

II. Gastronomi Turizmi Kongresi

21-23 Eylül 2017

Çanakkale



Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Turizm Fakültesi



<http://gtk.comu.edu.tr>

gtk@comu.edu.tr

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ

ONUR KURULU

Orhan TAVLI

Prof. Dr. Yücel ACER

Prof. Dr. Ali Osman UYSAL

Çanakkale Valisi

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Rektörü

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Turizm Fakültesi Dekanı

DANIŞMA KURULU*

Ünvanı, Adı Soyadı

Prof. Dr. Bahattin Özdemir

Prof. Dr. Cevdet Avcıkurt

Prof. Dr. Derman Küçükaltan

Prof. Dr. Düriye Bozok

Prof. Dr. Fügen Durlu Özkaya

Prof. Dr. Necdet Hacıoğlu

Prof. Dr. Nilüfer Koçak

Doç. Dr. Burhan Kılıç

Doç. Dr. Emrah Özkul

Doç. Dr. Lütfi Atay

Doç. Dr. Murat Doğdubay

Doç. Dr. Osman Nuri Özdoğan

Yrd. Doç. Dr. Aydan Bekar

Yrd. Doç. Dr. Burak Mil

Yrd. Doç. Dr. Betül Öztürk

Yrd. Doç. Dr. Hakan Yılmaz

Yrd. Doç. Dr. Turgay Bucak

Kurumu

Akdeniz Üniversitesi

Balıkesir Üniversitesi

Arel Üniversitesi

Balıkesir Üniversitesi

Gazi Üniversitesi

Balıkesir Üniversitesi

Dokuz Eylül Üniversitesi

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Kocaeli Üniversitesi

Çanakkale Onsekiz Mart

Üniversitesi

Balıkesir Üniversitesi

Adnan Menderes Üniversitesi

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Arel Üniversitesi

İzmir Ekonomi Üniversitesi

Anadolu Üniversitesi

Dokuz Eylül Üniversitesi

**Alfabetik Olarak İsme Göre Düzenlenmiştir.*

BİLİM KURULU

Ünvanı, Adı Soyadı

Prof. Dr. Adnan Türksoy

Prof. Dr. Ali Erbaş

Prof. Dr. Atilla Akbaba

Prof. Dr. Cevdet Avcıkurt

Prof. Dr. Celil Çakıcı

Prof. Dr. Derman Küçükaltan

Prof. Dr. Düriye Bozok

Prof. Dr. Fügen Durlu Özkaya

Prof. Dr. Füsun İstanbullu Dinçer

Kurumu

Ege Üniversitesi

Osmangazi Üniversitesi

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi

Balıkesir Üniversitesi

Mersin Üniversitesi

Arel Üniversitesi

Balıkesir Üniversitesi

Gazi Üniversitesi

İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Hamparsun Hampikyan	Beykent Üniversitesi
Prof. Dr. Hatice Ferhan Nizamlıoğlu	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim Birkan	Atılım Üniversitesi
Prof. Dr. Kurtuluş Karamustafa	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Durdu Öner	Alanya Hamdullah Emin Paşa Üniversitesi
Prof. Dr. Muharrem Tuna	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Necdet Hacıoğlu	Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Nilüfer Koçak	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Nurten Çekal	Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan Batman	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan İşcan	İstanbul Gelişim Üniversitesi
Prof. Dr. Öcal Usta	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Selahattin Yıldız	Maltepe Üniversitesi
Prof. Dr. Zeynep Aslan	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Atınç Olcay	Gaziantep Üniversitesi
Doç. Dr. Bahattin Özdemir	Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Burhan Kılıç	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doç. Dr. Cafer Topaloğlu	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doç. Dr. Emel Memiş Kocaman	Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Doç. Dr. Emrah Özkul	Kocaeli Üniversitesi
Doç. Dr. İbrahim İlhan	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. İrfan Yazıcıoğlu	Gazi Üniversitesi
Doç. Dr. Kazım Ozan Özer	Nişantaşı Üniversitesi
Doç. Dr. Lütfi Atay	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Doç. Dr. Lütfi Buyruk	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Muammer Mesci	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Murat Doğdubay	Balıkesir Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa Sandıkçı	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Doç. Dr. Nuray Türker	Karabük Üniversitesi
Doç. Dr. Oğuz Türkay	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Oğuzhan İlban	Balıkesir Üniversitesi
Doç. Dr. Osman Çalışkan	Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Osman Nuri Özdoğan	Adnan Menderes Üniversitesi
Doç. Dr. Osman Eralp Çolakođlu	Adnan Menderes Üniversitesi
Doç. Dr. Rahman Temizkan	Osmangazi Üniversitesi
Doç. Dr. Serkan Bertan	Pamukkale Üniversitesi
Doç. Dr. Sibel Özilgen	Yeditepe Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. İlkey Gök	Okan Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Alev Dündar Arıkan	Anadolu Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Aydan Bekar	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Aylin Akođlu	Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ayten Aylin Taş	Özyeđin Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Betül Öztürk	İzmir Ekonomi Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Burak Mil	Arel Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Dilistan Shipman	İstanbul Bilgi Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ebru Zencir	Anadolu Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Gürkan Akdağ	Mersin Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Gülçin Algan Özkök	Selçuk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Hakan Akyurt	Giresun Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Hakan Yılmaz	Anadolu Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. İbrahim Tuğkan Şeker	Cumhuriyet Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Mehmet Çavuşoğlu	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Oğuz Diker	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Onur Görkem	Pamukkale Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Oya Özkanlı	Gaziantep Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Turgay Bucak	Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Serdar Sünnetçioğlu	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

KONGRE DÜZENLEME KURULU

Prof. Dr. Ferah ÖZKÖK
Doç. Dr. Lütfi ATAY
Yrd. Doç. Dr. Hacı Mehmet YILDIRIM
Yrd. Doç. Dr. S. Haluk ERDEM
Yrd. Doç. Dr. Ş. Okan MERCAN

KONGRE YÜRÜTME KURULU

Yrd. Doç. Dr. Halil KORKMAZ
Yrd. Doç. Dr. Murat AKSU
Yrd. Doç. Dr. Oğuz DİKER
Yrd. Doç. Dr. Oğuz TAŞPINAR
Yrd. Doç. Dr. Serdar SÜNNETÇİOĞLU
Yrd. Doç. Dr. Sinan GÖKDEMİR
Öğr. Gör. Hıdır BAŞAR

KONGRE SEKRETARYASI

Arş. Gör. Buket BULUK
Arş. Gör. Buse ÇETİ
Arş. Gör. Ezgi TÜRKMEN
Arş. Gör. Funda ALDOĞAN
Arş. Gör. Pınar YALÇINKAYA



II. GASTRONOMİ TURİZMİ KONGRESİ PROGRAMI



21 EYLÜL 2017, PERŞEMBE

AÇILIŞ TÖRENİ

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Dardanos Yerleşkesi

09.30-10.30 Açılış Konuşmaları

Prof. Dr. Ferah ÖZKÖK	Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölüm Başkanı
Prof. Dr. Ali Osman UYSAL	Turizm Fakültesi Dekanı
Prof. Dr. Yücel ACER	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Rektörü
Sn. Orhan TAVLI	Çanakkale Valisi (Teşrifleri halinde)

10.30-11.00 Açılış Kokteyli

11.00-12.00 AÇILIŞ OTURUMU (4 bildiri)

Salon 1. Oturum Başkanı: Fusun İSTANBULLU DİNÇER

Gastronomi Festivallerinin Algılanan Destinasyon İmajına ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: Fethiye Yeşilüzümlü Kuzugöbeği Mantar Festivali Örneği

Yrd. Doç. Dr. Aydan BEKAR, Emine KOCATÜRK, Öğr. Gör. Çağrı SÜRÜCÜ

Restorandaki Fiziksel Çevre Unsurlarının Algılanması

Yrd. Doç. Dr. Reyhan ARSLAN AYAZLAR, Gamze GÜN

Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Atmosfer, Tüketim Duyguları, Müşteri Memnuniyeti ve Yeniden Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Yrd. Doç. Dr. Erdem TEMELOĞLU, Yrd. Doç. Dr. Oğuz TAŞPINAR, Yasin SOYLU

Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Duyusal Pazarlama Uygulamaları

Hakan ASLAN, Doç. Dr. Cafer TOPALOĞLU, Doç. Dr. Burhan KILIÇ, Arş. Gör. Nisan YOZUKMAZ

12.00-13.00 Yunus Emre AKKOR "Geçmişten Günümüze Osmanlı Mutfacı"

13.00-14.00 Öğle Yemeği (Dardanos Yerleşkesi)

II. GASTRONOMİ TURİZMİ KONGRESİ PROGRAMI



PARALEL OTURUMLAR -I
14.00-15.00 (Toplam 10 Bildiri)

Salon 1. Oturum Başkanı: Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN

Restoran Müşterilerinin Helal Gıdaya Yönelik Algılarının Belirlenmesi: Tekirdağ Örneği
Öğr. Gör. Hasan CİNNİOĞLU, Öğr. Gör. Derya DEMİRDELEN, Öğr. Gör. Hasibe YAZIT

Veganların Restoranlarda Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma
Yrd. Doç. Dr. Serdar SÜNNETÇİOĞLU, Yrd. Doç. Dr. Hacı Mehmet YILDIRIM, Dr. Serkan TÜRKMEN, Yrd. Doç. Dr. Şefik Okan MERCAN

Otel Mutfaklarında Yeni Bir Uygulama Örneği Olarak Yaşayan Mutfaklar
Doç. Dr. Barış ERDEM, Öğr. Gör. Suat AKYÜREK, Executive Şef Hüseyin BÖLÜK

Gıda Güvenliğinde Risk Faktörleri ve Hijyenin Önemi
Seydi Ahmet ÇETİN, Doç. Dr. Bayram ŞAHİN

Gastronomi Eğitimi Alan Öğrencilerde Yiyecekte Yenilik Korkusu (Food Neophobia): Balıkesir Üniversitesi Örneği
Serkan YİĞİT, Doç. Dr. Murat DOĞDUBAY

Salon 2. Oturum Başkanı: Prof. Dr. Düriye BOZOK

Otel İşletmelerinde Gastronomi Etkinlikleri: Bir Örnek Olay Analizi
Doç. Dr. Önder MET, Cansu ARSLAN

Trakya Bölgesinin Ekolojik Tarım Turizmi Potansiyeli ve Pazarlanabilirliği
Yrd. Doç. Dr. Kaplan UĞURLU, Handan ÖZTÜRK

Dünyanın En İyi Mutfakları ve Türk Mutfağı
Yrd. Doç. Dr. Göksel Kemal GİRGIN, Özkan DEMİR, Vahide ÇETİNKAYA

Trakya Turizm Rotası Projesi: Lezzet Rotası Üzerine Bir Değerlendirme
Öğr. Gör. Ali ÇAKIR, Öğr. Gör. Dr. Gülsel ÇİFTÇİ, Öğr. Gör. Gülay ÇAKIR

Bölge Gastronomi Turizmi Üzerine Yöresel Ürün Festivallerinin Etkisi: Urla Örneği
Yrd. Doç. Dr. Gözde TÜRKÖZ BAKIRCI, Yrd. Doç. Dr. Turgay BUCAK, Prof. Dr. Kamile Nazan TURHAN

15.00-15.15 Kahve Arası

II. GASTRONOMİ TURİZMİ KONGRESİ PROGRAMI



PARALEL OTURUMLAR -2
15.30-16.30 (Toplam 9 Bildiri)

Salon 1. Oturum Başkanı: Prof. Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA

Yiyecek İçecek İşletmelerine Yerel Ürün Önerisi: Çerez Tarhana

Buğra ÖZDEMİR, Yrd. Doç. Dr. Ebru ZENCİR

Muğla Karabaşının (Lavandula Stoechas L.) Yiyecek ve İçecek Olarak Değerlendirilmesine Yönelik Bir Öneri

Yrd. Doç. Dr. Özer ŞAHİN

Geleneksel Meyan Kökü Şerbeti Hazırlama Sürecinde Farklı Sıcaklık Uygulamalarının Şerbetin Mikrobiyolojik Kalitesi ve Biyoaktif Bileşenleri Üzerine Etkisi

Yrd. Doç. Dr. Çiğdem UYSAL PALA, Caner Nurettin EKŞİ, Egemen ÖZÇELİK, Belgizar AYANA ÇAM

Renklerin Çorbaların Tat Algısı Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma

Yrd. Doç. Dr. Hakan YILMAZ, Gamze ERDEN

Salon 2. Oturum Başkanı: Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT

Geçmişten Günümüze Gastronomi Bilimi: Bibliyometrik Bir Analiz

Doç. Dr. Cem Oktay GÜZELLER, Arş. Gör. Nuri ÇELİKER

Mutfak Şeflerinin Gastronomi İle İlgili Görüşleri: Nitel Bir Araştırma

Yrd. Doç. Dr. Gülçin ALGAN ÖZKÖK

Turizm Alanında Yazılmış Olan Gastronomiye İlişkin Tezlerin Bibliyometrik Profili

Öğr. Gör. Ayşe SÜNNETÇİOĞLU, Arş. Gör. Pınar YALÇINKAYA, Merve OLCA, Yrd. Doç. Dr. Şefik Okan MERCAN

Aşçılık Programı Öğrencilerinin Sosyal Medyaya Yönelik Bilişsel Yapılarının Kelime İlişkilendirme Testi Aracılığıyla İncelenmesi

Öğr. Gör. Mehtap YÜCEL GÜNGÖR, Yrd. Doç. Dr. Seden DOĞAN, Öğr. Gör. Ozan GÜNGÖR

Yöneticilerin Perspektifinden Yiyecek İçecek İşletmelerinde Gizli Müşteri Uygulamaları

Öğr. Gör. Emrah YILDIZ, Doç. Dr. Burhan KILIÇ

16.30-16.45 Kahve Arası

16.45-18.15 EĞRİSİYLE DOĞRUSUYLA ZEYTİNYAĞI

Prof. Dr. Fügen DURLU-ÖZKAYA, Eczacı Atilla TOTOŞ- Zeytindostu Derneği Yönetim Kurulu Üyesi

II. GASTRONOMİ TURİZMİ KONGRESİ PROGRAMI



22 EYLÜL CUMA (2. GÜN)

09.00-10.00 4. Oturum (4 bildiri)

Salon 1. Oturum Başkanı: Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU

Gastronomide Sokak Yiyecekleri ve Satıcıları: Teorik Bir Çalışma

Doç. Dr. Dilek DÖNMEZ POLAT, Öğr. Gör. Aslı GEZEN

Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Kapsamında Otantik Yiyeceklere Yönelik Bir İnceleme

Yrd. Doç. Dr. Gürkan AKDAĞ, Meral ÜZÜLMEZ

Turizm Sektöründe Etnik Restoranlar: İstanbul Örneği

*Görkem TEYİN, Nalan ASLAN, Yrd. Doç. Dr. Ümit SORMAZ, Yrd. Doç. Dr. Yeliz PEKERŞEN,
Prof. Dr. Hatice Ferhan NİZAMLIOĞLU*

Antik Dönem'deki Damak Tadının Günümüz Yansıması

Arş. Gör. Özge TOLGA, Uzman Özlem YATKIN

10.00-10.15 Kahve Arası

10.15-11.15 5. Oturum (4 bildiri)

Salon 1. Oturum Başkanı: Prof. Dr. Ferah ÖZKÖK

Gastronomik Kimlik Oluşturmada Yöresel Ürünlerin Rolü: Ürünlerin Satış ve Pazarlanmasına Yönelik Bir Örnek Olay İncelemesi

Yrd. Doç. Dr. Hümeysra TÖRE BAŞAT, Doç. Dr. Mustafa SANDIKÇI, Yrd. Doç. Dr. Sabri ÇELİK

Turistlerin Yöresel Mutfak Tercihleri İle İlgili Bir Araştırma: Bozcaada Örneği

Yrd. Doç. Dr. Murat AKSU, Öğr. Gör. Aslı GEZEN, Sedef ÖZCAN

Geleneksel Türk Tatlısı Olarak Lokum ve Safranbolu Lokumu

Yrd. Doç. Dr. Oğuz DİKER, Doç. Dr. Nuray TÜRKER, Öğr. Gör. Adnan ÇETİNKAYA, F. Behzat KAYA

Turizm ve Yiyecek ve İçecek Endüstrisinde Sahnelenen Otantiklik (Eleştirel Bakış)

Arş. Gör. Selin İLSAY, Uzman Nur Neşe ŞAHİN, Doç. Dr. Murat DOĞDUBAY

11.00-11.15 Kahve Arası

12.15-12.30 GENEL DEĞERLENDİRME VE KAPANIŞ KONUŞMASI

12.30-13.30 Öğle Yemeği (Dardanos Yerleşkesi)

14.00 -18.00 TRUVA GEZİSİ

20.00 -23.00 GALA YEMEĞİ

23 EYLÜL 2017 (3.GÜN)

09.00-17.00 BOZCAADA GEZİSİ

**GASTRONOMİ FESTİVALLERİNİN ALGILANAN DESTİNASYON İMAJINA VE
TEKRAR ZİYARET ETME NİYETİNE ETKİSİ: FETHİYE YEŞİLÜZÜMLÜ
KUZUGÖBEĞİ MANTAR FESTİVALİ ÖRNEĞİ**

Yrd. Doç. Dr. Aydan BEKAR

Emine KOCATÜRK

Öğr. Gör. Çağrı SÜRÜCÜ

ÖZET

Festivaller keyifli, özel ve sıra dışı olan, yörenin ve yöreye özgü ürünlerin tanıtılması için yapılan sosyal ve kültürel etkinliklerdir. Bu kapsamda ülkemiz farklı temalara sahip çok sayıda ulusal ve uluslararası festivale ev sahipliği yapmaktadır. 2017 yılında 9. düzenlenen Fethiye Yeşilüzümlü Kuzugöbeği Mantar Festivali bu festivallerden biridir.

Bu çalışma, gastronomi temalı festivallerin algılanan destinasyon imajına faydalarını ve katılımcıların tekrar ziyaret etme niyetine etkisini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın evrenini Fethiye'nin Yeşilüzümlü Beldesi'nde düzenlenen Fethiye Yeşilüzümlü Kuzugöbeği Mantar Festivali'ni ziyaret eden katılımcılar oluşturmaktadır. Araştırma verileri, araştırmacılar tarafından geliştirilen anket formu ile toplanmıştır. Verilerin analizinde faktör analizi, yüzde değer, aritmetik ortalama, standart sapma ve çoklu regresyon analizi kullanılmıştır.

Festivalin yörenin imajına katkısının sırasıyla ekonomik, sosyal ve kültürel, tanıtıma yönelik olduğu; ayrıca algılanan destinasyon imajı ile tekrar ziyaret etme niyeti arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Algılanan Destinasyon İmajı Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Yeşilüzümlü, Kuzugöbeği Mantar Festivali.

RESTORANDAKİ FİZİKSEL ÇEVRE UNSURLARININ ALGILANMASI

Yrd. Doç. Dr. Reyhan ARSLAN AYAZLAR

Gamze GÜN

ÖZET

Bu çalışmada, lüks restoran müşterilerinin fiziksel çevre unsurlarını algılamalarında demografik özellikler ve satın alma davranışları açısından anlamlı bir farklılık olup olmadığını ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda, tüketicilerin İstanbul'da faaliyet gösteren lüks restoran işletmelerindeki fiziksel çevre unsurlarına yönelik algılarına odaklanılmıştır. Araştırma sonunda 395 restoran müşterisinden veri elde edilmiştir. Bulguların elde edilmesi sürecinde faktör analizi, güvenilirlik ve geçerlilik analizleri, t testi ve varyans analizi gibi istatistiksel testler kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, araştırmaya katılanların en fazla algıladıkları fiziksel çevre unsuru ambiyans olarak belirlenirken; masa düzeni en az algılanan faktör olmuştur. Araştırma bulguları kapsamında tüketicilerin yaş ve harcama tutarı ile fiziksel çevre unsurlarını değerlendirmelerinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Fiziksel Çevre, Restoran İşletmeleri, Demografik Özellikler, İstanbul.

YİYECEK VE İÇECEK İŞLETMELERİNDE ATMOSFER, TÜKETİM DUYGULARI, MÜŞTERİ MENUNİYETİ VE YENİDEN SATIN ALMA DAVRANIŞI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Yrd. Doç. Dr. Erdem TEMELOĞLU

Yrd. Doç. Dr. Oğuz TAŞPINAR

Yasin Soylu

ÖZET

Tüketiciler yiyecek-içecek işletmelerine yeme-içme ihtiyaçlarını karşılamak için gitmektedir. Bu ihtiyaçları için ödediği fiyata karşılık iyi bir hizmet almak istemektedirler. Atmosfer, bu hizmeti yerine getirilirken müşterilerin mutlu ve huzurlu bir şekilde işletmeden ayrılmalarına yardımcı olmaktadır. Birçok faktörün bir araya gelmesiyle meydana gelen restoran atmosferi günümüzde yiyecek-içecek endüstrisinde büyük bir önem taşımaktadır. Piyasadaki rekabet dikkate alındığında restoran atmosferi işletmeler için hayati önem taşımaktadır. Yiyecek-içecek işletmelerinin oluşturduğu atmosfer tüketicilerin kaliteli bir yeme-içme deneyimi kazanmalarını, işletmeyi tekrar tercih etmelerini sağlamaktadır. Atmosferin tüketim duyguları ve müşteri memnuniyeti üzerinde etkisi olduğu bilinmektedir. Bu etkinin olumlu ya da olumsuz olması yeniden satın alma davranışının oluşmasına veya oluşmamasına sebep olmaktadır.

Araştırma 710 yiyecek-içecek işletme müşterisi açısından değerlendirilmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi ile oluşturulan anket formları yiyecek-içecek işletmelerinden hizmet satın almış kişilere on-line olarak dağıtılmıştır. Atmosferin, tüketim duyguları, müşteri memnuniyeti ve yeniden satın alma davranışı arasındaki ilişkinin ölçülmesinde korelasyon ve regresyon analizleri için SPSS 22.0 paket programından yararlanılmıştır. Çalışma sonucunda, atmosferin, tüketim duyguları, müşteri memnuniyeti ve yeniden satın alma davranışları arasında ilişki ve etki gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Atmosfer, Tüketim Duyguları, Müşteri Memnuniyeti, Yeniden Satın Alma Davranışı.

YIYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE DUYUSAL PAZARLAMA UYGULAMALARI

Hakan ASLAN

Doç. Dr. Cafer TOPALOĞLU

Doç. Dr. Burhan KILIÇ

Arş. Gör. Nisan YOZUKMAZ

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, yiyecek içecek işletmelerinin duyuusal pazarlama farkındalıklarını belirlemek ve işletmelerin bilerek ya da bilmeyerek kullandıkları duyuusal pazarlama uygulamalarını keşfetmektir. Bu sebeple araştırma nitel desende yürütölmüş olup, veri toplama tekniği olarak yarı-yapılandırılmış görüşme ve gözlem kullanılmıştır. Görüşmecileri belirlemek için ise, kartopu ve kolay ulaşılabilir durum örnekleme tercih edilmiştir. Bu amaçlarla, Muğla ili Menteşe, Göcek ve Akyaka ilçelerinde bulunan 10 yiyecek içecek işletmesinin sahibi veya yöneticileriyle yarı-yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiş ve işletmelerde gözlem yapılmıştır. Görüşme soruları, literatür referans alınarak oluşturulmuş ve uzman görüşüyle son halini almıştır. Görüşmelerden elde edilen verilerin analizi için NVivo 11 for Windows nitel veri analiz programı kullanılmıştır.

Araştırmanın sonucunda, işletme sahibi veya yöneticilerinin duyuusal pazarlama kavramını terim olarak bilmedikleri, bilmemelerine rağmen duyuusal pazarlama uygulamalarına başvurdukları görölmüştür. Duyusal pazarlama uygulamaları ile ilgili bulgular değerlendirildiğinde ise, yiyecek içecek işletmelerinin en çok görsel ve dokunsal pazarlamayı kullandıkları, kısmen tat pazarlamasından yararlandıkları ve düşük düzeyde de olsa işitsel ve koku pazarlamasına başvurdukları tespit edilmiştir.

Anahtar Kelime: Duyusal Pazarlama, Beş Duyu, Yiyecek İçecek İşletmesi, Muğla.

RESTORAN MÜŞTERİLERİNİN HELAL GIDA YA YÖNELİK ALGILARININ BELİRLENMESİ: TEKİRDAĞ ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. Hasan CİNNİOĞLU
Öğr. Gör. Derya DEMİRDELEN
Öğr. Gör. Hasibe YAZIT

ÖZET

Bu çalışmanın temel amacı, restoran müşterilerinin helal gıda hakkındaki düşüncelerini belirlemek ve bu düşüncenin, kişilerin sahip oldukları sosyo-demografik faktörlere göre değişip değişmediğini ortaya koymaktır. Literatür incelendiğinde helal gıdaya yönelik birçok araştırma bulunurken, restorana gelen misafirlerin helal gıdaya yönelik algısını belirlemeye yönelik az sayıda çalışma olduğu görülmüştür. Bu noktada çalışma önemli görülerek, gerçekleştirilmesi gerektiği düşünülmüştür. Araştırmanın örneklemini Tekirdağ il merkezinde bulunan birinci sınıf restoran işletmelerine gelen 329 misafir oluşturmaktadır. Veriler, katılımcıların helal gıdaya ilişkin düşüncelerini belirlemeye yönelik ifadelerden ve demografik özelliklerine ait sorulardan (cinsiyet, yaş, medeni durum, gelir düzeyi, eğitim seviyesi, meslek) oluşan bir anket kullanılarak elde edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen verilerin yorumlanması için faktör analizi, t testi, annova testi gibi analizler kullanılmıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların helal gıda algısının orta düzeyde olduğu ve bu algının katılımcıların cinsiyetlerine, medeni durumlarına ve mesleklerine göre bir farklılık göstermediği ancak eğitim düzeyi, yaş ve gelir düzeyine göre anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Helal Turizm, Helal Gıda, Yiyecek İçecek İşletmeleri.

VEGANLARIN RESTORANLARDA KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Yrd. Doç. Dr. Serdar SÜNNETÇİOĞLU

Yrd. Doç. Dr. Hacı Mehmet YILDIRIM

Dr. Serkan TÜRKMEN

Yrd. Doç. Dr. Şefik Okan MERCAN

ÖZET

Bu çalışmada farklı tüketici gruplarının farklı beklentileri ve tercihleri olduğu gerçeğinden yola çıkarak yiyecek-içecek sektörünü ilgilendiren ve bugüne kadar araştırmalarda çok fazla değinilmeyen bir konu olan veganların restoranlarda karşılaştığı sorunları gün yüzüne çıkarmak amaçlanmıştır. Araştırmada veriler açık uçlu soru formu ile sosyal medyadaki vegan gruplardaki kişilerden toplanmış olup nitel analiz tekniklerinden içerik analizi ve betimsel analiz ile veriler değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda veganların restoranlardaki sorunlarının temel olarak menü içeriği, personel tutum ve davranışları ve genel olarak işletme ile ilgili olduğu ortaya çıkmıştır. Bu tüketici grubunun istek ve beklentilerine de ayrıca değinilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Vegan, Restoran, Sorunlar, İçerik Analizi.

OTEL MUTFAKLARINDA YENİ BİR UYGULAMA ÖRNEĞİ OLARAK YAŞAYAN MUTFAKLAR

Doç. Dr. Barış ERDEM
Öğr. Gör. Suat AKYÜREK
Executive Şef Hüseyin BÖLÜK

ÖZET

Günümüz iş dünyasında örgütsel faaliyetleri etkileyen en önemli olguların başında değişim gelmektedir. Böyle bir ortamda örgütlerin rekabetçi kalabilmesi, yaşanan bu değişim sürecine uyum sağlayabilme yeteneğine bağlıdır. Örgütlerin bu amaçla izledikleri birçok strateji olmakla birlikte, özellikle son yıllarda birçok işletmenin yenilik yönlü çaba gösterdiklerine tanık olunmaktadır. Diğer bir ifadeyle, örgütlerin yenilik yeteneği iş dünyasında rekabetçi kalmada etkili araçlardan biri haline gelmiştir. Tüm bu unsurlar turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeleri de derinden etkilemektedir.

Turizm sektöründe yenilik uygulamalarına otel işletmelerinde de yoğun bir şekilde rastlanmaktadır. Özellikle misafirlerin otel işletmelerinde en fazla zaman geçirdikleri alanlardan biri olan yiyecek – içecek ünitelerinde uygulanan yenilikçi hizmetler konukların memnuniyeti ile sonuçlanabilmekte ve turistlerin bir sonraki tatilinde tekrar aynı oteli tercih etmesinde etkili olabilmektedir.

Bu çalışmada, otel işletmelerinin yiyecek – içecek ünitelerinde yeni bir uygulama olarak kabul edilen ‘yaşayan mutfak’ olgusuna odaklanılmıştır. Bu kapsamda, yaşayan mutfak olgusunun ne olduğu ve hangi uygulamaları içerdiği turizm sektöründen çeşitli örneklerle sunulmaya çalışılmıştır. Çalışma sonucunda, yaşayan mutfak uygulamaları konusunda turizm sektöründeki ilgili paydaşlara yönelik olarak çeşitli öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Otel İşletmeleri, Gastronomi, Mutfak, Yaşayan Mutfak.

GIDA GÜVENLİĞİNDE RİSK FAKTÖRLERİ VE HİJYENİN ÖNEMİ

Seydi Ahmet ÇETİN
Doç. Dr. Bayram ŞAHİN

ÖZET

Dünya nüfusuna paralel olarak gıda ihtiyacı da artmaktadır. Artan bu ihtiyacı karşılanabilmesi için birim alandan azami verimi sağlamak adına kimyasal besleyiciler ile desteklenen tarım arazileri birer mayın tarlasına dönüşmektedirler. Gıda kaynaklı hastalıkların çoğalması, tüketicinin artan gelir düzeyiyle birlikte bilinç düzeyinin artması, daha doğal ya da doğala yakın ürünlerin tercih sebebi olması, üretim ve tüketim sürecinde güven unsurunu zedeleyici bir takım olayların yansımaları gıda güvenliği kavramını ön plana çıkarmıştır. Yaşamımızın temel maddesi olan gıdalar, çiftlikten çatala kadar geçen aşamalarda gıda güvenliğinin yeterince sağlanamaması nedeniyle zararlı hale gelerek sağlığımız için gizli bir tehlike oluşturabilmektedir. Gün geçtikçe daha da önemli hale gelen gıda güvenliğinde artan risk faktörlerinin neler olduğu ve bir antiserum olarak hijyenin önemini vurgulandığı bu çalışmada gıda güvenliği, fizyolojik, biyolojik ve kimyasal risk faktörleri, hijyen kavramları açıklanmış; gıda hijyenini sağlama yolları ile birincil üreticiden tüketicieye yapılması gerekenler sıralanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gıda, Gıda Güvenliği, Risk, Hijyen, Haccp.

GASTRONOMİ EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERDE YİYECEKTE YENİLİK KORKUSU (FOOD NEOPHOBIA): BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

Serkan YİĞİT

Doç. Dr. Murat DOĞDUBAY

ÖZET

Beslenme olgusu insanlar için vazgeçemeyecekleri derecede önemli olan bir konudur. Hayatın devam edebilmesi için insanların beslenmesi gerekmektedir. İnsanların beslenme tarzlarını tercih ettikleri yiyecekler oluşturmaktadır. İnsanların tercih ettiği yiyeceklere alışması sonucunda yeni yiyeceklere karşı tutumu farklılık göstermektedir. Alışılmış yiyecekleri tercih etme, beslenme açısından kolaylık sağlasa da zamanla beslenme şekli döngü haline gelmektedir. Bu tutum yeni yiyecekleri denemede ve tüketmede isteksiz davranmaya neden olmaktadır. Literatüre Yiyecekte Yenilik Korkusu adı altında giren bu durum, her ne kadar yeni yiyeceklerin olası zararlarına karşı kişiyi korusa da kişinin yiyecek tercihini dikte eden bir mekanizmadır. Bu çalışmanın amacı gelecekte şef /aşçıbaşı adayı olan Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü öğrencilerinin FNS (Food Neophobia Scale/ Yiyecekte Yenilik Korkusu Ölçeği) Ölçeği ile Yiyecekte Yenilik Korkularını ölçmektir. Bu amaçla; Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümüne kayıtlı 72 öğrenciye kolayda örneklem yöntemiyle belirlenmiş kişilerle ve yüzyüze görüşme yöntemiyle desteklenmiş anket çalışması uygulanmıştır. Toplanan veriler, istatistik değerlendirme ve analiz programı aracılığıyla analiz edilerek yorumlanmıştır. Çalışma sonunda elde edilen veriler ışığında önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yiyecek Alışkanlığı, Yiyecekte Yenilik Korkusu, Beslenme.

OTEL İŞLETMELERİNDE GASTRONOMİ ETKİNLİKLERİ: BİR ÖRNEK OLAY ANALİZİ

Doç. Dr. Önder MET
Cansu ARSLAN

ÖZET

Günümüzde giderek popüler hale gelen gastronomi, otel işletmelerinde de uygulanan önemli bir faaliyettir. Gastronomi, otel işletmeleri arasında bir rekabet unsuru olup iyi bir uygulaması olan otellere bir üstünlük sağladığı düşünülmektedir. Otellerde gastronomi adı altında uygulanan başlıca etkinlikler; cooking class, tadım günleri, festivaller ve gastro-turlar olarak sıralanmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, otel işletmelerinde uygulanan gastronomik etkinliklerin neler olduğunu, bu etkinliklerin uygulanma biçimlerini ve otel işletmelerinin performansına katkılarını belirlemektir. Bu amaçla, İstanbul Radisson Blu Otel Şişli’de bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırma nitel bir araştırmadır ve bir örnek olay incelemesine dayanmaktadır. Konuya ilişkin verileri toplamak için yüz yüze görüşme ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Katılımcı yönetici şefin yanıtları uygun şekilde analiz edilmiştir.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, gastronomik etkinlikler arasında en çok cooking class ve tadım günleri uygulanmakta, yıl boyu faaliyet gösteren otelde her ay en az bir gastronomi aktivitesine yer verilmekte ve bu etkinlikler şefin yönetimi ile gerçekleştirilmektedir. Gastronomik etkinlikler, konaklayan müşterilerden çok, yerel halkın katılımı ile gerçekleştirilmektedir. Etkinliklerin gerçekleştirilmesinde tanınmış ve deneyimli şefin belirleyici bir rolü bulunmaktadır. Gastronomik etkinliklerin başarılı şekilde uygulandığı oteller pazarda prestij ve çekicilik kazanmakta ve önemli düzeyde ekstra gelirler sağlamaktadır. Bu nedenle, belirli büyüklükteki otel işletmelerinde deneyimli bir şef ile çalışılması ve gastronomi etkinliklerinin uygulanması, otel işletmelerini çevreye daha iyi tanıttacağı gibi, önemli bir gelir kaynağı da olabilir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Gastronomi Etkinlikleri, Otel İşletmeleri.

TRAKYA BÖLGESİNİN EKOLOJİK TARIM TURİZMİ POTANSİYELİ VE PAZARLANABİLİRLİĞİ

Yrd. Doç. Dr. Kaplan UĞURLU
Handan ÖZTÜRK

ÖZET

Üretimde kimyasal girdi kullanmadan, üretimden tüketime kadar her aşaması kontrollü ve sertifikalı tarımsal üretim biçimi olan ekolojik tarım; toprak ve su kaynakları ile havayı kirletmeden, çevre, bitki, hayvan ve insan sağlığını korumayı amaçlamaktadır. İnsanların daha sağlıklı beslenme bilinci ve alışkanlığı kazanması ile çevrenin korunmasına verilen önem artmış insanlar ekolojik tarım ürünlerine yönelmişlerdir. Tarım ve turizm ilişkisi çevre bilincinden etkilenerek ekoturizm, ekolojik tarım turizmi gibi içerisinde ekolojik tarım ürünlerinin yer aldığı turizm alanlarını doğurmuştur. Ekolojik tarım turizminin doğayı koruyan, ekolojik ürünlerin üretilmesini ve tüketilmesini teşvik eden, turizmden kaynaklanan doğadaki tahribatı asgariye indiren ve yerel ve ulusal kalkınmaya olumlu yanları düşünüldüğünde ekolojik tarım turizminin geliştirilmesi önem kazanmaktadır. Trakya Bölgesi bereketli toprakları ve ekoturizm olanakları ile geleceğin ekolojik tarım turizm destinasyonu olmaya adaydır. Bu çalışmada, ekolojik tarım ve turizm ilişkisini ortaya koyan ulusal ve uluslararası alan yazınlar araştırılmıştır. Çalışmada, Trakya Bölgesi'nin ekolojik tarım ürünlerinin üretilmesine oldukça uygun alanlarının olduğu ayrıca bölgenin ekoturizm potansiyeli de düşünüldüğünde, henüz yeni bir trend olan ekolojik tarım turizminin Trakya Bölgesinde uygulanabilirliği ve pazarlanabilirliğine dikkat çekilmiş ve bu konuda detaylı bilgiler verilerek öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Ekolojik Tarım Turizmi, Pazarlama, Trakya Bölgesi, Turizm.

DÜNYANIN EN İYİ MUTFAKLARI VE TÜRK MUTFAĞI

Yrd. Doç. Dr. Göksel Kemal GİRGIN

Özkan DEMİR

Vahide ÇETİNKAYA

ÖZET

Tarih boyunca diğer birçok kültürlerle yaşanan etkileşim, geniş bir coğrafyada hüküm sürmesi ve bu hüküm sürdüğü coğrafyada farklı kültürlerin bir arada yaşaması gibi nedenler Türk mutfağının zenginleşmesi ve çeşitlenmesine katkı sağlamıştır. Türk Mutfak kültürü ve zenginliği ile ilgili yapılan değerlendirmeler incelendiğinde, Türk Mutfağının farklı kültürleri etkilemesi, bu kültürlerden etkilenmesi ve köklü bir geçmişe sahip olması zenginliğine vurgu yapılarak dünya mutfakları içerisinde en önemli ilk üç mutfaktan (Fransız ve Çin mutfağı ile birlikte) biri olduğu savunulmaktadır. Yapılan bu çalışmanın amacı, internet üzerinden dünyanın en iyi mutfakları ile ilgili bilgi veren internet sayfalarında Türk mutfağının yerini belirlemektir. Belirtilen bu amaca ulaşmak için dünyanın en iyi mutfakları ile ilgili bilgi veren ve en çok ziyaret edilen internet sayfaları incelenmiştir. Yapılan bu inceleme sonucunda, arama motorlarında en çok ziyaret edilen 16 adet web sayfası arasında 9'unda Türk Mutfağı'nın yer aldığı, en iyi ülke sıralamaları yapılan ve Türk Mutfağı'nın yer aldığı web sayfalarında ise ortaya çıkan durumun istenilen seviyelerde olmadığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Dünya Mutfakları, Türk Mutfağı, En İyi Mutfaklar, Mutfak Kültürü.

TRAKYA TURİZM ROTASI PROJESİ: LEZZET ROTASI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Öğr. Gör. Ali ÇAKIR
Öğr. Gör. Dr. Gülsel ÇİFTÇİ
Öğr. Gör. Gülay ÇAKIR

ÖZET

Edirne, Kırklareli ve Tekirdağ illerinin yer aldığı Trakya bölgesi zengin bir mutfak kültürü mirasına sahiptir. Trakya bölgesi sahip olduğu zengin mutfak kültürü mirasını başta gastronomi turizmi olmak üzere turistik amaçlı farklı ürünlere yeterince dönüştürememektedir. Mevcut potansiyeli harekete geçirerek gastronomi amaçlı turistik seyahatleri oluşturabilmek için bölgede birçok proje ve çalışma yürütülmektedir. Yapılan çalışmalardan biri de Trakya Turizm Rotası projesidir.

Trakya Turizm Rotası projesi 4 farklı temadan oluşan turizm rotaları üzerine kurulmuştur. Oluşturulan turizm rotalarından birisi de Lezzet Rotası'dır. Bu çalışmada Trakya Kalkınma Ajansı tarafından finanse edilen ve 2016 yılında tamamlanmış olan projenin Lezzet Rotası çıktıları değerlendirilmiştir. Araştırmada kullanılan veriler, nitel araştırma tekniklerinden biri olan doküman incelemesi yoluyla toplanmıştır. Yapılan inceleme sonucunda Trakya Turizm Rotası içerisinde oluşturulan Lezzet Rotası'nda ele alınan ürünlerin bir kısmının açıklamalarında bilgi yanlışlıkları olduğu görülmektedir. Trakya Bölgesi'nde yöre mutfağına ait olmayan bazı yiyecekler rota içerisinde gösterilmiştir. Rota oluşturulurken bölge ile ilgili daha önceden yapılmış olan çalışmalardan yeterince faydalanılmadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Trakya, Turizm Rotası, Lezzet Rotası.

BÖLGE GASTRONOMİ TURİZMİ ÜZERİNE YÖRESEL ÜRÜN FESTİVALLERİNİN ETKİSİ: URLA ÖRNEĞİ

Yrd. Doç. Dr. Gözde TÜRKÖZ BAKIRCI

Yrd. Doç. Dr. Turgay BUCAK

Prof. Dr. Kamile Nazan TURHAN

ÖZET

Yemek kültürü ve çeşitliliğinin turizme olan katkısının oldukça fazla olduğu tartışılmaz bir gerçektir. Bölgeye özgü yemeklerin tanıtımının yapılması ve bu konuda iletişim araçlarının kullanılması, bölgenin gastronomi turizmine olan katkısını arttırmaktadır. Günümüzde yerel ürünlerin tanıtımına yönelik faaliyetler önem kazanmaktadır. Bu çerçevede festival, şenlik gibi yerel organizasyonlar düzenlenerek bölgenin tanıtımının yapılması ve bölgeyi ziyaret eden kişi sayısının artırılması amaçlanmaktadır. Tarihi antik çağlara dayanan Urla'da yöresel birçok ürün bulunmaktadır. Bu ürünlere Urla sakız enginarı, Urla kınalı bamya, Nohutalan kavunu, Urla karası, Urla hurma zeytini, radika, şevketibostan, Balıklıova kurabiyesi, çalkama, Özbek keşkeği ve Urla katmeri örnek olarak verilebilir. Bölgedeki enginar üretimi ve tarımsal gelişimi harekete geçirmek aynı zamanda bölge gastronomi turizmini olumlu yönde geliştirmek amacı ile Urla'da 2015 yılından itibaren her yıl "Enginar Festivali" düzenlenmektedir. Bu çalışmada yöresel ürün festivallerinin bölge gastronomi turizmi üzerine etkilerinin araştırılması amacı ile "Uluslararası Urla Enginar Festivali" örneği ele alınarak değerlendirme yapılmıştır. Festival düzenleyicisi konumundaki yerel yöneticiler ve paydaşlar ile yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanarak somut etkilerin ortaya çıkarılmasına çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Gastronomi, Urla, Enginar, Festival.

YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNE YEREL ÜRÜN ÖNERİSİ:

ÇEREZ TARHANA

Buğra ÖZDEMİR

Yrd. Doç. Dr. Ebru ZENCİR

ÖZET

Sanayi devrimi ile doğru orantılı olarak küreselleşen dünya insanların beslenme alışkanlıklarında köklü değişikliklere sebep olmuştur. Bu yüzden insanlar fastfood adı verilen sağlıksız, obeziteye yol açan yiyecekler tüketmeye yönlenmiştir. Fastfood sadece insan sağlığı için değil ülkelerin yöresel mutfakları için de önemli bir tehdit haline gelmiştir. Bu noktada yöresel ürünlerin hem dışarıda hem de dışarıdan yeme alışkanlığına dahil edilmesi için çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Bu noktadan hareketle bu çalışmada Maraş tarhananın cips haline getirilerek turistik işletmelerde kullanıma kazandırılması amacıyla bir pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Araştırma iki aşamadan oluşmaktadır. İlk aşamada tarhana cipsi denemeleri yapılmış ve sunulabilir olan tespit edilmiştir. İkinci aşamada ürün iki işletmede denemiş, açık ve kapalı uçlu sorulardan oluşan anketle 103 müşterinin görüşleri alınmıştır. Basit istatistikler ve içerik analizi sonucunda çerez tarhananın geliştirilebilecek bir ürün olduğu, eksikliklerinin giderilmesi halinde müşteriler tarafından tercih edilebileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yerel Ürün, Çerez Tarhana, Turistik İşletmeler.

**MUĞLA KARABAŞININ (*Lavandula Stoechas* L.) YİYECEK VE
İÇECEK OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK
BİR ÖNERİ**

Yrd. Doç. Dr. Özer Şahin

ÖZET

Bu çalışmada amaç, dünyada uzmanların bir kısmına göre 20, diğer bir kısmına göre 40 tür olduğu savunulan ve bu türlerden yenilebilen 8 adet lavanta çiçeği arasında yer alan, Muğla'da Karabaş ve Karan isimleri ile bilinen, doğal olarak yetişen lavantanın (*Lavandula Stoechas* L.) ve kültürü yapılan türlerinin yiyecek ve içeceklerde değerlendirilmesini önermektir. Çalışmada nitel yöntem kullanılmıştır. İkincil verilerden derinlemesine yararlanıldıktan sonra bu veriler ışığında 4 adet yemek ve 1 adet içecek reçetesinin üretilmesinde sadece Muğla karabaşı kullanılmış ve yeni tatlar elde edilmiştir. Üretilen yemek ve içecek isimleri; Karabaşlı Pilav, Karabaşlı Kurabiye, Karabaşlı Panna Cotta, Karabaş Reçeli ve Buzlu Karabaş şeklindedir. Çalışmaya dahil edilen bu yemeklerde ve içekte karabaşın kullanılmasının mümkün olduğu görülmüştür. Karabaşın, omlet, karabaş tanecikleri kullanılmadan üretilen pilav, pudra şekeri kullanılarak üretilen buzlu karabaş, viski, tekila gibi yiyecek ve içeceklerde kullanılmasının uygun olmadığı tespit edilmiştir.

Lavantanın gıda olarak kullanılmasının başta sağlıklı beslenmeye, bunun yanında yemeğin sosyal ve ekonomik boyutlarına ayrıca ülke ve bölge ekonomilerine olumlu katkısının olabileceği öngörülmüş ve önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Lavanta, Muğla Karabaşı, Karabaşlı Yiyecek ve İçecekler.

GELENEKSEL MEYAN KÖKÜ ŞERBETİ HAZIRLAMA SÜRECİNDE FARKLI SICAKLIK UYGULAMALARININ ŞERBETİN MİKROBİYOLOJİK KALİTESİ VE BİYOAKTİF BİLEŞENLERİ ÜZERİNE ETKİSİ

Yrd. Doç. Dr. Çiğdem UYSAL PALA

Caner Nurettin EKŞİ

Egemen ÖZÇELİK

Belgizar AYANA ÇAM

ÖZET

Meyan kökü şerbeti, ülkemizde daha çok Güneydoğu ve Doğu Anadolu bölgelerine özgü olarak üretilen ve gastronomi turizmi yönünden de kültürel bir değere sahip geleneksel bir içecektir. Özellikle yaz aylarında serinletici özelliği ile talep görmektedir. Diğer yandan, biyoaktif bileşenlerce özellikle tatlı tadından sorumlu glisirizik asit bakımından zengin bir içecektir. Şerbet, meyan köklerinin su ekstraksiyonu şeklinde günlük olarak üretilmekte ve ısıtma işlemi gibi herhangi bir muhafaza yöntemi uygulanmadan tüketilmektedir. Şerbet, üretimini takiben bir iki gün içerisinde fiziksel ve mikrobiyolojik değişimlere uğrayarak içilemeyecek duruma gelmektedir. Bu nedenle, bu çalışma kapsamında, meyan köklerinin ekstraksiyonunda farklı sıcaklık (oda sıcaklığı (~25°C), 40°C ve 75°C) uygulamalarının şerbetin mikrobiyolojik yükü (toplam aerobik canlı, toplam aerobik mezofilik spor, maya&küf, toplam koliform grubu bakteri) ile birlikte biyoaktif bileşenleri (toplam fenol, toplam flavonoid ve glisirizik asit) üzerine etkileri incelenmiştir. Araştırma sonuçları, ekstraksiyon aşamasında 40-75°C aralığında sıcaklık uygulamasının son ürün şerbetin mikrobiyolojik kalitesini olumlu yönde geliştirmekle birlikte biyoaktif bileşenlerin şerbete geçişini istatistiksel olarak önemli düzeyde arttırdığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Şerbet, Meyan Kökü, Kalite.

RENKLERİN ÇORBALARIN TAT ALGISI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Yrd. Doç. Dr. Hakan YILMAZ

Gamze ERDEN

ÖZET

Renklerin tarihin ilk zamanlarından beri, farklı kültürlerde farklı sembolik değerler ve anlamlar içerdiği görülmektedir. Yemeğin görünüşü, özellikle de rengi, tüketicinin güvenliği ve tatmadan önce lezzet tahmini açısından önemli bir bilgi kaynağıdır. Renk, alınan hazzı ve lezzeti etkilediğinden yemek seçiminde ve tüketiminde önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışma renklerin çorbaların tat algısı üzerindeki etkilerini belirlemeye yöneliktir. Araştırma Manisa'nın Salihli ilçesinde gerçekleştirilmiştir. Anket Salihli ilçesinde çeşitli yaş ve meslek gruplarına, çeşitli yaş grubundaki öğrencilere, alışveriş merkezleri ve kafelerde gönüllü katılım gösteren kişilere 07.06.2017-14.06.2017 tarihleri arasında uygulanmıştır. Araştırmaya 571 kişi katılmış, 495 anket geçerli sayılmıştır. Geçerli olan anketlerin demografik bulguları, renklerin tat algısındaki etkisi ve çorbaların çağrışım yaptığı renkler analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda renklerin psikolojik etkilerinin literatürle aynı doğrultuda olduğu bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Renkler, Gastronomi, Çorbalar, Tat Algısı.

GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE GASTRONOMİ BİLİMİ: BİBLİYOMETRİK BİR ANALİZ

Doç. Dr. Cem Oktay GÜZELLER
Arş. Gör. Nuri ÇELİKER

ÖZET

Çalışmanın amacı, Gastronomi alanında 1970-2017 yılları arasında yayımlanan ve uluslararası atıf indekslerinde taranan 703 çalışmayı bibliyometrik açıdan inceleyerek, disiplinde son 48 yıldaki eğilim ve trendleri ortaya koymaktır. Bu kapsamda, Web of Science Core Collection veri tabanında “gastronomy” konu başlığında tarama gerçekleştirilmiş ve çalışmalara ait bibliyometrik verilere ulaşılmıştır. Çalışmalar; yıllara göre yayın sayıları, yayın türleri, yayın dilleri, atıf analizleri, ülke işbirliklikleri, ortak atıf ağları ile kavram-konu yönelimleri bağlamında incelenmiştir. Ortak atıf ağları ile kavram-konu yönelimlerinin belirlenmesinde sosyal ağ analizi kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, Gastronomi alanında en fazla yayın 2016 yılında yayımlanmıştır. Çalışmalar ağırlıklı olarak makale-bildiri türünde ve İngilizce dilinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmaların 2000 yılından sonra aldıkları atıfların toplam atıfların %98,88’ini oluşturduğu ve çalışmaların %58,7’sine atıf indeklerinde yayımlanan çalışmalarca hiç atıf yapılmadığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte, ABD’nin ülke işbirlikliklerinde kilit rol oynadığı, en fazla atıf patlamasına sahip derginin ise Journal of Culinary Science & Technology, olduğu belirlenmiştir. Hayagreeva Rao ve arkadaşları tarafından 2003 yılında gerçekleştirilen çalışma alana yön veren en önemli referans kaynaktır. Model oluşturma ve uluslararası turizm alanda en çok çalışılan konular iken, gastronomi ve Fransız gastronomisi en çok kullanılan kavramlardır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Bibliyometri, Sosyal Ağ Analizi.

MUTFAK ŞEFLERİNİN GASTRONOMİ İLE İLGİLİ GÖRÜŞLERİ: NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Yrd. Doç. Dr. Gülçin ALGAN ÖZKÖK

ÖZET

İyi yemek düşkünlüğü, yemekten anlama, yemek bilimi, iyi yemek sanatı gibi anlamlar taşıyan gastronomi hareketlerine olan eğilim günümüzde giderek artmakta ve daha da dikkat çekmektedir. Bu çalışmada, mutfak Şeflerinin gastronomi kavramı, eğitimi, turizmdeki yeri, gastronomik etkinlikler ve eğilimler konusundaki görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Nitel araştırma deseninde tasarlanan betimsel analizleri içeren araştırmanın verileri, yarı yapılandırılmış görüşme formu ile Konya ve Karaman'da yaşayan, görüşmeyi gönüllü olarak kabul eden yaşları 25-45 arasında 4'ü kadın ve 9'u erkek toplam 13 katılımcıdan yüz-yüze görüşme yöntemiyle elde edilmiştir. Araştırmada mutfak Şeflerinin çoğunluğunun gastronomi kavramını bildikleri yargısına ulaşılmıştır. Genel olarak, mutfak Şeflerinin çoğunluğunun gastronomi alanında ilköğretim ve ortaöğretim düzeyinde eğitim aldıkları tespit edilmiş olup gastronomi eğitimlerinin yetersiz düzeyde olduğu belirlenmiştir. Türk mutfağının tercih edilmediği, Türk mutfağının tanıtımında yanlışlıkların olduğu yemeklerin orjinalliğine sadık kalınmadığı ve yeni ürün geliştirmede tekniklerin geri bulunduğu sonucuna varılmıştır. Őeflerin gastronomi kavramı, gastronomik becerilerinin geliştirilmesi için ilgili tüm paydaşaların işbirliği içinde olmalarının yararlı olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Mutfak Őefleri, Gastronomi Turizmi, Turizm.

TURİZM ALANINDA YAZILMIŞ OLAN GASTRONOMİYE İLİŞKİN TEZLERİN BİBLİYOMETRİK PROFİLİ

Öğr. Gör. Ayşe SÜNNETÇİOĞLU

Arş. Gör. Pınar YALÇINKAYA

Merve OLCAY

Yrd. Doç. Dr. Şefik Okan MERCAN

ÖZET

Bu çalışmada turizm alanında yapılan gastronomi tezlerinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla Yüksek Öğretim Kurumu'nun Ulusal Tez Merkezi internet sitesinde turizm lisansüstü tezleri “gastronomi” anahtar kelimesi ile taranmış ve 34 adet teze ulaşılmıştır. Ulaşılan tezlerden 12 tanesinin erişim kısıtlılığı olduğu görülmüştür. Ulaşılan tezler, tür, yıl, konu, üniversite, yöntem gibi değişkenler ele alınarak bibliyografik açıdan incelenmiştir. Araştırma kapsamına dâhil edilen tezler ve ilgili parametreler doğrultusunda istatistiki program aracılığıyla frekans analizine tabi tutulmuştur. Yapılan bu çalışmada anahtar kelime olarak sadece ‘gastronomi’ kelimesinin kullanılması, söz konusu bu araştırma için önemli bir sınırlılık oluşturmaktadır. Yapılan çalışma sonucunda turizm alanında yapılan söz konusu tezlerin genellikle yüksek lisans tezi olduğu görülürken, araştırmaların genellikle nicel yaklaşımla gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte; destinasyon markalaşmasında gastronomi turizmi pazarlaması, ziyaret edilen destinasyonların gastronomisine ilişkin turist görüşleri, gastronomik imaj, destinasyonun gastronomi turizmi açısından potansiyelinin değerlendirilmesi ile destinasyon pazarlaması gibi konular turizm alanında yazılmış gastronomiye ilişkin tezlerde daha fazla çalışılan konular olarak tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Gastronomi, Lisansüstü Tezler, Bibliyometrik Araştırma.

AŞÇILIK PROGRAMI ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYAYA YÖNELİK BİLİŞSEL YAPILARININ KELİME İLİŞKİLENDİRME TESTİ ARACILIĞIYLA İNCELENMESİ

Öğr. Gör. Mehtap YÜCEL GÜNGÖR

Yrd. Doç. Dr. Seden DOĞAN

Öğr. Gör. Ozan GÜNGÖR

ÖZET

Bu araştırmanın amacı alternatif bir ölçme değerlendirme tekniği olan Kelime İlişkilendirme Testi (KİT) aracılığıyla aşçılık programında öğrenim gören ön lisans öğrencilerinin sosyal medya kavramı ile ilişkili kavramlar hakkında bilişsel yapılarını ortaya koymaktır. Adnan Menderes Üniversitesi Davutlar Meslek Yüksekokulu Aşçılık Programı 1. ve 2. sınıflarında öğrenim gören 86 öğrenciye KİT uygulanmıştır. Öğrencilere sosyal medya anahtar kavramı verilmiş ve belli bir süre içinde bu anahtar kavramın akıllarına getirdiği kelimeleri yazmaları istenmiştir. Elde edilen veriler bir frekans tablosuna kaydedilmiştir. Bu frekans tablosundaki veriler ile öğrencilerin bilişsel yapısını ortaya koyan kavram haritası çizilmiştir. Ayrıca anahtar kavrama yönelik olarak kurdukları ilgili cümleler, içerdikleri anlam ve sahip oldukları özelliklere göre sınıflandırılarak analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre aşçılık öğrencilerinin sosyal medya anahtar kavramı ile en çok ilişkilendirdikleri kavramlar Instagram, Facebook, Twitter gibi sosyal medya platformlarına yönelik; Whatsapp, Facebook Messenger gibi iletişim platformlarına yönelik; bilgi edinme, fotoğraf paylaşma, haberleşme gibi kullanım nedenlerine yönelik; video, yemek tarifleri gibi işlevselliğe yönelik; arkadaşlık, mutluluk, özgürlük gibi duygu ve düşüncelere yönelik ve son olarak Nusr-Et gibi kişi ve gruplara yönelik olmak üzere 6 kategoride toplanmıştır. İlaveten kurdukları ilgili cümlelerde sosyal medya ile ilgili kavram yanılgılarına sahip oldukları tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Aşçılık Programı, Sosyal Medya, Kelime İlişkilendirme Testi.

YÖNETİCİLERİN PERSPEKTİFİNDEN YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE GİZLİ MÜŞTERİ UYGULAMALARI

Öğr. Gör. Emrah YILDIZ
Doç. Dr. Burhan KILIÇ

ÖZET

Gizli müşteri uygulamaları işletmelerin hizmet kalitesini; işletmenin belirlediği standartlar ile profesyonel bir gözle ve müşterilerin bakış açısıyla değerlendirmek için kullanılan bir yöntemdir. Gizli müşteri uygulamaları pazarlama çalışmalarının kapsamında genellikle müşteri odaklı olarak uygulansa da işletme içerisindeki yöneticilerin perspektifinden konuya bakmak gizli müşteri uygulamasının uygulama sürecindeki durumunu madalyonun diğer yüzünden anlamak için gizli müşterileri ve gizli müşteri uygulamalarını değerlendirmek ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Gizli müşteri kullanarak hizmet kalitesini ölçen işletmelerde çalışan yöneticilerin gizli müşteri ve uygulamaları ile ilgili düşüncelerinin değerlendirilmesi, hizmeti yöneten kişilerin konu ile ilgili görüşlerinin literatürde yer alması açısından önem kazanmaktadır. Çalışma kapsamında yiyecek içecek işletmelerinin yöneticileri, verilen hedefleri tutturma ve kalite standartlarını koruma çabası doğrultusunda gizli müşteri uygulamalarını gerekli bir uygulama olarak nitelendirse de uygulama sürecinde yaşanan bazı sorunların da çözüme kavuşması beklentisinde oldukları yapılan değerlendirmeler neticesinde ortaya çıkartılmıştır.

Bu çalışma; yiyecek içecek işletmelerinde gizli müşteri uygulamalarının teorik altyapısının oluşturulması ve yöneticilerin gizli müşteri uygulamalarına yönelik bakış açılarını değerlendirmek amacıyla iki kısımdan oluşmuştur. Birinci kısımda ilk olarak gizli müşteri kavramı ve gizli müşteri uygulamalarının kullanım alanlarının araştırması konuları ele alınmıştır. İkinci kısımda ise Türkiye'deki çeşitli illerde (Antalya, İstanbul, Muğla) gizli müşteri uygulamalarını kullanan ve yiyecek içecek sektöründe hizmet veren işletmelerdeki yöneticilerin gizli müşteri uygulamalarına bakış açıları incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gizli Müşteri, Gizli Müşteri Uygulaması, Yönetici Bakışı, Yiyecek İçecek İşletmeleri.

GASTRONOMİDE SOKAK YİYECEKLERİ VE SATICILARI: TEORİK BİR ÇALIŞMA

Doç. Dr. Dilek DÖNMEZ POLAT

Öğr. Gör. Aslı GEZEN

ÖZET

Sokak yiyecekleri tüketimi, kökleri çok eskilere dayanan bir yeme-içme alışkanlığıdır. Sokak yiyecekleri açısından mutlaka uğranması gereken bir durak olan Türkiye’de, dışarıda yemek yemek günlük hayatın bir parçasıdır ve ülkemizde sokak yiyecekleri çeşitliliği bakımından, sokak satıcılarından cadde başlarındaki küçük büfelere kadar çok sayıda seçenek bulunmaktadır. Türkiye’de sokak yiyecekleri üzerine özellikle internette birçok köşe yazısı olmasına rağmen sokakta satılan yiyecekler ve bu yiyecekleri üretilip satanlar üzerine gerçekleştirilen akademik çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Bu çalışma sokakta tezgâh açarak kendi ürettiği ve/veya satın aldığı yiyecekleri satan sokak satıcılarına ve sokak satıcılarının turizm ve gastronomideki önemine dikkat çekmek için gerçekleştirilmiştir. Teorik açıdan önemi vurgulanan sokak yiyecekleri ve satıcılarının mevcut durumlarının yanı sıra içinde maruz kaldıkları çevresel koşulların analiz edilmesi ve yaptıkları işin sürdürülebilirliğinin belirlenmesi gerekmektedir. Bu çalışma, mutfak kültürümüzde mütevazı görünmekle birlikte son derece önemli olan sokak yiyeceklerinin sürdürülebilirliğinin sağlanması ve sokak tezgâhlarına yansıyan sokak lezzetlerini üreten ve/veya satın alarak satan sokak satıcıları hakkında farkındalık yaratması ve öneriler sunması açısından önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sokak Yiyecekleri, Sokak Satıcıları, Gastronomi, Turizm.

SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA OTANTİK YİYECEKLERE YÖNELİK BİR İNCELEME

Yrd. Doç. Dr. Gürkan AKDAĞ
Meral ÜZÜLMEZ

ÖZET

Sürdürülebilir gastronomi turizmi, yiyeceklerin çevresel duyarlılıkta üretilmesini, hazırlanmasını ve tüketilmesini destekleyerek; toplumun sağlığını, sosyal ve kültürel kalitesini geliştiren bir turizm çeşididir. Bu bağlamda son yıllarda bireylerin de çevreye olan duyarlılığının ve sağlıklı beslenme isteğinin artmasıyla birlikte tercihlerinde ortaya çıkan değişiklikler, sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilen otantik yiyeceklerin önem kazanmasına neden olmuştur. Sürdürülebilir gastronomi turizminde önemli bir seyahat motivasyonu olan otantik yiyecekler; destinasyona ait gastronomik ürünlerin eşsizliği sayesinde turistlerin orijinal/özgün bir tatil deneyimi yaşamasını sağlamaktadır. Bu kapsamda çalışmanın amacı, sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilen otantik yiyecekleri alan yazında yapılan çalışmalar doğrultusunda tanıtmak, incelemek ve bu çalışmaların bulguları doğrultusunda bir genelleme ortaya çıkarmaktır. Otantik yiyecekler, seyahat motivasyonunun odak noktası gastronomi turizmi olan bireylere alternatif sunması açısından son derece önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Gastronomi, Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi, Otantik Yiyecekler.

TURİZM SEKTÖRÜNDE ETNİK RESTORANLAR: İSTANBUL ÖRNEĞİ

Görkem TEYİN

Nalan ASLAN

Yrd. Doç. Dr. Ümit SORMAZ

Yrd. Doç. Dr. Yeliz PEKERŞEN

Prof. Dr. Hatice Ferhan NİZAMLIOĞLU

ÖZET

Misafirlerin yeme içme ihtiyaçlarını karşılayarak kar elde etme amaçlı olarak kurulan restoran işletmelerinin kaliteli yemek ve içecekleri hijyen kurallarına bağlı kalarak sağlıklı bir şekilde bireylere sunmak olan önemli görevine günümüzde bir yenisini daha eklemiştir: toplumu ve bireyleri bir araya getirerek sosyalleşmeyi sağlamak. Günümüzde sosyal toplum açısından son derece önemli yeni bir görev olan bu faktör, iş hayatının günlük koşurmacasından birbirlerine vakit ayıramayan bireyleri ağırlayarak birlikte yemek yerken vakit geçirmesini, paydaşlımlarda bulunmasını sağlamaktadır. Bu açıdan, insanların restoranlara olan ilgi ve ihtiyaçları günden güne artarken, bu ilgiyi arttırmak ve ihtiyacı karşılayabilmek için restoran çeşitliliğinin de arttığı gözlemlenmektedir.

Dünyanın her yerinde olduğu gibi küreselleşmenin etkisiyle farklı toplumlardan ve kültürlerden insanlar ülkemize gelmiş ve sahip oldukları damak tadını burada aramışlardır. Bu ihtiyacı karşılamak üzere kurulan etnik restoranların son yıllarda İstanbul'da hem çeşitlilik hem de sayı açısından artış gösterdiği görülmektedir. Artan sayı ile dikkat çeken bu restoranlara artık sadece mensubu olduğu toplumdan değil, yerel halkında ilgi duyarak tercih etmesi ile son zamanlarda turizm ve gastronomi sektörü açısından yeni bir turistik ürün gelişmesini sağlamaktadır.

Bu araştırma, İstanbul'da faaliyet gösteren etnik restoran çeşitlerini ve bu restoranların özelliklerini tanımlamak amacıyla hazırlanmış bir derleme çalışmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Gastronomi, Restoran, Etnik Restoran, İstanbul.

ANTİK DÖNEM'DEKİ DAMAK TADININ GÜNÜMÜZ YANSIMASI

Arş. Gör. Özge TOLGA

Uzman Özlem YATKIN

ÖZET

Antik dönemde yaşayan insanların damak tatlarının değerlendirilmesi oldukça zor bir uğraş olmaktadır. Genellikle bu dönemde ve öncesinde yapılan, yenen yemekleri tespit edebilme adına bu insanların kullanmış oldukları kaplar, bu kaplarda kalan yiyecek kalıntıları, insan iskeleti ve dişleri incelenmektedir. Yerleşim yerlerinde çöplük olarak kullanılan kısımlarda atılmış hayvan kemikleri de yine o halkın damak tadına ve yemek kültürüne ışık tutabilmektedir. Her buluntu o dönemde nelerin yenildiği ya da nasıl saklandığına dair dolaylı da olsa bilgi sunmaktadır. Günümüzden çok uzun yıllar önce yaşayan insanların damak tadı bugünden oldukça farklıydı. Öyle ki şuan bozuk diye adlandırdığımız gıdalara yönelik bir damak tadı mevcuttu. Zamanla damak tadı neye alışmışsa o yiyecekler daha çok yenilir olmuştur. Bu çalışma, Antik dönem yemek atölyesine katılanların o dönemin damak tadını değerlendirmelerini kapsamaktadır. Bu sebeple bu atölyeye katılanlar ile nitel görüşmeler yapılmış ve bu kişilerin yemekleri farklı açılardan değerlendirmeleri istenmiştir. Ortaya çıkan sonuçlara göre Antik dönem yemekleri “koku, görünüş, lezzet ve damak tadına uygunluk açılarından değerlendirildiğinde “*Itria*” en çok beğenilen yemek olurken, “*Defruteumlu Mercimek*” en az beğenilen yemek olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Antik Dönem, Yemek Kültürü, Damak Tadı, Gastronomi, Turizm.

GASTRONOMİK KİMLİK OLUŞTURMADA YÖRESEL ÜRÜNLERİN ROLÜ: ÜRÜNLERİN SATIŞ VE PAZARLANMASINA YÖNELİK BİR ÖRNEK OLAY İNCELEMESİ

Yrd. Doç. Dr. Hümevra TÖRE BAŞAT

Doç. Dr. Mustafa SANDIKÇI

Yrd. Doç. Dr. Sabri ÇELİK

ÖZET

Gastronomi turizmi genel anlamda insanların yiyecekler ve yiyecekler ile ilgili deneyimleriyle ilgilene bir kavramdır. Bölgedeki yeme içme kültürü ile bölgede yetişen, üretilen ve bölgeye özgü yöntemlerle sunulan gastronomik ürünler gastronomik kimliği oluşturur. Gastronomik kimliğin bileşenlerinden biri olan yöresel ürünlerin, kaybolmamaları ve oldukları gibi korunmaları ve gelecek nesillere aktarılması önemlidir. Coğrafi işaretler tüketiciler için ürünün kaynağını, karakteristik özelliklerini ve ürün ile coğrafi alan arasındaki bağlantıyı gösteren belirleyici işaretlerdir. Bu çalışmada coğrafi işaretleme ile belgelenen yöresel ürünlerin gastronomik kimlik oluşturmada katkısı literatür araştırması ile ortaya konulacak; coğrafi işaretli ürünlerin satış ve pazarlamasında etkin olarak kullanılan bir kurumsal işletme incelenecektir. Model olarak Nosi ve Zanni tarafından geliştirilen “Tipik (Özgün/Karakteristik) Gıda Ürün (Typical Food Products-TFP) Pazarını Destekleyen Hizmetlerin Sınıflandırılması” modeline uygun olarak Metro İşletmesi seçilmiştir. Model, çoklu durum deseni niteliği taşımaktadır. İlk durum deseni olarak koruma fonksiyonu açısından bilimsel araştırma, üreticilere destek ve yerel kamu otoritelerine destek olmak üzere üç boyut yer almaktadır. İkinci durum deseni ise eğitim fonksiyonu olarak; olay veya etkinlik organizasyonu, tat eğitimi ve akademik eğitim olmak üzere yine üç boyuttan oluşmaktadır. Koruma ve eğitim boyutlarıyla ilgili işletmenin yaptığı uygulamalar dikkate alınarak belirtilen işletmenin durumu analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre gastronomik kimlik oluşturmada yöresel ürünlerin satış ve pazarlanmasında üreticilere yol gösterebilecek sonuçlara ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Gastronomik Kimlik, Yöresel Ürün, Coğrafi İşaretleme, Metro.

TURİSTLERİN YÖRESEL MUTFAK TERCİHLERİ İLE İLGİLİ BİR ARAŞTIRMA: BOZCAADA ÖRNEĞİ

Yrd. Doç. Dr. Murat AKSU

Öğr. Gör. Aslı GEZEN

Sedef ÖZCAN

ÖZET

Yöresel mutfağı, bir bölgedeki bireylerin gelenek ve göreneklerine uygun pişirme veya hazırlama yöntemleri ile hazırlanıp servis edilen yiyecek ve içecekler şeklinde tanımlamak mümkündür. Destinasyonların sahip olduğu diğer çekicilik unsurları gibi yöresel mutfak unsurları da bir destinasyonun tercihinde gün geçtikçe önemli hale gelmektedir. Bu açıdan günümüzde birçok araştırmacı çalışmasında yöresel mutfak unsurlarının önemi üzerinde odaklanmaktadır. Bu çalışma Bozcaada'yı ziyaret eden turistlerin Bozcaada'yı ziyaret etme nedenleri ve yöresel mutfak tercihleri ile demografik özellikleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Çalışmanın evreni, Çanakkale ilinin Bozcaada ilçesini ziyaret eden turistlerden oluşmaktadır. Bu kapsamda Bozcaada'yı ziyaret eden 300 turist ile anket çalışması gerçekleştirilmiş, 300 anketten 254 adedi değerlendirmeye alınmıştır. Çalışmada tanımlayıcı istatistikler, güvenilirlik analizi, ölçeklerin ortalama değerleri, t testi ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda; turistlerin Bozcaada'yı ziyaret etme nedenleri ile yaş ve eğitim durumları değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Turistlerin Bozcaada'yı ziyaret etme nedenleri ile cinsiyet, medeni durum ve gelir düzeyi değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır. Turistlerin yöresel mutfak unsurları ile ilgili tercihleri ile demografik özellikler arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Yöresel mutfak, Turist, Destinasyon, Bozcaada.

GELENEKSEL TÜRK TATLISI OLARAK LOKUM VE SAFRANBOLU LOKUMU

Yrd. Doç. Dr. Oğuz DİKER

Doç. Dr. Nuray TÜRKER

Öğr. Gör. Adnan ÇETİNKAYA

F. Behzat KAYA

ÖZET

Türk mutfak kültürü incelendiğinde gerek göçebe yaşanan dönemlerin gerekse yerleşik hayata geçişten sonraki edimlerin tamamının izleri görülmektedir. Büyük Türk devletlerinin hakim oldukları topraklardaki kültür ile etkileşimin yanı sıra gelişen teknolojinin de doğrusal etkileri yemek kültüründe hissedilmektedir. Bunun en güzel örneklerinden birisi Türk mutfak kültüründeki tatlılardır. Tarihi süreç içerisinde tatlılar yönünden Türk mutfak kültürü zenginleşmiş ve ürün bakımından ise çeşitlenmiştir. Birçok çeşidi olan Türk tatlıları içerisinde lokum ayrı bir yere sahiptir. Eski tarihlerde bilinmesine karşın 18. Yüzyılda günümüzdeki şeklini alan lokum, hafif tadı, besleyici özelliği ve sağlığa yararları ile bilinmektedir. Türkiye’de birçok bölgede üretilmesine karşın en önemlilerinden birisi Safranbolu lokumu olarak ön plana çıkmaktadır. Nitel araştırma tekniklerinden kaynak tarama ve görüşme tekniklerinin kullanıldığı bu çalışmanın amacı geleneksel Türk tatlısı olarak lokum ve Safranbolu lokumunun incelenmesi ve araştırılmasıyla mevcut durumunun ortaya konulmasıdır. Elde edilen veriler içerikleri bakımından sınıflandırılarak lokumun tarihçesi, üretim teknikleri incelenmiş, standartları ve üretimine yönelik yasal mevzuat ortaya konulmuştur. Safranbolu lokumu özelinden kültürel miras olan lokum üreticiliğinin mevcut durumu, ekonomik değeri, tanınırlığa etkileri ve sorunları ile öneriler ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Türk Yemek Kültürü, Türk Tatlıları, Türk Lokumu, Safranbolu Lokumu.

TURİZM VE YİYECEK VE İÇECEK ENDÜSTRİSİNDE SAHNELENEN OTANTİKLİK (ELEŞTİREL BAKIŞ)

Araş. Gör. Selin İLSAY
Uzman Nur Neşe ŞAHİN
Doç. Dr. Murat DOĞDUBAY

ÖZET

Turistik ürün bazında değerlendirildiğinde kimi ritüeller, yemekler, yapılar yahut giysiler yani kısacası turizm içerisinde turistik ürüne dahil olan birçok şey, halkın özgün yerel kültürüne uygun sergilenip sergilenmemesine göre otantik yahut otantik olmayan şeklinde tanımlanmaktadır. Günümüz çağının etkisiyle kendini git gide daha net biçimde gösteren tüketim kültürünün, kapitalizmin ve küreselleşmenin etkisiyle yalnızca maddi unsurlar değil manevi değerler de satılabilir, ticarileşmiş metalar haline dönüşmektedir. Bu bağlamda turizm ve yiyecek içecek endüstrisi de kendi içerisinde yerel ve otantik olanı satılabilir ürünler çerçevesinde yeniçağın tüketicisine sunmakta, bu sunuş esnasındaki kontrolsüzlük ve hız otantik olanın ‘mış gibi’ olana dönüşmesine sebep olmaktadır.

Günden güne yerel halk, çekici bir paket yaratmak için yerel ve özgün kültürlerini de satışa çıkarmaktadır. Bu paketleme ürünün doğasını değiştirmekte, ziyaretçi tarafından aranan otantiklik, yerel halk sayesinde sahnelenen otantiklik haline dönüşmektedir. Yapılan çalışmada; sahnelenen otantikliğin turizm ve yiyecek ve içecek sektörü bağlamında, eleştirel bir bakışla durumu ele almaya çalışmaktadır. Çalışma içerisinde nitel araştırma yöntemlerinden arşiv tarama yöntemi kullanılarak elde edilen kaynaklar çözümlenip ikincil veriler analiz edilmiştir. Bu çalışma ile sonraki akademik çalışmalara derlenmiş veriler elde edilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Otantiklik, Sahnelenen Otantiklik, Yiyecek ve İçecek Endüstrisi, Turizm Sosyolojisi