

Turizm Eğitimi Alan Orta Öğretim Düzeyindeki Öğrencilerin Mutfak Departmanına Yönelik Tutumlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma

DOI: 10.26466/opus. 357662

*

Doğan Kutukız* - Suat Akyürek** - Özcan Özdemir**

*Doç. Dr. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi, Mentеше/Muğla/Türkiye

E-Posta: kdogan@mu.edu.tr

ORCID: [0000-0002-8363-2681](https://orcid.org/0000-0002-8363-2681)

**Öğr. Gör. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO,Gümüşhane/Türkiye

E-Posta: suat.akyurek@gumushane.edu.tr

ORCID: [0000-0002-8552-5695](https://orcid.org/0000-0002-8552-5695)

*Doktora Öğr. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla/Türkiye

E-Posta: ozcanozdemir_87@windowslive.com

ORCID: [0000-0002-4968-9887](https://orcid.org/0000-0002-4968-9887)

Öz

Yiyecek içecek sektörü günümüzde büyük bir istihdam kaynağı oluşturmaktadır. Özellikle turizmde gelir yönünden, istihdam yönünden ve müşteri memnuniyeti yönünden yeme –içmenin payı düşünüldüğünde bu alanda eğitilmiş işgücüne ihtiyaç her geçen gün artmaktadır. Otel işletmelerinin kalbi olarak görülen mutfakın rolü düşünüldüğünde, bu alanda çalışacak personelin eğitilmiş ve bu alana yatkın olması oldukça önemlidir. Bu bağlamda, turizm alanında eğitim alan ortaöğretim düzeyindeki öğrencilerin mutfak departmanına yönelik tutumlarının ölçülmesi bu çalışmanın ana amacını oluşturmuştur. Diğer yandan öğrencilerin birtakım demografik özelliklerine göre mutfak departmanına yönelik tutumlarında farklılık olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmada veri toplamak için anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini Muğla ilindeki ortaöğretim düzeyinde turizm eğitimi veren Fethiye Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi, Muğla Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi ve Köyceğiz Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise, yukarıda sayılan ortaöğretim düzeyinde turizm eğitimi veren liselerin 2016-2017 eğitim-öğretim yılındaki 250 öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, ortaöğretim düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin mutfak departmanına yönelik tutumlarının olumlu olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Mesleki Eğitim, Turizm Öğrencileri, Mutfak Departmanı.

A Research on The Determination of The Attitudes of Students with Secondary Education Level in Kitchen Department in Tourism Education

*

Abstract

The food and beverage sector is compose a major source of employment in our day. While considering the importance of food and beverage in tourism sector, especially in terms of income, employment and customer satisfaction the need for educated workforce in this field increases day by day. When considering the role of kitchen as a heart of the hotel management, it is vital important that the staff would be educated and prone to this area. In this regard, the main purpose of this study is aimed to measure the attitudes of the students at the secondary education level in tourism sector towards the kitchen department. On the other hand, it has been tried to determine whether the students' attitudes towards the kitchen department differ or not according to some demographic characteristics. Survey method was used to collect data in the research. Fethiye Anatolian Hotel Management and Tourism Vocational High School, Muğla Anatolian Hotel Management and Tourism Vocational High School and Köyceğiz Anatolian Hotel Management and Tourism Vocational High School students consist of the universe of the research in the secondary education level in Muğla province. The sample of the study is consist of 250 students in the 2016-2017 academic year of the high schools which provide tourism education at the above mentioned secondary education level. According to the results obtained from the research, it was concluded that the attitudes of the students in tourism education to the kitchen department at the secondary education level were positive.

Keywords: Vocational Education, Tourism Students, Kitchen Department

Giriş

Turizm sektörü özellikle gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelerin dış ticaret açığını kapatmada ve işsizliğin azaltılmasında oldukça önemli bir yere sahiptir (Ünlüönen ve Şahin, 2011, s. 1). Dünya geneline bakıldığında, en hızlı büyüyen sektörlerin başında bankacılık sektöründen sonra turizm sektörü gelmektedir (Çeken, 2016). Turizm sektörü 2016 yılında dünya gayri safi milli hasılasının %10'unu oluşturmaktadır. 2016 yılında dünya genelinde 1,235 milyon kişi turizme katılmış ve bir önceki yıla göre %4 artış göstermiştir. Dünya genelinde turizme katılanların %50'sini Avrupa Kıtası oluşturmaktadır. Yine, dünya genelinde turizmin istihdama olan etkisine bakıldığında ise her on kişiden biri turizm sektöründe çalışmaktadır (URL 1). Turizm sektörünün dünya genelindeki sayısal verileri dikkate alındığında ekonomi açısından ne denli önemli bir sektör olduğu görülmektedir.

Ülkemiz açısından da turizm sektörü oldukça önemli bir yere sahiptir. Özellikle Avrupa Kıtası'nın turizm talep potansiyeli değerlendirildiğinde, ülkemiz açısından önemli bir pazar avantajı oluşturmaktadır. Bu bağlamda ülkemizin turizmden hak ettiği payı alabilmesi ve ekonomik büyümesini hızlandırabilmesi için turizme gereken önemin verilmesi gerekmektedir. Nitekim turizmin geliştirilmesinin temel şartlarından biri turizmin yapısı gereği nitelikli insan gücünün sağlanmasıdır. Bu nitelikli insan gücünün sağlanabilmesi için ise etkin ve kaliteli eğitim ve öğretim kuruluşlarına ihtiyaç duyulmaktadır (Hacıoğlu vd., 2008). Bu kapsamda, bu çalışmada turizm eğitiminin ilk basamağı olan ortaöğretim düzeyinde eğitim almakta olan öğrencilerin mutfak departmanına yönelik tutumları incelenmiştir. Diğer yandan ortaöğretim düzeyinde eğitim alan öğrencilerin birtakım demografik özelliklerine göre mutfak departmanına yönelik tutumlarında bir farklılık olup olmadığının tespit edilmesi çalışmanın alt amacını oluşturmaktadır.

Ülkemizde ortaöğretim düzeyinde eğitim, Milli Eğitim Bakanlığınca ve özel eğitim kuruluşlarınca verilebilmektedir. Verilen eğitimler Anadolu otelcilik ve turizm meslek liseleri, Anadolu aşçılık meslek liseleri ve diğer meslek liseleri bünyesinde verilebilmektedir. Turizmde genel olarak; yiyecek-içecek hizmetleri alanı (mutfak, servis, catering ve ziyafet

organizasyonu), konaklama hizmetleri alanı (ön büro, kat hizmetleri, otel işletmeciliği, host ve hosteslik), seyahat işletmeciliği alanı (seyahat acenteciliği, tur operatörlüğü) ve eğlence hizmetleri alanında (animatörlük) eğitim verilmektedir (Hacıoğlu vd., 2008, s. 25-40).

İlgili literatür incelendiğinde, yapılan benzer çalışmaların (Giritlioğlu ve Olcay, 2014; Tekin ve Deniz, 2015; Tekin ve Çidem; 2017) genellikle önlisans ve lisans düzeyinde eğitim görmekte olan öğrencilerin mutfak/yiyecek ve içecek departmanına yönelik tutumlarını belirlemeye yönelik yapıldığı görülmüştür. Ancak, ortaöğretim düzeyindeki öğrencilerin tutumlarını belirlemeye yönelik çalışmaların yetersiz olduğu görülmüştür. Nitekim turizm eğitime ilk adımın atıldığı ortaöğretim düzeyindeki öğrencilerin mutfak departmanına yönelik tutumlarının belirlenmesi, öğrencilerin gelecek yıllara yönelik sektörel kariyer planlamasında ve öğrencilerin mutfak departmanına yönelik olumsuz algıya neden olan faktörlerin belirlenerek giderilmesi bakımından önemli olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda çalışmanın sektöre, ilgili eğitim kuruluşlarına ve ilgili literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Literatür Taraması

Mutfak günümüzün post-modern turizm döneminde önemli bir turistik çekicilik kaynağı olarak gerek destinasyonların gerek turizm işletmelerinin önemle üzerinde durduğu bir alandır. Özellikle turizm sektöründe başat rol oynayan konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinde mutfak oldukça önemli bir yere sahiptir (Tekin ve Çiğdem, 2015, s. 976). Mutfak kavramının tanımlanabilmesi için fiziksel bir alan, kültürel bir olgu ve sanatsal bir bakış açısından değerlendirilmesinde fayda vardır (Türkoğlu ve Akoğlan Kozak, 2015, s. 208). Bu bağlamda fiziksel alan olarak mutfak, her türlü yiyecek ve içeceklerin hazırlandığı, pişirildiği hatta işletmenin konseptine göre tüketilebildiği yer olarak tanımlanabilmektedir. Kültür açısından mutfak, yiyecek ve içeceklerin hazırlanmasında kullanılan araç ve gereçleri, yemek pişirmenin püf noktalarını ve yemek törenlerini kapsayan ve bir ulusa ait olan kültürü ifade etmektedir (Aktaş ve Özdemir, 2012, s. 3-4). Diğer yandan sanatsal bir boyutu olan mutfak, insanların beğenileri doğrultusunda geliştirdikleri, çağlar öncesinden günümüze aktarılan ve bilimsel katkılarla desteklenen bir sanat

dalı olarak tanımlanabilmektedir (Çiğirim 2001, s. 49). Genel olarak mutfak kavramına bakıldığında ise; müşterilerin yiyecek hizmeti ile ilgili beklentilerini karşılayan, çalışanlar ile birlikte çalışma mekanı ve kullanılan ekipmanlar arasındaki ilişkilerden meydana gelen, üretim süreçlerini kapsayan bir departman olarak tanımlanabilmektedir (Aktaş ve Özdemir, 2005'ten aktaran Tekin ve Çidem, 2015, s. 976).

Turizmde payı oldukça yüksek olan mutfak, literatürde yemek turizmi (Du Rand ve Heath, 2006; McKercher vd., 2008; Kim ve Ellis, 2015; Lee ve Scott, 2015; TÜRSAB, 2015), mutfak turizmi (Hashimoto ve Telfer, 2006; Doğdubay ve Giritlioğlu, 2008; Horng ve Tsai, 2012) ve gastronomi turizmi (Bucak ve Aracı, 2013; Gheorghe vd., 2014; Bağırın Özşeker, 2016) gibi isimler altında birçok araştırmacı tarafından değerlendirilmiştir. Özellikle turistlerin tatilleri boyunca farklı deneyimler elde etmelerinde (Kivele ve Crotts, 2006), tatilini yapacakları destinasyonu seçmelerinde (Ab Karim ve Chi, 2010), tatillerini yapacakları bölgenin kültürel kimliğini tanımalarında (Harrington, 2005) ve tatillerini yapacakları destinasyondan memnun bir şekilde ayrılmasında (Kim vd., 2011) mutfak oldukça etkili bir faktördür. Bununla birlikte mutfak turizmi sürdürülebilir bir turizm çeşidi olarak destinasyonun imajını artırarak (Albayrak, 2013: 249) önemli bir ekonomik girdi oluşturmaktadır. Türkiye'ye gelen turistlerin toplam harcamalarının beşte birini ise yemek harcamalarının oluşturması ekonomik girdinin önemini ortaya koymaktadır (TÜRSAB, 2015).

Türk turizminin gelişebilmesi ve rekabetçi bir konuma sahip olabilmesi için; turistik ürün çeşitliliğinin artırılması ve mevcut gelen turistlerin memnun bir şekilde ülkelerine dönmelerinin sağlanması oldukça önem arz etmektedir. Bu bağlamda mutfağın turizm içindeki payı dikkate alındığında, Türk mutfağının tanıtımının artırılarak, turistlere orijinal bir şekilde sunulması, yiyecek ve içecek işletmelerinde kaliteli ve çeşitli ürün ve hizmetlerin sunulması, nitelikli yiyecek ve içecek elemanlarının yetiştirilmesi oldukça önemlidir. Dolayısıyla gerek Türk mutfağının hak ettiği konuma gelebilmesi gerekse mutfağın turizm içindeki payının artırılabilmesi için nitelikli işgücünün muhakkak sağlanması gerekmektedir. Ülkemizde özellikle son yıllarda mutfak alanına yönelik eğitim kuruluşlarında önemli artışlar yaşanmakta ancak

sektörde mutfak alanında çalışacak nitelikli işgücü henüz tam anlamıyla giderilememektedir.

Türkiye’de ortaöğretim, önlisans, lisans ve lisansüstü düzeylerde spesifik olarak ya da genel düzeyde mutfak alanına yönelik eğitim verilmektedir. Bunların dışında, Kültür ve Turizm Bakanlığı, TUGEV (Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı), Milli Eğitim Bakanlığı gibi çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından mutfak alanına yönelik yaygın eğitim hizmetleri verilmektedir. Diğer yandan mutfağın öneminin giderek artmasıyla birlikte, çeşitli ticari kuruluşlar tarafından da mutfak alanına yönelik farklı eğitimlerin sunulduğu görülmektedir (Tekin ve Çidem, 2017, s. 36).

Yöntem

Araştırmanın amacı, önemi, veri toplama yöntemi, evren ve örnekleme, veri toplama tekniği ve veri toplama aracı aşağıda açıklanmaktadır.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı, ortaöğretim düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin mutfak departmanına yönelik tutumlarının ölçülerek, öğrencilerin birtakım demografik özelliklerine göre mutfak departmanına yönelik tutumlarında farklılık olup olmadığının tespit edilmesidir.

İlgili literatür taraması sonucunda, turizm eğitiminin ilk basamağı olan ortaöğretim düzeyinde eğitim alan öğrencilerin mutfak departmanına yönelik tutumlarını belirlemeye yönelik herhangi bir görgül çalışmaya rastlanmamıştır. Bu kapsamda, özellikle turizmde eğitilmiş işgücünün önemi dikkate alındığında, turizm öğrencilerinin turizm eğitimine başladıkları bu ilk eğitim aşamasında mutfak departmanına yönelik tutumlarının belirlenerek, olumsuz tutumlarının tespit edilmesinin ve buna yönelik çözüm önerilerinin oluşturulmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla araştırmadan elde edilen bulguların turizm sektörüne, eğitim kurumlarına ve akademik alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini; Fethiye Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi, Muğla Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi ve Köyceğiz Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesinin 2016-2017 eğitim-öğretim döneminde eğitim gören öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise, yukarıda sayılan liselerin 2016-2017 eğitim-öğretim döneminde eğitim gören 250 öğrencisi oluşturmaktadır.

Veri Toplama Tekniği ve Aracı

Araştırma görgül bir araştırma olarak tasarlanmış olup, veri toplamak için anket tekniği kullanılmıştır. Anketin oluşturulmasında Tekin ve Çidem'in (2015) yapmış oldukları çalışmadan faydalanılmıştır. Çalışmada anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik bilgilerini belirlemeye yönelik sorular (cinsiyet, yaş), turizm alanını neden tercih ettiği, sektörde çalışmak istediği alan, daha önce turizm sektöründe çalışıp çalışmadığı, daha önce mutfak departmanında çalışıp çalışmadığı, mezun olduktan sonra turizm sektöründe çalışmayı düşünüp düşünmediği ve son olarak mezun olduktan sonra turizm alanında eğitim veren bir üniversitede okumayı düşünüp düşünmediğine ilişkin sorular yer almaktadır. Anketin ikinci bölümünde ise 28 ifadeden ve beş faktörden oluşan Tekin ve Çidem'in (2015) oluşturduğu ölçek kullanılmıştır. Anket formunda tutum ölçeğinin değerlendirilmesinde, 5'li likert derecelendirilmesi kullanılmıştır. Derecelendirme; 1: kesinlikle katılmıyorum, 2: katılmıyorum, 3: orta düzeyde katılıyorum, 4: katılıyorum, 5 ise kesinlikle katılıyorum şeklinde belirlenmiştir. Elde edilen veriler SPSS 21.0 paket programı ile analiz edilmiştir.

Bulgular

Bu bölümde, araştırmadan elde edilen bulguların analizine yer verilmektedir. Bu bağlamda ilk olarak araştırmadan elde edilen demografik bulgulara, öğrencilerin mutfak departmanına yönelik tutumlarına ve son

olarak öğrencilerin mutfak departmanına yönelik tutumlarının birtakım demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediği test edilmiştir. Tablo 1’de kişisel bilgilere ilişkin bulguların frekans ve yüzde değerleri yer almaktadır.

Tablo 1. Öğrencilerin Kişisel Özellikleri

Değişkenler	n	%	Değişkenler	n	%
Cinsiyet			Yaş		
Kız	55	22,0	14 yaş	8	3,2
Erkek	195	78,0	15 yaş	122	48,8
Toplam	250	100,0	16 yaş	83	33,2
Turizm Tercih Nedeni			17 yaş	37	14,8
Puanım buraya yetti	57	22,8	Toplam	250	100,0
Sevdiğim meslek	127	50,8	Turizm Sektör Deneyimi		
Geçerli bir meslek	21	8,4	Var	103	41,2
Seçeneğim yoktu	15	6,0	Yok	147	58,8
Çevre tavsiyesi	18	7,2	Toplam	250	100,0
Diğer	12	4,8	Mutfak Deneyimi		
Toplam	250	100,0	Var	68	27,2
Turizmde Çalışmak İstenilen Alan			Yok	182	72,8
Otel işletmeleri	47	18,8	Toplam	250	100,0
Eğlence hizmetleri	30	12,0	Eğitim Görülen Bölümü Seçme Durumu		
Yiyecek-içecek işletmeleri	140	56,0	İsteyerek seçtim	179	71,6
Seyahat işletmeleri	33	13,2	İsteyerek seçmedim	71	28,4
Toplam	250	100,0	Toplam	250	100,0
Mezun Olduktan Sonra Sektörde Çalışma Durumu			Turizm Alanında Üniversite Okuma Durumu		
Düşünüyorum	144	57,6	Düşünüyorum	106	42,4
Düşünmüyorum	35	14,0	Düşünmüyorum	54	21,6
Kararsızım	71	28,4	Kararsızım	90	36,0
Toplam	250	100,0	Toplam	250	100,0

Tabloya göre araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özellikleri şu şekilde özetlenebilir: Araştırmaya katılan öğrencilerin %88’i erkek öğrencilerden, %22’si ise kız öğrencilerden oluşmaktadır. Öğrencilerin yaş dağılımlarına bakıldığında, 15 yaş (%48,8) ve 16 yaş (%33,2) ağırlık göstermektedir. Öğrencilerin turizm alanını tercih etme nedenlerine bakıldığında ise, %50,8’i sevdiği bir meslek olarak turizmi tercih etmiştir. Bunu sırasıyla, puan (%22,8), geçerli bir meslek olması (%8,4), çevre tavsiyesi (%7,2), başka bir seçeneği olmaması (%6,0) seçenekleri takip

etmektedir. Öğrencilerin %4,8'lik bölümü ise diğer seçeneğini işaretlemiştir. Öğrencilerin sektörde çalışmak istedikleri alanlar ise en fazla yiyecek-içecek (%56,0) alanıdır. Bunu sırasıyla otel (%18,8), eğlence (%12,0) ve seyahat işletmeleri (%13,2) takip etmektedir. Öğrencilerin yarısından fazlası (%57,6) mezun olduktan sonra sektörde çalışmayı düşünmektedir. %14'lük kısmı ise sektörde çalışmayı düşünmemektedir. Öğrencilerin %28,4'ü ise kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Ankete katılan öğrencilerin %41,2'sinin sektör deneyimi var iken %58,8'inin sektör deneyimi yoktur. Ankete katılan öğrencilerin %27,2'sinin ise mutfak deneyimi vardır. Okuduğu bölümü isteyerek seçen öğrencilerin yüzdesi %71,6'dır. Ankete katılan öğrencilerin %42,4'ü mezun olduktan sonra herhangi bir üniversitede turizm alanında okumayı düşünürken, %21,6'sı ise düşünmemektedir. Kararsız olanlar ise %36'dır.

Tablo 2'de mutfak departmanında yönelik tutumları ölçen ifadelerin aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları yer almaktadır.

Tablo 2. Mutfak Departmanına Yönelik Tutumlara İlişkin Bulguların Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmaları

İfadeler	N	Ort.	St. Sapma
Mutfak departmanı bir otelin başarı ya da başarısızlığında oldukça önemlidir.	250	3,96	1,115
Mutfak bir otelin marka imajını doğrudan etkiler.	250	3,94	1,049
Mutfakta sunulan ürünler ülke kültürünün tanıtımına fayda sağlar.	250	4,03	,999
Mutfağın müşteri memnuniyetinde çok önemli bir faydası vardır.	250	4,08	,961
Mutfak departmanının, otellerin birbiri ile rekabet etmesinde önemli bir etkisi vardır.	250	3,73	1,131
Misafirlerin aynı oteli tekrar tercih etmesinde mutfak departmanının önemli etkisi vardır.	250	3,83	1,103
Mutfak, en çok gelir getiren departmanlardan biridir.	250	3,77	1,032
Mutfak departmanı, yeni mutfak kültürleri öğrenme imkânı sunar.	250	3,99	,952
Mutfak departmanında öğrenebileceklerim, gelecekte kendi işletmemi kurabilme imkânı sunar.	250	3,93	1,092
Mutfak departmanında çalışanlar zaman geçtikçe daha kıymetli hale gelir.	250	3,89	1,010
Mutfak departmanında mesleki tecrübe diğer departmanlara göre daha önemlidir.	250	3,76	1,077
Mutfak departmanı çalışanları diğer departmanların çalışan-	250	3,63	1,111

larına göre daha kolay iş bulabilirler.			
Mutfak uzun yıllar çalışmak için diğer departmanlara göre daha uygun bir departmandır.	250	3,76	1,081
Mutfak departmanında yapılan birçok işten yüksek düzeyde doyum almak mümkündür.	250	3,69	1,003
Mutfak departmanının daha iyi kariyer imkanları sunduğunu düşünüyorum.	250	3,73	1,114
Mutfak departmanında yapılan işler ilgi çekicidir.	250	3,71	,999
Mutfak departmanında çalışmak diğer departmanlara göre daha eğlencelidir.	250	3,51	1,158
Mutfak departmanında çalışmak istesem, yakın çevrem bundan memnun olur.	250	3,58	1,243
Yakın çevrem mutfak departmanını tercih etmemde bana destek olur.	250	3,58	1,271
Mutfak departmanında çalışmak yakın çevremde saygınlık uyandırır.	250	3,59	1,189
Mutfak departmanının çalışma koşulları aile yaşantıma daha uygun olduğunu düşünüyorum.	250	3,52	1,242
Çevremden duyduklarım, mutfak departmanı hakkında düşüncelerimi olumlu etkilemiştir.	250	3,44	1,221
Mutfakta gerekli olan sanatsal beceriye sahip olduğumu düşünüyorum	250	3,66	1,202
Yeteneklerimin mutfaktaki kariyerime faydası olacağını düşünüyorum.	250	3,65	1,109
Mutfağın yeteneklerimle uyumlu bir departman olduğunu düşünüyorum.	250	3,65	1,076
Mutfak departmanı, yeteneklerimi kullanabilme imkânı sunar.	250	3,79	1,088
Türk Mutfağın tanınmasında yeteneklerimin faydası olacağını düşünüyorum.	250	3,76	1,125
Türk mutfağına olan ilgim mutfak departmanını seçmemde etkilidir.	250	3,58	1,246

Yanıt kategorileri: 1: kesinlikle katılmıyorum, 2: katılmıyorum, 3: orta düzeyde katılıyorum 4: katılıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum

Tablo 2'ye göre, öğrencilerin mutfak departmanına yönelik en yüksek düzeyde katılım gösterdikleri ölçek ifadeleri sırasıyla; müşteri memnuniyetinde mutfağın önemli olduğu (Ort.=4,08; σ =,961), mutfakta sunulan ürünlerin ülke kültürünün tanıtımına fayda sağladığı (Ort.=4,03; σ =,999) ve yeni mutfak kültürlerini öğrenme imkanı sunduğunu (Ort.=3,99; σ =,952) belirten ifadelerdir. Öğrencilerin en düşük katılım gösterdikleri ifadeler ise; mutfak departmanında çalışmanın diğer departmanlara göre daha eğlenceli olduğu (Ort.=3,52; σ =1,242) ve mutfak

departmanının çalışma koşullarının aile yaşantısına daha uygun olduğunu (Ort.=3,51; $\sigma=1,158$) belirten ifadelerdir.

Tablo 3. Mutfak Departmanına Yönelik Tutumların Faktör Analizi

İfadeler	1	2	3	4	Cronbach Alpha
Faktör 1: Mutfak Departmanının Önemi					
Mutfak departmanı bir otelin başarı ya da başarısızlığında oldukça önemlidir.	,775				,836
Mutfak bir otelin marka imajını doğrudan etkiler.	,667				
Mutfakta sunulan ürünler ülke kültürünün tanıtımına fayda sağlar.	,648				
Mutfağın müşteri memnuniyetinde çok önemli bir paydası vardır.	,707				
Mutfak departmanının, otellerin birbiri ile rekabet etmesinde önemli bir etkisi vardır.	,551				
Misafirlerin aynı oteli tekrar tercih etmesinde mutfak departmanının önemli etkisi vardır.	,645				
Mutfak, en çok gelir getiren departmanlardan biridir.	,757				
Mutfak departmanı, yeni mutfak kültürleri öğrenme imkânı sunar.	,521				
Mutfak departmanında öğrenebileceklerim, gelecekte kendi işletmemi kurabilme imkânı sunar.	,504				
Faktör 2: Mutfak Departmanındaki İşlerin Nitelikleri					
Mutfak departmanında çalışanlar zaman geçtikçe daha kıymetli hale gelir.		,658			,873
Mutfak departmanında mesleki tecrübe diğer departmanlara göre daha önemlidir.		,567			
Mutfak departmanı çalışanları diğer departmanların çalışanlarına göre daha kolay iş bulabilirler.		,515			
Mutfak uzun yıllar çalışmak için diğer departmanlara göre daha uygun bir departmandır.		,582			
Mutfak departmanının daha iyi kariyer imkanları sunduğunu düşünüyorum.		,529			
Mutfak departmanında yapılan işler ilgi çekicidir.		,492			
Mutfak departmanında çalışmak diğer departmanlara göre daha eğlencelidir.		,735			
Faktör 3: Mutfak Departmanına Yönelik Değerlendirmeler ve Çevresel Etki					
Mutfak departmanında çalışmak istesem,			,647		

yakın çevrem bundan memnun olur.					,864
Yakın çevrem mutfak departmanını tercih etmemde bana destek olur..			,757		
Mutfak departmanında çalışmak yakın çevremde saygınlık uyandırır.			,854		
Mutfak departmanının çalışma koşulları aile yaşantıma daha uygun olduğunu düşünüyorum.			,830		
Çevremden duyduklarım, mutfak departmanı hakkında düşüncelerimi olumlu etkilemiştir.			,754		
Faktör 4: Mutfak Departmanına Yönelik Yetenekler					
Mutfakta gerekli olan sanatsal beceriye sahip olduğumu düşünüyorum				,638	,721
Yeteneklerimin mutfaktaki kariyerime faydası olacağını düşünüyorum.				,621	
Mutfak departmanı, yeteneklerimi kullanabilme imkânı sunar.				,461	
KMO değeri	0,867				
Bartlett'in küresellik testi değeri	2371,581				
Anlamlılık	0,000				
Toplam açıklanan varyans değeri	53,130				

Araştırmada kullanılan ölçeğin genel güvenilirlik analizi (Cronbach Alpha) sonucu 0,888 olarak belirlenmiştir. Faktörlerin Cronbach Alpha değerleri ise; mutfak departmanının önemi 0,836, mutfak departmanındaki işlerin nitelikleri 0,873, mutfak departmanına yönelik değerlendirmeler ve çevresel etki 0,864 ve mutfak departmanına yönelik yetenekler 0,721 olarak belirlenmiştir. Diğer yandan ölçeği oluşturan önermelerin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik testi ve Bartlett's küresellik testi ile faktör analizine uygun olduğu (KMO=0,867; Bartlett'in küresellik testi değeri=2371,581; p=,000; p<0,05) belirlenmiştir. Daha sonrasında ise, Varimax döndürme yöntemi ile keşfedici faktör analizi yapılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda 4 önerme faktör yüklerine ayrılmadığı için ölçekten çıkartılmış ve 5 faktörlü ölçek 4 faktör altında toplanmıştır. Ölçeğin açıklanan varyans yüzdesi 53,130'dur. Faktör analizi sonuçları tablo 2'de verilmiştir.

Yukarıdaki tablodaki faktörlerin her birine normal dağılım testi uygulanmış ve Çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri +1 ile -1 aralığında değer almıştır. Çarpıklık (skewness) değerlerinin +1 ile -1 sınırları arasında kalması, puanların normal dağılımdan önemli bir sap-

ma göstermediği şeklinde yorumlanabilmektedir (Büyüköztürk, 2007: 40). Bu nedenle araştırmada parametrik testlerin kullanılması uygun görülmüştür.

Tablo 4. Cinsiyete Göre Farklılığın Testi

Faktörler	Cinsiyet	n	Ort.	St. Sap.	F	Levene Testi	t	P
Mutfak Departmanının Önemi	Kadın	55	3,92	,732	,233	,630	,037	,971
	Erkek	195	3,92	,680				
Mutfak Departmanındaki İşlerin Nitelikleri	Kadın	55	3,62	,764	,857	,355	-1,053	,293
	Erkek	195	3,74	,688				
Mutfak Departmanına Yönelik Değerlendirmeler ve Çevresel Etki	Kadın	55	3,29	1,201	9,162	,003	-2,106	,036
	Erkek	195	3,61	,917				
Mutfak Departmanına Yönelik Yetenekler	Kadın	55	3,60	,911	,015	,904	-,892	,373
	Erkek	195	3,72	,908				

Tablo 4'te turizm eğitimi alan ortaöğretim düzeyindeki öğrencilerin mutfak departmanına yönelik tutumlarında cinsiyete göre farklılık olup olmadığı bağımsız örneklem t testi ile test edilmiştir. Test sonucuna göre, mutfak departmanına yönelik değerlendirmeler ve çevresel etki faktöründe cinsiyete göre bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($p=0,036$; $p\leq 0,05$).

Tablo 5. Sektör Deneyimine Göre Farklılığın Testi

Faktörler	Sektör Deneyimi	n	Ort.	St. Sap.	F	Levene Testi	t	P
Mutfak Departmanının Önemi	Var	103	3,98	,676	,854	,356	1,222	,223
	Yok	147	3,87	,700				
Mutfak Departmanındaki İşlerin Nitelikleri	Var	103	3,80	,688	,005	,944	1,642	,102
	Yok	147	3,65	,714				
Mutfak Departmanına Yönelik Değerlendirmeler ve Çevresel Etki	Var	103	3,75	,890	1,897	,170	2,861	,005
	Yok	147	3,39	1,036				
Mutfak Departmanına Yönelik Yetenekler	Var	103	3,79	,925	,060	,807	1,315	,190
	Yok	147	3,63	,895				

Tablo 5’te turizm eğitimi alan ortaöğretim düzeyindeki öğrencilerin mutfak departmanına yönelik tutumlarında sektör deneyimine göre farklılık gösterip göstermediği bağımsız örneklem t testi ile test edilmiştir. Test sonucuna göre, mutfak departmanına yönelik değerlendirmeler ve çevresel etki faktöründe sektör deneyimine göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($p=0,005$; $p\leq 0,05$).

Tablo 6. Mutfak Deneyimine Göre Farklılığın Testi

Faktörler	Mutfak Deneyimi	n	Ort.	St. Sap.	F	Levene Testi	t	P																																		
Mutfak Departmanının Önemi	Var	68	4,10	,594	2,402	,122	2,650	,009																																		
	Yok	182	3,85	,712					Mutfak Departmanındaki İşlerin Nitelikleri	Var	68	4,03	,539	7,278	,007	5,204	,000	Yok	182	3,59	,724	Mutfak Departmanına Yönelik Değerlendirmeler ve Çevresel Etki	Var	68	3,94	,854	2,448	,119	3,961	,000	Yok	182	3,39	1,002	Mutfak Departmanına Yönelik Yetenekler	Var	68	4,04	,850	2,356	,126	3,723
Mutfak Departmanındaki İşlerin Nitelikleri	Var	68	4,03	,539	7,278	,007	5,204	,000																																		
	Yok	182	3,59	,724					Mutfak Departmanına Yönelik Değerlendirmeler ve Çevresel Etki	Var	68	3,94	,854	2,448	,119	3,961	,000	Yok	182	3,39	1,002	Mutfak Departmanına Yönelik Yetenekler	Var	68	4,04	,850	2,356	,126	3,723	,000	Yok	182	3,57	,899								
Mutfak Departmanına Yönelik Değerlendirmeler ve Çevresel Etki	Var	68	3,94	,854	2,448	,119	3,961	,000																																		
	Yok	182	3,39	1,002					Mutfak Departmanına Yönelik Yetenekler	Var	68	4,04	,850	2,356	,126	3,723	,000	Yok	182	3,57	,899																					
Mutfak Departmanına Yönelik Yetenekler	Var	68	4,04	,850	2,356	,126	3,723	,000																																		
	Yok	182	3,57	,899																																						

Tablo 6’da turizm eğitimi alan ortaöğretim düzeyindeki öğrencilerin mutfak departmanına yönelik tutumlarında mutfak deneyimine göre farklılık gösterip göstermediği bağımsız örneklem t testi ile test edilmiştir. Test sonucuna göre, mutfak departmanının önemi ($p=0,009$; $p\leq 0,05$), mutfak departmanındaki işlerin nitelikleri ($p=0,000$; $p\leq 0,05$), mutfak departmanına yönelik değerlendirmeler ve çevresel etki ($p=0,000$; $p\leq 0,05$) ve mutfak departmanına yönelik yetenekler ($p=0,000$; $p\leq 0,05$) olarak belirlenen faktörlerde anlamlı bir farklılık görülmüştür.

Tablo 7’deki mutfak departmanına yönelik tutum ölçeğinde; mutfak departmanının önemi ($p=0,013$; $p\leq 0,05$), mutfak departmanına yönelik bireysel yetenekler ($p=0,004$; $p\leq 0,05$), mutfak departmanındaki işin nitelikleri ($p=0,001$; $p\leq 0,05$), mutfak departmanına yönelik değerlendirmeler ve çevresel etki ($p=0,001$; $p\leq 0,05$) faktörleri ile mezun olduktan sonra üniversite okumayı düşünme durumu arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Tablo 7. Mutfak Departmanına Yönelik Tutumların Üniversite Okuma İsteği Durumuna Göre Karşılaştırılması (ANOVA)

Faktörler		Kareler Toplamı	S.D.	Kareler Ort.	F	p
<i>Mutfak Önemi</i>	Gruplar arasında	4,087	2	2,043	4,395	,013
	Gruplar içinde	114,833	247	,465		
	Toplam	118,920	249			
<i>İşin Nitelikler</i>	Gruplar arasında	5,467	2	2,734	5,687	,004
	Gruplar içinde	118,715	247	,481		
	Toplam	124,182	249			
<i>Çevresel Etki</i>	Gruplar arasında	13,373	2	6,686	7,110	,001
	Gruplar içinde	232,288	247	,940		
	Toplam	245,660	249			
<i>Yetenekler</i>	Gruplar arasında	11,058	2	5,529	7,013	,001
	Gruplar içinde	194,729	247	,788		
	Toplam	205,787	249	2,043		

Varyansların Homojenliği Testi Sonuçları

Mutfak önemi; levene istatistiği=,210; p= ,811

Çevresel Etki; levene istatistiği=,194; p= ,824

İşlerin nitelikleri; levene istatistiği=1,101; p= ,334

Yetenekler; levene istatistiği=1,993 p= ,139

Faktörler	Gruplar	n	Ort.	St. Sapma
<i>Mutfak Önemi</i>	Düşünüyorum	106	4,06	,725
	Düşünmüyorum	54	3,74	,688
	Kararsızım	90	3,86	,622
	TOPLAM	250	3,92	,691
<i>İşlerin Nitelikleri</i>	Düşünüyorum	106	3,88	,695
	Düşünmüyorum	54	3,53	,643
	Kararsızım	90	3,63	,718
	TOPLAM	250	3,71	,706
<i>Çevresel Etki</i>	Düşünüyorum	106	3,77	,971
	Düşünmüyorum	54	3,17	,912
	Kararsızım	90	3,49	1,000
	TOPLAM	250	3,54	,993
<i>Yetenekler</i>	Düşünüyorum	106	3,92	,913
	Düşünmüyorum	54	3,39	,986
	Kararsızım	90	3,62	,790
	TOPLAM	250	3,70	,909

Farklılığın sebebi ise, mezun olduktan sonra üniversite okumayı düşünen öğrencilerin, okumayı düşünmeyen veya kararsız olan öğrencilere göre mutfak departmanına karşı daha yüksek düzeyde tutuma sahip olmalarıdır.

Tablo 8. Mutfak Departmanına Yönelik Tutumların Çalışılmak İstenilen Sektöre Göre Karşılaştırılması (ANOVA)

Faktörler		Kareler Toplamı	S.D.	Kareler Ort.	F	p
<i>Mutfak Önemi</i>	Gruplar arasında	12,407	3	4,136	9,551	,000
	Gruplar içinde	106,513	246	,433		
	Toplam	118,920	249			
<i>İşin Nitelikler</i>	Gruplar arasında	7,793	3	2,598	5,491	,001
	Gruplar içinde	116,388	246	,473		
	Toplam	124,182	249			
<i>Çevresel Etki</i>	Gruplar arasında	18,692	3	6,231	6,753	,000
	Gruplar içinde	226,968	246	,923		
	Toplam	245,660	249			
<i>Yetenekler</i>	Gruplar arasında	18,114	3	6,038	7,914	,000
	Gruplar içinde	187,673	246	,763		
	Toplam	205,787	249			

Varyansların Homojenliği Testi Sonuçları

Mutfak önemi; levene istatistiği=10,188; p= ,000

Çevresel Etki; levene istatistiği=5,514; p=,001

İşlerin nitelikleri; levene istatistiği=1,385; p= ,248

Yetenekler; levene istatistiği=,001; p=,039

Faktörler	Gruplar	n	Ort.	St. Sapma
<i>Mutfak Önemi</i>	Otel işletmeleri	47	3,76	,703
	Eğlence hizmetleri	30	3,74	,713
	Yiyecek-İçecek işletmeleri	140	4,10	,545
	Seyahat acentaları	33	3,52	,928
	TOPLAM	250	3,92	,691
<i>İşlerin Nitelikleri</i>	Otel işletmeleri	47	3,57	,774
	Eğlence hizmetleri	30	3,49	,631
	Yiyecek-İçecek işletmeleri	140	3,87	,667
	Seyahat acentaları	33	3,47	,691
	TOPLAM	250	3,71	,706
<i>Çevresel Etki</i>	Otel işletmeleri	47	3,09	1,262
	Eğlence hizmetleri	30	3,43	,896
	Yiyecek-İçecek işletmeleri	140	3,77	,904
	Seyahat acentaları	33	3,32	,719
	TOPLAM	250	3,54	,993
<i>Yetenekler</i>	Otel işletmeleri	47	3,29	1,060
	Eğlence hizmetleri	30	3,52	,838
	Yiyecek-İçecek işletmeleri	140	3,93	,798
	Seyahat acentaları	33	3,47	,916
	TOPLAM	250	3,70	,909

Mutfak departmanına yönelik tutum ölçeğinde mutfak departmanının önemi (p=0,000; p≤0,05), mutfak departmanına yönelik bireysel yetenekler (p=0,001; p≤0,05), mutfak departmanındaki işin nitelikleri

($p=0,000$; $p\leq 0,05$), mutfak departmanındaki kariyer kararına ilişkin çevresel etki ($p=0,000$; $p\leq 0,05$) faktörleri ile öğrencilerin mezun olduktan sonra çalışmak istedikleri turizm işletmelerine göre anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Farklılığın sebebi ise, yiyecek ve içecek işletmelerinde çalışmak isteyen öğrencilerin çalışmak istedikleri diğer turizm işletmelerine göre kıyaslandığında, mutfak departmanına karşı tutumlarının daha yüksek olmasıdır.

Sonuç ve Öneriler

Turizm eğitimi veren eğitim kuruluşları son yıllarda hızlı bir şekilde artış göstermektedir. Özellikle ortaöğretim, önlisans, lisans ve hatta lisansüstü turizm eğitimi veren bölümlere her geçen gün bir yenis eklenmektedir. Ancak açılan bölümlerin çoğunda görülen ortak sorun uygulama alanlarının olmayışı ya da yetersiz olmasıdır. Turizm eğitimi veren eğitim kurumlarının ve turizm bölümlerinin hızla artış gösterdiği günümüzde öğrencilerin turizme olan tutumları veya turizmin belirli bölümlerine yönelik tutumlarının tespit edilerek buna göre eğitim programlarının ve politikalarının belirlenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Bu kapsamda bu araştırmanın amacı, ortaöğretim düzeyinde turizm eğitimi görmekte olan öğrencilerin mutfak departmanına yönelik tutumlarının tespit edilmesi ve birtakım değişkenlere göre farklılığın olup olmadığının belirlenmesidir.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, ortaöğretim düzeyinde eğitim görmekte olan turizm öğrencilerinin yarısından fazlası turizm mesleğini sevdiği bir meslek olarak gördüğü için turizm okumayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Puanı başka bölümde okumaya yetmediği veya başka bir seçeneği olmayanların oranı ise %28,8 olarak belirlenmiştir. Öğrenciler, sektörde en fazla çalışmak istedikleri alanı yiyecek-içecek bölümü olarak işaretlemişlerdir. Buradan ortaöğretim düzeyindeki öğrencilerin yiyecek ve içecek işletmelerinde kariyer yapmak istedikleri ve bu alana daha fazla ilgi duydukları sonucuna varılabilir. Bu kapsamda özellikle gerek ortaöğretim düzeyinde gerekse yükseköğretim düzeyinde açılacak yeni bölümlerde yiyecek ve içecek alanı ile ilgili bölümlere ağırlık verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Diğer yandan

ankete katılan öğrencilerin %57,6'sı sektörde çalışmayı düşünmektedir. Bu bağlamda sektörde hangi alanlarda kalifiyeli iş gücüne daha fazla ihtiyaç duyulduğu tespit edilerek bu alanlara yönelik eğitimlerin verilmesine dikkat edilmelidir. Ankette yer alan bir diğer soruda, okuduğu bölümü isteyerek seçen öğrencilerin oranının %71,6 olarak bulunması sevindirici bir durumdur. Diğer yandan mezun olduktan sonra turizm alanında eğitimine devam etmek isteyen veya kararsız olduğunu belirten öğrencilerin oranı dikkate alındığında, üniversite düzeyinde turizm eğitimi görmek isteyen öğrencilerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Bu kapsamda özellikle ortaöğretim düzeyinde öğrencilerin turizmin hangi alanlarında kariyer yapmak istedikleri tespit edilerek, açılan ön lisans veya lisans bölümlerinin bu talebe ve sektördeki ihtiyaca göre belirlenmesi oldukça önem arz eden bir konudur. Özellikle turizm sektöründe en fazla istihdam edilen alanı, yiyecek ve içecek hizmetleri alanının (2016 çalışan sayısı: 595.385) oluşturması (URL 2) bu alana yönelik eğitilmiş işgücü ihtiyacını ortaya koymaktadır.

Ortaöğretim düzeyinde turizm eğitimi görmekte olan 250 öğrencinin mutfak departmanına yönelik tutumlarını belirleyen ölçek ifadelerinin aritmetik ortalamaları değerlendirildiğinde mutfak departmanına yönelik tutumlarının olumlu olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin en olumlu tutuma sahip olduğu ifadeler, mutfağın otellerde müşteri memnuniyeti sağlamada önemli olması, mutfağın ülke kültürünün tanıtılmasında etkili olduğu ve mutfakta çalışmanın yeni ülke kültürlerini tanıma fırsatı sağladığını belirten ifadelerdir. Öğrencilerin en düşük katılım gösterdikleri ifadeler ise; mutfak departmanında çalışmanın diğer departmanlara göre daha eğlenceli ve mutfak departmanının çalışma koşullarının aile yaşantısına daha uygun olduğunu belirten ifadelerdir.

Mutfak departmanına yönelik tutumların faktörler bazında cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini ölçmek için yapılan t testinde sadece “*mutfak departmanına yönelik değerlendirmeler ve çevresel etki*” faktöründe anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Elde edilen grupların tutumlarını gösteren aritmetik ortalama incelendiğinde, kız öğrencilere yönelik çevresel etkinin daha olumsuz olduğu anlaşılmaktadır. Sektör deneyimine göre karşılaştırıldığında ise yine “*mutfak departmanına yönelik değerlendirmeler ve çevresel etki*” faktöründe anlamlı bir farklılık bulun-

muştur. Bu bağlamda daha önce sektörde çalışan öğrencilerin mutfak departmanına yönelik tutumlarının daha olumlu olduğu görülmüştür. Mutfak deneyimine göre yapılan karşılaştırmada ise, tüm faktörlerde anlamlı bir ilişki görülmüştür. Bu bağlamda daha önce mutfak deneyimi olan öğrencilerin tüm faktörler bazında mutfaka yönelik tutumlarının daha yüksek/olumlu olduğu grupların aritmetik ortalamasından anlaşılmaktadır.

Mezun olduktan sonra turizm alanında eğitim veren bir yükseköğretim kurumunda eğitimine devam etmeyi düşünme durumlarına göre gruplar karşılaştırıldığında tüm faktörler bazında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Buna göre turizm alanında eğitimine devam etmeyi düşünen öğrencilerin mutfak departmanına yönelik tutumları daha olumludur. Yapılan bir diğer ANOVA testine göre, sektörde çalışılmak istenen alana göre mutfaka olan tutumlarda farklılık bulunmaktadır. Bu kapsamda yiyecek ve içecek alanında çalışmayı düşünen öğrencilerin mutfaka olan tutumları daha olumludur.

Bu araştırma, ortaöğretim düzeyindeki öğrencilerin mutfak departmanına yönelik tutumlarını belirlemek üzere yapılmıştır. İleriki çalışmalarda farklı departmanlara yönelik tutumları belirlemeye yönelik çalışmaların yapılması önerilebilir. Diğer yandan bu çalışmanın en önemli kısıtı, evren ve örneklem sayısının sınırlı olmasıdır. İleriki çalışmalarda daha genellenebilir sonuçlara ulaşılabilmesi için evren ve örneklem sayısı artırılabilir.

Kaynakça

- Ab Karim, S., ve Chi, C. G. Q. (2010). Culinary tourism as a destination attraction: An empirical examination of destinations' food image. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(6), 531–555.
- Aktaş, A. ve Özdemir, B. (2005). *Otel işletmelerinde mutfak yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aktaş, A. ve Özdemir, B. (2012). *Otel işletmelerinde mutfak yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Albayrak, A. (2013). *Alternatif turizm*, Ankara: Detay Yayıncılık.

- Bağıran Özşeker, D. (2016). Gastronomi Kavramı: Tanımı ve Gelişimi. İçinde: H. Kurgun ve D. B. Özşeker (Editörler), *Gastronomi ve Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık, 3-24.
- Bucak, T. ve Aracı, Ü. E. (2013). Türkiye’de gastronomi turizmi üzerine genel bir değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30), 203-2016.
- Büyüköztürk, Ş. (2007). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı* (7. Baskı). Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Ciđerim, N. (2001). *Batı ve Türk mutfağının gelişimi, etkileşimi ve yiyecek-içecek hizmetlerinde Türk mutfağının yerine bir bakış. Türk mutfak kültürü üzerine araştırmalar*. Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı, 28: 49-53.
- Çeken, H. (2016). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doğdubay, M. ve Giritlioğlu, İ. (2008). Mutfak turizmi. İçinde: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Editörler), *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 433-456.
- Du Rand, G., ve Heath, E. (2006). Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 206–234.
- Gheorghe, G., Tudorache, P. ve Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism?. *Cactus Tourism Journal*, 9(1), 12-21.
- Giritlioğlu, İ. ve Olcay, A. (2014). Önlisans düzeyindeki turizm eğitimi alan öğrencilerin otel yiyecek içecek bölümüne yönelik tutumları. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(31), 95-120.
- Hacıoğlu, N., Kaşlı, M., Şahin, S. ve Tetik, N. (2008). *Türkiye’de turizm eğitimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Harrington, R.J. (2005). Defining gastronomic identity: the impact of environment and culture on prevailing components, texture and flavors in wine and food. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2/3), 129- 152.
- Hashimoto, A., ve Telfer, D. J. (2006). Selling Canadian culinary tourism: Branding the global and the regional product. *Tourism Geographies*, 8(1), 31–55.

- Hornig, J.S. ve Tsai C.T. (2012). Exploring marketing strategies for culinary tourism in Hong Kong and Singapore. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17(3), 277-300.
- Kim, S. ve Ellis, A. (2015). Noodle production and consumption: From agriculture to food tourism in Japan. *Tourism Geographies*, 17(1), 151-167.
- Kim, Y. H., Kim, M., Goh, B. K., ve Antun, J. M. (2011). The role of money: The impact on food tourists' satisfaction and intention to revisit food events. *Journal of Culinary Science & Technology*, 9(2), 85-98.
- Kivela, J., ve Crofts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Lee, K.H. ve Scott, N. (2015). Food tourism reviewed using the paradigm funnel approach. *Journal of Culinary Science & Technology*, 13(2), 95-115.
- McKercher, B., Okumus, F., ve Okumus, B. (2008). Food tourism as a variable market segment: It's all how you cook the numbers!. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(2), 137-148.
- Tekin, Ö. A ve Çidem, G. (2015). Turizm öğrencilerinin mutfak departmanına yönelik tutumları ölçeği: Bir geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(39), 975-986.
- Tekin, Ö. A ve Çidem, G. (2017). Önlisans turizm öğrencilerinin mutfak departmanında kariyere yönelik tutumları: Süleyman Demirel Üniversitesi örneği, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 52, 33-51.
- Türkoğlu, H. ve Akoğlan Kozak, M. (2015). Türk mutfağının gelişiminde gurmelerin rollerine yönelik algılamalar. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26,(2), Güz: 207 - 220.
- TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği), (2015). "TÜRSAB Gastronomi Turizmi Raporu", http://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmiraporu_12302_3531549.pdf (erişim tarihi: 20.11.2015).
- URL 1: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/annual_report_2016_web_0.pdf (Erişim Tarihi: 11.07.2017).

URL 2: <http://www.sgk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 07.09.2017).

Ünlüöner, K. ve Şahin, S. Z. (2011). Turizmde istihdam. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(37), 1-25.

Kaynakça Bilgisi / Citation Information

Kutukız, D., Akyürek, S. ve Özdemir, Ö. (2018). Turizm eğitimi alan ortaöğretim düzeyindeki öğrencilerin mutfak departmanına yönelik tutumlarını belirlemeye yönelik bir araştırma. *OPUS – Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(Gençlik Araştırmaları Özel Sayısı), 125-146.