, Finlandia.
- Şahin, G. (2017). Kurumsal Kimlik Bağlamında İç Mekân Tasarımı: Hard Rock Cafe Analizi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Ankara.
- Tripadvisor.com. (2023a, 28 Nisan).https://www.tripadvisor.com.tr/Restaurant_Review-g60713-d360236-Reviews-Hard_Rock_Cafe-San_Francisco_California.html adresinden erişilmiştir.

- Tripadvisor.com. (2023b, 28 Nisan).https://www.tripadvisor.com.tr/Restaurant_Review-g45963-d8457789-Reviews-Rainforest_Cafe-Las_Vegas_Nevada.html adresinden erişilmiştir.
- Tripadvisor.com. (2023c, 28 Nisan). https://www.tripadvisor.com.tr/Restaurant_Review-g34438-d518084-Reviews-Bubba_Gump_Shrimp_Co-Miami_Florida.html adresinden erişilmiştir.
- Tripadvisor.com. (2023d, 02 Mayıs). https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g60763-d6198874-Reviews-Jekyll_and_Hyde_Restaurant-New_York_City_New_York.html adresinden erişilmiştir.
- Tripadvisor.com (2023e, 29 Nisan).https://www.tripadvisor.com/Restaurant_Review-g504148-d10248405-Reviews-Rollercoaster_Restaurant-Alton_Staffordshire_England.html adresinden erişilmiştir.
- Tripadvisor.com (2023f, 28 Nisan).https://www.tripadvisor.com.tr/Restaurant_Review-g13806879-d6147519-Reviews-Modern_Toilet_RestaurantShilin_Taipei.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=444500221 adresinden erişilmiştir.
- Tripadvisor.com. (2023g, 02 May). https://www.tripadvisor.com.tr/Restaurant_Review-g13806879-d6147519-Reviews-Modern_Toilet_RestaurantShilin_Taipei.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=444500221 adresinden erişilmiştir.
- Türkyılmaz, G. (2020). *İstanbul'da üçüncü dalga kahve kültürünün yayılması: Yeni orta sınıfın 2000 sonrası mekân ve kahve tüketimi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Üstün, C., & Gönenç, A. Y. (2015). Ülkemizdeki Karikatür Dergilerinin Kurumsal Yapısı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Weiss, R. D. (2003). *The relationship between restaurant attribute satisfaction and return intent in theme restaurants*. University of Nevada, Las Vegas.
- Wikipedia.org. (2023). https://en.wikipedia.org/wiki/Heart_Attack_Grill#/media/File:Heart_Attack_Grill,_Las_Vegas_-_Logo.JPG adresinden erişilmiştir.
- Yan, H., & Felicen, S. S. (2021). Dinescape and servicescape experience among costumers of themed restaurant in Shanghai. *International Journal of Research Studies in Management*, 9(3), 1-14.

Destek bilgisi: Bu çalışmada herhangi bir kişi ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı bulunmamaktadır.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde TURİB Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm yazarlar kendi rızaları ile çalışmaya katılmıştır.

Etik Kurul Onayı: Araştırmada elde edilen veriler, halka açık kaynaklardan toplandığından etik kurulu onayı gerektirmemektedir.

Araştırmacıların Katkı Oranı:

1. Yazar: %35 , 2. Yazar: %35 , 3.Yazar %30

Extended Summary

The Evaluation of Thematic Restaurants and Thematic Restaurants in Terms of Tourism Sector

Havagül ÇALIŞKAN*, İsmail Mert TEKELOĞLU, Kansu GENÇER

Restaurant businesses, which not only meet the food and beverage needs of their guests, but also operate in social areas, have taken steps to survive in a competitive environment and have evolved and developed day by day. Factors such as the increase in the number of restaurant businesses after the industrial revolution, the change in customer profile and demands, the regulation of working time and the formation of leisure time, the improvements in income level and the desire to acquire new experiences can be counted among the reasons for these developments. As a result of the changes, restaurant businesses do not want to be limited to only gastronomic items in order to continue their activities successfully, they leave a positive image in the minds of the guests and increase the possibility of being preferred again.

The desire of individuals to socialize and to acquire new experiences has become one of the most important factors of development. The fact that women are more involved in business life, the increase in travel as a result of easier transportation, and the developments in technology have brought the concept of eating out to a different dimension for both customers and businesses. These businesses, which were mostly visited by those who could not cook at home in the past, travelers and employees, draw attention as places to go to meet new people, relieve stress, have fun, try different flavors and celebrate. This situation necessitated being open to innovation within the enterprises. Innovations have shown themselves in ethnic restaurant, specialty restaurant, fast food, luxury and local restaurant businesses. Restaurants, which have different purposes and service structures, can continue their activities with their own characteristics. Ethnic restaurants offer national cuisine, specialty restaurants specialize in a particular subject, fast food chains provide affordable and fast service, luxury restaurants use quality food and beverages, and local restaurants serve menus made from local products, examples of the diversification of restaurants.

The successes achieved in the economic field with the development of restaurants have made innovation a necessity and played an active role in the profit-making process of the enterprises. In terms of businesses, the increase in the profit share, the facilitation of the promotion and the formation of the reasons for preference have led to growth and efficiency in the target of holding on to the market. Successful restaurant businesses, which have become chains with the service activities they provide, have found the opportunity to create different strategic plans and used their profits in this direction.

Thematic restaurants, cafes and bars, which have emerged as a result of the formation of a competitive environment and have given successful results for many businesses, are food and beverage businesses with a specific theme. The main purpose of the thematic restaurant businesses, which convey the theme they contain through decor, costumes, equipment required by the theme, figures conveying the theme in interior and exterior architecture, is to be more interesting than other businesses in the sector. Each of the thematic restaurant businesses, which offer guests the opportunity to have fun while eating, has its own unique and unique characteristics. Thematic restaurant businesses, which have the opportunity to create a niche market

* Corresponding author at: Kütahya Dumlupınar University, Graduate School of Education, E-Mail Address: tekeloglumert@gmail.com

for themselves in the food and beverage sector, can make high investments in order to appeal to the customer profile they serve. These businesses, which do not only make physical investments specific to the place, draw attention with events, visual shows and activities that guests can participate in, and aim to give them unforgettable moments. Thematic restaurant businesses operating in rural areas, metropolitan cities and sometimes in the middle of the sea can have interesting themes. The reason for the aforementioned concept of quirkiness can cover many things, from eating in the aquarium to the service difference offered by the related businesses using decorative plates that cannot normally be placed side by side, and activities where old traditions are revived. These businesses, which have simple and complex themes, can generally serve more widely in developed countries. The main reason for this situation is that thematic restaurants require a high amount of investment in the establishment and operation process and the equipment used in the formation of the business's contact is provided by other businesses. As another reason, it can be said that the guest profile in developed countries does not see food as a necessity and is in search of new ones due to the high purchasing power. Thematic restaurants, cafes and bars develop new ideas for these guests every day and not only transfer their ideas to the place but also reflect them to the guests. They give unconventional names that embody the theme to the foods on their menus, the staff serve with the theme's costumes, and there is something unique about the design in the washbasins. exhibits many qualities together. The most challenging part for thematic restaurant businesses is to ensure that the guest who visits once will choose it again and to maintain its continuity in the market like every business. During the study, it was observed that some businesses that could not achieve this success ended their activities, and on the contrary, businesses that succeeded in opening new restaurant businesses in different locations and gave Franchising. Hard Rock Cafe, Planet Hollywood, Bubba Gump, Medieval Times and Leman Kültür can be given as examples to these businesses that serve in the country and abroad.

Today, Hard Rock Cafe is located in 59 countries and serves with cafes, hotels, casinos and restaurants with the theme of music. The company, which owns a hotel, casino and chain restaurants named Planet Hollywood, continues its activities with the Hollywood theme with its famous investors in regions where touristic activities are intense. Bubba Gump restaurant, after being influenced by the shrimp story of the Forrest Gump movie, created its theme in this direction and serves seafood-based foods with 34 establishments. Mediavel Times restaurant, based on authentic medieval history, is one of the businesses that has managed to attract attention by presenting the story of a noble family with its knights and sword shows, with theatrical performances while dining. In Turkey, the restaurant and cafe named Leman Kültür, which has been serving for many years, demonstrates its success in its theme, which includes cultural elements, through its humorous language, with 18 domestic and 1 restaurant businesses abroad.

In the study, thematic restaurants, cafes and bars were examined and it was observed that the relevant enterprises required high investments in order to continue their activities, that the enterprises that could transfer the theme to the guests were successful in general, and that some enterprises stopped their activities during the pandemic, which became a global economic crisis. It has been concluded that thematic restaurants, cafes and bars can continue to exist mainly in developed countries and touristic regions, and in this respect, success has been achieved in the local and national promotion process. These businesses also play an active role in the interaction of other cultures thanks to the cultural traces they carry and lead the revival of the regional economy. Looking at the current guest profile, it has been concluded that thematic restaurant businesses are unique in terms of ideas, offer interesting experiences and create a sense of curiosity in the guests, giving a remarkable impression in terms of investments to be made in the future.