

**TÜRKİYE'YE GELEN ZİYARETÇİLERİN
GASTRONOMİK AKIMLARA YÖNELİK
GIDA TÜKETİM EĞİLİMLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ**

DOKTORA TEZİ

REHA KILIÇHAN

**MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

**MERSİN
ARALIK - 2016**

**TÜRKİYE'YE GELEN ZİYARETÇİLERİN
GASTRONOMİK AKIMLARA YÖNELİK
GIDA TÜKETİM EĞİLİMLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ**

DOKTORA TEZİ

REHA KILIÇHAN

**MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI


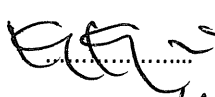
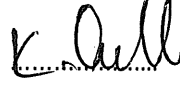
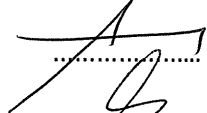
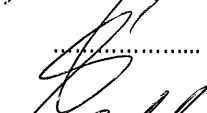
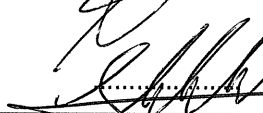
**Danışman
Prof. Dr. Kemal BİRDİR**

**Eş Danışman
Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA**

**MERSİN
ARALIK - 2016**

ONAY

Reha KILIÇHAN tarafından Prof. Dr. Kemal BİRDİR danışmanlığında ve Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA eş danışmanlığında hazırlanan "TÜRKİYE'YE GELEN ZİYARETÇİLERİN GASTRONOMİK AKIMLARA YÖNELİK GIDA TÜKETİM EĞİLİMLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ" başlıklı bu çalışma aşağıda imzaları bulunan jüri üyeleri tarafından oy birliği ile Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

Görevi	Ünvanı, Adı ve Soyadı	İmza
Başkan	Prof. Dr. Kemal BİRDİR	
Üye	Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA	
Üye	Doç. Dr. Kenan GÜLLÜ	
Üye	Yrd. Doç. Dr. İbrahim İLHAN	
Üye	Yrd. Doç. Dr. Sevda SAHİLLİ BİRDİR	
Üye	Yrd. Doç. Dr. Gürkan AKDAĞ	

Yukarıdaki Jüri kararı Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun 18.../01.../2017 tarih ve ...2017.../...1... sayılı kararıyla onaylanmıştır.


Prof. Dr. Süleyman DEĞİRMEN
Enstitü Müdürü

Bu tezde kullanılan özgün bilgiler, şekil, çizelge ve fotoğraflardan kaynak göstermeden alıntı yapmak 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu hükümlerine tabidir.

ETİK BEYAN

Mersin Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliğinde belirtilen kurallara uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada,

- Tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Başkalarının eserlerinden yararlanması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- Atıfta bulunduğum eserlerin tümünü kaynak olarak kullandığımı,
- Kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- Bu tezin herhangi bir bölümünü Mersin Üniversitesi veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı,
- Tezin tüm telif haklarını Mersin Üniversitesi'ne devrettiğimi

beyan ederim.

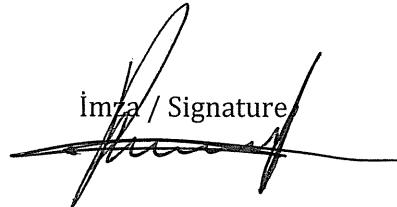
ETHICAL DECLARATION

This thesis is prepared in accordance with the rules specified in Mersin University Graduate Education Regulation and I declare to comply with the following conditions:

- I have obtained all the information and the documents of the thesis in accordance with the academic rules.
- I presented all the visual, auditory and written information and results in accordance with scientific ethics.
- I refer in accordance with the norms of scientific works about the case of exploitation of others' works.
- I used all of the referred works as the references.
- I did not do any tampering in the used data.
- I did not present any part of this thesis as another thesis at Mersin University or another university.
- I transfer all copyrights of this thesis to the Mersin University.

19 Aralık 2016 / 19 December 2016

İmza / Signature



Reha Kılıçhan / Reha Kilichan

ÖNSÖZ

İnsanoğlunun yaşamını sürdürebilmesi için gerekli en temel ihtiyaçlarından biri beslenme olup, gıda tüketimini gerekli kılmaktadır. Gıda tüketimi turist deneyiminin önemli bir unsuru olarak görülmekte ve turizm ile gastronomi arasında bir köprü görevi görmektedir. Bu bağlamda, turizmde gıda tüketiminden yola çıkarak, tez çalışmasında Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda gerçekleştirilen alan yazın incelemesi sonucunda gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin değerlendirildiği bir çalışmaya veya ölçüm aracına rastlanılmamıştır. Bu bağlamda gerek alan yazındaki bu boşluğu doldurmak gerekse araştırmanın verisini toplamak üzere gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim ölçeği geliştirilmiştir. Ölçek geliştirme çalışması kör hakem sistemiyle alanlarında uzman iki hakem tarafından değerlendirilmiş, Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi'nde yayınlanmıştır. Araştırma verisi İstanbul Atatürk Havalimanı Dış Hatlar Terminali'nden ülkelerine dönmek üzere olan ziyaretçilerden toplanmış, uygun istatistiksel programlar kullanılarak tanımlayıcı analizler ve farklılık analizleri gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulgularından hareketle alan yazına ve sektör uygulayıcılarına olası katkıları vurgulanmış, geleceğe yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Doktora eğitimim süresince bilgi birikimi ve görüşleri ile bana yol gösteren ve destek olan saygıdeğer tez birinci danışmanım Sayın Prof. Dr. Kemal BİRDİR'e,

Lisans eğitimimden bu yana 11 yıl boyunca, acı ve tatlı pek çok anı paylaştığım, engin bilgi birikimi ve hayat tecrübesiyle akademik hayatımda bir perspektif edinmemeye katkı sağlayan tez ikinci danışmanım Sayın Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA'ya,

Tezimin son halini almasında emekleri geçen tez izleme komitesi üyeleri hocalarım Sayın Doç. Dr. Kenan GÜLLÜ ve Sayın Yrd. Doç. Dr. Gürkan AKDAĞ'a,

Doktora eğitimim süresince kendilerinden çok şeyler öğrendiğim üzerimde emeği olan hocalarım ile Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde birlikte görev yaptığım ve her daim desteklerini hissettiren tüm akademik ve idari personele,

Her zaman manevi desteklerini hissettiren ve motivasyonumu yüksek tutmaya çalışan kayınpederim Kerim YILMAZ ve kayınvalidem Ayşe YILMAZ'a,

30 yıllık yaşam mücadelem her anında maddi ve manevi yanımda olan ve dualarını esirgemeyen annem Neriman KILIÇHAN ile canım ablam Eda GÖZÜ, eniştem Mehmet GÖZÜ ve sevgili yeğenim Deniz Naz GÖZÜ'ye,

İyi ve kötü her anımda yanımda olan, tez çalışmam süresince yeterince ilgilenemediğim halde bana her zaman anlayışla yaklaşan hayat arkadaşım, biricik eşim, Bilgehan KILIÇHAN'a ve en değerli varlığım, oğlum Yaman KILIÇHAN'a,

Teşekkürlerimi sunuyorum.

Doktora tezimi, şu anda uzaklarda bir yerlerde bana gururlanarak baktığını hissettiğim, rahmetli babam Mehmet Tefvik KILIÇHAN başta olmak üzere tüm aile bireylerine ithaf ediyorum.

Bu çalışma Erciyes Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimince desteklenmiştir. Proje Numarası: SDK-2015-5807.



ÖZET

Bu çalışmada, Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara (moleküler mutfak, füzyon mutfak ve yerel mutfak) yönelik gıda tüketim eğilimlerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Alan yazın incelemesi neticesinde gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin değerlendirilmesi amacıyla ölçüm yapan çalışmalara ihtiyaç olduğu görülmüştür. Alan yazındaki bu boşluktan hareketle, tez çalışması kapsamında, öncelikle "gastronomik akımlar çerçevesinde gıda tüketim ölçeği" geliştirilmiş ve araştırma verisi anket formu aracılığıyla, olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme kullanılarak, 11-25 Temmuz 2016 tarihleri arasında, İstanbul Atatürk Havalimanı'ndan çıkış yapmak üzere olan 646 ziyaretçiden toplanmıştır.

Veri analizinde tanımlayıcı istatistikler, farklılıkları incelemeye yönelik analiz teknikleri ile açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizlerinden faydalanılmıştır. Araştırmada ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin bir takım demografik özellikler ile seyahat özelliklerine, Türkiye'deki yeme-içme deneyimlerine ve Türkiye'deki genel seyahat memnuniyet düzeylerine göre farklılıklar gösterdiği bulunmuş, araştırmanın sonucunda, kuramsal ve uygulamaya yönelik çıktılar tartışılmış ve gelecek araştırmalara yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Gastronomik Akımlar, Gıda Tüketimi, Moleküler Mutfak, Füzyon Mutfak ve Yerel Mutfak.

Danışman: Prof. Dr. Kemal BİRDİR, Mersin Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Mersin.

Eş Danışman: Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA, Erciyes Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Kayseri.

ABSTRACT

The aim of this study is to evaluate the food consumption tendencies of visitors coming to Turkey considering the gastronomic trends (*molecular cuisine, fusion cuisine and local cuisine*). The review of the related literature has indicated that there is a need for an intensive study focusing on food consumption tendencies, gastronomic trends and its measurement. To fill this gap, first of all, a food consumption scale has been developed within the scope of gastronomic trends. To determine the sample, convenience sampling, which is known as one of the non-probability sampling techniques, has been used in the empirical part of the study. Additionally, the primary data has been collected through *drop and collect* and *face to face questionnaires* from the 646 visitors leaving Turkey from Istanbul Atatürk Airport between the dates of 11-25 July 2016.

In the analysis of the data, descriptive, explanatory and exploratory statistics have been used. As for the descriptive statistics, mean values, standard deviations, frequencies and percentages; as for explanatory statistics, test of differences and variations; and as for exploratory statistics explanatory and confirmatory factor analysis have been applied. In the study, it has been found that the food consumption tendencies of visitors considering gastronomic trends show significant differences according to demographics, characteristics of travel, food and beverage experiences in Turkey, and general satisfaction levels of their travel in Turkey. In conclusion, theoretical and practical findings are discussed and suggestions for further research are presented.

Keywords: Gastronomic Trends, Food Consumption, Molecular Cuisine, Fusion Cuisine and Local Cuisine.

Advisor: Prof. Dr. Kemal BİRDİR, Mersin University, Department of Tourism Business, Mersin.

Co-advisor: Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA, Erciyes University, Department of Tourism Business, Kayseri.

İÇİNDEKİLER

	SAYFA
İÇ KAPAK	i
ONAY	ii
ETİK BEYAN	iii
ÖNSÖZ	iv
ÖZET	vi
TABLolar DİZİNİ	xiii
ŞEKİLLER DİZİNİ	xv
EKLER DİZİNİ	xvi
1. GİRİŞ	1
2. TANITMA	3
2.1. Araştırma Probleminin Tanımı	3
2.2. Araştırmanın Amacı	4
2.3. Araştırmanın Önemi	4
2.4. Araştırma Soruları ve Hipotezler	6
2.5. Araştırmanın Varsayımları	6
2.6. Araştırmanın Sınırları	7
2.7. Araştırmanın Sınırlılıkları	7
2.8. Tanımlar	8
3. ALAN YAZIN İNCELEMESİ VE KURAMSAL ÇERÇEVE	9
3.1. Turizmde Gıda Tüketimi	9
3.1.1. Küreselleşme ve Turizm Sektörü	12
3.1.2. Yerelleşme ve Turizm Sektörü	13
3.1.3. Küreyerelleşme ve Turizm Sektörü	14
3.1.4. Küreyerelleşmenin Turizmde Gıda Tüketimine Etkisi	14
3.1.5. Turizmde Gıda Tüketim Davranışı	16
3.1.5.1. Turistlerin Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörlere İlişkin Alan Yazın	17
3.1.5.2. Destinasyondaki Mutfak Arzına İlişkin Alan Yazın	30
3.1.5.3. Destinasyon Çevresine İlişkin Alan Yazın	35
3.2. Gastronomik Akımlar	43
3.2.1. Moleküler Gastronomi ve Moleküler Mutfak	44
3.2.1.1 Moleküler Gastronominin Öncüleri	45
3.2.1.2. Popüler Moleküler Mutfak Şefleri ve Restoranları	47
3.2.1.3. Dünyada Moleküler Gastronomi ve Moleküler Mutfak	49
	viii

3.2.1.4. Moleküler Mutfak Uygulamaları	52
3.2.1.5. Moleküler Mutfak Uygulamalarında Kullanılan Özel Donanımlar	55
3.2.1.6. Moleküler Mutfak Uygulamalarında Kullanılan Gıda Katkı Maddeleri	57
3.2.1.7. Moleküler Mutfağın İnsan Sağlığı Açısından Değerlendirilmesi	58
3.2.1.8. Bilim Adamları ve Şeflerin Buluşması: Moleküler Mutfağın Önemi	58
3.2.1.9. Moleküler Mutfağın Geleceği: <i>Note by Note</i> Mutfağı	59
3.2.1.10 Moleküler Gastronomi ve Moleküler Mutfak Konularına İlişkin Alan Yazın	60
3.2.2. Füzyon Mutfak	71
3.2.2.1. Füzyon ve Füzyon Mutfak Kavramları	71
3.2.2.2. Geçmişten Günümüze Füzyon Mutfağı	72
3.2.2.3. Füzyon Mutfak Türleri	73
3.2.2.4. Türk Mutfağının Füzyon Mutfak Çerçevesinde Değerlendirilmesi	73
3.2.2.5. Füzyon Mutfak Konusuna İlişkin Alan Yazın	74
3.2.3. Yerel Mutfak	78
3.2.3.1. Yerel, Yerel Gıda ve Yerel Mutfak Kavramları	78
3.2.3.2. Turizmde Yerel Mutfağın Önemi	79
3.2.3.3. Arz ve Talep Açısından Yerel Mutfağın Değerlendirilmesi	80
3.2.3.4. Yerel Mutfak Konusuna İlişkin Alan Yazın	81
4. ÖLÇEK GELİŞTİRME ÇALIŞMASI	88
4.1. Ölçme ve Ölçek Geliştirme Süreçleri	88
4.2. Ölçmek İstenilen Yapının Açık Bir Şekilde Tanımlanması	91
4.3. Alan Yazın İncelemesi Sonucu Madde Havuzu Oluşturulması	91
4.4. Alan Uzmanları Grubunun Oluşturulması	94
4.5. Kapsam Geçerliliğinin Sınanması İçin Uzman Görüşüne Başvurulması	94
4.6. Uzman Görüşlerinin Değerlendirilmesi	95
4.7. Maddelere İlişkin Kapsam Geçerlilik Oranlarının ve Ölçeğe İlişkin Kapsam Geçerlilik İndeksinin Hesaplanması	95
4.8. Kapsam Geçerlilik Oranları ve Kapsam Geçerlilik İndeksine Göre Ölçek Formunun Oluşturulması	97
4.9. Pilot Test Yapılması	99
4.10. Ölçeğin Uygulanması	99
4.11. Sapan Analizi ve Normal Dağılım	99
4.12. Açıklayıcı Faktör Analizi	100
4.13. Ölçeğin Geçerliliği ve Güvenilirliği	103
5. YÖNTEM	106
5.1. Araştırma Modeli	106

5.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	107
5.3. Veri Toplama Aracı ve Süreci	109
5.4. Kullanılan Veri Analiz Teknikleri	110
5.5. Güvenilirlik Analizi	111
5.6. Geçerlilik Analizleri	113
5.6.1. Açıklayıcı Faktör Analizi	113
5.6.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi	115
6. BULGULAR	121
6.1. Örneklem Grubuna İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	121
6.1.1. Örneklem Grubunun Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	121
6.1.2. Örneklem Grubunun Seyahat Özelliklerine İlişkin Bulgular	123
6.1.3. Örneklem Grubunun Türkiye'deki Yeme-İçme Deneyimlerine İlişkin Bulgular	125
6.1.4. Örneklem Grubunun Türkiye'deki Genel Seyahat Memnuniyet Düzeylerine İlişkin Bulgular	126
6.2. Verinin Merkezi Eğilim Ölçütleri	126
6.3. Hipotez Testleri	130
6.3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri Değişkenlerine Göre Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimleri	131
6.3.1.1. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Milliyet Değişkenine Göre Karşılaştırılması	131
6.3.1.2. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Yaşanan Ülke Değişkenine Göre Karşılaştırılması	133
6.3.1.3. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Karşılaştırılması	135
6.3.1.4. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Yaş Grupları Değişkenine Göre Karşılaştırılması	136
6.3.1.5. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Medeni Durum Değişkenine Göre Karşılaştırılması	138
6.3.1.6. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Mensubu Olunan Din Değişkenine Göre Karşılaştırılması	139
6.3.1.7. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Çocuk Sahibi Olma Durumu Değişkenine Göre Karşılaştırılması	140
6.3.1.8. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Çocuk Sayısı Değişkenine Göre Karşılaştırılması	141
6.3.1.9. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Eğitim Durumu Değişkenine Göre Karşılaştırılması	143

6.3.1.10. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Çalışma Durumu Değişkenine Göre Karşılaştırılması	144
6.3.1.11. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Karşılaştırılması	145
6.3.2. Katılımcıların Seyahat Özellikleri Değişkenlerine Göre Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimleri	147
6.3.2.1. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Birlikte Seyahat Etme Durumu Değişkenine Göre Karşılaştırılması	147
6.3.2.2. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Türkiye'yi Daha Önce Ziyaret Etme Durumu Değişkenine Göre Karşılaştırılması	148
6.3.2.3. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Türkiye Hakkında Bilgi Edinilen Kaynak Değişkenine Göre Karşılaştırılması	149
6.3.2.4. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Türkiye'yi Ziyaret Etme Amacı Değişkenine Göre Karşılaştırılması	151
6.3.2.5. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Türkiye Seyahatindeki Ana Destinasyon Değişkenine Göre Karşılaştırılması	153
6.3.2.6. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Toplam Seyahat Süresi Değişkenine Göre Karşılaştırılması	154
6.3.2.7. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Seyahat Organizasyonu Türü Değişkenine Göre Karşılaştırılması	156
6.3.2.8. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Seyahat İçin Yapılan Toplam Harcama Değişkenine Göre Karşılaştırılması	157
6.3.2.9. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Yiyecek İçecek Harcamalarının Toplam Seyahat Harcamasına Oranı Değişkenine Göre Karşılaştırılması	159
6.3.3. Katılımcıların Türkiye'deki Yeme-İçme Deneyimlerine Göre Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimleri	160
6.3.3.1. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Yemek Yenilen Yerin Türü Değişkenine Göre Karşılaştırılması	160
6.3.3.2. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Yemek Yenilen Restoran Türü Değişkenine Göre Karşılaştırılması	162
6.3.3.3. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Tüketilen Mutfak Türü Değişkenine Göre Karşılaştırılması	164
6.3.4. Katılımcıların Türkiye'deki Genel Seyahat Memnuniyet Düzeylerine Göre Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimleri	165
6.3.4.1. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Türkiye'deki Genel Seyahat Memnuniyet Düzeyi Değişkenine Göre Karşılaştırılması	166

6.3.4.2. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Türkiye'yi Başkalarına
Gastronomik Turist Destinasyonu Olarak Önerme Düzeyi Değişkenine Göre Karşılaştırılması 167

7. SONUÇ VE ÖNERİLER	170
KAYNAKÇA	176
EKLER	198
ÖZGEÇMİŞ	244



TABLolar DİZİNİ

	Sayfa
Tablo 3.1. Turizmde Gıda Tüketimi İle İlgili Önemli Konular ve Çalışmalar	18
Tablo 3.2. Standart Restoranlar ile Moleküler Mutfak Restoranları Arasındaki Farklar	47
Tablo 3.3. Diğer Ülkelerde Moleküler Gastronomi ve Moleküler Mutfak	52
Tablo 3.4. Moleküler Gastronomi ve Moleküler Mutfak İle İlgili Önemli Konular ve Çalışmalar	62
Tablo 3.5. Füzyon Mutfak Alanında Gelişmeler	72
Tablo 3.6. Füzyon Mutfak Konusuna İlişkin Dokümanlar	74
Tablo 3.7. Arz ve Talep Açısından Yerel Mutfak Alan Yazını	81
Tablo 4.1. Uzman Sayısına Göre Minimum Kapsam Geçerlilik Oranı Değerleri	90
Tablo 4.2. Madde Havuzundaki Maddeler	92
Tablo 4.3. Alan Uzmanlarının Dağılımı	94
Tablo 4.4. Değerlendirmede Bulunan Alan Uzmanlarının Dağılımı	95
Tablo 4.5. Uzman Görüşlerine Göre KGO ve KGI Hesaplaması	96
Tablo 4.6. Ölçek Formu	97
Tablo 4.7. Ölçeğe İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonucu	101
Tablo 4.8. Nihai Ölçek Formu	103
Tablo 4.9. Ölçeğin Güvenilirlik Analizi Sonuçları	105
Tablo 5.1. Ölçeğin ShapiroWilk, Kolmogorov Smirnov Testleri Anlamlılık Düzeyi Sonuçları ve Çarpıklık - Basıklık Değerleri	111
Tablo 5.2. Gastronomik Akımlara Yönelik Gıda Tüketim Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi Sonuçları	112
Tablo 5.3. Gastronomik Akımlara Yönelik Gıda Tüketim Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonucu	114
Tablo 5.4. Doğrulamalı Faktör Analizi Dışı Bırakılan Ölçek Maddeleri	118
Tablo 5.5. Uyum İyiliği Ölçütleri ve Hesaplanan Uyum İyiliği Değerleri	120
Tablo 6.1. Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Demografik Özellikleri	122
Tablo 6.2. Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Seyahat Özellikleri	124
Tablo 6.3. Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Türkiye'deki Yeme-İçme Deneyimleri	125
Tablo 6.4. Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Türkiye'deki Genel Seyahat Memnuniyet Düzeyleri	126
Tablo 6.5. Verinin Merkezi Eğilim Ölçütleri	127
Tablo 6.6. Milliyet Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları	132
Tablo 6.7. Yaşanan Ülke Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları	134
Tablo 6.8. Cinsiyet Değişkenine Göre <i>t-testi</i> Sonuçları	136
Tablo 6.9. Yaş Grupları Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları	137
Tablo 6.10. Medeni Durum Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları	139
Tablo 6.11. Mensubu Olunan Din Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları	140
Tablo 6.12. Çocuk Sahibi Olma Durumu Değişkenine Göre <i>t-testi</i> Sonuçları	141
Tablo 6.13. Çocuk Sayısı Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları	142
Tablo 6.14. Eğitim Durumu Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları	143
Tablo 6.15. Çalışma Durumu Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları	145
Tablo 6.16. Gelir Düzeyi Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları	146
Tablo 6.17. Birlikte Seyahat Etme Durumu Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları	148
Tablo 6.18. Türkiye'yi Daha Önce Ziyaret Etme Durumu Değişkenine Göre <i>t-testi</i> Sonuçları	149
Tablo 6.19. Türkiye Hakkında Bilgi Edinilen Kaynak Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları	151
Tablo 6.20. Türkiye'yi Ziyaret Etme Amacı Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları	152
Tablo 6.21. Türkiye Seyahatindeki Ana Destinasyon Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları	154
Tablo 6.22. Toplam Seyahat Süresi Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları	155

	Sayfa
Tablo 6.23. Seyahat Organizasyonu Türü Değişkenine Göre <i>t-testi</i> Sonuçları	157
Tablo 6.24. Toplam Harcama Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları	158
Tablo 6.25. Yiyecek İçecek Harcamalarının Toplam Seyahat Harcamasına Oranı Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları	160
Tablo 6.26. Yemek Yenilen Yerin Türü Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları	161
Tablo 6.27. Yemek Yenilen Restoran Türü Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları	163
Tablo 6.28. Tüketilen Mutfak Türü Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları	165
Tablo 6.29. Türkiye'deki Genel Seyahat Memnuniyet Düzeyleri Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları	167
Tablo 6.30. Türkiye'yi Başkalarına Gastronomik Turist Destinasyonu Olarak Önerme Düzeylerine Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları	168



ŞEKİLLER DİZİNİ

	Sayfa
Şekil 3.1. Küreselleşmenin Turizmde Gıda Tüketimine Etkisi	16
Şekil 3.2. Gıda Tüketim Davranışı	16
Şekil 4.1. Kuramsal Ölçek Geliştirme Süreci	89
Şekil 4.2. Deneysel Ölçek Geliştirme Süreci	90
Şekil 5.1. Araştırma Modeli	106
Şekil 5.2. Gastronomik Akımlara Yönelik Gıda Tüketim Ölçeği Ölçüm Modeli	116
Şekil 5.3. Gastronomik Akımlara Yönelik Gıda Tüketim Ölçeğinin Faktör Yapısı	119



EKLER DİZİNİ

	Sayfa
EK 1. 2015 Yılı Dünyanın En İyi 50 Restoranı ve Menü İçerikleri	198
EK 2. Turizmde Gıda Tüketimine İlişkin Alan Yazın Özeti	199
EK 3. Moleküler Gastronomi ve Moleküler Mutfak Konularına İlişkin Alan Yazın Özeti	218
EK 4. Füzyon Mutfak Konusuna İlişkin Alan Yazın Özeti	227
EK 5. Yerel Mutfak Konusuna İlişkin Alan Yazın Özeti	231
EK 6. Anket Formu (Türkçe)	238
EK 7. Anket Formu (İngilizce)	240
EK 8. İstanbul Atatürk Havalimanı Anket Uygulama İzin Belgesi	242
EK 9. Araştırmanın Hipotezleri ve Kabul Durumları	243



1. GİRİŞ

Turizm işletmelerinin ürettiği ürünlere ihtiyaç duyan, satın alma arzusunda bulunan ve bu ürünleri talep eden bireyler turizm sektörünün tüketici kitlesi olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla, değişen çevre koşulları ve artan rekabet ortamında turizm işletmelerinin başarılı olabilmeleri ve hayatta kalabilmeleri için turizm işletmesi yöneticilerinin turistlerin ihtiyaç ve isteklerini yakından takip etmeleri ve çok iyi analiz ederek ileride meydana gelebilecek olası değişimleri tahmin etmeleri gerekmektedir. Bu bağlamda, ulusal ve uluslararası turizm faaliyetlerinde gastronominin önemli bir güç olduğunu ve dünya genelindeki gastronomik akımların takip edilmesinin ülke turizminin geleceği açısından son derece önem arz ettiğini vurgulamak gerekmektedir.

İnsanoğlunun yaşamını sürdürebilmesi için gerekli en temel ihtiyaçlarından biri beslenme olup, yiyecek ve içecek tüketimini gerekli kılmaktadır. İnsanoğlunun yemekle ilişkisinin tarihsel evrimini şu şekilde sıralamak mümkündür (Fernandez-Armesto, 2002): (a) ateşin bulunması ve pişirme yöntemlerinin geliştirilmesiyle insanların genellikle ne işe yaradığını ve ne olduğunu bilmeden hayatta kalabilmek için yemek yediği dönem son bulmuş, (b) birlikte yemek yemenin gelişmesi ve pişirilen yemeklerin paylaşılmasıyla yemek yeme açlık gidermekten çok sosyal bir olgu haline dönüşmüş, (c) yerleşik hayata geçiş ile hayvanlar evcilleştirilmiş, tarımsal hareketler başlamış ve mutfaklar zenginleşmiş, (d) bireylerin mutfaklarında görülen farklılaşma aynı toplum içinde sosyal sınıfların ve tabakaların oluşmasına neden olmuş, (e) sanayinin gelişimi ile yemeklerin uygun şartlarda saklanması ve uzak mesafelere taşınması mümkün olmuş; bu sayede mutfak kültürleri birbirleriyle etkileşim içerisine girmiş ve (f) toprak, su, hava ve iklim ile ilgili ekolojik gelişmeler hem gıda üretiminin hem de gıda tüketiminin gelişmesinde rol oynamış ve gıdanın endüstriyel ürün haline gelmesinde etkili olmuştur.

İnsanların dışarıda yemek yeme alışkanlıklarının oluşmaya başlamasıyla birlikte, 20. yüzyılda yiyecek içecek endüstrisinde hareketlenmeler yaşanmış ve çeşitli mutfak akımları doğmuştur. Bu akımlar; (a) *fast food* akımı, (b) *slow food* akımı, (c) moleküler mutfak akımı, (d) füzyon mutfak akımı ve (e) yerel mutfak akımı gibi akımlar olup, bu akımlara tezin ikinci bölümünde gastronomik akımlar başlığı altında detaylıca yer verilmektedir.

Gastronominin insanların yaşadıkları deneyimler üzerindeki önemi göz önünde bulundurulduğunda; bireylerin ve toplumların yeme-içme eğilimlerinin incelenmesi, turizm işletmecilerinin, özellikle de turizm pazarlamacılarının turistik ürün geliştirme ve tutundurma stratejilerini belirlemelerinde önemli rol oynayabilmektedir. Mevcut alan yazın incelendiğinde; *fast food* ve *slow food* akımları ile ilgili pek çok çalışmanın bulunduğu, ancak moleküler, füzyon ve yerel mutfak tüketim eğilimliliğinin tespit edilmesine ve ölçümüne yönelik yeterli düzeyde

çalışmaların bulunmadığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, mevcut çalışma ile ilgili alan yazında konuyla ilgili yeterli düzeyde bilgi bulunmamasından kaynaklanan bilgi eksikliğinin giderilmesine yönelik katkı sağlanması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda tarama modeli niteliğinde tasarlanan araştırma, İstanbul Atatürk Havalimanı dış hatlar giden yolcu bölümünde ülkelerine dönmek üzere uçaklarının kalkış saatini bekleyen ziyaretçilerin katılımıyla gerçekleştirilmiştir.

Tez çalışması, beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm genel olarak araştırmanın tanıtıldığı bölüm olup, bu bölümde; araştırma probleminin tanımı, araştırmanın amacı, araştırmanın önemi, araştırma soruları, araştırmanın varsayımları, araştırmanın kapsamı ve sınırlılıkları ve araştırmada kullanılan temel kavramlara ilişkin tanımlara yer verilmektedir.

İkinci bölümde, turizmde gıda tüketimi ve gastronomik akımlara değinilmektedir. Turizmde gıda tüketimi başlığı altında; (a) küreselleşme ve turizm sektörü, (b) yerelleşme ve turizm sektörü, (c) küreyerelleşme ve turizm sektörü, (d) küreyerelleşmenin turistlerin gıda tüketimine etkisi, (e) gıda tüketim davranışı ve (f) turistlerin gıda tüketimini etkileyen faktörler konuları açıklanmakta ve turizmde gıda tüketimine ilişkin alan yazın incelemesine yer verilmektedir. Gastronomik akımlar başlığı altında ise; (a) moleküler gastronomi ve moleküler mutfak, (b) füzyon mutfak ve (c) yerel mutfak akımları açıklanmakta ve bu akımlara ilişkin alan yazın incelemesine yer verilmektedir.

Üçüncü bölümde, araştırma kapsamında ihtiyaç duyulan verinin toplanması amacıyla geliştirilen, gastronomik akımlar çerçevesinde gıda tüketim ölçeğinin kavramsal ve deneysel ölçek geliştirme süreçlerine detaylıca yer verilmektedir.

Dördüncü bölümde, araştırmanın yöntemine ilişkin detaylı bilgilere yer verilmektedir. Bu bölümde; (a) araştırmanın evreni ve örnekleme, (b) veri toplama aracı ve süreci, (c) kullanılan veri analiz teknikleri ve (d) güvenilirlik ve geçerlilik analizlerine ilişkin bilgiler tüm detayları ile anlatılmaktadır.

Beşinci bölümde, araştırmanın bulgularına yer verilmektedir. Sonuç bölümünde ise elde edilen bulgular mevcut alan yazın çerçevesinde değerlendirilmekte, kuramsal katkılara, uygulamaya yönelik katkılara ve gelecekte yapılacak araştırmalar için önerilere değinilmektedir.

2.TANITMA

2.1. Araştırma Probleminin Tanımı

Günümüzde turistlerin önemli bir bölümü, "deniz-kum-güneş" dışında çeşitli kültürel aktivitelerde bulunmak, kültürel cazibe merkezlerini ziyaret etmek gibi kültürel deneyimler yaşamayı arzulamaktadırlar. Kültür turizmi sadece müzeleri, tarihi yerleri, sanat galerilerini ziyaret etmekle sınırlı değildir; aynı zamanda, bölgenin mutfak kültürünü tanımak, yemeklerini tatmak gibi gastronomik deneyimleri de kapsamaktadır (Santich, 2004: 20-21). Bir destinasyonun gastronomik zenginlikleri ve mutfak kültürünün bir turizm ürünü olarak önemi her geçen gün artmakta, gastronomik deneyimler bir destinasyonu ziyaret eden turistler açısından en önemli turizm faaliyetlerinden biri haline gelmektedir (Selwood, 2003: 142).

Yapılan çalışmalar bir destinasyona ait gastronomik zenginliklerin turistlerin destinasyon seçimi kararlarında en önemli etmenlerden biri olduğunu ortaya koymaktadır (Okumuş, Okumuş ve McKercher, 2007). Hu ve Ritchie (1993), yaptıkları araştırmada ziyaretçiler için mutfak iklim, konaklama koşulları ve doğal güzelliklerden sonra dördüncü en önemli çekicilik unsuru olduğunu bulmuşlardır. Remington ve Yüksel'in (1998) araştırmasında yiyeceklerin ziyaretçi tatmini açısından dördüncü, Türkiye'ye yapılan ziyaretin tekrarlanması ise en önemli faktör olduğu ortaya konmuştur. Enright ve Newton (2005), yiyeceğin Hong Kong için ikinci, Bangkok ve Singapur için beşinci en önemli çekicilik unsuru olduğunu belirtmişlerdir. Ülkemizde yapılmış olan pek çok araştırmada da benzer sonuçlar elde edilmiştir (Albayrak, 2013; Akgöl, 2012; Akman, 1998; Arslan, 2010). Akman'ın (1998) ve Arslan'ın (2010) yapmış oldukları çalışmalarda yabancı turistlerin Türkiye'yi tercih etme sebepleri arasında Türk mutfak beşinci, Akgöl'ün (2012) çalışmasında üçüncü, Albayrak'ın (2013) çalışmasında ise dördüncü sırada yer almaktadır. Yapılan araştırmaların sonuçlarından da anlaşılacağı üzere; turistlerin destinasyon seçimi, memnuniyeti ve tekrar ziyaret etme kararlarında gastronominin önemi son derece yüksektir. Ancak, yaklaşık 40 milyon turist ile dünyanın en fazla turist çeken altıncı ülkesi konumunda olan Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara ilişkin yeme eğilimlerinin belirlenmesi son derece önem arz etmektedir (Dünya Turizm Örgütü, 2016).

İlgili alan yazın incelemesi sonucunda gastronomik akımlara (moleküler mutfak, füzyon mutfak ve yerel mutfak) yönelik gıda tüketim eğilimleri üzerine yapılan yeterli düzeyde çalışmanın bulunmadığı anlaşılmıştır. Daha önceden bu konuda yapılmış bir çalışmanın olmaması turizm ve yiyecek içecek işletmeleri ile turizm alanında karar verici konumda olan kamu ve özel sektör yöneticilerinin ileriye yönelik planlama yapmasını güçleştirirken, bu çalışmanın turistik ürün geliştirme ve tutundurma stratejilerinin belirlenmesi konusunda katkı sağlaması mümkündür. Ayrıca gastronomi alanında yapılan çalışmaların sayısının azlığı ve yeni

çalışmalar yapıyor olması düşünüldüğünde; moleküler mutfak, füzyon mutfak ve yerel mutfak gibi gastronomik akımlar konusunda alan yazında yazılmış kaynak eksikliği göze çarpmaktadır. Bu eksiklikten hareketle, bu çalışmanın alan yazındaki temel kaynaklardan biri olacağını söylemek mümkündür.

2.2. Araştırmanın Amacı

Tez çalışmasının; Türkiye'ye gelen ziyaretçiler örneğinde gastronomik akımlar bağlamında gıda tüketim eğiliminin incelenmesine yönelik bir dizi amacı bulunmaktadır. Bu amaçları tezin kuramsal amaçları ve tezin uygulamaya yönelik amaçları olmak üzere ikiye ayırarak değerlendirmek mümkündür.

Tezin kuramsal amaçlarından ilki; Mak, Lumbers ve Eves (2012), Mak, Lumbers, Eves ve Chang (2012), Kim, Eves ve Scarles (2009) ve Cohen ve Avieli'nin (2004) çalışmalarında belirttikleri üzere, turistlerin destinasyon deneyimleri üzerinde oldukça etkili olan gastronominin öneminin bilinciyle, Türkiye'ye gelen ziyaretçiler kapsamında gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimi belirlemektir. Böylece alan yazına katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

Yapılan alan araştırması sonucu elde edilen verinin gerek moleküler mutfak, füzyon mutfak ve yerel mutfak alanında faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerine, gerekse turizm planlaması bakımından kamu ve özel sektör yöneticilerine sağlıklı bilgiler sunacağı düşünülmektedir. Ayrıca, tez çalışmasından elde edilen verinin turistik ürün geliştirme ve tutundurma stratejilerinin belirlenmesi konusunda karar alıcılara yol gösterici bilgiler sunması da tezin uygulamaya yönelik amaçlarındandır.

2.3. Araştırmanın Önemi

Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin incelenmesi konusu; sınanabilir ve denetlenebilir veri elde edilebilme, kuramsal ve pratik katkı sağlama, henüz yeterince aydınlatılmamış konuları barındırma gibi özel ölçütler dikkate alındığında araştırılması olanaklı bir konu olarak araştırmacının ilgisini çekmiştir.

Gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin alan yazında daha önce araştırılmamış olması kuramsal olarak bir boşluğa işaret etmektedir. Bu araştırma ile elde edilen sonuçlar bu noktada alan yazındaki boşluğa katkı sağlaması açısından önemlidir. Kivela ve Crotts (2006: 374-376) ve Quan ve Wang (2004: 302-303) turistlerin gastronomik deneyimleri ile ilgili farklı kültürlerde yapılacak araştırmaların önemine vurgu yaparak araştırmacılara öneride bulunmuştur. Turistlerin gıda tüketimleri ile ilgili Mak vd. (2012), Kim vd. (2009) ve Mak vd. (2012), yapmış oldukları çalışmalarda farklı coğrafyalarda farklı

medeniyetlerden kişiler üzerinde yapılacak araştırmaların alan yazına zenginlik katacağını vurgulamışlardır. Kurti ve This (1994), Bahram (2001) ve This (2006), Türkiye’de araştırma konusu olarak yeni yeni ele alınmaya başlayan moleküler gastronomi ve moleküler mutfak kavramlarına daha fazla ilgi gösterilmesi, araştırmacıların konuya dikkatinin çekilmesi ve farklı değişkenlerle ele alınmasına katkı sağlanması açısından çalışmalar yapmışlardır.

Değişik yörelerin yemek pişirme teknik ve malzemelerinin bilinçli bir şekilde aynı tabakta karıştırılması, birleştirilmesi temeline dayanan, özgün, yaratıcı ve yenilikçi bir teknik olan füzyon mutfağının önemini Goldstein (2005) “füzyon kültürü ve füzyon mutfağı” isimli çalışmasında vurgulamıştır. Sandıkçı ve Çelik (2007), çalışmalarında füzyon mutfak uygulamalarının misafir memnuniyeti açısından önemini vurgulamışlardır. Dünya gastronomisindeki önemli akımlardan biri olan ve hatta ilk örneklerinin aslında Osmanlı saray mutfağı olduğunun iddia edildiği füzyon mutfağının ulusal ve uluslararası alan yazında şimdiye kadar pek ele alınmamış olması dikkat çekicidir (Pakman, 2014). Bu araştırma ile elde edilen sonuçlar bu noktada alan yazındaki boşluğa katkı sağlaması açısından son derece önemli olarak değerlendirilmektedir.

Yerel mutfak zenginliği ve çeşitliliği destinasyonda sunulan turistik ürünün önemli bir tamamlayıcısı olabileceğinden destinasyon imajının da oluşmasında etkin bir rol oynayabilmektedir (Seo, Yun ve Kim, 2014: 2). Bu nedenle, Okumuş, Cock, Scantlebury ve Okumuş’un (2013) da belirttiği üzere, destinasyonda yerel mutfağın varlığı ve çeşitliliği turistler için destinasyon seçiminde önemli bir çekicilik olarak görülmektedir. Yerel yiyeceklerin destinasyon seçimine etkisinin yanında yöresel yiyecek ve içecekler yerel kültürün turist tarafından algılanmasında önemli bir gereklilik olarak düşünülmektedir (Kim ve Eves, 2012: 1458). Alan yazında yerel mutfaklar ile ilgili çok çeşitli çalışmalar bulunmaktadır (Kim vd., 2009; Kim ve Eves, 2012; Phillips, Asperin ve Wolfe, 2013; Seo, Kim, Oh ve Yun, 2013). Bu çalışmalarda daha çok turistleri yerel yemek yemeye iten faktörler üzerinde durulmuştur. Ancak sınırlı sayıda çalışmada yerel yemek deneyimlerinin yarattığı sonuçlar üzerinde durulmaktadır. Bu çalışmada ise Türkiye’ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri incelenmiştir.

Moleküler mutfak, füzyon mutfak ve yerel mutfak kavramlarının ağırlıklı olarak 2000’li yıllarda üzerinde durulmaya başlanan yeni kavramlar olması ve farklı coğrafyalarda sınırlı sayıda çalışma olmasından dolayı bu araştırmanın alan yazına farklı bir coğrafyada yapılması sebebiyle katkı sağladığını söylemek mümkündür. Ayrıca araştırma bulgularından hareketle yiyecek içecek işletmeleri çalışanları, temsilcileri ve yöneticilerine getirilen öneriler, tez çalışmasının uygulamaya yönelik katkısını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, gerçek anlamda uygulamaya yönelik katkıdan bahsedebilmek için Türkiye’ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerine ilişkin ortaya çıkan sonuçların

öneminin yiyecek içecek işletmeleri çalışanları, temsilcileri ve yöneticileri tarafından doğru anlaşılması ve vurgulanan önerilerin uygulanması ile başarıya ulaşabileceği dikkate alınmalıdır.

Son olarak; tez çalışmasından elde edilen veriyle yiyecek içecek işletmeleri ile turizm alanında karar verici konumda olan kamu ve özel sektör yöneticilerine, turistik ürün geliştirme ve tutundurma stratejilerinin belirlenmesi konusunda fikir verici bir çalışma olması bakımından son derece önemli güncel bir kaynak olduğunu söylemek mümkündür.

2.4. Araştırma Soruları ve Hipotezler

Bu başlık altında, ilgili alan yazın incelemesine bağlı olarak oluşturulan hipotezler ile ilgili alan yazında yeterince irdelenmemiş noktaları içeren araştırma sorularına yer verilmektedir.

Hipotezler (H):

H₁: Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri demografik özelliklere göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₂: Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri seyahat özelliklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Araştırma Soruları (AS):

AS₁: Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri hangi düzeydedir?

AS₂: Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri destinasyondaki yeme-içme deneyimlerine göre farklılık göstermekte midir?

AS₃: Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri destinasyona seyahat memnuniyet düzeylerine göre farklılık göstermekte midir?

2.5. Araştırmanın Varsayımları

Araştırmalarda kanıtlanmasına gerek görülmeden doğru olarak nitelendirilen ve varsayım olarak tanımlanan bazı kabuller bulunabilir (Karasar, 2012: 71). Bu araştırma için kabul edilen varsayımlar aşağıda sıralanmaktadır;

a) Araştırmada kullanılan ölçekler, araştırmanın amacına uygun ve geçerlidir. Bu varsayımın desteklenmesi için araştırmada bizzat araştırmacı tarafından geliştirilen ölçekler kullanılmıştır.

b) Araştırmada kullanılan istatistiksel yöntem ve teknikler toplanan verinin analizi için uygundur.

c) Seçilen örneklem grubunun, araştırmaya veri sağlamada ve evreni temsil etmede yeterli olduğu varsayılmıştır.

d) Anketi cevaplayan katılımcıların ankette yer alan tüm soruları anladıkları, dürüstçe ve doğru olarak cevaplandıkları varsayılmıştır.

Bu varsayımın desteklenmesi için ankette yer alan ifadeler pilot araştırma kapsamında yabancı turistler ile kontrol edilmiş ve anlaşılmayan ifadeler düzeltilmiştir. Ayrıca anketi doldurmaya gönüllü olan turistlere kimliklerini ortaya çıkaracak sorular sorulmamıştır. Yüz yüze toplanan anketlerde ziyaretçiler, kimliklerinin gizli tutulacağı ve cevaplarının sadece bilimsel amaçlı kullanılacağı konusunda bilgilendirilmiştir.

2.6. Araştırmanın Sınırları

Tez çalışmasında, Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, öncelikle turizmde gıda tüketimi konusu irdelenmekte, ardından gastronomik akımlar çerçevesinde moleküler gastronomi ve moleküler mutfak, füzyon mutfak ve yerel mutfak akımları detaylıca açıklanmaktadır.

Tez çalışmasının uygulamaya yönelik sınırları aşağıda belirtilmektedir;

a) Araştırmanın evrenini, İstanbul Atatürk Havalimanı'ndan çıkış yapan ziyaretçiler oluşturmaktadır.

b) Anket formunun İngilizce dilinde hazırlanmış olması sebebiyle İngilizce dil yeterliliği olmayan ziyaretçiler kapsam dışı bırakılmıştır.

c) Analiz sonuçlarından hareketle, elde edilen bulgular Türkiye'ye gelen ziyaretçiler açısından yorumlanmaktadır.

2.7. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmalarda yapılmak istenen ancak çeşitli nedenlerle yapılması mümkün olmayan bazı sınırlılıklar bulunabilmektedir. Bu sınırlılıklar bazen araştırmacının kontrol ve etki alanının dışında olabileceği gibi bazen de fayda ve maliyet açısından uygun olmadığı için ortaya çıkabilir (Karasar, 2012: 73). Bu araştırmanın sınırlılıkları aşağıda belirtilmektedir;

a) Araştırma verisi gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimini ölçmek için geliştirilen *Likert* tipi ölçeklerden oluşan bir anket formuyla toplanmıştır. Dolayısıyla araştırma, anket ve *Likert* tipi ölçek kullanımının getirdiği tüm sınırlılıkları taşımaktadır. Verisi anket yöntemiyle toplanan araştırmaların en büyük sınırlılığı, kullanılan anket formunun araştırılan konu açısından tamlığı yani konuyla ilgili tüm soru veya ifadeleri kapsayıp kapsamadığıdır. Bu araştırmada ekonomik olması, çok sayıda veri toplama imkânı sağlaması, geniş kitlelere ulaştırılabilirliği (Ural ve Kılıç, 2011: 56) gibi nedenlerle veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır.

b) Elde edilen veri kişisel beyanlara dayalıdır. Katılımcılar kendilerine yöneltilen sorulara ideal olduğunu düşündükleri cevapları vererek gerçekte olanı yansıtmamış olabilirler.

c) Veri belirli bir zaman diliminde toplanmıştır. Farklı dönemlerde toplanacak veri ile farklı bulgular elde edilebileceği dikkate alınmalıdır.

d) Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem ekonomik olması ve zaman tasarrufu sağlaması bakımından tercih edilmiştir.

e) Araştırma Türkiye'nin herhangi bir yurt içi destinasyonunu ziyaret edip İstanbul Atatürk Havalimanı'ndan dönen yabancı ziyaretçiler örnekleminde yapıldığından, bulgular farklı gruplara genellenemez.

f) Turistler anketi doldurduğu sırada etkilenebilecekleri çevresel faktörlerin kontrol edilememesi araştırma bulgularını etkileyebilir. Araştırmacının, turistlerin anketi doldururken etkilenebileceği olası çevresel faktörler üzerinde kontrolü bulunmamaktadır.

2.8. Tanımlar

Gastronomi: İçinde barındırdığı tüm sanatsal ve bilimsel unsurlarla yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişme sürecinden başlayarak tüm özelliklerinin detaylı biçimde anlaşılması, uygulanması ve geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanması çalışmalarını içeren bir bilim dalıdır (Eren, 2007: 74).

Moleküler Gastronomi: Fizik, kimya ve biyoloji gibi pek çok bilim ile ilişki içerisinde olan ve mutfakta hazırlanan gıdaların özellikleri, oluşumu ve gelişimi ile ilgilenen çok disiplinli bir bilimdir (Linden, McClements ve Ubbink, 2008).

Moleküler Mutfak: Gıda maddelerinin ham halinden servis edilmesine kadar ana yapısını çok fazla değiştirmeden, kimyasal ve fiziksel değişimle lezzette ve dokuda farklılıklar yakalayarak sunulduğu mutfak akımıdır (This, 2009d).

Füzyon Mutfak: Farklı yörelerin yemek pişirme teknik ve malzemelerinin bilinçli bir şekilde aynı tabakta karıştırılması, birleştirilmesi temeline dayanan, özgün, yaratıcı ve yenilikçi bir teknik olan füzyon mutfağı, 1980'li yıllarda Batı teknikleri ile Uzakdoğu teknik ve malzemelerinin birleştirilmesi olarak ortaya çıkmıştır. Bu mutfak akımıyla özellikle misafirlerin "değişik bir şeyler yaşama" ve "rutin dışına çıkma" yönündeki beklentileri tatmin edilmektedir (Sandıkçı ve Çelik, 2007: 41-42).

Yerel Mutfak: Bir ulusun mutfağına ait yiyecek ve içeceklerin yanı sıra, hazırlanma, pişirilme, tüketilme, saklanma ve servis edilme yöntemleri, serviste kullanılan araç-gereçler, mutfağın konumu ve mutfak mimarisi, yemek törenleri ve bu çerçevede geliştirilen inanç ve uygulamalardan oluşan kendine özgü kültürel bir yapıdır (Durlu-Özkaya, 2009: 266).

3. ALAN YAZIN İNCELEMESİ VE KURAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde turizmde gıda tüketimi ve gastronomik akımlar konularına yer verilmekte ve bu konulara ilişkin alan yazın incelemeleri sunulmaktadır.

3.1. Turizmde Gıda Tüketimi

Gıdanın endüstriyel ürün haline gelmesi restoranın icadı ile başlamıştır. Restoran kelimesi Fransız yazar Antoine Furetiere (1708) tarafından *Dictionnaire Universel*'de "hasta ya da bitkin birine gücünü yeniden kazandırma özelliğine sahip yemek ya da ilaç" olarak tanımlanmaktadır (Spang, 2007: 11). Bu anlamda ilk restoran, 1765 yılında, XV. Louis döneminde Fransa'da, Boulanger tarafından sağlığa iyi geldiğini ve besleyici olduğunu iddia ettiği çorbaları sunduğu dükkânı açması ile kurulmuştur (Gürsoy, 2013: 51). Bu dönemde, çorba servisi yapan bu yerlerin tazelik ve dinçlik veren anlamında kullanılan "*restaurers*" kelimesiyle anılması sonucunda restoran kavramının da ortaya çıktığı ifade edilmektedir (Sarıışık ve Hatipoğlu, 2009).

18. yüzyıl lezzet ustalarından Brillant Savarin "restoran" kelimesini çikolata, et suyu ve kırmızı ete karşılık olarak belirtmiş ve bu kelime 19. yüzyılın sonlarına kadar bu anlamda kullanılmıştır (Brillat-Savarin, 1971). İlk restoranlar, kendilerinden önce var olan oteller, meyhaneler ve hanlardan farklı olarak insanların özel yemek odalarında yalnız yemek yedikleri daha temiz, lüks, rahat ve sessiz yerlerdi. 18. yüzyılın sonlarında bu hususi yemek odaları birkaç farklı bölüme ayrılarak odanın arka kısmı hızlı servis bekleyen aceleci yolculara, orta kısmı düzenli müşterilere ya da tabldota, geri kalan kısmı ise acelesi olmayan ve özenli yemek isteyen müşterilere hizmet vermeye başlamıştır (Bingöl, 2015: 23-24).

Genel anlamda gıda tüketimi gelişen toplumsal uygulamalardan oluşan içeriksel bir koleksiyon olarak kabul edilmekte ve eskiden olduğu gibi sadece insanlarla ilişki içerisinde yemek yemek değil, aynı zamanda sosyal, kültürel ve politik bir anlam da taşımaktadır (Oosterveer, 2006: 465). Bu bağlamda, son yıllarda giderek ticari faaliyetleri artan yiyecek ve içecek işletmeleri bireylerin hem biyolojik, hem psikolojik hem de sosyolojik ihtiyaçlarını karşılayarak tazelik kazanma ve yenilenme fırsatlarını elde ettikleri yerlerdir. Bu ihtiyaçlar ışığında dışarıda yemek yeme olgusunun günümüzde ekonomik gelişme, kadının iş hayatına girmesi ve çekirdek aile yapılarının da ortaya çıkmasıyla yiyecek içecek hizmetleri endüstrisinin giderek hızlı bir şekilde gelişmesine sebep olduğu belirtilmektedir (Özdemir, 2010).

İnsanların dışarıda yemek yeme alışkanlıklarının oluşmaya başlamasıyla birlikte, 20. yüzyılda yiyecek içecek endüstrisinde hareketlenmeler yaşanmış ve çeşitli mutfak akımları doğmuştur. Bu akımlardan ilki 1920'li yıllarda Amerikan sokak yiyeceği olarak bilinen *hot dog* arabalarının yaygınlaşması ile oluşan *fast food* akımıdır. Bu yıllarda Amerika'daki araba

sayısındaki artış ile arabaya servis (*drive-in*) restoranları ortaya çıkmıştır. Dünyanın ilk arabaya servis yapan *fast food* restoranı; 1948 yılında, San Bernardino, Kaliforniya'da Richard ve Maurice McDonald tarafından kurulmuştur. 1960'lı yıllarda arabaya servis restoranları müşterilerin içeride yemek yiyecekleri hızlı servis restoranlarına dönüşmüştür. Günümüzde de bu konseptte farklı isim ve büyüklüklerde *fast food* restoranları hizmet vermeye devam etmektedir (Özdoğan, Özdoğan ve Tütüncü, 2014: 1-3).

Diğer bir önemli akım; Carlo Petrini tarafından 1989 yılında kurulmuş bir hareket olan *slow food* akımıdır. Bu hareketin başlamasındaki ilk adım, Roma kentindeki *Piazza di Spagna*'da *McDonald's* restoranının açılmasına gösterilen tepkidir. Aynı zamanda, ortak kültürel ve gastronomik sürdürülebilirliği hedefleyen uluslararası bir akım olan *slow food*; yerel ürün ve üretim geleneklerinin sürdürülebilirliğini, yerel pişirme ve yeme geleneklerinin sürdürülebilirliğini, *slow food* mesajının yayılmasını ve eğlenmeyi amaçlamaktadır (Bucak, 2014: 21-22). *Slow food* akımı, amaçları bakımından ele alındığında günümüz mutfak akımlarından yerel mutfak akımının da destekçisi konumundadır. Bu bağlamda; *San Pellegrino* ve *AcquaPanna* sponsorluğunda, 2015 yılında dünyanın en iyi 50 restoranı olarak seçilen restoranların menüleri incelendiğinde (EK 1); yerel lezzetlerin yanında ağırlıklı olarak moleküler mutfak ve füzyon mutfak akımlarının etkisinde ürünlere yer verdikleri anlaşılmaktadır (*The Worlds 50 Best Restaurants*, 2015).

Moleküler mutfak; gıda maddelerinin ham halinden servis edilmesine kadar ana yapısını çok fazla değiştirmeden, kimyasal ve fiziksel değişimle lezzette ve dokuda farklılıklar yakalayan sunulmasıdır (This, 2009d). Örneğin; karnabaharlı ve ballı dondurma, *mojito* küresi, greyfurt havyarı gibi yiyecekler moleküler mutfak örnekleridir. Moleküler mutfak restoranları dünyada ağırlıklı olarak İspanya, Fransa, İtalya, İngiltere ve Amerika'da faaliyet göstermektedir (*Molecular Recipes*, 2016). Türkiye'de de özellikle İstanbul, Ankara, İzmir ve Antalya'da son yıllarda moleküler mutfak uygulamalarının yapıldığı restoranların sayısı gittikçe artmaktadır. Bu akımın her geçen gün daha çok ülkeye yayılacağı ve beraberinde yeni akımlara önderlik edeceği tahmin edilmektedir.

Farklı ulusların pişirme yöntemleri ve malzemelerini aynı tabakta bilinçli bir şekilde buluşturan; yenilikçi, özgün ve yaratıcı bir akım olarak nitelendirilen füzyon mutfak akımı; 1980'li yıllarda Batı teknik ve malzemeleri ile Uzakdoğu teknik ve malzemelerinin birleştirilmesi ile ortaya çıkmıştır (Sandıkçı ve Çelik, 2007: 42; Doğdubay, Girgin ve Giritlioğlu, 2007: 39). Dünya genelinde füzyon mutfağından menüler hazırlayan restoranların sayısı her geçen gün artmakta ve füzyon mutfak popülerliğini sürdürmektedir. Türkiye'de füzyon mutfak sunan restoranlar Türk mutfağından lezzetleri, genellikle Uzakdoğu, İtalya ve Fransa mutfaklarının lezzetleriyle harmanlayarak ortaya yeni yemekler çıkarmaktadırlar. Patlıcan

beğendili sufle, soya sütlü azuki fasulyeli muffin ile baharatlı ve ananaslı tiramisü füzyon mutfak örneklerindedir (Gioffre, 2010).

Turistler ziyaret ettikleri destinasyonlarda yerel mutfak okullarından eğitim almak, yöresel lezzetleri pişirip tatmak, festivallere katılarak yerel ürünleri denemek, şarap mahzenlerini ziyaret ederek yerel şarapları ve yerel sokak yiyeceklerini tatmak gibi yöntemler ile o destinasyonun yerel mutfağını tanıma imkânına sahip olmaktadır (Santich, 2004: 20-21). Örneğin, Türkiye'nin her yöresinde Türk mutfağının eşsiz lezzetlerinin sunulduğu yerel mutfak restoranları bulunmakta ve turistler bu restoranlardan hizmet alarak Türk mutfağının lezzetlerini tatma imkânı bulmaktadır.

Turizm alan yazınında gıda tüketimi; (a) sosyal üstünlük belirteci olarak (Chang, Kivela, ve Mak, 2010; Kim vd., 2009) ve (b) diğer yemek kültürlerini tanımak ve deneyimlemek için bir araç olarak (Chang vd., 2010; Molz, 2007) ele alınmaktadır. Diğer taraftan gıda tüketimi; vücut fonksiyonlarının yerine getirilmesi için gerekli olan temel besin değerlerini sağlamak için zorunlu bir etkinlik olarak da karşımıza çıkmaktadır (Richards, 2002: 4). Ayrıca, yemek yeme tüm duyu organlarının doyurulduğu ve turistlerin duyuusal zevk deneyimi yaşadıkları eşsiz bir turistik aktivitedir (Kivela ve Crofts, 2006: 355-360).

Alan yazın incelendiğinde turistlerin gıda tüketiminin son zamanlarda giderek artan araştırma konularından biri olduğu görülmektedir. Yapılan çalışmalarda; turistlerin gıda tüketim tercihlerini etkileyen faktörlerin destinasyon seçiminde ve destinasyon deneyiminde önemli bir rol oynayabileceği vurgulanmaktadır (Bessiere, 1998; Cohen ve Avieli, 2004; Hall ve Sharples, 2003; Hjalager ve Richards, 2002; Long, 2004; Quan ve Wang, 2004; Uriely, 2005; Kim, Eves ve Scarles, 2013). Turistlerin gıda harcamaları toplam turist harcamalarının üçte birini teşkil etmekte ve böylece turizm gelirinin önemli bir kısmını içermektedir (Hall ve Sharples, 2003; Telfer ve Wall, 2000).

Turistlerin gıda seçimi ve tercihleri; turizm ve yiyecek içecek işletmelerinin hizmetleri ile yerel gıda arzı üzerinde önemli bir etkiye sahip olmakla birlikte turizm talebini olumlu yönde etkileyen önemli bir itici güç olarak da kabul edilmektedir (Mak vd., 2012: 172). Örneğin, bu hususta, yerel gıda ürünlerinde ayırt edici bir özellik olarak menşei kullanılabilir (Telfer ve Wall, 2000; Torres, 2002; Torres, 2003) ve Alanya'da turistlerin dikkatini çekmek için muz şeklinde şişelerde muz likörü üretilip üzerine menşei yazılabilir.

Gıda tüketiminin turizm alanındaki öneminin yanı sıra sosyolojik açıdan da önemi bulunmaktadır (Cohen ve Avieli, 2004). Küreselleşme süreci devam ederken gıda üretimi ve tüketimi hakkında derinlemesine değişimleri de beraberinde getirmiştir (Oosterveer, 2006; Wilhelmina, Joost, George, ve Guido, 2010). Çok sayıda çalışma; turizmde gıda tüketiminin küreselleşmeden etkilendiğini vurgulamaktadır (Hall ve Mitchell, 2002a; Richards, 2002; Torres, 2002). Kültürel emperyalizm ve McDonaldlaşma'nın etkisi ile küresel mutfaklar

oluşmakta (Tomlinson, 2007; Xue, 2009; Ritzer, 1983) ve bu durum yerel gastronomik kimliği ve imajı olumsuz yönde etkilemektedir (Fox, 2007; Harrington, 2005). Bu bağlamda Kapadokya'nın göz bebeği Nevşehir'in Avanos ilçesinde *McDonald's* restoranının faaliyete geçmesinin yerel gastronomik kimliğe ve imaja zarar verebilme ihtimali buna örnek olarak verilebilir.

Diğer taraftan küreselleşmenin yerel gastronomik ürünler ve kimliği yeniden keşfetmek adına ivme sağlayıcı olduğunu savunan çalışmalar da bulunmaktadır. Torres (2002) çalışmasında, etnik yemeklerin çeşitliliğinin daha geniş bir alana yayıldığını ve bu eğilim ile yerel özellikli ürünler ve yerel mutfaklara olan talebin arttığını savunmaktadır. Diğer bir çalışmada Ram (2004), İsrail'de McDonaldlaşmanın yerel lezzetlerin sonunu getirmediğini aksine bunun canlanmasına katkısı olduğunu tespit etmiştir. Bu duruma Şef Hüseyin Özer'in Türkiye'deki yerel mutfak sunan ilk restoranı "Sofra Restoran"ı açmasından sonra İngiltere'de dört şube daha açarak Türk mutfağının lezzetlerini farklı coğrafyalara taşımamasını örnek olarak göstermek mümkündür.

Yapılan alan yazın incelemesinden hareketle, turizmde gıda tüketimi konusunun çok yönlü olarak incelenmesi gerektiği anlaşılmıştır. Bu doğrultuda öncelikle; (a) küreselleşme, yerelleşme ve küreyerelleşme ile turizm sektörü arasındaki ilişki, (b) küreyerelleşmenin turistlerin gıda tüketimi üzerindeki etkileri, (c) gıda tüketim davranışı ve (d) turistlerin gıda tüketimini etkileyen faktörler ortaya konmuş ve ardından turizmde gıda tüketimi ile ilgili yapılan alan yazın incelemesine yer verilmiştir.

3.1.1. Küreselleşme ve Turizm Sektörü

Turizm sektörü, küreselleşmeden büyük ölçüde beslenmektedir. Dünyanın değişik bölgelerinden pek çok turist bir noktadan bir noktaya çeşitli sebeplerle seyahat etmekte ve uluslararası alanda hizmet veren otel ve yiyecek içecek işletmelerinden faydalanmaktadır. Turizm sektörüne ve turizm sektörü ile ilgili diğer sektörlerle etki eden küreselleşme, derinlemesine incelenmesi gereken bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Genç, 2014: 26).

Küreselleşme, "ülkeler arasındaki ekonomik, siyasi, sosyal ilişkilerin yaygınlaşması ve gelişmesi, ideolojik ayrımlara dayalı kutuplaşmaların çözülmesi, farklı toplumsal kültürlerin, inanç ve beklentilerin daha iyi tanınması, ülkeler arasındaki ilişkilerin yoğunlaşması gibi farklı görünen ancak birbirleriyle bağlantılı olguları içeren, bir anlamda maddi ve manevi değerlerin ve bu değerler çerçevesinde oluşmuş birikimlerin milli sınırları aşarak dünya çapında yayılması" olarak tanımlanmaktadır (Karluk, 1998'den aktaran Emekli, İbrahimov ve Soykan, 2006: 2).

Bu tanımdan hareketle küreselleşme ile ulusların birbirleri ile bütünleştiğini ve sınırların ortadan kalktığını söylemek mümkündür. Ayrıca dünya genelindeki liberalleşme,

özelleştirme, finansal çalkantılar, hızlı teknolojik gelişmeler, otomasyon, ulaşım ve bilgi teknolojilerindeki değişimler ve göç gibi oluşumlar da küreselleşmenin etkilerini arttırmaktadır. Küreselleşmenin turizm sektörü üzerindeki etkilerini ekonomik, sosyal ve teknolojik açılarından ele almak mümkündür (Genç, 2014: 27-29; İstanbullu Dinçer, Çakmak, Küçükali ve Cor, 2015-28-29):

a) *Ekonomik Etkiler ve Müşteri Odaklılık*: Turizm sektöründe iş olanaklarının artmasıyla birlikte personel sayısı da artış göstermiş, ayrıca küreselleşme ve rekabetin etkisi ile turizm sektöründe sunulan hizmetler “müşteri odaklılık” ilkesine göre şekillenmiştir.

b) *Sosyal Değişimler ve Kültürel Çeşitlilik*: Küreselleşme insanlararası iletişimi kolaylaştırmış ve bu durum coğrafi sınırların aşılmasını sağlamıştır. Dünyada gelir dağılımındaki eşitsizliğe bağlı olarak oluşan farklı sosyal sınıfların çatışmaları, terörizm, savaşlar ve salgın hastalıklar gibi koşullar insanların seyahat motivasyonlarının yeniden şekillenmesine neden olmuş ve güvenlik konusu birincil öneme sahip olmuştur.

c) *Teknolojik Değişimler ve Hızlı İletişim*: Bilgi teknolojileri, ulaşım ve iletişim teknolojileri, sınırlar arası iletişimin kolaylığı gibi teknolojik gelişmeler turist sayısının artmasında etkili olmuştur. Bu teknolojik gelişmeler, işletmeler ve müşteriler adına çok önemli faydalar sağlamıştır.

3.1.2. Yerelleşme ve Turizm Sektörü

Dünyada küreselleşme ile ülkeler arasında ekonomik sınırlar ortadan kalkarken, bölgesel bütünleşme hareketleri ile yerelleşme olarak ifade edilebilecek bir değişim daha yaşanmaktadır (Kozak ve Güçlü, 2003: 1). Turizmin küreselleşmesi karşısında yerini alan yerelleşme yaklaşımı; küreselleşmenin beraberinde getirdiği etkilerin, ulusal, bölgesel ve yerel unsurlar üzerindeki etkilerine yoğunlaşmaktadır. Yeni turist eğilimlerinde; (a) yerel kültür ve doğanın keşfedilmesi, (b) denenmemişi deneme ve (c) egzotik ortamlarda tatil yapma gibi isteklerin artması, turizmde yerelliğin önemini arttırmıştır. Özellikle gastronomi turizmi, eko turizm, kültür turizmi ve kırsal turizmin günümüzde bu denli tercih edilmesinin ardında bu yönelimler yatmaktadır (Emekli vd., 2006: 4).

Yerelleşme yaklaşımının önemli parametreleri olarak; yerel halkın yaşantısı, dini, sosyal ve kültürel özelliklerini saymak mümkündür. Uluslararası işletmelerin otantik mekân tasarımları, yerel gastronomik ürünler üretmesi ve sunması yerelleşmenin turizmde hayata geçirilmesine örnek olarak verilebilir (Çavuşgil ve Küçükaltan, 2009: 1043). Ancak bir çelişki olarak, yerelin tanıtımında küresel iletişim teknolojilerinden yararlanıldığı ve ulaşımında küresel olanaklara başvurulduğu da bir gerçektir (Emekli vd., 2006: 4).

3.1.3. Küreyerelleşme ve Turizm Sektörü

Son yıllarda dünyada küreselleşmenin yarattığı olumsuz etkiler küreselleşme sürecine karşı yerelleşme oluşumunu doğurmuş, ancak küreselleşme karşıtı bu oluşum küreselleşmenin olumsuz yanlarını düzeltmemekle birlikte bu etkileri durduramamıştır. Çavuşgil ve Küçükaltan (2009: 1044), her krizin aslında bir fırsat olduğunu ve eğer küreselleşme bir kriz ise bu krizi fırsata çevirecek önemli bir adımın da yerelleşme olduğunu vurgulamışlardır. Söz konusu bu durum, İngilizce dilindeki küreselleşme (*globalization*) ve yerelleşme (*localization*) kelimelerinin birleşmesiyle oluşturulmuş “küreyerelleşme” (*glocalization*) kavramını ortaya çıkarmıştır.

Robertson'a (1995) göre küreyerelleşme; yerel olanın küresel olana karşı direnmesi şeklinde değerlendirilmemeli, buna karşılık yerel olan ile küresel olanın birlikte işlediği bir süreç olarak değerlendirilmeli ve ayrıca içinde yerelliğin keşfini taşımalıdır. Bu bağlamda küreyerelleşme kavramı, küresel düşün yerel hareket et “*think global act local*” sloganıyla dünyada geniş çapta kullanılmakta ve akademisyenler tarafından da tartışılmaktadır (Çavuşgil ve Küçükaltan, 2009: 1044). Küreyerelleşme kavramı turizm sektöründe; küresel turizm pazarında destinasyon rekabetçiliğinde yerel değerlerin kullanılması (Dredge ve Jenkins, 2003) ve turist rehberlerinin küresel teknolojileri kullanarak yerel unsurları tanıtması (Salazar, 2005) açılarından ele alınmıştır.

Ayrıca Dünya Bankası (*World Bank Institute*) ve Küreyerel Forum (*Glocal Forum*) tarafından 2003 yılında İtalya'nın başkenti Roma'da gerçekleştirilen projede küreyerelleşme ve turizm ilişkisi için bir politika taslağı oluşturulmuş ve dört temel alanda öneriler sunulmuştur. Uluslararası yatırımcılar tarafından desteklenen, yerel otoritenin kontrolünde, yerel halkın istihdam edildiği ve yerel kültür unsurlarının turizmi geliştirme amaçlı kullanımını hedefleyen bu öneriler; (a) küreyerel turizm yatırım bölgeleri, (b) şehirden şehre turizm ve barış inşası, (c) şehirden şehre turizm ve ekonomik gelişim ve (d) kültür-hassas küreyerel turizm başlıkları altında irdelenmiştir (CERFE Group, 2015; Çavuşgil ve Küçükaltan, 2009: 1047). Bu incelemelerden hareketle, küreyerelleşmenin; turizm sektöründe küresel gelişmelerin takip edilip kullanılması, yerel değerlerin desteklenmesi ve korunması ile farklılıkları belirlemek ve öne çıkarmak suretiyle özellikle turizm pazarlamacılarına olumlu yönde çıkarımlar sağlayabileceği yorumunu yapmak mümkündür.

3.1.4. Küreyerelleşmenin Turizmde Gıda Tüketimine Etkisi

Dünya kültür teorisi anlayışı küreselleşmenin destinasyonlardaki mutfak arzına etkisini açıklayan makro bir çerçeve çizmektedir (Robinson, 2007: 139). Bu çerçevede küreyerelleşme; küreselleşme ve yerelleşme arasındaki bir süreç olarak görülmektedir (Robertson, 1995: 25).

Küreselleşme bir taraftan mutfak arzına katkıda bulunurken; diğer taraftan küreselleşme ve yerelleşme arasındaki ilişki, üretimde çeşitliliğe neden olmaktadır (Hall, Mitchell, Scott, ve Sharples, 2008; Hall ve Sharples, 2008). Küreselleşme sadece destinasyonlardaki mutfak arzını değil, aynı zamanda turizmde gıda tüketimini de etkilemektedir. Küreselleşme, tüketici davranışlarında değişime neden olarak turizmde gıda tüketimini de etkilemektedir (Richards, 2002).

Ayrıca yerelleşmenin gücü de tüketici tercihlerinde farklılaşmaya, turizmde gıda tüketiminde de ayrışmaya neden olmaktadır. Buna göre, turizmde gıda tüketiminin benzerlik ve ayrışma arasındaki ilişkiden etkilendiğini söylemek mümkündür. Mak vd.'in, (2012) destinasyonlardaki mutfak arzının küreyerelleşmesinin ve turizmde gıda tüketimindeki çeşitliliğin turistlerin gıda tüketimine etkisini açıklayan modelini altı aşamada açıklamak mümkündür (Şekil 3.1).

İlk olarak, küreselleşme gıda tüketiminde benzerliğe neden olmakta ve gıda tüketiminde benzerlik de küreselleşmeyi desteklemektedir. Bu yüzden bu ilişkinin karşılıklı olduğunu söylemek mümkündür. Benzer şekilde yerelleşme gıda tüketiminde ayrışmaya neden olmakta ve ayrışma da yerelleşmeyi desteklemektedir. İkincisi, küreselleşme ve yerelleşme destinasyonlardaki mutfak arzına etki etmektedir.

Üçüncüsü, destinasyonlardaki mutfak arzının küreyerelleşmesinin sırasıyla küreselleşmeye ve yerelleşmeye dolaylı etkide bulunması beklenmektedir. Örneğin; Hong Kong'da İngiliz tarzı çay taze süt yerine buharlaştırılmış süt kullanılarak yeni bir tarzla Hong Kong tarzı çaya dönüşmüştür. Diğer yaygın içecek olan "yuan-yang" ise yerel kahvelerin bir karışımı iken çay ve kahve karışımının demlenmesiyle içilen bir içeceğe dönüşmüştür (Hong Kong Turizm Kurulu, 2015). Her iki içecek hem yerel halk hem de turistler için kullanılan küreyerelleşmiş içeceğe dönüşmüştür. Bu çeşit küreyerelleşmiş mutfak ürünleri sadece turizmde mutfak arzını etkilememekte aynı zamanda yerel mutfak kültürünü ve kimliğini de dolaylı yoldan etkilemektedir.

Dördüncüsü, gıda tüketiminde benzerlik ve ayrışma turizmde gıda tüketiminde çeşitliliğe neden olmaktadır. Beşincisi, turizmde gıda tüketimindeki çeşitliliğin dolaylı olarak gıda tüketiminde benzerlik veya ayrışmaya etkide bulunması beklenmektedir. Örneğin; bazı yiyecek içecek işletmeleri turistlerin taleplerini karşılamak için menülerinde düzenlemelere ve değişikliklere gitmektedirler (Telfer ve Wall, 1996). Yiyecek içecek işletmelerindeki bu değişiklikler zamanla yerel toplumun damak tadını ve tüketimini etkileyebilmektedir. Örneğin *McDonald's* restoranı Avanos'ta açılan ilk uluslararası *fast food* işletmesi olmuştur. Görünüşe göre Avanos'ta çeşitlilik arayan turistlerin talebini karşılamak amacıyla yerel mutfak sunan işletmelere alternatif olarak açılmıştır. Bu nedenle turizmde gıda tüketimindeki çeşitlilik, yerel halkın damak tadı ve tüketim alışkanlıklarını etkileyebilir.



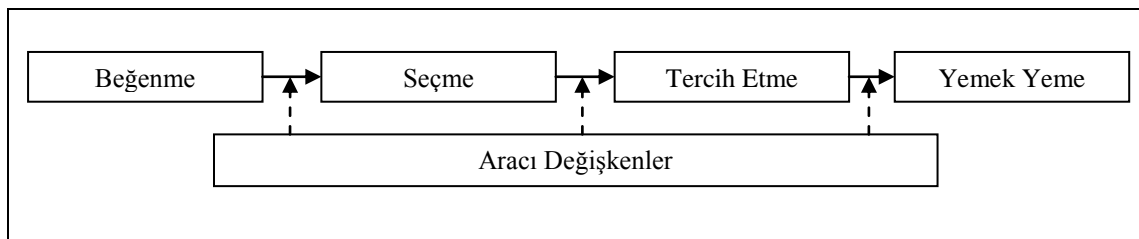
Şekil 3.1. Küreselleşmenin Turizmde Gıda Tüketimine Etkisi

Kaynak: Mak, A. H., Lumbers, M., ve Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 171-196.

Son olarak; destinasyonlardaki mutfak arzının küreyerelleşmesi ile turizmde gıda tüketimindeki çeşitlilik arasında karşılıklı bir ilişki söz konusudur. Örneğin; “küreyerelleşme” birçok turist için “farklılık” ve “yenilik” arayan bir ilginin artmasına yol açabilir ve bu durum da füzyon mutfak ve moleküler mutfak gibi gastronomik akımlara menülerinde yer veren yiyecek içecek işletmeleri açısından bir fırsata dönüştürülebilir. Öte yandan, “sembolik” boyutu dikkate alındığında, turistlerin arama arzusu destinasyon pazarlamacıları ve mutfak tedarikçilerinin yerel mutfak ve kimliklerinin yeniden keşfedilmesi ve yeniden yapılandırılması konusunda daha fazla ivme sağlayabilir.

3.1.5. Turizmde Gıda Tüketim Davranışı

Gıdaları “beğenme”, “seçme”, “tercih etme” ve “yeme” kavramları gıda tüketim davranışı ile örtüşen ancak tam olarak eş değer olmayan kavramlardır. Rozin (2006: 24) bu kavramlar arasındaki ilişkileri çok kısa ve öz olarak “beğenme seçmenin ve tercih etme de yemek yemenin önemli bir belirleyicisidir, ancak pek çok aracı değişkenin de etkisi vardır” şeklinde açıklamaktadır. Rozin (2006) tarafından açıklanan bu ilişki zinciri Şekil 3.2’de gösterilmektedir.



Şekil 3.2. Gıda Tüketim Davranışı

Kaynak: Rozin, P. (2006). The integration of biological, social, cultural and psychological influences on food choice. *Frontiers in Nutritional Science*, 3, 19.

Gıda tüketim davranışı üzerinde doğrudan ya da dolaylı etkiler ortaya yansıtan aracı değişkenler alan yazında “bireysel” (turistlerin gıda tüketimi), “gıda” (destinasyondaki mutfak arzı) ve “çevresel” (destinasyon çevresi) olmak üzere üç kategoride ele alınmaktadır (Mak vd., 2012). Bireysel kategori; turistlerin gıda tüketimini etkileyen faktörleri, gıda kategorisi; destinasyondaki mutfak arzını ve çevresel kategori; destinasyon çevresini kapsamaktadır.

Bu üç kategori içerisinde birey ile ilgili olan turistlerin gıda tüketimini etkileyen faktörlerin son derece önemli olduğu kabul edilmektedir (Rozin, 2006). Bu bağlamda turizmde gıda tüketimi ile ilgili alan yazın incelemesi neticesinde önemli konular ile bu konularda gerçekleştirilen çalışmalar detaylıca irdelenmiş, turizmde gıda tüketimini açıklayan bu üçlü çerçeveden esinlenerek gruplandırılmış ve Tablo 3.1'de tek bir çerçeve altında gösterilmiştir.

Tablo 3.1'deki çerçeveden hareketle, öncelikle turistlerin gıda tüketimini etkileyen faktörler konusu ele alınmış, ardından destinasyondaki mutfak arzı ve destinasyon çevresine ilişkin alan yazın ayrı başlıklar altında sunulmuştur.

3.1.5.1. Turistlerin Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörlere İlişkin Alan Yazın

Turizmde gıda tüketimi konusunda önemli olarak görülen turistlerin gıda tüketimine etki eden faktörler konusu; kültürel ve dini faktörler, sosyo-demografik faktörler, gıda ile ilgili kişisel özellikler, teşhir etkisi ile geçmiş deneyimler ve motivasyon faktörleri olmak üzere beş farklı kategoride ele alınmaktadır.

a) Kültürel ve Dini Faktörler: Kültür; insan gruplarının belirli durumlar karşısında sergiledikleri özellikler, tutumlar, davranışlar ve değerler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Hofstede, 1981: 23). Hofstede (1981) kültürün yemek yeme alışkanlıkları dâhil yaşamının bütün evreleri üzerinde etkisi bulunduğunu ve aynı zamanda kültürün bir kişinin yemek için uygun gördüğü gıdaları etkileyen önemli bir belirleyici olduğunu vurgulamaktadır. Dini inançlar da tıpkı kültür gibi gıda seçimi ve tüketimini etkileyen önemli belirleyiciler olarak kabul edilmektedir. Dini inançların gıda tüketimi üzerinde; (a) bazı gıdaların yenmemesi (İslam, Musevilik), (b) bazı hazırlama yöntemlerinin olması (helal, koşer) ve (c) oruç tutmak (ramazan) gibi etkileri bulunmaktadır.

Tablo 3.1. Turizmde Gıda Tüketimi ile İlgili Önemli Konular ve Çalışmalar

TURİSTLERİN GIDA TÜKETİMİ		DESTİNASYONDAKİ MUTFAK ARZI		DESTİNASYON ÇEVRESİ	
ETKİLİ FAKTÖRLER	ÖNEMLİ ÇALIŞMALAR	İLGİLİ KONULAR	ÖNEMLİ ÇALIŞMALAR	İLGİLİ KONULAR	ÖNEMLİ ÇALIŞMALAR
Kültürel ve Dini Faktörler Kültür Ulusal Kültür Turist'in Kendi Mutfak Kültürü Kültürel Mesafe Lezzet İlkeleri Temel Gıdalar Dini İnanışlar Alışkanlık	Hofstede, 1981 Sheldon ve Fox, 1988 Pizam ve Sussmann, 1995 March, 1997 Torres, 2002 Pollard, Kirk ve Cade, 2002 Hassan ve Hall, 2003 Tse ve Crofts, 2005 Rozin, 2006 Chang, Kivela ve Mak, 2010 Chang, Kivela ve Mak, 2011	Duyusal Nitelikler Lezzet Aroma Doku Görünüm Özgünlük Çekicilik (Cazibe) Koku	Wang, 1999 Inman, 2001 Prescott, Young, O'Neill, Yau ve Stevens, 2002 Pollard, Kirk ve Cade, 2002 Cohen ve Avieli, 2004 Fox, 2007 Hall, Mitchell, Scott ve Sharples, 2008 Chang, Kivela ve Mak, 2011 Kim ve Eves, 2012 Kim, Eves ve Scarles, 2013	Gastronomik İmaji ve Kimlik	Fields, 2002 Harrington, 2005 Fox, 2007 Hall ve Sharples, 2008 Sims, 2009 Hall, Mitchell, Scott ve Sharples, 2008 Harrington ve Ottenbacher, 2010
Sosyo-Demografik Faktörler Sosyo-ekonomik Statü Demografik Statü Sosyal Sınıf Sosyal İşaretleyici Olarak Gıda Kültürel Sermaye Milliyet Fiyat	Barthes, 1975 Sheldon ve Fox, 1988 Pizam ve Sussmann, 1995 Furst, Connors, Bisogni, Sobal ve Falk, 1996 Torres, 2002 Prescott, Young, O'Neill, Yau ve Stevens, 2002 Pollard, Kirk ve Cade, 2002 Hassan ve Hall, 2003 Tse ve Crofts, 2005 Pliner ve Salvy, 2006 Rozin, 2006 Chang, Kivela ve Mak, 2011	Gıda İçeriği Malzemeler Lezzetlendiriciler Baharatlar Katkı Maddeleri	Furst, Connors, Bisogni, Sobal ve Falk, 1996 Prescott, Young, O'Neill, Yau ve Stevens, 2002 Richards, 2002 Kearney, 2010	Pazarlama İletisimi İnternet Broşürler Rehber Kitaplar TV Programları Turist Rehberlerinin İletisimi	Fields, 2002 Pollard, Kirk ve Cade, 2002 Hjalager, 2003 Okumuş, Okumuş ve McKercher, 2007 Galloway, Mitchell, Getz, Crouch ve Ong, 2008 Surenkok, Baggio ve Corigliano, 2010 Ardabili, Rasouli, Draynai, Molaie ve Sharegi, 2011 Chang, Kivela ve Mak, 2011 Okumuş ve Çetin, 2015
Gıda ile İlgili Özellikler Gıdada Yenilik Korkusu Gıdada Yenilik Arayışı Çeşitlilik Arayışı Kimlik Oluşumu Kilo Kaygısı Ölçülü Yeme Tokluk Hissi Sağlık Kaygısı Aşinalık Etik Kaygılar Ruh Hali Kişisel İdeoloji	Fischler, 1988 Kahn, 1995 Ratner, Kahn ve Kahneman, 1999 Meiselman, Mastroianni, Buller ve Edwards, 1999 Inman, 2001 Prescott, Young, O'Neill, Yau ve Stevens, 2002 Pollard, Kirk ve Cade, 2002 Au ve Law, 2002 Ritchey, Frank, Hursti ve Tuorila, 2003 Cohen ve Avieli, 2004 Quan ve Wang, 2004 Tse ve Crofts, 2005 Shenoy, 2005 Pliner ve Salvy, 2006 Oosterveer, 2006 Rozin, 2006 Molz, 2007 Wadolowska, Zielinska ve Czarnocinska, 2008 Kim, Eves ve Scarles, 2009 Chang, Kivela ve Mak, 2011 Kim ve Eves, 2012 Kim, Eves ve Scarles, 2013	Gıda/Mutfak Tipi Mutfak Mirası Yerel Mutfak Füzyon Mutfak Moleküler Mutfak Bölgesel Mutfak Yerel Gelenekler Anlam İfade Etm	Telfer ve Wall, 1996 Bessiere, 1998 Telfer ve Wall, 2000 Hjalager ve Richards, 2002 Hall ve Mitchell, 2002b Au ve Law, 2002 Du Rand, Heath ve Alberts, 2003 Cohen ve Avieli, 2004 Ryu ve Jang, 2006 Fox, 2007 Sims, 2009 Sims, 2010 Kim ve Eves, 2012 Bessiere ve Tibere, 2013 TURSAB, 2015 Frisvoll, Forbord ve Blekesaune, 2016	Destinasyon Denevimi	Hall ve Sharples, 2003 Quan ve Wang, 2004 Cohen ve Avieli, 2004 Uriely, 2005 Kivela ve Crofts, 2005 Ryu ve Jang, 2006 Galloway, Mitchell, Getz, Crouch ve Ong, 2008 Kivela ve Crofts, 2009 Blakey, 2012 Bessiere ve Tibere, 2013 Frisvoll, Forbord ve Blekesaune, 2016
Teşhir Etkisi ve Geçmiş Denevimi Teşhir Etkisi Geçmiş Denevimi Geçmiş Ziyaret Küreselleşme Yerelleşme Küreyerelleşme	Öbermiller, 1985 Lang, 1999 Hall ve Mitchell, 2002a Richards, 2002 Stein, Nagai, Nakagawa ve Beauchamp, 2003 Cohen ve Avieli, 2004 Ram, 2004 Ritzer, 1983 Tse ve Crofts, 2005 Ryu ve Jang, 2006 Rozin, 2006 Molz, 2007 Chang, Kivela ve Mak, 2010 Willhelmina, Joost, George ve Guido, 2010 Mak, Lumbers ve Eves, 2012 Frisvoll, Forbord ve Blekesaune, 2016	Gıda Çeşitliliği Ulaşılabilir Türler Çeşitlilik Alternatifler	Telfer ve Wall, 1996 Prescott, Young, O'Neill, Yau ve Stevens, 2002 Pollard, Kirk ve Cade, 2002 Richards, 2002 Au ve Law, 2002 Cohen ve Avieli, 2004 McKercher, Okumuş ve Okumuş, 2008 Mak, Lumbers ve Eves, 2012	Destinasyonun Gelişimi	Sheldon ve Fox, 1988 Bessiere, 1998 Fields, 2002 Sparks, Bowen ve Klag, 2003 Long, 2004 Kivela ve Crofts, 2005 Galloway, Mitchell, Getz, Crouch ve Ong, 2008 Sanchez-Canizares ve Lopez Guzman, 2012
Motivasyon Faktörleri Turist Motivasyonu Sembolik Zorunluluk Zıtlık Genişleme Zevk	Richards, 2002 Long, 2004 Ignatov ve Smith, 2006 Rozin, 2006 Galloway, Mitchell, Getz, Crouch ve Ong, 2008 Kim, Eves ve Scarles, 2009 Chang, Kivela ve Mak, 2010	Pisirme Yöntemleri Fiyat, Değer ve Kalite	Richards, 2002 Chang, Kivela ve Mak, 2011 Telfer ve Wall, 1996 McKercher, Okumuş ve Okumuş, 2008	Hizmet Sunumu Beklenen Hizmet Kalitesi Memnuniyet Ağızdan Ağıza Duyurum Yöneticilerin Yeterlikleri	Torres, 2003 Hall ve Sharples, 2008 Sims, 2009 Blakey, 2012 Torres, 2002 Torres, 2003 Hall ve Sharples, 2008 Hall, Mitchell, Scott ve Sharples, 2008 Sims, 2009 Blakey, 2012 Bessiere ve Tibere, 2013 Sheldon ve Fox, 1988 Nield, Kozak ve LeGrys, 2000 Scarpato, 2002 Hjalager, 2003 Ardabili, Rasouli, Draynai, Molaie ve Sharegi, 2011 Chang, Kivela ve Mak, 2011
		Gıda Ağları	Hall ve Mitchell, 2002b Telfer ve Wall, 1996	Bağlamsal Etkiler Zaman Yer Kişinin Kiminle Olduğu Hizmet Alanı Çevreyi Oluşturan Fiziksel Etmenler Mevsimsellik Mevsim Bölgenin Sıcaklığı	Pollard, Kirk ve Cade, 2002 Kim, Eves ve Scarles, 2009 Cohen ve Avieli, 2004 Harrington, 2005

Kaynak: Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A., ve Chang, R. C. (2012). Factors influencing tourist food consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 928-936. çalışmadaki turizmde gıda tüketimini açıklayan üçlü çerçeveden esinlenerek yapılan alan yazın incelemesi sonucunda geliştirilmiştir.

Bu dini uygulamalar ve kısıtlamalar sadece evde gıda tüketiminde değil aynı zamanda turizmde gıda tüketiminde de istikrarlı ve sağlam yemek alışkanlıklarının oluşmasına neden olabilmektedir (Hassan ve Hall, 2003). Örnek olarak Müslüman turistler açısından İslam dininin

helal ve haram öğretileri gıda tüketimi davranışı konusunda son derece önem arz etmekte ve hatta Müslümanlar yabancı destinasyonlara yolculuk ettiklerinde bile helal yemek arayışı içerisine girmektedirler (Mak vd., 2012: 930).

Turizm alan yazınında kültür ve dini inançların gıda tüketimi üzerine etkisi üzerine yapılmış pek çok çalışma bulunmaktadır (Pizam ve Sussmann, 1995; March, 1997; Sheldon ve Fox, 1988; Torres, 2002; Cohen ve Avieli, 2004; Chang vd., 2011; Hassan ve Hall, 2003; Cohen ve Avieli, 2004; Rotkovitz, 2004). Örneğin, Sheldon ve Fox (1988), Hawaii'de tatillerini geçiren Japon turistlerin Amerikalı ve Kanadalı turistlere nazaran kendi mutfak kültürleri haricindeki yeni mutfak türlerine yönelik eğilimlerinin daha az olduklarını belirtmektedir. Hassan ve Hall (2003), dini inançların Yeni Zelanda'yı ziyaret eden Müslüman turistlerin gıda tüketimi üzerindeki etkilerini inceledikleri çalışmada Müslüman turistlerin %82.2'sinin helal gıda arayışı içerisinde olduğunu ve %39.6'sının Yeni Zelanda'da helal gıda bilincine sahip işletmelerin sayısının azlığından dolayı kendi yemeğini kendisinin hazırladığını ortaya koymuştur. Diğer bir çalışmada, Cohen ve Avieli (2004: 760), tur sırasında birçok İsraili turistin koşer olmayan gıdalardan kaçınarak dinlenme eğiliminde olduğunu ve özellikle hijyen ve kültürel açıdan kabul edilemez gıdalar (kedi, köpek ve sürüngenlerin etleri gibi) konusunda son derece endişeli olduklarını belirtmişlerdir. Diğer taraftan Rotkovitz (2004), çalışmasında koşer gıda yiyen turistlerin tatillerde yeni gıdalara ve yemek kültürlerine açık olduklarını vurgulamaktadır.

b) Sosyo-Demografik Faktörler: Sosyo-demografik faktörler yaygın olarak bir bireyin sosyo-ekonomik ve demografik durumunu yansıtmak için yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, meslek ve hane geliri gibi göstergelerini içermektedir. Kültür ile yakından ilgili olarak sosyo-demografik faktörler gıda tüketiminin içinde kültür belirleyicileri olarak sosyo-ekonomik ve demografik değişkenleri kapsamaktadır. Birçok gıda tüketim araştırmasında, sosyo-demografik faktörler önemli değişkenler olarak kabul edilmektedir (Furst, Connors, Bisogni, Sobal ve Falk, 1996). Özellikle yaş, cinsiyet ve sosyal statü gıda tercihlerinde farklılıkların mukayesesi için önemli olarak gösterilmektedir. Turizm alan yazınından elde edilen bulgular turizmde gıda tüketiminin sosyo-demografik faktörler tarafından etkilenmiş olabileceğini düşündürmektedir. Örneğin, Tse ve Crofts (2005) çalışmalarında turistlerin yaşı ile yeni mutfakları keşfi arasında olumsuz yönde ilişki olduğunu vurgulamaktadır. Bu bulgu yaşlı turistlerin yeni mutfak türlerini denemek konusunda daha az eğilimli olduklarını göstermektedir. Kim vd. (2009), turistlerin yerel gıda tüketimini etkileyen üç sosyo-demografik değişken olarak cinsiyet, yaş, eğitim durumunu tespit etmişlerdir. Özellikle kadınların yerel gıda tatma konusunda daha fazla ilgi ve heyecanlı olduğu, yaşlı ve yüksek eğitim seviyesine sahip kişilerin sağlık hakkında daha fazla endişeli ve yerel gıda tüketimi yoluyla yabancı kültürleri yaşamaya daha fazla istekli oldukları tespit edilmiştir. Sosyolojik açıdan bakıldığında; Barthes (1975), tüketicilerin gıda tercihlerinin sosyal sınıfa göre farklılık gösterdiğini belirtmektedir.

Chang vd. (2010), orta sınıf Çinli turistler üzerinde yaptıkları çalışmada Avustralya'nın yerel yemeklerini yeme konusunda eğilimli olduklarını tespit etmişlerdir. Buna göre, sosyo-demografik faktörlerden sosyal sınıfın turistlerin gıda tüketim davranışlarındaki farklılıkları anlamada önemli unsurlardan biri olduğunu söylemek mümkündür.

c) *Gıda ile İlgili Kişilik Özellikleri*: Gıda ile ilgili kişilik özellikleri turistlerin gıda tüketimini etkileyen önemli psikolojik değişkenler olarak kabul edilmekte ve alan yazında en çok gıdada yenilik korkusu, gıdada yenilik arayışı ve çeşitlilik arayışı olmak üzere pek çok farklı faktörle ele alınmaktadır. Gıdada yenilik korkusu (yeni gıdalar yemek için isteksizlik), insanların gıda seçiminde önemli bir husus olarak görülmektedir (Pliner ve Salvy, 2006). İnsanlar pek çok farklı gıda türünü denerken aynı zamanda zehirli ve zararlı olan gıdalardan da uzak durmaya çalışmaktadır. Fischler (1988: 278), sosyolojik açıdan “gıdada yenilik korkusu” ve “gıdada yenilik arayışı” kavramları arasındaki farkı açıklayarak paradoks olmaktan çıkarmıştır. Buna göre “gıdada yenilik korkusu” bilinmeyeni keşfetme korkusu, değişime direnç olarak tanımlanırken, “gıdada yenilik arayışı” keşfetmeye eğilim, değişim ihtiyacı ve çeşitlilik olarak tanımlanmaktadır. Turizm alan yazınında bu kavramlar turistlerin gıda tüketim davranışlarındaki farkı açıklamak için kullanılmaktadır. Örneğin, Cohen ve Avieli (2004), çalışmalarında destinasyonlardaki yerel mutfakların bir “engel” yerine birçok turist için “cazibe” olabileceğini savunmaktadır. Turistler genellikle “yeni” ya da “olağandışı” deneyimleri yapmaya istekli olmakta ve bu nedenle gıdada yenilik arayışı eğilimi daha belirgin hale gelmektedir. Buna karşın Torres (2002), çalışmasında turistlerin alışkın oldukları gıdaları tercih ettikleri ve yerel mutfakların çeşitliliklerine direnç gösterdiklerini belirtmektedir. Kim vd. (2009), çalışmalarında turistlerin tatilleri sırasında yenilik korkusuna yatkın ve egzotik yemekler yemek için isteksiz olduklarını belirtmektedir. Turistlerin gıda tüketimini etkileyebilecek diğer gıda ile ilgili kişilik özelliği, çeşitlilik arayışıdır. Çeşitlilik arayışı “hizmet ve mal tercihlerinde çeşitlilik arayan bireylerin eğilimi” olarak tanımlanmaktadır (Kahn, 1995: 139). Çeşitlilik arayışı eğilimi gıda tüketimi ile ilgili pek çok çalışmada ele alınmıştır (Inman, 2001; Ratner, Kahn ve Kahneman, 1999; Quan ve Wang, 2004; Chang vd., 2011). Quan ve Wang (2004), çeşitlilik arayışı davranışının önemli ölçüde turizmde gıda tüketimini etkileyebileceğini belirtmektedir. Chang vd. (2011), çalışmalarında çeşitliliğin turistlerin yemek deneyimi değerlendirmesini etkileyen temel niteliklerden biri olduğunu ortaya koymaktadır. Alan yazındaki araştırmalarda; kimlik oluşumu, kilo kaygısı, ölçülü yeme, tokluk hissi, sağlık kaygısı, aşinalık, etik kaygılar, ruh hali ve kişisel ideolojiler gibi pek çok faktörün gıda tüketimini etkileyebileceğine yönelik bulgular bulunmaktadır (Kim vd., 2013; Kim ve Eves, 2012; Rozin, 2006; Cohen ve Avieli, 2004; Pliner ve Salvy, 2006).

d) *Teshir Etkisi ve Geçmiş Deneyim*: Alan yazında, tüketicilerin gıdalara olan aşinalığın artmasıyla, bu gıdaları tercih etme eğilimlerinde artış olduğu belirtilmektedir (Stein, Nagai,

Nakagawa ve Beauchamp, 2003). Obermiller (1985), insanların genellikle aşına oldukları şeyleri tercih ettiklerini, hatta bir biranın (kahvenin ya da viskinin) ilk denemede tadının çok kötü hissedilebildiğini ancak tekrar tekrar deneyimledikten sonra beğenme duygusunun ortaya çıktığını belirtmiş ve teşhir etkisi ile geçmiş deneyimlerin de bu tespiti desteklediğini vurgulamıştır. Barker (1982), bir gıda ile bireyin geçmiş deneyiminin duyuşsal nitelikler nedeniyle “gıda anıları” gelişmesinde etkili olduğunu belirtmektedir (Mak vd., 2012: 933). Geçmiş ziyaretler de özellikle yerel gıdaların tüketilmesi konusunda turistlerin tercihlerini etkileyen diğere önemli bir faktördür (Tse ve Crofts, 2005). Benzer şekilde, Ryu ve Jang (2006), destinasyonlara yapılan geçmiş ziyaretlerin yerel gıdaları tüketmede olumlu yönde etkili olan bir faktör olduğunu belirtmektedir. Ayrıca küreselleşme, yerelleşme ve küreyerelleşmenin de; gıdaların uluslararası hale gelmesi (Hall ve Mitchell, 2002b; Richards, 2002) ve yabancı mutfaklar hakkında bilgilere ulaşmanın kolaylaşmasıyla, turistler gidecekleri ülkelerin yerel mutfak kültürleri ve mutfak arzları hakkında bilgi sahibi olabilmesi (Cohen ve Avieli, 2004) ve c) turistlerin füzyon mutfak ve moleküler mutfak gibi farklı mutfakları deneyimleme fırsatı yakalayabilmesi gibi farklı açılardan turistlerin gıda tüketimleri üzerinde etkisi olduğu söylenebilir.

e) *Motivasyon Faktörleri*: Motivasyon faktörlerinin turistlerin gıda tüketim davranışları üzerinde etkisini araştıran pek çok çalışma bulunmaktadır. Gıdanın bir destinasyona seyahat etme kararı vermede ana motivasyon faktörü olduğunu tespit eden çalışmaların yanı sıra (Hjalager ve Richards, 2002; Long, 2004; Chang vd., 2010), gastronomi için seyahat etmek, turistlerin deneyiminde önemli bir rol oynama ve tekrar ziyaret etme niyeti konularında da çalışmalar bulunmaktadır (Kivela ve Crofts, 2006). Fields (2002), gıda tüketimi ve turizm arasındaki etkileşim üzerinde rol oynayan McIntosh, Goeldner ve Ritchie'nin (1995) önerdiği turist motivasyon tipolojisini benimseyerek dört motivasyon ortaya koymuştur. Bu motivasyonlar;

- *Fiziksel motivasyon*: gündelik beslenme ihtiyaçlarının giderilmesi,
- *Kültürel motivasyon*: farklı mutfak kültürlerine ait gıdaların tüketilmesi ile farklı kültürler hakkında bilgilere sahip olunması,
- *Sosyal motivasyon*: yeni sosyal ilişkiler kurulması ve
- *Prestij motivasyonu*: farklı mutfak kültürleri hakkında deneyim sahibi olarak diğere insanlar karşısında daha bilgili ve tecrübeli olunması anlamına gelmektedir (Mak vd., 2012).

Bu bulgulardan hareketle bazı motivasyon faktörlerinin alt boyutları ile kültürel ve dini faktörler, sosyo-demografik faktörler, gıda ile ilgili kişilik özellikleri ile teşhir etkisi ve geçmiş deneyim faktörlerinin örtüşebildiğini, bu durumun farklı araştırmacıların farklı yaklaşımlarda bulunarak kategorize etmelerinden dolayı gerçekleşebildiği yorumunu yapmak mümkündür. Turizm sektörünün önemli bir parçası olan yiyecek içecek işletmeleri için turistlerin gıda

tüketimini etkileyen faktörleri anlamak büyük önem taşımaktadır (Santich, 2007: 47-59). Bu bağlamda, turistlerin gıda tüketimini etkileyen faktörlere ilişkin alan yazın aşağıda sunulmaktadır.

Barthes (1975), çağdaş gıda tüketimine psikososyolojik açıdan bakmak amacıyla yapmış olduğu kavramsal çalışmada, insanların gıda tercihlerinin sosyal sınıfa göre farklılık gösterdiğini ve sosyal statünün yenen gıdaların türünü ve miktarını etkileyen yaygın faktörlerden biri olduğunu belirtmiştir.

Hofstede (1981), insan davranışlarında kültürün etkisini vurgulamak amacıyla yapmış olduğu kavramsal çalışmada kültür kavramını "insan gruplarının belirli durumlar karşısında sergiledikleri özellikler, tutumlar, davranışlar ve değerler bütünü" olarak tanımlamış ve kültürün yemek yeme alışkanlıkları dâhil yaşamın bütün evreleri üzerinde etkisi olduğunu belirtmiştir.

Ritzer (1983), toplumun McDonalddlaşmasını açıklamak amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Ritzer yeni dönemlerin toplumunu analiz ettiği bu çalışmada McDonalddlaşmanın alışkanlıklarımızla üzerini örttüğümüz boyutlarına dikkat çekmiş ve McDonalddlaşmayı, yemek ihtiyacını gideren basit bir "*fast food*" olmanın sınırlarını çoktan aşmış bir toplumsal olay olarak açıklamıştır. McDonalddlaşmanın verimlilik, hesaplanabilirlik, öngörülebilirlik ve denetim gibi üstünlükleri olmasına rağmen özellikle insanlar, yerel kültür ve çevre üzerinde olumsuz etkilerinin olduğu vurgulanmıştır.

Obermiller (1985), teşhir etkisinin etkileyici yanıt üzerine etkisini belirlemek amacıyla 155 öğrenci üzerinde deneysel bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmada insanların genellikle aşına oldukları şeyleri tercih ettikleri, hatta bir biranın (kahvenin ya da viskinin) ilk denemede tadının çok kötü hissedilebildiğini ancak tekrar tekrar deneyimledikten sonra beğenme duygusunun ortaya çıktığı belirtilmiş ve teşhir etkisi ile geçmiş deneyimlerin de bu tespiti desteklediği vurgulanmıştır. Ancak araştırmanın Washington Üniversitesi öğrencileri özelinde yapılmış olması araştırma sonuçlarının genellenmesini sınırlamaktadır.

Fischler (1988), gıda ile kimlik oluşumu arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla kavramsal bir çalışma yapmış ve bu çalışmada öncelikli olarak gıdanın kimlik duygumuzun merkezi olduğunu belirtmiş ve sosyolojik açıdan "gıdada yenilik korkusu" ve "gıdada yenilik arayışı" kavramları arasındaki farkı açıklayarak paradoks olmaktan çıkarmıştır. Buna göre "gıdada yenilik korkusu" bilinmeyeni keşfetme korkusu, değişime direnç olarak tanımlanırken, "gıdada yenilik arayışı" keşfetmeye eğilim, değişim ihtiyacı ve çeşitlilik olarak tanımlanmaktadır.

Sheldon ve Fox (1988), seyahat tercihlerinde gıda hizmetlerinin rolünü kültürlerarası farklılıklar açısından ortaya koymak amacıyla 1300 ziyaretçi üzerinde anket uygulaması gerçekleştirmişlerdir. Araştırmalarında Amerikalı ve Kanadalı turistlere kıyasla Japon

turistlerin destinasyon seçimlerinde gıda hizmetlerinin güçlü bir etkisinin olduğu, hizmetlerin kalitesi ile fiyatın en önemli kriterler olduğu, ayrıca Amerikalı ve Kanadalı turistlere nazaran Japon turistlerin yeni mutfak türlerine eğilimlerinin daha az olduğu belirtilmiştir. Ancak Hawaii'ye gelen ziyaretçiler özelinde yapılmış olmasının araştırma sonuçlarının genellenmesi açısından bir sınırlılık olduğu da vurgulanmıştır.

Pizam ve Sussmann (1995), milliyetin turistlerin davranışına olan etkisini ortaya koymak amacıyla 289 turist rehberine elektronik posta yoluyla anket uygulayarak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmada Japon, Fransız ve İtalyan turistlerin gittikleri ülkelerin yerel mutfaklarını tercih etmek yerine kendi kültürlerine ait yiyecekleri yemeyi tercih ettikleri, buna karşın Amerikalı turistlerin gittikleri ülkelerin mutfak kültürlerine ait yerel mutfakları tercih ettikleri belirtilmiştir.

Kahn (1995), tüketicilerin mal ve hizmet seçimlerinde çeşitlilik arayışı davranışının etkisini ortaya koymak üzere yapmış olduğu kavramsal çalışmada; çeşitlilik arayışı kavramını "hizmet ve mal tercihlerinde çeşitlilik arayan bireylerin eğilimi" olarak tanımlamış, çeşitlilik arayışı ölçekleri ile modellerini açıklamıştır. Ayrıca Fischler'in (1988) çalışmasını da destekler nitelikte çeşitlilik arayışının insanların gıda tüketimi üzerinde etkisi olabileceğini belirtmiştir.

Furst, vd. (1996), gıda seçim sürecini ortaya koymak amacıyla yapmış oldukları araştırmalarında market alışverişi yapan 29 kişi ile mülakat gerçekleştirmişlerdir. Araştırmaya katılan kişilere alışveriş yaparken gıdaları nasıl seçtikleri ve onları etkileyen faktörlerin neler olduğu sorulmuş, ardından alınan cevaplar nitel yöntemler kullanılarak gıda seçim süreci modeli oluşturulmuştur. Bu bağlamda insanların gıda seçimine etki eden faktörlerin; amaç, kişisel faktörler, imkânlar, sosyal durum ve gıdanın içeriği olduğu belirlenmiştir.

March (1997), Asya yurtdışı seyahat endüstrisindeki çeşitliliği Güney Kore, Tayvan, Endonezya, Tayland ve Japonya ülkelerini kıyaslayarak ortaya koymak amacıyla turizm sektöründe çalışan 89 kişi ile mülakat gerçekleştirmiştir. Araştırmada turizmde gıda tüketimi ile ilgili; yeme eğilimlerinin kültür ve dini faktörlerden etkilendiği, müslüman olan Endonezyalıların helal gıdaları tercih ettikleri ve Güney Korelilerin ise kendi mutfak kültürlerine ait gıdaları tüketme istekleri olduğu belirlenmiştir.

Lang (1999), çağdaş gıda sistemi hakkında argümanlar üretmek amacıyla İngiltere'deki gıda sistemi üzerinde bir vaka araştırması gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada İngiltere'deki gıda sisteminde son iki yüzyılda uygulanan kamu politikaları incelenmiş ve gıda sisteminde küreselleşmenin önemli etkilerinin olduğu belirtilmiştir.

Ratner, vd. (1999), çeşitlilik arayışında az tercih edilen deneyimlerin seçilmesini ortaya koymak amacıyla beş farklı deney uygulaması gerçekleştirmişlerdir. Araştırmalarında çeşitlilik arayışı içerisinde olan bireylerin çok tercih ettikleri deneyimlere oranla daha az eğlenseler dahi

az tercih ettikleri deneyimleri yapmak istedikleri belirtilmiş, bunun sebebi olarak çok tekrar edilen deneyimlerin tüketimi sırasındaki keyfin azaldığı gösterilmiştir.

Meiselman, Mastroianni, Buller ve Edwards (1999), çeşitlilik arayışı, gıdada yenilik korkusu ve ölçülü yeme ölçeklerinin tutarlılığını sınamak amacıyla gerçekleştirdikleri araştırmaları kapsamında üç farklı yeme davranış ölçeği farklı zamanlarda İngiltere'nin Bournemouth Üniversitesi'nde okuyan 614 öğrenciye uygulanmıştır. Araştırmalarında çeşitlilik arayışı ve yenilik korkusu ölçeklerinde cinsiyete göre farklılık bulunmazken ölçülü yeme ölçeğine verilen yanıtlar arasında cinsiyete göre farklılık bulunmuş ve kadınların erkeklere oranla daha ölçülü yedikleri belirtilmiştir.

Inman (2001), çeşitlilik arayışında tokluğun rolünü ortaya koymak amacıyla panel verisi kullanarak gerçekleştirdiği araştırmada; çeşitlilik arayışında tokluğun önemli bir etken olduğu ve tok kişilerin daha az tüketim eğiliminde oldukları belirtilmiştir.

Prescott, Young, O'Neill, Yau ve Stevens (2002), Japonya, Tayvan, Malezya ve Yeni Zelandalı tüketicilerin gıda seçimini etkileyen güdüleri karşılaştırmayı amaçlayan bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmalarında; (a) Tayvan ve Malezyalı tüketiciler için en önemli güdülerin; sağlık, içerik, kilo kontrolü ve elverişlilik olduğu, (b) Japon tüketiciler için fiyatın en önemli faktör olduğu, (c) aşinalık faktörüne tüm tüketicilerin önem vermediği ve (d) etik kaygılar güdüsüne ise sadece Japon tüketicilerin önem verdiği tespit edilmiştir.

Hall ve Mitchell (2002a), gıda ve turizm ile ilgili çağdaş küreselleşmenin doğasını ve özelliklerini tartıştıkları çalışmalarında; turizm, gıda üretimi ve tüketiminin küreselleşme sürecinden faydalanma potansiyeline sahip olduğunu ve aynı zamanda turizmin gastronomik küreselleşme ve yerelleşme için çok önemli bir güç olduğunu belirtmişlerdir.

Pollard, Kirk ve Cade (2002), meyve ve sebze tüketiminde gıda seçimine etki eden faktörleri ortaya koymak amacıyla bir araştırma yapmışlardır. Araştırmalarında meyve ve sebze tüketiminde gıda seçimine etki eden faktörler; (a) demografik ve yaşam stili faktörleri (cinsiyet, sosyal sınıf, eğitim seviyesi, gelir düzeyi, yaş, sağlık) ve (b) meyve sebze tüketimi ile ilgili faktörler (aşinalık, alışkanlık, fiyat, kişisel ideolojiler) olarak belirtilmiştir.

Richards (2002), gastronomi ve turizm arasındaki ilişkiyi üretim ve tüketim boyutu ile incelemek amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada gastronomi ve turizm arasındaki ilişki; (a) küreselleşme ve yerelleşme, (b) zevk meselesi, (c) deneyim oluşturma, (d) destinasyon pazarlaması, (e) gıda üretimi ve (f) paket gıda gibi farklı pencerelerden ele alınmıştır. Ayrıca çalışmada bütünsel olarak hammadeden deneyime giden bir akış üzerinde gastronominin turizm bölgelerinin gelişimi ve pazarlanması üzerindeki önemli potansiyelinden bahsedilmiştir.

Torres (2002), turizm ve tarım arasındaki ilişkiyi gastronomi turizmi bağlamında ortaya koymak amacıyla 615 turiste anket uygulaması yaparak bir araştırma gerçekleştirmiştir. Bu

araştırmada turistlerin alışkın oldukları gıdaları tercih ettikleri ve yerel mutfakların çeşitliliklerine direnç gösterdikleri belirtilmiştir.

Au ve Law (2002), turizmde yeme içme hizmetlerinin önemini ve Hong Kong turizm sektörüne olan katkılarını ortaya koymak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Bu araştırmada yeme içme deneyimleri; (a) deneysel (bilinen yemekleri deneme ve tekrar yeme), (b) keşifsel (deneme yanılma yöntemi ile bilinmeyen tatları tatma) ve (c) varoluşsal (yeni farklı restoranları, yemekleri ve modaları deneyimleme) şeklinde kategorize edilmiş, Hong Kong'un sahip olduğu yeme içme imkânları değerlendirilmiş ve Hong Kong turizmi için yeme içme hizmetlerinin önemi vurgulanmıştır.

Hassan ve Hall (2003), Yeni Zelanda'daki müslüman turistlerin helal gıda taleplerini incelemek amacıyla 371 müslüman turiste anket uygulayarak araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmaya katılan turistlerin Yeni Zelanda'da seyahat sırasında helal gıda bulmanın zor olduğunu, yemeklerini genellikle kendilerinin hazırladıklarını ve dışarıda yemek yeme alışkanlıklarının olmadığını belirtmişlerdir. Son olarak seyahatleri sırasında her zaman helal gıda aradıkları belirtilmiştir.

Ritchey, Frank, Hursti ve Tuorita (2003), gıdada yenilik korkusu ölçeğinin geçerliliğini ve kültürlerarası karşılaştırmasını doğrulayıcı faktör analizi kullanılarak ortaya koymak amacıyla Amerika'da 867, İsveç'de 902 ve Finlandiya'da 1083 kişi üzerinde anket uygulaması gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada Pliner ve Hobden (1992) tarafından geliştirilen gıdada yenilik korkusu ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi kullanılarak kültürlerarası geçerliliği sınanmış ve 10 maddeden oluşan ölçeğin analizler sonucunda üç farklı ülkede de tutarlı sonuçlar çıkarması ölçeğin 6 maddeye düşürülmesi ile sağlanmıştır.

Stein, vd. (2003), teşhir etkisi ve sağlıkla ilgili bilgilerin sert içkilerin tüketilmesi ve zevk değerlendirmesi üzerine etkilerini ortaya koymak amacıyla 27 yetişkin üzerinde deney gerçekleştirmişlerdir. Araştırma bulguları incelendiğinde; (a) içkilere aşinalık arttıkça, bu içkileri tercih etme eğiliminde artış olduğu ve (b) sağlıkla ilgili bilgilerin (sert içkilerin zararlı olduğu bilgisinden hareketle) gerek zevk gerekse tüketim açısından etkili olduğu belirtilmiştir.

Ram (2004), küreselleşmenin yerel yaşam üzerindeki etkilerini *McDonald's* restoranının İsrail'deki faaliyetlerinden hareketle açıklamayı amaçlayan bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu bağlamda çalışmada Amerikan kökenli *McDonald's* restoran zincirinin 1993 yılında İsrail'de ilk şubesini açmasından sonra ülke genelinde küreselleşmenin beraberinde getirdiği etkiler ile genel olarak küresel olanın yerelde ortaya çıkardığı değişimler; (a) küresel ticaretin yerel yeme alışkanlıklarına etkisi (*McDonald's* ve Falafel) ve (b) küresel ticaretin yerel milli ideolojiye etkisi (*McDonald's* ve Golani) başlıkları altında açıklanmıştır.

Long (2004), mutfak turizminde yemek yeme ve ötekilik üzerine folklorik bir bakış açısıyla yaklaşmayı amaçladığı çalışmasında turistlerin gıda tüketim tercihlerini etkileyen

faktörlerin bir destinasyona seyahat etmeye karar vermede (seyahat motivasyonunda ve destinasyon seçiminde) önemli bir rol oynayabileceğini belirtmiştir.

Quan ve Wang (2004), turist deneyimini kavramsal bir çerçevede sunmak ve bu çerçevede gıda deneyimlerinin önemini vurgulamak amacıyla bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmada turist deneyimi; (a) yoğun turistik deneyim, (b) günlük rutin deneyimler ve (c) destekli tüketici deneyimleri çerçevesi içerisinde açıklanmıştır. Gıda tüketimi bu çerçevede iki boyutta ele alınmış; (a) yenilik ve çeşitlilik arayışı içinde olan gastronomi turistleri için yoğun turistik deneyim açısından ele alınırken, (b) beslenmeyi temel ihtiyaç olarak gören turistler için günlük rutin deneyim olarak ele alınmıştır.

Cohen ve Avieli (2004), turizm sosyolojisi ile mutfak sosyolojisindeki bazı mutfak kavramlarını entegre ederek konuya bir yaklaşım önermek amacıyla çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmada; turizmde gıdanın önemli bir çekicilik olduğu, özellikle yabancı destinasyonlarda yerel mutfağın bir cazibe unsuru olarak kullanıldığı, bununla birlikte turistlerin yaşadıkları zorluklar ve engeller vurgulanmıştır. Özellikle; (a) hijyen standartları, sağlık konuları, iletişim boşlukları, yerel yemekler konusunda turistlerin sınırlı bilgi sahibi olmaları ile geleneksel ve yenilik arayışı tutumları tartışılmış, (b) yerel etnik restoranlar, yurtdışında yerel yemek yeme mekanları ile turistik mutfak deneyimleri açısından çeşitlilik konuları sorgulanmış ve (c) Asya ülkelerinden gelen turistlerin ağırlıklı olarak kendi mutfak kültürlerinin yemeklerini sunan işletmeleri tercih ettikleri belirtilmiştir. Son olarak tur sırasında birçok İsraili turistin koşer olmayan gıdalardan kaçınarak dinlenme eğiliminde oldukları ve özellikle hijyen ve kültürel açıdan kabul edilemez gıdalar olan kedi, köpek ve sürüngenlerin etleri gibi gıdalar konusunda son derece endişeli oldukları tespit edilmiştir.

Shenoy (2005), Amerika'nın Güney Karolina eyaletinde gastronomi turizmi kapsamında turistlerin genel yiyecek tercihleri ile gastronomi turisti profillerini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdiği araştırmada turistlerin genel yiyecek tercihleri ortaya konmuş, ayrıca gastronomi turisti, deneyimci turist ve genel turist olmak üzere üç farklı turist profili elde edilmiştir.

Tse ve Crotts (2005), uluslararası ziyaretçilerin Hong Kong'un mutfak geleneklerini deneme eğilimlerini ortaya koymak amacıyla 968 turist üzerinde anket uygulaması yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma bulguları incelendiğinde; Hofstede'in "Kültürel Değerler Modeli"nin altı boyutundan biri olan "Belirsizlikten Kaçınma İndeksi (BKİ)"nin turistlerin mutfak deneyimindeki kapsam ve çeşitlilik üzerinde etkisi olduğuna ilişkin tereddütlü bulguların var olduğu belirtilmiştir. Ayrıca düşük BKİ'ne sahip ülkelerin yüksek BKİ'ne sahip ülkelere nazaran daha çeşitli restoranlardan yemekler yedikleri, maceraperest oldukları, yenilik arayışında oldukları, milli kültürün tüketicilerin karar vermesinde önemli bir

faktör olduğu vurgulanmış ve turistlerin yaşı ile yeni mutfakları keşfi arasında olumsuz yönde ilişki olduğu belirtilmiştir.

Ignatov ve Smith (2006), gastronomi turistlerinin çeşitliliğini keşfetmek amacıyla 18385 telefon görüşmesi ve 5740 elektronik posta ile anket uygulaması yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma bulguları incelendiğinde, Kanada'ya gelen gastronomi turistlerinin; yemek ile ilgilenenler, şarap ile ilgilenenler ve yemek ve şarap ile ilgilenenler olmak üzere üç farklı grupta sınıflandırıldığı anlaşılmaktadır. Turistlerin genellikle yaz aylarında gezmek, dinlenmek, eğlenmek amacıyla zevk için Kanada'ya gelen ve otellerde konaklayıp restoranlarda yemek yemeyi tercih eden turistlerden oluştuğu vurgulanmıştır.

Oosterveer (2006), küreselleşme ve sürdürülebilir karides tüketimini tüketiciler ve yöneticiler açısından ortaya koymak amacıyla 12 karides üreticisi ile mülakat yaparak bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmada Güneydoğu Asya'dan gelen karidesin Avrupa ve Amerika'da rutinden kaçış, sağlık, lezzet ve imaj gibi faktörlerden dolayı oldukça yaygın olarak tüketildiği ancak karidesin sürdürülebilirliğinin garanti altına alınmadığı ve üretimi ile ticareti açısından çevresel sorunlar olduğu belirtilmiştir.

Pliner ve Salvy (2006), gıdada yenilik korkusu kavramını açıklamak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada gıdada yenilik korkusu kavramı çok farklı açılardan ele alınmış; (a) gıdada yenilik korkusunu etkileyen faktörler, (b) gıdada yenilik korkusunun ölçülmesi ve (c) gıdada yenilik korkusunda aile benzerliği konuları incelenmiştir. Bu bağlamda gıdada yenilik korkusunda etkili olan faktörlerin; (a) gıdanın tadı ve faydası hakkında bilgi, (b) sosyal etki, (c) gıdanın türü, (d) yeni çıkmış gıdalar ve (e) uyarılma olduğu ve gıdada yenilik korkusunun (a) çeşitlilik arayışı, (b) cinsiyet farklılıkları, (c) yaş farklılıkları, (d) eğitim, (e) gelir gibi faktörlerle de ilişkili olduğu belirtilmiştir.

Rozin (2006), biyolojik, sosyal, kültürel ve psikolojik etkenlerin gıda seçimine etkisini ortaya koymak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiş ve bu çalışmada; (a) tüketicilerin gıda seçimini hemen hemen hayatın içindeki herşeyin etkilediğini savunmuş, (b) "beğenme", "seçme", "tercih etme" ve "yeme" kavramlarının gıda tüketim davranışı ile örtüşen ancak tam olarak eş değer olmayan kavramlar olduğunu belirtmiş, (c) bu kavramlar arasındaki ilişkileri "beğenme seçmenin ve tercih etme de yemek yemenin önemli bir belirleyicisidir" şeklinde açıklamış ve (d) biyolojik, sosyal, kültürel ve psikolojik etkenlerin gıda seçiminde aracı değişkenler olduğunu vurgulamıştır.

Ryu ve Jang (2006), turistlerin yerel mutfağı denemek için davranışsal niyetlerini tahmin etmek için gerekçeli eylem teorisi modelinin yeteneğini incelemek amacıyla 393 öğrenci üzerinde senaryo ile anket uygulaması yapılarak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma bulguları incelendiğinde, geçmiş deneyim boyutunun eklendiği gerekçeli eylem teorisi modelinin turistlerin yerel mutfağı denemelerinde davranışsal niyetleri tahmin etmek üzere

turizm sektöründe kullanılabilir olduğu belirtilmiş ve özellikle geçmiş deneyimlerin davranışsal niyetler üzerinde güçlü pozitif etkisinin olduğu vurgulanmıştır.

Molz (2007), mutfak turizminde çok uluslu hareketlilikleri incelemek amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada mutfak turizminde çok uluslu hareketlilikler; (a) turistlerin yerel yiyecekleri yemek için yurtdışına seyahat etmeleri, (b) yabancı mutfakların yemeklerini memleketlerinde yemeleri ve (c) bilinmeyen keşfetmek için yemek gibi karmaşık hareketlilikler olarak belirtilmiştir. Ayrıca çok uluslu tüketim ve küresel tüketim başlıkları altında gıda tüketimi ve turizm bağlantısı da vurgulanmıştır.

Wadolowska, Zielinska ve Czarnocinska (2008), Polonya nüfusunun gıda tercihleri ve yeme sıklığının gıda tercih modelleri ile ilişkisini ortaya koymak amacıyla 9339 kişi üzerinde anket uygulaması yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmada Polonya nüfusunun gıda tercihleri incelenmiş ve en çok tüketilen ürünlerin; meyve, süt ürünleri, düşük yağlı süt ürünleri, gevrekler, düşük lifli gevrekler, yüksek lifli gevrekler ve sebzeler olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca yeme sıklıkları incelenmiş ve sağlığına dikkat etmeyen insanların meyve ve sebzeyi az tükettikleri, sağlığını önemseyen kişilerin ise meyve sebze ve gevrek tükettikleri belirtilmiştir.

Galloway, Mitchell, Getz, Crouch ve Ong (2008), şarap turistlerinin tutum ve davranışlarını tahmin etmek için bir temel olarak "macera arayışı" kişilik değişkeninin yararlılığını incelemek amacıyla altı farklı şaraphanede 222 turist üzerinde anket uygulaması yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma bulguları incelendiğinde, şarap turistlerinin; (a) şarap giderleri yüksek, (b) aylık şarap satın alım miktarları yüksek, (c) aylık şarap tüketimleri yüksek, (d) son 12 ay içerisinde şaraphaneleri sıklıkla gezen, (e) şaraphaneler hakkında internetten bilgi toplayan, (f) şarap bölgelerini ziyaret ettiklerinde farklı aktivitelere de katılan, (g) şarap bölgelerini ziyaret etme kararı verirken deneyim, zevk ve dürtülerini dikkate alan kişiler oldukları belirtilmiş, macera arayışının tüm bu özellikler ile ilişkili olduğu vurgulanmış, bu sonuçların uygulamaya yönelik önemi üzerinde durulmuştur.

Kim vd. (2009), turistlerin yerel yiyecek ve içecek tüketimini etkileyen faktörleri incelemek ve bu konuda kuram oluşturmak amacıyla 20 turist ile mülakat yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada, turistlerin yerel gıda tüketimlerini etkileyen faktörler; (a) motivasyon faktörleri (ilginç deneyim, rutinden kaçış, sağlık kaygısı, bilgi edinme, özgün deneyim, birliktelik, prestij, çekicilik ve fiziksel çevre), (b) demografik faktörler (cinsiyet, yaş ve eğitim) ve (c) fizyolojik faktörler (gıdada yenilik arayışı ve yenilik korkusu) olmak üzere, alan yazını da destekler şekilde, üç boyutta ele alınmış ve bu boyutlardan oluşan bir model ortaya konulmuştur. Ayrıca turistlerin tatilleri sırasında yenilik korkusuna yatkın ve egzotik yemekler yemek için isteksiz oldukları vurgulanmıştır.

Chang, vd. (2010), Çinli turistlerin gıda tercihlerini ortaya koymak amacıyla üç farklı gruptan toplam 41 turist ile odak grup görüşmesi yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmanın bulguları incelendiğinde; (a) Çinli turistlerin gıda tercihlerini etkileyen en önemli faktörün kendi mutfak kültürleri olduğu, (b) Mainland bölgesinden gelen turistlerin batı mutfaklarına daha az ve Hong Kong'dan gelen turistlerin batı mutfaklarına daha çok eğilimli olduğu ve bu konuda Hong Kong'un doğu ve batı mutfak kültürlerini buluşturan zengin mutfak arzına sahip olmasının etkili olduğu, (c) Tayvan'dan gelen turistlerin ise hem yerel mutfaklarını hem de batı mutfaklarını tüketim eğiliminde oldukları belirtilmiştir.

Wilhelmina, vd. (2010), Gana'daki gıda üretim ve tüketiminde küresel ve yerel etkileşimlerin rolünü incelemek amacıyla anket, mülakat ve odak grup görüşmesi yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmanın bulguları incelendiğinde; (a) Gana'da kırsal kesimde halkın tamamına yakının yerel gıdalar ile beslendiği, (b) diğer kesimlerde insanların küreyerel yiyeceklerle beslenmeye başladıkları, (c) küreyerel bakış açısının yayılmasıyla gıda tüketiminde çeşitliliğin yanı sıra yerel halk için iş imkânlarının doğmasını ve d) küreyerel gıdaların bilinmeyişi yeme korkusunun ve sağlık endişesinin önüne geçilmesini sağlayabileceği belirtilmiştir.

Chang, vd. (2011), turistlerin seyahatlerdeki yemek deneyimlerini değerlendirmelerini etkileyen nitelikleri incelemek amacıyla üç farklı gruptan toplam 41 turist ile odak grup görüşmesi yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada, turistlerin seyahatlerdeki yemek deneyimlerini değerlendirmelerinde turistlerin kendi mutfak kültürlerinin etkili olduğu belirtilmiştir.

Kim ve Eves (2012), turistlerin yerel gıdaları tüketme motivasyonlarını ölçmeye yönelik ölçek geliştirme çalışması gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada, turistlerin yerel gıdaları tüketme motivasyonlarını ölçmek amacıyla 5 boyut (a) kültürel deneyim, b) heyecan, c) kişilerarası ilişki, d) duyuşal çekicilik ve e) sağlık kaygısı) ve 26 maddeden oluşan bir ölçek geliştirilmiş ve bu ölçeğin gerek alan yazına gerekse sektör uygulayıcılarına ve pazarlamacılarına uygulamada önemli katkıları olacağı vurgulanmıştır.

Mak, vd. (2012), küreselleşmenin yerel mutfak arzına ve destinasyondaki gıda tüketimine etkisini ortaya koymak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Küreselleşmenin yerel mutfak arzına ve destinasyondaki gıda tüketimine etkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen bu araştırmada; (a) küreselleşme ve yerelleşmenin etkisi ile küreyerelleşen destinasyonlardaki mutfak arzı ile (b) gıda tüketimindeki benzerlik ve farklılığın etkisi ile turizmde gıda tüketimindeki çeşitlilik arasındaki ilişki bir model yardımı ile açıklanmış ve bu ilişkinin iyi anlaşılması ile destinasyon pazarlamacıları ve turizm pazarının önemli faydalar sağlayabileceği vurgulanmıştır.

Kim, vd. (2013), turistlerin yerel yiyecek ve içecek tüketimini etkileyen faktörleri incelemek üzere 2009 yılında kendi oluşturdukları modeli yeniden test etmek amacıyla 3 farklı ülkeden 900 turiste anket uygulaması yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmacılar, 2009 yılında sadece İngiltere özelinde topladıkları veri ile geliştirmiş oldukları modelin geçerliliğini bu kez Güney Kore ve İspanya'dan da veri toplayarak test etmek amacıyla bu araştırmayı gerçekleştirmiştir. Yapılan analizler neticesinde; motivasyon faktörleri dokuzdan beşe düşürülmüş (kültürel deneyim, kişilerarası ilişki, heyecan, çekicilik ve sağlık kaygısı), demografik faktörler (cinsiyet, yaş ve eğitim) ve fizyolojik faktörler (gıdada yenilik arayışı ve yenilik korkusu) ise aynen kalmıştır.

Frisvoll, Forbord ve Blekesaune (2016), kırsal turizmde turistlerin yerel gıda tüketimlerini incelemek amacıyla beş farklı bölgede 447 turist üzerinde anket uygulaması yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma bulguları incelendiğinde; (a) turistlerin %24'ünün bölgedeki yiyecekleri deneyimleme ya da yemek yeme amacıyla seyahat ettikleri, (b) turistlerin yerel gıdaları tanıdıkları, (c) teşhir etkisinin ve geçmiş deneyimlerin seyahatlerinde önemli bir yer tuttuğu ve (d) çocukları ile birlikte seyahat eden ailelerin yerel gıdaları tüketme eğilimlerinin daha fazla olduğu belirtilmiştir.

3.1.5.2. Destinasyondaki Mutfak Arzına İlişkin Alan Yazın

Turizmde gıda tüketimi ile ilgili yapılan araştırmalar özellikle destinasyondaki mutfak arzının şekillendirilmesi hususunda baş aktör olan konaklama ve yiyecek içecek işletmelerine yol gösterebilmektedir. Bu bağlamda Mak, vd.'nin (2012) çalışmalarındaki turizmde gıda tüketimini açıklayan üçlü çerçeveden hareketle destinasyondaki mutfak arzına yönelik çalışmalar bu başlık altında irdelenmiştir. Destinasyondaki mutfak arzına yönelik çalışmaların;

a) lezzet, aroma, doku, görünüm, özgünlük, çekicilik ve koku gibi duyuşsal nitelikler ile ilgili konular (Wang, 1999; Inman, 2001; Precott vd., 2002; Pollard vd., 2002; Cohen ve Avieli, 2004; Pliner ve Salvy, 2006; Fox, 2007; Hall vd., 2008; Chang vd., 2011; Kim ve Eves, 2012; Kim vd., 2013),

b) malzemeler, lezzetlendiriciler, baharatlar ve katkı maddeleri gibi gıda içeriği ile ilgili konular (Furst vd., 1996; Prescott vd., 2002; Richards, 2002; Kearny, 2010),

c) mutfak mirası, yerel mutfak, füzyon mutfak, moleküler mutfak, bölgesel mutfak, yerel gelenekler ve anlam ifade etme gibi gıda/mutfak tipi ile ilgili konular (Telfer ve Wall, 1996; Besseiere, 1998; Telfer ve Wall, 2000; Hjalager ve Richards, 2002; Hall ve Mitchell, 2002b; Au ve Law, 2002; Du Rand vd., 2003; Cohen ve Avieli, 2004; Harrington, 2005; Fox, 2007; Sims, 2009; Sims, 2010; Kim ve Eves, 2012; Bessiere ve Tibere, 2013; TÜRSAB, 2015; Frisvoll vd., 2016),

d) ulaşılabilir türler, çeşitlilik ve alternatifler gibi gıda çeşitliliği ile ilgili konular (Telfer ve Wall, 1996; Prescott vd., 2002; Pollard vd., 2002; Richards, 2002; Au ve Law, 2002; Cohen ve Avieli, 2004; Harrington, 2005; Okumuş vd., 2007; McKercher vd., 2008; Mak vd., 2012),

e) pişirme yöntemleri (Richards, 2002; Chang vd., 2011),

f) fiyat, değer ve kalite (Telfer ve Wall, 1996; McKercher vd., 2008) ve

g) gıda ağları (Hall ve Mitchell, 2002b; Telfer ve Wall, 1996) konuları üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu bağlamda, destinasyondaki mutfak arzına ilişkin alan yazın aşağıda sunulmaktadır.

Telfer ve Wall (1996), turizm ve gıda üretimi arasındaki bağlantıyı ortaya koymaya çalıştığı araştırmada örnek olay yöntemini kullanmıştır. Araştırmada Endonezya'nın Lombok adasında faaliyet gösteren *Sheraton Senggigi Beach Resort* oteli ve yerel ürün yetiştiricileri işbirliğiyle gerçekleştirilen ve yerel ürünlerin otel restoranlarında kullanım miktarlarının artırılmasının hedeflendiği iki proje (*Sheraton Balık Programı/Sheraton Sebze ve Ot Programı*) incelenmiştir. Bu bağlamda gerçek bir potansiyelin var olduğu ancak yüksek kalitede ürünün temini ve zamanında teslimatın yapılması gibi aşılması gereken önemli zorluklar olduğu belirtilmiştir.

Furst, vd. (1996), gıda seçim sürecini ortaya koymak amacıyla yapmış oldukları araştırmalarında insanların gıda seçimine etki eden faktörler arasında gıdanın içeriğinin önem arz ettiği belirlenmiştir.

Bessiere (1998), kırsal bölgelerde turistik çekicilik olarak geleneksel gıdaların ve mutfağın kullanımını yerel kalkınma ve miras açısından ele almak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiş ve bu çalışmada (a) turizm ve gastronomi açısından sosyal ihtiyaçlara, (b) teorik açıdan miras bileşenine ve (c) mutfak mirası konularına değinilmiştir.

Wang (1999), turist deneyimlerindeki özgünlüğü kavramsal olarak açıklamayı amaçlayan bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmalarında objektiflik, yapısalcılık ve postmodernizm yaklaşımları tartışılmış, ayrıca özgünlüğün turizmde alternatif bir kaynak olduğu ileri sürülmüştür.

Telfer ve Wall (2000), yerel gıda ürünlerini satın alma uygulamalarını, politikalarını ve davranışlarını karşılaştırmak amacıyla yaptıkları araştırmalarında anket ve mülakat yöntemlerini kullanmışlardır. Araştırmanın bulguları incelendiğinde; (a) yıldızsız otellerin ve restoranların en az dört ve beş yıldızlı oteller kadar yerel gıda ürünleri satın aldığı, (b) doluluk oranları ile yerel ürün satın alma miktarı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu ve (c) yerel gıda ürünleri satın alırken işletmelerin menşesine dikkat ettikleri belirtilmiştir. Ayrıca tarım ve turizm arasındaki bağın detaylıca incelenmesi gerektiği vurgulanmıştır. Ancak araştırmanın Endonezya (Jakarta, Yogyakarta ve Lombok) özelinde yapılması araştırma sonuçlarını genellemeyi sınırlamıştır.

Inman (2001), çeşitlilik arayışında tokluğun rolünü ortaya koymak amacıyla panel verisi kullanarak gerçekleştirdiği araştırmada tok kişilerin daha az tüketim eğiliminde oldukları ve tüketicilerin markadan çok lezzet duyarlı oldukları belirtilmiştir.

Prescott, vd. (2002), Japonya, Tayvan, Malezya ve Yeni Zelandalı tüketicilerin gıda seçimini etkileyen güdülerini karşılaştırmayı amaçlayan bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmalarında destinasyondaki mutfak arzı açısından; (a) Tayvan ve Malezyalı tüketiciler için gıda içeriğinin ve elverişliliğin önemli olduğu ve (b) Malezyalı tüketiciler için ise duyuşal çekicilik faktörünün önemli olduğu tespit edilmiştir.

Hjalager ve Richards (2002), turizm ve gastronomi alanındaki araştırma konularını ortaya koydukları çalışmalarında; (a) turizm ve gastronomi arasındaki ilişki (üretim ve tüketim boyutu, motivasyon çalışmaları, küreselleşme ve yerelleşme boyutları) ve (b) gastronomi turizminin gelişimi (yerel mutfak, sürdürülebilir gastronomik turizm ürünleri, gastronomi ağları, füzyon mutfak, bölgesel gıda kültürleri) konularında çalışmalar yapılması gerektiğini belirtmişlerdir.

Hall ve Mitchell (2002b), Avustralya ve Yeni Zelanda mutfağına küreselleşmenin etkisini ortaya koymak üzere bir çalışma gerçekleştirmiş ve bu çalışmada Avustralya ve Yeni Zelanda mutfağının Avrupa ve Asya etkisinde kalmış küreselleşmenin ürünü bir füzyon mutfak haline geldiği ve değişik tedarik zincirleri oluşturarak gıda ağları sayesinde yerel mutfağın canlandırılabilceği belirtilmiştir.

Pollard, vd. (2002), meyve ve sebze tüketiminde gıda seçimine etki eden faktörleri ortaya koymak amacıyla bir araştırma yapmışlardır. Araştırmalarında destinasyondaki mutfak arzı açısından meyve ve sebze tüketiminde gıda seçimine etki eden faktörlerin; ulaşılabilirlik ve duyuşal çekicilik olduğu belirtilmiştir.

Richards (2002), gastronomi ve turizm arasındaki ilişkiyi üretim ve tüketim boyutu ile incelemek amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada destinasyondaki mutfak arzı açısından gastronomi ve turizm arasındaki ilişki; (a) küreselleşme ve yerelleşme, (b) zevk meselesi, (c) deneyim oluşturma, (d) destinasyon pazarlaması, (e) gıda üretimi ve (f) paket gıda gibi farklı pencerelerden ele alınmıştır. Ayrıca çalışmada bütünsel olarak hammadeden deneyime giden bir akış üzerinde gastronominin turizm bölgelerinin gelişimi ve pazarlanması üzerindeki önemli potansiyelinden bahsedilmiştir.

Au ve Law (2002), turizmde yeme içme hizmetlerinin önemini ve Hong Kong turizm sektörüne olan katkılarını ortaya koymak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Bu araştırmada yeme içme deneyimleri; (a) deneysel (bilinen yemekleri deneme ve tekrar yeme), (b) keşifsel (deneme yanılma yöntemi ile bilinmeyen tatları tatma) ve (c) varoluşsal (yeni farklı restoranları, yemekleri ve modaları deneyimleme) şeklinde kategorize edilmiş, Hong

Kong'un sahip olduğu yeme içme imkânları değerlendirilmiş ve Hong Kong turizmi için yeme içme hizmetlerinin önemi vurgulanmıştır.

Du Rand, Heath ve Alberts (2003), yerel ve bölgesel mutfağın destinasyon pazarlamasındaki rolünü ortaya koymak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmada; destinasyon pazarlamasında gıdanın çok önemli bir yerinin olduğu, gıda turizminin anahtar bileşenlerinin özellikli restoranlar ile yerel ve bölgesel ürünler olduğu ve destinasyon pazarlamasında yöresel ve bölgesel gıdaların tanıtılmasının önemli olduğu belirtilmiştir.

Cohen ve Avieli (2004), turizm sosyolojisi ile mutfak sosyolojisindeki bazı mutfak kavramlarını entegre ederek konuya bir yaklaşım önermek amacıyla çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmada, destinasyondaki mutfak arzı açısından; turizmde gıdanın önemli bir çekicilik olduğu, özellikle yabancı destinasyonlarda yerel mutfağın bir cazibe unsuru olarak kullanıldığı, bununla birlikte turistlerin yaşadıkları zorluklar ve engeller vurgulanmıştır.

Ryu ve Jang (2006), turistlerin yerel mutfağı denemek için davranışsal niyetlerini tahmin etmek için gerekçeli eylem teorisi modelinin yeteneğini incelemek amacıyla 393 öğrenci üzerinde senaryo ile anket uygulaması yapılarak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma bulguları incelendiğinde destinasyondaki mutfak arzı açısından, geçmiş deneyimlerin turistlerin yerel mutfağı deneme niyetleri üzerinde güçlü pozitif etkisinin olduğu vurgulanmıştır.

Fox (2007), Hırvat turistik destinasyonlarının gastronomik kimliğini yeniden keşfetmek amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada Hırvatistan'ın turistik destinasyonlarının gastronomik kimliğinin uluslararası mutfaklar boyutunda değil yerel mutfak mirası açısından değerlendirmesi yapılmıştır. Gastronomik kimlik konusunda yapılan akademik çalışmalar uluslararası boyutta ve Hırvatistan özelinde incelenmiş, Hırvat turizminin paydaşları açısından oluşturulacak gastronomik kimliğin önemi ve değeri belirtilmiş ve gastronomik kimliğin; farklılaşma, estetikleşme, özgünleşme, simgeleşme ve yenilenme sağlayacağı vurgulanmıştır.

Hall, vd. (2008), çiftçi pazarlarını özgün pazar deneyimi açısından değerlendirmek amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmada; (a) çiftçi pazarlarının düşüşü ve yükselişi, (b) dünyada (Amerika, Kanada, Yeni Zelanda ve İngiltere) çiftçi pazarları ve (c) modern çiftçi pazarının sosyal yapısı konuları incelenmiş ve çiftçi pazarlarının yapaylık ile özgünlük arasında bir noktada konumlandırılabilceği belirtilmiştir. Ayrıca Amerikan çiftçi pazarının dört teması; aktivizm, özgünlük, yapaylık ve ambiyans olarak vurgulanmıştır.

McKercher, Okumuş ve Okumuş (2008), yemek turizminin özel bir ilgi veya ana turizm ürünü olup olmadığını incelemek amacıyla 769 turist üzerinde anket uygulaması yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma bulguları incelendiğinde; (a) turistlerin Hong Kong'u bir mutfak destinasyonu olarak gördükleri ve kendilerini de mutfak turisti olarak

adlandırdıkları, (b) yemek turizminin ana bir turizm türü olması için destinasyonun yemek ile ilgili çok yüksek kalite ve çeşitlilikte hizmetler sunması gerektiği vurgulanmıştır.

Sims (2009), yerel mutfağın sürdürülebilir turizm deneyimindeki rolünü ortaya koymak amacıyla toplam 78 turist, gıda üreticisi ve işletme yetkilisi üzerinde anket uygulaması yaparak bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmada, yiyecek ve içecek ürünlerinin tanıtımının; (a) yeni ziyaretçileri çekmeye, (b) uzun vadede ekonomik sürdürülebilirliği artırmaya, (c) destinasyonlar için bir "imaj" oluşturmaya yardımcı olabileceği belirtilmiştir. Ayrıca turizmde yerel mutfağın tüketimi ile sürdürülebilir tarımın gelişebileceği ve yerel ekonomiyi canlandırarak bir pazar fırsatı doğabileceği vurgulanmıştır.

Kearney (2010), gıda tüketim akımları ve etmenlerini açıklamak amacıyla gıda bilançoları ile bireysel beslenme anketleri incelemesi yaparak bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmanın bulguları incelendiğinde; (a) kişi başına günlük alınan kalori ortalamasının 1699/1971 yıllarından 1999/2001 yıllarına gelindiğinde 2411 kaloriden 2789 kaloriye çıktığı belirtilmiş, (b) tahıl, et, balık, yumurta, süt, sebze, meyve tüketimleri hakkında bilgiler verilmiş, (c) organik gıdalar, fonksiyonel gıdalar, genetiği değiştirilmiş gıdalar ve besin içeriğinin önemli akımlar haline geldiğine değinilmiş, (d) gelir, kentleşme, ticaret, uluslararası gıda şirketleri, satış, gıda endüstrisi pazarlaması ve tüketici davranışları önemli etmenler olarak vurgulanmıştır.

Sims (2010), İngiltere'de gastronomi turizmindeki yerelliği üretimden tüketime değerlendirmek amacıyla toplam 78 turist, gıda üreticisi ve işletme yetkilisi ile mülakat yaparak bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırma bulguları incelendiğinde; (a) gıda zincirini oluşturan üretici, tüketici (turist) ve işletmecilerin birbirinden bağımsız üç ayrı grup olduğunu söylemenin mümkün olmağı (örneğin üreticilerin aynı zamanda tüketici ya da işletmeci oldukları), (b) gıda zinciri dikkate alındığında yerel gıdanın ne kadar karmaşık bir kavram olduğu ve (c) yerel gıdanın asla üretim, işleme ve satıştan ayrı düşünülmemeyeceği vurgulanmıştır.

Chang, vd. (2011), turistlerin seyahatlerdeki yemek deneyimlerini değerlendirmelerini etkileyen nitelikleri incelemek amacıyla üç farklı gruptan toplam 41 turist ile odak grup görüşmesi yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada, turistlerin seyahatlerdeki yemek deneyimlerini değerlendirmelerini etkileyen nitelikler destinasyondaki mutfak arzı açısından; turistlerin kendi mutfak kültürlerine ait lezzet, pişirme yöntemleri ve özgünlük olarak belirtilmiştir.

Mak, vd. (2012), küreselleşmenin yerel mutfak arzına ve destinasyondaki gıda tüketimine etkisini ortaya koymak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu araştırmada, destinasyondaki mutfak arzı açısından küreselleşmenin çeşitliliğe neden olduğu belirtilmiştir.

Kim ve Eves (2012), turistlerin yerel gıdaları tüketme motivasyonlarını ölçmeye yönelik ölçek geliştirme çalışması gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada, turistlerin yerel gıdaları tüketme motivasyonlarını ölçmek amacıyla 5 boyut (a) kültürel deneyim, b) heyecan, c) kişilerarası ilişki, d) duyuşsal çekicilik ve e) sağlık kaygısı) ve 26 maddeden oluşan bir ölçek geliştirilmiştir.

Kim, vd. (2013), turistlerin yerel yiyecek ve içecek tüketimini etkileyen faktörleri incelemek üzere 2009 yılında kendi oluşturdukları modeli yeniden test etmek amacıyla gerçekleştirdikleri araştırmada; motivasyon faktörleri dokuzdan beşe düşürülmüş (kültürel deneyim, kişilerarası ilişki, heyecan, çekicilik ve sağlık kaygısı), demografik faktörler (cinsiyet, yaş ve eğitim) ve fizyolojik faktörler (gıdada yenilik arayışı ve yenilik korkusu) ise aynen kalmıştır.

Bessiere ve Tibere (2013), gıda ve yemek yemenin turist deneyimindeki rolünü incelemek amacıyla 480 turist üzerinde anket uygulaması ve 30 sektör temsilcisi ile mülakat yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada, iki farklı pencereden gıda ve yemek yemenin turist deneyimindeki rolü açıklanmaya çalışılmıştır. Bunlar; (a) turistlere gastronomik mirasın yansması ve (b) turistlerin kırsal alanlara yaptıkları gastronomik seyahatlerdir. Araştırma bulgularına göre; (a) seyahat edilen destinasyon ile gıda kültürü arasında bir bağ olduğu, (b) yiyecek ile ilgili aktivitelerin seyahat deneyimini etkilediği ve (c) gıda mirasının destinasyona ekonomik katkılarının olduğu vurgulanmıştır.

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği-TÜRSAB (2015), Türkiye'nin gastronomi turizmi potansiyelini ortaya koymak amacıyla turizm istatistikleri meta verilerini kullanarak bir araştırma raporu hazırlamıştır. Bu raporda Türkiye'ye gelen turistlerin yeme içme harcamalarının kişi başı 157 ABD Doları olduğu ve turizm gelirlerinin %20-25'inin yeme içmeden elde edildiği belirtilmiştir. Ayrıca; (a) Türkiye'nin gastronomi haritasının çıkarılması, (b) festivaller düzenlenmesi, (c) yöresel lezzetlerin ortaya çıkarılması, (d) aşçılık ve gastronomi okullarının sayısının artırılması ve (e) ülke tanıtımında yöresel lezzetlerin kullanılması gerektiği vurgulanmıştır.

Frisvoll, Forbord ve Blekesaune (2016), kırsal turizmde turistlerin yerel gıda tüketimlerini incelemek amacıyla gerçekleştirdikleri araştırmada, destinasyondaki mutfak arzı açısından; (a) turistlerin %24'ünün bölgedeki yiyecekleri deneyimleme ya da yemek yeme amacıyla seyahat ettikleri, (b) turistlerin yerel gıdaları tanıdıkları ve (c) çocukları ile birlikte seyahat eden ailelerin yerel gıdaları tüketme eğilimlerinin daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

3.1.5.3. Destinasyon Çevresine İlişkin Alan Yazın

Mak, vd.'nin (2012) çalışmalarındaki turizmde gıda tüketimini açıklayan üçlü çerçeveden hareketle destinasyon çevresine yönelik çalışmalar bu başlık altında irdelenmiştir. Destinasyon çevresine yönelik çalışmaların;

a) gastronomik imaj ve kimlik (Fields, 2002; Harrington, 2005; Fox, 2007; Hall ve Sharples, 2008; Sims, 2009; Hall vd., 2008; Harrington ve Ottenbacher, 2010),

b) internet, broşürler, rehber kitaplar, TV programları ve turist rehberlerinin iletişimi gibi pazarlama iletişimi ile ilgili konular (Fields, 2002; Pollard vd., 2002; Hjalager, 2003; Okumuş vd., 2007; Galloway vd., 2008; Surenkok vd., 2010; Ardabili vd., 2011; Chang vd., 2011; Okumuş ve Çetin, 2015),

c) destinasyon deneyimi (Hall ve Sharples, 2003; Quan ve Wang, 2004; Cohen ve Avieli, 2004; Uriely, 2005; Kivela ve Crofts, 2005; Ryu ve Jang, 2006; Galloway vd., 2008; Blakey, 2012; Bessiere ve Tibere, 2013; Frisvoll vd., 2016),

d) destinasyon seçimi (Sheldon ve Fox, 1988; Bessiere, 1998; Fields, 2002; Sparks vd., 2003; Long, 2004; Kivela ve Crofts, 2005; Galloway vd., 2008; Sanchez-Canizares ve Lopez Guzman, 2012),

e) destinasyon pazarlaması (Hall ve Mitchell, 2002b; Du Rand vd., 2003; Meler ve Cerovic, 2003; Kivela ve Crofts, 2006; Okumuş vd., 2007; Kim ve Eves, 2012),

f) destinasyon gelişimi (Torres, 2003; Hall ve Sharples, 2008; Sims, 2009; Kim ve Eves, 2012; Blakey, 2012),

g) tarım ve sürdürülebilirlik (Torres, 2002; Torres, 2003; Hall ve Sharples, 2008; Hall vd., 2008; Sims, 2009; Kim ve Eves, 2012; Blakey, 2012; Bessiere ve Tibere, 2013),

h) hizmet kalitesi, memnuniyet, ağızdan ağıza duyurum, yöneticilerin yeterlikleri gibi hizmet sunumu ile ilgili konular (Niell vd., 2000; Scarpato, 2002; Hjalager, 2003; Ardabili vd., 2011; Chang vd., 2011),

ı) zaman, yer ve kişinin kiminle olduğu gibi bağlamsal etkiler ile ilgili konular (Pollard vd., 2002; Kim ve Eves, 2012; Kim vd., 2009),

i) çevreyi oluşturan fiziksel etmenler gibi hizmet alanı konuları (Cohen ve Avieli, 2004) ve

j) mevsim ve bölgenin sıcaklığı gibi mevsimsellik (Harrington, 2005) ile ilgili konular üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu bağlamda, destinasyon çevresine ilişkin alan yazın aşağıda sunulmaktadır.

Sheldon ve Fox (1988), seyahat tercihlerinde gıda hizmetlerinin rolünü kültürlerarası farklılıklar açısından ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri araştırmalarında; Amerikalı ve Kanadalı turistlere kıyasla Japon turistlerin destinasyon seçimlerinde gıda hizmetlerinin güçlü bir etkisinin olduğu belirlenmiştir.

Bessiere (1998), kırsal bölgelerde turistik çekicilik olarak geleneksel gıdaların ve mutfağın kullanımını yerel kalkınma ve miras açısından ele aldığı çalışmada; turistlerin gıda tüketim tercihlerini etkileyen faktörlerin destinasyon seçiminde önemli bir rol oynayabileceği vurgulanmıştır.

Nield, vd. (2000), turist memnuniyetini sağlamada gıda hizmetlerinin rolünü ve bölgesel gruplar arasındaki memnuniyet düzeylerindeki farklılıkları ortaya koymayı amaçladıkları araştırmalarında; turistlerin genel memnuniyet düzeyleri ile onların gıda hizmetleri deneyimleri arasında yüksek korelasyon tespit edilmiş ve Doğu Avrupa milliyetlerinden olan turistlerin Batı Avrupalı ve Romanyalı turistlere oranla gıda hizmetleri deneyimlerinden çok daha memnun kaldıkları belirlenmiştir.

Hall ve Mitchell (2002b), Avustralya ve Yeni Zelanda mutfağına küreselleşmenin etkisini ortaya koymak üzere bir çalışma gerçekleştirmiş ve bu çalışmada gıda ve turizm arasındaki ilişkinin önümüzdeki yıllarda özellikle destinasyon pazarlaması alanında kullanılmaya devam edebileceği vurgulanmıştır.

Fields (2002), gastronomi turizmine olan talebi motivasyon faktörleri açısından ele aldığı kavramsal çalışmada; gastronominin destinasyon imajı ile deneyimler üzerinde önemli bir faktör olduğu belirtilmiştir. Ayrıca gastronomik zenginliklerin internet üzerinden teşhir edilmesi ile destinasyonların diğer destinasyonlardan farklılaşabilecekleri ve bu durumun yerel gastronomik kültüre de destek olabileceği vurgulanmıştır.

Pollard, vd. (2002), meyve ve sebze tüketiminde gıda seçimine etki eden faktörleri ortaya koymak amacıyla bir araştırma yapmışlardır. Araştırmalarında destinasyon çevresi açısından meyve ve sebze tüketiminde gıda seçimine etki eden faktörlerin; zaman baskısı, sosyal etkileşimler, medya ve reklamlar olduğu belirtilmiştir.

Scarpato (2002), gastronomiyi bir turistik ürün olarak disiplinlerarası gastronomi çalışmaları çerçevesinde ele aldığı çalışmada, destinasyon çevresi açısından; gastronomi turizmi ile ilgili planlamalara katılmaya, disiplinler arası işbirliği yapmaya ve yöneticilerin gastronomik bağlamda yeniden yeterlik kazanmalarını sağlamaya yönelik çalışmaların yapılması gerekliliğinden bahsedilmiştir.

Torres (2002), turizm ve tarım arasındaki ilişkiyi gastronomi turizmi bağlamında ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdiği araştırmada; turistlerin gıda tüketimi üzerinde yerel tarımın ve üretimin etkisinin önemli derecede olduğu belirtilmiştir.

Du Rand, vd. (2003), yerel ve bölgesel mutfağın destinasyon pazarlamasındaki rolünü ortaya koymak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Bu araştırmada; destinasyon pazarlamasında gıdanın çok önemli bir yerinin olduğu, gıda turizminin anahtar bileşenlerinin özellikli restoranlar ile yerel ve bölgesel ürünler olduğu ve destinasyon pazarlamasında yöresel ve bölgesel gıdaların tanıtılmasının önemli olduğu belirtilmiştir.

Sparks, vd. (2003), turistler, restoranlar ve destinasyon arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Bu araştırmada, destinasyon çevresi açısından; turistlerin seyahate çıkma kararı alırken restoranların önemli bir etken olduğu belirtilmiştir.

Torres (2003), turizm talebi ve yerel tarım üretimi arasındaki bağlar ile bu bağları etkileyen faktörleri ve ev sahibi ülke için faydalarını ortaya koymak amacıyla Meksika'da kapsamlı bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmada; turizm ve tarım arasındaki bağların gelişmesi yerel üretimi canlandırarak bölgedeki turizm gelirin artmasını ve kırsal kesimin bundan faydalanmasını sağladığı, bu sayede en fakir ve en dışlanmış Quintana Roo halkının yaşam kalitesini artırma yönünde önemli bir fırsat teşkil ettiği belirtilmiştir.

Meler ve Cerovic (2003), turistik ürün geliştirmede gıda pazarlamasının rolünü ortaya koymak amacıyla turizm istatistiklerinden faydalanarak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada Hırvatistan turizminin gelecekte sağlıklı gıda üretimi ile gelişme potansiyeli olduğu, bu potansiyelin gıda pazarlaması yapılarak değerlendirilmesi gerektiği belirtilmiştir.

Hjalager (2003), sosyolojik bir bakış açısı ile "turistler ne yerler ve niçin yerler?" sorusunun cevabını açıklamak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada Bourdieu'nun (1984) çalışmasında ortaya koyduğu dört yaşam tarzı (yenilikçi, idealist, gelenekçi ve öz yönelimli) modelinden hareketle turistlerin gıda tüketimleri hakkında çıkarımlarda bulunmuş ve turistlerin gıda tüketimlerinde özellikle; televizyonlardaki pazarlama çalışmalarından, ağızdan ağıza duyurumdan ve broşür-seyahat kitabı ve seyahat rehberlerinden etkilendikleri belirtilmiştir.

Hall ve Sharples (2003), turizm motivasyonu olarak gıdaya olan özel ilginin önemini vurgulamak amacıyla bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmada, destinasyon çevresi açısından; turist deneyiminde gıdanın çok önemli bir rolünün olduğu belirtilmiştir.

Long (2004), mutfak turizminde yemek yeme ve ötekilik üzerine folklorik bir bakış açısıyla yaklaşmayı amaçladığı çalışmasında turistlerin gıda tüketim tercihlerini etkileyen faktörlerin bir destinasyona seyahat etmeye karar vermede (seyahat motivasyonunda ve destinasyon seçiminde) önemli bir rol oynayabileceğini belirtmiştir.

Quan ve Wang (2004), turist deneyimini kavramsal bir çerçevede sunmak ve bu çerçevede gıda deneyimlerinin önemini vurgulamak amacıyla bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmada turist deneyimi; (a) yoğun turistik deneyim, (b) günlük rutin deneyimler ve (c) destekli tüketici deneyimleri çerçevesi içerisinde açıklanmıştır. Gıda tüketimi bu çerçevede iki boyutta ele alınmış; (a) yenilik ve çeşitlilik arayışı içinde olan gastronomi turistleri için yoğun turistik deneyim açısından ele alınırken, (b) beslenmeyi temel ihtiyaç olarak gören turistler için günlük rutin deneyim olarak ele alınmıştır.

Cohen ve Avieli (2004), turizm sosyolojisi ile mutfak sosyolojisindeki bazı mutfak kavramlarını entegre ederek konuya bir yaklaşım önermek amacıyla çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmada, destinasyon çevresi açısından; yerel etnik restoranlar, yurtdışında yerel yemek yeme mekanları ile turistik mutfak deneyimleri açısından çeşitlilik

konuları sorgulanmış ve Asya ülkelerinden gelen turistlerin ağırlıklı olarak kendi mutfak kültürlerinin yemeklerini sunan işletmeleri tercih ettikleri belirtilmiştir.

Uriely (2005), turist deneyimi bağlamında önemli gelişmeleri tanımlamak amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışma kapsamında turist deneyimi konusunda yapılan çalışmalar incelenmiş ve (a) günlük hayatın farklılaşmasından sıradanlaşmasına geçiş ve turistik deneyimler, (b) genellemekten ziyade çoğullaştırmaya yönelik kavramlaştırmalar, (c) tura özgü nesnelere ziyade turist odaklı amaçlar ve (d) tutarsız ve kesin ifadelerden ilişkili ve tamamlayıcı yorumlara yönelim gibi kaydadeğer gelişmeler tespit edilmiştir. Ayrıca gelecekte farklı açılardan turist deneyimi ile ilgili çalışmaların yapılması gerektiği önerilmiştir.

Harrington (2005), gastronomik kimliği tanımlamak için bir çerçeve sunmak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada gastronomik kimliği tanımlamak üzere alan yazından hareketle bir model önerilmiştir. Bu modelde; kültür (tarih, etnik çeşitlilik, deneme-yenilme, yenileşim, yetenekler, gelenekler, inanışlar ve değerler) ve çevre (coğrafya, iklim, mikro iklim, yerli ürünler, kazançlı uyum ve yeni ürünler) faktörlerinin etkisiyle ve (a) lezzet profilleri, (b) görgü kuralları, (c) tarifler, (d) teknik ve malzemelerdeki füzyon, (e) klasik şarap ve yemek uyumu, (f) iklim kuşakları ve (g) eski ve yeni dünya stillerinden oluşan bir gastronomik kimliğin oluştuğu vurgulanmıştır.

Kivela ve Crofts (2005), gastronominin turistlerin destinasyon deneyimleri üzerindeki etkisini ve turistlerin tekrar ziyaret etme kararına etkisini ortaya koymak amacıyla 1105 turist üzerinde anket uygulaması yaparak bir araştırma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada; Hong Kong'u ziyaret eden turistlerin yaklaşık %21'inin gastronomi amaçlı ziyaret ettiği, bu bağlamda azımsanmayacak gastronomi turizmi pazarına sahip olduğu ve bu turistlerin ağırlıklı olarak 26-45 yaş aralığında, iyi eğitim almış erkeklerden oluştuğu belirlenmiştir. Ayrıca Hong Kong ve çevre illerin gastronomisinin turistlerin tekrar ziyaret etme kararlarında önemli bir faktör olduğu belirtilmiştir.

Ryu ve Jang (2006), turistlerin yerel mutfağı denemeye yönelik davranışsal niyetlerini tahmin etmek için gerekçeli eylem teorisi modelinin yeteneğini incelemek amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma bulguları incelendiğinde, geçmiş deneyim boyutunun eklendiği gerekçeli eylem teorisi modelinin turistlerin yerel mutfağı denemelerinde davranışsal niyetleri tahmin etmek üzere turizm sektöründe kullanılabilir olduğu belirtilmiştir.

Kivela ve Crofts (2006), gastronomi turizmi pazarının turizm pazarındaki yeri ve önemi ile gastronominin turistlerin destinasyon deneyim kaliteleri üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla 1105 turist üzerinde anket uygulaması yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma bulguları incelendiğinde; Hong Kong'u ziyaret eden turistlerin yaklaşık %21'inin gastronomi amaçlı ziyaret ettiği, bu bağlamda azımsanmayacak gastronomi turizmi pazarına sahip olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca gastronominin destinasyon imajının belirleyicilerinden

biri olduğu ve gastronomik deneyimlerin Hong Kong'un gastronomisinin pazarlanmasında güçlü bir araç olduğu belirtilmiş ve bu konuda destinasyon pazarlamacılarına önerilerde bulunulmuştur.

Okumuş vd. (2007), Hong Kong ve Türkiye'nin pazarlama çalışmalarında gıdayı nasıl kullandıklarını karşılaştırmak amacıyla doküman taraması (içerik analizi) yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma bulguları incelendiğinde; her iki ülkenin de pazarlama çalışmalarında gastronomik değerleri kullandığı ancak Hong Kong'un Türkiye'ye nazaran daha çok gastronomik bir destinasyon olarak pazarlandığı, Hong Kong'un kendi yerel mutfağının yanı sıra uluslararası mutfakları da pazarladığı ancak Türkiye'nin sadece yerel mutfağını pazarladığı ve özellikle dokümanlardaki fotoğraflarda Türkiye'ye göre çok daha profesyonel çekimlerin yer aldığı belirtilmiştir. Ayrıca destinasyon imajı, pazar konumlandırma ve ürün çeşitliliği anlamında da Hong Kong'un Türkiye'ye nazaran gastronomik değerlere daha çok önem verdiği vurgulanmıştır.

Fox (2007), Hırvat turistik destinasyonlarının gastronomik kimliğini yeniden keşfetmek amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada Hırvatistan'ın turistik destinasyonlarının gastronomik kimliğinin uluslararası mutfaklar boyutunda değil yerel mutfak mirası açısından değerlendirmesi yapılmıştır. Bu bağlamda Hırvatistan turizminin paydaşları açısından oluşturulacak gastronomik kimliğin önemi ve değeri belirtilmiş ve gastronomik kimliğin; farklılaşma, estetikleşme, özgünleşme, simgeleşme ve yenilenme sağlayacağı vurgulanmıştır.

Hall ve Sharples (2008), gıda etkinlikleri, festivaller ve çiftçi pazarlarının turizm ve gıda pazarı açısından önemini vurgulamak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmada; (a) gıda etkinlikleri, festivaller ve çiftçi pazarlarının turizmdeki konumlandırması, (b) gıda etkinlikleri ve festivallerden örnekler ve (c) gıda etkinliklerinin kategorilendirilmesi konuları incelenmiş ve gıda turizmi açısından bu etkinlikler, festivaller ve pazarların önemi vurgulanmıştır.

Hall, vd. (2008), çiftçi pazarlarını özgün pazar deneyimi açısından değerlendirmek amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmada; (a) çiftçi pazarlarının düşüşü ve yükselişi, (b) Amerika, Kanada, Yeni Zelanda ve İngiltere'de çiftçi pazarları ve (c) modern çiftçi pazarının sosyal yapısı konuları incelenmiş ve çiftçi pazarlarının yapaylık ile özgünlük arasında bir noktada konumlandırılabilmesi belirtilmiştir.

Galloway, Mitchell, Getz, Crouch ve Ong (2008), şarap turistlerinin tutum ve davranışlarını tahmin etmek için bir temel olarak "macera arayışı" kişilik değişkeninin yararlılığını incelemek amacıyla altı farklı şaraphanede 222 turist üzerinde anket uygulaması yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma bulguları incelendiğinde, şarap turistlerinin; şarap giderleri yüksek, aylık şarap satın alım miktarları yüksek, aylık şarap

tüketimleri yüksek, son 12 ay içerisinde şaraphaneleri sıklıkla gezen, şaraphaneler hakkında internetten bilgi toplayan, şarap bölgelerini ziyaret ettiklerinde farklı aktivitelere de katılan, şarap bölgelerini ziyaret etme kararı verirken deneyim, zevk ve dürtülerini dikkate alan kişiler oldukları belirtilmiş, macera arayışının tüm bu özellikler ile ilişkili olduğu vurgulanmış, bu sonuçların uygulamaya yönelik önemi üzerinde durulmuştur.

Kivela ve Crotts (2009), etimoloji ve anlatım yoluyla gastronomi turistlerinin deneyimlerini anlamak amacıyla 219 turist ile mülakat yaparak bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulguları incelendiğinde; destinasyonun gastronomisinin turistlerin deneyimleri üzerinde etkili olduğu, turistlerin tekrar aynı destinasyona gelmelerinde gastronominin önemli bir faktör olduğu ve gastronomi turistlerinin ayrı bir pazar bölümünü oluşturdukları ortaya konulmuştur.

Kim vd. (2009), turistlerin yerel yiyecek ve içecek tüketimini etkileyen faktörleri incelemek amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada, turistlerin yerel gıda tüketimlerini etkileyen faktörler; motivasyon faktörleri (ilginç deneyim, rutinden kaçış, sağlık kaygısı, bilgi edinme, özgün deneyim, birliktelik, prestij, çekicilik ve fiziksel çevre), demografik faktörler (cinsiyet, yaş ve eğitim) ve fizyolojik faktörler (gıdada yenilik arayışı ve yenilik korkusu) olmak üzere üç boyutta ele alınmış ve bu boyutlardan oluşan bir model ortaya konulmuştur.

Sims (2009), yerel mutfağın sürdürülebilir turizm deneyimindeki rolünü ortaya koymak amacıyla toplam 78 turist, gıda üreticisi ve işletme yetkilisi üzerinde anket uygulaması yaparak bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmada, yiyecek ve içecek ürünlerinin tanıtımının; (a) yeni ziyaretçileri çekmeye, (b) uzun vadede ekonomik sürdürülebilirliği artırmaya, (c) destinasyonlar için bir "imaj" oluşturmaya yardımcı olabileceği belirtilmiştir. Ayrıca turizmde yerel mutfağın tüketimi ile sürdürülebilir turizmin gelişebileceği ve yerel ekonomiyi canlandırarak bir pazar fırsatı doğabileceği vurgulanmıştır.

Surenkok, Baggio ve Corigliano (2010), Türkiye'de gastronomi ve turizm alanında bilgi ve iletişim teknolojilerinin rolünü ortaya koymak amacıyla 171 turist üzerinde anket uygulaması yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma bulguları incelendiğinde; (a) Türk ve yabancı turistlerin sosyal ağları kullanımları karşılaştırıldığında gıda ve şarap konusunda yorumların okunması ve yazılması alanında Türk turistlerin daha aktif oldukları, (b) internet siteleri incelendiğinde "*oasis.com.tr*"un içerik ve güncellik anlamında yeterince zengin bir site olmadığı buna karşılık "*travelturkey.us*"nin daha içerikli ve güncel olduğu ve (c) gastronomi alanındaki internet siteleri incelendiğinde "*gurmeguide.com*"un zengin içeriğe sahip olduğu ancak gurme turlarına yer vermediği "*lezzetduragi.net*"in yerel lezzetleri detaylıca tanıtıldığı ve "*timeoutistanbul.com*"un özellikle İstanbul özelinde çok zengin içerik sunduğu belirtilmiştir.

Harrington ve Ottenbacher (2010), turizm ve gastronomi arasındaki bağlantıyı geleneksel gastronomik bölgeler ve geleneksel olmayan bölgeler çerçevesinde açıklamak amacıyla vaka çalışması ve beş kişi ile mülakat yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada; (a) Lyon'un varalón bir gastronomi merkezi imajı olduğu ve bu imajın geleneksel yemekler ve şaraplar sayesinde oluştuğu, (b) Rhone-Alpes bölgesinin de mutfak arzında çeşitlilikleri ve şarapları olduğu ancak Lyon gibi imajının olmadığı ve (c) güçlü bir geleneksel gastronomik imaja sahip olmanın destinasyonlar için çok önemli bir faktör olduğu belirtilmiştir. Ayrıca bu sonuçların mutfak turizminin pazarlanması adına çok önemli olduğu vurgulanmıştır.

Ardabili, Rasouli, Draynai, Molaie ve Sharegi (2011), turistlerin ilgisini İran yemeklerine çekmek için çeşitli etkili teknikleri tartışmak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada; (a) İran mutfağında yemeğin kendisinden çok yemeğin nasıl servis edildiğinin önemli olduğu, (b) İran yemeklerinin içeriğinin turistlerin kendi ülkelerinde yedikleri yemeklerle benzer nitelikte olduğu, (c) İran yemeklerini paketli şekilde servis etmenin mümkün olmadığı, (d) geleneksel şekilde servis yapılarak turist memnuniyetinin yakalandığı ve (e) turistlerle iletişimde yemeğin nasıl önerildiğinin önemli olduğu vurgulanmıştır.

Chang, vd. (2011), turistlerin seyahatlerdeki yemek deneyimlerini değerlendirmelerini etkileyen nitelikleri incelemek amacıyla üç farklı gruptan toplam 41 turist ile odak grup görüşmesi yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada, destinasyon çevresi açısından, turistlerin seyahatlerdeki yemek deneyimlerini değerlendirmelerini etkileyen niteliklerin; hizmet sunumu ve turist rehberinin performansı (izah etme, mutfağı pazarlama, kolaylaştırma) olduğu belirtilmiştir.

Blakey (2012), turizmin gastronomi ile bağlantısını açıklamak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada, destinasyon çevresi açısından; gastronominin insanların deneyimleri üzerinde önemli bir rolünün olduğu ve gastronominin özellikle kırsal bölgelere ekonomik katkılarının olduğu vurgulanmıştır.

Sanchez-Canizares ve Lopez Guzman (2012), mutfak turistlerinin özelliklerini ve motivasyonlarını belirlemek ve destinasyonu ziyarette gastronominin ana sebep ya da ikincil sebep olup olmadığını ortaya koymak amacıyla 10 farklı restoranda 206 turist üzerinde anket uygulaması yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma bulguları incelendiğinde, mutfak turistlerinin Cordoba'yı ziyarette ana sebeplerinin gastronomi olduğu belirtilmiştir.

Bessiere ve Tibere (2013), gıda ve yemek yemenin turist deneyimindeki rolünü incelemek amacıyla 480 turist üzerinde anket uygulaması ve 30 sektör temsilcisi ile mülakat yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada, iki farklı pencereden gıda ve yemek yemenin turist deneyimindeki rolü açıklanmaya çalışılmıştır. Bunlar; turistlere gastronomik mirasın yansımaları ve turistlerin kırsal alanlara yaptıkları gastronomik seyahatlerdir. Araştırma bulgularına göre; seyahat edilen destinasyon ile gıda kültürü arasında bir bağ olduğu, yiyecek ile

ilgili aktivitelerin seyahat deneyimini etkilediği ve gıda mirasının destinasyona ekonomik katkılarının olduğu vurgulanmıştır.

Okumuş ve Çetin (2015), yerel gıdanın destinasyon pazarlamasında kullanılmasını incelemek amacıyla internet siteleri, tanıtım CD'leri ve tanıtım broşürleri incelemesi (içerik analizi) yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma bulguları incelendiğinde; (a) gastronomi turizmine özel broşürler ya da videoların olmadığı, (b) gıda ile ilgili içeriklerin genellikle kültürel çekicilikler başlığı altında değerlendirildiği, (c) gastronomi ile ilgili verilen bilgilerin oldukça kısıtlı olduğu, (d) web sitelerinde yapılan çevirilerin problemliliği olduğu, (e) Turizm Bakanlığı'nın internet sayfasındaki "*Home of ...*" konseptinde yer alan 75 fotoğrafın sadece altısının gastronomi ile ilgili olduğu ve (f) gastronomi ile ilgili etkinliklere hiç yer verilmediği belirtilmiştir.

Frisvoll, Forbord ve Blekesaune (2016), kırsal turizmde turistlerin yerel gıda tüketimlerini incelemek amacıyla beş farklı bölgede 447 turist üzerinde anket uygulaması yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma bulguları destinasyon çevresi açısından incelendiğinde; turistlerin %24'ünün bölgedeki yiyecekleri deneyimleme ya da yemek yeme amacıyla seyahat ettikleri belirtilmiştir.

Mevcut alan yazın incelemesinden hareketle, turizmde gıda tüketimi ile ilgili çalışmaların ağırlıklı olarak turistlerin gıda tüketimini etkileyen faktörler üzerine yoğunlaştığı, ayrıca destinasyondaki mutfak arzı (duyusal nitelikler, gıda içeriği, gıda/mutfak tipi, gıda çeşitliliği, pişirme yöntemleri, fiyat - değer - kalite, gıda ağları vb.) ve destinasyon çevresi (gastronomik imaj - kimlik, pazarlama iletişimi, destinasyon deneyimi, destinasyon seçimi, destinasyon pazarlaması, destinasyon gelişimi, tarım ve sürdürülebilirlik, hizmet sunumu, bağlamsal etkiler, hizmet alanı, mevsimsellik vb.) ile ilgili çalışmaların gerçekleştirildiği de görülmektedir. Bu bağlamda turizmde gıda tüketimi konusunun son derece önemli bir konu olduğu ve bu konuda farklı açılardan çok çeşitli çalışmalar gerçekleştirildiğini söylemek mümkündür. Ancak alan yazın incelemesi sonucunda turistlerin gastronomik akımlara ilişkin gıda tüketim eğilimlilikleri üzerine yapılmış bir çalışmaya rastlanamamıştır. Bu bağlamda turistlerin gastronomik akımlara ilişkin gıda tüketim eğilimliliklerinin incelenmesine yönelik bir çalışma eksikliğinin olduğu şeklinde yorum yapılabilir.

Turizmde gıda tüketimi konusuna ilişkin alan yazın incelemesine dayalı çalışmalar EK 2'de gösterilmektedir.

3.2. Gastronomik Akımlar

Dünya gastronomisi son yıllarda özellikle küreselleşme ve yerelleşme hareketleri ile değişime uğramaktadır. Ekonomik, sosyo-kültürel ve teknolojik gelişmelerin etkisi ile mutfak arzında değişimler ve insanların gıda tüketimlerinde çeşitlilikler meydana gelmektedir (Mak vd.,

2012). İnsanlar, dünya gastronomisini gelişen teknoloji ve iletişim kaynakları sayesinde çok kolay ve hızlı bir şekilde takip edebilmekte ve nasıl deneyimleyecekleri hakkında fikir sahibi olabilmektedir. Dünya genelinde küreselleşmenin de etkisi ile insanlar füzyon mutfak adı verilen uluslararasılaşmış yemekler yemeye başlamışlardır (Sokolov, 1992). Buna paralel olarak yenilik arayışı içerisinde olan tüketiciler de dünyanın sayılı şeflerinin yapabildiği fizik ve kimya bilgisi gerektiren moleküler mutfak yemeklerini çok yüksek bedeller ödeyerek tüketmektedir (Özdoğan, 2014). Yerleşme hareketi ile küresel dünyadan uzaklaşmak isteyen insanlar da yerel yiyeceklere yönelmekte ve özellikle seyahatler sırasında gidilen yörelerin yerel mutfaklarının eşsiz lezzetlerini keşfetmektedir (Shenoy, 2005). Bu bağlamda gastronomik akımlar başlığı altında; (a) moleküler gastronomi ve moleküler mutfak, (b) füzyon mutfak ve (c) yerel mutfak konuları ele alınmaktadır.

3.2.1. Moleküler Gastronomi ve Moleküler Mutfak

“Bilim temelli yemek pişirme” ya da “deneysel mutfak” adı ile de anılan moleküler gastronomi özellikle son yıllarda yiyecek içecek endüstrisinde yeni bir akım olarak görülmekte ve bireysel ya da kurumsal çalışmalara konu olmaktadır. Moleküler gastronomi; fizik, kimya, gıda teknolojileri ve turizm gibi farklı disiplinleri bir araya getiren ve daha çok yeni tatlar ve görünümlemler ile yiyecek ve içecekler geliştirmeye yönelik çok disiplinli bir mutfak bilimi olarak tanımlanmaktadır (Özdoğan, 2014: 213). Linden vd. (2008), moleküler gastronomiyi kısaca mutfakta hazırlanan gıdaların özellikleri, oluşumu ve gelişimi ile ilgilenen bilimsel bir disiplin olarak tanımlarken, This (2002), gıdaların pişirilmesi esnasında ortaya çıkan fiziksel ve kimyasal süreçleri inceleyen bir bilimsel disiplin olarak tanımlamaktadır. Moleküler gastronomi, genel olarak mutfak ve gastronomi olgularının sosyal, sanatsal, teknik bileşenleri yanında mutfak uygulamalarındaki gıda bileşenlerinin kimyasal ve fiziksel dönüşümünün arkasındaki nedenleri incelemeyi ve açıklamayı amaçlamaktadır (Kroger, 2006). Günümüzde moleküler gastronomi üst düzey mutfak uygulamalarının en çok ilgi uyandıran konusu haline gelmiştir.

Moleküler gastronomi, çeşitli yiyeceklere eklenecek bazı maddeler ile yapılarının nasıl değiştirilebileceğini laboratuvar ortamında bilimsel deneylerle incelerken, moleküler mutfak ise bu çalışmalar sonucunda, araştırmacılar tarafından bulunan sonuçları restoran mutfaklarında uygulamaya dökmektir (Kızılırmak ve Albayrak, 2013). Yani moleküler gastronomi bilim adamlarının işi iken, moleküler mutfak fizik ve kimya bilgisine sahip mutfak şeflerinin işidir.

3.2.1.1 Moleküler Gastronominin Öncüleri

M.Ö. ikinci yüzyılda yazılan ve günümüzde Londra'da korunan anonim bir papirüs yaprağında fermente etin mi yoksa taze etin mi daha hafif olduğunu belirlemeye çalışıldığı anlaşıldığından moleküler gastronominin geçmişinin M.Ö. dönemlere kadar uzandığı düşünülmektedir. Ayrıca o dönem ve sonrasında pek çok bilim adamının gıdalar ve pişirme yöntemleri ile ilgilendikleri de bilinmektedir. Örneğin, Apicius tarafından ilk kez M.Ö. dördüncü yüzyılda belirtilmiş olan etlerin hazırlanmasında et dokularına ısı işlem uygulayarak et suyundan sulu solüsyonlar elde edilmesi çok büyük ilgi çekmiş ve günümüzde özellikle Fransız mutfağına ait pek çok yemeğin reçetesinde yerini almıştır (This, 2006). Bilim adamlarının gıdalar ve pişirme yöntemleri ile ilgili çalışmaları bilimin gelişmesi ile artış göstermiştir. Bu çalışmalarda; Antoine Laurent de Lavoisier (1743-1794) etlerin yoğunluğunu ölçerek mutfak süreçlerini keşfetmek istemiş, Antoine Augustin Permentier (1737-1813) patatesin pişirilmesini açıklamaya çalışırken mutfak süreçlerini incelemiş, Justus Von Liebig (1803-1873) et hazırlamayı rasyonel hale getirmek istemiş ve Eugene Chevreul (1786-1889) yağların kimyasal özelliklerini araştırmıştır (This, 2002).

Moleküler gastronomi disiplini ilk olarak 1980 yılında Oxford Üniversitesi'nde fizik profesörü olan Nicolas Kurti ve Herve This tarafından ortaya konmuştur. Bu disiplinin geliştirilmesinin temel nedeni olarak gıda bilimi ile evde yapılan yemek pişirme arasındaki büyüyen farklılıklar gösterilmektedir (This, 2002).

Herve This 1980 yılında peynirli sufle yapmak için bir tarife baktığında bu disiplinin temeli atılmış oldu. Herve This tarifi okurken yumurta sarılarının çifter çifter katılmasını kesirli bir şekilde katılmaması gerektiği önerisini gördüğünde meraklanmış ve neden bu şekilde pişirildiğini araştırmaya başlamıştır. Daha sonra bunu Oxford Üniversitesi'nde düşük ısı alanında uzmanlaşan fizikçi Nicholas Kurti ile paylaşmıştır. Kurti uzun yıllar boyunca deneysel olarak yemek pişirme konusunda çalışmalar yapmıştır. 1969 yılında Londra Kraliyet Enstitüsü'nde "Mutfaktaki Fizikçi" adlı konuşmasında "yıldızların içindeki ısı derecesi hakkında bir sufle için ısı derecesinden daha çok bilgimiz var" demiştir (Vega, Ubbink ve Linden, 2012). Bu nedenle Nicholas Kurti ve Herve This yiyeceklerin hazırlanmasında meydana gelen fiziksel ve kimyasal değişimlerin keşfedilmesi için yeni bir gıda bilimi disiplinine gereksinim olduğunu belirtmişlerdir. İlk olarak gıdanın tüm yönlerini (bilgi, ağız tadı, beslenme, hazırlama) yeni disiplinlerine eklemek istemişler ve adı geçen Jean Anthelme Brillant Savarin tarafından tanımlandığı gibi "gastronomi" konseptini geliştirmiş ve yaymışlardır. Brillant Savarin gastronomiyi, doğal tarihin bir bölümü, beslenmeye ait maddelerin bir sınıflandırılması olarak tanımlamaktadır. Savarin'e (1971) göre, fizik, onun özelliklerini ve kalitesini inceler. Kimya, onları konu alan ayrışmaları ve farklı analizleri içerir. Aşçılık ise, gıdaları hazırlar ve onları hazır

hale getirir. Buna ek olarak her biri kendi bilimsel geçmişini nüfuz alanını dâhil etmek istemektedir. Herve This kimyacı olarak “moleküler gastronomi” adını önerse de, Nicholas Kurti “moleküler ve fiziksel gastronomi” adını savunmuştur. Nicholas Kurti’nin 1998 yılında ölümünden sonra bu isim kısaltılarak “moleküler gastronomi” adını almıştır.

Nicholas Kurti ve Herve This, moleküler gastronomi ile ilgili ilk uluslararası çalışmayı 1992 yılında İtalya’da düzenlemiş ve bu etkinlik büyük ilgi görmüştür. Sonrasında bu organizasyon iki ya da üç yıl ara ile sürekli düzenlenmiştir. Herve This, 1995 yılında verdiği doktora tezinde moleküler gastronominin beş amacını belirtmiştir. Bu amaçlar;

- a) Mutfak atasözlerinin ve koca karı hikâyelerinin araştırılması,
- b) Model reçetelerin incelenmesi,
- c) Mutfaktaki yeni malzemelerin, yöntemlerin, içeriklerin ve araçların tanıtılması,
- d) İlk üç maddenin uygulanması ile öğrenilen yeni bilgilerle yeni yemeklerin icat edilmesi ve
- e) Genel halk için yapılan bilimlerin desteklenmesi içi moleküler gastronominin kullanılmasıdır.

Herve This daha sonra bu beş amacı düzenleyerek tanımlamaları belirlemek ve bilimsel olarak açıklamak üzere ilk iki amaca odaklanmıştır. Üçüncü ve dördüncü amaç ise daha çok teknik uygulamalar ve bilimsel bilgi ile ilk iki amacı takip etmektedir (Blanck, 2007: 79). Beşinci amaç ise mevcut olan bilimin ilerisi ile ilgili kısmıdır. Bu da “*Note by Note Cuisine – The Future of Food*” adı ile, Herve This’in moleküler gastronomi çalışma grubunu kurduğu ve çalışmalarını yaptığı College de France’daki INRA (*The National Institute for Agricultural Research*) de gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır (This, 2014).

Nicholas Kurti ve Herve This haricinde moleküler gastronomi ile ilgili çalışmalar gerçekleştiren önemli bilim adamlarından bazıları Peter Barham ve Harold McGee’dir. Peter Barham İngiltere’de Bristol Üniversitesi Fizik Bölümü’nde profesör olarak görev yapmaktadır. Danimarka’da Kopenhag Üniversitesi Yaşam Bilimleri Fakültesi Moleküler Gastronomi alanında fahri profesör unvanına sahip olan Barham, Kopenhag’da moleküler gastronomi alanında çalışmalar gerçekleştirmektedir. Springer tarafından 2001 yılında basılan “*The Science of Cooking*” adlı kitabı çoğu üniversitede ders kitabı olarak okutulmaktadır. Ayrıca *The Fat Duck* restoranının şefi Heston Blumental ile moleküler mutfağın hem restoran mutfaklarında hemde ev mutfaklarında uygulanabilirliği üzerinde çalışmaları bulunmaktadır (Amerikan Kimya Derneği, 2010: 2313).

Gıda bilimi tarihi ve kimyası, yemek pişirme ve moleküler gastronomi konularında yayınları bulunan Harold McGee, Yale Üniversitesi’nde doktorasını tamamlamıştır. Pek çok restoran işletmesine danışmanlık hizmeti sunmanın yanı sıra New York Times gazetesinde köşe yazarlığı yapmakta ve New York’da Fransız Mutfak Enstitüsü’nde mutfak eğitimi vermektedir.

“*On Food and Cooking*” adlı kitabı dünya genelinde pek çok ödüle layık görülmüş ve özellikle moleküler gastronomi alanında uzmanlaşmış ünlü mutfak şefleri tarafından herkese tavsiye edilmektedir (*Cooksinfo*, 2015).

3.2.1.2. Popüler Moleküler Mutfak Şefleri ve Restoranları

Moleküler mutfak restoranlarının şefleri pek çok farklı donanım ve malzemeler ile tıpkı laboratuvarında çalışır gibi çalışmaktadır. Moleküler mutfak restoranlarını standart restoranlardan ayıran pek çok unsur bulunmaktadır. Dünyanın en iyi moleküler mutfak restoranının şefi Ferran Adria’ya göre standart restoranlar ile moleküler mutfak restoranları arasındaki farkları Tablo 3.2’de gösterildiği gibi açıklamak mümkündür.

Bu farklar sadece *ElBulli* restoranı için değil aynı zamanda çoğu moleküler mutfak restoranı için geçerlidir. En büyük fark “tadım menüsü” adı verilen en az 30 farklı küçük porsiyonun sunulmasıdır. Bunun bilimsel olarak açıklaması “insan beyninin doyma duyusunu geç algılaması, ancak tadı algılamasının otomatik olarak gerçekleşmesi” şeklinde yapılmaktadır. Bu yüzden yemekleri bu şekilde servis etmektedirler. Ayrıca şefler her yenen yemeğin tadının bir diğerini tamamlar nitelikte sırayla servis edilmesi gerektiğini savunmaktadır (Ivanovic, Mikinac ve Perman, 2011: 148).

Tablo 3.2. Standart Restoranlar ile Moleküler Mutfak Restoranları Arasındaki Farklar

KRİTERLER	STANDART RESTORANLAR	MOLEKÜLER MUTFAK RESTORANLARI
Hiyerarşi	Uzmanlığa dayalı sıkı hiyerarşik yapı bulunur.	Hiyerarşik yapı yoktur. Her şef belirli bir tabağı hazırlar.
Çeşit Sayısı	Üç ana çeşit bulunur (Çorba ya da başlangıçlar, ana yemek ve tatlı).	30 ile 45 farklı çeşit bulunur.
Porsiyon Büyüklüğü	Orta büyüklükten geniş porsiyonlara doğru büyür.	Küçük porsiyondan çok küçük porsiyona doğru küçülür.
Yemek Sunumu	Çeşitli yemekler gösterişten uzak bir şekilde sunulur.	Sanatsal gösterişten uzak ama yenilikçi ve öncü sunumlar mevcuttur.
Yemek Süresi	1-2 saat içerisinde tamamlanır.	3-5 saat ve fazla sürede tamamlanır.
Menü	Mevcuttur.	Mevcut değildir.
Personel Sayısı	Restoran büyüklüğüne göre değişmekle birlikte genellikle 2 vardiyalı en az 12 kişi çalışırken, büyük restoranlarda bu sayı 40 kişiye kadar yükselir.	Bir öğünde kaç müşteri var ise o sayıda şef çalışır.
Öğün Sayısı	Gün boyu hizmet verilmektedir.	Günde 1 öğün hizmet verilmektedir.
Şefin Müşteri ile İrtibat İmkânı	Mutfakta çalışan şef sayısı kısıtlı olduğu için pek mümkün değildir.	Her müşteri için ayrı şef çalıştığı için yemeklerin masada misafirler önünde hazırlanması ve açıklanması mümkündür.

Kaynak: Ivanovic, S. (2003). *Kuharstvo*. Zagreb: Školska Knjiga.

Moleküler gastronomi biliminin öne sürdüğü çıkarımları fizik ve kimya bilgisine sahip mutfak şefleri dünyaca ünlü restoranlarda defalarca yapılan deneyler sonucunda geliştirdikleri menüler ile misafirlerin karşısına çıkarmaktadır. Çoğu *Michelin* Yıldızlı olan bu restoranların sahipleri ve aynı zamanda şefleri moleküler mutfak konusunda uzman kişilerdir. Başta İspanya,

Amerika, Fransa, İngiltere, Danimarka ve İrlanda gibi ülkeler olmak üzere sayısı her geçen gün artan moleküler mutfak restoranlarının en popüler şefleri ve restoranlarına bu başlık altında yer verilmektedir.

a) *Şef Ferran Adria ve ElBulli Restoranı*: İspanya'nın Barcelona şehrinde 14 Mayıs 1962 tarihinde dünyaya gelen Ferran Adria, yılda 1.000.000 kişinin rezervasyon yaptırdığı ve ancak 8000 kişinin yemek yeme şansını yakaladığı *ElBulli* restoranının sahibi ve baş aşçısıdır. *ElBulli* restoranı Barcelona şehir merkezine 166 kilometre uzaklıkta Fransa sınırına çok yakın Costa Brava bölgesi içerisinde yer alan Roses sahil kasabasında kurulmuştur. Ferran Adria, mutfak alanında kariyerine 1980 yılında Castelldefels şehrinde yer alan *Playafels* Oteli'nde bulaşıkçılık yaparak başlamış, askerlik görevini yerine getirdikten sonra 1984 yılında *ElBulli* restoranında aşçı olarak çalışmış ve 18 ay sonra baş aşçı olmuştur. 1994 yılında ortağı Juli Soler ile birlikte *ElBulli* restoranının %20 hissesini 120.000.000 İspanyol Pesosu karşılığında İspanyol milyoner Miquel Horta'ya satmıştır. Satıştan elde edilen gelir ile restoran büyük bir değişime uğramış ve yeni ortak Miquel Horta'nın da etkisi ile pek çok politikacı ve iş adamının *ElBulli* restoranından haberi olmuştur (Gourmetfood, 2015). Dünyanın en ünlü moleküler mutfak restoranı olarak bilinen *ElBulli*, günde sadece 6 saat, yılda sadece 6 ay hizmet veren ve Ferran Adria ile ekibinin 24 yıl süresince geliştirdiği 1846 farklı yemeğin sunulduğu bir restorandır. Yılın kapalı olarak geçen zamanlarında yeni tarifler üzerine çalışmalar yapan Ferran Adria ve ekibi her yıl misafirlerini yeni moleküler mutfak yemekleri ile ağırlamıştır (*New York Times* Gazetesi, 2015).

New York Times gazetesinin "Dünyanın en etkili 100 kişisi" arasında yer verdiği tek aşçı olan Ferran Adria tam beş defa dünyanın en iyi restoranı seçilen *ElBulli* restoranını 2010 yılında kapatacağını açıklamıştır (*New York Times* Gazetesi, 2015). Bu durumu *Financial Times* gazetesi "Bir Dünya Süperstarının Zirvedeyken Bırakması" manşeti ile tüm dünyaya duyurmuştur (*Financial Times* Gazetesi, 2015). Bu haber tüm dünyada moleküler mutfağın sonu olarak yorumlanmaya başlamışken, Ferran Adria bu durumu bir "son" değil yaratıcı kalabilmek ve yeni yaratıcılıklara yelken açmak adına bir "dönüşüm" olarak nitelendirerek 2014 yılında moleküler mutfak alanında yepyeni bir projeyi hayata geçireceğini duyurmuştur. Nitekim 2014 yılı içerisinde "*ElBulli Foundation*" adı ile yeni bir oluşum içerisine giren *ElBulli* moleküler mutfağa yeni bir bakış açısı getirerek biyoloji, kimya, fizik, teknik ve hatta psikolojiyi de kapsayan bir laboratuvar "*ElBulli Lab*" ile 2016 yılı içerisinde geri döneceğini moleküler mutfak ile ilgilenenlere duyurmuştur (*ElBulli* Vakfı, 2015). Ancak bu kez moleküler mutfak yemekleri yetiştirme telaşı ile değil moleküler mutfak ile ilgili tüm bilgilere ulaşılacak bir kütüphane "*Bullipedia*" olarak döneceğini ve *ElBulli* Vakfı olarak hedefinin artık "moleküler mutfakta yenilik yaratmak değil, moleküler mutfakta yenilik yapanları yaratmak" olduğunu duyurmuştur (*The Guardian* Gazetesi, 2015).

b) *Şef Heston Blumenthal ve Fat Duck Restoranı*: İngiltere’de 27 Mayıs 1966 tarihinde dünyaya gelen Heston Blumenthal, tamamı *Michelin* yıldızına sahip toplam dört adet restorana sahiptir. 2006 yılında dünyanın en iyi 50 restoranı içerisinde birinci sırada yer alan üç *Michelin* yıldızına sahip restoranı *Fat Duck* ile *The Hinds Head* ve *The Crown* restoranları İngiltere’nin Bray şehrinde ve *Dinner* restoranı Londra’da faaliyetlerini sürdürmektedir (Edwards-Sturart, 2012: 100-104). Moleküler mutfak alanında akademik açıdan da çalışmalar yapan Heston Blumenthal, yüksek lisansını Bristol Üniversitesi’nde tamamlayıp ve doktora eğitimine London Üniversitesi’nde devam etmektedir. Ayrıca moleküler mutfak hakkında kitapları bulunan Heston Blumenthal, halen iki farklı gazetede köşe yazarlığının yanı sıra TV programı da yapmaktadır (Starchefs, 2015).

c) *Şef Grant Achatz ve Alinea Restoranı*: 25 Nisan 1974 tarihinde dünyaya gelen Amerikalı şef Grant Achatz, Şikago’daki restoranı Alinea ile pek çok kez dünyanın en iyi restoranları arasında gösterilmiş ve sayısız ödül kazanmıştır. Michigan’daki restoranlarda çalışarak mutfak kariyerine başlayan şef, New York’da *The Culinary Institute of America*’da mutfak eğitimini tamamladı (*USA Today* Gazetesi, 2015). Kaliforniya’da *French Laundry* restoranında kısım şefi olarak çalıştıktan sonra, Şikago’da *Trio* restoranında baş aşçı olarak çalışırken pek çok ödüle layık görüldü. 2005 yılında Şikago’da *Alinea* restoranını açtı ve 3 adet *Michelin* yıldızına sahip olmasının ardından restoranı kişi başı 500 ABD Doları ödemeye razı pek çok kişi tarafından tercih edilmeye başladı. Rezervasyon yaptırmanın çok zor olduğu bu restoran geleceğin *ElBulli* restoranı olarak görülmektedir (*Travel Michelin*, 2015).

3.2.1.3. Dünyada Moleküler Gastronomi ve Moleküler Mutfak

Moleküler gastronomi disiplini ve moleküler mutfak akımı özellikle 1980’li yıllardan bu yana özellikle İspanya, Fransa, İngiltere ve Amerika gibi ülkelerde gelişmiş ve bu ülkelerde gerçekleştirilen bilimsel araştırmaların, moleküler mutfak eğitimlerinin ve restoranlarının sayısının artış göstermesi sonucu diğer ülkelerde de gelişmeye başlamıştır. Özellikle moleküler mutfak alanında eğitim alan şeflerin sayısının artması ile bu alanda açılan restoran sayısının da artış göstermesi ve dünyanın en iyi restoranları olarak gösterilen restoranların menülerinde moleküler mutfak yemeklerine yer vermeleri de moleküler mutfağın popüleritesini arttırmıştır.

a) *İspanya*: Moleküler gastronomi denilince tüm dünyada akla ilk gelen isim Ferran Adria’nın memleketi İspanya moleküler gastronomi ve moleküler mutfak alanında uluslararası başarısını kanıtlamış bir ülkedir. İspanya’nın moleküler gastronomi ve moleküler mutfak alanında tartışılmaz lider ülke olduğu sadece İspanyol şefler tarafından değil, tüm dünyaca kabul edilmektedir. Birbirinden yetenekli şeflerin ellerinden kaliteli yemeklerin sunulduğu *Abac*, *Arzac*, *Calima*, *Can Jubany*, *Capritx*, *El Celler de Can Roca*, *Martin Berasategui*, *Miramar*,

Mugaritz, Sergi Arola Gastro, Tickets ve Via Veneto isimli moleküler mutfak restoranları İspanya'da faaliyet göstermektedir (Molecular Recipes, 2015).

Moleküler mutfak alanında hizmet veren yiyecek içecek işletmelerinin hepsinin ihtiyacı olan malzemeler (sodyum aljinat ve jelan sakız vb.) de dünyada ilk kez İspanya'da ticarileştirilmiştir (*Alberty Ferran Adria*, 2015). Buna ek olarak, İspanya moleküler gastronomi araştırma laboratuvarlarında kullanılan *Gastrovac®*, *Rotaval®* veya *Roner®* gibi yeni profesyonel mutfak aletleri üreticilerinden biri olmuştur (*Cooking Concepts*, 2015). İspanya sadece moleküler mutfak alanında kullanılan malzemeler, teknoloji ve ekipmanlaraki bilimsel ve teknolojik gelişmelerin yakından takip edildiği bir ülke değil, aynı zamanda moleküler gastronomi alanında bilimsel araştırmaların ve eğitimlerin gerçekleştirildiği bir ülkedir (García-Segovia, Garrido, Vercet, Arbolea, Fiszman, Martínez-Monzo, Laguarda, Palacios ve Ruiz, 2014:279). İspanya'da *INDAGA* isimli, gastronomi alanında araştırma, yenilik ve gelişimlerin takip edildiği bir merkez de kurulmuştur (*Indaga-Research*, 2015).

Moleküler gastronomi alanında araştırmalar yapan pek çok akademik grup bulunmaktadır. Örneğin; Murcia Üniversitesi'nde gıda bilimi ve teknoloji araştırma grubu yiyecek içecek endüstrisi için *sous-vide* pişirme yöntemini geliştirdi. Bu yöntem sayesinde etler ve balıklar daha önceden vakumlu paketler içerisinde pişirilerek besin değeri kaybına uğramadan daha uzun süre raflarda saklanabilmesi mümkün hale geldi (Díaz, Nieto, Garrido ve Banon, 2008; Díaz, Garrido ve Banon, 2010; Díaz, Nieto, Garrido ve Banon, 2009; Nieto, Estrada, Jordan, Garrido ve Banon, 2011). Extremadura Üniversitesi'nde bir grup araştırmacı *sous-vide* tekniği ile pişirilen etler üzerinde zaman ve ısının etkisi üzerine çalışmalar gerçekleştirmektedir (Sánchez del Pulgar, Gázquez ve Ruiz, 2012; Sánchez del Pulgar, Roldán ve Ruiz, 2013; Roldán, Antequera, Martín, Mayoral ve Ruiz, 2013; Roldan, Antequera, Armenteros ve Ruiz, 2014). Valensiya'da IATA-CSIC Enstitüsü'nde bir grup araştırmacı tabak sunumunun ve gıdaların dokusunun yiyecek kalitesi algısı üzerindeki etkisi (Piqueras-Fiszman, Alcaide, Roura ve Spence, 2012; Piqueras-Fiszman ve Spence, 2012) ve gıdaların ağırlığı ile diğer özelliklerinin tokluk hissini nasıl etkilediği (Piqueras-Fiszman ve Spence, 2012; Spence, Harrar ve Piqueras-Fiszman, 2012) üzerine çalışmalar gerçekleştirmektedir. Ayrıca Polytechnic Üniversitesi, Cadiz Üniversitesi ve Azti-Tecnalia Gıda Enstitüsü'nün moleküler gastronomi alanında çeşitli araştırma grupları bulunmaktadır.

b) *Fransa*: Moleküler gastronomi bilimsel disiplini kurucularından biri olan Herve This'in Fransa'da yaşamasından dolayı Fransa'da büyük gelişme göstermiştir. Bütün dünyada olduğu gibi özellikle 1995 yılından bu yana Fransa'da da moleküler gastronomi alanında çalışan kişiler bu disiplinin gelişmesi için büyük çaba sarf etmiştir. Moleküler gastronomi disiplini Nicholas Kurti ve Herve This tarafından oluşturulduktan sonra Fransa Koleji Kimya Departmanı başkanı Jean-Marie Lehn tarafından moleküler gastronomi grubu kuruldu. Bu grup (*INRA Group*

of *Molecular Gastronomy of AgroParisTech* - IAGMG) 2006 yılından bu yana *AgroParisTech*'de faaliyetlerini sürdürmektedir (This, 2011: 140-142). Moleküler gastronomi grubu Fransa devletinin de desteği ile ilköğretimden üniversiteye kadar ve hatta daha geniş kapsamlı eğitim faaliyetlerinde yer almaktadır. İlköğretim düzeyinde 2001 yılından bu yana "lezzet deneyimleri çalıştayları" ile bilim ve teknoloji köprüsü kurularak mutfak aktiviteleri, lise düzeyinde 2004 yılından bu yana profesörlerin ve müfettişlerin de yer aldığı "bilim ve pişirme çalıştayları" ve üniversite düzeyinde ise çoğu Fransız üniversitesinde moleküler gastronomi dersleri gerçekleştirilmektedir. Ayrıca ERASMUS *Mundus* programı kapsamında *AgroParisTech*'de Avrupa ülkelerinden gelen öğrencilere moleküler gastronomi dersleri de verilmektedir. Buna ilaveten Fransa'da tüm halka açık moleküler gastronomi kursları da organize edilmektedir. Fransa'da her yıl düzenli olarak "moleküler gastronomi günleri", "bilim, sanat ve pişirme toplantıları", "lezzet haftası" gibi etkinlikler de yapılmakta ve moleküler gastronomi hakkında pek çok yayın yapılmaktadır (This, 2011: 143-146). Fransa'da moleküler mutfak yemeklerinin sunulduğu restoranların sayısı oldukça fazladır. Bu restoranların en ünlüleri Paris'te faaliyetlerini gösteren Cristele Gendre'nin şefliğini yaptığı *Chez Lena Et Mimile*, Inaki Aizpitarte'nin şefliğini yaptığı *Le Chateaubriand*, Jean Chauvel'in şefliğini yaptığı bir *Michelin* yıldızına sahip *Les Magnolias* ve Pierre Gagnaire'nin şefliğini yaptığı üç *Michelin* yıldızına sahip *Pierre Gagnaire*'dir (*Molecular Recipes*, 2015).

c) *İngiltere*: İngiltere'de moleküler gastronomi özellikle Heston Blumenthal'in başarısı ile kendini göstermiştir. Moleküler gastronomi İngiltere'de ilk önce üniversitelerin gıda bölümlerinde araştırılmaya başlanmış ve ardından popülerleşerek bilimsel yemek kurslarına dönüşmüştür. Bu akım özellikle restoran ve bar sektöründe kendini gösterirken, akademik boyutuyla da pek çok çalışma yapılmaktadır. Heston Blumenthal'e ait *Fat Duck*, *The Hinds Head*, *The Crown* ve *Dinner* restoranları ile Set Bains'e ait *Restaurant Sat Bains* İngiltere'nin en popüler moleküler mutfak restoranlarıdır. Akademik alandaki en önemli gelişme *Fat Duck* restoranı ile Nottingham Üniversitesi Biyoteknoloji ve Biyolojik Araştırmalar Konseyi'nin ortak doktora programı açmış olmasıdır. Ayrıca Heston Blumenthal'in diğer üniversiteler ve akademisyenler ile ortak yürütmekte olduğu projeler ve yayınlar bulunmaktadır (Edwards – Stuart, 2012: 97-100).

d) *Amerika*: Amerika'da moleküler gastronomi eğitimi Washington Üniversitesi, Harvard Üniversitesi, Boston Üniversitesi, Cornell Üniversitesi, *Le Cordon Bleu*, Mutfak Eğitimi Enstitüsü ve Amerika Mutfak Enstitüsü'nde verilmektedir. Amerika'nın en iyi 50 restoranı arasında yer alan *Alinea*, *Adara*, *COI*, *Corton*, *E by Jose Andres*, *ING*, *L20*, *Mansere*, *Mc Crady's*, *Minibar*, *Moto*, *Rogue 24*, *Schwa*, *The Aviary*, *The Bazaar*, *The French Laundry*, *Tru* ve *WD-50* restoranları da en popüler moleküler mutfak restoranlarıdır. Bu restoranların çoğunun sahibi ve şefi dünyaca ünlü

Grant Achatz, Homaro Cantu, Wylie Dufrense ve Jose Andres gibi şeflerdir (*Molecular Recipes*, 2015).

Tablo 3.3. Diğer Ülkelerde Moleküler Gastronomi ve Moleküler Mutfak

ÜLKELER	MOLEKÜLER GASTRONOMİ EĞİTİM KURUMLARI	MOLEKÜLER MUTFAK RESTORANLARI VE ŞEFLERİ
Arjantin	Mariano Moreno Institute	Aramburu – Gonzalo Aramburu La Vineria De Guelterio Bolivar – Alejandro Digilio
Avustralya	Victoria Üniversitesi Le Cordon Bleu	Gastro Park – Grant King The Bentley – Brent Savage
Belçika	Humber College	Appriori – Kristof Coppens L’Air Du Temps – Sang-Hoon Degeimbre
Kanada	Humber Continuing Education	BarChef – Frankie Solarik
Danimarka	Kopenhag Üniversitesi	Noma – Rene Redzepi
Almanya	Molekulares Kochen	Amador – Juan Amador Maramoto – Cristiano Rienzner
Yunanistan	Le Monde	Funky Gourmet – Georgianna Hilianaki ve Nick Roussos
İtalya	University of Gastronomic Sciences Italian Culinary Institute	Glass Hostaria – Cristina Bowerman Metamorfosi – Roy Caceres Osteria Francescana - Massimo Bottura
Japonya	Le Cordon Bleu	Aronia – Yoshiaki Takazawa Edition – Koji Shimomura
Malezya	KDU Üniversitesi	Senses – Michael Elfwing
Hollanda	Le Cordon Bleu	Oud Sluis – Sergio Herman
Portekiz	Adelaide Üniversitesi	Belcanto – Jose Avillez
Singapur	Temasek Polytechnic	Tippling Club – Ryan Clift
Türkiye	*Okan Üniversitesi *Gazi Üniversitesi *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi *Adnan Menderes Üniversitesi *Özyeğin Üniversitesi *Uluslararası Servis ve Lezzet Akademisi İstanbul *İzmir Mutfak Saanatları Akademisi *EKS Mutfak Akademisi *MSA - Mutfak Saanatları Akademisi	Mimolett – Murat Bozok Topaz – Tevfik Alparslan Lucca – Cevat Yıldırım Izaka – İlhan Zeytun LaCampana – Üstün Türkmen Alanca – Murat Deniz Temel MyGate – Yasin Sözen Trilye Restoran – Ali Açıkgül Le Meridien – Tarkan Özdemir Tüyap Palas Hotel - Erdem Dirbalı Ritz Carlton İstanbul - Volkan Çengel Rixos Downtown Antalya – Şeref Özalp Ramada Plaza Antalya – Cüneyt Dalgın Divan – Serdar Yıldız

*Türkiye'deki eğitim kurumlarında moleküler mutfak eğitimleri teorik ders ve basit pratik uygulamalar niteliğindedir. Diğer ülkelerdeki eğitim kurumlarında moleküler mutfak eğitimleri teorik derslerin yanı sıra pratiğe dayalı olarak verilmektedir.

e) *Diğer Ülkeler:* İspanya, Fransa, İngiltere ve Amerika’da gelişme gösteren moleküler gastronomi ve moleküler mutfak zamanla diğer ülkelerde de gelişim göstermiştir. Bu ülkeler dışındaki ülkelerdeki moleküler gastronomi eğitimi verilen kurumlar ve moleküler mutfak restoranları Tablo 3.3’de gösterilmektedir.

3.2.1.4. Moleküler Mutfak Uygulamaları

Moleküler mutfağın en önemli özelliği, teknoloji kullanmak suretiyle malzemelerin moleküler yapılarıyla oynamak ve aynı zamanda da bir araya gelmesi düşünülmeyecek malzemeleri birlikte sunmaktır (Gök, 2012). Moleküler mutfakta şeflerin mutfaka ve

malzemelere yaklaşımları bir biyokimyacının yaklaşımına çok benzemektedir. Yemek yapımında küreleşen sıvılar, sıvı nitrojen, yoğun aromalar ve *sous-vide* gibi çok farklı tekniklerden faydalanılmaktadır.

a) *Küreleşen Sıvılar*: Küreleşen sıvılar (*spherification*) tekniği *ElBulli* restoranının şefi Ferran Adria tarafından 2003 yılında geliştirilmiştir. Bu teknik ile bir sıvının banyo içine daldırıldığında dışta küre şeklinde jelatimsi bir sargı malzemesi oluşturup içindeyse sıvı bir malzeme bulundurması şeklinde açıklanmaktadır. Bu şekilde ağıza atılan küreler ısırıldığında patlayıp, içinden sıvı şeklinde bir lezzetin ağıza yayılması sağlanır. Farklı boyutlarda yapılabilen kürelerin küçükleri havyar ve daha büyük kürelere de yumurta, *gnocchi* ve ravioli adı verilmektedir. Zor bir yöntem gibi görülse de aslında moleküler gastronomi kitleri sayesinde ev mutfaklarında dahi uygulanabilecek bir tekniktir (Myhrvold, Young ve Bilet, 2011: 184; *Molecular Recipes*, 2015).

ElBulli restoranının kavun havyarı en güzel örneklerden biridir. Kavun havyarı yapımında kullanılan malzemeler; 250 gr. kavun suyu, 2 gr. *alginate*, 2,5 gr. kalsiyum klorür ($CaCl_2$), 500 gr. su, 4 adet şırınga, 1 adet süzgeç, 3 adet kap'tır. Tarifi, kavun suyunun üçte biri *alginate* ile karıştırılır ve karıştırıcıda biraz çekilir. Kalan üçte iki kavun suyu da eklenip bir süre bekletilir. Ucunda iğne olmayan dört adet şırıngaya kavun-*alginate* karışımı doldurulur. İkinci kaptaki kalsiyum klorür suda eritilir. Kalsiyum klorür sıvısının içine şırıngadan damlalar sıkılır. Bir dakikada kalsiyum klorür içinde tutuktan sonra içinde soğuk su üçüncü kaba aktarılır ve hemen süzgeçle süzüp servis yapılır (Myhrvold vd., 2011: 189). Küreleşen sıvılar tekniği ile soslar, çorbalar ve içkiler kullanılarak farklı yemekler üretmek mümkündür. Türk mutfağının nadide yemeklerinde de bu yöntemi kullanmak mümkündür. Dünyaca ünlü *Fat Duck* restoranının şefi Heston Blumenthal'in Türk mutfağına giriş yaparak yeni tarifler üzerine çalıştığı bilinmektedir.

b) *Sıvı Nitrojen*: Moleküler mutfak uygulamalarının en ünlü olanlarından bir tanesi sıvı nitrojen ile yapılan dondurmadır. Bu tarif ilk kez 1994 yılında, Nicholas Kurti ve Herve This tarafından *Scientific American* dergisinde yayınlanmıştır. Ancak sıvı nitrojen tehlikeli bir madde olduğu için verilen tarifi kesinlikle evlerde denenmemesi gerekmektedir.

Sıvı nitrojen ile dondurma yapımında kullanılan malzemeler; 4 su bardağı taze krema, 1 su bardağı süt, 1,5 su bardağı toz şeker, 1 paket vanilya ve 5 litre sıvı nitrojen'dir. Vanilya yerine püre haline getirilmiş çilek veya kahve de kullanılabilir (Kurti ve This, 1994: 66-71). Bunlara ek olarak nitrojen eli yakabileceği ve göze sıçraması durumunda ciddi hasar verebileceği için ele mutlaka bulaşık eldiveni giyilmeli ve koruyucu olarak gözlük takılmalıdır. Tarifi; büyük çelik bir tencere içine dondurma malzemeleri konulup, şeker eriyene kadar tel çırpıcı ile çırpılır. Bu aşamada kullanılacak aroma ilave edilir. Tencere mutfak eviyesi içine yerleştirilince eldiven ve gözlükler takılır. Tencerenin içine önce az bir miktar sıvı nitrojen döküp dondurma hızla

karıştırılmaya başlanır. Ardından daha fazla nitrojen ilave edip bir tahta kaşıkla dondurmaya karıştırmaya devam edilir. İlave edilecek beş litre sıvı nitrojenin tamamını kabın içine dökülür. Sürekli karıştırmak suretiyle on dakika içinde dondurma hazırlanmış olur. Eğer servis ederken dondurma erimeye başlarsa kabın içine biraz daha nitrojen döküp yeniden dondurmaya mümkündür (Kurti ve This, 1994: 66-71; *Molecular Recipes*, 2015).

c) *Sous-vide Tekniği*: *Sous-vide* Fransızca bir terim olup, gıdaların vakumlanmış torbalar içerisinde ve düşük sıcaklıkta ısı uygulanarak pişirildiği moleküler mutfak tekniğidir. *Sous-vide*, olağanüstü lezzetler yakalamaya izin veren ve bugüne dek tarihte hiçbir pişirme tekniğinin sağlayamayacağı besin, lezzet ve sunum yararları sağlayan sıra dışı, çarpıcı bir tekniktir (Schellekens, 1996). Bu tekniğin en büyük faydası, pişecek ürünün vakum paketinin içinde bulunmasından ötürü, pişirme esnasında su ve yağ kaybına uğramamasıdır (Church ve Parsons, 2000). Ayrıca düşük ısılarda pişirildiği için, ürünün hem dışı hem de içi aynı pişirme derecesinde olmaktadır. Özellikle her türlü et ürünü üzerinde *sous-vide* tekniği, son derece başarılı sonuçlar ortaya koymaktadır (Keller, Benno, Lee ve Rouxel, 2008).

Sous-vide tekniği, son derece hassas bir pişirme metodudur ve gerekli özen ve dikkat gösterilmediğinde çeşitli sağlık riskleri oluşturmaktadır (Dünya Gıda Dergisi, 2016). Öncelikle, *sous-vide*'in doğası gereği, pişirme işlemi yaklaşık 55-60°C aralığında gerçekleştiğinden, zararlı bakterilerin oluşumuna son derece açıktır. Özellikle *salmonella* ve *C.botullinum* adlı bakterilerin, havasız ve orta sıcaklıktaki ortamlarda hızla çoğaldığı bilindiğinden *sous-vide* ile pişirilmiş bir ürünü servis etmeden önce yapılması gereken, ürünün iç sıcaklığını kontrol etmektir (Baldwin, 2012: 23). Bunun amacı, ürünün iç sıcaklığıyla, pişirme suyunun ısısının arasında fark olup olmadığını anlamaktır. Ayrıca, bu metot ile işlenmiş ürünlerin dört saat içerisinde servis edilmesi gerekmektedir. Aksi takdirde, acilen buzdolabında soğutmak gerekmektedir. Eğer hızlı bir şekilde soğutulmazsa, tekrardan bakteri oluşumu için ortam sağlanmış olacağından hayati riskler oluşabilir (Myhrvold vd., 2011: 286). 1970'li yıllarda profesyonel mutfaklar ile tanışan ve günümüzde evlerde dahi sıklıkla kullanılmaya başlanan, yeme alışkanlıklarımızda hatırı sayılı bir yer edinen *sous-vide* tekniği, doğru uygulandığında ve doğru ürünle birleştiğinde, yediğimiz gıdaların tatlarını minimum kayıpla soframıza getirirken, yanlış ya da eksik uygulandığında da ciddi bir sağlık riski olarak karşımıza çıkmaktadır.

d) *Yoğun Aromalar*: Karidesi sıcak doğal vanilya taneleri üzerinde sunmak, ya da bifteği elma ağacı talaşları ile islemek veya sülünü saman-elma yanığıyla tütsülemek gibi sıra dışı aroma veren teknikler de moleküler mutfak uygulamalarında kullanılmaktadır (Kırım, 2006).

e) *Jelleşme Tekniği*: Moleküler mutfak uygulamalarından bir diğeri de jelleşme tekniğidir. Jelleşme tekniğinde agar agar, jelâtin, jel sakız, pestin ve metilselüloz gibi hidrokoloidler kullanılarak sıvı maddeler tadları değiştirilmeden katı jel haline dönüştürülmektedir (Myhrvold vd., 2011: 70). Elde edilen jeller moleküler mutfak şefleri

tarafından sıcak ya da soğuk olarak heykel jeller, küresel jeller, kaplama jeller, boncuklar, spaghetti, çıtır filmler yapımında kullanılmaktadır (*Molecular Recipes*, 2015).

f) *Kıvam Arttırıcılar*: Kıvam arttırıcılar şeflerin en fazla kullandıkları maddelerin başında gelmektedir. Hidrokoloid olarak bilinen bu maddeler moleküler gastronomi uygulamaları için en önemli yeniliktir. Hidrokoloidler genellikle kıvam arttırıcı olarak ve jelleşme tekniğinde suda dağılarak kullanılmaktadır. Kıvam arttırıcı ile jeller arasındaki fark; kıvam arttırıcı olarak kullanıldığında sıvı yine sıvı halde kalırken, jelleşme tekniğinde sıvı katılaşmaktadır (Myhrvold vd., 2011: 12-38).

g) *Emülsiyonlar*: İlkokul düzeyinde tüm öğrencilere yağ ve suyun asla birbiri ile karıştırılmayacağı öğretilmektedir. Ancak kremli dokuları ve eşsiz lezzetleri ile emülsiyonlar sayesinde artık yağ ve suyu sabit bir şekilde birleşmektedir. Kıvam arttırıcı ve emülsiyon yapıcı kullanımına bağlı olarak, bir emülsiyon süt gibi, kalın ya da kremli dokuya sahip olabilir. Pek çok emülsiyon moleküler mutfak haricinde de kullanılmaktadır. Örneğin; yumurta, sirke, süt, dondurma, mayonez ve çikolata birer emülsiyondur. Emülsiyonlar köpükler ile yakından ilgilidir. Köpük, gaz maddelerin sıvı ya da katı maddeler içerisinde dağılması iken emülsiyonlar ise bir sıvının diğer sıvı içerisinde dağılmasıdır. Normalde yağ ve su birbiri ile karışmaz iken emülsiyon ilave edilince ikisinin de yapısı değişime uğrayarak karışmaktadır (Myhrvold vd., 2011: 200-214; *Molecular Recipes*, 2015). Köpük formundaki yemek sosları İspanya'daki *ElBulli* restoranın şefi Ferran Adria'nın uyguladığı bir tekniktir. Örneğin; bir havucun önce suyu çıkarılıp çok az doğal lesitin maddesiyle karıştırılır ve çırpıcı ile çırpılarak köpük haline getirilmekte ve yemeğin türüne göre ister doğal ister dondurularak servis edilmektedir.

h) *Moleküler Miksoloji*: Moleküler miksoloji, yani moleküler kokteyl yapımı kokteyl malzemelerinin moleküler seviyede araştırılmasına dayalı, moleküler gastronomi tekniklerinden faydalanan bir barmenlik disiplini. Amacı kullanılan maddelerin hallerini değiştirerek içkilere farklı tat, doku ve görsellik sunarak içenlerin tecrübelerini farklılaştırmaktır (Murphy, 2010; Ivanovic vd., 2011: 149). Moleküler miksolojide sıkça kullanılan teknikler emülsiyon, sıvı nitrojen kullanımı, jelleşme, sisleme, ısıtma ve katılaştırma işlemleridir (*Molecular Recipes*, 2015). Moleküler gastronomide de olduğu gibi, dünyada pek çok barmen ve gece kulübü işletmesi bu kokteyl tarzını benimsemiş ve bu konuda özelleşmişlerdir. New York'da *Tropical 128*, Şikago'da *The Aviary* ve İstanbul'da faaliyet gösteren *Lucca* moleküler miksoloji alanında kendini kanıtlamış işletmelerdir.

3.2.1.5. Moleküler Mutfak Uygulamalarında Kullanılan Özel Donanımlar

Moleküler mutfak uygulamalarının başarıya ulaşmasında kullanılan özel donanımlar hayati öneme sahiptir. Aslında doğru donanıma sahip olmadan moleküler mutfak uygulamalarını gerçekleştirmek çok tehlikelidir. Donanımların maliyeti ve bulunabilirliği

moleküler mutfak restoranlarının göz önünde bulundurması gereken önemli faktörlerdir. Bu donanımlar olmadan moleküler mutfak restoranlarının kendilerini geliştirip yeni menü kalemleri geliştirmeleri olanaksızdır (Hill, 2009: 36).

Moleküler mutfak uygulamalarında kullanılan kremşanti sifonu, spaghetti seti, lazer, santrifüjör, kurutma cihazı, gaz lambası, manyetik karıştırıcı ısıtıcı, şırıngalar, sallanan buharlaştırıcılar ve derece gibi donanımların yanısıra olmazsa olmaz özel donanımları aşağıdaki gibi açıklamak mümkündür;

a) *Anti-Griddle Makinesi*: Donmuş ya da yarı donmuş gıda üretiminde kullanılan elektrik enerjisi veya sıvı nitrojen kaynakları ile çalışan önemli bir donanımdır. Elektrikli olanları -34 °C, sıvı nitrojen ile çalışanları -148 °C'ye kadar ani soğutma (30-90 saniyede) özelliğine sahiptir (Ivanovic vd., 2011: 143). *Alinea* restoranının şefi Grant Achatz restoranında bu makineyi oldukça fazla kullanmaktadır (Garlough ve Campbell, 2012: 37).

b) *Şeker Dönüşüm Makinesi*: Restoranlarda olduğu kadar eğlence parklarında da görülen bu donanım, şekerin pamuk şekere dönüştürülmesinde kullanılmaktadır. *ElBulli* restoranının şefi Ferran Adria'nın sıklıkla kullanmış olduğu bir cihazdır (Ivanovic vd., 2011: 143).

c) *Paco Jet Makinesi*: Çoğu profesyonel mutfakta yer alan ve özellikle dondurma ve şerbet yapımında kullanılan makinedir (Myhrvold vd., 2011: 66). İçerisinde dakikada 2000 devire sahip çok keskin bıçak bulunmaktadır. Sıvı nitrojende olduğu gibi çok küçük kristaller ile benzer bir dokuda dondurma elde etmek için kullanılmaktadır (Ivanovic vd., 2011: 143).

d) *Sous-vide Makinesi*: *Sous-vide* tekniği ile pişirme moleküler mutfak uygulamalarından önce de kullanılmış, ancak moleküler mutfak akımı ile yaygınlaşmıştır. Teknik vakumlanmış gıda ürününün *sous-vide* makinesi banyosuna yerleştirilmesi ile gerçekleştirilmektedir (Ivanovic vd., 2011: 143). Zamanın ve pişirme ısısının kontrol edilmesi *sous-vide* makinesi ile gerçekleştirildiği için daha güvenilir ve istenen sonuçların alınması mümkündür. Tek olumsuz yönü pişirme süresinin çok uzun sürmesidir (Myhrvold vd., 2011: 198-267).

e) *Tütüsüleme Tabancası*: Moleküler mutfakta çeşitli yemeklerin yapımında tütülenmiş tad vermek için kullanılan donanımdır. Yemeklere ikincil bir aroma katmasından dolayı şefler tarafından sıklıkla tercih edilmektedir. Tütüsüleme tabancası, folyo ile kaplı bir kabın içindeki dumanın püskürtülmesi yöntemi ile kullanılmaktadır (Ivanovic vd., 2011: 143).

f) *Gastrovac*: Moleküler mutfak uygulamalarında kullanılan *sous-vide* pişirme yöntemine yakın yavaş pişirme yapan, vakum özelliği ve termostatu bulunan İspanyol kökenli bir donanımdır (*Cooking Concepts*, 2015). Özelliği gıdanın içerisindeki tüm lezzeti ve suyu tıpkı kuru bir sünger haline gelene kadar emmesi ve bütün kuru hücrelerine önceden seçilen bir şarabın doldurulmasına olanak sağlamasıdır (Ivanovic vd., 2011: 143). Bu sayede hiç umulmadık lezzetler elde edilebildiğinden şefler tarafından tercih edilmektedir.

g) *Rotaval*: İspanya'da *Alicia* Gıda ve Bilim Vakfı'nın geliştirmiş olduğu, bir vakum pompası kullanılarak düşük sıcaklıklarda katı damıtma tekniğini kullanan yeni teknoloji ürünü bir donanımdır (Schenkelaars, Klompaker ve Laar, 2010: 12). Bu cihaz aynı zamanda *ElBulli* restoranı şefi Ferran Adria tarafından zeytinyağı küreleri yapımında kullanılmaktadır.

h) *Roner*: Sıcaklık istikrarını garanti altına almak için kapalı su dolaşım sistemine sahip termostat, geri sayım sayacı ve bir kabın birleşiminden oluşan önemli bir donanımdır (*Cooking Concepts*, 2015). İspanya'da *El Celler de Can Roca* ve İtalya'da *Metamorfosis* restoranlarında çeşitli moleküler mutfak uygulamalarında kullanılmaktadır (*Molecular Recipes*, 2015).

3.2.1.6. Moleküler Mutfak Uygulamalarında Kullanılan Gıda Katkı Maddeleri

Gıda katkı maddeleri gıda üretiminde ve saklanmasında gıdanın kalitesini arttırmak, saklama süresini (raf ömrünü) uzatmak amacıyla kullanmaya başlanmıştır. Gıda üretiminde ve gıdaları saklamak amacıyla başta tütsüleme, alkol, sirke, yağ ve baharatlar gibi doğal yöntemler ve az sayıda kimyasal madde kullanılmıştır (Bağcı Bosi, 2014: 205). Dünyadaki gelişmeler ve endüstrideki devrim sonucunda gıdaları sağlamak ve ulaştırmak konusunda pek çok değişiklik gerçekleşmiş ve gıda üretim miktarları ile üretilen gıdanın kalitesinde gelişmeler sağlanmıştır. Tüm bu gelişmeler gıdaların saklanması, korunması, renklerindeki-tatlarındaki ve yapılarındaki değişimlerin önlenmesini sağlamak amacıyla çeşitli kimyasalların geliştirilmesini zorunlu hale getirmiştir (Branen ve Haggerty, 2002: 1-9). 21. yüzyılda yaşam tarzının değişmesi, hazır ve atıştırılabilir ürünlere eğilim, mevsimi dışında gıda tüketimine olan talebin artması ve gastronomi alanındaki eğilimler gıda sektörünün daha fazla gıda katkı maddeleri kullanmasına neden olmaktadır (Bağcı Bosi, 2014: 206).

Avrupa Birliği'nde olduğu gibi ülkemizde de yaklaşık 300 kimyasal maddeye gıda katkı maddesi olarak kullanılma izni verilmiştir. İzin verilen koruyucu sayısı 40, renklendirici sayısı 30, tatlandırıcı sayısı 15, antioksidan sayısı 20 dolaylarındadır. Bunlar aynı zamanda insan sağlığı açısından en çok tartışılan gıda katkıları gruplarıdır. Ayrıca emülgatör, lezzet arttırıcı ve asitlendirici gıda katkıları da tartışılanlar arasında yer almaktadır (Ekşi, 2014: 7).

Moleküler mutfak uygulamalarında en fazla kullanılan gıda katkı maddeleri emülsifiye edicilerdir. Ayrıca az da olsa antioksidanlar, asitlendiriciler, tatlandırıcılar, kıvam arttırıcılar ve dengeleyiciler de kullanılmaktadır. Moleküler mutfak uygulamalarında kullanılan emülsifiye ediciler hidrokoloid olarak bilinmektedir (Garlough ve Campbell, 2012: 50). Hidrokoloidler genellikle doğal kökenli olup, gıdaların tadını değil dokusunu ve görünüşünü değiştirmek için kullanılmaktadır (Ivanovic vd., 2011: 145). Protein ve polisakkaritleri içeren hidrokoloidler; jelleşme, kıvam arttırma, köpük yapma ve su ve şekerin kristalleşmesini önleme gibi amaçlarla kullanılmaktadır (Lersch, 2010).

Moleküler mutfak uygulamalarında sıklıkla kullanılan gıda katkı maddeleri *Agar agar* - Su Yosunu Jelâtinini (E-406), *Gellan* - Peltekleştirici (E-418), *Guar Gum*-Siyam Baklası Zamkı (E-412), *Arabic Gum* - Arap Zamkı (E-414), *Carrageenan* - Kırmızı Deniz Yosunu (E-407), *Karuba Tyre* - Keçiboynuzu (E-410), *Cognac Tyre* - Leslie Amorphophallus Bitkisi (E-425), *Xanthan Gum* - Ksantan Zamkı (E-415), *Methyl Cellulose* - Metil Selüloz (E-461), *Sodium Alginate* - Sodyum Aljinat (E-401), *Pectin* - Pestin (E-440) ve *Gelatin* - Jelatin (E-441)'dir (Garlough ve Campbell, 2012: 51-54; Ivanovic vd., 2011: 145-147).

3.2.1.7. Moleküler Mutfağın İnsan Sağlığı Açısından Değerlendirilmesi

Moleküler mutfak uygulamalarında kullanılan gıda katkı maddeleri ile gıdaların hazırlanışı sırasında maruz kaldığı işlemler nedeniyle insanlar, moleküler mutfağın sağlık açısından tehlikeli olup olmadığını sorgulamaktadır. Kullanılan yöntemlerin ve katkı maddelerinin çok çeşitli olması, her restoranda uygulanan standart reçetelerin olmaması ve mutfak şeflerinin sürekli yeni menü kalemleri arayışında olması nedeniyle moleküler mutfağın zararlı ya da zararsız olduğunu kanıtlamış herhangi bir bilimsel çalışma bulunmamaktadır.

Moleküler mutfak uygulamalarında kullanılan gıda katkı maddelerinin çoğunluğunun doğal kaynaklı (kırmızı deniz yosunu hariç) ve Dünya Sağlık Örgütü tarafından onaylı olmasından dolayı sağlığı tehdit etmediği düşünülmektedir (Ivanovic vd., 2011: 145-147). Ancak Dünya Sağlık Örgütü'nün belirlediği dozların haricinde kullanıldığı takdirde ve uzmanlaşmamış şefler tarafından dikkatizce ve uygun olmayan teknikler kullanılarak moleküler mutfak uygulamalarının gerçekleştirilmesi sonucunda sağlığı tehdit edebileceği düşünülmektedir (*Chefs World*, 2015).

3.2.1.8. Bilim Adamları ve Şeflerin Buluşması: Moleküler Mutfağın Önemi

Bütün toplumlarda gerek evde gerekse dışarıda yemek yerken yüksek kaliteli gıdalara ihtiyaç duyulmakta ve aynı zamanda gıdanın, hızlı, lezzetli ve uygun olması istenmektedir. Bu bağlamda tüketicilerin talebinin karşılanması gıda sanayi, bilim adamları ve eğitilmiş şefler arasındaki işbirliğini gerektirmektedir. Şefler ve bilim adamları çok farklı geçmişlere sahip oldukları için aralarında işbirliği sağlamak kolay değildir. Bu yüzden şeflerin ve bilim adamlarının birlikte daha fazla bilimsel çalışma yapmaya ve mutfak eğitimleri sürdürmeye teşvik edilmesi gerekmektedir (Vega ve Ubbink, 2008). Bilim adamlarının bilimsel kavramları uygulamaya çevirmek amacıyla şefler ile iyi iletişim kurarak şeflerin geniş görüşlülüklerini anlamaları gerekmektedir. *ElBulli* restoranı, Ferran Adria ve beraberindeki şefler ile bilim adamları arasındaki başarılı etkileşimin bir örneğidir. Diğer bir örnek ise; *Fat Duck* restoranının şefi Heston Blumenthal ile fizikçi Peter Barham ve gıda bilimcisi Andy Taylor arasındaki

işbirliğidir. Aynı şekilde Fransa'da Hervé This ve şef Pierre Gagnaire arasındaki işbirliği verimli ekip örnekleridir (Linden vd., 2008).

Bilim adamları ve şeflerin mutfak araştırmaları ve yenilik arayışları moleküler mutfak akımını doğurmuş, aynı zamanda bu akım halk tarafından da ilgi görmüş ve hatta moleküler gastronomi biliminin temel ilkeleri hakkında eğitimler verilmeye başlanmıştır (Arbolea, Olabarrieta, Luiz-Aduriz, Lasa, Vergara, Sanmartin, Itturriaga ve Duch, 2008; Linden vd., 2008). Örneğin, İngiltere'de Harvard Üniversitesi'nde mutfağın deneyler yoluyla öğretilmesi bir derstir. Müfredat maddenin evreleri, termodinamik ve çeşitli kimyasal reaksiyonları kapsar ve ders öğrencilerin ilham kaynağı olmuştur. Halka bilimi tanıtmamanın bir yolu da yiyecek içecek tüketimleri, gıda ve sağlık konusunda insanları bilgilendirmek ve pişirme becerilerini geliştirmekten geçmektedir. İnsanların yeme alışkanlıklarını kontrol etmeleri ve doğru seçimler yapmaları daha iyi bir gelecek sağlayacaktır. Bu sayede gıda ve sağlık bilinci artacak ve bu konulardaki sorunları yargılamak için insanlar gerekli temel bilgiye sahip olacaklardır (Linden vd., 2008). Sağlık ve gastronomi arasındaki ilişki yıllardır göz ardı edilmiştir. Oysaki beslenme özellikle yaşlılar, çocuklar ve hastalar için son derece önemlidir. Bilim adamları ve şefler arasındaki etkileşimler bu talepleri karşılamaya yardımcı olacaktır. İspanya'da *Alicia* Gıda ve Bilim Vakfı beslenme konusunda araştırma ve eğitimleri ile iyi bir örnektir. Vakıf şefler ve bilim adamları arasındaki işbirliğini arttırarak araştırma ve eğitim projeleri ile topluma nasıl fayda sağlanacağına odaklanmışlardır (*Alicia* Gıda ve Bilim Vakfı, 2010).

Son yıllarda moleküler mutfak akımının yaygınlaşması ile birlikte bilim adamları ile mutfak şeflerinin birlikte daha çok araştırmalar yaptıkları ve geleceğe yönelik yeni çıkarımlarda buldukları görülmektedir. Artık moleküler mutfağın geleceği son nokta konuşulur hale gelmiş ve bunun sonucunda da moleküler gastronominin kurucularından biri olan Herve This tarafından "*Note by Note Cooking*" adı verilen insanoğlunun gelecekte beslenmesini yakından ilgilendiren akım filizlenmeye başlamıştır (This, 2014).

3.2.1.9. Moleküler Mutfağın Geleceği: *Note by Note* Mutfağı

Dünya genelinde küreyerelleşmenin etkisi ile gıda endüstrisindeki büyümenin devam etmesi sonucunda moleküler gastronomi alanında akademik çalışmaların artmasıyla moleküler mutfağa olan ilginin de artması beklenmektedir (Barham, Skibsted, Bredie, Bom Frost, Moller, Risbo, Snitkaer ve Mortensen, 2010: 2358; Linden vd., 2008). Özellikle Heston Blumenthal'ın Türk mutfağına girerek moleküler mutfak uygulamalarını gerçekleştirmek istemesi örneğinden yola çıkarak moleküler mutfağın şimdiye kadar denenmemiş mutfaklarda denenmek istenmesi bu akımın tüm dünyaya yayılma ihtimali olduğunu göstermektedir (Habertürk Gazetesi, 2015). Bununla birlikte, özellikle moleküler miksojinin eğlence merkezlerinde ve gece hayatında alkollü ve alkolsüz içecekler üzerinde denenmesi ile tüketicilere farklı sunumlar

gerçekleştirilmesi sayesinde yaygınlaştığı ve çok ilgi gördüğü göz önünde bulundurulduğunda moleküler mutfak uygulamalarının daha uzun yıllar devam edeceğini söylemek mümkündür (Ivanovic vd., 2011: 149). Ayrıca moleküler mutfak uygulamalarında özellikle kalsiyum, yağlı asit (n-3) ve fitosterol gibi farklı bileşiklerle zenginleştirme yoluna giderek sağlık konusundaki kaygılar daha aza indirgenebilir ve bu durum moleküler mutfak uygulamalarının popülaritesinin artmasına neden olabilir (Linden vd., 2008). Özellikle sağlık konusunda yapılacak araştırmalar ile moleküler mutfak uygulamalarının sağlığı tehdit ettiğine dair sonuçlar çıkmadığı sürece bu akımın büyüyerek devam edeceği düşünülmektedir (This, 2002).

Bir yandan moleküler mutfak akımı devam ederken diğer taraftan da insanoğlunun gelecekte beslenmesini yakından ilgilendiren “*Note by Note Cooking*” akımı 1994 yılından bu yana moleküler gastronominin kurucusu Herve This tarafından tartışılmakta ve özellikle son yıllarda gelecek mutfak eğilimi olarak gösterilmektedir. Bu akım ilk defa Herve This tarafından 1994 yılında *Scientific American* dergisinde ortaya atıldı. İlk öneri gıda geliştirmektir, ancak sonraki adımı apaçık tamamen bileşiklerden yemek yapmak oldu. Başka bir deyişle *note by note* mutfağında yemek yapmak için et, balık, sebze ve meyve yerine bileşikler, katkısız bileşikler ve karışımlar kullanılmaktadır. Bir benzetme ile elektronik müzik trompet veya keman çalınarak yapılmaz, ancak saf dalgalar kullanılarak sesler ve müzikler karıştırılır (This ve Kurti, 1994). *Note by note* mutfağında aşçının yemeğin şeklini, rengini, tadını, kokusunu, sıcaklığını, dokusunu, besin değerlerini ve çok daha fazlasını tasarlaması gerekmektedir (This, 2013).

24 Nisan 2009 tarihinde Fransız şef Pierre Gagnaire uluslararası basına ilk *note by note* mutfağı yemeğini Hong Kong’da sergilemiştir (This, 2013: 3). Ardından, 2010 yılının Mayıs ayında, Alsaslı şefler Hubert Maetz ve Aline Kuentz Strasburg’da Fransız-Japon Bilimsel Toplantısı’nda iki *note by note* mutfağı yemeğini göstermiştir (Strasbourg Üniversitesi Canal 2, 2015). Ancak ilk *note by note* mutfağı yemeği 2010 yılının Ekim ayında Paris’te *Cordon Bleu* okulunun şefleri tarafından servis edilinceye kadar daha önce servis edilmemiştir (*Cordon Bleu*, 2015). 26 Ocak 2011 tarihinde Paris’te Birleşmiş Milletler Eğitim Birimi’nin Uluslararası Kimya Yılı lansmanında banket yemeği olarak *Potel et Chabot* firması tarafından 150 kişiye tüm menü *note by note* mutfağı yemeklerinden oluşan yemek servis edilmiştir (*Hotellerie-Restaurant*, 2015). Aynı yemek tekrar 2011 yılının Nisan ayında yaklaşık 500 *Michelin* yıldızına sahip şefe Paris’te servis edilmiştir (This, 2003: 3). O tarihten bu yana pek çok kez denenilen *note by note* mutfağı “bugün yemek yapabilecek ürünler bulabiliyoruz, ancak 50 yıl sonra bulabilecek miyiz?” sorusunun yanıtını arayarak her geçen gün gelişmektedir.

3.2.1.10 Moleküler Gastronomi ve Moleküler Mutfak Konularına İlişkin Alan Yazın

Dünyadaki gastronomik akımları takip etmek, mikro açıdan düşünüldüğünde, turizm sektörünün önemli bir parçası olan yiyecek içecek işletmeleri için özellikle işletme menülerinde

farklı ürünlere yer vererek rekabet üstünlüğü sağlamak adına büyük bir fırsat olabilir. Makro açıdan düşünüldüğünde ise destinasyondaki gastronomik imaj ve gastronomik kimlik oluşumu ile ziyaretçilerin destinasyon ve gastronomik deneyimlerinde memnuniyetin sağlanması ve ülkenin turizm gelirlerinin artırılması anlamında son derece önem arz etmektedir.

Gastronomik akımlardan biri olan moleküler gastronomi ve moleküler mutfak konularına ilişkin alan yazın incelenmiş ve alan yazındaki çalışmaların geniş bir yelpazede ele alındığı görülmüştür. Bu bağlamda moleküler gastronomi ve moleküler mutfak konularına ilişkin alan yazın incelemesi neticesinde önemli konular ile bu konularda gerçekleştirilen çalışmalar detaylıca irdelenmiş ve Tablo 3.4'de tek bir çerçeve altında gösterilmiştir.

Moleküler gastronomi ve moleküler mutfak ile ilgili konulara ilişkin alan yazın yedi ayrı başlık altında sunulmuştur.

a) *Moleküler Gastronominin Doğuşu ve Gelişimine İlişkin Alan Yazın*

This (2005a), moleküler gastronomi kavramının doğuşu ile Amerika ve İngiltere'deki ilerleyişini ilk defa İngilizce olarak ortaya koymak amacıyla bir kitap yazmıştır. Kitabın ilk bölümünde mutfak sırlarına, ikinci bölümünde tadın fizyolojisine, üçüncü bölümünde moleküler mutfak tarifleri ve hazırlama yöntemlerine ve dördüncü bölümünde ise pişirmeye bilimsel yaklaşım konularına değinmiştir.

Kroger (2006), moleküler gastronomi hakkında bilgi vermek amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada öncelikle moleküler gastronomi uygulamalarından bahsedilmiş, ardından Nicholas Kurti ve Herve This'in moleküler gastronomi alanında yapmış olduğu çalışmalara ve seminerlere değinilmiş, son olarak Fransa'da kurulan moleküler gastronomi araştırma merkezlerinin sürdürmüş olduğu eğitim faaliyetleri vurgulanarak genel anlamda moleküler gastronomi hakkında bilgiler verilmiştir.

Tablo 3.4. Moleküler Gastronomi ve Moleküler Mutfak ile İlgili Önemli Konular ve Çalışmalar

MOLEKÜLER GASTRONOMİ ve MOLEKÜLER MUTFAK	
İlgili Konular	Önemli Çalışmalar
Moleküler Gastronominin Doğuşu ve Gelişimi	This, 2005a Kroger, 2006 Blanck, 2007 This, 2009a This, 2009c Cousins, O'Gorman ve Stierand, 2010 This, 2011 Valverde, 2011 Nathan, Chris ve Bilet, 2011 Edwards-Stuart, 2012 Barbar ve This, 2012 Yılmaz ve Bilici, 2013 This, 2013 Risbo, Mouritsen, Bom Frost, Evans ve Reade, 2013 Garcia-Segovia, 2014 This, 2014 Özdoğan, 2014 Neumann, Raad, Ciobanu, Budeyri ve Schmidt, 2015 Caporaso ve Formisano, 2016
Moleküler Gastronominin Amaçları, Önemi ve Bilimsel Stratejisi	This, 2005b De Soiler, 2010 This, 2005c
Moleküler Gastronominin Fizik ve Kimya Bilimleri İle İlişkisi	Kurti ve This, 1994 Vega ve Ubbink, 2008 This, 2009b This ve Rutledge, 2009 Van der Linden, 2013 Barham, 2013
Moleküler Gastronomi Bilimi ve Pişirme Yöntemleri	Linden, McClements ve Ubbink, 2008 Baldwin, 2012 Dotsenko, Arpul, Usatyuk ve Dudkina, 2012 Fernandez-Arnesto, 2012 Roossth, 2013
Moleküler Gastronomi Bilimi ve Mutfak Yapılanması (Teknoloji) İle İlişkisi	Vega ve Ubbink, 2008 This, 2009d Ivanovic, Mikinac ve Perman, 2011 Nathan, Chris ve Bilet, 2011 Ruiz, Calvarro, Sanchez del Pulgar ve Roldan, 2013
Moleküler Gastronomi Bilimi ve Duyular İle İlişkisi	Slavkin, 1999 Roudet, 2004 This, 2006 Barham, Skibsted, Bredie, Bom Frost, Moller, Risbo, Snitkaer ve Mortensen, 2010 Myhrvold, Young ve Bilet, 2011 Fizzman, Varela ve Fizzman, 2013
Moleküler Mutfak Yemeğinden Beklentiler/Sonuçlar ve İnovasyon Örneği Olarak Moleküler Mutfak	Mielby ve Bom Frost, 2010 Kızılırmak ve Albayrak, 2013 Van der Linden, 2013 Doğdubay ve Saatçi, 2014 Tüzünkan ve Albayrak, 2015

Blanck (2007), moleküler gastronominin kökenlerini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirmiş olduğu kavramsal çalışmada; moleküler gastronominin kökeninin Herve This ve Nicholas Kurti'nin çalışmalarına dayandığını ve 1992 yılından itibaren yapılan çalıştaylar sonucunda yaklaşık 25000 moleküler tarifin çeşitli semboller vasıtası ile standartlaştırıldığını belirtmiş, ayrıca Ferran Adria ve Heston Blumenthal gibi mutfak şeflerinin moleküler gastronomiye katkılarına değinmiştir.

This (2009a), moleküler gastronominin yirmi yılını ortaya koymak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada, Herve This, moleküler mutfağın yirminci yaşında olduğunu ve yirmi yıl boyunca moleküler gastronomi alanında yapılan çalışmalardan, seminerlerden, çalıştaylardan, moleküler mutfak reçetelerinin formülize edilmesinden bahsetmiş ve bundan sonra gerçekleştireceği çalışmalarda bu formüllerin nasıl kullanılması gerektiğini açıklayacağını belirtmiştir.

This (2009c), moleküler gastronominin yirmi yıllık sürede geldiği noktayı vurgulamak amacıyla gerçekleştirdiği çalışmada moleküler gastronominin 20. yılına gelinceye dek pek çok ülkede gelişim gösterdiğini ve moleküler gastronomi biliminin moleküler mutfağa ışık tuttuğunu, hatta İngiliz mutfak dergisinin en iyi şeflerin moleküler mutfağa eğilimli olduklarını yazdığını belirtmiştir.

Cousins, vd. (2010), moleküler gastronomi olgusunu araştırmak amacıyla ünlü şeflere odaklanan araştırma gerçekleştirmişlerdir. Bu araştırma Michelin yıldızı sahibi 18 farklı Alman, Fransız, İngiliz, İspanyol şef ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda; (a) en iyi şefin yerinde saymayan ve sürekli kendini yenileyen çalışkan şef olduğu, (b) moleküler mutfağın bir akım olduğu ancak medyanın bu terimi yanlış kullandığı, (c) teknolojik gelişmelerin moleküler mutfağın gelişiminde etkili olduğu ve (d) Ferran Adria'nın bu mutfak akımı için akıllı, pazarlamadan anlayan ve iletişimi kuvvetli bir lider olduğu belirtilmiştir.

This (2011), moleküler gastronominin Fransa'daki gelişimini ortaya koymak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada 1995 yılından bu yana Fransa'da moleküler gastronomi alanında çalışan kişilerin bu disiplinin gelişmesi için büyük çaba sarf ettikleri belirtilmiştir. Özellikle INRA *Group of Molecular Gastronomy of AgroParisTech* isminde kurulan moleküler gastronomi grubunun Fransa devletinin de desteği ile ilköğretimden üniversiteye kadar eğitim faaliyetlerinde buldukları ve Fransa'da tüm halka açık moleküler gastronomi kursları da organize ettikleri vurgulanmıştır. Fransa'da her yıl düzenli olarak "moleküler gastronomi günleri", "bilim, sanat ve pişirme toplantıları", "lezzet haftası" gibi etkinlikler ile pek çok yayının yapıldığı ve moleküler mutfak yemeklerinin sunulduğu restoranların (Le Chateaubriand, Les Magnolias, Pierre Gagnaire vd.) sayısının oldukça fazla olduğu üzerinde durulmuştur.

Valverde, vd. (2011), moleküler gastronominin İrlanda'daki gelişimini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri kavramsal çalışmada İrlanda'nın şuan moleküler gastronomi alanında Fransa ve İngiltere'nin gerisinde olduğu ve yapılması planlanan pek çok gelişmenin olduğu belirtilmiştir. Ayrıca moleküler gastronominin İrlanda'daki gelişimi ortaya konmuş, bu bağlamda gerçekleştirilen seminerler, bilimsel çalışmalar, eğitim faaliyetleri, moleküler gastronomi uygulamaları ile basılı yayınlar ve teknoloji uygulamaları hakkında bilgiler verilmiştir.

Nathan vd. (2011), moleküler gastronomiyi tüm boyutları ile ele alan temel bir eser hazırlamak amacıyla hem kavramsal hem de deneysel bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışma toplam altı ciltten oluşmaktadır. İlk cilt moleküler gastronominin tarihi ve temelleri, ikinci cilt moleküler mutfakta kullanılan teknikler ve donanımlar, üçüncü cilt hayvanlar ve doğa, dördüncü cilt malzemeler ve hazırlanış, beşinci cilt tarifler ve altıncı cilt mutak el kitabından oluşmaktadır.

Edwards-Stuart (2012), moleküler gastronominin İngiltere'deki gelişimini ortaya koymak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada özellikle Heston Blumenthal ve restoranı *Fat Duck*'ın İngiltere'de moleküler gastronominin gelişimindeki rolü üzerinde durulmuş, bu alanda yapılan bilimsel çalışmalara, seminerlere ve eğitim programlarına değinilmiştir. Ayrıca İngiltere'deki moleküler mutfak sunan restoranların sayısının gittikçe artış gösterdiği belirtilmiştir.

Barbar ve This (2012), moleküler gastronominin Lübnan'daki gelişimini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri kavramsal çalışmada moleküler gastronominin Lübnan'da 2011 yılından bu yana gelişme gösterdiğini, o tarihten itibaren düzenlenen seminerler ve konferanslar sayesinde daha geniş kitlelere duyurulduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca babagannuş ve mutabbal gibi Lübnan mutfağına ait yemeklerin moleküler mutfak uygulamalarına yer verilmiştir.

Yılmaz ve Bilici (2013), moleküler gastronominin geçmişini ve geleceğini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri kavramsal çalışmada moleküler gastronominin tarihi ve kapsamı ile moleküler gastronominin şeflere, bilim adamlarına, gıda endüstrisine ve topluma olan faydaları üzerinde durulmuş, satandart restoranlar ile moleküler mutfak restoranlarının arasındaki farklara değinilmiş, moleküler gastronominin geleceği hakkında çıkarımlarda bulunulmuştur.

This (2013), moleküler mutfağın geleceği olarak görülen mutfak akımı *note by note* mutfağını detaylıca ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdiği kavramsal çalışmada *note by note* mutfağının 1994 yılından bu yana tartışıldığını ve insanların bu mutfak hakkında özellikle besin değeri, toksikoloji, uygulanabilirlik, ekonomik ve politik soruların olduğunu belirtmiş ve bu soruları yanıtlamıştır.

Risbo, Mouritsen, Bom Frost, Evans ve Reade (2013), moleküler gastronominin Danimarka'daki gelişimini ortaya koymak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada moleküler gastronominin Danimarka'da gösterdiği gelişim çeşitli boyutlardan ele alınmıştır. Bu boyutlar incelendiğinde; özellikle moleküler gastronominin bilimsel açıdan önemsendiği ve bilimsel çalışmaların ağırlıklı olarak yürütüldüğü, bunun yanı sıra moleküler gastronominin gastrofizik ile mutfakta yeniliğe neden olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca moleküler mutfak eğitim faaliyetlerine de yer verilmiştir.

Garcia-Segovia vd. (2014), moleküler gastronominin İspanya'daki gelişimini ortaya koymak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada İspanya'da moleküler gastronominin gerek bilimsel açıdan gerekse uygulama açısından çok gelişme gösterdiği belirtilmiştir. Kullanılan gıda katkı maddelerinden donanımlara kadar her türlü ihtiyacın ticaretinin de İspanya'da yapılmaya başlandığı belirtilmiştir. Ayrıca moleküler mutfak alanında güncel araştırma konularına ve eğitim faaliyetlerine de yer verilmiştir.

This (2014), *note by note* mutfağını derinlikleriyle ortaya koymak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada gıdanın geleceği ve gelecek mutfak akımı olarak görülen *note by note* mutfağında kullanılan katkı maddeleri, tarifler ve görsellere yer verilmiştir.

Özdoğan (2014), moleküler gastronomi ve moleküler mutfak hakkında temel bilgiler vermek amacıyla gerçekleştirdiği kavramsal çalışmada moleküler gastronomi kavramı, moleküler gastronominin tarihi, moleküler mutfakta kullanılan yöntemler ve katkı maddeleri, moleküler miksoloji ve moleküler gastronominin tehlikeleri konularına değinmiştir.

Neumann, Raad, Ciobanu, Budeyri ve Schmidt (2015), yenilik ilkelerini ortaya koyan bir alan olarak moleküler gastronominin evrimini ortaya koymak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada moleküler gastronominin evrimi kronolojik olarak; teknolojinin gelişimi (1950-1988), teknolojinin gıda sektöründe kullanımı ve gıdanın bilim ile buluşması (1988-2004), üstün nitelikli yemeklerin ortaya çıkışı (2004-2010), bu yemeklerin herkes için ulaşılabilir hale gelmesi ve devam eden gelişim dönemi (2010-....) olarak aktarılmış ve son dönemdeki önemli gelişmelerden biri olan *ElBulli* Vakfının yapmış olduğu çalışmalar ile *SubliMotion* restoranı ve *Ooho* su kabı hakkında bilgiler verilmiştir.

Caporaso ve Formisano (2016), gıda bilim adamları ve yenilikçi şefler arasında gelişmeler, uygulamalar ve moleküler gastronomi eğilimlerini ortaya koymak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmada moleküler gastronominin tarihi, bilimadamları ve mutfak şeflerinin iş birliği, yeni moleküler mutfak uygulamalarından örnekler, gastronominin hazcı boyutu, moleküler mutfağın geleceği ve yeni eğilimleri başlıkları incelenmiş ve bu bağlamda "moleküler mutfak bilimsel bir disiplin mi yoksa bir gıda modası mı?" sorusunun cevabı aranmıştır.

b) *Moleküler Gastronominin Amaçları, Önemi ve Bilimsel Stratejisine İlişkin Alan Yazın*

This (2005b), moleküler gastronominin amaçlarını ve önemini ortaya koymak amacıyla yapmış olduğu kavramsal çalışmada; moleküler gastronominin tarifleri model olarak standartlaştırmayı, yeni yemekleri, araçları, metotları ve malzemeleri geliştirmeyi amaçladığını belirtmiştir. Ayrıca kötü bir rüya olarak gelecekte besleyici haplarla hayatımızı sürdürme gerçeğiyle yüzleşene dek yeni ve ilginç yemekler geliştirmek açısından önemli olduğunu belirtmiştir.

This (2005c), moleküler gastronominin temel bilimsel stratejisini ortaya koymak amacıyla yapmış olduğu kavramsal çalışmada moleküler gastronominin "mutfak tanımlarını modellemek" ve "mutfakta kesinlik" olmak üzere iki temel bilimsel stratejisinin olduğunu belirtmiştir. Ayrıca bu modellemeler ile karmaşık sistemlerin açıklanmasının ve sonsuz sayıda yeni yemek buluşunun yanı sıra klasik sosların fiziksel sınıflandırılmasının da mümkün olabileceği vurgulanmıştır.

De Soiler (2010), moleküler mutfak uygulamalarının farklı kitleler için amaçlarını ortaya koymak amacıyla örnek olay incelemesi yöntemini kullanarak bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmada *ElBulli* restoranının menüsünde yer alan popüler yemeklerden likit nitrojeni fıstığın üç farklı ortamda uygulamasına yer verilmiştir. Bunlardan ilki laboratuvar ortamı, ikincisi profesyonel mutfak ortamı ve üçüncüsü ev ortamıdır. Laboratuvar ortamında amacın "bilimine katkı", restoran ortamında amacın "mutfakta yaratıcılık" ve ev ortamında amacın "gastronomik eğitim" olduğu belirlenmiştir.

c) *Moleküler Gastronominin Fizik ve Kimya Bilimleri İle İlişkisine Yönelik Alan Yazın*

Kurti ve This (1994), şeflerin mütevazı tarifleriyle ortaya koyduğu mutfak eserlerini nasıl başardıklarını ortaya koymak amacıyla mutfakta gıdaların hazırlanışı sırasında uğradığı değişimleri fizik ve kimya bilimleri perspektifinden inceledikleri deneysel araştırmada, bu bilimlerin gastronomi üzerinde önemli etkileri olduğunu tespit etmişlerdir.

Vega ve Ubbink (2008), moleküler gastronomi tarihi ve yaklaşımlarının gıda bilimi ve teknolojisi ile ilişkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmada moleküler mutfak reçetelerinin fizik ve kimya bilimleri yardımıyla formüle edilişi hakkında bilgiler aktarılmıştır.

This (2009b), yemek yapmayı bilimsel bakış açısıyla ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdiği deneysel araştırmada moleküler mutfak reçetelerinin fizik ve kimya bilimleri yardımıyla formüle edilmesini açıklamış ve bu formüllerin nasıl kullanılması gerektiğini belirtmiştir.

This ve Rutledge (2009), moleküler gastronomi için analitik yöntemler ortaya koymak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada her bilim dalında olduğu gibi moleküler gastronomide de amacın olguların arkasındaki yeni mekanizmaları ortaya koymak olduğu, örneğin moleküler gastronominin arkasında da tıpkı eczacılıkta olduğu gibi fiziksel ve kimyasal olguların olduğu belirtilmiştir.

Van Der Linden (2013), gastronomi ve fiziğin yenilik olarak kullanılmasını ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdiği kavramsal çalışmada gastronomi ve fiziğin entegrasyonu sonucunda mutfakta yeniliğe etkisinin önemi vurgulanmış, bu bağlamda jelatin ile ilgili fizik örneğinden yola çıkarak gıdanın jelleştirilmesi yoluyla mutfakta yeni ürünler geliştirilebileceği ve bundan tüm gıda profesyonellerinin faydalanabileceği vurgulanmıştır.

Barham (2013), mutfak uygulamalarında fizik biliminin kullanımını ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdiği kavramsal çalışmada 1980'li yıllardan bu yana mutfakta fiziğin kullanılmasıyla gastrofiziğin öneminin arttığı vurgulanmış ve gastrofiziğin tam olarak ne olduğu ve ihtiyacımız olup olmadığı ortaya konmuştur. Ayrıca gelecekte fizik ve kimya eğitimi alan şeflerin kendilerini geliştirip mesleklerinde daha verimli çalışmalarının mümkün olabileceği vurgulanmıştır.

d) *Moleküler Gastronomi Bilimi ve Pişirme Yöntemlerine İlişkin Alan Yazın*

Linden vd. (2008), moleküler gastronominin bilim ve pişirme ile ilişkisini ortaya koymak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmada; moleküler gastronominin kısa tarihi, moleküler gastronominin sanat ve bilim arasındaki boşlukta bir köprü görevi görmesi, moleküler gastronomi eğitimi, moleküler gastronomiden kimlerin faydalanabileceği ve moleküler gastronominin geleceği konularına değinilmiştir.

Baldwin (2012), *sous vide* pişirme yöntemini gıda güvenliği açısından değerlendirmek amacıyla deneysel bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmada moleküler mutfak uygulamalarında sıklıkla kullanılan ve son derece verimli bir pişirme yöntemi olan *sous vide* pişirme yönteminin gıda güvenliği açısından dikkat edilmesi gerektiğinin üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda araştırmada pişirme sıcaklığı ve süresinin, paketlenme ve vakumlama işleminin ve daha sonra kullanılmak üzere dondurma işleminin önemine değinilmiştir.

Dotsenko, Arpul, Usatyuk ve Dudkina (2012), restoranlarda yemek üretiminde küreleştirme tekniğinin kullanımının faydalarını ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmada küreleştirme tekniğinin restoranlarda kullanılmasının nedeninin yenilikçi yaklaşımla farklı yemekler üretmek olduğu kadar aynı zamanda daha sağlıklı, daha az kalorili ve daha çok besin değeri olan yemekler üretmek olduğu belirtilmiştir.

Fernandez-Armesto (2012), mutfakta kullanılan modern teknikleri ortaya koymak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada mutfaklarda kullanılan moleküler mutfak malzemeleri ve hazırlama yöntemleri ile bazı tariflere yer verilmiştir.

Roossth (2013), moleküler gastronomi laboratuvarında Fransız mutfağının geleceğini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdiği çalışmada moleküler gastronomi laboratuvarından Fransız mutfağının geçmişi ve geleceği incelenmiş, kimya aracılığı ile insanların daha iyi beslenebileceği aktarılmış ve gelecekte nelerin yenileceği üzerine tartışılmıştır. Bu bağlamda özellikle geleneksel yemeklerden ziyade sentetik yemeklere doğru yol alan bir Fransız mutfağının olduğu belirtilmiştir.

e) *Moleküler Gastronomi Bilimi ve Mutfak Yapılanması (Teknoloji) İle İlişisine Yönelik Alan Yazın*

Vega ve Ubbink (2008), moleküler gastronomi tarihi ve yaklaşımlarının gıda bilimi ve teknolojisi ile ilişkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmada restoran mutfaklarındaki teknolojilerin önemi vurgulanmıştır.

This (2009d), moleküler mutfaktan mutfak yapılanmasına uzanan bir çerçevede moleküler mutfak uygulamalarını ortaya koymak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada öncelikle mutfak yapılanmasından bahsedilmiş ve ardından iyi pişmiş yumurtadan mayoneze, yeşil fasulyeden et ve patates kızartmasına, limonlu turtadan çikolatalı köpüğe uzanan örnek yemekler üzerinden moleküler mutfak uygulamalarına yer verilmiştir.

Ivanovic, vd. (2011), moleküler gastronomi pratiğinde bilimsel uygulamaların fonksiyonunu ortaya koymayı amaçlayan kavramsal bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada moleküler gastronomi uygulamalarında kullanılan araç gereçler, katkı maddeleri ve hazırlama yöntemleri ile ilgili detaylı bilgilere yer verilmiştir. Ayrıca moleküler gastronomi restoranlarını standart restoranlardan ayıran özellikler üzerinde durulmuştur. Son olarak modern gastronomi akımları ile moleküler gastronominin geleceği hakkında bilgiler verilmiştir.

Nathan vd. (2011), moleküler gastronomiyi tüm boyutları ile ele alan temel bir eser hazırlamak amacıyla hem kavramsal hem de deneysel bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Toplam altı ciltten oluşan bu çalışmanın ikinci cildinde moleküler mutfakta kullanılan teknikler ve donanımlara derinlemesine yer verilmiştir.

Ruiz, Calvarro, Sanchez del Pulgar ve Roldan (2013), yeni mutfak tekniklerinde bilim ve teknoloji kullanımını ortaya koymak amacıyla bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada yeni mutfak tekniklerinde bilim ve teknoloji kullanımının artmasıyla dünya genelinde ünlü restoranların yaygınlaştığı ve bu restoranlarda kullanılan moleküler mutfak katkı maddeleri, pişirme yöntemleri ve donanımlarından bahsedilmiştir. Ayrıca bu alandaki bilgi eksikliği ve güvenlik sorununa değinilmiştir.

f) *Moleküler Gastronomi Bilimi ve Duyular İle İlişisine Yönelik Alan Yazın*

Slavkin (1999), insanlardaki tatma duyusu ile moleküler gastronomi arasında bağlantı kurmak amacıyla bir kavramsal çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada insanların tat alma duyusunun dil üzerindeki 10.000 tat alıcısı vasıtası ile gerçekleştiği ve alıcılar sayesinde damak tadının oluştuğu belirtilmiştir. Ayrıca insanların entellektüel bir damak tadı arayışı içerisinde moleküler gastronomiyi anlayıp takdir etmelerinin mümkün olabileceği belirtilmiştir.

Roudot (2004), kalite kavramından yola çıkarak gıda bilimi tarihi ve yapısını araştırmak ve tüketiciler ile bilim adamlarının ihtiyaçlarının farklı olmadığını ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdiği kavramsal çalışmada 19. ve 20. yüzyılda gıda biliminin durumu ortaya konmuş, özellikle 20. yüzyılın sonlarında moleküler gastronominin etkisinden bahsedilmiştir. Ayrıca

kalitenin yakalanması için üreticilerin bilim adamları ile tüketicilerin ne istediğini anlamları gerektiği belirtilmiştir.

This (2006), moleküler gastronominin insanların yeme düzenini nasıl etkileyeceğini ortaya koymak amacıyla yapmış olduğu kavramsal çalışmada; a) gıda biliminin yeni bir buluş olmadığını ortaya koymuş, b) malzemeler ile mutfak süreci arasında bilimsel olarak farklılık olduğunu vurgulamış, c) popüler mutfak şeflerine değinmiş, d) moleküler gastronominin pişirme alışkanlıklarımızı değiştirebileceğini, e) pişirmenin bilimsel olarak açıklanmasının sağlık eğitiminin geliştirilmesinde etkili olacağını ve f) gelecekte gerek şefler gerekse evlerde misafir ağırlayanlar için ilginç, farklı tatlarda ve sağlıklı yemekler hazırlamada önemli bir etken olacağını belirtmiştir.

Barham, vd. (2010), moleküler gastronomiyi farklı açılardan ele almak amacıyla gerçekleştirdikleri kavramsal çalışmada moleküler gastronomi açısından önemli olan tat, koku, doku, sıcaklık, lezzet gibi duylara değinilmiş, organik ve işlenmiş gıda üretim teknikleri konularına ve moleküler mutfak uygulamalarına yer verilmiştir. Ayrıca yemekten hoşlanma zevk alma gibi duylar ile tüketim konularına değinilmiş ve moleküler gastronominin geleceği hakkında çıkarımlarda bulunulmuştur.

Myhrvold vd. (2011), moleküler gastronominin sanatsal boyutunu ortaya koymak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada modern mutfak anlayışının gelişmesinin ardından dünyaca ünlü şeflerin mutfakta görünüm, koku, doku ve cazibe üzerine yoğunlaşmış moleküler gastronomi uygulamalarını hayata geçirmeleri ele alınmıştır.

Fizzman, Varela ve Fizzman (2013), fizik bilimi ve duysal özelliklerin gastronomi ve mutfak sanatlarına katkısını ortaya koymak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada fizik biliminin gastronomide kullanılmasının restoran deneyimi üzerinde etkisi olabileceği vurgulanmış, bu bağlamda özellikle yemeklerin dokusunun önemli olduğu ve insanların gıda seçiminde önemli rolü olduğu belirtilmiştir.

g) *Moleküler Mutfak Yemeğinden Beklentiler/Sonuçlar ve İnovasyon Örneği Olarak Moleküler Mutfak Konularına İlişkin Alan Yazın*

Mielby ve Bom Frost (2010), moleküler gastronomi yemeğinden beklentiler ve sonuçları ortaya koymak amacıyla 253 kişiye anket uygulayarak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma bulguları incelendiğinde katılımcıların 11 farklı moleküler mutfak yemeği deneyimi sonucunda merak, şaşırtıcı, dürtücü, hoş ve yeniden yeme ile ilgili ifadelerle yüksek derecede katıldıkları dikkat çekmektedir. Ayrıca katılımcıların yemeğin nasıl servis edildiğine önem verdikleri ve yenilik arayışı içerisinde olan ve dışarıda yemek isteyen kişilerin şaşırtıcı yemekleri tercih etme eğilimlerinin olduğu belirtilmiştir.

Kızırmak ve Albayrak (2013), moleküler mutfağı inovasyon örneği olarak ele aldıkları araştırmalarında İstanbul'da faaliyet gösteren 21 turizm işletme belgeli yiyecek içecek

işletmesinde anket uygulaması gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada işletmelerin %81'inde moleküler mutfak uygulamalarına yer verilmediği, uygulayanların ise hem yiyecek hem içeceklerde bu uygulamaları gerçekleştirdikleri belirlenmiştir. Ayrıca moleküler mutfağın Türk turizmine yapacağı katkı konusunda işletmelerin tamamının hemfikir olduğu tespit edilmiştir.

Van Der Linden (2013), gastronomi ve fiziğin inovasyon olarak kullanılmasını ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdiği kavramsal çalışmada gastronomi ve fiziğin entegrasyonu sonucunda mutfakta inovasyon uygulamalarının önemi vurgulanmış, bu bağlamda jelatin ile ilgili fizik örneğinden yola çıkarak gıdanın jelleştirilmesi yoluyla mutfakta yeni ürünler geliştirilebileceği ve bundan tüm gıda profesyonellerinin faydalanabileceği vurgulanmıştır.

Doğdubay ve Saatçi (2014), yiyecek içecek işletmelerinde moleküler mutfak ve füzyon mutfak uygulamalarının menü ile ilişkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri kavramsal çalışmada yiyecek içecek işletmelerinin rekabette ön plana çıkabilmeleri için menülerinde yenilik yapmaları gerektiği ve bu bağlamda füzyon mutfak ile moleküler mutfak ürünlerine menülerinde yer vermelerinin faydalı olabileceği belirtilmiştir.

Tüzüncan ve Albayrak (2015), moleküler mutfağın turizm sektörüne olası etkilerini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri araştırma kapsamında İstanbul'da bir yiyecek içecek işletmesinde anket uygulaması ve beş müşteri ile mülakat gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada, işletme yetkililerinin moleküler mutfağın özellikle işletme gelirlerinin artmasında, müşterileri memnun ederek olumlu duyurumlarda bulunmasında ve ülkenin turizm gelirlerinin artmasında olumlu yönde etkileri olabileceğini vurguladıkları belirtilmiştir. Ayrıca müşterilerin de genel anlamda farklı deneyim yaşamaktan memnun kaldıklarını, arkadaşlarına tavsiye edeceklerini ve fiyatların daha uygun olması halinde daha fazla yemek deneyebileceklerini beyan ettikleri vurgulanmıştır.

Mevcut alan yazın incelemesinden hareketle, moleküler gastronomi ve moleküler mutfak ile ilgili çalışmaların ağırlıklı olarak moleküler gastronominin doğuşu ve tarihi üzerine yoğunlaştığı, moleküler gastronominin fizik ve kimya bilimleri açısından irdelendiği ve moleküler mutfak uygulamaları sırasında yiyecek içeceklerin uğramış olduğu fiziksel ve kimyasal değişimlerin incelendiği görülmektedir. Ayrıca moleküler mutfak uygulamalarında kullanılan donanımlar ve gıda katkı maddeleri ile moleküler mutfak uygulamalarında kullanılan tariflerin standartlaştırılması (formülize edilmesi) ile ilgili çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Moleküler mutfağın çeşitli ülkelerde gösterdiği gelişime yönelik çalışmaların yanısıra geleceği olarak kabul edilen *note by note* mutfağı hakkında da son yıllarda yapılan çalışmaların arttığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda moleküler gastronomi ve moleküler mutfak konularının son derece önemli konular olduğu ve farklı açılardan çok çeşitli çalışmalar gerçekleştirildiğini söylemek mümkündür. Ancak moleküler mutfak akımına yönelik tüketim eğilimleri üzerine yapılmış bir çalışmaya rastlanamamıştır. Alan yazında bu noktada bir çalışma eksikliğinin

olduğu şeklinde yorum yapılabilir. Alan yazın incelemesine dayalı olarak moleküler gastronomi ve moleküler mutfak konularına ilişkin çalışmalar EK 3'de gösterilmektedir.

3.2.2. Füzyon Mutfak

Küreyerleşmenin etkisi ile dünya gastronomisinde ortaya çıkan eğilimlerden biri de füzyon mutfak akımıdır (Holland ve McCool, 1994). Füzyon mutfak başlığı altında; (a) füzyon ve füzyon mutfak kavramı, (b) geçmişten günümüze füzyon mutfağı, (c) füzyon mutfak türleri, (d) Türk mutfağının füzyon mutfak çerçevesinde değerlendirilmesi ve (e) füzyon mutfak konusuna ilişkin alan yazına yer verilmektedir.

3.2.2.1. Füzyon ve Füzyon Mutfak Kavramları

Fransızca "*fusion*" kelimesinden dilimize geçen füzyon kelimesinin Türk Dil Kurumu sözlüğündeki anlamı "birleşme, kaynaşma"dır (Türk Dil Kurumu, 2015). Füzyon kelimesinin anlamı kullanıldığı alana göre farklılık göstermektedir. Hukuk alanında, küçük bir mal varlığının büyük bir mal varlığının içine alınmak suretiyle, iki grup mal varlığının birleşmesi; işletme alanında, iki veya daha çok ticari şirketin alacak ve borçlarını birleştirerek, yeni bir ticari ünvan altında birleşmeleri anlamında kullanılmaktadır. Gastronomi alanında ise füzyon, farklı mutfak kültürlerinin birleşmesi anlamında kullanılmaktadır.

1970'li yıllarda ortaya çıkan füzyon mutfağı (Hall ve Mitchell, 2002: 194); farklı uluslara, yörelere ait yemek pişirme teknikleri ve malzemelerinin bilinçli bir şekilde aynı tabakta birleşmesiyle oluşan, özgün, yaratıcı ve yenilikçi bir mutfak türü olarak tanımlanmaktadır (Uyar ve Zengin, 2015; Sandıkçı ve Çelik, 2007; Gonca, 2009; Mil, 2009). Farklı bir tanımda füzyon mutfağı; çeşitli dünya mutfaklarının özel yemeklerinin birbirleriyle karıştırılarak farklı bir mutfağın ortaya çıkması olarak tanımlanmaktadır (Doğdubay vd., 2007: 39). Tanımlardan anlaşılacağı üzere füzyon mutfağı ürünü olan bir tabakta tek bir ulusa ait özellik ortaya çıkmaz, birden fazla ulusa ait mutfak teknikleri ile malzemeleri tek tabakta birleştirilir (Kırım, 2005).

Alan yazın incelendiğinde araştırmacıların bir kısmının füzyon mutfağı uygulamalarını yöresel mutfakların birleşimi olarak değerlendirdiği (Sandıkçı ve Çelik, 2007: 42; Gonca, 2009), diğer bir kısmının ise uluslararası mutfaklar kapsamında değerlendirdikleri (Doğdubay vd., 2007: 32) dikkat çekmektedir. Ancak füzyon mutfak uygulamaları yeni, farklı ve özgün bir yaratma doğrultusunda bilinçli olarak iki ulus mutfağının birleştirilmesi esasına dayanmaktadır. Füzyon mutfağında, farklı uluslara ait mutfak malzemesi, işleme ve pişirme tekniği gibi işlemlerin sentezlenmesi, birleştirilmesi ve sonunda elde edilen yemeğin her iki mutfakta da yer alan yemekten çok farklı bir ürün olması esastır (Can, Sünnetçioğlu ve Durlu-Özkaya, 2012: 877-878).

3.2.2.2. Geçmişten Günümüze Füzyon Mutfağı

Kültürlerarası mutfak (Holland ve McCool, 1994), yeni dünya mutfağı (Evangelista, 2015) ve mutfağın küreselleşmesi (Sokolov, 1992) gibi değişik kavramlarla da anılan füzyon mutfağının kökeni insanların yüzyıllardan bu yana oluşturduğu mutfak mirasına dayanmakla birlikte; kavram olarak Fransız şeflerin Asya mutfağı (özellikle Vietnam ve Çin) ile geleneksel Fransız yemeklerinin birleşiminden oluşan yemekler sunmaya başlamasıyla 1970'li yıllarda popüler hale gelmiş ve diğer büyük Avrupa şehirleri ile Amerika kıyılarına kadar yayılmıştır (Evangelista, 2015).

Kaliforniya eyaletinde eski İmparatorluk Hanedan Restoranı ve *Chinois* restoranlarında Fransız ve Çin mutfağının birleşiminden yemekler sunan Avusturya doğumlu Amerikan şef Wolfgang Puck ve Çin doğumlu Amerikan şef Richard Wing füzyon mutfağının öncüleri olarak kabul edilmektedir (Wolfgang Puck, 2015; Hanford Sentinel, 2015). Füzyon mutfağı alanında daha sonra gerçekleşen gelişmeler Tablo 3.5'de kronolojik olarak gösterilmektedir.

Tablo 3.5. Füzyon Mutfak Alanında Gelişmeler

Yıl	Gelişme
1850	Mütevazı bir ev dekoruna sahip ilk Güney Çin (Kanton) restoranı San Francisco'da açıldı.
1884	Londra'daki ilk Japon restoranı <i>Nippon Rioriya</i> , Japon şef Matsusawa tarafından açıldı.
1885	Louis Sherry tarafından New York'da Japon yemekleri sunan <i>Mikado</i> restoranı açıldı.
1959	Denver'da <i>Chada Thai</i> ismiyle Thai yemekleri sunan restoran açıldı.
1961	New York'da <i>Viet Nam</i> ismiyle Vietnam mutfağından yemekler sunan restoran açıldı.
1983	Wolfgang Puck, Kaliforniya eyaletinin Santa Monica şehrinde <i>Chinois</i> isimli restoran açtı.
1987	Şef Nobuyuki Matsuhisa, <i>Nobu</i> isminde ilk Peru-Japon restoranını Beverly Hills'de açtı.
1989	Şef Norman Van Aken, bir sempozyumda Amerikan mutfağında füzyonun yerinden bahsetti.
1992	Şef Jean-Georges Vongerichten Manhattan'da <i>Vong</i> isminde Fransız-Thai restoranı açtı.
1994	Hugh Carpenter, <i>Fusion Food Cook-Book</i> isimli kitabında füzyon mutfağı tariflerine yer vermiştir.
2001	Albert Sonnenfeld, <i>Food: A Culinary History</i> isimli kitabında füzyon mutfağı tanımlamıştır.
2009	Şef David Chang, <i>Momofuku</i> isimli restoranında füzyon mutfağı yemeklerine yer vermiştir.
2010	Şef Danny Bowien, San Francisco'da <i>Mission Cheese</i> isimli Meksika-Çin füzyon mutfağı sunan restoran açtı.
2013	Şef Danny Bowien, Manhattan'da <i>Mission Cantina</i> isimli Meksika-Çin füzyon mutfağı sunan restoran açtı.
2016	Günümüzde füzyon mutfağı popülerliğini sürdürmekte ve pek çok ülkede yeni restoranlar açılmaktadır.

Kaynak: *Exquisite Taste Dergisi*. (2015). The history of fusion cuisine. 15 Aralık 2015 tarihinde <http://www.exquisite-taste-magazine.com/all-editions/may-july-2015/east-meet-west/the-history-of-fusion-cuisine.html> adresinden alınmıştır.

Füzyon mutfak akımı farklı mutfak kültürlerine ait pişirme yöntemleri ve malzemelerin birleşmesi sonucu geçmişten günümüze kadar gelmiş ve özellikle monotonluğun dışına çıkmak isteyen, yeni, farklı ve özgün tat arayışı içerisinde olan kişiler için son derece önem arz eden bir gastronomik akımdır. Gerek gastronomi turizmine katılan turistler gerekse bulunduğu ortamda yenilik ve çeşitlilik arayışı içerisinde olan kişiler için füzyon mutfak uygulamaları çok özel bir deneyim olmaktadır. Füzyon mutfak akımını yakından takip eden yiyecek içecek işletmecileri,

müşteri profilleri ile müşterilerinin yeme içme alışkanlıklarını iyi tespit ederek bu durumu rekabet üstünlüğü sağlamak adına bir fırsat olarak kullanmaktadır.

3.2.2.3. Füzyon Mutfak Türleri

Füzyon mutfak türleri alan yazında alt-bölgesel füzyon mutfağı, bölgesel füzyon mutfağı ve kıtasal füzyon mutfağı olmak üzere üç grupta incelenmektedir (*Exquisite Taste Magazine*, 2015;).

a) *Alt-Bölgesel Füzyon Mutfağı*: Bir ülke veya eyaletin farklı alt bölgelerinin mutfaklarının birleşiminden ortaya çıkmıştır (Evangelista, 2015). Örneğin, Kaliforniya füzyon mutfağı o bölgede yaşayan İtalyan, Fransız ve Meksikalılardan etkilenmiş ve farklı mutfak kültürleri ile farklı mutfakların malzemelerinin birleşiminden "Kaliforniya pizzası" füzyon mutfak yemeği olarak popüler olmuştur. Ayrıca Avrupa ve Asyalıların mutfak kültürünün Amerikan malzemeleri ile birleşiminden ortaya çıkan Hawaii füzyon mutfağı da alt-bölgesel füzyon mutfak örneği olarak verilebilir (Yarış ve Durlu Özkaya, 2015).

b) *Bölgesel Füzyon Mutfağı*: Farklı kıtalardan ve farklı bölgelerden ülkelerin mutfaklarının birleşiminden ortaya çıkmıştır (Evangelista, 2015). Örneğin tarihsel olarak zengin bir geçmişe sahip olan Çin ve Kore ülkelerinin sahip olduğu mutfak kültürleri birbirlerinden etkilenmiştir. Kore mutfağının pişirme yöntemleri ile Çin mutfağının malzemelerinin birleşmesi sonucu Kore-Çin füzyon mutfağı ortaya çıkmıştır. Ayrıca Amerika'nın hızlı yemek kültürü ile ve Meksika mutfağının malzemelerinin birleşiminden ortaya çıkan *Tex-Mex* füzyon mutfağı da bölgesel füzyon mutfağı örneği olarak verilebilir (Yarış ve Durlu Özkaya, 2015). Amerikan gıda zinciri *Taco Bell* restoranları *Tex-Mex* füzyon mutfağının örneklerini sunmaktadır.

c) *Kıtasal Füzyon Mutfağı*: Asya ülkeleri ile Batı ülkelerinin mutfaklarının birleşiminden ortaya çıkmıştır (Evangelista, 2015). Örneğin Asya ülkelerinin mutfak malzemeleri ile Avrupa ülkelerinin pişirme yöntemlerinin birleşmesi sonucu ortaya çıkan *Asya - Batı* füzyon mutfağı kıtasal füzyon mutfağına örnek olarak verilebilir (Holand ve McCool, 1994). Günümüzde sıklıkla karşımıza çıkan "köri soslu tavuk" yemeği kıtasal füzyon mutfağına ait bir yemektir.

3.2.2.4. Türk Mutfağının Füzyon Mutfak Çerçevesinde Değerlendirilmesi

Türkler tarih boyunca; coğrafi, kültürel ve sosyolojik sebeplerle farklı toplumlarla komşuluk ilişkilerinde bulunmuş ve iç içe yaşamışlardır. Bu durum zamanla Türk mutfak kültürünü de etkilemiştir (Avcıkurt, Sarıoğlu ve Girgin, 2007). Durlu-Özkaya (2009), Türk mutfağının Orta Asya'nın sade yemek kültürünün zengin Selçuklu ve Osmanlı mutfağı ile birleşmesi sonucu şekillendiğini belirtmektedir. Diğer bir çalışmada Mil (2009) Türk mutfağının, bugünkü Anadolu'da yaşamış eski toplulukların ve Sümer, Mısır ve Antik Yunan gibi

komşu uygarlıkların etkileriyle oluşan geniş bir mutfak kültürüne sahip olduğunu belirtmektedir. Bu çalışmalarda Türk mutfağının ortaya çıkmasına yönelik bir süreçten bahsedilmektedir. Ancak Türk mutfağının oluşumunda farklı ulus mutfaklarını bilinçli bir birleştirme çabası söz edilemeyeceği için bu mutfağı füzyon mutfak olarak nitelendirmek mümkün değildir. Her ne kadar Türk mutfağı bazı kaynaklarda kendiliğinden oluşan bir füzyon mutfak olarak değerlendirilse de (Pakman, 2014; Mil, 2009; Kırım, 2005) Fransız mutfağı ve İtalyan mutfağı gibi köklü mutfakları füzyon mutfak olarak değerlendirmek doğru bir yaklaşım değildir (Can vd., 2012: 878).

3.2.2.5. Füzyon Mutfak Konusuna İlişkin Alan Yazın

Füzyon mutfak ile ilgili yazılı materyaller incelendiğinde bu konuda hem akademisyenlere hem de uygulayıcılara ait dokümanlara rastlanmaktadır. Akademik çevrelerin yapmış olduğu çalışmalar konuyu kavramsal çerçevede ele alırken, uygulayıcılar tarafından konu daha ziyade örneklendirilerek değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, füzyon mutfak ile ilgili dokümanlar akademik çalışmalar ve uygulayıcıların çalışmaları olmak üzere iki grupta değerlendirilmiş ve Tablo 3.6'da tek bir çerçeve altında gösterilmiştir.

Tablo 3.6. Füzyon Mutfak Konusuna İlişkin Dokümanlar

FÜZYON MUTFAK	
Akademik Çalışmalar	Uygulayıcıların Yapmış Olduğu Çalışmalar
Holland ve McCool, 1994	Kırım, 2005
Hall ve Mitchell, 2002	Birgül, 2010
Scarpato ve Daniele, 2003	Gioffre, 2010
Goldstein, 2005	Exquisite Taste Magazine, 2015
Sandıkçı ve Çelik, 2007	
Doğdubay, Girgin ve Giritlioğlu, 2007	
Farrer, 2010	
White, 2011	
Erdem, Doğdubay ve Sarioğlu, 2012	
Can, Sünnetçioğlu ve Durlu-Özkaya, 2012	
Sarioğlu, 2014	
Evangelista, 2015	
Yarış ve Durlu-Özkaya, 2015	
Aksoy ve Üner, 2016	

Füzyon mutfak ile ilgili konulara ilişkin alan yazın iki ayrı başlık altında sunulmuştur.

a) Akademik Çevrelerin Yapmış Olduğu Çalışmalar

Holland ve McCool (1994), kültürlerarası mutfağın bir akım mı yoksa bir moda mı olduğunu ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri araştırmada anket uygulaması gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada mutfak akımlarının tahmin edilebilir olduğu, etnik yiyeceklerin yükselişe geçtiği, kültürlerarası mutfağın süreklilik arz eden bir akım olduğu, işletmecilerin yeni ve ilginç tatlar arayışı içinde oldukları, küreselleşmenin bu gelişimi

destekleyebileceği, bu akımın metropol bölgelere yayıldığı ve menü fiyatlarının makul olduğu belirtilmiştir.

Hall ve Mitchell (2002), Avustralya ve Yeni Zelanda'da mutfak kültüründeki ve turizmdeki değişimi ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri kavramsal çalışmada, öncelikle, Avustralya ve Yeni Zelanda'nın mutfak kültürünün 1700'lü yıllardan 2000'li yıllara kadar uzanan sürede gelişimi kronolojik olarak ortaya konmuştur. Ardından sürdürülebilir yerel gıda sistemleri üzerine geliştirilen yerel, bölgesel ve ülkesel stratejiler incelenmiş ve gıda ile turizm arasında milli bir bağ kurarak ülkenin pazarlanması önerisinde bulunulmuştur. Ayrıca küreselleşmenin bir sonucu olarak bu ülkelerde füzyon mutfak akımının geliştiği belirtilmiştir.

Scarpato ve Daniele (2003), yeni küresel mutfağı turizm, özgünlük ve mekân üçgeni çerçevesinde ortaya koymak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada küreselleşmenin mutfak ve gıdalar üzerindeki etkisinin göz ardı edilemeyeceği vurgulanmış, modern turistlerin özgün gastronomik ürünlere olan ilgileri ortaya konmuş, gıda, mekân ve kültürel kimliğin küresel bir mutfağın oluşumunda etkili olduğu ve şeflerin gastronomi turizmini yönlendiren kişiler olduğu belirtilmiştir.

Goldstein (2005), füzyon kültürünü ve füzyon mutfağı kavramlarını açıklamak amacıyla gerçekleştirdiği kavramsal çalışmada füzyon kültürü ve füzyon mutfağını kültürlerin evliliği olarak tanımlamış, ayrıca bu konuda gerçekleştirilen çalışmalara değinmiş, füzyon konusuna dikkat edilmesi ve farklılıkların ortaya konması gerektiği vurgulamış ve füzyonun ancak bu sayede tamamiyle yeni ve ilginç olabileceğini belirtmiştir.

Sandıkçı ve Çelik (2007), misafir memnuniyetinin sağlanmasında füzyon mutfak uygulamalarının etkisini ortaya koymak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada genç katılımcıların ilerleyen yaştaki katılımcılara göre, bayan katılımcıların erkek katılımcılara göre ve sektör dışı çalışanların sektörde çalışanlara göre füzyon mutfak uygulamalarını yapılabilir gördükleri ve misafir memnuniyetine olumlu etki yaratabileceği görüşünde oldukları belirtilmiştir.

Doğdubay vd. (2007), ürün geliştirme örneği olarak füzyon mutfak uygulamalarını değerlendirmek amacıyla gerçekleştirdikleri kavramsal çalışmada yiyecek içecek endüstrisinde pazarlama ve pazarlama stratejileri kavramlarının önemi üzerinde durulmuş, bu bağlamda füzyon mutfak uygulamalarının kullanılabilirliği değerlendirilmiştir. Ayrıca yiyecek içecek işletmelerinin yöneticilerine menü planlaması yaparken füzyon mutfak uygulamalarını göz önünde bulundurmaları önerilmiştir.

Farrer (2010), Asya'nın küresel şehirlerinde mutfağın Batılılaşmasını ortaya koymak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada küresel mutfağın küreselleşmiş şehirlerin merkezinde geliştiği vurgulanmış ve Şangay ile Tokyo örneğinden yola çıkarak bu şehirlerdeki mutfak arzının küreselleşmesi anlatılmıştır. Özellikle Batı ülkelerinden gelen

yatırımcıların yeni açtıkları restoranların füzyon mutfak akımının gelişmesini sağladığı aktarılmıştır.

White (2011), Amerikan mutfağındaki füzyonu ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdiği kavramsal çalışmada Amerikan mutfağı diye bir mutfağın olmadığı, ancak Çin, Malezya, Fransa ve Meksika mutfaklarının izlerini taşıyan füzyon bir mutfağa sahip olduğu belirtilmiştir. Ayrıca füzyon mutfak akımına karşı çıkan şeflerin olduğu da belirtilmiştir.

Erdem, Doğdubay ve Sarıoğlan (2012), ürün inovasyonu ve füzyon mutfak arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada Türk mutfağının ürün inovasyonu kapsamında yiyecek içecek işletmeleri tarafından füzyon mutfak uygulamaları ile değerlendirilmesi üzerinde durulmuş, Türk mutfağının zenginliklerinden bahsedilmiş, ürün inovasyonu süreci anlatılmış ve yiyecek içecek işletmelerinin perspektifinden Türk mutfağında füzyon mutfak uygulamalarının gerçekleştirilmesine yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Can vd. (2012), füzyon mutfağı uygulamalarının gastronomi turizminin gelişimine katkısını ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri kavramsal çalışmada gastronomi ve gastronomi turizmi kavramları ile füzyon mutfağı konusu detaylıca irdelenmiş ve sonuç bölümünde gastronomi turizmi kapsamında füzyon mutfağı uygulamalarından yararlanılmasına yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Sarıoğlan (2014), Türkiye'deki üniversitelerde moleküler mutfak ve füzyon mutfak eğitimlerinde verilen derslerin içerikleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmada üniversitelerdeki eğitim programlarında moleküler gastronomi ve füzyon mutfak derslerinin içerikleri hakkında içerik analizi yapılmıştır. Araştırma bulgularına göre yedi üniversitede füzyon mutfak eğitimi verildiği ve üç üniversitede moleküler gastronomi eğitimi verildiği ancak pratik derslerin azlığı dikkat çekmektedir. Ayrıca eğitimlerin odaklandığı noktaların birbirinden çok farklı olduğu ve farklı dönemlerde verildiği tespit edilmiştir.

Evangelista (2015), füzyon mutfak hakkında bilgiler vermek amacıyla bir sunum hazırlamıştır. Bu sunumda füzyon mutfak kavramı ve tarihi, öncüleri, füzyon mutfak türleri ve füzyon mutfak uzmanı ünlü şefler detaylıca aktarılmıştır.

Yarış ve Durlu-Özkaya (2015), Amerika Birleşik Devletleri'ndeki mutfağın gelişimini incelemek ve diğer mutfak kültürleri ile nasıl etkileşime girdiğini saptamak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada öncelikle koloniler öncesi dönemde Amerika Birleşik Devletleri'ndeki mutfak kültürü aktarılmış, ardından Amerika'nın Kristof Clomb tarafından keşfinden sonraki gelişmelere yer verilmiştir. Koloniler öncesi dönemde Amerika'da İngiltere mutfağı, orta bölge mutfağı ve güney bölgesi mutfağı olmak üzere üç farklı mutfak olduğu belirtilmiştir. Koloniler sonrası dönemde ise füzyon mutfak akımının etkisinde kalan

Amerika'da Louisiana mutfağı, Tex-Mex mutfağı, Kaliforniya mutfağı ve Hawaii mutfaklarının oluştuğu belirtilmiştir.

Aksoy ve Üner (2016), yenilikçi mutfak akımlarını ortaya koydukları çalışmada rafine mutfağın Avrupa'da ortaya çıkışı ve zaman içerisinde geçirdiği değişim süreçlerini incelemiş, bu bağlamda özellikle Avrupa'da kendisini hissettiren yenilikçi mutfak, öncü mutfak, yeni küresel mutfak, moleküler mutfak, *note by note* mutfak ve dijital gastronomi akımlarına değinmiştir.

b) *Uygulayıcıların Yapmış Olduğu Çalışmalar*

Kırım (2005), Füzyon mutfağının Türk toplumuna uyumunu değerlendirmek amacıyla yazdığı köşe yazısında füzyon kavramını açıklamış, yemeğin küreselleşmesine dünyadan örnekler vermiş, bu mutfak akımının gelişmesi için eğitilmiş aşçılara ihtiyaç olduğunu belirtmiştir. Ayrıca bir füzyon mutfak örneği olan patlıcan beğendili sufle tarifi vermiştir.

Birgül (2010), Türk mutfağının ürünleri, araç gereçleri ile ilgili bilgiler ve tarifler ortaya koymak amacıyla yazmış olduğu kitapta Türk mutfağının füzyon mutfak olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceğini tartışmış, ayrıca yemek tarifleri ile mutfakta kullanılan araç gereç ve malzemeler hakkında bilgilendirmelerde bulunulmuştur.

Gioffre (2010), füzyon mutfak yemek tariflerine yer vermek üzere bir kitap yazmıştır. Bu kitapta füzyon mutfağın tanıtımı yapıldıktan sonra zengin görseller ile dünya çapında füzyon mutfak tariflerine yer verilmiştir.

Exquisite Taste Magazine (2015), füzyon mutfağın tarihini ortaya koyan bir yazıya yer vermiştir. Yazıda kültürel mutfağın yükselişi, füzyon mutfak yemekleri ve füzyon mutfağın yüzyıllardan gelen tarihi ortaya konmuş ve füzyon mutfak uygulamaları gerçekleştiren ünlü şefler hakkında detaylı bilgilere yer verilmiştir.

Mevcut alan yazın incelemesinden hareketle, füzyon mutfak ile ilgili çalışmaların ağırlıklı olarak füzyon mutfak kavramı ile füzyon mutfağın tarihi üzerine yoğunlaştığı, ayrıca füzyon mutfak uygulamalarının ülke mutfaklarına yansımalarının ve füzyon mutfak eğitimlerinin incelendiği görülmektedir. Bu konulara ilaveten, füzyon mutfak uygulamaları inovasyon, pazarlama ve gastronomi turizminin gelişimine etkileri açısından da değerlendirildiği görülmektedir. Bu bağlamda füzyon mutfak konusuna farklı açılardan yaklaşan çeşitli çalışmaların gerçekleştirildiğini söylemek mümkündür. Ancak füzyon mutfak akımına yönelik tüketim eğilimleri üzerine yapılmış bir çalışmaya rastlanmamıştır. Alan yazında bu noktada bir eksikliğin olduğu şeklinde yorum yapılabilir. Alan yazın incelemesine dayalı olarak füzyon mutfak konusuna ilişkin çalışmalar EK 4'de gösterilmektedir.

3.2.3. Yerel Mutfak

Yerel mutfak başlığı altında; (a) yerel, yerel gıda ve yerel mutfak kavramları, (b) turizmde yerel mutfağın önemi, (c) arz ve talep açısından yerel mutfağın değerlendirilmesi ve (d) yerel mutfak konusuna ilişkin alan yazına yer verilmektedir.

3.2.3.1. Yerel, Yerel Gıda ve Yerel Mutfak Kavramları

Önemli bir gastronomik akım olan yerel mutfağın tanımını sağlam bir temele oturtmak için öncelikle yerel ve yerel gıda kavramlarını açıklamak gerekmektedir. İngilizce karşılığı "*local*" olan "yerel" kelimesi, Türk Dil Kurumu'nun büyük sözlüğünde; "lokal", "yöresel", "belli bir yöre ile ilgili" ve "belli bir yöreye özgü" olarak açıklanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2015).

Yerel gıda (yerel yiyecek ve içecek ürünü) kavramı ise alan yazında farklı bakış açılarıyla çeşitli şekillerde tanımlanmaktadır. Örneğin, Sharma, Gregoire ve Strohbahn (2009) yerel gıdayı o bölgede yetiştirilen ve doğrudan üreticiden veya çiftçi pazarlarından alınabilen ürünler olarak tanımlarken; Wilkins, Bokaer-Smith ve Hilchey (1996) aynı ülke, bölge veya yakın yörede üretimi gerçekleştirilen yiyecek ve içecekler olarak tanımlamaktadır. Yerel gıda kavramında atlanılmaması gereken önemli bir husus kültürdür. Bu bağlamda, Inwood, Sharp, Moore ve Stinner (2009) yerel gıdayı "bir bölgede üretilen ve o bölgenin yerel kültürünü yansıtan yiyecek ve içecekler" olarak tanımlamaktadır. Alan yazında gıdaların yerel özelliğe sahip olması mesafe kavramı ile de sınırlandırılmıştır. Örneğin, Kang ve Rajagopal (2014) bir gıdanın yerel ürün olarak kabul edilebilmesi için maksimum 200 mil (yaklaşık 322 km) mesafede üretilmesi gerektiğini vurgularken; Onozaka, Nurse ve McFadden (2010) 50 mil (yaklaşık 80 km) mesafede üretilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Yerel gıda hakkında yapılan bu tanımlamalardan yola çıkarak, bir gıdanın yerel özellik taşıyabilmesi için belirli bir bölgede üretiminin yapılması, çiftçi pazarlarında veya doğrudan üreticiden temin yoluyla elde edilebilir olması ve üretim yeri ile tüketim noktası arasında belirli bir mesafe olması gerektiği anlaşılmaktadır (Özdemir, Yılmaz, Çalışkan ve Aydın, 2015).

Yerel mutfak kavramını Kim vd. (2009: 424) yerel bir bölgede üretilen yöreye özgü yiyecek ve içecekler olarak tanımlarken; Horng ve Tsai (2012) bir ülkenin ya da bölgenin kendine özgü mutfak kültürünün ortaya çıkmasını sağlayan gıda ürünlerini, yemeklerini ve yemek pişirme tekniklerinin bütünü olarak tanımlamaktadır. Başka bir tanımda, Su ve Horng (2012: 92) toplumlar ve bölgeler arasındaki kültürel farklılıkları ortaya çıkaran önemli bir unsur olarak açıklamaktadır. Daha geniş bir tanımla; Durlu Özkaya (2009: 266), bir bölgenin veya yörenin sahip olduğu yiyecek ve içeceklerin yanı sıra bu yiyecek ve içeceklerin hazırlanması, pişirilmesi, tüketilmesi, saklanması ve servis edilmesine ilişkin yöntemler, sunumunda kullanılan araç ve gereçler, mutfağın konumu, mimarisi, yemek törenleri ve bu

çerçevede geliştirilen inanç ve uygulamalardan oluşan kendine özgü kültürel bir yapı olarak ifade etmektedir.

Tanımlardan anlaşılacağı üzere yerel gıda kavramı aslında yerel mutfakta kullanılan yiyecek ve içecek ürünleri ve malzemeleri için kullanılmaktadır. Yerel mutfak kavramı da yerel gıda ürünlerinin kullanıldığı ve yerel kültürün izlerini taşıyan özgün yemeklerin sunulduğu bir mutfak olarak karşımıza çıkmaktadır.

3.2.3.2. Turizmde Yerel Mutfağın Önemi

Yerel mutfak; yörenin kültürünü yansıtması, destinasyona çekicilik katması ve turistlerin yerel kültürle kaynaşmasını sağlaması bakımından turizm için önemli bir unsurdur (Au ve Law, 2002: 828; Çela, Lankford ve Lankford, 2007). Turistler sadece açlıklarını gidermek için değil aynı zamanda seyahat amaçlarından biri olduğu için yerel mutfağı deneyimlemek istemektedir (Shenoy, 2005: 42). Günümüzde yerel mutfak deneyimi yaşamak için seyahat eden insanların sayısı her geçen gün artmaktadır (Hall ve Mitchell, 2000: 447). Yerel yiyecek ve içecekler bir bölgenin turizm destinasyonu olma profilini geliştirmede veya kötüleştirmede güçlü ve etkili araçlardır (Toksöz ve Aras, 2016: 177). Özgün coğrafi kökene sahip yemekler, bölge imajını güçlendirerek, markalaşmayı ve turizmin gelişmesini sağlamaktadır (Green ve Dougherty, 2008: 150). Bu bağlamda, yerel mutfak, turizm ve yiyecek içecek işletmecileri için önemli bir turistik kaynak olarak kullanılabilir.

Yerel mutfak deneyimini turizm destinasyon deneyimi ile etkileşim haline sokmanın en önemli yolu yöresel yiyecek ve içeceklerin destinasyonda faaliyet gösteren oteller ve restoranların menülerinde yer almasını sağlamak ve bununla birlikte yerel gastronomik etkinlikler düzenleyip, destinasyona gelen turistlerin ilgilerini çekerek bölgeye ait yöresel yiyecekleri ve içecekleri deneyimleme imkanı sağlamaktır (Bucak ve Aracı, 2013: 208). Nitekim yiyecek içecek işletmelerinin ve otellerin yerel mutfağa ait yemekler ve içecekler sunmaları özellikle gastronomi turizminin gelişmesi adına son derece önem arz etmektedir. Örneğin; Yurtseven ve Kaya (2011) Gökçeada'da gerçekleştirdikleri araştırmada yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yerel ürünlere ne kadar yer verdiklerini araştırmışlardır. Araştırma sonuçlarında ziyaretçilerin işletme menülerinde yeterince yerel ürünlere ve bilgilere ulaşamadıkları, ayrıca yöresel pişirme yöntemleri ve sunumlarla karşılaşmadıkları belirtilmiştir. Oysaki ziyaretçiler bütün bu yerel mutfak deneyimlerini yaşamak arzusunda olduklarını belirtmişlerdir. Bu bağlamda Inwood vd., (2009) yerel mutfak yemekleri ve içeceklerinin restoran menülerine konmasında karar verici konumda olan restoran şeflerine büyük bir rol düştüğünü belirtmiştir.

Alan yazında yerel mutfak ve turizm ile ilgili araştırmalar incelendiğinde; yerel mutfak kullanımının destinasyona sağladığı faydalar ve turizm destinasyonları için bir çekicilik unsuru

olması üzerine fikir birliğinin olduğunu söylemek mümkündür. Bu çıkarımdan hareketle turizmde yerel mutfağın son derece önemli bir unsur olduğunu söylemek mümkündür.

3.2.3.3. Arz ve Talep Açısından Yerel Mutfak Değerlendirilmesi

Alan yazında yerel mutfak konusunun arz ve talep boyutları ile ele alındığını söylemek mümkündür. Yerel mutfak arzını oteller ve restoranlar gibi yerel mutfak ürünleri sunan ve üretimde başrol oynayan işletmeler oluştururken, yerel mutfak talebini tüketici konumunda olan insanlar ile mutfak şefleri ve işletme yöneticileri gibi karar verme yetkisine sahip profesyoneller oluşturmaktadır.

Alan yazında yerel mutfak talebine yönelik olarak; turistlerin yerel gıda tüketimini etkileyen faktörler (Fields, 2002; Kim vd., 2009; Chang vd., 2010; Mak vd., 2012), şeflerin ve işletme yöneticilerinin yerel gıda nitelikleri ile ilgili algılamaları (Strohbehn ve Gregoire, 2003; Onozaka vd., 2009; Curtis ve Cowee, 2009), yerel gıda satışının faydaları ve önündeki engellere ilişkin algılamaları (Gregoire ve Strohbehn, 2002; Strohbehn ve Gregoire, 2003; Inwood vd., 2009; Kang ve Rajagopal, 2014), yerel gıdalara yönelik deneyimleri (Sharma, Moon ve Strohbehn, 2014), yerel yiyeceğe yönelik tutumları (Starr, Card, Benepe, Auld, Lamm, Smith ve Wilken, 2003; Gregoire, Arendt ve Strohbehn, 2005; Green ve Dougherty, 2008) ve yerel yiyecek satın alma niyetleri (Strohbehn ve Gregoire, 2003; Curtis ve Cowee, 2009; Inwood vd., 2009; Kang ve Rajagopal, 2014) ile ilgili çalışmalar yer almaktadır. Yerel mutfak arzına yönelik çalışmaların; turizm ve tarım endüstrileri arasındaki işbirliği, maliyetlerin düşmesi, destinasyon rekabetçiliğine sağladığı fayda, yerel kimliği şekillendirmesi, sürdürülebilir bölgesel kalkınma sağlaması ve yerel gastronomi kültürünün sürdürülmesine sağladığı katkı gibi konularda bir çok araştırmada ortaya konduğu görülmektedir (Sims, 2009; Sharma vd., 2014; Inwood vd., 2009; Okumuş ve Çetin, 2015; Guan ve Jones, 2015). Alan yazın incelemesinden hareketle yerel mutfak konusunun gastronomik bir akım olmanın yanısıra, arz ve talep yönüyle çok kapsamlı bir konu olduğunu söylemek mümkündür. Bu bağlamda, yerel mutfak ile ilgili alan yazındaki çalışmalar arz ve talep açısından olmak üzere iki grupta değerlendirilmiş ve Tablo 3.7'de tek bir çerçeve altında gösterilmiştir.

Tablo 3.7. Arz ve Talep Açısından Yerel Mutfak Alan Yazını

YEREL MUTFAK	
Yerel Mutfak Arzı İle İlgili Çalışmalar	Yerel Mutfak Talebi İle İlgili Çalışmalar
Du Rand, Heath ve Alberts, 2003	Gregoire ve Strohbehn, 2002
Okumuş, Okumuş ve McKercher, 2007	Strohbehn ve Gregoire, 2003
Curtis, Cowee, Havercamp, Morris ve Gatzke, 2008	Starr, Card, Benepe, Auld, Lamm, Smith ve Wilken, 2003
Sims, 2009	Weatherell, Tregear ve Allinson, 2003
Inwood, Sharp, Moore ve Stinner, 2009	Zepeda ve Leviten-Reid, 2004
Sharma, Moon ve Strohbehn, 2014	Gregoire, Arendt ve Strohbehn, 2005
Okumuş ve Çetin, 2015	Zepeda ve Li, 2006
Guan ve Jones, 2015	Skuras, Dimara ve Petruo, 2006
Tsai, 2016	Ryu ve Jang, 2006
	Çela, Lankford ve Lankford, 2007
	Thilmany, Bond ve Bond, 2008
	Green ve Dougherty, 2008
	Kim, Eves ve Scarles, 2009
	Curtis ve Cowee, 2009
	Inwood, Sharp, Moore ve Stinner, 2009
	Ryu ve Han, 2010
	Yurtseven ve Kaya, 2011
	Nie ve Zepeda, 2011
	Schwartz, 2011
	Kim ve Eves, 2012
	Kim, Eves ve Scarles, 2013
	Kang ve Rajagopal, 2014
	Özdemir, Yılmaz, Çalışkan ve Aydın, 2015
	Feldmann ve Hamm, 2015
	Sengel, Karagöz, Cetin, İstanbullu Dincer, Ertugral ve Balık, 2015
	Bayrakçı ve Akdağ, 2016

3.2.3.4. Yerel Mutfak Konusuna İlişkin Alan Yazın

Yerel mutfak ile ilgili konulara ilişkin alan yazın Tablo 10'da gruplandırıldığı şekilde arz ve talep açısından irdelenmiş ve iki ayrı başlık altında sunulmuştur.

a) Yerel Mutfak Arzı ile İlgili Çalışmalar

Du Rand vd. (2003), destinasyon pazarlamasında yerel yiyeceğin rolünü ortaya koymak üzere gerçekleştirdikleri araştırmada turizm paydaşlarının gözünden en önemli unsurların özel nitelikli restoranlarda yemek yemek ve yerel yiyecek üreticileri ile festivalleri ziyaret etmek olduğu belirtilmiştir.

Okumuş vd. (2007), Hong Kong ve Türkiye'nin pazarlama çalışmalarında gıdayı nasıl kullandıklarını karşılaştırmak amacıyla doküman taraması (içerik analizi) yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma bulguları incelendiğinde; Hong Kong'un kendi yerel mutfağının yanı sıra uluslararası mutfakları da pazarladığı ancak Türkiye'nin sadece yerel mutfağını pazarladığı belirtilmiştir.

Curtis, Cowee, Havercamp, Morris ve Gatzke (2008), yerel gıdaların gurme restoranlarına pazarlanmasını değerlendirmek amacıyla şefler ve üreticiler üzerinde anket uygulaması ve odak grup görüşmeleri gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada şeflerin az miktarda kaliteli ve özel ürünler istedikleri, buna karşılık üreticilerin yerel gıdaları şeflerin ihtiyacından

fazla miktarda paketleyerek satmak istedikleri vurgulanmıştır. Satın alma hususunda diğer engellerin gıdanın kalitesi, sürekli temin edilememe, kurak iklim şartları ve bilgi eksikliği olduğu belirtilmiştir.

Sims (2009), yerel mutfağın sürdürülebilir turizm deneyimindeki rolünü ortaya koymak amacıyla toplam 78 turist, gıda üreticisi ve işletme yetkilisi üzerinde anket uygulaması yaparak bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmada, yiyecek ve içecek ürünlerinin tanıtımının; yeni ziyaretçileri çekmeye, uzun vadede ekonomik sürdürülebilirliği artırmaya ve destinasyonlar için bir "imaj" oluşturmaya yardımcı olabileceği belirtilmiştir. Ayrıca turizmde yerel mutfağın tüketimi ile sürdürülebilir tarımın gelişebileceği ve yerel ekonomiyi canlandırarak bir pazar fırsatı doğabileceği vurgulanmıştır.

Inwood, vd. (2009), restoranlar, şefler ve yerel gıdalar üçgenini yenilik çerçevesinde ortaya koymak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişleridir. Araştırmada mutfak şeflerinin yerel mutfak arzı hususunda önemli bir yer teşkil eden yerel gıda ağlarında dağıtım problemleri yaşadıkları belirtilmiştir.

Sharma vd. (2014), restoranların yerel yiyecek satın alma kararlarını etkileyen tutum ve davranışları ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri araştırma kapsamında 124 katılımcıya anket uygulamışlardır. Araştırmada ürün özellikleri ile ürün hakkındaki bilgilerin restoranların yerel yiyecek satın alma davranışlarında etkili olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca restoran yöneticilerinin yerel yiyecek satın alma kararında temin süresinin ve ürün kalitesinin en önemli etkenler olduğu belirtilmiştir.

Okumuş ve Çetin (2015), yerel gıdanın destinasyon pazarlamasında kullanılmasını incelemek amacıyla internet siteleri, tanıtım CD'leri ve tanıtım broşürleri incelemesi (içerik analizi) yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma bulguları incelendiğinde; (a) gastronomi turizmine özel broşürler ya da videoların olmadığı, (b) gıda ile ilgili içeriklerin genellikle kültürel çekicilikler başlığı altında değerlendirildiği, (c) gastronomi ile ilgili verilen bilgilerin oldukça kısıtlı olduğu, (d) web sitelerinde yapılan çevirilerin problemlili olduğu, (e) Turizm Bakanlığı'nın internet sayfasındaki "Home of ..." konseptinde yer alan 75 fotoğrafın sadece altısının gastronomi ile ilgili olduğu ve (f) gastronomi ile ilgili etkinliklere hiç yer verilmediği belirtilmiştir.

Guan ve Jones (2015), destinasyon çekiciliğine yerel mutfağın katkısını ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri araştırmada yerel mutfak çekiciliklerinin turistlerin destinasyon çekiciliği algılamaları üzerinde etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca turistlerin yerel mutfak terich profilleri, turistlerin ilgisi ve yerel mutfak bilgisinin yerel mutfak çekiciliği ve destinasyon çekiciliği ile pozitif ilişkili olduğu ve geçmiş deneyimlerin anlamlı bir ilişkisinin olmadığı belirtilmiştir.

b) Yerel Mutfak Talebi ile İlgili Çalışmalar

Gregoire ve Strohbahn (2002), yerel ürün yetiştiricileri ve üreticilerinden yerel gıdalar satın almanın faydaları ve karşılaşılan engelleri ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri araştırma kapsamında 237 katılımcı üzerinde anket uygulamışlardır. Araştırmada yerel ürün yetiştiricileri ve üreticilerinden yerel gıdalar satın almanın faydaları; iyi yerel ilişkiler geliştirilmesi, yerel ekonomiye yardım, taze ürünlere ulaşma ve az miktarlarda satın alma olarak belirtilmiştir. Karşılaşılan engeller ise; yıl boyunca yerel gıdanın bulunmasının zorluğu, yeterli miktarda yerel gıdanın bulunma zorluğu, güvenilir gıda miktarı ve yerel yönetim ile devletin düzenlemeleri olarak tespit edilmiştir.

Strohbahn ve Gregoire (2003), restoranların ve kurumların yerel gıda satın alımlarını örnek olaylar üzerinden ortaya koymak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmada yiyecek-içecek işletmelerinin yerel gıdaları satın almada; ürün maliyetini, yiyeceklerin hazırlanma sürecini, gıda güvenliğini, satıcılarla ilişkileri, ödeme prosedürleri ve yeterli miktarda ürünün temini hususlarına dikkat ettikleri tespit edilmiştir.

Starr, vd. (2003), çiftçiler ile restoran işletmeleri arasındaki doğrudan pazarlamanın önündeki engelleri ve fırsatları ortaya koymak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada çiftçiler ile restoran işletmeleri arasında doğrudan pazarlama yoluyla yerel gıdaların satışında fiyat ve güvenilebilirliğin sorun olmadığı, restoranların yerel ürünleri satın alma istekli oldukları, ancak istedikleri miktarda her sezonda yerel gıda temini konusunda sıkıntı yaşadıkları tespit edilmiştir. Ayrıca çiftçilerin doğrudan pazarlama konusunda bilgi eksikliklerinin olduğu belirtilmiştir.

Weatherell, Tregear ve Allinson (2003), tüketicilerin gıda seçimindeki öncelikleri, çiftçilik algıları ve yerel gıdaya olan ilgilerini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri araştırmada tüketicilerin gıda seçiminde iyi tada sahip olması, tazelik, sağlığa faydalı ve kolay erişilebilir olması gibi ölçütlere önem verdikleri tespit edilmiştir. Ayrıca tüketicilerin yerel gıdaları süpermarketlerden, yerel ürünlerin satıldığı dükkânlardan ve çiftçi pazarlarından aldıkları belirtilmiştir.

Zepeda ve Leviten-Reid (2004), tüketicilerin yerel gıda hakkındaki inanışları ve davranışlarını ortaya koymak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada öncelikle tüketicilerin yerel gıda kavramını açıklamaları istenmiş, dört farklı grubun cevapları not edilmiş ve yerel gıda hakkında uzaklık, mevsimsellik, çiftçi pazarlarında bulunma durumu ve çeşitlilik kavramlarına vurgu yaptıkları belirtilmiştir. Ayrıca katılımcıların süpermarketler ile çiftçi pazarlarından yerel gıdalar satın aldıkları belirtilmiştir.

Gregoire vd. (2005), yerel üreticilerin yerel restoranlara ürün pazarlamasındaki faydalar ve engelleri ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri araştırmada Iowa'daki yerel gıda üreticilerinin sadece %25'inin yiyecek hizmeti veren işletmelere satış yaptığı tespit edilmiş, pazarlama kanalı olarak doğrudan pazarlama ya da çiftçi pazarlarından temin yönteminin

kullanıldığı belirtilmiştir. En büyük engelin yıl boyu yerel gıda temininde yaşanan sorun olduğu vurgulanmıştır.

Zepeda ve Li (2006), yerel gıdaları kimleri satın aldığını ortaya koymak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada yerel gıda satın alma davranışının temelde yemek pişirme ve fiyat ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Yemek pişirmekten hoşlanan kişilerin yerel gıdaları satın alma olasılığının daha fazla olduğu, buna karşılık fiyatın yüksek olmasının da bu olasılığı düşürdüğü belirtilmiştir.

Skuras, Dimara ve Petruo (2006), kırsal turizmde ziyaretçilerin yerel gıda ürünlerine yaptıkları harcamaları ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri araştırmada tüm sosyo-ekonomik değişkenlerden sadece katılımcıların medeni durumları ve eğitim düzeylerinin yerel gıda ürünlerini satın alma kararını etkileyen faktörler oldukları tespit edilmiştir.

Ryu ve Jang (2006), turistlerin yerel mutfak denemek için davranışsal niyetlerini tahmin etmek için gerekçeli eylem teorisi modelinin yeteneğini incelemek amacıyla 393 öğrenci üzerinde senaryo ile anket uygulaması yapılarak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma bulguları incelendiğinde, geçmiş deneyim boyutunun eklendiği gerekçeli eylem teorisi modelinin turistlerin yerel mutfak denemelerinde davranışsal niyetleri tahmin etmek üzere turizm sektöründe kullanılabilir olduğu belirtilmiş ve özellikle geçmiş deneyimlerin davranışsal niyetler üzerinde güçlü pozitif etkisinin olduğu vurgulanmıştır.

Çela vd. (2007), yerel gıda festivallerinin katılımcı profillerini, motivasyon faktörlerini, bilgi kaynaklarını ve ekonomik etkilerini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri araştırmada 180 katılımcı üzerinde anket uygulamışlardır. Araştırmada katılımcıların genellikle bu festivallere daha önceden gelen, arkadaş ve akraba ziyaretinde olan, ağızdan ağıza duyurum yoluyla bilgi sahibi olan, günübirlikçi ve bireysel seyahat eden kişilerden oluştuğu tespit edilmiştir. Ayrıca temel motivasyonları yerel gıdalar satın almak olan ve sadece yerel gıda satın almak için günlük 4.54 ABD Doları harcayan kişiler oldukları belirtilmiştir.

Thilmany, Bond ve Bond (2008), tüketicilerin yerel gıda satın alma motivasyonları ve davranışlarını ortaya koymak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada tüketicilerin üreticilerden doğrudan yerel gıda ürünlerini satın alma motivasyonlarının; enerji sarfiyatı (daha az mesafe), çevreye fayda (yerel ilişkiler), algılanan kalite ve gıda güvenliği ile tarım ve yerel ekonomiye katkı sağlamak olduğu belirtilmiştir.

Green ve Dougherty (2008), mutfak turizmini bir toplumsal kalkınma stratejisi olarak ele almak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada perakendecilerin yerel üreticilere bağımlılıklarından dolayı yerel üretime güvendikleri tespit edilmiştir. Ayrıca yerel üretici ile satın alanların arasındaki engeller; teslimat, kalite, fiyatlardaki dengesizlik, iş bağlantılarının sağlanamaması olarak tespit edilmiştir.

Kim vd. (2009), turistlerin yerel yiyecek ve içecek tüketimini etkileyen faktörleri incelemek ve bu konuda kuram oluşturmak amacıyla 20 turist ile mülakat yaparak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada, turistlerin yerel gıda tüketimlerini etkileyen faktörler; motivasyon faktörleri (ilginç deneyim, rutinden kaçış, sağlık kaygısı, bilgi edinme, özgün deneyim, birliktelik, prestij, çekicilik ve fiziksel çevre), demografik faktörler (cinsiyet, yaş ve eğitim) ve fizyolojik faktörler (gıdada yenilik arayışı ve yenilik korkusu) olmak üzere, alan yazını da destekler şekilde, üç boyutta ele alınmış ve bu boyutlardan oluşan bir model ortaya konulmuştur. Ayrıca turistlerin tatilleri sırasında yenilik korkusuna yatkın ve egzotik yemekler yemek için isteksiz oldukları vurgulanmıştır.

Curtis ve Cowee (2009), şeflerin yerel gıdalara yönelik algıladıkları engeller ve tercihleri ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri araştırmada 148 katılımcıya anket uygulamışlardır. Araştırmada şeflerin yerel gıda satın almaları hususunda en büyük engelin bilgi eksikliği olduğu ve şeflerin yerel gıda satın alırken ürünün kalitesi ve ürünün lezzetini dikkate aldıkları tespit edilmiştir.

Inwood, vd. (2009), restoranlar, şefler ve yerel gıdalar üçgenini yenilik çerçevesinde ortaya koymak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişleridir. Araştırmada mutfak şeflerinin yerel gıda talebi hususunda; gıda kalitesine, lezzet ve tazeliğe çok önem verdikleri ancak üretim standartlarına önem vermedikleri tespit edilmiştir.

Ryu ve Han (2010), turistlerin yerel mutfak deneme niyetlerini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri araştırmada geçmişte yaşanmış tutum ve davranışların yerel mutfak denemede önemli rolü olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların cinsiyetlerinin yerel mutfak deneyimi hususunda davranışsal niyetlerinde farklılık gösterdiği belirtilmiştir.

Yurtseven ve Kaya (2011), turistlerin yerel yiyecek tüketimlerinin motivasyonel sebeplerini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri araştırma kapsamında 289 katılımcıya anket uygulamışlardır. Araştırmada yerel yiyecek tüketimine ilişkin lezzet kalitesi, otantik deneyim, kırsal gelişim, sağlık sorunu ve bilgi olmak üzere beş farklı motivasyon faktörü tespit edilmiştir.

Nie ve Zepeda (2011), Amerikalıların organik ve yerel gıda tüketimlerini incelemek amacıyla gerçekleştirdikleri araştırma kapsamında 956 katılımcı üzerinde anket uygulamışlardır. Araştırmada kümeleme analizi sonucunda gıda alışverişi yapan Amerikalı müşterilerin; mantıklı, maceraperest, dikkatli ve muhafazakâr olmak üzere dört farklı özellikte oldukları; mantıklı ve maceraperestlerin organik ve yerel gıdalar tüketirken, diğerlerinin ilgisi olmadığı belirtilmiştir.

Schwartz (2011), şeflerin yerel gıda, yerel mutfak ağları ve mutfak kimliği algılarını incelemek amacıyla 30 şef ile mülakat gerçekleştirmiştir. Araştırmada şeflerin topluma olumlu

etkileri, algılanan gıda güvenliği ve gıdanın orjinaline aşinalık gibi sebeplerden dolayı yerel mutfaklarında yerel gıdaları kullanmak istedikleri tespit edilmiştir.

Kim ve Eves (2012), turistlerin yerel gıdaları tüketme motivasyonlarını ölçmeye yönelik ölçek geliştirme çalışması gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada, turistlerin yerel gıdaları tüketme motivasyonlarını ölçmek amacıyla 5 boyut (a) kültürel deneyim, b) heyecan, c) kişilerarası ilişki, d) duyuşal çekicilik ve e) sağlık kaygısı) ve 26 maddeden oluşan bir ölçek geliştirilmiş ve bu ölçeğin gerek alan yazına gerekse sektör uygulayıcılarına ve pazarlamacılarına uygulamada önemli katkıları olacağı vurgulanmıştır.

Kim vd. (2013), turistlerin yerel yiyecek ve içecek tüketimini etkileyen faktörleri incelemek üzere 2009 yılında oluşturdukları modeli test etmek amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Bu kez Güney Kore ve İspanya'dan da veri toplayarak gerçekleştirdikleri araştırmada; motivasyon faktörleri dokuzdan beşe düşürülmüş (kültürel deneyim, kişilerarası ilişki, heyecan, çekicilik ve sağlık kaygısı), demografik faktörler (cinsiyet, yaş ve eğitim) ve fizyolojik faktörler (gıdada yenilik arayışı ve yenilik korkusu) kalmıştır.

Kang ve Rajagopal (2014), otel yöneticilerinin yerel yiyecek satın alma hususunda algıladıkları fayda ve zararları ortaya koymak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada yöneticilerin yerel yiyecek satın almaya yönelik tutumları ile satın alma niyetleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuş ancak yöneticilerin yerel yiyecek satın almaya yönelik tutumlarının otel türlerine göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Özdemir vd. (2015), şeflerin yerel yiyeceğe ilişkin algılamaları ile yerel yiyecek satın alma niyetleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada şeflerin yerel yiyecek ile ilgili teslimat, maliyet, tescil belgesi gibi konulardaki olumsuz algılamaları ile yerel gıdalarla ilgili bilgi eksikliklerinin yerel yiyecek satın alma niyetlerini olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca şeflerin yerel yiyecekleri kaliteli olarak algılamaları ile yerel yiyecek satın alma niyetleri arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Feldmann ve Hamm (2015), tüketicilerin yerel gıda algılamaları ve tercihlerini ortaya koymak amacıyla kavramsal bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada tüketicilerin yerel gıda algılamaları ve tercihlerini ortaya koymak üzere 2000 - 2014 yılları arasında bu konuda gerçekleştirilen çalışmalar incelenmiştir. Çalışmalar nitel çalışmalar ve nicel çalışmalar olmak üzere ikiye ayrılmış ve araştırma bulguları ile önerilere yer verilmiştir.

Sengel, Karagöz, Cetin, İstanbullu Dincer, Ertugral ve Balık (2015), turistlerin yerel gıdaya yaklaşımlarını değerlendirmek amacıyla gerçekleştirdikleri araştırma kapsamında 105 katılımcı üzerinde anket uygulamışlardır. Araştırmada turistlerin yerel gıda tüketimlerinde cinsiyete ve medeni duruma göre farklılık olduğu, ayrıca 4 ve 5 yıldızlı otellerde konaklayanlar ile 3 yıldızlı ve butik otellerde konaklayanlar arasında da farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu

bağlamda evli erkekler ve bekâr kadınlar ile 3 yıldızlı oteller ve butik otellerde konaklayanların daha çok yerel gıda yeme eğilimlerinin olduğu, ayrıca arkadaş ve akrabaları ile bunu paylaşma ihtimalleri olduğu belirtilmiştir.

Bayrakçı ve Akdağ (2016), turistlerin yerel yemek tüketim motivasyonlarının tekrar ziyaret eğilimlerine etkisini ortaya koymak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada yerli turistlerin yerel yemek tüketim motivasyonlarının, sırasıyla heyecan arayışı, kültürel deneyim, duysal çekicilik ve sağlık beklentisi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca turistlerin yerel yemek tüketim motivasyonlarının hem bir bütün halinde hemde alt boyutları ile tekrar ziyaret eğilimlerine olumlu etkisinin olduğu belirtilmiştir.

Tsai (2016), yerel gıda tüketiminde elde edilen unutulmaz turist deneyimini incelemek amacıyla bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmada yerel gıda tüketiminin turistlerin unutulmaz turizm deneyimi yaşamalarında etkili olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yerel gıda tüketiminin yerel çekicilikler ve davranışsal niyet üzerinde pozitif etkisinin olduğu belirtilmiştir.

Mevcut alan yazın incelemesinden hareketle, yerel mutfak ile ilgili çalışmaların ağırlıklı olarak şeflerin, restoran yöneticilerinin ve tüketicilerin yerel gıda satın almalarına etki eden motivasyonlar üzerine yoğunlaştığı, ayrıca yerel gıda ürünlerinin satın alınmasının faydaları, fırsatları ve önündeki engellerin de incelendiği görülmektedir. Bu konulara ilaveten; yerel gıdalar satın alan tüketicilerin ve şeflerin profillerini ortaya koyan, yerel mutfakın çekicilik unsuru olarak destinasyon pazarlamasında kullanımı, şeflerin yerel yiyeceklere ilişkin algılamaları, yerel mutfakın seyahat deneyimindeki yeri ve önemi gibi çalışmaların da gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu bağlamda yerel mutfak konusuna farklı açılardan yaklaşan çeşitli çalışmaların gerçekleştirildiğini söylemek mümkündür. Ancak yerel mutfak akımına yönelik tüketim eğilimleri üzerine yapılmış bir çalışmaya rastlanamamıştır. Alan yazında bu noktada bir çalışma eksikliğinin olduğu şeklinde yorum yapılabilir.

Alan yazın incelemesine dayalı olarak yerel mutfak konusuna ilişkin çalışmalar EK 5'de gösterilmektedir.

4. ÖLÇEK GELİŞTİRME ÇALIŞMASI

Bu bölümde araştırma verisini toplamak üzere gerçekleştirilen ölçek geliştirme çalışmasının aşamalarına yer verilmektedir. Gerçekleştirilen bu çalışma Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi'ne değerlendirilmesi için gönderilmiş ve kör hakem (hakemlerin ve yazarların birbirini bilmediği) sistemiyle alanlarında uzman iki hakem tarafından değerlendirilmiştir. Değerlendirme sürecinde hakemlerin önerileri doğrultusunda çalışma daha da nitelikli bir hal alarak, 2016 yılının Aralık sayısında yayınlanmıştır. Çalışmanın künyesini aşağıdaki şekilde göstermek mümkündür;

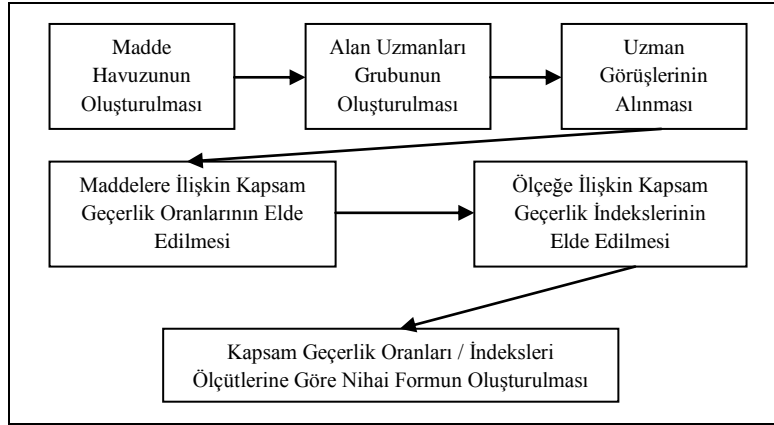
“Karamustafa, K., Birdir K., ve Kılıçhan, R. (2016). Gastronomik akımlar çerçevesinde gıda tüketim ölçeği. Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, 8(2), 29-69.”

4.1. Ölçme ve Ölçek Geliştirme Süreçleri

Ölçme, araştırılan veya incelenen nesnelerin ve olayların niteliklerinin, belli ilkeler çerçevesinde rakam, sembol, şekil ve kavramlara dönüştürülmesidir (Arıkan, 2013: 43). Başka bir tanımda ölçme; ilgilenilen özelliklerin, amaca, araca ve olanaklara bağlı olarak nicelleştirilmesi çabası, işlemi ve süreci olarak tanımlanmaktadır (Erkuş, 2012: 7). Ölçme işleminin yapılabilmesi için; a) üzerinde durulan bir özelliğin mevcut olması ve bu özelliği ölçmenin amaçlanması, b) bu özelliğin gözlemlenebilir ve fark edilebilir olması ve c) fark edilen veya gözlemlenen hususların amaç doğrultusunda sayı veya sembollerle gösterilmesi gerekmektedir.

Ölçme işinde kullanılacak araçların, sembollerin veya birimlerin belirli esaslara göre önceden kararlaştırılan düzenlenmiş haline ölçek adı verilmektedir (Arıkan, 2013: 46-47). Tanımlardan anlaşılacağı üzere ölçme çok yönlü bir konu olup ölçek geliştirme birçok aşamayı içermektedir. Ölçek geliştirme çalışmaları, kuramsal süreç ya da deneysel süreç ile gerçekleştirilmektedir (Yurdugül, 2005a: 1). Her iki yaklaşım da Karamustafa, Birdir ve Kılıçhan (2016) tarafından kullanılmıştır.

Kuramsal Süreç: Şekil 4.1'den de takip edilebileceği üzere kuramsal süreç şu şekilde işlemektedir; öncelikle alan yazın incelemesine dayalı olarak madde havuzu oluşturulmakta, ardından alan uzman grupları oluşturulmakta, oluşturulan alan uzman grupları vasıtasıyla madde havuzuna dâhil edilecek maddeler belirlenmekte, belirlenen bu maddelerin yer aldığı madde havuzu daha geniş katılımlı uzmanların görüşü alınarak aşağıdaki formül vasıtasıyla kapsam geçerlilik oranları ve indeksleri hesaplanmakta ve en nihayetinde ölçek formu oluşturulmaktadır (McGartland, Berg-Weger, Tebb, Lee ve Rauch, 2003; Yurdugül, 2005b: 1).



Şekil 4.1. Kuramsal Ölçek Geliştirme Süreci

Kaynak: Lawshe, C. H. (1975). A Quantitative Approach to Content Validity1. *Personnel Psychology*, 28(4), 563-575 kaynağından derlenerek oluşturulmuştur.

Kapsam geçerlilik oranları ve indeksleri vasıtasıyla uzman görüşleri arasındaki uyumluluklar test edilmekte ve nitel olan bu süreç istatistiksel nicel bir sürece dönüştürülmektedir. Yukarıdaki süreç daha spesifik olarak izah edilecek olunursa, hedef kitle olarak belirlenen kişilere ölçme formunu uygulama şansının olmadığı durumlarda, hazırlanan ölçme aracı, hedef kitlede yer alan bireyler yerine uzmanların görüşlerini almak için uygulanmaktadır. Uzmanlardan her bir maddeye ilişkin düşüncelerini “gerekli”, “gerekli değil” ve “yararlı ancak gerekli değil” şeklinde belirtmeleri istenmektedir (Lawshe, 1975: 568). Uzman görüşlerine dayanarak ölçek geliştirme çalışmalarında “Kapsam Geçerlik Oranı” (KGO) adı verilen bir ölçüt kullanılmaktadır (Lawshe, 1975; Grant ve Davis, 1997; McGartland ve diğ., 2003; Yaghmaei, 2003; Yurdugül, 2005a; Yurdugül, 2005b; Polit ve Beck, 2006). Lawshe (1975) tarafından geliştirilen ve Lawshe Tekniği olarak bilinen bu yaklaşım 6 aşamadan oluşmaktadır. Lawshe tekniğinin uygulanabilmesi için en az 5 en fazla ise 40 uzman değerlendirmesi gerekmektedir. Bu tekniğe göre aşağıdaki formül yardımıyla kapsam geçerlik oranları elde edilmektedir (Lawshe, 1975: 567):

$$\text{Kapsam Geçerlik Oranı} = \frac{N_e - N/2}{N / 2}$$

Bu formülde;

N_e : “Gerekli” seçeneğini işaretleyen uzmanların sayısı,

N: Toplam uzman sayısını ifade etmektedir.

Formüle göre uzmanların yarısından fazlası “gerekli” şeklinde görüş bildirmediklerinde $KGO < 0$, uzmanların yarısı maddeye ilişkin “gerekli” şeklinde görüş bildirdiklerinde $KGO = 0$ ve yarısından fazlası “gerekli” şeklinde görüş bildirdiğinde $KGO > 0$ olacaktır (Yurdugül, 2005a: 2). KGO değerleri incelendiğinde negatif ya da “0” değer içeren maddelerin ilk etapta elenmesi gerekmektedir (McGartland vd., 2003: 96; Lawshe, 1975: 568). KGO değerleri pozitif olan

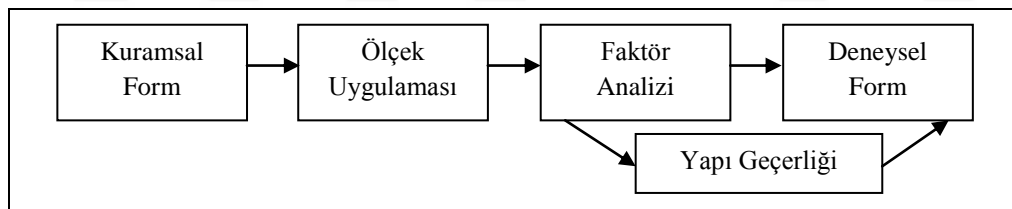
maddeler için istatistiksel ölçütler ile anlamlılıkları test edilmektedir (Yurdugül, 2005a: 2). Elde edilen KGO'ların istatistiksel olarak anlamlılığını test etmek amacıyla uzman sayısına göre KGO'ların minimum değerleri Lawshe (1975) tarafından tabloya dönüştürülmüştür. Her bir madde için elde edilen KGO değerleri için istatistiksel olarak anlamlı ($p < 0,05$) minimum değerleri Tablo 4.1'de gösterilmektedir.

Tablo 4.1. Uzman Sayısına Göre Minimum Kapsam Geçerlik Oranı Değerleri

Uzman Sayısı	Minimum Değer	Uzman Sayısı	Minimum Değer
5	0,99	13	0,54
6	0,99	14	0,51
7	0,99	15	0,49
8	0,78	20	0,42
9	0,75	25	0,37
10	0,62	30	0,33
11	0,59	35	0,31
12	0,56	40+	0,29

Kaynak: Lawshe, C. H. (1975). A Quantitative Approach to Content Validity1. *Personnel Psychology*, 28(4), 568.

Deneyel Süreç: Deneyel süreçte ise alan yazın incelemesi ya da uzman yaklaşımları sayesinde madde havuzu elde edilmekte ve hedef kitle ile benzer özellikler taşıyan bir örneklem grubuna pilot test yapılarak ölçek maddelerine ilişkin psikometrik özellikler belirlenerek ideal maddelerden oluşan nihai form elde edilmektedir (Yurdugül, 2005a: 1).



Şekil 4.2. Deneyel Ölçek Geliştirme Süreci

Kaynak: Yurdugül, H. (2005b). Davranış bilimlerinde ölçek geliştirme çalışmaları için bazı ayrıntılar. 15 Kasım 2015 tarihinde http://yunus.hacettepe.edu.tr/~yurdugul/3/indir/FA_OrneklemGenislikleri.pdf adresinden alınmıştır.

Diğer bir ifade ile deneyel süreç, kuramsal sürecin uygulanmasından sonra elde edilen maddelerin hangi alt boyutta yer aldığı ve yer aldıkları boyutları temsil gücüne göre yeniden düzenlenmiş biçimdir (Yurdugül, 2005b: 1). Şekil 4.2'den de görüleceği üzere, deneyel süreçte; kuramsal süreç sonucu hazırlanan ölçek formundaki maddelerin ölçülmek istenen yapıyı ölçme düzeylerini ve var ise alt boyutlarını belirlemek amacıyla faktör analizi yapılmaktadır (DeVellis, 2014: 108). Gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimliliğini ölçmeye yönelik bir ölçüm aracı geliştirmeyi amaçlayan bu çalışmada öncelikle kuramsal ölçek geliştirme süreci izlenmiş ardından hazırlanan ölçek formundaki maddelerin ölçülmek istenen yapıyı ölçme düzeylerini ve

alt boyutlarını belirlemek amacıyla deneysel ölçek geliştirme süreci izlenmiştir. Bu bağlamda izlenen ölçek geliştirme sürecinin aşamaları sırasıyla detaylandırılarak açıklanmaktadır.

4.2. Ölçmek İstenilen Yapının Açık Bir Şekilde Tanımlanması

Ölçek geliştirme sürecinde öncelikli olarak ölçeğin hangi amaç için geliştirileceği belirlenmelidir. Konunun iyi bir şekilde ifade edilmesi, araştırmayı gerçekleştirmenin ön koşuludur. Yani araştırmacının neyi, nasıl yapacağını ve neticesinde neler elde edeceğini önceden iyi hesap etmesi gerekmektedir (Akalin, 2015: 35). Bunun için araştırmacı öncelikli olarak çalışma yapacağı konunun ne olacağına karar vermelidir (Garson, 2002). Konuya karar vermek ölçeğe yön verebilir, ancak konunun belirlenmesi ölçeğin hazırlanması için yeterli değildir. Geçerli ve güvenilir bir anketin hazırlanması, öncelikli olarak problem tanımlanması sayesinde gerçekleşmektedir (Akalin, 2015: 39). Bu bilgilerden hareketle, iyi bir ölçeğin geliştirilmesinin, problemin net olarak tanımlanmasına; problemin açık bir şekilde tanımlanmasının da konu hakkında daha önceden yapılmış çalışmaların detaylıca incelenmesine bağlı olduğunu söylemek mümkündür.

Alan yazın incelemesi neticesinde tüketicilerin moleküler, füzyon ve yerel mutfak akımlarının geçmişten günümüze gelişimi, hangi coğrafyalarda gelişim gösterdiği, diğer bilimlerle olan ilişkileri, destinasyon seçimine etkileri gibi pek çok farklı açıdan ele alındığı görülmektedir (This, 2011; Edwards-Stuart, 2012; Van Der Linden, 2013; Rowat, 2012; Cousins, O’Gorman ve Stierand, 2010; Vega ve Ubbink, 2008; This, 2009; De Solier, 2010; Baldwin, 2012; Sarioğlan, 2014; Can vd., 2012; Albayrak ve Kızıllırmak, 2013; Du Rand, Heath ve Alberts, 2003; Sims, 2009; Kim, Eves ve Scarles, 2009; Rand ve Heath, 2006, Okumuş vd., 2007). Ancak gıda tüketimi açısından ele alınarak moleküler, füzyon ve yerel mutfak yeme eğilimliliğinin tespiti ile ilgili herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. İlgili alan yazındaki bu boşluğu dolduracak ve özellikle yiyecek içecek işletmeleri ile turizm alanında karar verici konumda olan kamu ve özel sektör yöneticilerinin pazarlama karması elemanlarını oluşturmalarına ve bu elemanlara yönelik uygun stratejileri belirlemelerine katkıda bulunacağı varsayılan bu türden bir çalışmaya gereksinim duyulduğu söylenebilir.

4.3. Alan Yazın İncelemesi Sonucu Madde Havuzu Oluşturulması

Ölçülmek istenen yapının açık bir şekilde ifade edilmesinden sonraki aşama, ölçeğe nihai olarak dâhil edilmeye aday geniş bir madde havuzunun oluşturulmasıdır. Kuramsal olarak, madde evreninin o evrendeki maddeleri gerçekten tanımlama olasılığı yüksek, son derece geniş bir kümeden tesadüfi olarak seçildiği varsayılmaktadır. Fakat maddelerin sıfırdan yazılması

durumunda ölçülmek istenen yapının tüm unsurlarının havuza dâhil edildiğinden emin olunmalıdır (DeVellis, 2014: 76-77).

Tablo 4.2. Madde Havuzundaki Maddeler

ÖLÇEK MADDELERİ			
MOLEKÜLER MUTFAK	1	1.1.	Fizik biliminin yardımıyla hazırlanan yiyecek ve içecekleri tercih ederim.
		1.2.	Fizik kuralları yardımıyla hazırlanan yiyecek ve içecekleri tercih ederim.
		1.3.	Fizik kuralları dikkate alınarak hazırlanan yiyecek ve içecekleri tercih ederim.
		1.4.	Fizik kurallarıyla hazırlanan yiyecek ve içecekleri tercih ederim.
		1.5.	Fizik kuralları çerçevesinde hazırlanan yiyecek ve içecekleri tercih ederim.
	2	2.1.	Kimya biliminin yardımıyla hazırlanan yiyecek ve içecekleri tercih ederim.
		2.2.	Kimya kuralları yardımıyla hazırlanan yiyecek ve içecekleri tercih ederim.
		2.3.	Kimya kuralları dikkate alınarak hazırlanan yiyecek ve içecekleri tercih ederim.
		2.4.	Kimya kurallarıyla hazırlanan yiyecek ve içecekleri tercih ederim.
		2.5.	Kimya kuralları çerçevesinde hazırlanan yiyecek ve içecekleri tercih ederim.
	3		Küreleşen sıvıların yer aldığı gıdalar ilgimi çeker.
	4		Sıvı nitrojen ile yapılan yemekler beni çok etkiler.
	5		Yoğun aromalara sahip yiyecek ve içeceklerden hoşlanırım.
	6		Alışılmamış ısıda servis edilen yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.
	7		Sıcak jöleler ile hazırlanan yiyecek ve içecekleri tatmak isterim.
	8		Köpük tekniği ile hazırlanan yiyecek ve içecekleri tatmak farklı bir deneyimdir.
	9		Bitkisel malzemeler ile hazırlanan yiyecek ve içecekleri tercih ederim.
	10		Farklı mineraller ile hazırlanan yiyecek ve içecekleri denemek isterim.
	11		Yiyecek ve içeceklerin farklı pişirme yöntemleriyle hazırlanması ilgimi çeker.
	12		Farklı dokuya sahip olan yiyecek ve içecekleri denemeyi tercih ederim.
	13		Kokusu farklı olan yiyecek ve içeceklerden hoşlanırım.
	14		Farklı tada sahip yiyecek ve içecekleri denemek isterim.
	15		Sunumu farklı olan yiyecek ve içecekler beni etkiler.
	16	16.1.	Geleneksel yiyecek ve içecekleri sıra dışı yiyecek ve içeceklere tercih ederim (<i>T</i>).
		16.2.	Sıra dışı yiyecek ve içecekleri geleneksel yiyecek ve içeceklere tercih etmem (<i>T</i>).
	17		Lezzet katmak amacıyla katkı maddeleri ile hazırlanan yiyecek ve içecekleri tercih etmem (<i>T</i>).
	18		Renk katmak amacıyla katkı maddeleri ile hazırlanan yiyecek ve içecekler ilgimi çekmez (<i>T</i>).
	19		Kıvamını ayarlamak amacıyla katkı maddeleri ile hazırlanan yiyecek ve içecekleri tüketirim.
20		Sıra dışı yiyecek ve içecekleri tatmak için fazla para harcamaya razıyım.	
21	21.1.	Sıra dışı yiyecek ve içecekleri tatmak için bir yıl sonrasına dahi olsa rezervasyon yaptırırım.	
	21.2.	Sıra dışı yiyecek ve içecekleri tatmak için bir yıl sonrası bile olsa rezervasyon yaptırmaya razı olurum.	
	21.3.	Rezervasyon için bir yıl beklemem gerektiği söylense bile beklerim, yeter ki sıra dışı yiyecek ve içecekleri deneyebileyim.	
22	22.1.	Sıra dışı yemekleri tatmak için beş-altı saat veya daha fazla zaman ayırabilirim.	
	22.2.	Yemek yemek için beş-altı saat veya daha fazla zaman ayırmam gerekse bile zaman ayırırım, yeter ki sıra dışı yiyecek ve içecekleri tadabileyim.	
23	23.1.	Yemek yediğim restoranda her müşteri için ayrı bir aşçının hizmet vermesi beni etkiler.	
	23.2.	Yemek yediğim restoranda kişiye özel bir aşçının hizmet vermesi beni etkiler.	
	23.3.	Yemek yediğim restoranda kişiye özel aşçı tahsis edilmesi beni etkiler.	
24		Günde sadece bir defa hizmet veren restoranlardan hizmet almak hoşuma gider.	
25		Yiyecek ve içeceklerin müşteri gözü önünde hazırlanması beni çok etkiler.	
26		Yiyecek ve içeceği hazırlayan personelin hazırlamış olduğu yiyecek ve içecekler hakkında bilgi vermesi hoşuma gider.	
27		Çok küçük porsiyonlarda hazırlanmış olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	
28		Üç-dört çeşit standart porsiyondaki yiyecek ve içeceklerden oluşan menüler yerine daha küçük porsiyonlarda hazırlanmış çok sayıdaki yiyecek ve içeceklerden oluşan menüleri tercih ederim.	

Tablo 4.2 (Devamı)

FÜZYON MUTFAK	1		Bir tabakta farklı ulusların malzemelerini birleştiren lezzetleri tatmayı tercih ederim.
	2		Bir tabakta farklı ulusların pişirme tekniklerini birleştiren lezzetleri tatmayı tercih ederim.
	3		Farklı mutfak kültürlerinin birleşiminden oluşan, ancak birinin diğerine baskın olmadığı gıdaları denemekten hoşlanırım.
	4		Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilerek sıra dışı bir şekilde sunulan yiyecek ve içecekler ilgilimi çeker.
	5		Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı tatlarla sahip olan yiyecek ve içecekler ilgilimi çeker.
	6		Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı kokulara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgilimi çeker.
	7		Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan özgün yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.
	8		Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme teknikleri bir araya getirilerek sıra dışı bir şekilde sunulan yiyecek ve içecekler ilgilimi çeker.
	9		Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı tatlarla sahip olan yiyecek ve içecekler ilgilimi çeker.
	10		Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı kokulara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgilimi çeker.
	11		Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan özgün yiyecek ve içecekler ilgilimi çeker.
YEREL MUTFAK	1	1.1.	Yol kenarındaki stantlardan yerel gıdaları, hijyenik olması koşulu ile satın almayı isterim.
		1.2.	Yol kenarındaki stantlardan yerel gıdalar satın almak isterim.
	2		Yerel halkın yemek yediği restoranlarda yemek tercih ederim.
	3		Yerel mutfak ile ilgili eğitimlere katılmak isterim.
	4		Ziyaret ettiğim yerlerde denemiş olduğum yiyecek ve içecekleri daha sonra kendim de hazırlamak isterim.
	5		Yerel geleneklere göre yiyecek ve içecek hizmeti sunulan yerlerde deneyim elde etmek isterim.
	6		Yiyecek ve içecek ile ilgili festivallerde yerel yiyecek ve içecekleri denemeyi tercih ederim.
	7		Eve götürmek için yerel gıdalardan satın almak isterim.
	8		Eve götürmek için yerel yiyecek ve içecek tariflerini içeren kitapları satın almak isterim.
	9		Eve götürmek için yerel mutfak araç ve gereçlerini satın almak isterim.
	10		Yerel içecekleri tüketmeyi tercih ederim.
	11		Yerel yiyecek ve içeceklerin satıldığı pazarları ziyaret etmeyi isterim.
12		Yerel eğlence mekânlarına gitmeyi tercih ederim.	

*T: "Ters kodlanmış ifade" anlamında kullanılmıştır.

Madde havuzu oluşturma, konuya ilişkin alan yazın incelemesini gerektirmektedir. Konuyla ilgili kuramsal çerçevenin bilinmesi ve daha önce yapılan benzeri araştırmalara ulaşılması maddelerin tasarlanmasında ve yazımında önemli kolaylıklar sağlamaktadır (Büyüköztürk, 2005: 4). Madde havuzunun oluşturulmasına başlamadan, moleküler mutfak, füzyon mutfak ve yerel mutfak konusunda alan yazın incelemesi yapılmış ve elde edilen kaynaklar sentezlenerek moleküler mutfak, füzyon mutfak ve yerel mutfak olgularını açıklayan ifadeler geliştirilmiştir. Geliştirilen bu ifadelere yönelik altı akademisyen ile fikir alışverişinde bulunmuş ve gelen öneriler çerçevesinde hem yeni maddeler eklenmiş hem de ölçek maddelerinde ifade gerekli değişiklikler yapılmıştır. Madde havuzu oluşturma süreci sonucunda moleküler mutfak yeme eğilimliliğini ölçmek için 28 madde, füzyon mutfak yeme eğilimliliğini ölçmek için 11 madde, yerel mutfak yeme eğilimliliğini ölçmek için geliştirilen 12 madde Tablo 4.2'de verilmiştir.

4.4. Alan Uzmanları Grubunun Oluşturulması

Madde havuzu oluşturma aşamasıyla eş zamanlı olarak geliştirilen maddelerin kapsam geçerliğinin sınanmasını sağlamak amacıyla gerek ilgili alan yazın incelemesinden gerekse başta sosyal medya olmak üzere elektronik ortam aracılığı ile alan uzmanlarından yararlanılmıştır. Bu kapsamda akademisyenlerden ve sektör uygulayıcılarından oluşturulan alan uzmanlarına ilişkin dağılım Tablo 4.3'de verilmiştir.

Tablo 4.3. Alan Uzmanlarının Dağılımı

	AKADEMİSYENLER					Toplam
	Profesör	Doçent	Yardımcı Doçent	Öğretim Görevlisi	Araştırma Görevlisi	
Türk	4	10	27	12	13	66
Yabancı	40	15	8	-	-	63
Toplam	44	25	35	12	13	129
	UYGULAYICILAR				Toplam	
	Şefler		İşletmeciler			
Türk	42		4		46	
Yabancı	40		22		62	
Toplam	82		26		108	
Genel Toplam						237

4.5. Kapsam Geçerliğinin Sınanması İçin Uzman Görüşüne Başvurulması

Madde havuzu oluşturma süreci sonucunda elde edilen toplam 51 maddeyi içeren değerlendirme formu kapsam geçerliğinin sınanması için Haziran 2015'te toplam 237 alan uzmanına elektronik posta yoluyla gönderilmiştir. Bir hafta sonra 12 alan uzmanı tarafından doldurulmuş olan değerlendirme formları elektronik posta yoluyla geri dönmüştür. Geri dönüş yapmayan alan uzmanına hatırlatma amacıyla bir kez daha elektronik posta gönderilmiş ve sosyal medya ağlarından da kendilerine ulaşılmaya çalışılarak gerekli mesaj gönderilmiştir. Bu elektronik postadan sonra beş kişi daha geri dönüş yapmıştır. Son kez hatırlatma amacı ile geri dönüş yapmayan alan uzmanlarına elektronik posta gönderilerek üçüncü kez hatırlatmada bulunulmuş, bu hatırlatmanın sonucunda üç alan uzmanı daha değerlendirme formu göndermiş ve nihayetinde toplam 20 alan uzmanından dönüş sağlanabilmiştir. Değerlendirmede bulunan alan uzmanlarına ilişkin dağılım Tablo 4.4'de yer almaktadır. Tablodan da anlaşılacağı üzere üçüncü hatırlatmanın sonucunda toplamda yaklaşık %8,5 oranında bir geri dönüş sağlanabilmiştir. Akademisyenlerin geri dönüş oranı %10 civarında iken, uygulayıcıların geri dönüş oranı ise %6,5 civarındadır. Geri dönüş oranının gerek akademik camia gerekse uygulayıcılar arasında bu denli düşük olmasının temel sebebi, bu uygulamanın Haziran ayında yapılmış olmasından kaynaklanmış olabileceği düşünülmektedir. Çünkü bilindiği üzere Haziran ayı sektör uygulayıcıları için iş yoğunluğuna işaret ederken, akademik camia için de genelde kurum dışı faaliyetlerin yürütüldüğü döneme işaret etmektedir.

Tablo 4.4. Değerlendirmede Bulunan Alan Uzmanlarının Dağılımı

	AKADEMİSYENLER					Toplam
	Profesör	Doçent	Yardımcı Doçent	Öğretim Görevlisi	Araştırma Görevlisi	
Türk	1	1	6	1	1	10
Yabancı	3	-	-	-	-	3
Toplam	4	1	6	1	1	13
	UYGULAYICILAR					Toplam
	Şefler		İşletmeciler			
Türk	3		1		4	
Yabancı	1		2		3	
Toplam	4		3		7	
Genel Toplam					20	

4.6. Uzman Görüşlerinin Değerlendirilmesi

Madde havuzunu gözden geçirecek uzmanlara sahip olmak olguya ilişkin tanımlamayı onaylayabilmekte ya da geçersiz kılabilenmektedir (DeVellis, 2014: 100). Alan uzmanları grubundan ölçülmesi istenen yapı için her bir maddenin ne kadar uygun olduğunu “gerekli”, “gerekli değil” ve “yararlı ancak gerekli değil” şeklinde değerlendirmeleri istenmektedir (Lawshe, 1975: 567). Bu durum özellikle birden fazla yapıyı ölçmesi planlanan (moleküler mutfak, füzyon mutfak ve yerel mutfak yeme eğilimliliği gibi) ölçeklerden oluşan ölçme aracını geliştirilirken yararlıdır (DeVellis, 2014: 100). Uzman grubu maddelerin anlaşılabilirliğini ve özgünlüğünü de değerlendirmektedir. Örneğin bir maddenin içeriği yapıya uygun ancak ifadesi sorunlu olabilmekte ve bu madde güvenilirliğe zarar vermektedir. Bu tarz maddeler uzman görüşleri doğrultusunda düzeltilerek ölçek içerisinde kullanılmaktadır. Bazen alan uzmanları ölçek geliştirmenin ilkelerini anlamayabilirler. Bu durum kötü öneriye neden olmaktadır. Uzmanların önerilerini son karar olarak kullanmak ya da reddetmek ölçek geliştiren kişilerin sorumluluğundadır (DeVellis, 2014: 100-101). Bu bilgiler doğrultusunda; moleküler mutfak, füzyon mutfak ve yerel mutfak yeme eğilimliliğinin belirlenmesi hususunda ölçek geliştirme çalışması için geliştirilen ölçek maddeleri hakkındaki uzman görüşleri Tablo 4.5’de yer almaktadır.

4.7. Maddelere İlişkin Kapsam Geçerlilik Oranlarının ve Ölçeğe İlişkin Kapsam Geçerlilik İndeksinin Hesaplanması

Her bir maddeye ilişkin kapsam geçerlik oranları " $KGO = \frac{N_e - N/2}{N/2}$ " formülü yardımıyla hesaplanmıştır. Bu formülde; " N_e " gerekli seçeneğini işaretleyen uzmanların sayısını, " N " ise toplam uzman sayısını ifade etmektedir (Lawshe, 1975: 567). Kapsam geçerlik indeksi $\alpha=0,05$ düzeyinde anlamlı olan ve nihai forma alınacak maddelerin toplam KGO ortalamaları üzerinden

hesaplanmaktadır. Eğer ölçülmek istenilen özellik birden fazla boyutta toplanmış ise her bir boyut için ayrı KGO hesaplanması gerekmektedir (Lawshe, 1975: 568-569).

Tablo 4.5. Uzman Görüşlerine Göre KGO ve KGİ Hesaplanması

ÖLÇEK MADDELERİ		GEREKLİ	GEREKSİZ	YARARLI ANCAK GEREKLİ DEĞİL	KAPSAM GEÇERLİK ORANI	
MOLEKÜLER MUTFAK YEME EĞİLMELİĞİ	1	1.1.	5	13	2	-0,5
		1.2.	4	14	2	-0,6
		1.3.	6	12	2	-0,4
		1.4.	0	18	2	-1
		1.5.	2	16	2	-0,8
	2	1.1.	6	12	2	-0,4
		1.2.	4	14	2	-0,6
		1.3.	6	11	3	-0,4
		1.4.	1	17	2	-0,9
		1.5.	2	16	2	-0,8
	3		11	1	8	0,1
	4		11	2	7	0,1
	5		18	1	1	0,8
	6		18	1	1	0,8
	7		16	1	3	0,6
	8		15	1	4	0,5
	9		9	6	5	-0,1
	10		9	9	2	-0,1
	11		18	2	0	0,8
	12		16	1	3	0,6
	13		16	1	3	0,6
	14		11	7	2	0,1
	15		16	2	2	0,6
	16	16.1.	16	4	0	0,6
		16.2.	6	12	2	-0,4
	17		15	3	2	0,5
	18		15	3	2	0,5
	19		17	3	0	0,7
20		15	3	2	0,5	
21	21.1.	6	12	2	-0,4	
	21.2.	15	4	1	0,5	
	21.3.	2	16	2	-0,8	
22	22.1.	15	2	3	0,5	
	22.2.	5	14	1	-0,5	
23	23.1.	15	4	1	0,5	
	23.2.	6	14	0	-0,4	
	23.3.	5	15	0	-0,5	
24		16	4	0	0,6	
25		20	0	0	1	
26		20	0	0	1	
27		18	2	0	0,8	
28		14	6	0	0,4	
KAPSAM GEÇERLİK İNDEKSİ					0,65	

Tablo 4.5 (Devamı)

FÜZYON MUTFAK YEME EĞİLMİLİĞİ	1		18	0	2	0,8
	2		19	0	1	0,9
	3		15	3	2	0,5
	4		17	0	3	0,7
	5		17	0	3	0,7
	6		17	0	3	0,7
	7		19	0	1	0,9
	8		18	1	1	0,8
	9		18	1	1	0,8
	10		17	2	1	0,7
	11		17	2	1	0,7
KAPSAM GEÇERLİK İNDEKSİ						0,75
YEREL MUTFAK YEME EĞİLMİLİĞİ	1	1.1.	7	13	0	-0,3
		1.2.	16	4	0	0,6
	2		17	1	2	0,7
	3		19	0	1	0,9
	4		17	2	1	0,7
	5		16	0	4	0,6
	6		20	0	0	1
	7		18	0	2	0,8
	8		18	0	2	0,8
	9		17	1	2	0,7
	10		20	0	0	1
	11		20	0	0	1
	12		17	1	2	0,7
KAPSAM GEÇERLİK İNDEKSİ						0,79

Tablo 4.5’de görüldüğü gibi, ölçekte üç farklı boyut olduğu varsayımı ile moleküler mutfak yeme eğilimliliği “ $KGİ > 0,65$ ”, füzyon mutfak yeme eğilimliliği “ $KGİ > 0,75$ ” ve yerel mutfak yeme eğilimliliği “ $KGİ > 0,79$ ” olduğundan ölçeklerin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ($p < 0,05$) söylemek mümkündür.

4.8. Kapsam Geçerlilik Oranları ve Kapsam Geçerlilik İndeksine Göre Ölçek Formunun Oluşturulması

KGO’ların hesaplanmasının ardından, öncelikle Lawshe tekniğine göre 20 alan uzmanına denk gelen 0,42 minimum değerinin altında kalan maddeler ölçekten çıkartılmıştır. Daha sonra minimum değer üzerindeki maddelerin ortalaması alınarak kapsam geçerlilik indeksleri hesaplanmış ve moleküler mutfak, füzyon mutfak ve yerel mutfak yeme eğilimini ölçen maddelerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Ölçek maddelerinin elenmesinden sonra (ters yönde ifade edilmesi önerilen 9.,10. ve 11. maddeler dahil) elde edilen ölçek formu Tablo 4.6’da gösterilmektedir.

Tablo 4.6. Ölçek Formu

		ÖLÇEK MADDELERİ	
MOLEKÜLER MUTFAK YEME EĞİLMİLİĞİ	1	Yoğun aromalara sahip yiyecek ve içeceklerden hoşlanırım.	
	2	Alışılmamış ısıda servis edilen yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	
	3	Sıcak jöleler ile hazırlanan yiyecek ve içecekleri tatmak isterim.	
	4	Köpük tekniği ile hazırlanan yiyecek ve içecekleri tatmak farklı bir deneyimdir.	

Tablo 4.6 (Devamı)

ÖLÇEK MADDELERİ			
MOLEKÜLER MUTFAK YEME EĞİLMİLİĞİ	5	Yiyecek ve içeceklerin farklı pişirme yöntemleriyle hazırlanması ilgimi çeker.	
	6	Farklı dokuya sahip olan yiyecek ve içecekleri denemeyi tercih ederim.	
	7	Kokusu farklı olan yiyecek ve içeceklerden hoşlanırım.	
	8	Sunumu farklı olan yiyecek ve içecekler beni etkiler.	
	9	Geleneksel yiyecek ve içecekleri sıra dışı yiyecek ve içeceklere tercih ederim (T).	
	10	Lezzet katmak amacıyla katkı maddeleri ile hazırlanan yiyecek ve içecekleri tercih etmem (T).	
	11	Renk katmak amacıyla katkı maddeleri ile hazırlanan yiyecek ve içecekler ilgimi çekmez (T).	
	12	Kıvamını ayarlamak amacıyla katkı maddeleri ile hazırlanan yiyecek ve içecekleri tüketirim.	
	13	Sıra dışı yiyecek ve içecekleri tatmak için fazla para harcamaya razıyım.	
	14	Sıra dışı yiyecek ve içecekleri tatmak için bir yıl sonrası bile olsa rezervasyon yaptırmaya razı olurum.	
	15	Sıra dışı yemekleri tatmak için beş-altı saat veya daha fazla zaman ayırabilirim.	
	16	Yemek yediğim restoranda her müşteri için ayrı bir aşçının hizmet vermesi beni etkiler.	
	17	Günde sadece bir defa hizmet veren restoranlardan hizmet almak hoşuma gider.	
	18	Yiyecek ve içeceklerin müşteri gözü önünde hazırlanması beni çok etkiler.	
	19	Yiyecek ve içeceği hazırlayan personelin hazırlamış olduğu yiyecek ve içecekler hakkında bilgi vermesi hoşuma gider.	
	20	Çok küçük porsiyonlarda hazırlanmış olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	
	FÜZYON MUTFAK YEME EĞİLMİLİĞİ	1	Bir tabakta farklı ulusların malzemelerini birleştiren lezzetleri tatmayı tercih ederim.
		2	Bir tabakta farklı ulusların pişirme tekniklerini birleştiren lezzetleri tatmayı tercih ederim.
		3	Farklı mutfak kültürlerinin birleşiminden oluşan, ancak birinin diğerine baskın olmadığı gıdaları denemekten hoşlanırım.
		4	Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilerek sıra dışı bir şekilde sunulan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.
5		Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı tatlara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	
6		Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı kokulara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	
7		Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan özgün yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	
8		Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme teknikleri bir araya getirilerek sıra dışı bir şekilde sunulan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	
9		Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı tatlara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	
10		Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı kokulara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	
11		Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan özgün yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	
YEREL MUTFAK YEME EĞİLMİLİĞİ	1	Yol kenarındaki stantlardan yerel gıdalar satın almak isterim.	
	2	Yerel halkın yemek yediği restoranlarda yemeyi tercih ederim.	
	3	Yerel mutfak ile ilgili eğitimlere katılmak isterim.	
	4	Ziyaret ettiğim yerlerde denemiş olduğum yiyecek ve içecekleri daha sonra kendim de hazırlamak isterim.	
	5	Yerel geleneklere göre yiyecek ve içecek hizmeti sunulan yerlerde deneyim elde etmek isterim.	
	6	Yiyecek ve içecek ile ilgili festivallerde yerel yiyecek ve içecekleri denemeyi tercih ederim.	
	7	Eve götürmek için yerel gıdalardan satın almak isterim.	
	8	Eve götürmek için yerel yiyecek ve içecek tariflerini içeren kitapları satın almak isterim.	
	9	Eve götürmek için yerel mutfak araç ve gereçlerini satın almak isterim.	
	10	Yerel içecekleri tüketmeyi tercih ederim.	
	11	Yerel yiyecek ve içeceklerin satıldığı pazarları ziyaret etmeyi isterim.	
	12	Yerel eğlence mekânlarına gitmeyi tercih ederim.	

*T: "Ters kodlanmış ifade" anlamında kullanılmıştır.

4.9. Pilot Test Yapılması

Pilot test, ölçeğin geçerlik ve güvenilirliğinin gözleme dayalı verilerle sorgulandığı bir aşamadır. Ölçeğin taslak formundaki problemleri belirlemede kritik bir öneme sahip olan ve araştırmanın hedef kitlesiyle benzer özelliklere sahip en az 10 kişilik bir grup üzerinde yapılacak pilot test aşaması, geçerli ve güvenilir sonuçlar elde edebilmek için çok önemli bir aşamadır (Büyüköztürk, 2005: 142; Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2010: 90).

Ölçeğin yaklaşık ne kadar zamanda doldurulabileceği, incitici soruların varlığı, anketin şeklinin cevaplandırıcı üzerindeki etkisi, cevaplayıcıların hangi sorulara cevap vermekten kaçındıkları konularında fikir edinmek amacıyla, ölçek 5-6 Aralık 2015 tarihlerinde Kapadokya bölgesini ziyaret eden yabancı uyruklu 20 ziyaretçiye uygulanarak pilot teste tabi tutulmuştur. Pilot test sonucunda ölçek maddelerinin yaklaşık 12 dakikada cevaplandırıldığı ve cevaplayıcıların cevap vermekten kaçındıkları ya da anlaşılmayan ifadelerin olmadığı tespit edilmiştir.

4.10. Ölçeğin Uygulanması

DeVellis'e (2014: 157) göre sağlıklı bir veri analizi için gerekli olan örnek sayısının ölçekte yer alan her bir madde için yaklaşık 5 ila 10 katı arasında olması beklenmektedir. Örnek büyüklüğü konusunda Comrey ve Lee (1973); 100 örnekleme "zayıf", 200 örnekleme "orta", 300 örnekleme "iyi", 500 örnekleme "çok iyi" ve 1000 örnekleme ise "mükemmel" olarak değerlendirmektedir. Bu bilgiler ışığında; geliştirilen ölçekte 43 madde yer almasından dolayı en az 215 örneklemin gerekli olduğu hesaplanmıştır.

Anketin uygulanması için Kapadokya bölgesinde aktif olarak çalışan profesyonel turist rehberi belgesine sahip 10 kişi ve bir adet 5 yıldızlı otel ile iki adet butik otelin ön büro yöneticileri ile görüşülerek anketin doldurulması için kendilerinden yardım istenmiştir. Her kişiye anketlerin doldurulduğu esnada dikkat edilmesi gereken hususlar belirtilmiş ve her kişiye 30'ar anket düşecek şekilde toplamda 390 anket dağıtılmıştır. Dağıtılan anketler 7-27 Aralık 2015 tarihleri arasında uygulanmış ve toplamda dağıtılan anketlerin %64'üne tekabül eden 251 adet anket geri dönüşü sağlanmıştır. Hesaplanan 215 anketten daha fazla ankete ulaşıldığından yeterli örneklem büyüklüğüne ulaşıldığı düşüncesiyle veri toplamaya son verilmiş, analiz aşamasına geçilmiştir.

4.11. Sapan Analizi ve Normal Dağılım

Normallik varsayımının karşılanmasını zorlaştıran sapan değerlerin *Mahalanobis Uzaklık Değeri* kullanılarak incelenebileceği belirtilmektedir (Alpar, 2011: 179). Sapan gözlemlerin belirlenmesinde *t-testi* yaklaşımı tercih edilmiştir. Bu bağlamda geliştirilen ölçek

için öncelikle *Mahalanobis* Uzaklık Değerleri hesaplanmış ardından *Mahalanobis* Uzaklık Değerleri toplam madde sayısına bölünmüştür. *t-testi* yaklaşımına göre herhangi bir *Mahalanobis* Uzaklık Değerinin "sapan" olarak kabul edilebilmesi için, madde sayısını esas alan $p < 0,001$ anlamlılık düzeyinde *t* değerinden büyük olması gerekir (Kalaycı, 2010: 212). 43 madde için $p < 0,001$ anlamlılık düzeyindeki *t-testi* dağılım tablosundaki kritik değer olan *t*-değerinin (3,2908) üstünde üç adet gözlem (3, 183 ve 217 numaralı anketler) olduğu anlaşılmıştır. 43 maddelik ölçeğe göre sapan değer durumundaki bu gözlemler veri setinden çıkarılarak, analizler kullanılabilir durumda olan 248 anket üzerinden yapılmıştır. Sapan analizinin ardından normal dağılım testlerinden *ShapiroWilks* ve *Kolmogorov Smirnov* testleri gerçekleştirilmiştir. Her iki testte de anlamlılık değeri $p = ,000$ olduğundan verinin normal dağılımında sapmalar olduğunu göstermektedir (Akalin, 2015: 117).

4.12. Açıklayıcı Faktör Analizi

Faktör analizi, bir grup değişken arasında ilişkilere dayanarak verilerin daha anlamlı ve özet bir biçimde sunulmasını sağlayan çok değişkenli bir analiz türü ve aslında bir tür sınıflandırma yöntemidir (Nakip, 2006: 423; Kozak, 2014: 150). Faktör analizinde, aralarında yüksek korelasyon olan değişkenler setinin bir araya getirilmesiyle, genel değişkenler oluşturulur ve bu değişkenlere faktör adı verilir (Kalaycı, 2010: 321). Ölçek geliştirme sürecinin en önemli aşaması olan faktör analizinde öncelikle veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığını değerlendirmek amacıyla *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) örneklem yeterliliği testi ve *Bartlett* Küresellik testi yapılmıştır. KMO, gözlenen korelasyon katsayıları büyüklüğü ile kısmi korelasyon katsayılarının büyüklüğünü karşılaştıran bir indekstir. KMO katsayısı ve *Bartlett* Küresellik testlerinin anlamlı olması, verilerin faktör analizi yapmaya uygun olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2011). Ölçeğin KMO katsayısı ,90'dan büyük olduğu için (KMO = ,908) örneklem yeterliliği "mükemmel" olarak değerlendirilebilir (Kalaycı, 2010: 322). Bir diğer uygunluk testi olan *Bartlett* Küresellik testi sonuçlarına göre ölçeğin ($p \leq ,000$) anlamlılık derecesinde test değerinin 6659,421 olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda verinin faktör analizi yapmaya uygunluğuna ilişkin elde edilen sonuçların olumlu olması sebebiyle faktör analizine geçilmiştir. Toplam 43 maddeden oluşan ölçeğe uygulanan faktör analizi sonuçları Tablo 4.7'de gösterilmektedir. Faktörlerin belirlenmesinde en yaygın olarak kullanılan yöntem, "Temel Bileşen Analizi (*Principal Component Analysis* - PCA)" yöntemidir. Söz konusu analiz yöntemi, maksimum varyansı açıklayarak birinci faktörü ve daha sonra kalan maksimum varyansla ikinci faktörü oluşturarak devam etmektedir (Kalaycı, 2010: 321). Faktör yapısını belirlemek ve anlamlı yorumlanabilir faktörler elde etmek amacı ile temel bileşenler analizi seçilmiş, dikey döndürme tekniklerinden *Varimax* tekniği kullanılmış ve faktör yükü ,50'in üstünde olan veri dikkate alınmıştır (Alpar, 2011: 269).

Tablo 4.7. Ölçeğe İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonucu

Faktörler / Maddeler	Faktör Yük Değerleri			Eş Kökenlik	Öz Değeri	Açıklanan Varyans	Ortalama	Alfa
	1	2	3					
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği								
Moleküler 18	,768			,594	13,432	20,108	3,50	,935
Moleküler 17	,748			,647			3,38	
Moleküler 1	,741			,564			3,48	
Moleküler 19	,718			,557			3,44	
Moleküler 12	,717			,566			3,29	
Moleküler 4	,709			,516			3,41	
Moleküler 3	,697			,540			3,28	
Moleküler 16	,683			,587			3,43	
Moleküler 15	,675			,668			3,25	
Moleküler 5	,650			,432			3,43	
Moleküler 20	,645			,511			3,50	
Moleküler 6	,643			,489			3,58	
Moleküler 2	,628			,520			3,44	
Moleküler 13	,625			,520			3,50	
Moleküler 7	,606			,420			3,38	
Moleküler 14	,525			,537			3,39	
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği								
Füzyon 7		,779		,657	3,049	15,815	3,81	,917
Füzyon 5		,748		,601			3,80	
Füzyon 4		,717		,569			3,83	
Füzyon 9		,708		,608			3,73	
Füzyon 1		,687		,549			3,80	
Füzyon 10		,673		,546			3,73	
Füzyon 6		,670		,575			3,73	
Füzyon 11		,667		,525			3,86	
Füzyon 8		,664		,520			3,82	
Füzyon 3		,650		,474			3,76	
Füzyon 2		,622		,439			3,78	
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği								
Yerel 3			,775	,668	5,001	19,159	4,39	,929
Yerel 9			,770	,639			4,32	
Yerel 8			,760	,614			4,33	
Yerel 12			,748	,607			4,54	
Yerel 10			,746	,624			4,44	
Yerel 4			,736	,585			4,33	
Yerel 7			,730	,556			4,39	
Yerel 11			,717	,530			4,51	
Yerel 6			,692	,528			4,40	
Yerel 5			,673	,500			4,44	
Yerel 1			,663	,481			4,48	
Yerel 2			,643	,423			4,46	
Faktör Çıkarma Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi; Döndürme Yöntemi: Varimax Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliği: %90,800 Bartlett Küresellik Testi için Ki-Kare: 6659,421; sd: 741; p<0,000 Açıklanan Toplam Varyans: %55,083 Ölçeğin Tamamı İçin Güvenirlik Katsayısı: ,949 Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kismen Katılıyorum Kismen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum								

Ayrıca bir faktörün en az üç maddeden oluşması ve karışık madde durumunda yük farkının en az ,100 olması kararı verilmiştir. Son olarak herhangi bir faktöre boyutlanmayan maddelerin de ölçekten çıkarılması fikri benimsenmiştir (Kalaycı, 2010: 321-322). Yapılan

analiz sonucunda herhangi bir faktöre boyutlanmayan “sunumu farklı olan yiyecek ve içecekler beni etkiler”, “geleneksel yiyecek ve içecekleri sıra dışı yiyecek ve içeceklere tercih ederim”, “lezzet katmak amacıyla katkı maddeleri ile hazırlanan yiyecek ve içecekleri tercih etmem” ve “renk katmak amacıyla katkı maddeleri ile hazırlanan yiyecek ve içecekler ilgimi çekmez” maddeleri ölçekten çıkarılmış ve toplam 39 maddelik ölçeğin son haline yeniden faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizinde maddelerin üç boyutta toplandığı ve ölçeğin bütün olarak açıkladığı varyans oranının ise %55,083 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç minimum varyans açıklama oranı olan ,50'nin üzerinde olduğundan kabul edilebilir düzeydedir (Habing, 2003).

Faktörleri isimlendirebilmek için, bir faktör altında büyük ağırlıkları olan değişkenleri gruplandırmak gerekir (Kalaycı, 2010: 330). Örneğin Tablo 3.7'de birinci faktör altında "Moleküler 18" (.768), "Moleküler 17" (.748), "Moleküler 1" (.741), "Moleküler 19" (.718) ve "Moleküler 12" (.717) maddeleri en büyük ağırlığa sahiptir. Bu maddelerin tamamı moleküler mutfak yeme eğilimliliği ile ilgili maddeler olduğundan bu faktör "moleküler mutfak yeme eğilimliliği" olarak isimlendirilmiştir. Aynı şekilde, ikinci faktör altında "Füzyon 7" (.779), "Füzyon 5" (.748), "Füzyon 4" (.717) ve "Füzyon 9" (.708) maddeleri en yüksek ağırlığa sahiptir. Bu maddelerin tamamı füzyon mutfak yeme eğilimliliği ile ilgili olduğundan bu faktör "füzyon mutfak yeme eğilimliliği" olarak isimlendirilmiştir. Üçüncü faktör altında, Yerel 3 (.775), Yerel 9 (.770) ve Yerel 8 (.760) maddeleri en büyük ağırlıklara sahiptir. Bu maddelerin üçü de yerel mutfak yeme eğilimliliği ile ilgili maddeler olduğundan bu faktör "yerel mutfak yeme eğilimliliği" olarak isimlendirilmiştir. Moleküler mutfak yeme eğilimlilik boyutu toplam 16 maddeden oluşmaktadır. Faktörün toplam varyansı açıklama oranı %20,108, öz değeri ise 13,432'dir. Faktör altında yer alan maddelere verilen cevapların ortalaması 3,417 olarak hesaplanmıştır. Füzyon mutfak yeme eğilimliliği boyutu toplam 11 maddeden oluşmaktadır. Faktörün toplam varyansı açıklama oranının %15,815, öz değerinin ise 3,049'dur. Faktör altında yer alan maddelere verilen cevapların ortalaması 3,786 olarak hesaplanmıştır. Yerel mutfak yeme eğilimliliği boyutu toplam 12 maddeden oluşmaktadır. Faktörün toplam varyansı açıklama oranının %19,159, öz değerinin ise 5,001'dir. Faktör altında yer alan maddelere verilen cevapların ortalaması 4,419 olarak hesaplanmıştır. Bu veriler ışığında, moleküler mutfak yeme eğilimlilik boyutunun çalışmanın ana faktörlerini içeren boyut olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 4.8. Nihai Ölçek Formu

ÖLÇEK MADDELERİ		
MOLEKÜLER MUTFAK YEME EĞİLİMLİLİĞİ	1	Yoğun aromalara sahip yiyecek ve içeceklerden hoşlanırım.
	2	Alışılmamış ısıda servis edilen yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.
	3	Sıcak jöleler ile hazırlanan yiyecek ve içecekleri tatmak isterim.
	4	Köpük tekniği ile hazırlanan yiyecek ve içecekleri tatmak farklı bir deneyimdir.
	5	Yiyecek ve içeceklerin farklı pişirme yöntemleriyle hazırlanması ilgimi çeker.
	6	Farklı dokuya sahip olan yiyecek ve içecekleri denemeyi tercih ederim.
	7	Kokusu farklı olan yiyecek ve içeceklerden hoşlanırım.
	8	Kıvamını ayarlamak amacıyla katkı maddeleri ile hazırlanan yiyecek ve içecekleri tüketirim.
	9	Sıra dışı yiyecek ve içecekleri tatmak için fazla para harcamaya razıyım.
	10	Sıra dışı yiyecek ve içecekleri tatmak için bir yıl sonrası bile olsa rezervasyon yaptırmaya razı olurum.
	11	Sıra dışı yemekleri tatmak için beş-altı saat veya daha fazla zaman ayırabilirim.
	12	Yemek yediğim restoranda her müşteri için ayrı bir aşçının hizmet vermesi beni etkiler.
	13	Günde sadece bir defa hizmet veren restoranlardan hizmet almak hoşuma gider.
	14	Yiyecek ve içeceklerin müşteri gözü önünde hazırlanması beni çok etkiler.
	15	Yiyecek ve içeceği hazırlayan personelin hazırlamış olduğu yiyecek ve içecekler hakkında bilgi vermesi hoşuma gider.
	16	Çok küçük porsiyonlarda hazırlanmış olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.
FÜZYON MUTFAK YEME EĞİLİMLİLİĞİ	1	Bir tabakta farklı ulusların malzemelerini birleştiren lezzetleri tatmayı tercih ederim.
	2	Bir tabakta farklı ulusların pişirme tekniklerini birleştiren lezzetleri tatmayı tercih ederim.
	3	Farklı mutfak kültürlerinin birleşiminden oluşan, ancak birinin diğerine baskın olmadığı gıdaları denemekten hoşlanırım.
	4	Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilerek sıra dışı bir şekilde sunulan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.
	5	Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı tatlara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.
	6	Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı kokulara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.
	7	Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan özgün yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.
	8	Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme teknikleri bir araya getirilerek sıra dışı bir şekilde sunulan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.
	9	Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı tatlara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.
	10	Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı kokulara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.
	11	Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan özgün yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.
YEREL MUTFAK YEME EĞİLİMLİLİĞİ	1	Yol kenarındaki stantlardan yerel gıdalar satın almak isterim.
	2	Yerel halkın yemek yediği restoranlarda yemeyi tercih ederim.
	3	Yerel mutfak ile ilgili eğitimlere katılmak isterim.
	4	Ziyaret ettiğim yerlerde denemiş olduğum yiyecek ve içecekleri daha sonra kendim de hazırlamak isterim.
	5	Yerel geleneklere göre yiyecek ve içecek hizmeti sunulan yerlerde deneyim elde etmek isterim.
	6	Yiyecek ve içecek ile ilgili festivallerde yerel yiyecek ve içecekleri denemeyi tercih ederim.
	7	Eve götürmek için yerel gıdalardan satın almak isterim.
	8	Eve götürmek için yerel yiyecek ve içecek tariflerini içeren kitapları satın almak isterim.
	9	Eve götürmek için yerel mutfak araç ve gereçlerini satın almak isterim.
	10	Yerel içecekleri tüketmeyi tercih ederim.
	11	Yerel yiyecek ve içeceklerin satıldığı pazarları ziyaret etmeyi isterim.
	12	Yerel eğlence mekânlarına gitmeyi tercih ederim.

4.13. Ölçeğin Geçerliliği ve Güvenilirliği

Geçerlilik, bir ölçeğin ölçülmek istenen şeyi ölçme derecesidir (Altunışık vd., 2010: 121). Diğer bir anlatımla geçerlilik, bir ölçme aracının ölçmeyi amaçladığı özelliği, bir başka özellikle

karıştırmadan doğru olarak ölçebilme derecesidir (Akalin, 2015: 152). Ölçeğin geçerliliği, güvenilirliğinden daha önce gelmektedir. Ölçme aracının güvenilir olması, geçerli de olacağı anlamına gelmemektedir. Çünkü geçerlilik daha çok doğrulukla, güvenilirlik ise daha çok tutarlılık ve sabitlikle yakından ilişkilidir. Ölçeğin geçerliliğini ortaya koymak üzere iki çeşit geçerlilikten söz etmek mümkündür (Alpar, 2012: 412); kapsam (içerik) geçerliliği ve yapı geçerliliği. Geliştirilen ölçek incelenen konuların tüm önemli alt konularını içeriyorsa ölçeğin kapsam (içerik) geçerliliğinin olduğu söylenebilir (Lawshe, 1975: 566). Diğer bir anlatımla, eğer ölçek maddeleri ilgili madde evrenini iyi bir şekilde örnekliyor ise kapsam geçerliliğine sahip bir ölçektir (Büyüköztürk, 2011: 167-168). Bu bağlamda *Lawshe* tekniğine göre, kuramsal ölçek geliştirme sürecinde uzman görüşleri doğrultusunda hesaplanan KGO ve KGİ sonucunda ölçek formu oluşturulmuş ve ölçeğin kapsam geçerliliği sağlanmıştır. Yapı geçerliliği, ölçülmek istenen kuramsal yapıya ilişkin gözlemlerin bilimsel olarak gösterilmesi süreci olarak tanımlanmaktadır (Alpar, 2011: 301). Bu bağlamda *Lawshe* tekniğine göre deneysel ölçek geliştirme süreci çerçevesinde öncelikle pilot test gerçekleştirilmiş ardından faktör analizi yapılmış, ölçeğin boyutları belirlenerek toplam 39 maddeden oluşan nihai ölçek formu oluşturulmuş (Tablo 4.8) ve ölçeğin yapı geçerliliği de sağlanmıştır.

Geçerli bir ölçekte bulunması gereken en önemli özellik, ölçeğin güvenilir olmasıdır. Güvenilirlik, bir ölçüm sürecinde, ölçüm işleminin tekrarlanabilirliği ya da tekrarlardaki tutarlılıktır. Güvenilirlik, zamana göre değişmezlik ölçüsüdür (Alpar, 2012: 411). Güvenilirlik aynı zamanda, ölçekleri oluşturan maddelerin kendi içlerinde tutarlı olup olmadığını ölçmek için kullanılmaktadır (Altunışık vd., 2010: 122). Güvenilirlik hesaplamada; *Cronbach's Alpha* yöntemi, ikiye bölme yöntemi, *Guttman* yöntemi, paralel yöntem ve kesin paralel yöntem gibi başlıca yöntemler kullanılmaktadır (Kalaycı, 2010: 405-406). Ölçeğin güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 4.9'da yer almaktadır. Yapılan güvenilirlik analizleri sonucunda; *Cronbach's Alpha* yöntemine göre ölçeğin tamamına ve üç farklı boyutuna ilişkin *alfa* katsayıları 0,80 ile 1,00 arasında olduğundan ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu tespit edilmiştir. İkiye bölme yönteminde de her boyut için ayrı ayrı ve bir bütün olarak ölçeğin tamamı için *alfa* katsayıları 0,80 ile 1,00 arasında olduğundan yüksek derecede güvenilir olduğunu söylemek mümkündür (Kalaycı, 2010: 405). Güvenilirliği kovaryans ya da varyans yaklaşımı ile hesaplayan *Guttman* yönteminde gerçek güvenilirlik için alt sınırı veren 1'den 6'ya giden *Lambda* katsayıları hesaplanır (Kalaycı, 2010: 405). Ölçeğin tamamına ve üç farklı boyutuna ayrı ayrı uygulanan *Guttman* yöntemine göre *Lambda* katsayıları 0,70'den yüksek olduğu için ölçeğin güvenilir olduğunu söylemek mümkündür (Murphy ve Davidshoper, 1988).

Tablo 4.9. Ölçeğin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Kullanılan Yöntem	Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	Ölçeğin Tamamı
<i>Cronbach's Alpha</i> Yöntemi	,93	,91	,92	,94
İkiye Bölme Yöntemi a) İlk Yarı	,87	,85	,87	,93
İkiye Bölme Yöntemi b) İkinci Yarı	,90	,86	,89	,93
<i>Guttman</i> Yöntemi	Lambda 1: ,87 Lambda 2: ,93 Lambda 3: ,93 Lambda 4: ,86 Lambda 5: ,91 Lambda 6: ,95	Lambda 1: ,83 Lambda 2: ,91 Lambda 3: ,91 Lambda 4: ,88 Lambda 5: ,89 Lambda 6: ,92	Lambda 1: ,85 Lambda 2: ,93 Lambda 3: ,92 Lambda 4: ,88 Lambda 5: ,90 Lambda 6: ,93	Lambda 1: ,92 Lambda 2: ,95 Lambda 3: ,94 Lambda 4: ,70 Lambda 5: ,93 Lambda 6: ,93
Paralel Yöntem	,93 Yansız: ,93	,91 Yansız: ,91	,92 Yansız: ,93	,94 Yansız: ,94
Kesin Paralel Yöntem	,93 Yansız: ,93	,91 Yansız: ,91	,92 Yansız: ,92	,92 Yansız: ,93

Ölçekteki tüm maddeler için eşit varyanslılığı ve karşılıklı tekrar soruları içinde eşit hata varyanslılığını varsayan paralel yönteminde en büyük benzerlik tahminleri yapılır ve tahminlerin veriye uygunluğu ki-kare ile test edilir (Kalaycı, 2010: 405). Ölçeğin tamamına ve üç farklı boyutuna ayrı ayrı uygulanan paralel yöntemde tahmin edilen ölçek güvenilirlik katsayıları ile yansız tahmin değerleri birbirine çok yakın olduğu için ölçeğin güvenilir olduğu söylenebilir. Son olarak, kesin paralel yönteminde; paralel yöntemde dikkat edilen eşit varyanslılığın yanı sıra sorular arasındaki ortalamaların da eşit olduğu varsayımı söz konusudur (Kalaycı, 2010: 406). Kesin paralel yöntemine göre de tahmin edilen ölçek güvenilirlik katsayıları ile yansız tahmin değerleri birbirine çok yakın olduğu için ölçeğin oldukça güvenilir olduğu söylemek mümkündür.

5. YÖNTEM

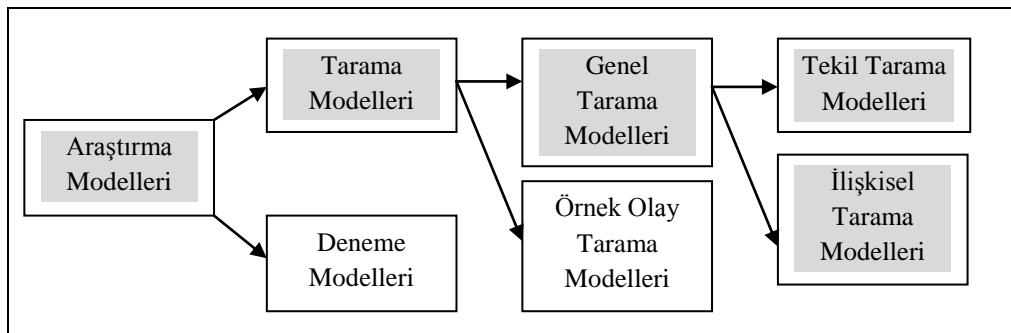
Bu bölümde, araştırmanın yöntemine ilişkin bilgiler verilmektedir. Bölüm kapsamında; araştırma modeli, araştırma evreni ve örneklem seçimi, örneklem büyüklüğünün hesaplanması, veri toplama aracı ve süreci, kullanılan veri analiz teknikleri ile veri toplamada kullanılan ölçeğin güvenilirlik ve geçerlilik analizleri yer almaktadır.

5.1. Araştırma Modeli

Araştırma modeli, verinin gerek araştırma amacına uygun hizmet edecek gerekse ekonomik olarak toplanabilmesi için gerekli koşulların sağlanması şeklinde tanımlanmaktadır (Karasar, 2012: 76). Bu koşulların sağlanmasında deneme ve tarama modelleri olmak üzere iki temel yaklaşım söz konusudur (Karasar, 2012: 76):

a) Deneme modelleri, neden-sonuç ilişkilerini belirlemeye çalışmak amacıyla doğrudan araştırmacının kontrolü altında gözlenmek istenen verinin üretildiği araştırma modelleri olup, bu model ile yapılan her araştırmada mutlaka bir karşılaştırma söz konusudur (Karasar, 2012: 87-88).

b) Tarama modelleri ise geçmişte ya da şu anda varolan bir durumu betimlemeyi amaçlayan araştırma modelleri olup, genel tarama modelleri ve örnek olay tarama modelleri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Karasar, 2012: 77-86). Örnek olay tarama modelleri genellikle nitelik araştırdıkları ve istatistiksel analizlere olanak vermediğinden (Karasar, 2012: 87) tez çalışmasının araştırma modeli genel tarama modelleri kapsamına girmektedir.



Şekil 5.1. Araştırma Modeli

Kaynak: Karasar, N. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 76-87'den yararlanılarak hazırlanmıştır.

Genel tarama modelleri de kendi içerisinde tekil tarama modelleri ve ilişkisel tarama modelleri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Tekil tarama modelleri değişkenlerin tek tek, tür ya da miktar olarak oluşumlarının belirlenmesi amacı ile yapılan araştırma modelleri olup, bu modellerde genellikle ortalama, frekans dağılımı, normal dağılım, oran, yüzde ve varyans gibi

tanımlayıcı istatistik teknikleri kullanılmaktadır. İlişkisel tarama modelleri ise iki ya da daha çok değişken arasında birlikte değişim varlığını ve/veya derecesini belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu ilişkiler korelasyon veya karşılaştırma yöntemleri ile araştırılabilmektedir (Karasar, 2012: 79-86).

Şekil 5.1'de araştırma modelinin genel çerçevesi çizilmiştir. Bu çerçeveden hareketle araştırma modelinin genel tarama modeli niteliğinde olduğu ve hem tekil hem de ilişkisel tarama modeli özelliği taşıdığı söylenebilir. Bu araştırma kapsamında Türkiye'yi ziyaret edip İstanbul Atatürk Havalimanı Dış Hatlar Terminali'nden dönen ziyaretçiler arasından seçilmiş bir örneklem üzerinde çalışılmaktadır. Araştırmanın amacına ve araştırma sorularına uygun olarak örnekleme dâhil edilen ziyaretçilerin demografik özellikleri, seyahat özellikleri ve yeme içme deneyim özellikleriyle ilgili bilgilere ulaşabilmek adına tanımlayıcı istatistiklerden yararlanılmaktadır. Bu durum araştırmanın tekil tarama modeli özelliği taşıdığına işaret etmektedir. Ayrıca ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerine yönelik karşılaştırmalar yapılmaktadır. Bu durum ise araştırmanın ilişkisel tarama modeli özelliği taşıdığını göstermektedir. Karasar (2012: 79), genel tarama modelleri ile hem tekil hem de ilişkisel tarama modellerinin kullanılabileceğini belirtmektedir. Dolayısıyla bu araştırmanın tekil tarama modeli özelliği taşımanın yanısıra ilişkisel tarama modeli özelliği taşıdığı da söylenebilir.

5.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Evren, araştırmacının çalışma alanını oluşturan, örneğini seçtiği ve edindiği sonuçları genelleştirdiği grup olarak açıklanmaktadır (Coşkun vd., 2010: 132). Araştırmada ideal (genel) evren ve gerçekçi (çalışma) evren olmak üzere iki farklı evrenden söz etmek mümkündür (Karasar, 2012: 110; Coşkun vd., 2010: 133). İdeal evren, araştırmacı için herhangi bir kısıt olmaması durumunda benimsenecek evren olup, ulaşılması güç ve hatta çoğu zaman olanaksız bir bütündür. Gerçekçi evren, araştırmacının belirli kısıtları dikkate alarak oluşturduğu evren olup, ulaşılabilir bir evrendir. Gerçekçi evren araştırma bağlamında örneklemin yapılacağı, örnekleme çerçevesinin yer aldığı evren olarak da ifade edilmektedir (Karasar, 2012: 110; Coşkun vd., 2010: 133). Örneklem, belirli bir evrenden belirli kurallara göre seçilmiş ve seçildiği evreni temsil yeterliliği kabul edilen küçük bir küme olarak tanımlanmaktadır (Karasar, 2012: 110). Örneklem üzerinde çalışmak araştırmacıya zaman, enerji ve para tasarrufu sağlamaktadır. Araştırmanın amacına uygun olarak belirlenmiş örneklem üzerinde yapılan araştırmalar, geniş bir evren üzerinde yapılan araştırmalardan daha iyi sonuçlar verebilmektedir (Karasar, 2012: 111). Tez çalışması kapsamında araştırmanın evrenini, İstanbul Atatürk Havalimanı'ndan çıkış yapan ziyaretçiler oluşturmaktadır.

Bir çalışma için seçildikleri evreni temsil edebilecek şekilde, evren içerisinde belirli sayıda elemandan oluşan bir alt elemanlar grubu oluşturulması sürecine örnekleme denilmektedir (Coşkun vd., 2010: 133). Örnekleme işlemi belirli kurallara uyularak yapılmakta ve örnekleme sonucunda elde edilen örneklemin, evreni temsil yeteneğinin olduğu kabul edilmektedir (Karasar, 2012: 111).

Dünya Turizm Örgütü'nün turizm istatistiklerine göre; 2015 yılında dünya genelinde 1 milyar 186 milyon kişinin turizm faaliyetlerine katıldığı, bu katılımcıların %53'ünün "boş zaman, rekreasyon ve tatil", %27'sinin "arkadaş ile akraba ziyareti ve dini inanışlar", %14'ünün "iş" amacıyla seyahat ettikleri ve dünyanın en fazla turist çeken altıncı ülkesi konumunda olan Türkiye'yi ise 39.5 milyon turistin ziyaret ettiği belirtilmektedir (Dünya Turizm Örgütü, 2016). Türkiye İstatistik Kurumu'nun verisine göre 2015 yılında Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin %24.3'üne denk gelen 9.6 milyon kişilik kısmı İstanbul Atatürk Havalimanı'ndan dönüş gerçekleştirmişlerdir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2016). İstanbul Atatürk Havalimanı aynı zamanda Türkiye'nin herhangi bir bölgesinden gelip yurtdışına çıkmak isteyen ziyaretçiler için önemli bir aktarma noktası konumundadır. Bu nedenlerle araştırmada Türkiye'nin herhangi bir destinasyonunu ziyaret edip 11-25 Temmuz 2016 tarihleri arasında İstanbul Atatürk Havalimanı'ndan dönüş yapan ziyaretçilerden oluşan bir örnekleme yapılmıştır. Ziyaretçilerin seçiminde olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme tekniği kullanılmıştır. Kolayda örnekleme tekniğinde esas, ankete cevap veren herkesin örnekleme dâhil edilmesidir. En kolay bulunan denek en ideal olanıdır. Denek bulma işlemi arzu edilen örneklem büyüklüğüne ulaşıncaya kadar devam ettirilmektedir (Coşkun vd., 2010: 142).

Örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde basit tesadüfi örnekleme yöntemi formülü " $n=t^2 \cdot p \cdot q / d^2$ " den faydalanılmıştır. Bu formülde (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014: 87);

n: Örnek hacmini,

p: Olayın gerçekleşme olasılığını,

q: Olayın gerçekleşmeme olasılığını,

t: Belirli bir anlamlılık düzeyinde, t-tablosunda bulunan teorik değeri ve

d: Olayın oluş sıklığına göre kabul edilen \pm örnekleme hatasını göstermektedir.

Genel kabul gören olayın gerçekleşme olasılık ($p=0,8$ veya $p=0,3$ veya $p=0,5$) ve gerçekleşmeme olasılık ($q=0,2$ veya $q=0,7$ veya $q=0,5$) değerleri dikkate alındığında, %95 güven düzeyinde ve ± 0.05 'lik sapma aralığında örneklem büyüklüğü:

a) $p=0,8$ ve $q=0,2$ ise $n=(1,96)^2 \times (0,8) \times (0,2) / (0,05)^2 = 246$,

b) $p=0,3$ ve $q=0,7$ ise $n=(1,96)^2 \times (0,3) \times (0,7) / (0,05)^2 = 323$ ve

c) $p=0,5$ ve $q=0,5$ ise $n=(1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5) / (0,05)^2 = 384$ olarak hesaplanır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014: 88).

DeVellis'e (2014: 157) göre sağlıklı bir veri analizi için gerekli olan örnek sayısının ölçekte yer alan her bir madde için yaklaşık beş ile on katı arasında olması beklenmektedir. Araştırmada kullanılan gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim ölçeği toplam 39 ifadeden oluştuğundan yaklaşık olarak 390 ziyaretçiden oluşan bir örneklemin yeterli olacağı düşünülmektedir. Örnek büyüklüğü konusunda Comrey ve Lee (1973); 100 örnekleme "zayıf", 200 örnekleme "orta", 300 örnekleme "iyi", 500 örnekleme "çok iyi" ve 1000 örnekleme ise "mükemmel" olarak değerlendirmektedir. Araştırma çerçevesinde, Türkiye'nin herhangi bir destinasyonunu ziyaret edip 11-25 Temmuz 2016 tarihleri arasında İstanbul Atatürk Havalimanı'ndan dönüş yapan 384 ziyaretçi ulaşılması gereken örneklem sayısı olarak belirlenmiştir. Ancak örneklem büyüklüğünün arttıkça, gerçek puanlara daha fazla yaklaşılabileceği ve daha doğru tahminler yapılabileceği bilindiğinden (Kline, 1994); araştırmada örneklem yeter sayısına ulaşmak değil, söz konusu evrende azami örneklem büyüklüğüne ulaşmak hedeflenmiştir. Bu bağlamda araştırma verisi 11 Temmuz 2016 tarihi itibarıyla toplanmaya başlanmış olup, anketi doldurmaya gönüllü ziyaretçiler ile yüz yüze ve bırak topla yöntemleri kullanılarak 25 Temmuz 2016 tarihine kadar sürdürülmüş ve toplamda 646 adet anket toplanmıştır. Veri toplama sürecine ilişkin ayrıntılar ilgili başlık altında açıklanmaktadır.

5.3. Veri Toplama Aracı ve Süreci

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Anket formunda, Karamustafa vd.'nin (2016) geliştirmiş olduğu 39 ifadeden oluşan gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim ölçeği ile ziyaretçilerin demografik özellikleri ve seyahat özelliklerini ortaya çıkarmayı amaçlayan açık uçlu ve çoktan seçmeli sorulara yer verilmiştir. Veri toplama aracı olarak anket formunun tercih edilme nedeni geniş bir katılımcı kitlesinden, çok sayıda veriyi, kısa zamanda kolay ve az maliyetle toplamaya olanak sağlamasıdır (Karasar, 2012: 182). Ayrıca veri değerlendirme sonucunda bazı çıkarımlarda bulunabilmek için mutlak değerlerin kullanılması temel ilke olduğundan, anket formu kullanımı veri değerlendirme aşamasında nesnelliğin sağlanmasını kolaylaştırmakta ve sonuçların sapma riskini de düşürmektedir (Kozak, 2014: 66).

Araştırma anketinin uygulanması için İstanbul Valiliği, Atatürk Havalimanı Mülki İdare Amirliği'nden izin alınmıştır (EK 8). Araştırmanın anketleri, olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme tekniği kullanılarak, 11-25 Temmuz 2016 tarihleri arasında, bizzat araştırmacı tarafından anketi doldurmaya gönüllü ziyaretçilere uygulanmıştır. Bu süreçte araştırmacı ziyaretçilerle yüz yüze anket doldurma yöntemini kullanmanın yanı sıra ziyaretçilere belirli bir süre vererek daha sonra toplamak kaydıyla bırak ve topla yöntemini de kullanmıştır (Walker, 1976: 284).

5.4. Kullanılan Veri Analiz Teknikleri

Anket formu aracılığıyla toplanan veri, ölçekte yer alan ifadeler ile demografik özellikler ve seyahat özellikleri soruları için kodlanarak sosyal bilimlerde kullanılan istatistikî analiz programlarına aktarılmış ve analiz edilmiştir. Veri analizinde; tanımlayıcı istatistikler, farklılıkları incelemeye yönelik analiz teknikleri ile açıklayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizlerinden faydalanılmıştır.

Araştırmanın amaçlarına uygun analizleri gerçekleştirmeden, öncelikle analiz programına kodlanan verinin kalitesi incelenmiştir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2010: 9). Bu kapsamda, güvenilirlik ve geçerlilik sonuçlarının etkilenmesini önlemek adına, verinin frekans dağılımları, ortalama ve standart sapmaları incelenerek hatasızlık kontrolü gerçekleştirilmiştir. İkinci adımda, veri giriş hatası ve soruya yanıt vermeme gibi nedenlerden dolayı ortaya çıkan eksik veri kontrolü gerçekleştirilmiş ve veri setinde eksik veriye rastlanmamıştır (Alpar, 2011: 135). Üçüncü adımda, hatalı veri girişi ya da yanlış kodlama gibi nedenlerle ortaya çıkan aşırı gözlemler incelenmiş ve veri setinde aşırı gözlemlere rastlanmamıştır.

Dördüncü adımda, *Mahalanobis* Uzaklık Değeri kullanılarak sapan (uç değer) analizi gerçekleştirilmiştir (Alpar, 2011: 179). Sapan gözlemlerin belirlenmesinde *t-testi* yaklaşımı tercih edilmiştir. Bu bağlamda geliştirilen ölçek için öncelikle *Mahalanobis* Uzaklık Değerleri hesaplanmış ardından *Mahalanobis* Uzaklık Değerleri toplam madde sayısına bölünmüştür. *t-testi* yaklaşımına göre herhangi bir *Mahalanobis* Uzaklık Değerinin "sapan" olarak kabul edilebilmesi için, madde sayısını esas alan $p < 0,001$ anlamlılık düzeyinde *t* değerinden büyük olması gerekmektedir (Kalaycı, 2010: 212). 39 madde için $p < 0,001$ anlamlılık düzeyindeki *t-testi* dağılım tablosundaki kritik değer olan *t* değerinin (3,312) üstünde 18 adet gözlem (10, 24, 25, 26, 38, 41, 53, 83, 95, 153, 162, 200, 210, 216, 361, 375, 443 ve 632 numaralı anketler) olduğu anlaşılmıştır. 39 maddelik ölçeğe göre sapan değer durumundaki bu gözlemler veri setinden çıkarılarak, analizler kullanılabilir durumda olan 628 anket üzerinden yapılmıştır.

Sapan analizinin ardından, beşinci ve son adımda, normal dağılım testlerinden *ShapiroWilk* ve *Kolmogorov Smirnov* testleri gerçekleştirilmiştir. Her iki testte de verinin normal dağılım gösterip göstermediği anlamlılık değeri ile anlaşılmaktadır (Akalin, 2015: 117). Yapılan testler sonucunda anlamlılık değeri $p = 0,001$ olduğundan verinin normal dağılım göstermediği kanaatine varılmıştır. Veri toplamada kullanılan Likert tipi sıralı ölçeğin de parametrik olmayan veri üretmesinden dolayı (Karamustafa ve Biçkes, 2003), parametrik olmayan testlerin kullanılmasına karar verilmeden önce normal dağılım testlerine ilişkin sonuçların örneklem büyüklüğünden etkilenmediği için çarpıklık ve basıklık değerlerinin incelenmesine gerek duyulmuştur. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 2 aralığında yer aldıkları tespit edilmiş ve

verinin normal dağılım gösterdiği kabul edilerek (George ve Mallery, 2010), bu çalışmada elde edilen verilere parametrik testlerin kullanılmasının daha sağlıklı sonuçlara ulaşmayı sağlayacağı varsayılmıştır (Tablo 5.1).

Tablo 5.1. Ölçeğin ShapiroWilk, Kolmogorov Smirnov Testleri Anlamlılık Düzeyi Sonuçları ve Çarpıklık - Basıklık Değerleri

Ölçekler	n	Çarpıklık	Basıklık	ShapiroWilk p (Anlamlılık Düzeyi)	Kolmogorov Smirnov p (Anlamlılık Düzeyi)
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	628	-,053	-,438	,001	,001
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	628	-,195	1,515		
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	628	-1,048	1,812		
Ölçeğin Tamamı	628	-,159	-,136		

Araştırma soruları ve hipotezlerin testinde parametrik testlerden bağımsız çift örneklem *t-testi*, varyans analizi (ANOVA) ve çok değişkenli analiz tekniklerinden açıklayıcı faktör analizi ile doğrulayıcı faktör analizlerinden faydalanılmıştır.

t-testi, bağımsız değişkenlere yüklenen değerlerin, bağımlı değişkendeki değişime bağlı olarak değişim gösterip göstermediğinin araştırılması için kullanılan bir hipotez testidir. Bu test bağımlı değişken sayısının en fazla iki olduğu durumlarda kullanılmaktadır. Varyans analizi olarak Türkçe diline çevrilen ANOVA ise, ikiden fazla bağımsız değişkenin aritmetik ortalama değerlerinin birbirinden farklı olup olmadığının araştırılması için kullanılmaktadır (Kozak, 2014: 152). Faktör analizi, birbirleriyle ilişkili çok sayıda değişkeni az sayıda, anlamlı ve birbirinden bağımsız faktörler haline getiren ve yaygın olarak kullanılan çok değişkenli istatistik tekniklerinden biridir (Kalaycı, 2010: 321). Önceki araştırmalara ait soru formlarının olduğu gibi kullanılması durumunda doğrulayıcı faktör analizi, araştırmacının kendisinin geliştirdiği soru formunda ise açıklayıcı faktör analizinin kullanılması önerilmektedir (Kozak, 2014: 150).

5.5. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik, bir ölçüm sürecinde, ölçüm işleminin tekrarlanabilirliği ya da tekrarlardaki tutarlılık olarak tanımlanmakta ve zamana göre değişmezlik ölçüsü olarak da nitelendirilmektedir (Alpar, 2012: 411). Altunışık vd., (2010: 122) güvenilirliğin, ölçekleri oluşturan maddelerin kendi içlerinde tutarlı olup olmadığını ölçmek için kullanıldığını da belirtmektedir. Güvenilirlik hesaplamada; *Cronbach's Alpha* yöntemi, ikiye bölme yöntemi, *Guttman* yöntemi, paralel yöntem ve kesin paralel yöntem gibi başlıca yöntemler kullanılmaktadır (Kalaycı, 2010: 405-406). Araştırmada kullanılan gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim ölçeğinin güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 5.2'de gösterilmektedir.

Tablo 5.2. Gastronomik Akımlara Yönelik Gıda Tüketim Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Kullanılan Yöntem	Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	Ölçeğin Tamamı
<i>Cronbach's Alpha</i> Yöntemi	,95	,79	,86	,86
İkiye Bölme Yöntemi a) İlk Yarı	,92	,75	,85	,94
İkiye Bölme Yöntemi b) İkinci Yarı	,92	,69	,82	,77
<i>Guttman</i> Yöntemi	Lambda 1: ,89 Lambda 2: ,95 Lambda 3: ,95 Lambda 4: ,86 Lambda 5: ,92 Lambda 6: ,96	Lambda 1: ,72 Lambda 2: ,80 Lambda 3: ,79 Lambda 4: ,63 Lambda 5: ,77 Lambda 6: ,82	Lambda 1: ,78 Lambda 2: ,87 Lambda 3: ,86 Lambda 4: ,57 Lambda 5: ,84 Lambda 6: ,89	Lambda 1: ,84 Lambda 2: ,90 Lambda 3: ,86 Lambda 4: ,70 Lambda 5: ,87 Lambda 6: ,87
Paralel Yöntem	,95 Yansız: ,95	,79 Yansız: ,79	,86 Yansız: ,86	,86 Yansız: ,86
Kesin Paralel Yöntem	,94 Yansız: ,94	,77 Yansız: ,78	,85 Yansız: ,85	,84 Yansız: ,84

Yapılan güvenilirlik analizleri sonucunda; *Cronbach's Alpha* yöntemine göre ölçeğin tamamına ve üç farklı boyutuna ilişkin *alfa* katsayıları 0,80 ve üzerinde olduğundan ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu tespit edilmiştir. İkiye bölme yönteminde; "füzyon mutfak yeme eğilimliliği" boyutu için *alfa* katsayıları 0,60 ile 0,80 arasında olduğundan oldukça güvenilir, "moleküler mutfak yeme eğilimliliği" ile "yerel mutfak yeme eğilimliliği" boyutları ve bir bütün olarak ölçeğin tamamı için *alfa* katsayıları 0,80 ve üzerinde olduğundan yüksek derecede güvenilir olduğunu söylemek mümkündür (Kalaycı, 2010: 405).

Güvenilirliği kovaryans ya da varyans yaklaşımı ile hesaplayan *Guttman* yönteminde gerçek güvenilirlik için alt sınırı veren 1'den 6'ya giden *Lambda* katsayıları hesaplanır (Kalaycı, 2010: 405). Ölçeğin tamamına ve üç farklı boyutuna ayrı ayrı uygulanan *Guttman* yöntemine göre *Lambda* katsayıları genellikle 0,70'den yüksek olduğu için ölçeğin güvenilir olduğunu söylemek mümkündür (Murphy ve Davidshoper, 1988). Ölçekteki tüm maddeler için eşit varyanslılığı ve karşılıklı tekrar soruları içinde eşit hata varyanslılığını varsayan paralel yöntemde en büyük benzerlik tahminleri yapılır ve tahminlerin veriye uygunluğu ki-kare ile test edilir (Kalaycı, 2010: 405). Ölçeğin tamamına ve üç farklı boyutuna ayrı ayrı uygulanan paralel yöntemde tahmin edilen ölçek güvenilirlik katsayıları ile yansız tahmin değerleri birbirine çok yakın olduğu için ölçeğin güvenilir olduğu söylenebilir. Son olarak, kesin paralel yöntemde; paralel yöntemde dikkat edilen eşit varyanslılığın yanı sıra sorular arasındaki ortalamaların da eşit olduğu varsayımı söz konusudur (Kalaycı, 2010: 406). Kesin paralel yöntemine göre de tahmin edilen ölçek güvenilirlik katsayıları ile yansız tahmin değerleri birbirine çok yakın olduğu için ölçeğin oldukça güvenilir olduğu söylemek mümkündür.

5.6. Geçerlilik Analizleri

Geçerlilik, bir ölçeğin ölçülmek istenen şeyi ölçme derecesidir (Altunışık vd., 2010: 121). Diğer bir anlatımla geçerlilik, bir ölçme aracının ölçmeyi amaçladığı özelliği, bir başka özelliklerle karıştırmadan doğru olarak ölçebilme derecesidir (Akalin, 2015: 152). Ölçeğin geçerliliği, güvenilirliğinden daha önce gelmektedir. Ölçme aracının güvenilir olması, geçerli de olacağı anlamına gelmemektedir. Çünkü geçerlilik daha çok doğrulukla, güvenilirlik ise daha çok tutarlılık ve sabitlikle yakından ilişkilidir. Ölçeğin geçerliliğini ortaya koymak adına kapsam (içerik) geçerliliği ve yapı geçerliliği olmak üzere iki çeşit geçerlilikten söz etmek mümkündür (Alpar, 2012: 413-432). Bu bağlamda, araştırmada Karamustafa vd. (2016) tarafından geliştirilen, daha önceden kapsam ve yapı geçerliliği sağlanmış olan gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim ölçeği kullanılmış ve araştırma kapsamında açıklayıcı faktör analizi ile doğrulayıcı faktör analizleri gerçekleştirilmiştir.

5.6.1. Açıklayıcı Faktör Analizi

Çalışmada öncelikle veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığını değerlendirmek amacıyla *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) örneklem yeterliliği testi ve *Bartlett* Küresellik testi yapılmıştır. KMO, gözlenen korelasyon katsayıları büyüklüğü ile kısmi korelasyon katsayılarının büyüklüğünü karşılaştıran bir indekstir. KMO katsayısı ve *Bartlett* Küresellik testlerinin anlamlı olması, verilerin faktör analizi yapmaya uygun olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2011).

Ölçeğin KMO katsayısı 0,90'dan büyük olduğu için (KMO = 0,92) örneklem yeterliliği "mükemmel" olarak değerlendirilebilir (Kalaycı, 2010: 322). Bir diğer uygunluk testi olan *Bartlett* Küresellik testi sonuçlarına göre ölçeğin ($p \leq 0,000$) anlamlılık derecesinde test değerinin 13082,213 olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda verinin faktör analizi yapmaya uygunluğuna ilişkin elde edilen sonuçların olumlu olması sebebiyle faktör analizine geçilmiştir. Toplam 39 maddeden oluşan ölçeğe uygulanan faktör analizi sonuçları Tablo 5.3'de gösterilmektedir.

Faktör analizinde; faktör yapısını belirlemek ve anlamlı yorumlanabilir faktörler elde etmek amacı ile temel bileşenler analizi seçilmiş, dikey döndürme tekniklerinden *Varimax* tekniği kullanılmış ve faktör yükü 0,45'in üstünde olan veri dikkate alınmıştır (Alpar, 2011: 269). Ayrıca bir faktörün en az üç maddeden oluşması ve karışık madde durumunda yük farkının en az 0,10 olması kararı verilmiştir.

Son olarak herhangi bir faktöre boyutlanmayan maddelerin de ölçekten çıkarılması fikri benimsenmiştir (Kalaycı, 2010: 321-322). Yapılan analiz sonucunda herhangi bir faktöre boyutlanmayan "farklı mutfak kültürlerine ait pişirme teknikleri bir araya getirilerek sıra dışı bir şekilde sunulan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker" ile "yol kenarındaki stantlardan yerel

gıdalar satın almak isterim" maddeleri ölçekten çıkarılmış ve toplam 37 maddelik ölçeğin son haline yeniden faktör analizi uygulanmıştır.

Tablo 5.3. Gastronomik Akımlara Yönelik Gıda Tüketim Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonucu

Faktörler / Maddeler	Faktör Yük Değerleri			Eş Kökenlik	Öz Değeri	Açıklanan Varyans	Ortalama	Alfa
	1	2	3					
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği								
Moleküler 5	,777			,649	11,590	31,323	2,14	,950
Moleküler 6	,772			,610			2,08	
Moleküler 2	,764			,592			2,02	
Moleküler 4	,737			,592			2,14	
Moleküler 7	,737			,640			2,18	
Moleküler 3	,731			,569			2,11	
Moleküler 1	,730			,544			1,96	
Moleküler 8	,665			,541			2,22	
Moleküler 9	,650			,558			2,29	
Moleküler 15	,635			,639			2,41	
Moleküler 14	,622			,603			2,38	
Moleküler 11	,622			,534			2,32	
Moleküler 12	,621			,580			2,39	
Moleküler 16	,616			,634			2,47	
Moleküler 13	,611			,564			2,40	
Moleküler 10	,585			,500			2,28	
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği								
Füzyon 5		,596		,367	3,561	9,624	3,38	,797
Füzyon 10		,565		,340			3,53	
Füzyon 4		,556		,341			3,36	
Füzyon 6		,550		,314			3,35	
Füzyon 9		,541		,311			3,51	
Füzyon 11		,519		,289			3,80	
Füzyon 7		,504		,260			3,39	
Füzyon 3		,472		,279			3,29	
Füzyon 1		,467		,259			3,13	
Füzyon 2		,454		,266			3,28	
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği								
Yerel 10			,737	,584	2,531	6,842	4,56	,860
Yerel 11			,723	,580			4,55	
Yerel 12			,697	,526			4,62	
Yerel 9			,692	,515			4,48	
Yerel 8			,651	,458			4,49	
Yerel 5			,572	,511			4,33	
Yerel 6			,567	,433			4,43	
Yerel 3			,505	,449			4,23	
Yerel 7			,501	,327			4,45	
Yerel 4			,494	,486			4,33	
Yerel 2			,493	,436			4,29	
Faktör Çıkarma Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi; Döndürme Yöntemi: Varimax Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: %92,600 Bartlett Küresellik Testi için Ki-Kare: 13082,213; sd: 666; p<0,000 Açıklanan Toplam Varyans: %47,789 Ölçeğin Tamamı İçin Güvenirlik Katsayısı: ,86 Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum								

Faktör analizinde maddeler üç boyutta toplanmıştır. Moleküler mutfak yeme eğilimlilik boyutu toplam 16 maddeden oluşmaktadır. Faktörün toplam varyansı açıklama oranı %31,323, öz değeri ise 11,590'dır. Füzyon mutfak yeme eğilimliliği boyutu toplam 10 maddeden

oluşmaktadır. Faktörün toplam varyansı açıklama oranı %9,624, öz değeri ise 3,561'dur. Yerel mutfak yeme eğilimliliği boyutu toplam 11 maddeden oluşmaktadır. Faktörün toplam varyansı açıklama oranı %6,842, öz değeri ise 2,531'dir. Bu veri ışığında, moleküler mutfak yeme eğilimlilik boyutunun çalışmanın ana faktörlerini içeren boyut olduğunu söylemek mümkündür. Tek faktörlü ölçeklerde açıklanan varyansın %30 ve daha fazla olması yeterli görülmekte, çok faktörlü ölçeklerde ise açıklanan varyansın daha yüksek olması beklenmektedir (Çokluk vd., 2010: 197). Ancak sosyal bilimlerde yapılan analizlerde %40 ile %60 arasında değişen varyans oranları yeterli kabul edilmektedir (Scherer, Luther, Wiebe ve Adams, 1988'den aktaran Tavşancıl, 2010: 48). Ölçeğin bütün olarak açıkladığı varyans oranının ise %47,789 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç %40 ile %60 aralığında olduğundan kabul edilebilir düzeydedir. Gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim ölçeğine yapılan açıklayıcı faktör analizi sonuçlarının, Karamustafa vd.'nin (2016) çalışmalarında olduğu gibi üç faktörlü yapıyı desteklediği görülmektedir. Açıklayıcı faktör analizi sonuçları ortalamalara göre değerlendirildiğinde Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin moleküler mutfak yeme eğilimlerinin düşük seviyede, füzyon mutfak yeme eğilimlerinin orta düzeyde ve yerel mutfak yeme eğilimlerinin yüksek düzeyde oldukları söylenebilir.

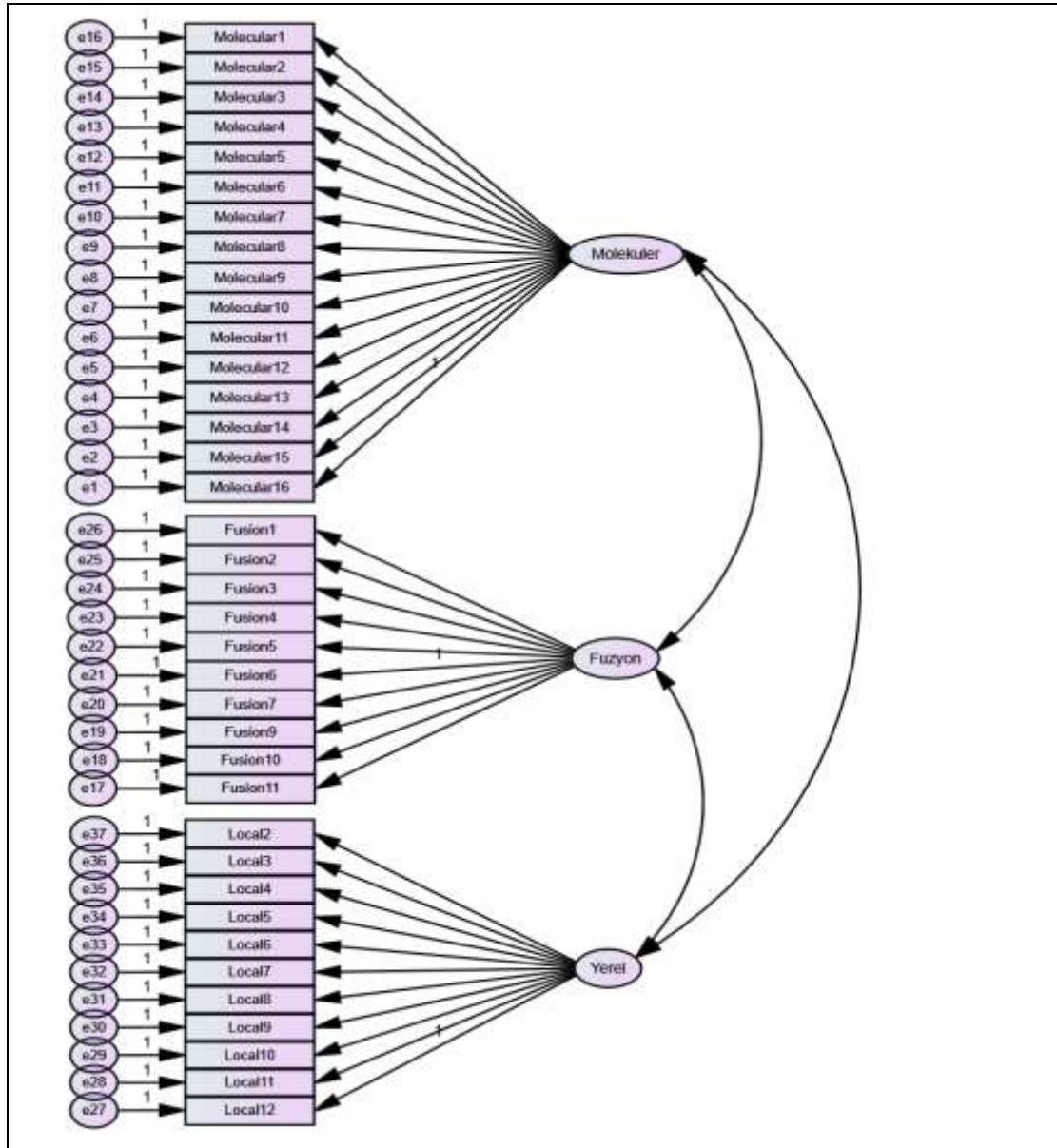
5.6.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Doğrulayıcı faktör analizi, açıklayıcı faktör analizi modelinin doğal bir uzantısı ve özellikle faktörler ve gözlenen ölçümler arasındaki ilişkilerin ölçüm modelleriyle ilgilenen yapısal eşitlik modellemesinin bir türü olarak nitelendirilmektedir (Çelik ve Yılmaz, 2013: 43). Özdamar (2016: 231), doğrulayıcı faktör analizini "açıklayıcı faktör analizinden elde edilen faktör yapılarını, kaynaklardan yararlanarak belirlenen faktör yapılarını, orjinal ölçeklerde önceden belirlenmiş genel kabul görmüş faktör yapılarını ya da öngörülen olarak ileri sürülen faktör yapılarını denetlemek amacıyla yararlanılan bir irdeleme ve test yöntemidir" şeklinde tanımlamaktadır. Çokluk vd. (2010: 275), daha önceden tanımlanmış ve sınırlandırılmış bir yapının, bir model olarak doğrulanıp doğrulanmadığının test edildiği bir analiz olarak tanımlanmaktadır.

Karamustafa vd.'nin (2016) çalışmasında ve bu çalışma kapsamında açıklayıcı faktör analizi ile değerlendirilen, Türkiye'yi ziyaret eden toplam 628 ziyaretçiye uygulanmış olan gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim ölçeği, bu aşamada doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulup modelin sınanması sağlanmıştır.

Doğrulayıcı faktör analizinde örtük değişkenden gözlenebilen değişkene çizilen ok, örtük değişkenin gözlenebilen değişkeni yordadığını ifade etmektedir (Akdağ, 2012: 79). Doğrulayıcı faktör analizi yapılırken, şekillerdeki tek yönlü okların her biri yol (*path*) olarak dikkate alınır ve analiz sonuçlarına göre her bir yol katsayısının anlamlı olup olmadığına

bakılmaktadır. Aslında bu oklar, her bir maddenin kendi örtük değişkeninin ne kadar iyi bir temsilcisi olduğuna ilişkin bilgi vermektedir. Ölçme modelindeki diğer bir önemli unsur da hata (*error*) unsurudur. Hata unsuru; her bir gözlenen değişkende örtük değişken tarafından açıklanamayan varyansı ifade etmektedir. İki yönlü (eğik) oklar ise örtük değişkenler arasındaki korelasyonu veya kovaryansı (birlikte değişimi) göstermektedir (Şimşek, 2007: 9).



Şekil 5.2. Gastronomik Akımlara Yönelik Gıda Tüketim Ölçeği Ölçüm Modeli

Doğrulayıcı faktör analizinde en önemli adım ölçüm modelinin belirlenmesidir. Model belirleme, hangi maddenin hangi örtük değişkene yüklenmesi gerektiği ile ilgilidir. Bu bağlamda, ölçüm modellerinde kaç adet madde kullanılması gerektiği ile ilgili kesin bir standart bulunmamakla birlikte tek bir faktör için en az üç ifadenin olması asgari bir şart olarak ileri sürülebilir. Eğer modelde iki yada daha fazla faktör varsa, faktör başına en az iki ifadenin olması

gerekmektedir (Çokluk vd., 2010:265-266). Şekil 5.2'de gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim ölçeği ölçüm modeli gösterilmektedir.

Modelin belirlenmesinin ardından ölçüm modeline ilişkin testler gerçekleştirilmektedir. Normallik varsayımının sağlandığı bu çalışmada parametre tahminlerini üretmek için en çok kullanılabilirlik yöntemi (*maximum likelihood*) kullanılmıştır. Bu yöntem sosyal bilimlerde sıklıkla kullanılan bir yöntem olduğu için tercih edilmiştir (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2005: 741). Öncelikle tahmin edilen parametrelerde, uygun olmayan tahminlerin (*offending estimates*) olup olmadığı incelenmiş ve negatif ya da anlamsız hata varyansları, 1'e çok yakın veya 1'in üstünde standart katsayılar gibi sıkıntılı tahminlere rastlanılmamış olup, değerlerin ",238 - ,461" aralığında olduğu tespit edilmiştir.

Doğrulamalı faktör analizinde değerlendirilmesi gereken bir unsur da faktör yükleridir. Standartlaştırılmış regresyon ağırlıkları olarak da adlandırılan faktör yüklerini 0,50 ya da daha yüksek düzeyde olması gerektiği ifade edilmektedir (Hair vd., 2005: 777). Bu çalışmada sınır olarak 0,60 ve üzeri faktör yükleri kabul edilebilir değer olarak belirlenmiş ve bu değer altında değere sahip olan maddeler doğrulamalı faktör analizi dışı bırakılmıştır (Tablo 5.4). Analiz dışı bırakılan 23 maddeden sonra doğrulamalı faktör analizi tekrarlanmış ve faktör yükü 0,60'ın altında hiçbir madde kalmamıştır.

Faktör yükleri incelenirken eş zamanlı olarak doğrulamalı faktör analizinde önemli bir yere sahip olan modifikasyon indeks (*modification indices*) değerleri de incelenmiştir. Modifikasyon indeksleri modelin daha iyi uyum sağlaması için yapılabilecek düzeltmelere ilişkin ipuçları vermektedir. Burada gösterilen ilişkilendirme ya da ilişkiyi silme işlemleri modelin daha iyi uyu sonuçları vermesini sağlar; ancak bu işlemlerin teoriye dayanması gerekmektedir (Meydan ve Şeşen, 2015: 75). Bu bakış açısı altında incelenen modifikasyon indeksleri sonucunda, moleküler mutfak yeme eğilimliliği boyutu altında yer alan "Moleküler1" ve "Moleküler2" değişkenlerinin hata terimleri (e16 ve e15) arasındaki yüksek modifikasyon indeks değeri (*M.I.*: 64,602) tespit edilmiştir. Bir başka ifadeyle, iki değişken arasında yüksek düzeyde korelasyon olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Nitekim söz konusu hata terimleri arasında kovaryans sağlanmış ve model tekrar tahmin edilmiştir. Modelin tekrar tahmin edilmesinin ardından "Moleküler3" ve "Moleküler4" değişkenlerinin de hata terimleri (e14 ve e13) arasında yüksek modifikasyon indeks değeri (*M.I.*: 31,142) tespit edilmiş, daha sonra bu iki değişken arasında da kovaryans sağlanmıştır. Gerek faktör yükleri düşük olan maddelerin analiz dışı bırakılması gerekse modifikasyon indeksleri dikkate alınarak hata terimleri arasında kovaryansların sağlanmasının ardından modelin uyum iyiliği değerleri ayrı ayrı incelenmiş ve her iki düzenlemenin olumlu değişimler sağladığı gözlemlenmiştir.

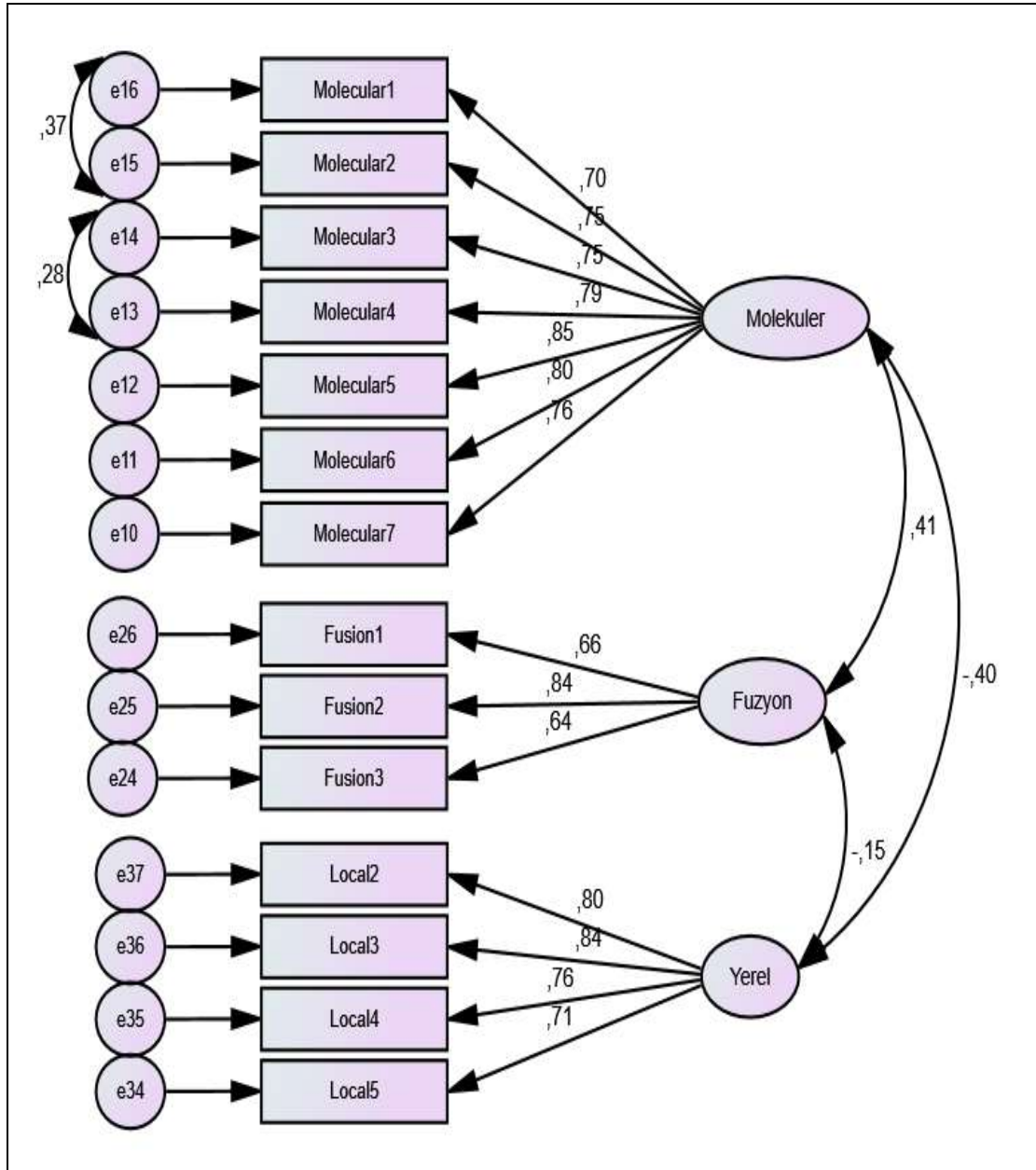
Tablo 5.4. Doğrulayıcı Faktör Analizi Dışı Bırakılan Ölçek Maddeleri

Boyut Adı	Ölçek Maddeleri
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	8.Kıvamını ayarlamak amacıyla katkı maddeleri ile hazırlanan yiyecek ve içecekleri tüketirim.
	9.Sıra dışı yiyecek ve içecekleri tatmak için fazla para harcamaya razıyım.
	10.Sıra dışı yiyecek ve içecekleri tatmak için bir yıl sonrası bile olsa rezervasyon yaptırmaya razı olurum.
	11.Sıra dışı yemekleri tatmak için beş-altı saat veya daha fazla zaman ayırabilirim.
	12.Yemek yediğim restoranda her müşteri için ayrı bir aşçının hizmet vermesi beni etkiler.
	13.Günde sadece bir defa hizmet veren restoranlardan hizmet almak hoşuma gider.
	14.Yiyecek ve içeceklerin müşteri gözü önünde hazırlanması beni çok etkiler.
	15.Yiyecek ve içeceği hazırlayan personelin hazırlamış olduğu yiyecek ve içecekler hakkında bilgi vermesi hoşuma gider.
16.Çok küçük porsiyonlarda hazırlanmış olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	4.Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilerek sıra dışı bir şekilde sunulan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.
	5.Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı tatlara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.
	6.Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı kokulara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.
	7.Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan özgün yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.
	9.Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı tatlara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.
	10.Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı kokulara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.
	11.Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan özgün yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	6.Yiyecek ve içecek ile ilgili festivallerde yerel yiyecek ve içecekleri denemeyi tercih ederim.
	7.Eve götürmek için yerel gıdalardan satın almak isterim.
	8.Eve götürmek için yerel yiyecek ve içecek tariflerini içeren kitapları satın almak isterim.
	9.Eve götürmek için yerel mutfak araç ve gereçlerini satın almak isterim.
	10.Yerel içecekleri tüketmeyi tercih ederim.
	11.Yerel yiyecek ve içeceklerin satıldığı pazarları ziyaret etmeyi isterim.
12.Yerel eğlence mekânlarına gitmeyi tercih ederim.	

Uyum iyiliği ölçütleri, modelin bir bütün olarak veri tarafından kabul edilebilir bir düzeyde desteklenip desteklenmediğine ilişkin yargıya ulaşmamıza olanak sağlayan değerler olarak belirtilmektedir (Akdağ, 2012: 82). Doğrulayıcı faktör analizi kapsamında model uyumunun testi için kullanılan çok sayıda uyum indeksi bulunmaktadır (Hair, Anderson, Tatham ve Black, 1998). Sıklıkla kullanılan uyum indeksleri; (a) ki-kare değerinin serbestlik derecesine bölümü (CMIN/DF), (b) tahmin hatalarının ortalamasının karekökü (*Root Mean Square Error of Approximation* - RMSEA), (c) iyilik uyum indeksi (*Goodness of Fit Index* - GFI), (d) düzeltilmiş iyilik uyum indeksi (*Adjustment Goodness of Fit Index*, AGFI), (e) standartlaştırılmış hata kareleri ortalamasının karekökü (*Standardized Root Mean Square Residual*, SRMR), (f) karşılaştırmalı uyum indeksi (*Comparative Fit Index*, CFI), (g) artırmalı uyum indeksi (*Incremental Fit Index*, IFI), (h) normleştirilmiş uyum indeksi (*Normed Fit Index*, NFI) ve (i) normleştirilmemiş uyum indeksi (*Tucker Lewis Index* - NNFI-TLI)'dir.

Ki-kare değerinin serbestlik derecesine bölümü (CMIN/DF), ki-kare değerinin örneklem büyüklüğüne duyarlılığı sebebiyle tek başına kullanılması uygun olmadığından genellikle bu değer serbestlik derecesine bölümü dikkate alınmaktadır. Ayrıca beş ya da daha altında

değerlere sahip olması kabul edilebilir bir uyum iyiliğine sahip olduğu şeklinde yorumlanmaktadır (Şimşek, 2007: 13-14).



Şekil 5.3. Gastronomik Akımlara Yönelik Gıda Tüketim Ölçeğinin Faktör Yapısı

Tahmin hatalarının ortalamasının karekökü (RMSEA), örnekleme maddeler arasındaki kovaryans ile modelde önerilen parametreler arasındaki farkın, diğer bir ifadeyle hatanın derecesi temelinde geliştirilmiş ve örneklem ile serbestlik derecesinin küçük olduğu durumlarda yanıltıcı sonuçlar verebilen bir uyum indeksi olarak belirtilmektedir (Akdağ, 2012: 83). İyilik uyum indeksi (GFI) ve düzeltilmiş iyilik uyum indeksi (AGFI) ki-kareye alternatif olarak model uyumunun örneklem büyüklüğünden bağımsız şekilde değerlendirilebilmesi adına geliştirilmiş uyum indeksleridir (Çokluk vd., 2010: 269). Standartlaştırılmış hata kareleri

ortalamasının karekökü (SRMR), gözlenen kovaryans ile tahmin edilen kovaryans arasındaki standardize edilmiş fark olarak açıklanmaktadır (Bayram, 2010: 72).

Karşılaştırmalı uyum indeksi (CFI), NFI ve NNFI değerleri arasında bir tahminde bulunan ve örneklemin küçük olduğu durumlarda da iyi sonuçlar verebilen bir uyum iyiliği indeksidir (Çokluk vd., 2010: 270). Artırmalı uyum indeksi (IFI), NNFI'ndaki geniş değişkenliğin yarattığı problemlere çözüm bulabilmek amacıyla ortaya konan ve hesaplanmasında serbestlik derecesinin hesaba katılmadığı bir uyum iyiliği indeksidir (Meydan ve Şeşen, 2015: 33). Normlaştırılmış uyum indeksi (NFI), ki-kare dağılımının gerektirdiği varsayımlara uyma zorunluluğu olmaksızın karşılaştırma yapan bir indeks, normlaştırılmamış uyum indeksi (NNFI - TLI) ise, NNF indeksinin serbestlik derecesini dikkate alarak yeniden hesaplanmasıyla ortaya konan ve küçük örneklerde iyi sonuçlar vermeyen bir uyum iyiliği indeksi olarak tanımlanmaktadır (Çokluk vd., 2010: 270).

Doğrulamalı faktör analizi sonucunda elde edilen faktör yapısı dikkate alınarak elde edilen standartlaştırılmış regresyon değerleri ile faktörler arası korelasyon katsayıları Şekil 5.3'de gösterilmektedir.

Tablo 5.5. Uyum İyiliği Ölçütleri ve Hesaplanan Uyum İyiliği Değerleri

Uyum İndeksleri	Mükemmel Uyum İndeksleri	Kabul Edilebilir Uyum İndeksleri	Başlangıçta Hesaplanan Değerler	Düzeltilmeler Sonrası Hesaplanan Değerler	Yorum
CMIN/DF	$0 \leq \chi^2/sd \leq 2$	$2 \leq \chi^2/sd \leq 3$	6,586	2,576	Kabul edilebilir uyum
RMSEA	$.00 \leq RMSEA \leq .05$	$.05 \leq RMSEA \leq .08$,09	,05	Mükemmel uyum
GFI	$.95 \leq GFI \leq 1.00$	$.90 \leq GFI \leq .95$,67	,96	Mükemmel uyum
AGFI	$.90 \leq AGFI \leq 1.00$	$.85 \leq AGFI \leq .90$,63	,94	Mükemmel uyum
SRMR	$.00 \leq SRMR \leq .05$	$.05 \leq SRMR \leq .10$,07	,03	Mükemmel uyum
CFI	$.95 \leq CFI \leq 1.00$	$.90 \leq CFI \leq .95$,72	,97	Mükemmel uyum
IFI	$.95 \leq IFI \leq 1.00$	$.90 \leq IFI \leq .95$,72	,97	Mükemmel uyum
NFI	$.95 \leq NFI \leq 1.00$	$.90 \leq NFI \leq .95$,69	,96	Mükemmel uyum
NNFI	$.95 \leq NNFI \leq 1.00$	$.90 \leq NNFI \leq .95$,70	,96	Mükemmel uyum

Kaynak: İlhan, M., ve Çetin, B. (2014). LISREL ve AMOS programları kullanılarak gerçekleştirilen yapısal eşitlik modeli (YEM) analizlerine ilişkin sonuçların karşılaştırılması. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 5(2), 26-42.

Doğrulamalı faktör analizi sonucu elde edilen uyum iyiliği indeksleri incelendiğinde, araştırma kapsamında toplanan verinin önerilen modele uygun olduğu tespit edilmiştir (Tablo 5.5). Bu bağlamda ölçek maddelerinin boyutlar tarafından doğru açıklandığı ve ölçeğin yapı geçerliliğinin sağlandığı yorumunu yapmak mümkündür.

6. BULGULAR

Bu bölümde, araştırmaya katılan ziyaretçilerin demografik özellikleri, seyahat özellikleri, Türkiye'deki yeme içme deneyimleri, Türkiye'deki genel seyahat memnuniyet düzeylerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler ile gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerine ilişkin toplanan verinin merkezi eğilim ölçütleri ve hipotez testlerine yer verilmektedir.

6.1. Örneklem Grubuna İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmaya katılan ziyaretçilere; demografik özellikleri, seyahat özellikleri, Türkiye'deki yeme içme deneyimleri ve Türkiye'deki genel seyahat memnuniyet düzeylerine ilişkin sorular sorulmuştur. Katılımcıların bu sorulara vermiş oldukları yanıtlar incelenerek örneklem grubuna ilişkin tanımlayıcı istatistikler ortaya konulmuştur.

6.1.1. Örneklem Grubunun Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 6.1'de gösterilmektedir. Araştırmaya katılan 628 ziyaretçinin 285'i (%45,4) kadınlardan, 343'ü (%54,4) erkeklerden oluşmaktadır. Ziyaretçilerin 146'sı (%23,2) 18-29 yaş aralığında, 151'i (%24) 30-39 yaş aralığında, 114'ü (%18,2) 40-49 yaş aralığında, 121'i (%19,3) 50-59 yaş aralığında ve 96'sı (%15,3) 60 yaş ve üzerindedir. Bu anlamda araştırmaya katılan ziyaretçilerin cinsiyet ve yaş dağılımlarının birbirlerine yakın olduğu söylenebilir. Ziyaretçilerin 264'ü (%42) evli, 164'ü (%26) bekâr, 87'si (%13,9) boşanmış, 46'sı (%7,3) dul, 46'sı (%7,3) birlikte yaşayan ve 21'i (%3,3) nişanlı kişilerden oluşmaktadır. Ayrıca ziyaretçilerin 369'unun (%58,8) çocuğu varken, 259'unun (%41,2) çocuğu yoktur. Çocuğu olan ziyaretçilerin 86'sının (%13,7) bir çocuğu, 161'inin (%25,6) iki çocuğu ve 122'sinin (%19,4) üç ve daha fazla çocuğu vardır. Bu anlamda katılımcıların ağırlıklı olarak evli ve çocuklu kişilerden oluştuğu söylenebilir. Ziyaretçilerin mensubu oldukları dinler incelendiğinde; 191'inin (%30,4) Müslüman, 312'sinin (%49,7) Hristiyan ve 125'inin (%19,9) Musevi, Budizm, Şintoizm, Hinduizm dinlerine mensup ya da hiçbir dine mensup olmayan kişilerden oluştuğu görülmektedir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin 5'i (%0,8) ilkokul mezunu, 40'ı (%6,4) ortaokul mezunu, 357'si (%56,8) lise mezunu, 177'si (%28,2) üniversite mezunu ve 49'u lisansüstü eğitim düzeyinde olan kişilerdir. Ziyaretçilerin 258'i (%41,1) ücretli çalışan, 100'ü (%15,9) işveren, 67'si (%10,7) öğrenci/işsiz, 101'i (%16,1) emekli ve 102'si (%16,2) ev hanımıdır.

Tablo 6.1. Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Demografik Özellikleri (n:628)

Değişken	Frekans (n)	Yüzde (%)	Değişken	Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet			Milliyet (79 Farklı Milliyetten İlk 5)		
Kadın	285	45,4	İngiliz	41	6,5
Erkek	343	54,6	Hindistanlı	31	4,9
<i>Toplam</i>	628	100	Alman	29	4,6
Yaş			Amerikalı	23	3,7
18-29 Yaş Arası	146	23,2	Rus	23	3,7
30-39 Yaş Arası	151	24	Diğer	481	76,6
40-49 Yaş Arası	114	18,2	<i>Toplam</i>	628	100
50-59 Yaş Arası	121	19,3	Milliyetlerin Bölgelere Dağılımı (Birleşmiş Mil.)		
60 Yaş ve Üzeri	96	15,3	Kuzey Amerika	51	8,1
<i>Toplam</i>	628	100	Güney Amerika	68	10,8
Medeni Durum			Amerika Toplam	119	18,9
Evli	264	42	Doğu Avrupa	46	7,3
Bekâr	164	26	Batı Avrupa	44	7
Boşanmış	87	13,9	Kuzey Avrupa	44	7
Dul	46	7,3	Güney Avrupa	49	7,8
Birlikte Yaşıyor	46	7,3	Avrupa Toplam	183	29,1
Nişanlı	21	3,3	Orta ve Doğu Asya	62	9,9
<i>Toplam</i>	628	100	Güney Asya	41	6,5
Din			Güneydoğu Asya / Okyanusya	31	4,9
Müslüman	191	30,4	Batı Asya	93	14,8
Hristiyan	312	49,7	Asya Toplam	227	36,1
Diğer	125	19,9	Orta ve Doğu Afrika	31	4,9
<i>Toplam</i>	628	100	Kuzey Afrika	30	4,8
Çocuk Sahibi Olma Durumu			Batı ve Güney Afrika	38	6,1
Evet	369	58,8	Afrika Toplam	99	15,8
Hayır	259	41,2	<i>Genel Toplam</i>	628	100
<i>Toplam</i>	628	100	Yaşanan Ülke (80 Farklı Ülkeden İlk 5)		
Çocuk Sayısı			İngiltere	41	6,5
Çocuğum Yok	259	41,2	Hindistan	30	4,8
1 Çocuk	86	13,7	Almanya	29	4,6
2 Çocuk	161	25,6	Amerika	24	3,8
3 ve Daha Fazla Çocuk	122	19,4	Çin	22	3,5
<i>Toplam</i>	628	100	Diğer	482	76,8
Eğitim Durumu			<i>Toplam</i>	628	100
İlkokul	5	0,8	Yaşanan Ülkelerin Bölgelere Dağılımı (Birleşmiş Mil.)		
Ortaokul	40	6,4	Kuzey Amerika	52	8,3
Lise	357	56,8	Güney Amerika	67	10,7
Üniversite	177	28,2	Amerika Toplam	119	18,9
Lisansüstü	49	7,8	Doğu Avrupa	44	7
<i>Toplam</i>	628	100	Batı Avrupa	43	6,8
Çalışma Durumu			Kuzey Avrupa	44	7
Ücretli Çalışan	258	41,1	Güney Avrupa	50	8
İşveren	100	15,9	Avrupa Toplam	181	28,8
Öğrenci / İşsiz	67	10,7	Orta ve Doğu Asya	64	10,2
Emekli	101	16,1	Güney Asya	41	6,5
Ev Hanımı	102	16,2	Güneydoğu Asya / Okyanusya	30	4,8
<i>Toplam</i>	628	100	Batı Asya	93	14,8
Gelir Düzeyi			Asya Toplam	228	36,3
Çok Düşük	31	4,9	Orta ve Doğu Afrika	33	5,3
Düşük	182	29	Kuzey Afrika	32	5,1
Orta	215	34,2	Batı ve Güney Afrika	35	5,6
Yüksek	183	29,1	Afrika Toplam	100	16
Çok Yüksek	17	2,7	<i>Genel Toplam</i>	628	100
<i>Toplam</i>	628	100			

Ziyaretçilerin 31'i (%4,9) çok düşük, 182'si (%29) düşük, 215'i (%34,2) orta, 183'ü (%29,1) yüksek ve 17'si (%2,7) çok yüksek gelire sahiptir. Bu anlamda katılımcıların ağırlıklı olarak lise mezunu ve çeşitli gelir seviyelerinde, ücretli çalışan kişilerden oluştuğu söylenebilir.

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin milliyetleri incelendiğinde; sırasıyla 41 (%6,5) İngiliz, 31 (%4,9) Hindistanlı, 29 (%4,6) Alman, 23 (%3,7) Amerikalı ve 23 (%3,7) Rus olduğu ve toplamda 79 farklı milliyetten 628 ziyaretçinin örneklem grubunda yer aldığı görülmektedir. Ayrıca bu kişilerin bölgelere göre dağılımı incelendiğinde; 51'i (%8,1) Kuzey Amerikalı, 68'i (%10,8) Güney Amerikalı, 46'sı (%7,3) Doğu Avrupalı, 44'ü (%7) Batı Avrupalı, 44'ü (%7) Kuzey Avrupalı, 49'u (%7,8) Güney Avrupalı, 62'si (%9,9) Orta ve Doğu Asyalı, 41'i (%6,5) Güney Asyalı, 31'i (%4,9) Güneydoğu Asya / Okyanusyalı, 93'ü (%14,8) Batı Asyalı, 31'i (%4,9) Orta ve Doğu Afrikalı, 30'u (%4,8) Kuzey Afrikalı, 38'i (%6,1) Batı ve Güney Afrikalı olduğu görülmektedir. Bu anlamda katılımcıların milliyetlerinin dünya geneline yaygın bir perspektifte oldukları söylenebilir.

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin yaşadıkları ülkeler incelendiğinde; sırasıyla 41 (%6,5) İngiltere, 30 (%4,8) Hindistan, 29 (%4,6) Alman, 24 (%3,8) Amerika ve 22 (%3,5) Çin olduğu ve toplamda 80 farklı ülkeden 628 ziyaretçinin örneklem grubunda yer aldığı görülmektedir. Ayrıca bu kişilerin bölgelere göre dağılımı incelendiğinde; 52'si (%8,3) Kuzey Amerikalı, 67'si (%10,7) Güney Amerikalı, 44'ü (%7) Doğu Avrupalı, 43'ü (%6,8) Batı Avrupalı, 44'ü (%7) Kuzey Avrupalı, 50'si (%8) Güney Avrupalı, 64'ü (%10,2) Orta ve Doğu Asyalı, 41'i (%6,5) Güney Asyalı, 30'u (%4,8) Güneydoğu Asya / Okyanusyalı, 93'ü (%14,8) Batı Asyalı, 33'ü (%5,3) Orta ve Doğu Afrikalı, 32'si (%5,1) Kuzey Afrikalı, 35'i (%5,6) Batı ve Güney Afrikalı olduğu görülmektedir. Bu anlamda katılımcıların yaşadıkları ülkelerin de tıpkı memleketlerinde olduğu gibi dünya geneline yaygın bir perspektifte oldukları söylenebilir.

6.1.2. Örneklem Grubunun Seyahat Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin seyahat özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 6.2'de gösterilmektedir. Ziyaretçilerin 168'i (%26,8) kendi başına, 147'si (%23,4) ailesiyle, 171'i (%27,2) arkadaşlarıyla ve 142'si (%22,6) tur grubu ile seyahat eden kişilerden oluşmaktadır. Ayrıca bu ziyaretçilerin 388'i (%61,8) daha önceden Türkiye'ye gelmiş, 240'ı (%38,2) Türkiye'ye daha önce gelmemiştir. Bu anlamda katılımcıların birlikte seyahat etme durumlarının dengeli bir dağılım gösterdiği söylenebilir.

Ziyaretçilerin 141'inin (%22,5) tur operatörü /seyahat arcentası, 118'inin (%18,8) medya (TV, gazete ve dergi), 205'inin (%32,6) internet, 139'unun (%22,1) akraba ve arkadaş tavsiyesi, 7'sinin (%1,1) Türk turizm ofisi ve 18'inin (%2,9) turizm fuarları ve sergileri aracılığı ile Türkiye hakkında bilgi edinmişlerdir. Bu hususta katılımcıların Türkiye hakkında bilgi edinmek üzere en çok interneti kullandıkları söylenebilir. Ziyaretçilerin Türkiye'yi ziyaret etme

amaçları incelendiğinde; 197'sinin (%31,4) gezi ve eğlence, 220'sinin (%35) kültürel aktivitelere katılma amaçlı ve 211'inin (%33,6) akraba ve arkadaş ziyareti, iş, alışveriş, eğitim, sağlık, spor, din, sığınma ve kaçış amaçlı olduğu görülmektedir. Bu anlamda ziyaretçilerin ağırlıklı olarak gezmek, eğlenmek ve kültürel aktivitelere katılmak amacıyla Türkiye'yi ziyaret ettikleri söylenebilir.

Tablo 6.2. Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Seyahat Özellikleri (n:628)

Değişken	Frekans (n)	Yüzde (%)	Değişken	Frekans (n)	Yüzde (%)
Birlikte Seyahat Etme Durumu			Toplam Seyahat Süresi		
Kendi başıma seyahat ederim.	168	26,8	5 gün ve daha az	128	20,4
Ailemle seyahat ederim.	147	23,4	6 gün	85	13,5
Arkadaşlarımla seyahat ederim.	171	27,2	7 gün	151	24
Tur grubu ile seyahat ederim.	142	22,6	8 gün	92	14,6
<i>Toplam</i>	628	100	9-10 gün	87	13,9
Türkiye'yi Daha Önce Ziyaret Etme Durumu			11 gün ve daha fazlası		
Evet	388	61,8	<i>Toplam</i>	628	100
Hayır	240	38,2	Seyahatin Organize Etme Şekli		
<i>Toplam</i>	628	100	Bireysel	396	63,1
Türkiye Hakkında Bilgi Kaynağı			Paket Tur	232	36,9
Tur Operatörü/Seyahat Acentası	141	22,5	<i>Toplam</i>	628	100
Medya (TV, Gazete ve Dergi)	118	18,8	Seyahat İçin Toplam Harcama (ABD Doları)		
İnternet	205	32,6	Belirtmek istemiyorum.	3	0,5
Akraba ve Arkadaş Tavsiyesi	139	22,1	500-1500 arası	33	5,3
Türk Turizm Ofisi	7	1,1	1501-3000 arası	184	29,3
Turizm Fuarları ve Sergileri	18	2,9	3001-4500 arası	98	15,6
<i>Toplam</i>	628	100	4501-6000 arası	62	9,9
Türkiye'yi Ziyaret Etme Amacı			6001-7500 arası	33	5,3
Gezi ve Eğlence	197	31,4	7501-9000 arası	55	8,8
Kültürel Aktiviteler	220	35	9001-10500 arası	44	7
Diğer	211	33,6	10501-12000 arası	26	4,1
<i>Toplam</i>	628	100	12001 ve üzeri	90	14,3
Türkiye Ziyaretindeki Ana Destinasyon			<i>Toplam</i>	628	100
Kapadokya	82	13,1	Yiyecek İçecek Harcamalarının Toplam Seyahat Harcamaları İçerisindeki Yüzdesi		
İstanbul	196	31,2	Belirtmek istemiyorum.	3	0,5
İzmir	66	10,5	%20 ve altı	191	30,4
Pamukkale	48	7,6	%21 ve %25 arası	175	27,9
Antalya	88	14	%26 ve %30 arası	190	30,3
Muğla	76	12,1	%31 ve üstü	69	11
Diğer	72	11,5	<i>Toplam</i>	628	100
<i>Toplam</i>	628	100			

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin 82'si (%13,1) Kapadokya, 196'sı (%31,2) İstanbul, 66'sı (%10,5) İzmir, 48'i (%7,6) Pamukkale, 88'i (%14) Antalya, 76'sı (%12,1) Muğla ve 72'si (%11,5) Türkiye'deki diğer destinasyonları ziyaret etmişlerdir. Ziyaretçilerin 128'i (%20,4) beş gün ve daha az, 85'i (%13,5) altı gün, 151'i (%24) yedi gün, 92'si (%14,6) sekiz gün, 87'si (%13,9) dokuz - 10 gün, 85'i (%13,5) 11 gün ve daha fazla süreyle seyahat etmişlerdir. Bu anlamda ziyaretçilerin genellikle İstanbul, Antalya, Kapadokya ve Muğla destinasyonlarını ziyaret ettikleri ve seyahatlerini yaklaşık yedi gün süreyle sınırlandırdıkları söylenebilir.

Ziyaretçilerin 396'sı (%63,1) bireysel ve 232'si (%36,9) paket tur ile Türkiye'ye gelmiştir. Ziyaretçilerin Türkiye seyahati için yapmış oldukları harcamalar incelendiğinde;

184'ü (%29,3) 1501-3000 ABD Doları arası harcama yapmıştır. Ziyaretçilerin yiyecek içecekler için yapmış oldukları harcamaların toplam harcamalar içerisindeki yüzdesi incelendiğinde; 191'inin (%30,4) %20 ve altı, 175'inin (%27,9) %21 ve %25 arası, 190'ının (%30,3) %26 ve %30 arası ve 69'unun (%11) %31 ve üstünde orana sahip olduğu görülmektedir. Üç ziyaretçi ise harcama tutarları ve yüzdeleri hakkında görüş bildirmek istememiştir. Bu anlamda ziyaretçilerin Dünya Turizm Örgütü'nün (2016), istatistiklerine göre kişi başı harcama tutarı olarak belirtilen 1062 ABD Dolarından çok daha fazla miktarda harcama yaptıkları söylenebilir.

6.1.3. Örneklem Grubunun Türkiye'deki Yeme-İçme Deneyimlerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin Türkiye'deki yeme-içme deneyimlerine ilişkin bulgular Tablo 6.3'de gösterilmektedir. Ziyaretçilerin 135'i (%21,5) konaklama yapılan otelin restoranında, 213'ü (%33,9) otel dışında restoranda, 81'i (%12,9) otelde kendisi hazırlayarak, 86'sı (%13,7) arkadaşının evinde ve 113'ü (%18) yol kenarındaki stantlardan yemek yemeyi tercih etmektedir.

Tablo 6.3. Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Türkiye'deki Yeme-İçme Deneyimleri (n:628)

Değişken	Frekans (n)	Yüzde (%)
Yemek Yenilen Mekan		
Konaklanan otelin restoranında	135	21,5
Konaklanan otel dışında restoranda	213	33,9
Konaklanan otelde kendim hazırlayarak	81	12,9
Arkadaşımın evinde	86	13,7
Yol kenarındaki stantlardan	113	18
<i>Toplam</i>	628	100
Yemek Yenilen Restoran Türü		
Etnik Restoran	134	21,3
Hızlı Yemek Restoranı	115	18,3
Hızlı Klasik Restoran	111	17,7
Klasik Restoran	136	21,7
Lüks Restoran	132	21
<i>Toplam</i>	628	100
Tercih Edilen Mutfak Türü		
Yerel Mutfak	206	32,8
Füzyon Mutfak	141	22,5
Moleküler Mutfak	77	12,3
Dünya Mutfakları	106	16,9
Hızlı Yemek Mutfağı	98	15,6
<i>Toplam</i>	628	100

Ziyaretçilerin genellikle yemek yedikleri restoran türü incelendiğinde; 134'ü (%21,3) etnik restoran, 115'i (%18,3) hızlı yemek restoranı, 111'i (%17,7) hızlı klasik restoran, 136'sı (%21,7) klasik restoran ve 132'si (%21) lüks restoranlarda yemek yemeği tercih etmektedir. Ayrıca ziyaretçilerin 206'sı (%32,8) yerel mutfak, 141'i (%22,5) füzyon mutfak, 77'si (%12,3) moleküler mutfak, 106'sı (%16,9) dünya mutfakları ve 98'i (15,6) hızlı yemek mutfağını tercih

etmektedir. Bu anlamda ziyaretçilerin çeşitli restoranlarda çok çeşitli mutfak türleri deneyimledikleri söylenebilir.

6.1.4. Örneklem Grubunun Türkiye'deki Genel Seyahat Memnuniyet Düzeylerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin Türkiye'deki genel seyahat memnuniyet düzeylerine ilişkin bulgular Tablo 6.4'de gösterilmektedir. Ziyaretçilerin "bir turist destinasyonu olarak Türkiye'ye olan ziyaretimden genel olarak memnunum" ifadesine katılma düzeyleri incelendiğinde; 14'ünün (%2,2) kesinlikle katılmadığı, 59'unun (%9,4) katılmadığı, 80'inin (%12,7) kısmen katılıp kısmen katılmadığı, 295'inin (%47) katıldığı ve 180'inin (%28,7) kesinlikle katıldığı görülmektedir. Bu anlamda ziyaretçilerin Türkiye'deki seyahatlerinden genel olarak memnun ayrıldıkları söylenebilir. Ziyaretçilerin "Türkiye'yi bir gastronomik turist destinasyonu olarak başkalarına tavsiye ederim" ifadesine katılma düzeyleri incelendiğinde; 6'sının (%1) kesinlikle katılmadığı, 49'unun (%7,8) katılmadığı, 78'inin (%12,4) kısmen katılıp kısmen katılmadığı, 232'sinin (%36,9) katıldığı ve 263'ünün (%41,9) kesinlikle katıldığı görülmektedir. Bu anlamda ziyaretçilerin Türkiye'yi bir gastronomik turist destinasyonu olarak başkalarına tavsiye edebilecekleri söylenebilir.

Tablo 6.4. Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Türkiye'deki Genel Seyahat Memnuniyet Düzeyleri (n:628)

Değişken	Frekans (n)	Yüzde (%)	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Bir turist destinasyonu olarak Türkiye'ye olan ziyaretimden genel olarak memnunum.				
Kesinlikle katılmıyorum	14	2,2	3,90	,991
Katılmıyorum	59	9,4		
Kısmen katılıyorum kısmen katılmıyorum	80	12,7		
Katılıyorum	295	47		
Kesinlikle katılıyorum	180	28,7		
<i>Toplam</i>	628	100		
Türkiye'yi bir gastronomik turist destinasyonu olarak başkalarına tavsiye ederim.				
Kesinlikle katılmıyorum	6	1	4,11	,965
Katılmıyorum	49	7,8		
Kısmen katılıyorum kısmen katılmıyorum	78	12,4		
Katılıyorum	232	36,9		
Kesinlikle katılıyorum	263	41,9		
<i>Toplam</i>	628	100		

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

6.2. Verinin Merkezi Eğilim Ölçütleri

Araştırmaya katılan ziyaretçilerden toplanmış olan verinin birtakım merkezi eğilim ölçütleri (aritmetik ortalama, standart sapma, çarpıklık ve basıklık değerleri) Tablo 6.5'de yer almaktadır.

Tablo 6.5. Verinin Merkezi Eğilim Ölçütleri

Ölçek Maddeleri		Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık	Basıklık	Ortalama Sırası	
MOLEKÜLER MUTFAK YEME EĞİLİMLİLİĞİ	1	Yoğun aromalara sahip yiyecek ve içeceklerden hoşlanırım.	1,96	,839	,700	,442	16
	2	Alışılmamış ısıda servis edilen yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	2,02	,853	,320	-,742	15
	3	Sıcak jöleler ile hazırlanan yiyecek ve içecekleri tatmak isterim.	2,11	,844	,336	-,248	13
	4	Köpük tekniği ile hazırlanan yiyecek ve içecekleri tatmak farklı bir deneyimdir.	2,14	,877	,256	-,627	12
	5	Yiyecek ve içeceklerin farklı pişirme yöntemleriyle hazırlanması ilgimi çeker.	2,14	,893	,278	-,536	11
	6	Farklı dokuya sahip olan yiyecek ve içecekleri denemeyi tercih ederim.	2,08	,956	,393	-,870	14
	7	Kokusu farklı olan yiyecek ve içeceklerden hoşlanırım.	2,18	,914	,321	-,518	10
	8	Kıvamını ayarlamak amacıyla katkı maddeleri ile hazırlanan yiyecek ve içecekleri tüketirim.	2,22	,905	,321	-,501	9
	9	Sıra dışı yiyecek ve içecekleri tatmak için fazla para harcamaya razıyım.	2,29	,878	,285	-,323	7
	10	Sıra dışı yiyecek ve içecekleri tatmak için bir yıl sonrası bile olsa rezervasyon yaptırmaya razı olurum.	2,28	,885	,290	-,418	8
	11	Sıra dışı yemekleri tatmak için beş-altı saat veya daha fazla zaman ayırabilirim.	2,32	,910	,331	-,260	6
	12	Yemek yediğim restoranda her müşteri için ayrı bir aşçının hizmet vermesi beni etkiler.	2,39	,912	,193	-,416	4
	13	Günde sadece bir defa hizmet veren restoranlardan hizmet almak hoşuma gider.	2,40	,932	,203	-,605	3
	14	Yiyecek ve içeceklerin müşteri gözü önünde hazırlanması beni çok etkiler.	2,38	,961	,187	-,632	5
	15	Yiyecek ve içeceği hazırlayan personelin hazırlamış olduğu yiyecek ve içecekler hakkında bilgi vermesi hoşuma gider.	2,41	,980	,078	-,793	2
	16	Çok küçük porsiyonlarda hazırlanmış olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	2,47	1,045	,186	-,738	1

Tablo 6.5 (Devamı)

Ölçek Maddeleri		Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık	Basıklık	Ortalama Sırası	
FÜZYON MUTFAK YEME EĞİLMİLİĞİ*	1	Bir tabakta farklı ulusların malzemelerini birleştiren lezzetleri tatmayı tercih ederim.	3,13	,688	-,261	1,510	10
	2	Bir tabakta farklı ulusların pişirme tekniklerini birleştiren lezzetleri tatmayı tercih ederim.	3,28	,675	-,146	1,015	9
	3	Farklı mutfak kültürlerinin birleşiminden oluşan, ancak birinin diğerine baskın olmadığı gıdaları denemekten hoşlanırım.	3,29	,649	-,128	,898	8
	4	Farklı kültürlerle ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilerek sıra dışı bir şekilde sunulan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	3,36	,646	,015	,445	6
	5	Farklı kültürlerle ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı tatlara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	3,38	,678	-,177	,190	5
	6	Farklı kültürlerle ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı kokulara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	3,35	,653	,003	,195	7
	7	Farklı kültürlerle ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan özgün yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	3,39	,669	,098	,225	4
	9	Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı tatlara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	3,51	,672	-,019	,166	3
	10	Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı kokulara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	3,53	,706	,198	-,118	2
	11	Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan özgün yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.	3,80	,766	,035	-,603	1

Tablo 6.5 (Devamı)

Ölçek Maddeleri		Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık	Basıklık	Ortalama Sırası	
YEREL MUTFAK YEME EĞİLMİLİLİĞİ**	2	Yerel halkın yemek yediği restoranlarda yemeyi tercih ederim.	4,29	,778	-,963	,526	10
	3	Yerel mutfak ile ilgili eğitimlere katılmak isterim.	4,23	,814	-,827	,043	11
	4	Ziyaret ettiğim yerlerde denemiş olduğum yiyecek ve içecekleri daha sonra kendim de hazırlamak isterim.	4,33	,817	-1,035	,327	9
	5	Yerel geleneklere göre yiyecek ve içecek hizmeti sunulan yerlerde deneyim elde etmek isterim.	4,33	,717	-,705	-,282	8
	6	Yiyecek ve içecek ile ilgili festivallerde yerel yiyecek ve içecekleri denemeyi tercih ederim.	4,43	,661	-,871	,218	7
	7	Eve götürmek için yerel gıdalardan satın almak isterim.	4,45	,660	-,895	,113	6
	8	Eve götürmek için yerel yiyecek ve içecek tariflerini içeren kitapları satın almak isterim.	4,49	,652	-,978	,135	4
	9	Eve götürmek için yerel mutfak araç ve gereçlerini satın almak isterim.	4,48	,642	-,882	-,126	5
	10	Yerel içecekleri tüketmeyi tercih ederim.	4,56	,627	-1,273	1,458	2
	11	Yerel yiyecek ve içeceklerin satıldığı pazarları ziyaret etmeyi isterim.	4,55	,613	-1,065	,297	3
	12	Yerel eğlence mekânlarına gitmeyi tercih ederim.	4,62	,611	-1,588	2,625	1

*Füzyon mutfak yeme eğilimliliği boyutunun 8 numaralı maddesi faktör analizi sonucunda ölçekten çıkarılmıştır.

**Yerel mutfak yeme eğilimliliği boyutunun 1 numaralı maddesi faktör analizi sonucunda ölçekten çıkarılmıştır.

***Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

Tablo 6.5 incelendiğinde, gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim ölçeğinin moleküler mutfak yeme eğilimliliği boyutu altında toplanan maddeler arasında en yüksek aritmetik ortalamaya sahip beş maddenin; (1) "çok küçük porsiyonlarda hazırlanmış olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker", (2) " yiyecek ve içeceği hazırlayan personelin hazırlamış olduğu yiyecek ve içecekler hakkında bilgi vermesi hoşuma gider", (3) "günde sadece bir defa hizmet veren restoranlardan hizmet almak hoşuma gider", (4) "yemek yediğim restoranda her müşteri için ayrı bir aşçının hizmet vermesi beni etkiler" ve (5) "yiyecek ve içeceklerin müşteri gözü önünde hazırlanması beni çok etkiler" maddelerinden oluştuğu görülmektedir. Bu bağlamda aritmetik ortalamaya göre ziyaretçilerin en çok porsiyon büyüklüğü, restoranın hizmet özellikleri ve yiyecekler hakkında bilgi verilip, her bir müşterinin önünde ayrı aşçılar tarafından yemek hazırlanması hususlarına önem verdikleri söylenebilir.

Gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim ölçeğinin füzyon mutfak yeme eğilimliliği boyutu altında toplanan maddeler arasında en yüksek aritmetik ortalamaya sahip beş maddenin; (1) "farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan özgün yiyecek ve içecekler ilgimi çeker", (2) "farklı mutfak kültürlerine ait pişirme

tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı kokulara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker", (3) "farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı tatlara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker", (4) "farklı kültürlerle ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan özgün yiyecek ve içecekler ilgimi çeker" ve (5) "farklı kültürlerle ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı tatlara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker" maddelerinden oluştuğu görülmektedir. Bu bağlamda aritmetik ortalamaya göre ziyaretçilerin farklı mutfak kültürlerine ait malzeme ve pişirme yöntemleri kullanılarak hazırlanan sıra dışı kokulara ve tatlara sahip özgün yiyeceklere önem verdikleri söylenebilir.

Gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim ölçeğinin yerel mutfak yeme eğilimliliği boyutu altında toplanan maddeler arasından en yüksek aritmetik ortalamaya sahip beş maddenin; (1) "yerel eğlence mekânlarına gitmeyi tercih ederim", (2) "yerel içecekleri tüketmeyi tercih ederim", (3) " yerel yiyecek ve içeceklerin satıldığı pazarları ziyaret etmeyi isterim", (4) " eve götürmek için yerel yiyecek ve içecek tariflerini içeren kitapları satın almak isterim" ve (5) " eve götürmek için yerel mutfak araç ve gereçlerini satın almak isterim" maddelerinden oluştuğu görülmektedir. Bu bağlamda aritmetik ortalamaya göre ziyaretçilerin yerel eğlence mekanlarına gitmeye, yerel içecekleri tüketmeye, yerel pazarları ziyaret etmeye, yerel yemek kitapları ve mutfak araç gereçlerini satın almaya önem verdikleri söylenebilir.

Çalışma kapsamında geliştirilen araştırma sorularından ilki AS₁ aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

AS₁: Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri hangi düzeydedir?

AS₁'i sınamak üzere, ziyaretçilerin gastronomik akımlar çerçevesinde gıda tüketim ölçeği ifadelerine katılma düzeylerinin ortalamaları incelendiğinde (Tablo 6.5), Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin moleküler mutfak yeme eğilimlerinin düşük seviyede, füzyon mutfak yeme eğilimlerinin orta düzeyde ve yerel mutfak yeme eğilimlerinin yüksek düzeyde oldukları söylenebilir.

6.3. Hipotez Testleri

Bu başlık altında geliştirilen hipotezleri test etmek amacıyla yapılan *t-testi* ve ANOVA sonuçlarına yer verilmektedir. *t-testi*, bağımsız değişkenlere yüklenen değerlerin, bağımlı değişkendeki değişime bağlı olarak değişim gösterip göstermediğinin araştırılması için kullanılan bir hipotez testi olup bağımlı değişken sayısının en fazla iki olduğu durumlarda kullanılmıştır. Varyans analizi olarak da ifade edilen ANOVA ise, ikiden fazla bağımsız

değişkenin aritmetik ortalama değerlerinin birbirinden farklı olup olmadığının araştırılması için kullanılmıştır (Kozak, 2014: 152).

6.3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri Değişkenlerine Göre Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimleri

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin demografik özellikleri değişkenlerine göre gastronomik akımlara yönelik tüketim eğilimlerinin karşılaştırılmasına bu başlık altında yer verilmektedir. Bu bağlamda geliştirilen H_{1a} , H_{1b} , H_{1c} , $H_{1ç}$, H_{1d} , H_{1e} , H_{1f} , H_{1g} , $H_{1ğ}$, H_{1h} ve $H_{1ı}$ hipotezleri de bu başlık altında sınanmıştır.

6.3.1.1. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Milliyet Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın H_{1a} hipotezi aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

H_{1a}: Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri milliyetlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin milliyetlerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve H_{1a} 'nın testi için ANOVA yapılmıştır. ANOVA sonuçları Tablo 6.6'da gösterilmektedir.

ANOVA'nın uygulanması için gerekli koşullar incelenmiş ve verinin normal dağılım gösterdiği ve sürekli sayısal veri türü özelliği taşıdığı görülmüştür. Ancak varyansların homojenliğini sınamak üzere gerçekleştirilen *Levene* testi sonuçları incelendiğinde ($p=,000$ ve $p<0,05$) varyansların homojen olmadığı tespit edilmiştir. Bu noktadan hareketle, parametrik analiz yöntemlerinden ANOVA yapılmış ve ziyaretçilerin moleküler mutfak ($F:26,564$ ve $p<0,05$), füzyon mutfak ($F:7,584$ ve $p<0,05$) ve yerel mutfak ($F:8,668$ ve $p<0,05$) yeme eğilimlerinin milliyetlerine göre anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre H_{1a} kabul edilmiştir. Farklılıkların hangi milliyetler arasında olduğunu belirlemek üzere; *Post Hoc* çoklu karşılaştırma testlerinden, varyansların homojen olmadığı durumlarda sıklıkla kullanılan, *Tamhane's T2* istatistiğine başvurulmuştur (Kalaycı, 2010: 145). *Tamhane's T2* istatistiğine göre moleküler mutfak yeme eğilimliliğinde milliyetler arasındaki farklılıklar; (a) Kuzey Amerika ile Orta ve Doğu Asya, Güney Asya ve Batı Asya milliyetleri arasında, (b) Amerika, Asya/Okyanusya ve Afrika milliyetleri ile Avrupa milliyetleri arasında ve (c) Batı ve Güney Afrika ve Kuzey Afrika milliyetleri ile Orta ve Doğu Asya milliyetleri arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; (a) Kuzey Amerika milliyetlerinden katılımcıların Orta ve Doğu Asya, Güney Asya ve Batı Asya milliyetlerinden katılımcılara göre, (b) Amerika, Asya/Okyanusya ve Afrika milliyetlerinden katılımcıların Avrupa milliyetlerinden katılımcılara göre ve (c) Batı ve Güney

Afrika ve Kuzey Afrika milliyetlerinden katılımcıların Orta ve Doğu Asya milliyetlerine göre daha fazla moleküler mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Tablo 6.6. Milliyet Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Milliyetlerin Bölgelere Dağılımı	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	p Anlamlılık Düzeyi	Tamhane's T2 Çoklu Karşılaştırma
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Kuzey Amerika	51	2,7230	,42980	26,564	,000*	A > F, G ve H A, B, F, G, Ğ, H, I, İ ve J > C, Ç, D ve E İ ve J > F
	B Güney Amerika	68	2,5110	,58630			
	C Doğu Avrupa	46	1,5584	,66228			
	Ç Batı Avrupa	44	1,6875	,66171			
	D Kuzey Avrupa	44	1,8466	,36579			
	E Güney Avrupa	49	1,5587	,56731			
	F Orta ve Doğu Asya	62	2,2198	,52545			
	G Güney Asya	41	2,3155	,47185			
	Ğ Güneydoğu Asya / Okyanusya	31	2,4133	,44244			
	H Batı Asya	93	2,3837	,67362			
	I Orta ve Doğu Afrika	31	2,6129	,51676			
	İ Kuzey Afrika	30	2,6917	,57726			
J Batı ve Güney Afrika	38	2,6678	,59773				
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Kuzey Amerika	51	3,5510	,28522	7,584	,000*	A, B, F, H, I ve İ > C ve E A, B, F, H ve İ > Ç ve D
	B Güney Amerika	68	3,5632	,40663			
	C Doğu Avrupa	46	3,1630	,35362			
	Ç Batı Avrupa	44	3,2136	,26553			
	D Kuzey Avrupa	44	3,2114	,28547			
	E Güney Avrupa	49	3,1878	,26897			
	F Orta ve Doğu Asya	62	3,4790	,41730			
	G Güney Asya	41	3,4439	,51383			
	Ğ Güneydoğu Asya / Okyanusya	31	3,3677	,51665			
	H Batı Asya	93	3,4538	,39275			
	I Orta ve Doğu Afrika	31	3,4452	,29307			
	İ Kuzey Afrika	30	3,5900	,37815			
J Batı ve Güney Afrika	38	3,4684	,42242				
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Kuzey Amerika	51	4,1640	,49394	8,668	,000*	C > A, H ve İ Ç ve Ğ > A D > A, B, F, G, Ğ, H, I, İ ve J E > A, B, F, H, İ ve J
	B Güney Amerika	68	4,3409	,48902			
	C Doğu Avrupa	46	4,6146	,38483			
	Ç Batı Avrupa	44	4,5806	,37571			
	D Kuzey Avrupa	44	4,7872	,21292			
	E Güney Avrupa	49	4,6456	,37494			
	F Orta ve Doğu Asya	62	4,3534	,42164			
	G Güney Asya	41	4,4346	,37895			
	Ğ Güneydoğu Asya / Okyanusya	31	4,5308	,27283			
	H Batı Asya	93	4,3578	,40585			
	I Orta ve Doğu Afrika	31	4,4047	,37837			
	İ Kuzey Afrika	30	4,2576	,43375			
J Batı ve Güney Afrika	38	4,2512	,57977				

*n:628; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: p<0.05

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

Füzyon mutfak yeme eğilimliliğinde milliyetler arasındaki farklılıklar; (a) Kuzey Amerika, Güney Amerika, Orta ve Doğu Asya, Batı Asya, Orta ve Doğu Afrika ve Kuzey Afrika milliyetleri ile Doğu Avrupa ve Güney Avrupa milliyetleri arasında ve (b) Kuzey Amerika, Güney Amerika, Orta ve Doğu Asya, Batı Asya ve Kuzey Afrika milliyetleri ile Batı Avrupa ve Kuzey Avrupa milliyetleri arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; (a) Kuzey Amerika, Güney Amerika, Orta ve Doğu Asya, Batı Asya, Orta ve Doğu Afrika ve Kuzey Afrika milliyetlerinden katılımcıların Doğu Avrupa ve Güney Avrupa milliyetlerinden katılımcılara göre ve (b) Kuzey Amerika, Güney Amerika, Orta ve Doğu Asya, Batı Asya ve Kuzey Afrika milliyetlerinden katılımcıların Batı Avrupa ve Kuzey Avrupa milliyetlerine göre daha fazla füzyon mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Yerel mutfak yeme eğilimliliğinde milliyetler arasındaki farklılıklar; (a) Doğu Avrupa milliyetleri ile Kuzey Amerika, Batı Asya ve Kuzey Afrika milliyetleri arasında, (b) Batı Avrupa ve Güneydoğu Asya/Okyanusya milliyetleri ile Kuzey Amerika milliyetleri arasında, (c) Kuzey Avrupa milliyetleri ile Amerika, Asya/Okyanusya ve Afrika milliyetleri arasında ve (d) Güney Avrupa milliyetleri ile Amerika, Orta ve Doğu Asya, Batı Asya, Kuzey Afrika ve Batı ve Güney Afrika milliyetleri arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; (a) Doğu Avrupa milliyetlerinden katılımcıların Kuzey Amerika, Batı Asya ve Kuzey Afrika milliyetlerinden katılımcılara göre, (b) Batı Avrupa ve Güneydoğu Asya/Okyanusya milliyetlerinden katılımcıların Kuzey Amerika milliyetlerine göre, (c) Kuzey Avrupa milliyetlerinden katılımcıların Amerika, Asya/Okyanusya ve Afrika milliyetlerine göre ve (d) Güney Avrupa milliyetlerinden katılımcıların Amerika, Orta ve Doğu Asya, Batı Asya, Kuzey Afrika ve Batı ve Güney Afrika milliyetlerine göre daha fazla yerel mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

6.3.1.2. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Yaşanan Ülke Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın H_{1b} hipotezi aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

H_{1b} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri yaşadıkları ülkeye göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin yaşanan ülke değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve H_{1b} 'nin testi için ANOVA yapılmıştır. Tablo 6.7'de ANOVA sonuçları incelendiğinde ziyaretçilerin moleküler mutfak (F:26,591 ve $p<0,05$), füzyon mutfak (F:8,275 ve $p<0,05$) ve yerel mutfak (F:8,902 ve $p<0,05$) yeme eğilimlerinin yaşanan ülkeye göre anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre H_{1b} kabul edilmiştir. Farklılıkların hangi ülkeler arasında olduğunu belirlemek üzere; *Post Hoc* çoklu karşılaştırma testlerinden, varyansların homojen olmadığı durumlarda sıklıkla kullanılan, *Tamhane's T2* istatistiğine başvurulmuştur (Kalaycı, 2010: 145).

Tablo 6.7. Yaşanan Ülke Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Yaşanan Ülkelerin Bölgelere Dağılımı		n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	p Anlamlılık Düzeyi	Tamhane's T2 Çoklu Karşılaştırma
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	A	Kuzey Amerika	52	2,6947	,45889	26,591	,000*	A ve K > F ve G A, B, F, G, Ğ, H, I, İ ve J > C, Ç, D ve E İ > F
	B	Güney Amerika	67	2,5271	,57881			
	C	Doğu Avrupa	44	1,5412	,64121			
	Ç	Batı Avrupa	43	1,6686	,65742			
	D	Kuzey Avrupa	44	1,8466	,36579			
	E	Güney Avrupa	50	1,5763	,57508			
	F	Orta ve Doğu Asya	64	2,2305	,52159			
	G	Güney Asya	41	2,2851	,51464			
	Ğ	Güneydoğu Asya / Okyanusya	30	2,4146	,44994			
	H	Batı Asya	93	2,3844	,67390			
	I	Orta ve Doğu Afrika	33	2,5265	,54554			
	İ	Kuzey Afrika	32	2,7031	,56104			
J	Batı ve Güney Afrika	35	2,7375	,56673				
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	A	Kuzey Amerika	52	3,5596	,28919	8,275	,000*	A, B, F, H, İ ve J > C, Ç, D ve E
	B	Güney Amerika	67	3,5627	,40967			
	C	Doğu Avrupa	44	3,1432	,32378			
	Ç	Batı Avrupa	43	3,2070	,26493			
	D	Kuzey Avrupa	44	3,2114	,28547			
	E	Güney Avrupa	50	3,1960	,27252			
	F	Orta ve Doğu Asya	64	3,4766	,41086			
	G	Güney Asya	41	3,4195	,51050			
	Ğ	Güneydoğu Asya / Okyanusya	30	3,3667	,52544			
	H	Batı Asya	93	3,4505	,39194			
	I	Orta ve Doğu Afrika	33	3,3939	,33814			
	İ	Kuzey Afrika	32	3,6250	,38100			
J	Batı ve Güney Afrika	35	3,5114	,39015				
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	A	Kuzey Amerika	52	4,1783	,49694	8,902	,000*	C, Ç, D, E ve Ğ > A C > H ve J D > B, F, G, Ğ, H, I, İ ve J E > B, F, H ve J
	B	Güney Amerika	67	4,3351	,49115			
	C	Doğu Avrupa	44	4,6054	,38914			
	Ç	Batı Avrupa	43	4,5856	,37864			
	D	Kuzey Avrupa	44	4,7872	,21292			
	E	Güney Avrupa	50	4,6418	,37208			
	F	Orta ve Doğu Asya	64	4,3466	,42048			
	G	Güney Asya	41	4,4346	,37895			
	Ğ	Güneydoğu Asya / Okyanusya	30	4,5545	,24270			
	H	Batı Asya	93	4,3500	,40389			
	I	Orta ve Doğu Afrika	33	4,4628	,34270			
	İ	Kuzey Afrika	32	4,3040	,44811			
J	Batı ve Güney Afrika	35	4,1844	,59510				

*n:628; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: p<0.05

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

Tamhane's T2 istatistiğine göre moleküler mutfak yeme eğilimliliğinde yaşanan ülkeler arasındaki farklılıklar; (a) Kuzey Amerika ve Batı ve Güney Afrika ülkeleri ile Orta ve Doğu Asya ve Güney Asya ülkeleri arasında, (b) Amerika, Asya/Okyanusya ve Afrika ülkeleri ile Avrupa ülkeleri arasında ve (c) Kuzey Afrika ülkeleri ile Orta ve Doğu Asya ülkeleri arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; (a) Kuzey Amerika ve Batı ve Güney Afrika ülkelerinden

katılımcıların Orta ve Doğu Asya ile Güney Asya ülkelerinden katılımcılara göre, (b) Amerika, Asya/Okyanusya ve Afrika ülkelerinden katılımcıların Avrupa ülkelerinden katılımcılara göre ve (c) Kuzey Afrika ülkelerinden katılımcıların Orta ve Doğu Asya ile Güney Asya ülkelerinden katılımcılara göre daha fazla moleküler mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Füzyon mutfak yeme eğilimliliğinde yaşanan ülkeler arasındaki farklılıklar; Kuzey Amerika, Güney Amerika, Orta ve Doğu Asya, Batı Asya, Kuzey Afrika ve Batı ve Güney Afrika ülkeleri ile Avrupa ülkeleri arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; Kuzey Amerika, Güney Amerika, Orta ve Doğu Asya, Batı Asya, Kuzey Afrika ve Batı ve Güney Afrika ülkelerinden katılımcıların Avrupa ülkelerinden katılımcılara göre daha fazla füzyon mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Yerel mutfak yeme eğilimliliğinde yaşanan ülkeler arasındaki farklılıklar; (a) Avrupa ve Güneydoğu Asya/Okyanusya ülkeleri ile Kuzey Amerika ülkeleri arasında, (b) Doğu Avrupa ülkeleri ile Batı Asya ve Batı ve Güney Afrika ülkeleri arasında, (c) Kuzey Avrupa ülkeleri ile Güney Amerika, Asya/Okyanusya ve Afrika ülkeleri arasında ve (d) Güney Avrupa ülkeleri ile Güney Amerika, Orta ve Doğu Asya, Batı Asya ve Batı ve Güney Afrika ülkeleri arasındadır.

Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; (a) Avrupa ve Güneydoğu Asya/Okyanusya ülkelerinden katılımcıların Kuzey Amerika ülkelerinden katılımcılara göre, (b) Doğu Avrupa ülkelerinden katılımcıların Batı Asya ve Batı ve Güney Afrika ülkelerinden katılımcılara göre, (c) Kuzey Avrupa ülkelerinden katılımcıların Güney Amerika, Asya/Okyanusya ve Afrika ülkelerinden katılımcılara göre ve (d) Güney Avrupa ülkelerinden katılımcıların Güney Amerika, Orta ve Doğu Asya, Batı Asya ve Batı ve Güney Afrika ülkelerinden katılımcılara göre daha fazla yerel mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

6.3.1.3. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın H_{1c} hipotezi aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

H_{1c} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve H_{1c} 'nin testi için *t-testi* yapılmıştır. *t-testi* sonuçları Tablo 6.8'de gösterilmektedir. *t-testinin* uygulanması için gerekli koşullar incelenmiş ve verinin normal dağılım gösterdiği ve sürekli sayısal veri türü özelliği taşıdığı görülmüştür. Ancak varyansların homojenliğini sınamak üzere gerçekleştirilen *Levene* testi sonuçları incelendiğinde; moleküler mutfak yeme eğilimliliğinin ($p=,005$ ve $p<0,05$)

varyansının homojen olmadığı, füzyon mutfak yeme eğiliminin ($p=,529$ ve $p>0,05$) ve yerel mutfak yeme eğilimliliğinin ($p=,364$ ve $p>0,05$) varyanslarının homojen olduğu görülmüştür.

Tablo 6.8. Cinsiyet Değişkenine Göre *t*-testi Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Cinsiyet	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	t Değeri	Serbestlik Derecesi	p Anlamlılık Düzeyi
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	Kadın	285	2,0989	,71322	-4,639	580,326	,000
	Erkek	343	2,3533	,64776			
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	Kadın	285	3,3621	,39339	-2,298	610,220	,022
	Erkek	343	3,4356	,40337			
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	Kadın	285	4,4584	,43019	1,389	615,606	,165
	Erkek	343	4,4090	,45491			

*n:628; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: $p<0,05$

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

Bu noktadan hareketle, parametrik analiz yöntemlerinden *t*-testi yapılmış ve katılımcıların moleküler mutfak ($p=,000$ ve $p<0,05$) ve füzyon mutfak ($p=,022$ ve $p<0,05$) yeme eğilimlerinin cinsiyete göre anlamlı farklılıklar gösterdiği, yerel mutfak ($p=,165$ ve $p>0,05$) yeme eğilimlerinin ise cinsiyete göre anlamlı farklılıklar göstermediği tespit edilmiştir. Buna göre H_{1c} kısmen kabul edilmiştir. *t*-testi sonuçları incelendiğinde; erkek katılımcıların moleküler mutfak ve füzyon yeme eğilimliliklerinin kadın katılımcılara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

6.3.1.4. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Yaş Grupları Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın H_{1c} hipotezi aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

H_{1c} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin yaş gruplarına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve H_{1c} 'nin testi için ANOVA yapılmıştır. Öncelikle varyansların homojenliğini sınamak üzere *Levene* testi sonuçları incelenmiş ve moleküler mutfak ($p=,034$ ve $p<0,05$) ile yerel mutfak ($p=,013$ ve $p<0,05$) yeme eğilimliliği varyanslarının homojen olmadığı, füzyon mutfak ($p=,254$ ve $p>0,05$) yeme eğilimliliği varyansının homojen olduğu görülmüştür. Tablo 6.9'da ANOVA sonuçları incelendiğinde ziyaretçilerin moleküler mutfak ($F:34,777$ ve $p<0,05$), füzyon mutfak ($F:2,959$ ve $p<0,05$) ve yerel mutfak ($F:9,491$ ve $p<0,05$) yeme eğilimlerinin yaş gruplarına göre anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Buna H_{1c} kabul edilmiştir. Farklılıkların hangi yaş grupları arasında olduğunu belirlemek üzere; moleküler ve yerel mutfak yeme eğilimliliği için *Tamhane's T2*

istatistiğine, füzyon mutfak yeme eğilimliliği için ise *Tukey HSD* istatistiğine başvurulmuştur (Kalaycı, 2010: 135-145).

Tablo 6.9. Yaş Grupları Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Yaş Grupları	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	P Anlamlılık Düzeyi	Çoklu Karşılaştırma
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	A 18-29 Yaş Arası	146	2,4679	,61212	34,777	,000	<i>Tamhane's T2</i> A, B ve C > Ç ve D Ç > D
	B 30-39 Yaş Arası	151	2,5075	,59669			
	C 40-49 Yaş Arası	114	2,3054	,63383			
	Ç 50-59 Yaş Arası	121	1,9840	,69922			
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	A 18-29 Yaş Arası	146	3,4575	,43037	2,989	,018	<i>Tukey HSD</i> A ve B > D
	B 30-39 Yaş Arası	151	3,4457	,35884			
	C 40-49 Yaş Arası	114	3,3956	,44312			
	Ç 50-59 Yaş Arası	121	3,3694	,39303			
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	A 18-29 Yaş Arası	146	4,3686	,49249	9,491	,000	<i>Tamhane's T2</i> D > A, B, C ve Ç
	B 30-39 Yaş Arası	151	4,3468	,44218			
	C 40-49 Yaş Arası	114	4,3772	,42092			
	Ç 50-59 Yaş Arası	121	4,4876	,41544			
	D 60 Yaş ve Üzeri	96	4,6534	,34606			

*n:628; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: p<0.05

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

Tamhane's T2 istatistiğine göre moleküler mutfak yeme eğilimliliğinde yaş grupları arasındaki farklılıklar; (a) "18-29 yaş arası", "30-39 yaş arası" ve "40-49 yaş arası" yaş grupları ile "50-59 yaş arası" ve "60 yaş ve üzeri" yaş grupları arasında ve (b) "50-59 yaş arası" ile "60 yaş ve üzeri" yaş grupları arasındadır. Buna göre ortalamalar incelendiğinde; (a) "18-29 yaş arası", "30-39 yaş arası" ve "40-49 yaş arası" yaş gruplarından katılımcıların "50-59 yaş arası" ve "60 yaş ve üzeri" yaş grubu katılımcılara göre ve (b) "50-59 yaş arası" yaş grubundan katılımcıların "60 yaş ve üzeri" yaş grubu katılımcılara göre daha fazla moleküler mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Tukey istatistiğine göre füzyon mutfak yeme eğilimliliğinde yaş grupları arasındaki farklılıklar, "18-29 yaş arası" ve "30-39 yaş arası" yaş grupları ile "60 yaş ve üzeri" yaş grubu arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; "18-29 yaş arası" ve "30-39 yaş arası" yaş gruplarından katılımcıların "60 yaş ve üzeri" yaş grubu katılımcılara göre daha fazla füzyon mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Tamhane's T2 istatistiğine göre yerel mutfak yeme eğilimliliğinde yaş grupları arasındaki farklılıklar; "60 yaş ve üzeri" yaş grubu ile "18-29 yaş arası", "30-39 yaş arası", "40-49 yaş arası" ve "50-59 yaş arası" yaş grupları arasındadır. Buna göre ortalamalar incelendiğinde; "60 yaş ve üzeri" yaş grubundan katılımcıların "18-29 yaş arası", "30-39 yaş arası", "40-49 yaş arası" ve "50-59 yaş arası" yaş gruplarından katılımcılara göre daha fazla yerel mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

6.3.1.5. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Medeni Durum Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın H_{1d} hipotezi aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

H_{1d} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri medeni durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin medeni durumlarına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve H_{1d} 'nin testi için ANOVA yapılmıştır. Öncelikle varyansların homojenliğini sınamak üzere *Levene* testi sonuçları incelenmiş ve moleküler mutfak ($p=,000$ ve $p<0,05$), füzyon mutfak ($p=,001$ ve $p<0,05$) ve yerel mutfak ($p=,003$ ve $p<0,05$) yeme eğilimliliği varyanslarının homojen olmadığı görülmüştür. Tablo 6.10'da ANOVA sonuçları incelendiğinde ziyaretçilerin moleküler mutfak ($F:48,725$ ve $p<0,05$), füzyon mutfak ($F:12,388$ ve $p<0,05$) ve yerel mutfak ($F:12,803$ ve $p<0,05$) yeme eğilimlerinin medeni durumlarına göre anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre H_{1d} kabul edilmiştir. Farklılıkların hangi medeni durumlar arasında olduğunu belirlemek üzere *Tamhane's T2* istatistiğine başvurulmuştur (Kalaycı, 2010: 145).

Tamhane's T2 istatistiğine göre moleküler mutfak yeme eğilimliliğinde medeni durumlar arasındaki farklılıklar; (a) evli ve bekârlar ile boşanmış, dul ve birlikte yaşayanlar arasında, (b) bekârlar ile nişanlılar arasında ve (c) boşanmış ve dullar ile birlikte yaşayanlar arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; (a) evli ve bekâr katılımcıların boşanmış, dul ve birlikte yaşayan katılımcılara göre, (b) bekâr katılımcıların nişanlı katılımcılara göre ve (c) boşanmış ve dul katılımcıların birlikte yaşayan katılımcılara göre daha fazla moleküler mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir. Füzyon mutfak yeme eğilimliliğinde medeni durumlar arasındaki farklılıklar; (a) evli ve bekârlar ile boşanmış ve dullar arasında, (b) bekârlar ile nişanlılar arasında ve (c) dullar ile birlikte yaşayanlar arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; (a) evli ve bekâr katılımcıların boşanmış ve dul katılımcılara göre, (b) bekâr katılımcıların nişanlı katılımcılara göre ve (c) dul katılımcıların birlikte yaşayanlara göre daha fazla füzyon mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Tablo 6.10. Medeni Durum Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Medeni Durum		n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	p Anlamlılık Düzeyi	Tamhane's T2 Çoklu Karşılaştırma
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	A	Evli	264	2,4261	,59798	48,725	,000	A, B > C, Ç ve D B > E C, Ç > D
	B	Bekâr	164	2,5507	,54122			
	C	Boşanmış	87	1,7241	,64907			
	Ç	Dul	46	1,9701	,60792			
	D	Birlikte Yaşıyor	46	1,4307	,39927			
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	A	Evli	264	3,4561	,42323	12,388	,000	A, B > C, D B > E Ç > D
	B	Bekâr	164	3,4921	,36954			
	C	Boşanmış	87	3,2437	,33712			
	Ç	Dul	46	3,4500	,41567			
	D	Birlikte Yaşıyor	46	3,1043	,23660			
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	A	Evli	264	4,3444	,43739	12,803	,000	C, Ç, D > A, B
	B	Bekâr	164	4,3354	,47857			
	C	Boşanmış	87	4,6144	,37431			
	Ç	Dul	46	4,6522	,32201			
	D	Birlikte Yaşıyor	46	4,6779	,31064			
	E	Nişanlı	21	4,4935	,41617			

*n:628; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: $p < 0,05$

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

Yerel mutfak yeme eğilimliliğinde medeni durumlar arasındaki farklılıklar; boşanmış, dul ve birlikte yaşayanlar ile evli ve bekârlar arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; boşanmış, dul ve birlikte yaşayan katılımcıların evli ve bekâr katılımcılara göre daha fazla yerel mutfak yeme eğilimli oldukları söylenebilir.

6.3.1.6. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Mensubu Olunan Din Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın H_{1e} hipotezi aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

H_{1e} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri mensubu oldukları dine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin mensubu olunan din değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve H_{1e} 'nin testi için ANOVA yapılmıştır. Öncelikle varyansların homojenliğini sınamak üzere *Levene* testi sonuçları incelenmiş ve moleküler mutfak ($p = ,000$ ve $p < 0,05$) yeme eğilimliliği varyansının homojen olmadığı, füzyon mutfak ($p = ,266$ ve $p > 0,05$) ve yerel mutfak ($p = ,211$ ve $p > 0,05$) yeme eğilimliliğinin varyanslarının homojen olduğu görülmüştür. Tablo 6.11'de ANOVA sonuçları incelendiğinde ziyaretçilerin moleküler mutfak ($F:48,152$ ve $p < 0,05$) ve füzyon mutfak ($F:3,510$ ve $p < 0,05$) yeme eğilimlerinin mensubu olunan dine göre anlamlı farklılıklar gösterdiği

görülmüştür. Ancak yerel mutfak ($F:1,770$ ve $p>0,05$) yeme eğilimliliğinin anlamlı farklılıklar göstermediği tespit edilmiştir. Buna göre H_{1e} kısmen kabul edilmiştir.

Farklılıkların hangi dinler arasında olduğunu belirlemek üzere moleküler mutfak yeme eğilimliliği için *Tamhane's T2* istatistiğine, füzyon mutfak yeme eğilimliliği için ise *Tukey HSD* istatistiğine başvurulmuştur (Kalaycı, 2010: 135-145). *Tamhane's T2* istatistiğine göre moleküler mutfak yeme eğilimliliğinde mensubu olunan dinler arasındaki farklılıklar Müslümanlar ile Hristiyanlar ve hiç bir dine mensup olmayanlar arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde, Müslüman katılımcıların Hristiyan katılımcılara ve hiç bir dine mensup olmayan katılımcılara göre daha fazla moleküler mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Tablo 6.11. Mensubu Olunan Din Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Mensubu Olunan Din	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	P Anlamlılık Düzeyi	Çoklu Karşılaştırma
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Müslüman	191	2,4215	,60895	8,152	,000	<i>Tamhane's T2</i> A > B ve Ç
	B Hristiyan	312	2,1456	,71029			
	C Diğer (Musevi, Budizm, intoizm ve Hinduizm)	62	2,3095	,55643			
	Ç Hiçbir Dine Mensup Olmayan	63	2,0675	,80879			
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Müslüman	191	3,4759	,40164	3,510	,015	<i>Tukey HSD</i> A > B
	B Hristiyan	312	3,3612	,38115			
	C Diğer (Musevi, Budizm, intoizm ve Hinduizm)	62	3,4194	,47316			
	Ç Hiçbir Dine Mensup Olmayan	63	3,3651	,38695			
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Müslüman	191	4,3760	,40454	1,770	,152	Farklılık Yok
	B Hristiyan	312	4,4691	,48149			
	C Diğer (Musevi, Budizm, intoizm ve Hinduizm)	62	4,4267	,39148			
	Ç Hiçbir Dine Mensup Olmayan	63	4,4170	,40414			

*n:628; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: $p<0,05$

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

Tukey HSD istatistiğine göre füzyon mutfak yeme eğiliminde mensubu olunan dinler arasındaki farklılıklar Müslümanlar ve Hristiyanlar arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde Müslüman katılımcıların Hristiyan katılımcılara göre daha fazla füzyon mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

6.3.1.7. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Çocuk Sahibi Olma Durumu Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın H_{1f} hipotezi aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

H_{1f}: Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri çocuk sahibi olma durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin çocuk sahibi olma durumu değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve H_{1f}'nin testi için *t-testi* yapılmıştır. *t-testi* sonuçları Tablo 6.12'de gösterilmektedir.

t-testinin uygulanması için gerekli koşullar incelenmiş ve verinin normal dağılım gösterdiği ve sürekli sayısal veri türü özelliği taşıdığı görülmüştür. Ayrıca varyansların homojenliğini sınamak üzere gerçekleştirilen *Levene* testi sonuçları incelendiğinde; moleküler mutfak yeme eğilimliliğinin ($p=,116$ ve $p>0,05$), füzyon mutfak yeme eğilimliliğinin ($p=,369$ ve $p>0,05$) ve yerel mutfak yeme eğilimliliğinin ($p=,158$ ve $p>0,05$) varyanslarının homojen olduğu görülmüştür. Bu noktadan hareketle, parametrik analiz yöntemlerinden *t-testi* yapılmış ve katılımcıların moleküler mutfak ($p=,019$ ve $p<0,05$) yeme eğilimlerinin çocuk sahibi olma durumuna göre anlamlı farklılıklar gösterdiği görülmüştür. Ancak füzyon mutfak ($p=,996$ ve $p>0,05$) ve yerel mutfak ($p=,059$ ve $p>0,05$) yeme eğilimlerinin çocuk sahibi olma durumuna göre anlamlı farklılıklar göstermediği tespit edilmiştir. Buna H_{1f} kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 6.12. Çocuk Sahibi Olma Durumu Değişkenine Göre *t-testi* Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Çocuk Sahibi Olma Durumu	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	t Değeri	Serbestlik Derecesi	p Anlamlılık Düzeyi
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	Evet	369	2,1838	,70081	-2,355	572,102	,019
	Hayır	259	2,3149	,66672			
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	Evet	369	3,4022	,40806	-,005	570,969	,996
	Hayır	259	3,4023	,38959			
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	Evet	369	4,4595	,42198	1,895	515,036	,059
	Hayır	259	4,3914	,47200			

*n:628; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: $p<0,05$

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

t-testi sonuçları incelendiğinde; çocuk sahibi olmayan katılımcıların moleküler mutfak yeme eğilimliliklerinin çocuk sahibi olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

6.3.1.8. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Çocuk Sayısı Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın H_{1g} hipotezi aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

H_{1g}: Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri sahibi oldukları çocuk sayılarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin çocuk sayısı değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve H_{1g}'nin testi için

ANOVA yapılmıştır. Öncelikle varyansların homojenliğini sınamak üzere *Levene* testi sonuçları incelenmiş ve moleküler mutfak ($p=,067$ ve $p>0,05$), füzyon mutfak ($p=,657$ ve $p>0,05$) ve yerel mutfak ($p=,293$ ve $p>0,05$) yeme eğilimliliğinin varyanslarının homojen olduğu görülmüştür. Tablo 6.13'de ANOVA sonuçları incelendiğinde ziyaretçilerin moleküler mutfak ($F:7,714$ ve $p<0,05$) ve yerel mutfak ($F:2,884$ ve $p<0,05$) yeme eğilimlerinin çocuk sayısına göre anlamlı farklılıklar gösterdiği görülmüştür. Ancak füzyon mutfak ($F:2,682$ ve $p<0,05$) yeme eğilimliliğinin çocuk sayısına göre anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir. Buna göre H_{1g} kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 6.13. Çocuk Sayısı Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Çocuk Sayısı	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	p Anlamlılık Düzeyi	Tukey HSD Çoklu Karşılaştırma
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Çocuğum Yok	259	2,3149	,66672	7,714	,000	A > B Ç > B ve C
	B 1 Çocuk	86	1,9811	,72127			
	C 2 Çocuk	161	2,1495	,70313			
	Ç 3 ve daha fazla	122	2,3719	,63879			
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Çocuğum Yok	259	3,4023	,38959	2,682	,046	Farklılık Yok
	B 1 Çocuk	86	3,3430	,39839			
	C 2 Çocuk	161	3,3714	,40380			
	Ç 3 ve daha fazla	122	3,4844	,41081			
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Çocuğum Yok	259	4,3914	,47200	2,884	,035	B > A
	B 1 Çocuk	86	4,5497	,43719			
	C 2 Çocuk	161	4,4461	,43156			
	Ç 3 ve daha fazla	122	4,4136	,39099			

*n:628; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: $p<0,05$

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

Farklılıkların hangi çocuk sayısı arasında olduğunu belirlemek üzere *Tukey HSD* istatistiğine başvurulmuştur (Kalaycı, 2010: 135). *Tukey HSD* istatistiğine göre moleküler mutfak yeme eğilimliliğinde çocuk sayısına göre farklılıklar; (a) çocuğu olmayanlar ile bir çocuğu olanlar arasında ve (b) üç ve daha fazla çocuğu olanlar ile bir ve iki çocuğu olanlar arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; (a) çocuğu olmayan katılımcıların bir çocuğu olan katılımcılara göre, (b) üç ve daha fazla çocuğu olan katılımcıların bir ve iki çocuk sahibi katılımcılara göre daha fazla moleküler mutfak tüketme eğiliminde oldukları söylenebilir. Yerel mutfak yeme eğilimliliğinde çocuk sayısına göre farklılıklar; bir çocuk sahibi olanlar ile çocuğu olmayanlar arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde, bir çocuk sahibi olan katılımcıların çocuk sahibi olmayan katılımcılara göre daha fazla yerel mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

6.3.1.9. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Eğitim Durumu Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın H_{1g} hipotezi aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

H_{1g} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin eğitim durumu değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve H_{1g} 'nin testi için ANOVA yapılmıştır. Öncelikle varyansların homojenliğini sınamak üzere *Levene* testi sonuçları incelenmiş ve moleküler mutfak ($p=,000$ ve $p<0,05$) ile füzyon mutfak ($p=,001$ ve $p<0,05$) yeme eğilimliliğinin varyanslarının homojen olmadığı görülmüştür. Ancak yerel mutfak ($p=,143$ ve $p>0,05$) yeme eğilimliliğinin varyansının homojen olduğu tespit edilmiştir. Tablo 6.14'de ANOVA sonuçları incelendiğinde katılımcıların moleküler mutfak ($F:9,561$ ve $p<0,05$) ve yerel mutfak ($F:3,186$ ve $p<0,05$) yeme eğilimlerinin eğitim durumlarına göre anlamlı farklılıklar gösterdiği görülmüştür. Ancak füzyon mutfak ($F:2,263$ ve $p>0,05$) yeme eğilimliliğinin eğitim durumuna göre anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir. Buna göre H_{1g} kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 6.14. Eğitim Durumu Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Eğitim Durumu	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	p Anlamlılık Düzeyi	Çoklu Karşılaştırma
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	A İlkokul	5	2,4250	,88983	9,561	,000	<i>Tamhane's T2</i> B ve Ç > C ve D
	B Ortaokul	40	2,5922	,61742			
	C Lise	357	2,1395	,75098			
	Ç Üniversite	177	2,4177	,48174			
	D Lisansüstü	49	1,9962	,66382			
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	A İlkokul	5	3,3400	,62290	2,263	,061	Farklılık Yok
	B Ortaokul	40	3,5625	,60157			
	C Lise	357	3,3745	,36634			
	Ç Üniversite	177	3,4271	,40120			
	D Lisansüstü	49	3,3898	,38797			
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	A İlkokul	5	4,4182	,22818	3,186	,013	<i>Tukey HSD</i> C, Ç ve D > B
	B Ortaokul	40	4,2000	,47269			
	C Lise	357	4,4431	,46263			
	Ç Üniversite	177	4,4397	,39652			
	D Lisansüstü	49	4,5065	,41948			

*n:628; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: $p<0,05$

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

Farklılıkların hangi eğitim durumları arasında olduğunu belirlemek üzere moleküler mutfak yeme eğilimliliği için *Tamhane's T2* istatistiğine, yerel mutfak yeme eğilimliliği için ise *Tukey HSD* istatistiğine başvurulmuştur (Kalaycı, 2010: 135-145). *Tamhane's T2* istatistiğine göre moleküler mutfak yeme eğilimliliğinde eğitim durumuna göre farklılıklar; ortaokul ve üniversite mezunları ile lise ve lisansüstü mezunları arasındadır. Buna göre, ortalamalar

incelendiğinde ortaokul ve üniversite mezunu katılımcıların lise ve lisansüstü mezunu katılımcılara göre daha fazla moleküler mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir. *Tukey HSD* istatistiğine göre yerel mutfak yeme eğilimliliğinde eğitim durumuna göre farklılıklar; lise, üniversite ve lisansüstü mezunları ile ortaokul mezunları arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; lise, üniversite ve lisansüstü mezunu katılımcıların ortaokul mezunu katılımcılara göre daha fazla yerel mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

6.3.1.10. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Çalışma Durumu Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın H_{1h} hipotezi aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

H_{1h} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri çalışma durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin çalışma durumu değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve H_{1h} 'nin testi için ANOVA yapılmıştır. Öncelikle varyansların homojenliğini sınamak üzere *Levene* testi sonuçları incelenmiş ve moleküler mutfak ($p=,000$ ve $p<0,05$) yeme eğilimliliğinin varyansının homojen olmadığı görülmüştür. Ancak füzyon mutfak ($p=,064$ ve $p<0,05$) ve yerel mutfak ($p=,541$ ve $p>0,05$) yeme eğilimliliğinin varyanslarının homojen olduğu tespit edilmiştir. Tablo 6.15'de ANOVA sonuçları incelendiğinde katılımcıların moleküler mutfak ($F:23,613$ ve $p<0,05$) ve füzyon mutfak ($F:4,412$ ve $p<0,05$) yeme eğilimlerinin çalışma durumlarına göre anlamlı farklılıklar gösterdiği görülmüştür. Ayrıca yerel mutfak ($F:2,563$ ve $p<0,05$) yeme eğilimlerinin çalışma durumlarına göre anlamlı farklılıklar göstermediği tespit edilmiştir. Buna göre H_{1h} kısmen kabul edilmiştir. Farklılıkların hangi çalışma durumları arasında olduğunu belirlemek üzere moleküler mutfak yeme eğilimliliği için *Tamhane's T2* istatistiğine, füzyon mutfak yeme eğilimliliği için ise *Tukey HSD* istatistiğine başvurulmuştur (Kalaycı, 2010: 135-145).

Tamhane's T2 istatistiğine göre moleküler mutfak yeme eğilimliliğinde çalışma durumuna göre farklılıklar; (a) ücretli çalışan, öğrenci ve işsizler ile işveren, emekli ve ev hanımı arasında, (b) işveren ile emekli ve ev hanımı arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; (a) ücretli çalışan, öğrenci ve işsiz katılımcıların işveren, emekli ve ev hanımı katılımcılara göre ve (b) işveren katılımcıların emekli ve ev hanımı katılımcılara göre daha fazla moleküler mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Tablo 6.15. Çalışma Durumu Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Çalışma Durumu	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	P Anlamlılık Düzeyi	Çoklu Karşılaştırma
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Ücretli Çalışan	258	2,4358	,65249	23,613	,000	<i>Tamhane's T2</i> A ve C > B, Ç ve D B > Ç ve D
	B İşveren	100	2,2556	,46797			
	C Öğrenci ve İşsiz	67	2,5000	,56429			
	Ç Emekli	101	1,9097	,69290			
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Ücretli Çalışan	258	3,4671	,38112	4,412	,002	<i>Tukey HSD</i> A > D
	B İşveren	100	3,3710	,47552			
	C Öğrenci ve İşsiz	67	3,4463	,35689			
	Ç Emekli	101	3,3436	,34768			
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Ücretli Çalışan	258	4,3703	,44808	2,563	,037	<u>Farklılık Yok</u>
	B İşveren	100	4,4555	,38123			
	C Öğrenci ve İşsiz	67	4,4206	,47047			
	Ç Emekli	101	4,5032	,44898			
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	D Ev Hanımı	102	4,4982	,45549			

*n:628; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: $p < 0.05$

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

Tukey HSD istatistiğine göre füzyon mutfak yeme eğilimliliğinde çalışma durumuna göre farklılıklar ücretli çalışanlar ve ev hanımları arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde, ücretli çalışanların ev hanımlarına göre daha fazla füzyon mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

6.3.1.11. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın H_{11} hipotezi aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

H_{11} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri gelir düzeylerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin gelir düzeyi değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve H_{11} 'nin testi için ANOVA yapılmıştır. Öncelikle varyansların homojenliğini sınamak üzere *Levene* testi sonuçları incelenmiş ve moleküler mutfak ($p = ,000$ ve $p < 0,05$), füzyon mutfak ($p = ,000$ ve $p < 0,05$) ve yerel mutfak ($p = ,037$ ve $p < 0,05$) yeme eğilimliliğinin varyanslarının homojen olmadığı görülmüştür. Tablo 6.16'da ANOVA sonuçları incelendiğinde katılımcıların moleküler mutfak ($F:38,491$ ve $p < 0,05$), füzyon mutfak ($F:9,152$ ve $p < 0,05$) ve yerel mutfak ($F:10,311$ ve $p < 0,05$) yeme eğilimlerinin gelir düzeylerine göre anlamlı farklılıklar gösterdiği görülmüştür. Buna göre H_{11} kabul edilmiştir.

Tamhane's T2 istatistiğine göre moleküler mutfak yeme eğilimliliğinde gelir düzeyine göre farklılıklar; (a) orta, yüksek ve çok yüksek gelir düzeyindekiler ile çok düşük gelir düzeyindekiler arasında ve (b) orta ve yüksek gelir düzeyindekiler ile düşük ve çok yüksek gelir düzeyindekiler arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; (a) orta, yüksek ve çok yüksek gelir düzeyindeki katılımcıların çok düşük gelir düzeyindeki katılımcılara göre ve (b) orta ve yüksek gelir düzeyindeki katılımcıların düşük ve çok yüksek gelir düzeyindeki katılımcılara göre daha fazla moleküler mutfak yeme eğilimli oldukları söylenebilir.

Füzyon mutfak yeme eğilimliliğinde gelir düzeyine göre farklılıklar; (a) düşük, orta ve yüksek gelir düzeyindekiler ile çok düşük gelir düzeyindekiler arasında ve (b) orta ve yüksek gelir düzeyindekiler ile düşük gelir düzeyindekiler arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; (a) düşük, orta ve yüksek gelir düzeyindeki katılımcıların çok düşük gelir düzeyindeki katılımcılara göre ve (b) orta ve yüksek gelir düzeyindeki katılımcıların düşük gelir düzeyindeki katılımcılara göre daha fazla füzyon mutfak yeme eğilimli oldukları söylenebilir.

Tablo 6.16. Gelir Düzeyi Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Gelir Düzeyi	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	p Anlamlılık Düzeyi	Tamhane's T2 Çoklu Karşılaştırma
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Çok Düşük	31	1,5504	,67689	38,491	,000	C, Ç ve D > A C ve Ç > B ve D
	B Düşük	182	1,8774	,71555			
	C Orta	215	2,4826	,56362			
	Ç Yüksek	183	2,4399	,58822			
	D Çok Yüksek	17	2,0809	,31697			
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Çok Düşük	31	3,1290	,30462	9,152	,000	B, C ve Ç > A C ve Ç > B
	B Düşük	182	3,3187	,34638			
	C Orta	215	3,4716	,33192			
	Ç Yüksek	183	3,4623	,48613			
	D Çok Yüksek	17	3,2706	,48575			
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Çok Düşük	31	4,7331	,32179	10,311	,000	A > B, C ve Ç A, B, C ve D > Ç
	B Düşük	182	4,5085	,45369			
	C Orta	215	4,4254	,41310			
	Ç Yüksek	183	4,2961	,45279			
	D Çok Yüksek	17	4,5882	,33881			

*n:628; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: p<0.05

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

Yerel mutfak yeme eğilimliliğinde gelir düzeyine göre farklılıklar; (a) çok düşük gelir düzeyindekiler ile düşük, orta ve yüksek gelir düzeyindekiler arasında ve (b) çok düşük, düşük, orta ve yüksek gelir düzeyindekiler ile çok yüksek gelir düzeyindekiler arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; (a) çok düşük gelir düzeyindeki katılımcıların düşük, orta ve yüksek gelir düzeyindeki katılımcılara göre ve (b) çok düşük, düşük, orta ve yüksek gelir düzeyindeki katılımcıların çok yüksek gelir düzeyindeki katılımcılara göre daha fazla yerel mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

6.3.2. Katılımcıların Seyahat Özellikleri Değişkenlerine Göre Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimleri

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin seyahat özellikleri değişkenlerine göre gastronomik akımlara yönelik tüketim eğilimlerinin karşılaştırılmasına bu başlık altında yer verilmektedir. Bu bağlamda geliştirilen H_{2a} , H_{2b} , H_{2c} , $H_{2ç}$, H_{2d} , H_{2e} , H_{2f} , H_{2g} ve H_{2g} hipotezleri de bu başlık altında sınınanmıştır.

6.3.2.1. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Birlikte Seyahat Etme Durumu Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın H_{2a} hipotezi aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

H_{2a} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri kimlerle (yalnız, aile, arkadaş, tur grubu vb.) seyahat ettiklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin birlikte seyahat etme durumu değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve H_{2a} 'nın testi için ANOVA yapılmıştır. Öncelikle varyansların homojenliğini sınamak üzere *Levene* testi sonuçları incelenmiş ve moleküler mutfak ($p=,000$ ve $p<0,05$) ve yerel mutfak ($p=,001$ ve $p<0,05$) yeme eğilimliliğinin varyanslarının homojen olmadığı görülmüştür. Ancak füzyon mutfak ($p=,362$ ve $p>0,05$) yeme eğilimliliğinin varyansının homojen olduğu tespit edilmiştir. Tablo 6.17'de ANOVA sonuçları incelendiğinde katılımcıların moleküler mutfak ($F:50,014$ ve $p<0,05$), füzyon mutfak ($F:11,694$ ve $p<0,05$) ve yerel mutfak ($F:7,986$ ve $p<0,05$) yeme eğilimlerinin birlikte seyahat etme durumuna göre anlamlı farklılıklar gösterdiği görülmüştür. Buna göre H_{2a} kabul edilmiştir.

Farklılıkların hangi tür seyahat etme durumu arasında olduğunu belirlemek üzere moleküler mutfak ve yerel mutfak yeme eğilimliliği için *Tamhane's T2* istatistiğine, füzyon mutfak yeme eğilimliliği için ise *Tukey HSD* istatistiğine başvurulmuştur (Kalaycı, 2010: 135-145). *Tamhane's T2* istatistiğine göre moleküler mutfak yeme eğilimliliğinde birlikte seyahat etme durumuna göre farklılıklar; (a) tek başına seyahat edenler ile aile, arkadaş ve tur grupları ile seyahat edenler arasında, (b) ailesiyle seyahat edenler ile arkadaşları ve tur grupları ile seyahat edenler arasında ve (c) arkadaşları ile seyahat edenler ile tur grupları ile seyahat edenler arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; (a) tek başına seyahat eden katılımcıların aile, arkadaş ve tur grupları ile seyahat edenlere göre, (b) ailesiyle seyahat eden katılımcıların arkadaşları ve tur grupları ile seyahat eden katılımcılara göre ve (c) arkadaşları ile seyahat eden katılımcıların tur grupları ile seyahat eden katılımcılara göre daha fazla moleküler mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Tablo 6.17. Birlikte Seyahat Etme Durumu Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Birlikte Seyahat Etme Durumu	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	P Anlamlılık Düzeyi	Çoklu Karşılaştırma
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Tek Başına Seyahat Ederim.	168	2,5826	,55580	50,014	,000	<i>Tamhane's T2</i> A > B, C ve Ç B > C ve Ç C > Ç
	B Ailemle Seyahat Ederim.	147	2,3784	,47872			
	C Arkadaşlarımla Seyahat Ederim.	171	2,1875	,71309			
	Ç Tur Grupları İle Seyahat Ederim.	142	1,7452	,69840			
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Tek Başına Seyahat Ederim.	168	3,4655	,41542	11,694	,000	<i>Tukey HSD</i> A, B ve C > Ç
	B Ailemle Seyahat Ederim.	147	3,4850	,38965			
	C Arkadaşlarımla Seyahat Ederim.	171	3,4023	,40322			
	Ç Tur Grupları İle Seyahat Ederim.	142	3,2415	,34172			
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Tek Başına Seyahat Ederim.	168	4,2938	,46854	7,986	,000	<i>Tamhane's T2</i> B, C ve Ç > A
	B Ailemle Seyahat Ederim.	147	4,4805	,34805			
	C Arkadaşlarımla Seyahat Ederim.	171	4,4572	,48940			
	Ç Tur Grupları İle Seyahat Ederim.	142	4,5122	,41320			

*n:628; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: p<0.05

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

Füzyon mutfak yeme eğilimliliğinde birlikte seyahat etme durumuna göre farklılıklar; tek başına, aile ve arkadaşlarıyla seyahat edenler ile tur gruplarıyla seyahat edenler arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; tek başına, aile ve arkadaşlarıyla seyahat eden katılımcıların tur gruplarıyla seyahat eden katılımcılara göre daha fazla füzyon mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Yerel mutfak yeme eğilimliliğinde birlikte seyahat etme durumuna göre farklılıklar; aile, arkadaş ve tur gruplarıyla seyahat edenler ile tek başına seyahat edenler arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; aile, arkadaş ve tur gruplarıyla seyahat eden katılımcıların tek başına seyahat eden katılımcılara göre daha fazla yerel mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

6.3.2.2. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Türkiye'yi Daha Önce Ziyaret Etme Durumu Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın H_{2b} hipotezi aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

H_{2b} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri Türkiye'yi daha önce ziyaret etme durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin Türkiye'yi daha önce ziyaret etme durumu değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve H_{2b} 'nin testi için *t-testi* yapılmıştır. *t-testi* sonuçları Tablo 6.18'de gösterilmektedir.

Tablo 6.18. Türkiye'yi Daha Önce Ziyaret Etme Durumu Değişkenine Göre *t-testi* Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Türkiye'yi Daha Önceden Ziyaret Etme Durumu	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	t Değeri	Serbestlik Derecesi	P Anlamlılık Düzeyi
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	Evet	388	2,1885	,65882	-2,235	466,917	,026
	Hayır	240	2,3177	,73064			
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	Evet	388	3,3863	,35951	-1,196	418,267	,232
	Hayır	240	3,4279	,45813			
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	Evet	388	4,5035	,42183	5,190	477,020	,000
	Hayır	240	4,3148	,45541			

*n:628; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: $p < 0,05$

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısım Katılıyorum Kısım Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

t-testinin uygulanması için gerekli koşullar incelenmiş ve verinin normal dağılım gösterdiği ve sürekli sayısal veri türü özelliği taşıdığı görülmüştür. Ancak varyansların homojenliğini sınamak üzere gerçekleştirilen *Levene* testi sonuçları incelendiğinde; moleküler mutfak yeme eğilimliliğinin ($p = ,035$ ve $p < 0,05$), füzyon mutfak yeme eğilimliliğinin ($p = ,005$ ve $p < 0,05$) ve yerel mutfak yeme eğilimliliğinin ($p = ,002$ ve $p < 0,05$) varyanslarının homojen olmadığı görülmüştür. Bu noktadan hareketle, parametrik analiz yöntemlerinden *t-testi* yapılmış ve katılımcıların moleküler mutfak ($p = ,026$ ve $p < 0,05$) ve yerel mutfak ($p = ,000$ ve $p < 0,05$) yeme eğilimliliklerinin Türkiye'yi daha önceden ziyaret etme durumuna göre anlamlı farklılıklar gösterdiği görülmüştür. Ancak füzyon mutfak ($p = ,232$ ve $p > 0,05$) yeme eğilimliliklerinin Türkiye'yi daha önceden ziyaret etme durumuna göre anlamlı farklılıklar göstermediği tespit edilmiştir. Buna göre H_{2b} kısmen kabul edilmiştir. *t-testi* sonuçları incelendiğinde; Türkiye'yi daha önce ziyaret etmeyen katılımcıların moleküler mutfak yeme eğilimliliklerinin Türkiye'yi daha önce ziyaret eden katılımcılara göre daha fazla olduğu, ayrıca Türkiye'yi daha önce ziyaret eden katılımcıların yerel mutfak yeme eğilimliliklerinin Türkiye'yi daha önce ziyaret etmeyen katılımcılara göre daha fazla olduğu söylenebilir.

6.3.2.3. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Türkiye Hakkında Bilgi Edinilen Kaynak Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın H_{2c} hipotezi aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

H_{2c} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri Türkiye hakkında bilgi edindikleri kaynaklara göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin Türkiye hakkında bilgi edindikleri kaynak değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini

belirlemek ve H_{2c} 'nin testi için ANOVA yapılmıştır. Öncelikle varyansların homojenliğini sınamak üzere *Levene* testi sonuçları incelenmiş ve moleküler mutfak ($p=,000$ ve $p<0,05$), füzyon mutfak ($p=,000$ ve $p<0,05$) ve yerel mutfak ($p=,000$ ve $p<0,05$) yeme eğilimliliklerinin varyanslarının homojen olmadığı görülmüştür. Tablo 6.19'da ANOVA sonuçları incelendiğinde katılımcıların moleküler mutfak ($F:18,836$ ve $p<0,05$), füzyon mutfak ($F:3,698$ ve $p<0,05$) ve yerel mutfak ($F:6,682$ ve $p<0,05$) yeme eğilimlerinin Türkiye hakkında bilgi edinilen kaynak değişkenine göre anlamlı farklılıklar gösterdiği görülmüştür. Buna göre H_{2c} kabul edilmiştir.

Farklılıkların hangi kaynaklar arasında olduğunu belirlemek üzere *Tamhane's T2* istatistiğine başvurulmuştur (Kalaycı, 2010: 145). *Tamhane's T2* istatistiğine göre moleküler mutfak yeme eğilimliliğinde Türkiye hakkında bilgi edinilen kaynak değişkenine göre farklılıklar; akraba ve arkadaş tavsiyesi, Türk Turizm Ofisi, turizm fuarları ve sergileri ile tur operatörü / seyahat acentası, medya (TV, gazete ve dergi) ve internet arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; akraba ve arkadaş tavsiyesi, Türk Turizm Ofisi, turizm fuarları ve sergileri kaynaklarından Türkiye hakkında bilgi edinen katılımcıların tur operatörü / seyahat acentası, medya (TV, gazete ve dergi) ve internet kaynaklarından bilgi edinen katılımcılara göre daha fazla moleküler mutfak yeme eğilimli oldukları söylenebilir.

Füzyon mutfak yeme eğilimliliğinde Türkiye hakkında bilgi edinilen kaynak değişkenine göre farklılıklar; akraba ve arkadaş tavsiyesi ile tur operatörü/seyahat acentası ve internet arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; akraba ve arkadaş tavsiyesi kaynağından Türkiye hakkında bilgi edinen katılımcıların tur operatörü/seyahat acentası ve internet kaynaklarından Türkiye hakkında bilgi edinen katılımcılara göre daha fazla füzyon mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Yerel mutfak yeme eğilimliliğinde Türkiye hakkında bilgi edinilen kaynak değişkenine göre farklılıklar; tur operatörü/seyahat acentası ve internet ile akraba ve arkadaş tavsiyesi arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; tur operatörü/seyahat acentası ve internet kaynağından Türkiye hakkında bilgi edinen katılımcıların akraba ve arkadaş tavsiyesi kaynağından Türkiye hakkında bilgi edinen katılımcılara göre daha fazla yerel mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Tablo 6.19. Türkiye Hakkında Bilgi Edinilen Kaynak Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Türkiye Hakkında Bilgi Edinilen Kaynak	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	p Anlamlılık Düzeyi	Tamhane's T2 Çoklu Karşılaştırma
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Tur Operatörü / Seyahat Acentası	141	2,0855	,71216	18,836	,000	Ç, D ve E > A, B ve C
	B Medya (TV, Gazete ve Dergi)	118	2,0715	,74322			
	C İnternet	205	2,1046	,58426			
	Ç Akraba ve Arkadaş Tavsiyesi	139	2,6358	,59640			
	D Türk Turizm Ofisi	7	2,8750	,31250			
E Turizm Fuarları ve Sergileri	18	2,7188	,47947				
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Tur Operatörü / Seyahat Acentası	141	3,3461	,41654	3,698	,000	Ç > A ve C
	B Medya (TV, Gazete ve Dergi)	118	3,3873	,35144			
	C İnternet	205	3,3610	,31953			
	Ç Akraba ve Arkadaş Tavsiyesi	139	3,5216	,51679			
	D Türk Turizm Ofisi	7	3,4857	,19518			
E Turizm Fuarları ve Sergileri	18	3,4556	,22809				
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Tur Operatörü / Seyahat Acentası	141	4,5222	,39988	6,682	,000	A ve C > Ç
	B Medya (TV, Gazete ve Dergi)	118	4,4253	,46353			
	C İnternet	205	4,4993	,36371			
	Ç Akraba ve Arkadaş Tavsiyesi	139	4,2655	,53066			
	D Türk Turizm Ofisi	7	4,2727	,50343			
E Turizm Fuarları ve Sergileri	18	4,3283	,38461				

*n:628; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: p<0.05

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

6.3.2.4. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Türkiye'yi Ziyaret Etme Amacı Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın H_{2c} hipotezi aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

H_{2c} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri Türkiye'yi ziyaret amaçlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin Türkiye'yi ziyaret etme amaçlarına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve H_{2c} 'nin testi için ANOVA yapılmıştır. Öncelikle varyansların homojenliğini sınamak üzere *Levene* testi sonuçları incelenmiş ve moleküler mutfak (p=,000 ve p<0,05), füzyon mutfak (p=,039 ve p<0,05) ve yerel mutfak (p=,000 ve p<0,05) yeme eğilimliliklerinin varyanslarının homojen olmadığı görülmüştür. Tablo 6.20'de ANOVA sonuçları incelendiğinde katılımcıların moleküler

mutfak (F:40,379 ve $p<0,05$), füzyon mutfak (F:11,985 ve $p<0,05$) ve yerel mutfak (F:6,717 ve $p<0,05$) yeme eğilimlerinin Türkiye'yi ziyaret etme amaçlarına göre anlamlı farklılıklar gösterdiği görülmüştür. Buna göre araştırmanın on beşinci hipotezi (H_{2c}) kabul edilmiştir.

Tablo 6.20. Türkiye'yi Ziyaret Etme Amacı Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Türkiye'yi Ziyaret Etme Amacı	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	p Anlamlılık Düzeyi	Tamhane's T2 Çoklu Karşılaştırma
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Gezi ve Eğlence	197	2,3182	,41256	40,379	,000	A > B C > A, B
	B Kültürel Aktiviteler	220	1,9332	,77046			
	C Diğer**	211	2,4805	,69205			
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Gezi ve Eğlence	197	3,4690	,36338	11,985	,000	A ve C > B
	B Kültürel Aktiviteler	220	3,2982	,37404			
	C Diğer**	211	3,4483	,43756			
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Gezi ve Eğlence	197	4,4878	,34882	6,717	,001	A ve B > C
	B Kültürel Aktiviteler	220	4,4669	,45325			
	C Diğer**	211	4,3417	,49890			

*n:628; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: $p<0,05$

**Diğer: Spor, Sağlık, Akraba ve Arkadaş Ziyareti, Din, Alışveriş, İş, Eğitim, Sığınma

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısım Katılıyorum Kısım Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

Farklılıkların hangi amaçlar arasında olduğunu belirlemek üzere *Tamhane's T2* istatistiğine başvurulmuştur (Kalaycı, 2010: 145). *Tamhane's T2* istatistiğine göre moleküler mutfak yeme eğilimliliğinde Türkiye'yi ziyaret etme amacı değişkenine göre farklılıklar; (a) gezi ve eğlence ile kültürel aktiviteler arasında ve (b) diğer amaçlar ile gezi ve eğlence ve kültürel aktiviteler arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; (a) gezi ve eğlence amacıyla Türkiye'yi ziyaret eden katılımcıların kültürel aktivitelere katılmak amacıyla ziyaret eden katılımcılara göre ve (b) diğer amaçlar ile Türkiye'yi ziyaret eden katılımcıların gezi ve eğlence ve kültürel aktiviteler amacıyla ziyaret eden katılımcılara göre daha fazla moleküler mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Füzyon mutfak yeme eğilimliliğinde Türkiye'yi ziyaret etme amacı değişkenine göre farklılıklar; gezi, eğlence ve diğer amaçlar ile kültürel aktiviteler arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; gezi, eğlence ve diğer amaçlar ile Türkiye'yi ziyaret eden katılımcıların kültürel aktiviteler amacıyla Türkiye'yi ziyaret eden katılımcılara göre daha fazla füzyon mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Yerel mutfak yeme eğilimliliğinde Türkiye'yi ziyaret etme amacı değişkenine göre farklılıklar; gezi ve eğlence, kültürel aktiviteler ile diğer amaçlar arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; gezi ve eğlence, kültürel aktiviteler amacıyla Türkiye'yi ziyaret eden

katılımcıların diğer amaçlarla ziyaret eden katılımcılara göre daha fazla yerel mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

6.3.2.5. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Türkiye Seyahatindeki Ana Destinasyon Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın H_{2d} hipotezi aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

H_{2d} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri Türkiye'ye seyahatlerindeki ana destinasyona göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin Türkiye seyahatindeki ana destinasyona göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve H_{2d} 'nin testi için ANOVA yapılmıştır. Öncelikle varyansların homojenliğini sınamak üzere *Levene* testi sonuçları incelenmiş ve moleküler mutfak ($p=,000$ ve $p<0,05$) ve yerel mutfak ($p=,015$ ve $p<0,05$) yeme eğilimliliklerinin varyanslarının homojen olmadığı görülmüştür. Ancak füzyon mutfak ($p=,274$ ve $p>0,05$) yeme eğilimliliğinin varyansının homojen olduğu tespit edilmiştir. Tablo 6.21'de ANOVA sonuçları incelendiğinde katılımcıların moleküler mutfak ($F:32,218$ ve $p<0,05$), füzyon mutfak ($F:5,159$ ve $p<0,05$) ve yerel mutfak ($F:4,014$ ve $p<0,05$) yeme eğilimlerinin Türkiye ziyaretlerindeki ana destinasyon değişkenine göre anlamlı farklılıklar gösterdiği görülmüştür. Buna göre H_{2d} kabul edilmiştir.

Farklılıkların hangi ana destinasyonlar arasında olduğunu belirlemek üzere moleküler mutfak ve yerel mutfak yeme eğilimliliği için *Tamhane's T2* istatistiğine, füzyon mutfak yeme eğilimliliği için ise *Tukey HSD* istatistiğine başvurulmuştur (Kalaycı, 2010: 135-145). *Tamhane's T2* istatistiğine göre moleküler mutfak yeme eğilimliliğinde ana destinasyona göre farklılıklar; (a) İstanbul ile Kapadokya, İzmir, Pamukkale, Antalya ve Muğla arasında, (b) Antalya ve diğer destinasyonlar ile İzmir arasında, (c) Kapadokya, Antalya, Muğla ve diğer destinasyonlar ile Pamukkale arasında ve (d) Diğer destinasyonlar ile Kapadokya, Antalya ve Muğla arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; (a) ana destinasyonu İstanbul olan katılımcıların ana destinasyonu Kapadokya, İzmir, Pamukkale, Antalya ve Muğla olan katılımcılara göre, (b) ana destinasyonu Antalya ve diğer destinasyonlar olan katılımcıların ana destinasyonu İzmir olan katılımcılara göre, (c) ana destinasyonu Kapadokya, Antalya, Muğla ve diğer destinasyonlar olan katılımcıların ana destinasyonu Pamukkale olan katılımcılara göre ve (d) ana destinasyonu diğer destinasyonlar olan katılımcıların ana destinasyonu Kapadokya, Antalya ve Muğla olan katılımcılara göre daha fazla moleküler mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Tablo 6.21. Türkiye Seyahatindeki Ana Destinasyon Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Türkiye Seyahatindeki Ana Destinasyon	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	P Anlamlılık Düzeyi	Çoklu Karşılaştırma
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Kapadokya	82	2,0221	,69405	32,218	,000	<i>Tamhane's T2</i> B > A, C, Ç, D ve E D ve F > C A, D, E ve F > Ç F > A, D ve E
	B İstanbul	196	2,5702	,49158			
	C İzmir	66	1,8438	,83084			
	Ç Pamukkale	48	1,5521	,58465			
	D Antalya	88	2,2848	,59405			
	E Muğla	76	2,0115	,62272			
F Diğer Destinasyonlar	72	2,5790	,53642				
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Kapadokya	82	3,3293	,39015	5,159	,000	<i>Tukey HSD</i> B > A, C ve Ç
	B İstanbul	196	3,4980	,37389			
	C İzmir	66	3,2864	,35815			
	Ç Pamukkale	48	3,2396	,34378			
	D Antalya	88	3,4364	,42943			
	E Muğla	76	3,3579	,39337			
F Diğer Destinasyonlar	72	3,4444	,45250				
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Kapadokya	82	4,5665	,34144	4,014	,001	<i>Tamhane's T2</i> A > B ve F
	B İstanbul	196	4,3279	,47317			
	C İzmir	66	4,5152	,47260			
	Ç Pamukkale	48	4,4034	,46691			
	D Antalya	88	4,4721	,43737			
	E Muğla	76	4,4892	,46163			
F Diğer Destinasyonlar	72	4,3902	,34808				

*n:628; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: p<0.05

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kismen Katılıyorum Kismen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

Füzyon mutfak yeme eğilimliliğinde ana destinasyona göre farklılıklar; İstanbul ile Kapadokya, İzmir ve Pamukkale arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; ana destinasyonu İstanbul olan katılımcıların ana destinasyonu Kapadokya, İzmir ve Pamukkale olan katılımcılara göre daha fazla füzyon mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Yerel mutfak yeme eğilimliliğinde ana destinasyona göre farklılıklar; Kapadokya ile İstanbul ve diğer destinasyonlar arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; ana destinasyonu Kapadokya olan katılımcılar ile ana destinasyonu İstanbul ve diğer destinasyonlar olan katılımcılara göre daha fazla yerel mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

6.3.2.6. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Toplam Seyahat Süresi Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın H_{2e} hipotezi aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

H_{2e} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri toplam seyahat süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin toplam seyahat süresine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve H_{2e} 'nin testi için ANOVA yapılmıştır. Öncelikle varyansların homojenliğini sınamak üzere *Levene* testi sonuçları

incelenmiş ve moleküler mutfak ($p=,001$ ve $p<0,05$) yeme eğilimliliğinin varyansının homojen olmadığı görülmüştür. Ancak füzyon mutfak ($p=,188$ ve $p>0,05$) ve yerel mutfak ($p=,061$ ve $p>0,05$) yeme eğilimliliklerinin varyanslarının homojen olduğu tespit edilmiştir. Tablo 6.22'de ANOVA sonuçları incelendiğinde katılımcıların moleküler mutfak (F:31,195 ve $p<0,05$), füzyon mutfak (F:5,863 ve $p<0,05$) ve yerel mutfak (F:8,717 ve $p<0,05$) yeme eğilimlerinin toplam seyahat süresine göre anlamlı farklılıklar gösterdiği görülmüştür. Buna göre H_{2e} kabul edilmiştir. Farklılıkların hangi süreler arasında olduğunu belirlemek üzere moleküler mutfak yeme eğilimliliği için *Tamhane's T2* istatistiğine, füzyon mutfak ve yerel mutfak yeme eğilimliliği için ise *Tukey HSD* istatistiğine başvurulmuştur (Kalaycı, 2010: 135-145).

Tablo 6.22. Toplam Seyahat Süresi Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Toplam Seyahat Süresi	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	P Anlamlılık Düzeyi	Çoklu Karşılaştırma	
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	A	5 gün ve daha az	128	2,0771	,66739	31,195	,000	<i>Tamhane's T2</i> D ve E > A, B, C ve Ç C ve Ç > B
	B	6 gün	85	1,7963	,69431			
	C	7 gün	151	2,1051	,57147			
	Ç	8 gün	92	2,2181	,66774			
	D	9-10 gün	87	2,7083	,58883			
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	E	11 gün ve daha fazla	85	2,6971	,50999	5,863	,000	<i>Tukey HSD</i> D > A ve B C ve E > B
	A	5 gün ve daha az	128	3,3516	,39043			
	B	6 gün	85	3,2447	,36823			
	C	7 gün	151	3,4106	,31961			
	Ç	8 gün	92	3,4033	,42516			
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	D	9-10 gün	87	3,5310	,47503	8,717	,000	<i>Tukey HSD</i> A > D B,C ve Ç > D ve E
	E	11 gün ve daha fazla	85	3,4882	,40808			
	A	5 gün ve daha az	128	4,4290	,44681			
	B	6 gün	85	4,5529	,38728			
	C	7 gün	151	4,5280	,39469			
Ç	8 gün	92	4,4852	,44009				
D	9-10 gün	87	4,2372	,45987				
E	11 gün ve daha fazla	85	4,2824	,46904				

*n:628; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: $p<0,05$

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kismen Katılıyorum Kismen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

Tamhane's T2 istatistiğine göre moleküler mutfak yeme eğilimliliğinde toplam seyahat süresine göre farklılıklar; (a) "dokuz-10 gün" ve "11 gün ve daha fazla" ile "beş gün ve daha az", "altı gün", "yedi gün" ve "sekiz gün" arasında, (b) "yedi gün" ve "sekiz gün" ile "altı gün" arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; (a) "dokuz-10 gün" ve "11 gün ve daha fazla" seyahat süresi olan katılımcıların "beş gün ve daha az", "altı gün", "yedi gün" ve "sekiz gün" seyahat süresi olan katılımcılara göre ve (b) "yedi gün" ve "sekiz gün" seyahat süresi olan

katılımcıların "altı gün" seyahat süresi olan katılımcılara göre daha fazla moleküler mutfak yeme eğilimli oldukları söylenebilir.

Füzyon mutfak yeme eğilimliliğinde toplam seyahat süresine göre farklılıklar; (a) "dokuz-10 gün" ile "beş gün ve daha az" ve "altı gün" arasında, (b) "yedi gün" ve "11 gün ve daha fazla" ile "altı gün" arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; (a) "dokuz-10 gün" seyahat süresi olan katılımcıların "beş gün ve daha az" ve "altı gün" seyahat süresi olan katılımcılara göre, (b) "yedi gün" ve "11 gün ve daha fazla" seyahat süresi olan katılımcıların "altı gün" seyahat süresi olan katılımcılara göre daha fazla füzyon mutfak yeme eğilimli oldukları söylenebilir.

Yerel mutfak yeme eğilimliliğinde toplam seyahat süresine göre farklılıklar; (a) "beş gün ve daha az" ile "dokuz-10 gün" arasında, (b) "altı gün", "yedi gün" ve "sekiz gün" ile "dokuz-10 gün" ve "11 gün ve daha fazla" arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; (a) "beş gün ve daha az" seyahat süresi olan katılımcıların "dokuz-10 gün" seyahat süresi olan katılımcılara göre, (b) "altı gün", "yedi gün" ve "sekiz gün" seyahat süresi olan katılımcıların "dokuz-10 gün" ve "11 gün ve daha fazla" seyahat süresi olan katılımcılara göre daha fazla yerel mutfak yeme eğilimli oldukları söylenebilir.

6.3.2.7. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Seyahat Organizasyonu Türü Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın H_{2f} hipotezi aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

H_{2f} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri planladıkları seyahat organizasyonunun türüne göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin seyahat organizasyonu türü değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve H_{2f} 'nin testi için *t-testi* yapılmıştır. *t-testi* sonuçları Tablo 6.23'de gösterilmektedir.

t-testinin uygulanması için gerekli koşullar incelenmiş ve verinin normal dağılım gösterdiği ve sürekli sayısal veri türü özelliği taşıdığı görülmüştür. Ancak varyansların homojenliğini sınamak üzere gerçekleştirilen *Levene* testi sonuçları incelendiğinde; moleküler mutfak yeme eğilimliliğinin ($p=,049$ ve $p<0,05$) ve yerel mutfak yeme eğilimliliğinin ($p=,003$ ve $p<0,05$) varyanslarının homojen olmadığı görülmüştür. Ayrıca füzyon mutfak yeme eğilimliliğinin ($p=,800$ ve $p>0,05$) varyansının homojen olduğu tespit edilmiştir. Bu noktadan hareketle, parametrik analiz yöntemlerinden *t-testi* yapılmış ve katılımcıların moleküler mutfak ($p=,000$ ve $p<0,05$), füzyon mutfak ($p=,000$ ve $p<0,05$) ve yerel mutfak ($p=,000$ ve $p<0,05$) yeme eğilimliliklerinin seyahat organizasyonu türüne göre anlamlı farklılıklar gösterdiği görülmüştür. Buna göre H_{2f} kabul edilmiştir.

Tablo 6.23. Seyahat Organizasyonu Türü Değişkenine Göre *t*-testi Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Seyahat Organizasyonu Türü	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	<i>t</i> Değeri	Serbestlik Derecesi	<i>p</i> Anlamlılık Düzeyi
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimi	Bireysel	396	2,4332	,63985	9,970	482,121	,000
	Paket Tur	232	1,9044	,64266			
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimi	Bireysel	396	3,4518	,40879	4,103	522,017	,000
	Paket Tur	232	3,3177	,37101			
Yerel Mutfak Yeme Eğilimi	Bireysel	396	4,3735	,46755	-4,556	561,151	,000
	Paket Tur	232	4,5302	,38236			

*n:628; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: $p < 0.05$

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

t-testi sonuçları incelendiğinde; seyahat organizasyon türü bireysel olan katılımcıların moleküler mutfak ve füzyon mutfak yeme eğilimliliklerinin seyahat organizasyon türü paket tur olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmüştür. Ayrıca seyahat organizasyon türü paket tur olan katılımcıların yerel mutfak yeme eğilimliliklerinin seyahat organizasyon türü bireysel olan katılımcılara göre daha fazla olduğu söylenebilir.

6.3.2.8. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Seyahat İçin Yapılan Toplam Harcama Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın H_{2g} hipotezi aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

H_{2g} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri seyahatleri için yapmış oldukları toplam harcamalara göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin seyahat için yapılan toplam harcama tutarına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve H_{2g} 'nin testi için ANOVA yapılmıştır. Öncelikle varyansların homojenliğini sınamak üzere *Levene* testi sonuçları incelenmiş ve moleküler mutfak ($p = ,000$ ve $p < 0,05$) yeme eğilimliliğinin varyansının homojen olmadığı görülmüştür. Ancak füzyon mutfak ($p = ,124$ ve $p > 0,05$) ve yerel mutfak ($p = ,400$ ve $p > 0,05$) yeme eğilimliliklerinin varyanslarının homojen olduğu tespit edilmiştir. Tablo 6.24'de ANOVA sonuçları incelendiğinde katılımcıların moleküler mutfak ($F:9,530$ ve $p < 0,05$), füzyon mutfak ($F:2,925$ ve $p < 0,05$) ve yerel mutfak ($F:3,771$ ve $p < 0,05$) yeme eğilimlerinin seyahat için yapılan toplam harcamaya göre anlamlı farklılıklar gösterdiği görülmüştür. Buna göre H_{2g} kabul edilmiştir.

Tablo 6.24. Toplam Harcama Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Gastronomik Akımlar		Toplam Harcama (ABD Doları)	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	p Anlamlılık Düzeyi	Çoklu Karşılaştırma
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	A	500-1500 arası	33	2,1742	,81785	9,530	,000	<i>Tamhane's T2</i> Ç, D, E, F, G ve Ğ > B Ç, D, E ve H > C
	B	1501-3000 arası	184	1,9582	,80960			
	C	3001-4500 arası	98	2,0886	,64078			
	Ç	4501-6000 arası	62	2,4365	,55320			
	D	6001-7500 arası	33	2,4432	,45295			
	E	7501-9000 arası	55	2,4193	,54429			
	F	9001-10500 arası	44	2,3352	,50038			
	G	10501-12000 arası	26	2,4014	,48289			
Ğ	12001 ve üzeri	90	2,5583	,53246				
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	A	500-1500 arası	33	3,4424	,47370	2,925	,003	<i>Tukey HSD</i> Ç > B
	B	1501-3000 arası	184	3,3087	,36037			
	C	3001-4500 arası	98	3,3571	,33706			
	Ç	4501-6000 arası	62	3,4935	,37059			
	D	6001-7500 arası	33	3,4909	,30859			
	E	7501-9000 arası	55	3,4582	,38185			
	F	9001-10500 arası	44	3,5091	,44608			
	G	10501-12000 arası	26	3,3500	,52783			
Ğ	12001 ve üzeri	90	3,4589	,47307				
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	A	500-1500 arası	33	4,4435	,47005	3,771	,000	<i>Tukey HSD</i> B > E ve Ğ
	B	1501-3000 arası	184	4,5563	,43745			
	C	3001-4500 arası	98	4,4193	,41744			
	Ç	4501-6000 arası	62	4,4428	,39932			
	D	6001-7500 arası	33	4,4545	,35136			
	E	7501-9000 arası	55	4,2942	,51987			
	F	9001-10500 arası	44	4,4070	,44815			
	G	10501-12000 arası	26	4,3357	,41283			
Ğ	12001 ve üzeri	90	4,3010	,43899				

*n:625; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: p<0.05

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

Ankete cevap verenlerin moleküler mutfak yeme eğilimlerini ölçmeye yönelik önermelere katılma düzeylerinin düşük olduğu daha önce de belirtilmişti (bkz. Tablo 5.5). Bu doğrultuda, Tablo 6.24'deki değerler incelendiğinde; ankete cevap verenlerin moleküler mutfak yeme eğilimliliğine yönelik önermelere katılma düzeylerinin daha da düşük olduğu görülmektedir. Buradan hareketle moleküler mutfak tüketim eğilimliliğinin harcama düzeyi ile alakalı olduğu söylenebilir.

Ankete cevap veren ziyaretçilerin füzyon mutfak yeme eğilimliliğine yönelik önermelere katılma düzeyleri incelendiğinde; moleküler mutfak yeme eğilimliliğiyle benzer şekilde füzyon mutfak yeme eğilimliliğinin de harcama düzeyi ile alakalı olduğu söylenebilir. Yerel mutfak yeme eğilimliliğine yönelik önermelere katılım düzeyleri incelendiğinde ise; harcama düzeyi düşük olan ziyaretçilerin harcama düzeyi yüksek olan ziyaretçilere göre daha fazla yerel mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir. Ancak, bu konuda kesin bir kanaate varmak için farklı örneklerde başka çalışmaların yapılması faydalı olacaktır.

6.3.2.9. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Yiyecek İçecek Harcamalarının Toplam Seyahat Harcamasına Oranı Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın H_{2g} hipotezi aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

H_{2g} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri seyahatleri süresince yiyecek ve içecek için yapmış oldukları harcamanın toplam harcamaları içerisindeki yüzdesine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin yiyecek içecek harcamalarının toplam seyahat harcamasına oranına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve H_{2g} 'nin testi için ANOVA yapılmıştır. Öncelikle varyansların homojenliğini sınamak üzere *Levene* testi sonuçları incelenmiş ve moleküler mutfak ($p=,000$ ve $p<0,05$) ve füzyon mutfak ($p=,030$ ve $p<0,05$) yeme eğilimliliklerinin varyanslarının homojen olmadığı görülmüştür. Ancak yerel mutfak ($p=,389$ ve $p>0,05$) yeme eğilimliliğinin varyansının homojen olduğu tespit edilmiştir. Tablo 6.25'de ANOVA sonuçları incelendiğinde katılımcıların moleküler mutfak ($F:30,473$ ve $p<0,05$), füzyon mutfak ($F:9,213$ ve $p<0,05$) ve yerel mutfak ($F:4,679$ ve $p<0,05$) yeme eğilimlerinin yiyecek içecek harcamalarının toplam seyahat harcamasına oranına göre anlamlı farklılıklar gösterdiği görülmüştür. Buna göre H_{2g} kabul edilmiştir.

Farklılıkların hangi harcama oranları arasında olduğunu belirlemek üzere moleküler mutfak ve füzyon mutfak yeme eğilimliliği için *Tamhane's T2* istatistiğine, yerel mutfak yeme eğilimliliği için ise *Tukey HSD* istatistiğine başvurulmuştur (Kalaycı, 2010: 135-145). *Tamhane's T2* istatistiğine göre moleküler mutfak yeme eğilimliliğinde yiyecek içecek harcamalarının toplam seyahat harcamasına oranına göre farklılıklar; a) "%20 ve altı" ile "%21 - %25 arası", "%26 ve %30 arası" ve "%31 ve üstü" arasında ve b) "%31 ve üstü" ile "%26 ve %30 arası" arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; a) "%20 ve altı" oranında yiyecek içecek harcaması yapan katılımcıların "%21 - %25 arası", "%26 ve %30 arası" ve "%31 ve üstü" oranlarında yiyecek içecek harcaması yapan katılımcılara göre ve b) "%31 ve üstü" oranında yiyecek içecek harcaması yapan katılımcıların "%26 ve %30 arası" oranında yiyecek içecek harcaması yapan katılımcılara göre daha fazla moleküler mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Füzyon mutfak yeme eğilimliliğinde yiyecek içecek harcamalarının toplam seyahat harcamasına oranına göre farklılıklar; "%20 ve altı" ile "%21 ve %25 arası" ve "%26 ve %30 arası" arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; "%20 ve altı" oranında yiyecek içecek harcaması yapan katılımcıların "%21 ve %25 arası" ve "%26 ve %30 arası" oranlarında yiyecek içecek harcaması yapan katılımcılara göre daha fazla füzyon mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Tablo 6.25. Yiyecek İçecek Harcamalarının Toplam Seyahat Harcamasına Oranı Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Yiyecek İçecek Harcamalarının Toplam Seyahat Harcamasına Oranı		n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	P Anlamlılık Düzeyi	Çoklu Karşılaştırma
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	A	%20 ve altı	191	2,5753	,50505	30,473	,000	<i>Tamhane's T2</i> A > B, C ve Ç Ç > C
	B	%21 ve %25 arası	175	2,1171	,66851			
	C	%26 ve %30 arası	190	1,9724	,75840			
	Ç	%31 ve üstü	69	2,3161	,59292			
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	A	%20 ve altı	191	3,5094	,36029	9,213	,000	<i>Tamhane's T2</i> A > B ve C
	B	%21 ve %25 arası	175	3,3571	,38588			
	C	%26 ve %30 arası	190	3,3137	,41814			
	Ç	%31 ve üstü	69	3,4609	,42848			
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	A	%20 ve altı	191	4,3565	,47558	4,679	,003	<i>Tukey HSD</i> C > A
	B	%21 ve %25 arası	175	4,4644	,44934			
	C	%26 ve %30 arası	190	4,5072	,41245			
	Ç	%31 ve üstü	69	4,3584	,38503			

*n:625; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: $p < 0.05$

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

Tukey HSD istatistiğine göre yerel mutfak yeme eğilimliliğinde yiyecek içecek harcamalarının toplam seyahat harcamasına oranına göre farklılıklar; "%26 ve %30 arası" ile "%20 ve altı" arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; "%26 ve %30 arası" oranında yiyecek içecek harcaması yapan katılımcıların "%20 ve altı" oranında yiyecek içecek harcaması yapan katılımcılara göre daha fazla yerel mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

6.3.3. Katılımcıların Türkiye'deki Yeme-İçme Deneyimlerine Göre Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimleri

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin Türkiye'deki yeme-içme deneyimlerine göre gastronomik akımlara yönelik tüketim eğilimlerinin karşılaştırılmasına bu başlık altında yer verilmektedir. Bu bağlamda geliştirilen AS_{2a} , AS_{2b} ve AS_{2c} araştırma soruları da bu başlık altında sınınmıştır.

6.3.3.1. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Yemek Yenilen Yerin Türü Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın AS_{2a} araştırma sorusu aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

AS_{2a} : Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri yemek yedikleri yerin türüne göre farklılık göstermekte midir?

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin yemek yenilen yerin türüne göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve AS_{2a} 'nın testi için ANOVA yapılmıştır. Öncelikle varyansların homojenliğini sınamak üzere *Levene* testi sonuçları incelenmiş ve moleküler mutfak ($p=,000$ ve $p<0,05$) ile yerel mutfak ($p=,008$ ve $p<0,05$) yeme eğilimliliklerinin varyanslarının homojen olmadığı görülmüştür. Ancak füzyon mutfak ($p=,419$ ve $p>0,05$) yeme eğilimliliğinin varyansının homojen olduğu tespit edilmiştir. Tablo 6.26'da ANOVA sonuçları incelendiğinde katılımcıların moleküler mutfak ($F:62,393$ ve $p<0,05$), füzyon mutfak ($F:14,647$ ve $p<0,05$) ve yerel mutfak ($F:18,440$ ve $p<0,05$) yeme eğilimlerinin yemek yenilen yerin türüne göre anlamlı farklılıklar gösterdiği görülmüştür. Farklılıkların hangi yer türü arasında olduğunu belirlemek üzere moleküler mutfak ve yerel mutfak yeme eğilimliliği için *Tamhane's T2* istatistiğine, füzyon mutfak yeme eğilimliliği için ise *Tukey HSD* istatistiğine başvurulmuştur (Kalaycı, 2010: 135-145).

Tablo 6.26. Yemek Yenilen Yerin Türü Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Yemek Yenilen Yerin Türü		n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	P Anlamlılık Düzeyi	Çoklu Karşılaştırma
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	A	Kaldığım oteldeki restoranlarda	135	1,7426	,71917	62,393	,000	<i>Tamhane's T2</i> B, C ve Ç > A ve D C ve Ç > B
	B	Kaldığım otel dışındaki restoranlarda	213	2,3776	,43371			
	C	Kaldığım otelde kendim hazırlayarak	81	2,7083	,53354			
	Ç	Arkadaşımın evinde	86	2,6781	,51472			
	D	Yol kenarındaki stantlardan	113	1,8938	,72160			
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	A	Kaldığım oteldeki restoranlarda	135	3,2489	,36587	14,647	,000	<i>Tukey HSD</i> B, C ve Ç > A ve D
	B	Kaldığım otel dışındaki restoranlarda	213	3,4563	,35980			
	C	Kaldığım otelde kendim hazırlayarak	81	3,5185	,43160			
	Ç	Arkadaşımın evinde	86	3,5581	,41173			
	D	Yol kenarındaki stantlardan	113	3,2814	,39087			
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	A	Kaldığım oteldeki restoranlarda	135	4,5596	,40441	18,440	,000	<i>Tamhane's T2</i> A > C ve Ç B > C Ç ve D > C
	B	Kaldığım otel dışındaki restoranlarda	213	4,4631	,35584			
	C	Kaldığım otelde kendim hazırlayarak	81	4,1021	,43227			
	Ç	Arkadaşımın evinde	86	4,3340	,46677			
	D	Yol kenarındaki stantlardan	113	4,5286	,50346			

*n:628; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: $p<0,05$

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

Tamhane's T2 istatistiğine göre moleküler mutfak yeme eğilimliliğinde yemek yenilen yerin türüne göre farklılıklar; (a) "kaldığım otel dışındaki restoranlarda", "kaldığım otelde kendim hazırlayarak" ve "arkadaşımın evinde" ile "kaldığım oteldeki restoranlarda" ve "yol kenarındaki stantlardan" arasında ve (b) "kaldığım otelde kendim hazırlayarak" ve "arkadaşımın evinde" ile "kaldığım otel dışındaki restoranlarda" arasındadır.

Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; (a) "kaldığım otel dışındaki restoranlarda", "kaldığım otelde kendim hazırlayarak" ve "arkadaşımın evinde" yanıtlarını veren katılımcıların "kaldığım oteldeki restoranlarda" ve "yol kenarındaki stantlardan" yanıtını veren katılımcılara göre ve (b) "kaldığım otelde kendim hazırlayarak" ve "arkadaşımın evinde" yanıtlarını veren katılımcıların "kaldığım otel dışındaki restoranlarda" yanıtını veren katılımcılara göre daha fazla moleküler mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Füzyon mutfak yeme eğilimliliğinde yemek yenilen yerin türüne göre farklılıklar; "kaldığım otel dışındaki restoranlarda", "kaldığım otelde kendim hazırlayarak" ve "arkadaşımın evinde" ile "kaldığım oteldeki restoranlarda" ve "yol kenarındaki stantlardan" arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; "kaldığım otel dışındaki restoranlarda", "kaldığım otelde kendim hazırlayarak" ve "arkadaşımın evinde" yanıtlarını veren katılımcıların "kaldığım oteldeki restoranlarda" ve "yol kenarındaki stantlardan" yanıtını veren katılımcılara göre daha fazla füzyon mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Yerel mutfak yeme eğilimliliğinde yemek yenilen yerin türüne göre farklılıklar; (a) "kaldığım oteldeki restoranlarda" ile "kaldığım otelde kendim hazırlayarak" ve "arkadaşımın evinde" arasında, (b) "kaldığım otel dışındaki restoranlarda" ile "kaldığım otelde kendim hazırlayarak" arasında ve (c) "arkadaşımın evinde" ve "yol kenarındaki stantlardan" ile "kaldığım otelde kendim hazırlayarak" arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; (a) "kaldığım oteldeki restoranlarda" yanıtını veren katılımcıların "kaldığım otelde kendim hazırlayarak" ve "arkadaşımın evinde" yanıtlarını veren katılımcılara göre, (b) "kaldığım otel dışındaki restoranlarda" yanıtını veren katılımcıların "kaldığım otelde kendim hazırlayarak" yanıtını veren katılımcılara göre ve (c) "arkadaşımın evinde" ve "yol kenarındaki stantlardan" yanıtlarını veren katılımcıların "kaldığım otelde kendim hazırlayarak" yanıtını veren katılımcılara göre daha fazla yerel mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

6.3.3.2. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Yemek Yenilen Restoran Türü Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın AS_{2b} araştırma sorusu aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

AS_{2b}: Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri yemek yedikleri restoranın türüne göre farklılık göstermekte midir?

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin yemek yedikleri restoranın türüne göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve AS_{2b} 'nin testi için ANOVA yapılmıştır. Öncelikle varyansların homojenliğini sınamak üzere *Levene* testi sonuçları incelenmiş ve moleküler mutfak ($p=,000$ ve $p<0,05$) ile füzyon mutfak ($p=,002$ ve $p<0,05$) yeme eğilimliliklerinin varyanslarının homojen olmadığı görülmüştür. Ancak yerel mutfak ($p=,195$ ve $p<0,05$) yeme eğilimliliğinin varyansının homojen olduğu tespit edilmiştir. Tablo 6.27'de ANOVA sonuçları incelendiğinde katılımcıların moleküler mutfak ($F:30,353$ ve $p<0,05$), füzyon mutfak ($F:7,515$ ve $p<0,05$) ve yerel mutfak ($F:7,399$ ve $p<0,05$) yeme eğilimlerinin yemek yenilen restoran türüne göre anlamlı farklılıklar gösterdiği görülmüştür.

Tablo 6.27. Yemek Yenilen Restoran Türü Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Yemek Yenilen Restoran Türü	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	P Anlamlılık Düzeyi	Çoklu Karşılaştırma
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Etnik	134	2,5667	,57227	30,353	,000	<i>Tamhane's T2</i> A ve D > B, C ve Ç Ç > B ve C
	B Hızlı Yemek Restoranı	115	1,9277	,76271			
	C Hızlı Klasik Restoran	111	1,8789	,70873			
	Ç Klasik Restoran	136	2,2197	,57845			
	D Lüks Restoran	132	2,4948	,54656			
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Etnik	134	3,5187	,40060	7,515	,000	<i>Tamhane's T2</i> A > B ve C D > B
	B Hızlı Yemek Restoranı	115	3,2870	,35824			
	C Hızlı Klasik Restoran	111	3,3135	,30256			
	Ç Klasik Restoran	136	3,4037	,35159			
	D Lüks Restoran	132	3,4576	,50253			
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Etnik	134	4,3725	,42536	7,399	,000	<i>Tukey HSD</i> B ve C > A ve D
	B Hızlı Yemek Restoranı	115	4,5478	,45732			
	C Hızlı Klasik Restoran	111	4,5373	,38208			
	Ç Klasik Restoran	136	4,4338	,41134			
	D Lüks Restoran	132	4,2982	,48876			

*n:628; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: $p<0,05$

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısmen Katılmıyorum Kısmen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

Farklılıkların hangi restoran türleri arasında olduğunu belirlemek üzere moleküler mutfak ve füzyon mutfak yeme eğilimliliği için *Tamhane's T2* istatistiğine, yerel mutfak yeme eğilimliliği için ise *Tukey HSD* istatistiğine başvurulmuştur (Kalaycı, 2010: 135-145). *Tamhane's T2* istatistiğine göre moleküler mutfak yeme eğilimliliğinde yemek yenilen restoran türüne göre farklılıklar; (a) etnik ve lüks restoranlar ile hızlı yemek, hızlı klasik ve klasik restoranlar arasında ve (b) klasik restoran ile hızlı yemek ve hızlı klasik restoranlar arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; (a) etnik ve lüks restoranlardan hizmet alan katılımcıların hızlı yemek, hızlı klasik ve klasik restoranlardan hizmet alan katılımcılara göre ve (b) klasik

restoranlardan hizmet alan katılımcıların hızlı yemek ve hızlı klasik restoranlarından hizmet alan katılımcılara göre daha fazla moleküler mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Füzyon mutfak yeme eğilimliliğinde yemek yenilen restoran türüne göre farklılıklar; (a) etnik restoranlar ile hızlı yemek ve hızlı klasik restoranlar arasında ve (b) lüks restoranlar ile hızlı yemek restoranları arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; (a) etnik restoranlardan hizmet alan katılımcıların hızlı yemek ve hızlı klasik restoranlardan hizmet alan katılımcılara göre ve (b) lüks restoranlardan hizmet alan katılımcıların hızlı yemek restoranlarından hizmet alan katılımcılara göre daha fazla füzyon mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Yerel mutfak yeme eğilimliliğinde yemek yenilen restoran türüne göre farklılıklar; hızlı yemek ve hızlı klasik restoranlar ile etnik ve lüks restoranlar arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; hızlı yemek ve hızlı klasik restoranlardan hizmet alan katılımcıların etnik ve lüks restoranlardan hizmet alan katılımcılara göre daha fazla yerel mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

6.3.3.3. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Tüketilen Mutfak Türü Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın AS_{2c} araştırma sorusu aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

AS_{2c}: Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri tükettikleri mutfak türüne göre farklılık göstermekte midir?

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin tüketilen mutfak türüne göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve AS_{2c}'nin testi için ANOVA yapılmıştır. Öncelikle varyansların homojenliğini sınamak üzere *Levene* testi sonuçları incelenmiş ve moleküler mutfak ($p=,000$ ve $p<0,05$) yeme eğilimliliğinin varyansının homojen olmadığı görülmüştür. Ancak füzyon mutfak ($p=,699$ ve $p>0,05$) ve yerel mutfak ($p=,436$ ve $p>0,05$) yeme eğilimliliğinin varyansının homojen olduğu tespit edilmiştir. Tablo 6.28'de ANOVA sonuçları incelendiğinde katılımcıların moleküler mutfak ($F:19,321$ ve $p<0,05$) ve yerel mutfak ($F:4,438$ ve $p<0,05$) yeme eğilimlerinin tüketilen mutfak türüne göre anlamlı farklılıklar gösterdiği görülmüştür. Ancak füzyon mutfak ($F:2,177$ ve $p>0,05$) yeme eğilimlerinin tüketilen mutfak türüne göre anlamlı farklılıklar göstermediği tespit edilmiştir.

Farklılıkların hangi mutfak türleri arasında olduğunu belirlemek üzere moleküler mutfak yeme eğilimliliği için *Tamhane's T2* istatistiğine, yerel mutfak yeme eğilimliliği için ise *Tukey HSD* istatistiğine başvurulmuştur (Kalaycı, 2010: 135-145). *Tamhane's T2* istatistiğine göre moleküler mutfak yeme eğilimliliğinde tüketilen mutfak türüne göre farklılıklar; (a) yerel mutfak ile füzyon mutfak, dünya mutfakları ve hızlı yemek mutfağı arasında, (b) moleküler mutfak ve dünya mutfakları ile füzyon mutfak arasında ve (c) moleküler mutfak ile hızlı yemek

mutfağı arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; (a) yerel mutfak tüketen katılımcıların füzyon mutfak, dünya mutfakları ve hızlı yemek mutfağı tüketen katılımcılara göre, (b) moleküler mutfak ve dünya mutfakları tüketen katılımcıların füzyon mutfak tüketen katılımcılara göre ve (c) moleküler mutfak tüketen katılımcıların hızlı yemek mutfağı tüketen katılımcılara göre daha fazla moleküler mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Tablo 6.28. Tüketilen Mutfak Türü Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Tüketilen Mutfak Türü	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	p Anlamlılık Düzeyi	Çoklu Karşılaştırma
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Yerel Mutfak	206	2,4775	,55573	19,321	,000	<i>Tamhane's T2</i> A > B, Ç ve D C ve Ç > B C > D
	B Füzyon Mutfak	141	1,8883	,69884			
	C Moleküler Mutfak	77	2,4018	,57866			
	Ç Dünya Mutfakları	106	2,2417	,66229			
	D Hızlı Yemek Mutfağı	98	2,1040	,79923			
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Yerel Mutfak	206	3,4592	,43391	2,177	,070	<i>Farklılık Yok</i>
	B Füzyon Mutfak	141	3,3475	,34859			
	C Moleküler Mutfak	77	3,4013	,44233			
	Ç Dünya Mutfakları	106	3,4142	,37732			
	D Hızlı Yemek Mutfağı	98	3,3490	,37478			
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Yerel Mutfak	206	4,3367	,46671	4,438	,002	<i>Tukey HSD</i> B > A
	B Füzyon Mutfak	141	4,5313	,39226			
	C Moleküler Mutfak	77	4,4250	,42164			
	Ç Dünya Mutfakları	106	4,4614	,42598			
	D Hızlı Yemek Mutfağı	98	4,4592	,47109			

*n:628; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: p<0.05

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

Yerel mutfak yeme eğilimliliğinde tüketilen mutfak türüne göre farklılıklar; füzyon mutfak ile yerel mutfak arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; füzyon mutfak tüketen katılımcıların yerel mutfak tüketen katılımcılara göre daha fazla yerel mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

6.3.4. Katılımcıların Türkiye'deki Genel Seyahat Memnuniyet Düzeylerine Göre Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimleri

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin Türkiye'deki genel seyahat memnuniyet düzeylerine göre gastronomik akımlara yönelik tüketim eğilimlerinin karşılaştırılmasına bu başlık altında yer verilmektedir. Bu bağlamda geliştirilen AS_{3a} ve AS_{3b} araştırma soruları da bu başlık altında sınınmıştır.

6.3.4.1. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Türkiye'deki Genel Seyahat Memnuniyet Düzeyi Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın AS_{3a} araştırma sorusu aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

AS_{3a}: Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri genel seyahat memnuniyet düzeylerine göre farklılık göstermekte midir?

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin Türkiye'deki genel seyahat memnuniyet düzeylerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve AS_{3a}'nın testi için ANOVA yapılmıştır. Öncelikle varyansların homojenliğini sınamak üzere *Levene* testi sonuçları incelenmiş ve moleküler mutfak ($p=,000$ ve $p<0,05$) ile yerel mutfak ($p=,000$ ve $p<0,05$) yeme eğilimliliklerinin varyanslarının homojen olmadığı görülmüştür. Ancak füzyon mutfak ($p=,109$ ve $p>0,05$) yeme eğilimliliğinin varyansının homojen olduğu tespit edilmiştir. Tablo 6.29'da ANOVA sonuçları incelendiğinde katılımcıların moleküler mutfak ($F:12,386$ ve $p<0,05$) ve füzyon mutfak ($F:3,663$ ve $p<0,05$) yeme eğilimlerinin Türkiye'deki genel seyahat memnuniyet düzeylerine göre anlamlı farklılıklar gösterdiği görülmüştür. Ancak yerel mutfak ($F:,792$ ve $p>0,05$) yeme eğilimlerinin Türkiye'deki genel seyahat memnuniyet düzeylerine göre anlamlı farklılıklar göstermediği tespit edilmiştir.

Farklılıkların hangi memnuniyet düzeyleri arasında olduğunu belirlemek üzere moleküler mutfak yeme eğilimliliği için *Tamhane's T2* istatistiğine, füzyon mutfak yeme eğilimliliği için ise *Tukey HSD* istatistiğine başvurulmuştur (Kalaycı, 2010: 135-145). *Tamhane's T2* istatistiğine göre moleküler mutfak yeme eğilimliliğinde Türkiye'deki genel seyahat memnuniyet düzeylerine göre farklılıklar; "bir turist destinasyonu olarak Türkiye seyahatinden genel olarak memnunum" ifadesine "katılıyorum" ve "kesinlikle katılıyorum" ile "katılmıyorum" ve "kısmen katılıyorum kısmen katılmıyorum" şeklinde yanıt veren katılımcılar arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; "katılıyorum" ve "kesinlikle katılıyorum" yanıtını veren katılımcıların "katılmıyorum" ve "kısmen katılıyorum kısmen katılmıyorum" yanıtını veren katılımcılara göre daha fazla moleküler mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Füzyon mutfak yeme eğilimliliğinde Türkiye'deki genel seyahat memnuniyet düzeylerine göre farklılıklar; "bir turist destinasyonu olarak Türkiye seyahatinden genel olarak memnunum" ifadesine "kesinlikle katılıyorum" ile "katılmıyorum" ve "kısmen katılıyorum kısmen katılmıyorum" şeklinde yanıt veren katılımcılar arasındadır. Buna göre, ortalamalar incelendiğinde; "kesinlikle katılıyorum" yanıtını veren katılımcıların "katılmıyorum" ve "kısmen katılıyorum kısmen katılmıyorum" yanıtını veren katılımcılara göre daha fazla füzyon mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Tablo 6.29. Türkiye'deki Genel Seyahat Memnuniyet Düzeyleri Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Türkiye'deki Genel Seyahat Memnuniyet Düzeyleri	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	P Anlamlılık Düzeyi	Çoklu Karşılaştırma
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Kesinlikle Katılmıyorum	14	1,9821	,75972	12,386	,000	<i>Tamhane's T2</i> Ç ve D > B ve C
	B Katılmıyorum	59	1,8549	,59230			
	C Kısım Katılıyorum Kısım Katılmıyorum	80	1,9469	,63544			
	Ç Katılıyorum	295	2,3176	,78219			
	D Kesinlikle Katılıyorum	180	2,3819	,45132			
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Kesinlikle Katılmıyorum	14	3,4214	,31908	3,663	,006	<i>Tukey HSD</i> D > B ve C
	B Katılmıyorum	59	3,3000	,42791			
	C Kısım Katılıyorum Kısım Katılmıyorum	80	3,3162	,39792			
	Ç Katılıyorum	295	3,3976	,41718			
	D Kesinlikle Katılıyorum	180	3,4800	,35460			
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Kesinlikle Katılmıyorum	14	4,3766	,48742	,792	,531	<i>Farklılık Yok</i>
	B Katılmıyorum	59	4,4977	,40738			
	C Kısım Katılıyorum Kısım Katılmıyorum	80	4,4830	,41787			
	Ç Katılıyorum	295	4,4157	,49226			
	D Kesinlikle Katılıyorum	180	4,4167	,37623			

*n:628; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: p<0.05

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısım Katılıyorum Kısım Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

6.3.4.2. Gastronomik Akımlara Yönelik Tüketim Eğilimlerinin Türkiye'yi Başkalarına Gastronomik Turist Destinasyonu Olarak Önerme Düzeyi Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın AS_{3b} hipotezi aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

AS_{3b}: Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri Türkiye'yi başkalarına gastronomik turist destinasyonu olarak önerme düzeylerine göre farklılık göstermekte midir?

Ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin Türkiye'yi başkalarına gastronomik turist destinasyonu olarak önerme düzeylerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve AS_{3b}'nin testi için ANOVA yapılmıştır. Öncelikle varyansların homojenliğini sınamak üzere *Levene* testi sonuçları incelenmiş ve moleküler mutfak (p=,000 ve p<0,05) ile yerel mutfak (p=,000 ve p<0,05) yeme eğilimliliklerinin

varyanslarının homojen olmadığı görülmüştür. Buna karşılık, füzyon mutfak ($p=,109$ ve $p>0,05$) yeme eğilimliliğinin varyansının homojen olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 6.30. Türkiye'yi Başkalarına Gastronomik Turist Destinasyonu Olarak Önerme Düzeylerine Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

Gastronomik Akımlar	Türkiye'yi Başkalarına Gastronomik Turist Destinasyonu Olarak Önerme Düzeyleri	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	p Anlamlılık Düzeyi	Çoklu Karşılaştırma
Moleküler Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Kesinlikle Katılmıyorum	6	1,7708	,72421	6,991	,000	<i>Tamhane's T2</i> Ç > B, C ve D
	B Katılmıyorum	49	2,0230	,58515			
	C Kismen Katılıyorum Kismen Katılmıyorum	78	2,0641	,69560			
	Ç Katılıyorum	232	2,4036	,76123			
	D Kesinlikle Katılıyorum	263	2,1939	,60236			
Füzyon Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Kesinlikle Katılmıyorum	6	3,3167	,30605	,470	,758	<i>Farklılık Yok</i>
	B Katılmıyorum	49	3,3878	,43857			
	C Kismen Katılıyorum Kismen Katılmıyorum	78	3,3538	,44187			
	Ç Katılıyorum	232	3,4065	,42650			
	D Kesinlikle Katılıyorum	263	3,4175	,35694			
Yerel Mutfak Yeme Eğilimliliği	A Kesinlikle Katılmıyorum	6	4,5909	,43313	2,115	,077	<i>Farklılık Yok</i>
	B Katılmıyorum	49	4,4045	,41662			
	C Kismen Katılıyorum Kismen Katılmıyorum	78	4,4790	,40594			
	Ç Katılıyorum	232	4,3707	,50826			
	D Kesinlikle Katılıyorum	263	4,4722	,39279			

*n:628; Güven Aralığı: %95; Anlamlılık düzeyi: $p<0,05$

Ölçek Değerleri: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kismen Katılıyorum Kismen Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum.

Tablo 6.30'da ANOVA sonuçları incelendiğinde katılımcıların moleküler mutfak ($F:6,991$ ve $p<0,05$) yeme eğilimlerinin Türkiye'yi başkalarına gastronomik turist destinasyonu olarak önerme düzeylerine göre anlamlı farklılıklar gösterdiği görülmüştür. Ancak füzyon mutfak ($F: ,470$ ve $p>0,05$) ve yerel mutfak ($F: ,077$ ve $p>0,05$) yeme eğilimlerinin Türkiye'yi başkalarına gastronomik turist destinasyonu olarak önerme düzeylerine göre anlamlı farklılıklar göstermediği tespit edilmiştir. Farklılıkların hangi önerme düzeyleri arasında olduğunu belirlemek üzere moleküler mutfak yeme eğilimliliği için *Tamhane's T2* istatistiğine başvurulmuştur (Kalaycı, 2010: 145).

Tamhane's T2 istatistiğine göre moleküler mutfak yeme eğilimliliğinde Türkiye'yi başkalarına gastronomik turist destinasyonu olarak önerme düzeylerine göre farklılıklar; "Türkiye'yi başkalarına gastronomik turist destinasyonu olarak önereceğim." ifadesine "katılıyorum" ile "katılmıyorum", "kismen katılıyorum kismen katılmıyorum" ve "kesinlikle katılıyorum" şeklinde yanıt veren katılımcılar arasındadır. Buna göre, ortalamalar

incelendiğinde; "katılıyorum" yanıtını veren katılımcıların "katılmıyorum", "kısmen katılıyorum kısmen katılmıyorum" ve "kesinlikle katılıyorum" şeklinde yanıt veren katılımcılara göre daha fazla moleküler mutfak yeme eğiliminde oldukları söylenebilir.



7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerini değerlendirmek üzere gerçekleştirilen bu tez çalışmasıyla kuramsal açıdan alan yazındaki boşluğun doldurulmasına katkı sağlanması amaçlanmıştır. Diğer taraftan, mikro düzeyde yiyecek ve içecek işletmeleri sahip ve yöneticilerine makro düzeyde de turizm planlayıcı ve politika belirleyicilere güncel bilgiler ışığında ürün ve tutundurma stratejilerinin belirlenmesine yönelik yol göstermek tezin uygulamaya yönelik başta gelen amacını oluşturmaktadır. Bu amaçlara ulaşmaya yönelik tezin uygulama kısmında olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme tekniği kullanılarak, Türkiye'de herhangi bir destinasyonu ziyaret etmiş ve İstanbul Atatürk Havalimanı Dış Hatlar Terminali'nden tarihleri arasında dönüş yapmakta olan ziyaretçilerden bizzat araştırmacı tarafından yüz yüze ve bırak topla anket teknikleri kullanılarak araştırmanın birincil verileri toplanmıştır.

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin; demografik özellikleri, seyahat özellikleri, Türkiye'deki yeme ve içme deneyimleri ile Türkiye seyahatlerinden genel memnuniyet düzeylerine ilişkin çarpıcı bulgular şu şekilde sırlanabilir. Ziyaretçilerin genel profilleri incelendiğinde; cinsiyet ve yaş dağılımlarının birbirlerine yakın olduğu ve bu ziyaretçilerin ağırlıklı olarak lise mezunu, çeşitli gelir seviyelerinde ücretli olarak çalışan, evli ve çocuk sahibi, Müslüman ve Hristiyan kişilerden oluştuğu söylenebilir. Ziyaretçilerin milliyetleri incelendiğinde; sırasıyla İngiliz, Hindistanlı, Alman, Amerikalı ve Rus oldukları ve toplamda 79 farklı milliyetten ziyaretçinin örneklem grubunda yer aldığı görülmektedir. Ziyaretçilerin yaşadıkları ülkeler incelendiğinde; sırasıyla İngiltere, Hindistan, Almanya, Amerika ve Çin olduğu ve toplamda 80 farklı ülkeden ziyaretçinin örneklem grubunda yer aldığı görülmektedir. Bu anlamda katılımcıların milliyetlerinde olduğu gibi yaşadıkları ülkelerin de dünya geneline yaygın bir perspektifte oldukları söylenebilir. Bu durum bulguların genellenebilirliği açısından önem arz etmektedir, ancak çalışmada kullanılan ve tesadüfi olmayan örnekleme tekniklerinden olan kolayda örnekleme tekniği bunu kısıtlamaktadır. Ziyaretçilerin gezmek, eğlenmek ve kültürel aktivitelere katılmak amacıyla Türkiye'yi ziyaret ettikleri, ana destinasyon olarak İstanbul, Antalya, Kapadokya ve Muğla illerini tercih ettikleri, seyahatlerini yedi gün süreyle sınırlandırdıkları ve bireysel olarak Türkiye'ye geldikleri söylenebilir. Ayrıca, Dünya Turizm Örgütü'nün (2016), istatistiklerine göre 2015 yılında kişi başı harcama tutarı yaklaşık 1062 ABD Doları ve Türkiye İstatistik Kurumu'nun (2016) istatistiklerine göre 2015 yılında kişi başı harcama tutarı 756 ABD Doları iken, bu çalışmada ziyaretçilerin ortalama harcamalarının belirtilen bu ortalama değerlerin oldukça üzerinde olduğu görülmektedir.¹ Bunun sebebinin

¹ Ortalama harcama: 6735 ABD Doları, Standart sapma: 5385,518; Aralık: 500-40.000 ABD Doları.

çalışmanın kültür ve iş amaçlı ziyaretçilerin giriş çıkışlarının yaygın olduğu İstanbul Atatürk Havalimanı'nda yapılmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Ziyaretçilerin Türkiye'deki yeme-içme deneyimlerine ilişkin bulgular incelendiğinde; ziyaretçilerin çeşitli özellikteki restoranlarda, çok çeşitli mutfak türleri deneyimlerine sahip oldukları söylenebilir. Buna ilaveten, ziyaretçilerin memnuniyet düzeyleri incelendiğinde; Türkiye'deki seyahatlerinden genel olarak memnun ayrıldıkları ve Türkiye'yi bir gastronomik destinasyon olarak başkalarına tavsiye edebilecekleri yorumu yapılabilir.

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin demografik özellikleri, seyahat özellikleri, Türkiye'deki yeme-içme deneyimleri ve Türkiye seyahatlerinden genel memnuniyet düzeylerine ilişkin tanımlayıcı bulguların yorumlanmasının ardından, araştırma kapsamında elde edilen diğer bulgular kuramsal açıdan ve uygulamaya yönelik olarak tartışılmaktadır. Ayrıca gelecek araştırmalara yönelik önerilere de ayrı bir başlık altında yer verilmektedir.

Araştırmanın Kuramsal Çıktıları

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen açıklayıcı faktör analizi sonucunda Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri üç boyutta ortaya çıkmıştır. Bu boyutlar; (a) moleküler mutfak yeme eğilimliliği, (b) füzyon mutfak yeme eğilimliliği ve (c) yerel mutfak yeme eğilimliliğidir. Bu sonuç, Karamustafa vd.'nin (2016) çalışmalarındaki faktör yapısını olduğu gibi ortaya koymaktadır. Karamustafa vd.'nin (2016) çalışmasından farklı olarak bu çalışmada; iki madde (Füzyon 8 ve Yerel 1) herhangi bir faktöre yüklenmediğinden dolayı ölçekten çıkarılmış ve sonraki analizler 37 madde üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada, Karamustafa vd.'nin (2016) çalışmasına ilaveten doğrulayıcı faktör analizi de gerçekleştirilmiş, ölçeğin yüksek uyum iyiliği değerleri gösterdiği ve araştırma kapsamında toplanan verinin önerilen modele uygun olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda ölçek maddelerinin boyutlar tarafından doğru açıklandığı ve ölçeğin yapı geçerliliğinin yeniden sağlandığı söylenebilir.

Ziyaretçilerin gastronomik akımlar çerçevesinde gıda tüketim ölçeği ifadelerine katılma düzeylerinin ortalamaları değerlendirildiğinde; moleküler mutfağa yönelik ziyaretçilerin en çok porsiyon büyüklüğü, restoranın hizmet özellikleri ve yiyecekler hakkında bilgi verilip her bir müşterinin önünde ayrı aşçılar tarafından hazırlanması hususlarına önem verdikleri söylenebilir. Füzyon mutfağa yönelik olarak ziyaretçilerin; farklı mutfak kültürlerine ait malzeme ve pişirme yöntemleri kullanılarak hazırlanan sıra dışı kokulara ve tatlara sahip özgün yiyeceklere önem verdikleri yorumu yapılabilir. Ayrıca, yerel mutfağa yönelik olarak ziyaretçilerin; yerel eğlence mekânlarına gitmeye, yerel içecekleri tüketmeye, yerel pazarları ziyaret etmeye, yerel yemek kitapları ve mutfak araç gereçlerini satın almaya önem verdikleri söylenebilir. Ayrıca ifadelere verilen yanıtların ortalamaları incelendiğinde; Türkiye'ye gelen

ziyaretçilerin moleküler mutfak yeme eğilimlerinin düşük seviyede, füzyon mutfak yeme eğilimlerinin orta düzeyde ve yerel mutfak yeme eğilimlerinin yüksek düzeyde oldukları söylenebilir.

Çalışma kapsamında ziyaretçilerin demografik özellikleri ve seyahat özelliklerine ilişkin geliştirilen hipotezler ve kabul durumları EK 9'da gösterilmektedir. Buna göre; 13 hipotezin kabul edildiği ve yedi hipotezin de kısmen kabul edildiği görülmektedir.

Araştırmada Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin; milliyetlerine ve yaşadıkları ülkelere göre (Hofstede, 1981), cinsiyetlerine göre (Kim vd., 2009; Sengel vd., 2015), yaş gruplarına göre (Tse ve Crotts, 2005; Kim vd., 2009), medeni durumlarına göre (Skuras, vd., 2006; Sengel vd., 2015), mensubu oldukları dine göre (Cohen ve Avieli, 2004; Chang vd., 2011; Hassan ve Hall, 2003; Rotkowitz, 2004), çocuk sahibi olma durumlarına göre (Frisvoll vd., 2016), eğitim durumlarına göre (Kim vd., 2009; Pollard vd., 2002; Kivela ve Crotts, 2005; Pliner ve Salvy, 2006; Kim vd., 2009), çalışma durumlarına göre (Barthes, 1975; Chang vd., 2010), gelir düzeylerine göre (Pollard vd., 2002; Pliner ve Salvy, 2006; Kearney, 2010), kimlerle (yalnız, aile, arkadaş, tur grubu vb.) seyahat ettiklerine göre (Kim vd., 2009), Türkiye'yi daha önce ziyaret etme durumlarına göre (Ryu ve Jang, 2006; Mak vd., 2012; Tse ve Crotts, 2005; Barker, 1982), Türkiye hakkında bilgi edindikleri kaynaklara göre (Galloway vd., 2008; Surenkok vd., 2010; Okumuş ve Çetin, 2015), planladıkları seyahat organizasyonunun türüne göre (Mitchell ve Hall, 2003) anlamlı farklılıklar gösterdiği ve bu bulguların alan yazında daha önceden yapılan çalışmaların bulgularını destekler nitelikte olduğu görülmektedir.

Araştırmada Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin Türkiye'yi ziyaret amaçlarına göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgulanmıştır. Dünya Turizm Örgütü'nün (2016) verisine göre 2015 yılında dünya genelinde 1 milyar 186 milyon kişinin turizm faaliyetlerine katıldığı, bu katılımcıların %53'ünün "boş zaman, rekreasyon ve tatil" amaçlı yani "gezme ve eğlenme" amaçlı seyahat ettikleri göz önünde bulundurulduğunda; diğer amaçlarla seyahat eden ziyaretçilere göre dünya genelinde çok büyük oranda ziyaretçinin gastronomik akımlara yönelik eğilimleri olduğu söylenebilir. Ayrıca Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri seyahatleri süresince yiyecek ve içecek için yapmış oldukları harcamanın toplam harcamaları içerisindeki yüzdesine göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgulanmıştır. Bu bağlamda Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nin (2015) Türkiye'nin gastronomi turizmi potansiyelini ortaya koymak amacıyla hazırladığı araştırma raporunda Türkiye'ye gelen turistlerin yeme içme harcamalarının kişi başı 157 ABD Doları olduğu ve turizm gelirlerinin %20-25'inin yeme içmeden elde edildiği belirtilmiştir. Bu noktadan hareketle ziyaretçilerin yiyecek ve içecek için

yapmış oldukları harcamaların Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nin (2015) raporunda belirtilen oranlardan çok daha yüksek oranda harcama yaptıkları söylenebilir.

Son olarak, Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin; yemek yedikleri yerin türüne göre, yemek yedikleri restoranın türüne göre, tükettikleri mutfak türüne göre, genel seyahat memnuniyet düzeylerine göre ve Türkiye'yi başkalarına gastronomik turist destinasyonu olarak önerme düzeylerine göre anlamlı farklılıklar gösterdiği söylenebilir.

Araştırmanın Uygulamaya Yönelik Çıktıları

Türkiye'ye gelen ziyaretçiler örneğinde gerçekleştirilen bu çalışmanın uygulamaya yönelik çıktıları da bulunmaktadır. Bu çalışmada öncelikle turizmde gıda tüketimi konusu ele alınmış ve ardından gastronomik akımlara yer verilmiştir. Bu bağlamda turizm ve yiyecek içecek işletmeleri yöneticilerinin gastronomik akımlar kavramına dikkatleri çekilmiştir. Ayrıca, araştırmanın gerek yiyecek içecek işletmelerine gerekse turizm planlaması bakımından kamu ve özel sektör yöneticilerine sağlıklı veri sunduğu görülmektedir. Turizmde karar alıcı pozisyonda görev alan yetkililerin turistik ürün geliştirme ve tutundurma stratejilerini belirlenmeleri konusunda bu verinin katkılar sağlayabileceği söylenebilir. Bu bağlamda, tez çalışmasından elde edilen bulgulardan hareketle uygulayıcılara yönelik önerilerde bulunmak mümkündür.

Konaklama ve yiyecek içecek işletmeleri yöneticilerinin gerek diğer işletmeler ile aralarında rekabet üstünlüğü sağlamak, gerekse ziyaretçi memnuniyeti sağlamak adına gastronomik akımları takip ederek işletme bünyelerinde bu akımlara yer vermek üzere gerekli düzenlemeleri gerçekleştirmeleri önerilmektedir. Yapılan çalışmalar bir destinasyona ait gastronomik zenginliklerin, turistlerin destinasyon seçim kararlarında en önemli etmenlerden biri olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca dünyanın en iyi restoranlarının menüleri incelendiğinde; moleküler mutfak, füzyon mutfak ve yerel mutfak yemeklerine yer verdikleri görülmüştür. Bu noktadan hareketle, her geçen gün rekabetin arttığı yiyecek içecek sektöründe gastronomik akımların takip edilmesi ve uygulanmasının çok doğru bir karar ve adım olacağı söylenebilir. Ancak bu noktada önemli olan husus; işletme yetkililerin hizmet ettikleri ziyaretçilerin profillerini belirlemeleri olacaktır. Bu bağlamda turizm ve yiyecek içecek işletmeleri yöneticilerine yol gösterici olması bakımından moleküler mutfak, füzyon mutfak ve yerel mutfak yeme eğiliminde olan ziyaretçilerin profilleri şu şekilde ortaya çıkarılabilir.

Moleküler mutfak yeme eğiliminde olan ziyaretçilerin; Amerika, Asya/Okyanusya ve Afrika kıtalarındaki milliyetlerden, 18-59 yaş aralığında, ortaokul ya da üniversite mezunu, orta, yüksek ya da çok yüksek gelire sahip, Müslüman, çocuk sahibi olmayan, evli ya da bekâr erkeklerden oluştuğu söylenebilir. Ayrıca bu ziyaretçilerin; akraba ve arkadaş tavsiyesi, Türk

Turizm Ofisi, turizm fuarları ve sergilerinden bilgi alarak, gezi ve eğlence amacıyla, bireysel olarak seyahatini organize eden ve genellikle seyahati süresinin önemli bir kısmını İstanbul'da geçiren kişiler olduklarını söylemek mümkündür. Son olarak bu ziyaretçilerin; etnik, lüks ve klasik restoranlarda yemek yedikleri ve yerel mutfak, dünya mutfakları ile moleküler mutfak türlerine yönelik deneyime sahip oldukları söylenebilir.

Füzyon mutfak yeme eğiliminde olan ziyaretçilerin Amerika, Asya/Okyanusya ve Afrika kıtalarındaki milliyetlerden, 18-59 yaş aralığında, ücretli çalışan, Müslüman, evli, bekâr ya da dul erkeklerden oluştuğu söylenebilir. Ayrıca bu ziyaretçilerin akraba ve arkadaş tavsiyesiyle, gezi ve eğlence amacıyla, bireysel olarak seyahatini organize eden, genellikle seyahat süresinin büyük bir kısmını İstanbul'da geçiren ve yemeklerini etnik restoranlar ile lüks restoranlarda yiyen kişiler olduğunu söylemek mümkündür.

Yerel mutfak yeme eğiliminde olan ziyaretçilerin Avrupa ve Güneydoğu Asya/Okyanusya kıtalarındaki milliyetlerden, 60 yaş ve üzeri, lise, üniversite mezunu ya da lisansüstü eğitim almış, düşük geliri olan, çocuk sahibi, boşanmış, dul ya da birlikte yaşayan kişilerden oluştuğu söylenebilir. Ayrıca bu ziyaretçilerin; tur operatörü/seyahat acentası ya da internet aracılığı ile bilgi alarak, gezi, eğlence ve kültürel etkinliklere katılma amacıyla, paket tur ile seyahatini organize eden ve genellikle seyahat süresinin önemli bir kısmını Kapadokya'da geçiren kişiler olduklarını söylemek mümkündür. Son olarak bu ziyaretçilerin hızlı yemek ve hızlı klasik restoranlarda yemek yedikleri ve füzyon mutfak türüne ilişkin deneyime sahip oldukları anlaşılmaktadır. Bu kişilerin kendi mutfak kültürlerine yakın yemek arayışı içerisinde olarak füzyon mutfak tükettikleri ve yerel mutfak yeme eğilimi gösterdikleri söylenebilir.

Bu bağlamda, gastronomik akımları takip ederek moleküler mutfak, füzyon mutfak ve yerel mutfak ürünlerine turizm ve yiyecek içecek işletmelerinde yer vermek isteyen yöneticilerin kendi müşteri profillerine yönelik gıda tüketim eğilimlerini inceleyerek ürün geliştirme ve tutundurma stratejilerini bu yönde belirlemeleri önerilmektedir.

Gelecek Araştırmalara Yönelik Öneriler

Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin değerlendirildiği bu araştırmadan yola çıkarak gelecek araştırmalar için çeşitli öneriler belirtilebilir. Öncelikle araştırmada elde edilen sonuçların, araştırmanın sınır ve sınırlılıklarında belirtilen hususlar dikkate alınarak genelleştirilmesi gerektiği göz önünde bulundurulmalı ve özellikle araştırmada olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme tekniğinin kullanılmasından dolayı araştırma sonuçlarının genellenebilirliği bu çerçevede değerlendirilmelidir.

Araştırma kapsamında geliştirilen "gastronomik akımlar çerçevesinde gıda tüketim ölçeği" kullanılarak farklı kültürlerde ve farklı coğrafyalarda yeni araştırmalar yapılabilir. Böyle düşünülmesinin sebebi, farklı kültürlerde ve farklı coğrafyalardaki benzerlikleri/farklılıkları ortaya koyarak kuramsal tartışmalara katkı sağlamak ve uygulamaya yönelik yeni öneriler geliştirmektir.

Daha önce de belirtildiği üzere bu çalışmanın sonuçları İstanbul Atatürk Havalimanı Dış Hatlar Terminali'nden dönüş yapan ziyaretçilerden elde edilen birincil verilerle sınırlıdır. Daha geniş perspektiften ve genellenebilir özelliği daha yüksek olan bilgiye sahip olarak konuyla ilgili bilgi birikimini zenginleştirmek amacıyla gelecekte yapılacak çalışmaların daha büyük evrenlerde ve örneklemelerde gerçekleştirilmesi sonucunda elde edilen sonuçların karşılaştırılmasıyla alan yazına ileri düzeyde katkılar sağlanabilir.

Bu araştırmada ziyaretçilerin moleküler mutfak, füzyon mutfak ve yerel mutfak yeme eğilimleri değerlendirilmiş olup daha sonraki araştırmalarda farklı değişkenler ile korelasyon ve regresyona yönelik çalışmaların da yapılması faydalı olabilecektir.

KAYNAKÇA

- [1]. Akalın, M. (2015), *Örnek açıklamalarıyla sosyal bilimlerde araştırma tekniği-anket*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- [2]. Akdağ, G. (2012). *Otel işletmelerinde entelektüel sermaye ve örgüt performansı ilişkisi: Akdeniz bölgesindeki dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma*. Yayımlanmamış doktora tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- [3]. Akgöl, Y. (2012). *Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- [4]. Akman, M. (1998). *Yabancı turistlerin Türk mutfağından beklentileri, yararlanma durumları ve Türk mutfağına turizme katkısı üzerine bir araştırma*. Yayımlanmamış doktora tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- [5]. Aksoy, M., ve Üner, E. H. (2016). Rafine mutfağın doğuşu ve rafine mutfağı şekillendiren yenilikçi mutfak akımlarının yiyecek içecek işletmelerine etkileri. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(6), 1-17.
- [6]. Albayrak, A. (2013). Farklı milletlerden turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin saptanması üzerine bir çalışma. *Journal of Yaşar University*, 30(8), 5049-5063.
- [7]. Albayrak, A., ve Kızılırmak, İ. (2013, Kayseri). *İnovasyon örneği olarak moleküler mutfağın İstanbul'daki restoran işletmelerinde uygulanmasına yönelik bir araştırma*. 14.Ulusal Turizm Kongresinde sunulan bildiri. Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- [8]. AlertyFerranAdria.com. (2015). Texturas. 15 Aralık 2015 tarihinde <http://www.alertyferranadria.com/eng/texturas-info.html> adresinden alınmıştır.
- [9]. Alicia Gıda ve Bilim Vakfı. (2010). Foundation. 15 Kasım 2016 tarihinde <http://www.alicia.cat/en/alicia/foundation> adresinden alınmıştır.
- [10]. Alpar, R. (2011). *Uygulamalı çok değişkenli istatistiksel yöntemler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [11]. Alpar, R. (2012). *Uygulamalı istatistik ve geçerlik-güvenirlik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [12]. Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri, SPSS Uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- [13]. Amerikan Kimya Derneği. (2010). Royal Society of Chemistry honours leading chef. 15 Kasım 2016 tarihinde <http://www.rsc.org/AboutUs/News/PressReleases/2006/RSCHonoursChef.asp> adresinden alınmıştır.
- [14]. Arboleya, J. C., Olabarrieta, I., Luis-Aduriz, A., Lasa, D., Vergara, J., Sanmartín, E., ve De Marañón, I. M. (2008). From the chef's mind to the dish: how scientific approaches facilitate the creative process. *Food Biophysics*, 3(2), 261-268.

- [15]. Ardabili, F. S., Rasouli, E. H., Daryani, S. M., Molaie, M., ve Sharegi, B. (2011). The role of food and culinary condition in tourism industry. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 9(6), 826-833.
- [16]. Arıkan, R. (2013). *Anketler ve anket soruları*. İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- [17]. Arslan, Ö. (2010). *Yabancı turistlerin yiyecek içecek işletmeleri, personeli ve Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi: Alanya örneği*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- [18]. Au, N., ve Law, R. (2002). Categorical classification of tourism dining. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 819-833.
- [19]. Avcıkurt, C., Sarıoğlu M., ve Girgin G.K. (2007, Antalya). *Yiyecek olgusuna sosyolojik bir bakış*. I. Gastronomi Sempozyumunda sunulan bildiri, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- [20]. Baldwin, D. E. (2012). Sous vide cooking: A review. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 1(1), 15-30.
- [21]. Bağcı Bosi, T. (2014). Gıda katkı maddeleri ve sağlık. (Tayfur M.). *A'dan Z'ye Gıda Katkı Maddeleri* içinde (ss.205-222). Ankara: Detay Yayıncılık.
- [22]. Barbar, R., ve This, H. (2012). Molecular gastronomy in Lebanon. *Journal Of Culinary Science & Technology*, 10(4), 277-293.
- [23]. Barham, P. (2001). Sensuous molecules—molecular gastronomy. *Science of Cooking* içinde (ss. 5-27). Berlin, Heidelberg: Springer.
- [24]. Barham, P., Skibsted, L. H., Bredie, W. L., Bom Frøst, M., Møller, P., Risbo, J. ve Mortensen, L. M. (2010). Molecular gastronomy: a new emerging scientific discipline. *Chemical reviews*, 110(4), 2313-2365.
- [25]. Barham, P. (2013). Physics in the kitchen. *Flavour*, 2(1), 2-5.
- [26]. Barker, J. (1982). *The superhistorians: Makers of our past*. New York: Charles Scribner's.
- [27]. Barthes, R. (1975). *The pleasure of the text*. New York: Macmillan.
- [28]. Bayrakçı, S., ve Akdağ, G. (2016). Yerel yemek tüketim motivasyonlarının turistlerin tekrar ziyaret eğilimlerine etkisi: Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistler üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(1), 96-110.
- [29]. Bayram, N. (2010). *Yapısal eşitlik modellemesine giriş AMOS uygulamaları*. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- [30]. Bessiere, J. (1998). Local development and heritage: traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *European Society for Rural Sociology*, 38(1), 21-34.
- [31]. Bessiere, J., ve Tibere, L. (2013). Traditional food and tourism: French tourist experience and food heritage in rural spaces. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 93(14), 3420-3425.

- [32]. Bingöl, R. (2015). *Restoran işletmeciliği: restoranlar ve lokantalar nasıl yönetilir?*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- [33]. Birgül R. (2010). *Refika'nın mutfağı, cooking new İstanbul style*. İstanbul: Boyut Matbaacılık.
- [34]. Blakey, C. (2012). Consuming place: tourism's gastronomy connection. *University of Hawai'i at Hilo: Hawai'i College of HOHONU*, 10, 51-54.
- [35]. Blanck, J. F. (2007). Molecular gastronomy: Overview of a controversial food science discipline. *Journal of Agricultural & Food Information*, 8(3), 77-85.
- [36]. Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Cambridge: Harvard University Press.
- [37]. Branen, A. L., ve Haggerty, R. J. (1999). *Introduction to food additives*. New York: Marcel Dekker Inc.
- [38]. Brillat-Savarin, J.A. (1971). *The physiology of taste, or, meditations on transcendental gastronomy (First Edition, 1825)*. New York, NY: Alfred A. Knopf.
- [39]. Bucak, T., ve Aracı, Ü. E. (2013). Türkiye'de gastronomi turizmi üzerine genel bir değerlendirme. *Balikesir University Journal of Social Sciences Institute*, 16(30), 203-216.
- [40]. Bucak, T. (2014). Slow food akımı. Özdoğan, O.N. (Edt.); *Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Başarı Hikayeleri* içinde (ss.21-46). Ankara: Detay Yayıncılık.
- [41]. Büyüköztürk, Ş. (2005). Anket geliştirme. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 133-151.
- [42]. Büyüköztürk, Ş. (2011). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı: istatistik, araştırma deseni, spss uygulamaları ve yorum*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- [43]. Can, A., Sünnetçioğlu, S., ve Durlu-Özkaya, F. (2012, Antalya). *Füzyon mutfak uygulamalarının gastronomi turizminin gelişimine katkısı*. 13. Ulusal Turizm Kongresinde sunulan bildiri. Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- [44]. Canadian Tourism Commission. (2002). *Acquiring a taste for cuisine tourism: A product development strategy*. Ottawa: Canadian Tourism Commission.
- [45]. Caporaso, N., ve Formisano, D. (2016). Developments, applications, and trends of molecular gastronomy among food scientists and innovative chefs. *Food Reviews International*, 32(4), 417-435.
- [46]. CERFE Group. (2015). Glocalization. 15 Aralık 2015 tarihinde <http://www.cerfe.org/public/GLOCAL.pdf> adresinden alınmıştır.
- [47]. Chang, R. C., Kivela, J., ve Mak, A. H. (2010). Food preferences of Chinese tourists. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 989-1011.
- [48]. Chang, R. C., Kivela, J., ve Mak, A. H. (2011). Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: When East meets West. *Tourism Management*, 32(2), 307-316.

- [49]. Chefs World. (2015). Molecular gastronomy, healthy or hidden dangers? 15 Aralık 2015 tarihinde http://www.chefsworld.net/chefs_forum3.asp?FTID=e11T#.WCte2fmLSUK adresinden alınmıştır.
- [50]. Church, I. J., ve Parsons, A. L. (2000). The sensory quality of chicken and potato products prepared using cook-chill and sous vide methods. *International Journal Of Food Science & Technology*, 35(2), 155-162.
- [51]. Cohen, E., ve Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755-778.
- [52]. Comrey, A. L., ve Lee, H. B. (1973). *A First Course In Factor Analysis*. New York: Academic Press.
- [53]. Cordon Bleu. (2012). From molecular cuisine to cuisine note to note. 15 Aralık 2015 tarihinde <http://www.cordonbleu.edu/news/confnoteanote2012/en> adresinden alınmıştır.
- [54]. Cooksinfo.com. (2015). Harold McGee. 15 Aralık 2015 tarihinde <http://www.cooksinfo.com/harold-mcgee> adresinden alınmıştır.
- [55]. Cooking Concepts. (2015). Appliances. 15 Aralık 2015 tarihinde <http://www.cookingconcepts.com/en/appliances/> adresinden alınmıştır.
- [56]. Cousins, J., O'Gorman, K., ve Stierand, M. (2010). Molecular gastronomy: cuisine innovation or modern day alchemy?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(3), 399-415.
- [57]. Curtis, K. R., Cowee, M. W., Havercamp, M., Morris, R., ve Gatzke, H. (2008). Marketing local foods to gourmet restaurants: A multi-method assessment. *Journal of Extension*, 46(6), 16-24.
- [58]. Curtis, K. R., ve Cowee, M. W. (2009). Direct marketing local food to chefs: Chef preferences and perceived obstacles. *Journal Of Food Distribution Research*, 40(2), 26-36.
- [59]. Çavuşgil, B., ve D. Küçükaltan (2009, Mersin). *Yeni bir kavram olarak küre-yerelleşme ve turizm*. 10. Ulusal Turizm Kongresinde sunulan bildiri. Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Mersin.
- [60]. Çela, A., Knowles-Lankford, J., ve Lankford, S. (2007). Local food festivals in Northeast Iowa communities: A visitor and economic impact study. *Managing Leisure*, 12(2-3), 171-186.
- [61]. Çelik, H. E., ve Yılmaz, V. (2013). *LISREL 9.1 ile yapısal eşitlik modellemesi*. İstanbul: Anı Yayınları.
- [62]. Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., ve Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve LISREL uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.
- [63]. DeVellis, R. F. (2014). *Ölçek geliştirme: kuram ve uygulamalar (T. Totan)*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- [64]. De Solier, I. (2010). Liquid nitrogen pistachios: Molecular gastronomy, elBulli and foodies. *European Journal of Cultural Studies*, 13(2), 155-170.

- [65]. Díaz, P., Nieto, G., Garrido, M. D., ve Bañón, S. (2008). Microbial, physical-chemical and sensory spoilage during the refrigerated storage of cooked pork loin processed by the sous vide method. *Meat Science*, 80(2), 287-292.
- [66]. Díaz, P., Nieto, G., Bañón, S., ve Garrido, M. D. (2009). Determination of shelf life of sous vide salmon (*Salmo salar*) based on sensory attributes. *Journal Of Food Science*, 74(8), 371-376.
- [67]. Díaz, P., Garrido, M. D., ve Bañón, S. (2010). The effects of packaging method (vacuum pouch vs. plastic tray) on spoilage in a cook-chill pork-based dish kept under refrigeration. *Meat Science*, 84(3), 538-544.
- [68]. Dredge, D., ve Jenkins, J. (2003). Destination place identity and regional tourism policy. *Tourism Geographies*, 5(4), 383-407.
- [69]. Doğdubay, M., Girgin G. K., ve Giritlioğlu İ. (2007, İzmir). *Yiyecek-içecek endüstrisinde bir pazarlama stratejisi olarak ürün geliştirme çalışması (füzyon mutfak uygulaması)*. I. Çeşme Ulusal Turizm Sempozyumunda sunulan bildiri. Ege Üniversitesi, İzmir.
- [70]. Doğdubay, M., ve Saatçi, G. (2014). *Menü mühendisliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [71]. Dotsenko, V., Arpul, O., Usatyuk E., ve Dudkina, E. (2012). Spherification as a prospective technique of product production at restaurants. *Technical Sciences*, 20(65), 62-66.
- [72]. Du Rand, G. E., Heath, E., ve Alberts, N. (2003). The role of local and regional food in destination marketing: a South African situation analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3-4), 97-112.
- [73]. Du Rand, G. E., ve Heath, E. (2006). Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 206-234.
- [74]. Durlu-Özkaya, F. (2009). Türk mutfağında zeytinyağı. Göğüş F., Özkaya M.T., ve Ötleş S. (Edt.), *Zeytinyağı* içinde (s.252-263). Ankara: Eflatun Yayınevi.
- [75]. Dünya Gıda Dergisi. (2016). Sous vide tekniği ile pişirmek. 17 Mayıs 2016 tarihinde <http://www.dunyagida.com.tr/kose-yazisi/sous-vide-teknigi-ile-pisirmek/1252> adresinden alınmıştır.
- [76]. Dünya Turizm Örgütü. (2016). UNWTO tourism highlights, 2016 Edition. 16.11.2016 tarihinde <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418145> adresinden alınmıştır.
- [77]. Edwards-Stuart, R. (2012). Molecular gastronomy in the UK. *Journal of Culinary Science & Technology*, 10(2), 97-105.
- [78]. Ekşi, A. (2014). Başlıca gıda katkıları ve kullanma amaçları. Tayfur, M. (Edt.), *A'dan Z'ye Gıda Katkı Maddeleri* içinde (s.1-18). Ankara: Detay Yayıncılık.
- [79]. ElBulli Vakfı. (2015). Elbulli foundation. 15 Aralık 2015 tarihinde <http://elbullifoundation.com/elbf2/home/> adresinden alınmıştır.

- [80]. Emekli, G., İbrahimov, A., ve Soykan, F. (2006). Turizmde küreselleşmeye coğrafi yaklaşımlar ve Türkiye. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15(1-2), 1-16.
- [81]. Enright, M. J., ve Newton, J. (2005). Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pacific: comprehensiveness and universality. *Journal of Travel Research*, 43(4), 339-350.
- [82]. Erdem, B., Dogdubay, M., ve Sarioglan, M. (2012). The relationship between product innovation and fusion cuisine in food and beverage establishments: A discussion on Turkish cuisine. Zainal, A., Radzi, S.M., Hashim, R., Chik C.T., ve Abu, R. (Eds.), *Current Issues in Hospitality and Tourism: Research and Innovations* içinde (s. 213-218). Netherlands: CRC Press/Balkema.
- [83]. Eren, S. (2007, Antalya). *Türk mutfağı ve HACCP sistemi; mutfak profesyonellerinin HACCP BAK bilgilerinin ölçülmesi*. I. Ulusal Gastronomi Sempozyumunda sunulan bildiri, Akdeniz Üniversitesi, Antalya
- [84]. Erkuş, A. (2012). *Psikolojide ölçme ve ölçek geliştirme*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- [85]. Exquisite Taste Dergisi. (2015). The history of fusion cuisine. 15 Aralık 2015 tarihinde <http://www.exquisite-taste-magazine.com/all-editions/may-july-2015/east-meet-west/the-history-of-fusion-cuisine.html> adresinden alınmıştır.
- [86]. Evangelista, M.T. (2015). Fusion cooking. 15 Aralık 2015 tarihinde <http://www.slideshare.net/martianne21/fusion-cuisine> adresinden alınmıştır.
- [87]. Farrer, J. (2010). Eating the West and beating the rest: culinary occidentalism and urban soft power in Asia's global food cities. *Globalization, Food and Social Identities in the Pacific Region*, 75-104.
- [88]. Fernandez-Armesto F. (2002). *Near a thousand tables: a history of food*, New York: Free Press.
- [89]. Fernandez-Armesto F. (2012). Modern techniques in kitchen chemistry. Garlough R.B., ve Campbell A. (Eds.). *Modern Garde Manger: A Global Perspective* içinde (s. 47-69). New York: Delmar Cengage Learning.
- [90]. Feldmann, C., ve Hamm, U. (2015). Consumers' perceptions and preferences for local food: A review. *Food Quality and Preference*, 40, 152-164.
- [91]. Fields, K. (2002). Demand for the gastronomy tourism product: Motivational factors. Hjalager, A. M., ve Richards, G. (Eds.). *Tourism and Gastronomy* içinde (s. 36-50). UK: Routledge.
- [92]. Financial Times Gazetesi. (2015). World's top restaurant to shut for two years. 15 Aralık 2016 tarihinde <https://www.ft.com/content/8c748a08-0ae5-11df-8a26-00144feabdc0> adresinden alınmıştır.
- [93]. Fischler, C. (1988). Food, self and identity. *Social Science Information*, 27(2), 275-292.
- [94]. Fiszman, B., Varela, P., ve Fiszman, S. (2013). How does the science of physical and sensory properties contribute to gastronomy and culinary art?. *Journal of Culinary Science & Technology*, 11(1), 96-109.

- [95]. Fox, R. (2007). Reinventing the gastronomic identity of Croatian tourist destinations. *International Journal of Hospitality Management*, 26(3), 546-559.
- [96]. Frisvoll, S., Forbord, M., ve Blekesaune, A. (2016). An empirical investigation of tourists' consumption of local food in rural tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 16(1), 76-93.
- [97]. Furetière, A., Basnage, J., ve de Beauval, J. B. (1708). *Dictionnaire universel, contenant generalement tous les mots François, tant vieux que modernes & les termes des sciences et des arts*. France.
- [98]. Furst, T., Connors, M., Bisogni, C. A., Sobal, J., ve Falk, L. W. (1996). Food choice: a conceptual model of the process. *Appetite*, 26(3), 247-266.
- [99]. Galloway, G., Mitchell, R., Getz, D., Crouch, G., ve Ong, B. (2008). Sensation seeking and the prediction of attitudes and behaviours of wine tourists. *Tourism Management*, 29(5), 950-966.
- [100]. García-Segovia, P., Garrido, M. D., Vercet, A., Arboleya, J. C., Fiszman, S., Martínez-Monzo, J., ve Ruiz, J. (2014). Molecular gastronomy in Spain. *Journal of Culinary Science & Technology*, 12(4), 279-293.
- [101]. Garlough R.B., ve Campbell A. (2012). *Modern garde manger: A global perspective*. New York: Delmar Cengage Learning.
- [102]. Garson, G. D. (2002). *Guide to writing empirical papers, theses and dissertations*. New York: Marcel Decker.
- [103]. Genç, R. (2014). *Uluslararası otel ve restoran yönetimi (İlkeler, kavramlar, uluslararası kaide ve kurallar)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [104]. George, D., ve Mallery, P. (2010). *SPSS for Windows, step by step: A simple guide and reference*. Boston, MA: Allynand Bacon.
- [105]. Gioffre, R. (2010). *Alışkanlıkları değiştiren tarif: füzyon*, İstanbul: Boyut Yayın Grubu.
- [106]. Gillespie, C., ve Cousins, J. A. (2001). *European gastronomy into the 21st century*. Burlington: Butterworth-Heinemann.
- [107]. Goldstein, D. (2005). Fusing culture, fusing cuisine, *Gastronomica*, 5(4), 1.
- [108]. Gök, İ. (2012). Moleküler mutfak. 15 Kasım 2016 tarihinde <http://foodinlife.com.tr/makale/511> adresinden alınmıştır.
- [109]. Güzel, G. (2009). Gastronomi ve inovasyon. *İz Atılım Üniversitesi Dergisi*, 8, 28-29.
- [110]. Gourmetfood. (2015). Biography of chef Ferran Adria. 15 Aralık 2015 tarihinde <http://gourmetfood.about.com/od/chefbiographi2/p/ferranadriabio.htm> adresinden alınmıştır.
- [111]. Grant, J. S., ve Davis, L. L. (1997). Selection and use of content experts for instrument development. *Research in Nursing & Health*, 20(3), 269-274.

- [112]. Green, G. P., ve Dougherty, M. L. (2008). Localizing linkages for food and tourism: Culinary tourism as a community development strategy. *Community Development*, 39(3), 148-158.
- [113]. Gregoire, M. B., ve Strohbehn, C. (2002). Benefits and obstacles to purchasing food from local growers and producers. *Journal of Child Nutrition & Management*, 26(1), 1-7.
- [114]. Gregoire, M. B., Arendt, S. W., ve Strohbehn, C. (2005). Iowa producers' perceived benefits and obstacles in marketing to local restaurants and institutional foodservice operations. *Journal of Extension*, 43(1), 1RIB1.
- [115]. Guan, J., ve Jones, D. L. (2015). The contribution of local cuisine to destination attractiveness: An analysis involving Chinese tourists' heterogeneous preferences. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(4), 416-434.
- [116]. Gürsoy, D. (2013). *Yiyelim içelim, tarihini bilelim-dünden bugüne gastronomi*, İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- [117]. Habing, B. (2003). *Exploratory factor analysis*. University of South Carolina.
- [118]. Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., ve Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis*. NY: Prentice Hall International.
- [119]. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., ve Anderson, R. E. (2005). *Multivariate data analysis: A global perspective*. Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- [120]. Hall, C. M., ve Mitchell, R. (2000). Wine tourism in the Mediterranean: A tool for restructuring and development. *Thunderbird International Business Review*, 42(4), 445-465.
- [121]. Hall, M., ve Mitchell, R. (2002a). Tourism as a force for gastronomic globalization and localization. Hjalager, A.M., ve Richards, G. (Eds.) *Tourism and Gastronomy* içinde (ss. 71-90). Burlington: Butterworth-Heinemann.
- [122]. Hall, M., ve Mitchell, R. (2002b). The changing nature of the relationship between cuisine and tourism in Australia and New Zealand: From fusion cuisine to food networks. Hjalager, A.M., ve Richards, G. (Eds.) *Tourism and Gastronomy* içinde (s. 186-207). Burlington: Butterworth-Heinemann.
- [123]. Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. ve Cambourne, B. (2003). *Food tourism around the world: Development, management and markets*. Netherlands: Elsevier Ltd.
- [124]. Hall, C. M., ve Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., ve Cambourne, B. (Eds.). *Food Tourism Around The World* içinde (ss. 1-24). London: Butterworth Heinemann.
- [125]. Hall, C. M., Mitchell, R., Scott, D., ve Sharples, L. (2008). The authentic market experience of farmers' markets. Hall, C. M., ve Sharples, L. (Eds.). *Food and Wine Festivals and Events Around The World: Development, Management and Markets* içinde (ss.197-231). Burlington: Butterworth-Heinemann.

- [126]. Hall, C. M., ve Sharples, L. (2008). *Food and wine festivals and events around the world: Development, management and markets*. UK: Routledge.
- [127]. Hanford Sentinel. (2015). Imperial dynasty chef Richard Wing dies. 15 Aralık 2015 tarihinde http://hanfordsentinel.com/news/local/imperial-dynasty-chef-richard-wing-dies/article_c4cc7df6-d336-11df-8bba-001cc4c03286.html adresinden alınmıştır.
- [128]. 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.
- [129]. Harrington, R. J., ve Ottenbacher, M. C. (2010). Culinary tourism—A case study of the gastronomic capital. *Journal of Culinary Science & Technology*, 8(1), 14-32.
- [130]. Hassan, M. W., ve Hall, C. M. (2003). The demand for halal food among Muslim travellers in New Zealand. Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., ve Cambourne, B. (Eds.). *Food Tourism Around The World* içinde (ss. 81-101). London: Butterworth Heinemann.
- [131]. Hill, B. (2009). *Molecular gastronomy research and experience*. Victoria: International Specialize Skill Institute Inc.
- [132]. Hjalager, A. M. (2003). What do tourists eat and why? Towards a sociology of gastronomy and tourism. *Tourism (Zagreb)*, 52(2), 195-201.
- [133]. Hofstede, G. (1981). Culture and organizations. *International Studies of Management & Organization*, 10(4), 15-41.
- [134]. Holland, M. A., ve McCool, A. C. (1994). Cross-cultural cuisine: Long-term trend or short-lived fad. *Hospitality Review*, 12(1), 17-30.
- [135]. Hong Kong Turizm Kurulu. (2015). Hong Kong tea culture. 15 Aralık 2015 tarihinde <http://www.discoverhongkong.com/eng/dining/tea-hongkong.html> adresinden alınmıştır.
- [136]. Horng, J. S., ve Tsai, C. T. S. (2012). Culinary tourism strategic development: An Asia-Pacific perspective. *International Journal of Tourism Research*, 14(1), 40-55.
- [137]. Hotellerie-Restauration. (2015). Note by note mutfağı. 15 Aralık 2015 tarihinde <http://www.lhotellerie-restauration.fr/journal/recette/2012-09/La-Cuisine-note-a-note-a-son-livre.htm> adresinden alınmıştır.
- [138]. Hu, Y., ve Ritchie, J. B. (1993). Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach. *Journal of Travel Research*, 32(2), 25-34.
- [139]. Ignatov, E., ve Smith, S. (2006). Segmenting Canadian culinary tourists. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 235-255.
- [140]. Indaga-Research. (2015). Indaga-research. 15 Aralık 2015 tarihinde <http://indaga-research.com/> adresinden alınmıştır.
- [141]. Inman, J. J. (2001). The role of sensory-specific satiety in attribute-level variety seeking. *Journal Of Consumer Research*, 28(1), 105-120.

- [142]. Inwood, S. M., Sharp, J. S., Moore, R. H., ve Stinner, D. H. (2009). Restaurants, chefs and local foods: insights drawn from application of a diffusion of innovation framework. *Agriculture and Human Values*, 26(3), 177-191.
- [143]. Ivanovic, S. (2003). *Kuharstvo*. Zagreb: Školska Knjiga.
- [144]. Ivanovic, S., Mikinac, K., ve Perman, L. (2011). Molecular gastronomy in function of scientific implementation in practice. *UTMS Journal of Economics*, 2(2), 139-150.
- [145]. İlhan, M., ve Çetin, B. (2014). LISREL ve AMOS programları kullanılarak gerçekleştirilen yapısal eşitlik modeli (YEM) analizlerine ilişkin sonuçların karşılaştırılması. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 5(2), 26-42.
- [146]. İstanbullu Dinçer, F.F., Çakmak, T.F., Küçükali, S., ve Cor C. (2015). Turizmin uluslararası boyutu. Akova, O., Kızıllırmak, İ. ve Tanrıverdi, H. (Edt.). *Turizm İşletmeciliği Temel Kavramlar ve Uygulamalar* içinde (ss. 27-57). Ankara: Detay Yayıncılık.
- [147]. Joseph, B. (1801). *La gastronomie ou l'homme des champs à table*. Paris: Imprimerie Giguet.
- [148]. Kahn, B. E. (1995). Consumer variety-seeking among goods and services: An integrative review. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2(3), 139-148.
- [149]. Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*, Ankara: Asil Yayınları.
- [150]. Kang, S., ve Rajagopal, L. (2014). Perceptions of benefits and challenges of purchasing local foods among hotel industry decision makers. *Journal of Foodservice Business Research*, 17(4), 301-322.
- [151]. Karamustafa K., ve Biçkes M. (2003). Kredi kartı sahip ve kullanıcılarının kredi kartı kullanımlarını değerlendirmeye yönelik Nevşehir ilinde yapılan bir araştırma. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 91-113.
- [152]. Karamustafa, K., Birdir K., ve Kılıçhan, R. (2016). Gastronomik akımlar çerçevesinde gıda tüketim ölçeği. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 29-69.
- [153]. Karluk, R. (1998). *Uluslararası ekonomik, mali ve siyasi kuruluşlar*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- [154]. Karasar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- [155]. Kearney, J. (2010). Food consumption trends and drivers. *Philosophical Transactions Of The Royal Society: Biological Sciences*, 365(1554), 2793-2807.
- [156]. Keller, T., Benno, J., Lee, C., ve Rouxel, S. (2008). *Cooking sous vide*. New York, USA: Artisan.
- [157]. Kırım, A. (2005). Füzyon mutfağı nedir? Bize ne kadar uyar? 15 Kasım 2016 tarihinde <http://www.hurriyet.com.tr/fuzyon-mutfagi-nedir-bize-ne-kadar-uyar-326530> adresinden alınmıştır.

- [158]. Kırım, A. (2006). Mutfakta innovasyon ve sihirbazlık. 15 Kasım 2016 tarihinde <http://www.hurriyet.com.tr/mutfakta-innovasyon-ve-sihirbazlik-5463966> adresinden alınmıştır.
- [159]. Kızılırmak, İ., ve Albayrak, A. (2013, Kayseri). *İnovasyon örneği olarak moleküler mutfağın İstanbul'daki restoran işletmelerinde uygulanmasına yönelik bir araştırma*. 14. Ulusal Turizm Kongresinde sunulan bildiri, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- [160]. Kim, Y. G., ve Eves, A. (2012). Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food. *Tourism Management*, 33(6), 1458-1467.
- [161]. Kim, Y. G., Eves, A., ve Scarles, C. (2009). Building a model of local food consumption on trips and holidays: a grounded theory approach. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 423-431.
- [162]. Kim, Y. G., Eves, A., ve Scarles, C. (2013). Empirical verification of a conceptual model of local food consumption at a tourist destination. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 484-489.
- [163]. Kline, P. (1994). *An easy guide to factor analysis*. UK: Routledge.
- [164]. Kivela, J., ve Crofts, J. C. (2005). Gastronomy tourism: A meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science and Technology*, 4(2-3), 39-55.
- [165]. 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.
- [166]. Kivela, J. J., ve Crofts, J. C. (2009). Understanding travelers' experiences of gastronomy through etymology and narration. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 33(2), 161-192.
- [167]. Kozak, M. A., ve Güçlü, H. (2003). Turizm işletmelerinde değişim yönetimi üzerine kavramsal bir inceleme. *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 5(1).
- [168]. Kozak, M. (2014). *Bilimsel araştırma: tasarım, yazım ve yayım teknikleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- [169]. Kroger, M. (2006). Editorial: What's all this we hear about molecular gastronomy?. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 5(3), 48-50.
- [170]. Kozak, N. (2014). *Turizm pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [171]. Kurti, N., ve This, H. (1994). Chemistry and physics in the kitchen. *Scientific American*, 270(4), 44-51.
- [172]. Lang, T. (1999). The complexities of globalization: The UK as a case study of tensions within the food system and the challenge to food policy. *Agriculture and Human Values*, 16(2), 169-185.
- [173]. Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity 1. *Personnel Psychology*, 28(4), 563-575.
- [174]. Lersch, M. (2010). *Texture—a hydrocolloid recipe collection*. California: Creative Common

- [175]. Long, L. M. (2004). *Culinary tourism*. Lexington: The University Press of Kentucky.
- [176]. Mak, A. H., Lumbers, M., ve Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 171-196.
- [177]. Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A., ve Chang, R. C. (2012). Factors influencing tourist food consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 928-936.
- [178]. March, R. (1997). Diversity in Asian outbound travel industries: A comparison between Indonesia, Thailand, Taiwan, South Korea and Japan. *International Journal of Hospitality Management*, 16(2), 231-238.
- [179]. Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370.
- [180]. McGartland., Berg-Weger, M., Tebb, S. S., Lee, E. S., ve Rauch, S. (2003). Objectifying content validity: conducting a content validity study in social work research. *Social Work Research*, 27(2), 94-104.
- [181]. McIntosh, R.W., Goeldner, C.R., ve Ritchie, J.R. (1995). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. Chichester: John Wiley.
- [182]. McKercher, B., Okumuş, F., ve Okumuş, B. (2008). Food tourism as a viable market segment: it's all how you cook the numbers!. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(2), 137-148.
- [183]. Meiselman, H. L., Mastroianni, G., ve Buller, M. Edwards, J. (1999). Longitudinal measurement of three eating behavior scales during a period of change. *Food Quality and Preference*, 10, 1-8.
- [184]. Meler, M., ve Cerovic, Z. (2003). Food marketing in the function of tourist product development. *British Food Journal*, 105(3), 175-192.
- [185]. Meydan, C. H., ve Şeşen, H. (2015). *Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [186]. Mielby, L. H., ve Frøst, M. B. (2010). Expectations and surprise in a molecular gastronomic meal. *Food Quality and Preference*, 21(2), 213-224.
- [187]. Mil, B. (2009, Antalya). *Yemek pişirmeden gastronomiye uzanan bakış açısıyla küreselleşen yemek*. III. Ulusal Gastronomi Sempozyumunda sunulan bildiri. Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- [188]. Mitchell, R., ve Hall, C. M. (2003). Consuming tourists: Food tourism consumer behaviour. Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., ve Cambourne, B. (Eds.). *Food Tourism Around The World* içinde (ss. 60-80). Burlington: Butterworth Heinemann.
- [189]. Molecular Recipes. (2016). Moleküler recipes. 19 Şubat 2016 tarihinde <http://www.molecularrecipes.com/molecular-gastronomy-restaurants-molecular-mixology-bars/> adresinden alınmıştır.
- [190]. Molz, J. G. (2007). Eating difference the cosmopolitan mobilities of culinary tourism. *Space and Culture*, 10(1), 77-93.

- [191]. Murphy, K. R., ve Davidshofer, C. O. (1988). *Psychological testing. principles, and applications*. USA: Pearson.
- [192]. Murphy, J. P. (2010). *Molecular mixology: the new frontier for cocktails*. Dublin: Jemma Publications Ltd.
- [193]. Myhrvold, N., Young, C., ve Bilet, M., (2011). *Modernist cuisine: the art and science of cooking*. Bellevue, WA: The Cooking Lab.
- [194]. Nakip, M. (2006). *Pazarlama araştırmaları teknikler ve (SPSS destekli) uygulamalar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- [195]. Neumann, N., Raad, R., Ciobanu, M., Budeyri, S., ve Schmidt, T. (2015). Alimentary experiments: how science got into our kitchens. *Journal of Management and Innovation*, 1(2), 64-94.
- [196]. New York Times Gazetesi. (2015). Ferran Adrià feeds the hungry mind. 17 Kasım 2016 tarihinde <http://www.nytimes.com/2015/01/04/business/ferran-adria-the-former-el-bulli-chef-is-now-serving-up-creative-inquiry.html> adresinden alınmıştır.
- [197]. Nie, C., ve Zepeda, L. (2011). Lifestyle segmentation of US food shoppers to examine organic and local food consumption. *Appetite*, 57(1), 28-37.
- [198]. Nield, K., Kozak, M., ve LeGrys, G. (2000). The role of food service in tourist satisfaction. *Hospitality Management*, 19(4), 375-384.
- [199]. Nieto, G., Estrada, M., Jordán, M. J., Garrido, M. D., ve Bañón, S. (2011). Effects in ewe diet of rosemary by-product on lipid oxidation and the eating quality of cooked lamb under retail display conditions. *Food Chemistry*, 124(4), 1423-1429.
- [200]. Obermiller, C. (1985). Varieties of mere exposure: The effects of processing style and repetition on affective response. *Journal of Consumer Research*, 12(1), 17-30.
- [201]. Okumuş, B., Okumuş, F., ve McKercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*, 28(1), 253-261.
- [202]. Okumuş, F., Kock, G., Scantlebury, M. M., ve Okumuş, B. (2013). Using local cuisines when promoting small Caribbean Island destinations. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(4), 410-429.
- [203]. Okumuş, B., ve Çetin, G. (2015, Las Vegas). *Using local food in Istanbul's marketing as a tourist destination*. International Interdisciplinary Business-Economics Advancement Conference'da sunulan bildiri. Las Vegas.
- [204]. Onozaka, Y., Nurse, G., ve McFadden, D. T. (2010). Local food consumers: How motivations and perceptions translate to buying behavior. *Choices*, 25(1), 1-6.

- [205]. Oosterveer, P. (2006). Globalization and sustainable consumption of shrimp: consumers and governance in the global space of flows. *International Journal of Consumer Studies*, 30(5), 465-476.
- [206]. Özdamar, K. (2016). *Ölçek ve test geliştirme yapısal eşitlik modellemesi*. Eskişehir: Nisan Kitabevi.
- [207]. Özdemir, B. (2010). Dışarıda yemek yeme olgusu: kuramsal bir model önerisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 218-232.
- [208]. Özdemir B., Yılmaz G., Çalışkan O., ve Aydın A. (2015, Çanakkale). Şeflerin yerel yiyeceğe ilişkin algılamaları ile yerel yiyecek satın alma niyetleri arasındaki ilişki. 16. Ulusal Turizm Kongresinde sunulan bildiri. Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- [209]. Özdoğan, O.N. (2014). *Yiyecek İçecek endüstrisinde trendler: kavramlar, yaklaşımlar ve başarı hikayeleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [210]. Özdoğan, O. N., Özdoğan, Y., ve Tütüncü, S. (2014). Fast food akımı. Özdoğan, O.N. (Edt.). *Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Başarı Hikayeleri* içinde (ss. 1-20). Ankara: Detay Yayıncılık.
- [211]. Pakman, V. (2014). Dünyanın ilk "Füzyon Mutfağı" Osmanlı'nın saray mutfağıdır. 15 Kasım 2016 tarihinde <http://www.vasfipakman.com/dunyanin-ilk-fuzyon-mutfagi-osmanlinin-saray-mutfagidir/> adresinden alınmıştır.
- [212]. Pamay, C., ve Üstün, Z. G. (2009). *Amerikan Psikoloji Derneği yazım kılavuzu*. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- [213]. Phillips, W. J., Asperin, A., ve Wolfe, K. (2013). Investigating the effect of country image and subjective knowledge on attitudes and behaviors: US upper midwesterners' intentions to consume Korean food and visit Korea. *International Journal of Hospitality Management*, 32, 49-58.
- [214]. Piqueras-Fiszman, B., Alcaide, J., Roura, E., ve Spence, C. (2012). Is it the plate or is it the food? Assessing the influence of the color (black or white) and shape of the plate on the perception of the food placed on it. *Food Quality and Preference*, 24(1), 205-208.
- [215]. Piqueras-Fiszman, B., ve Spence, C. (2012). The weight of the bottle as a possible extrinsic cue with which to estimate the price (and quality) of the wine? Observed correlations. *Food Quality and Preference*, 25(1), 41-45.
- [216]. Pizam, A., ve Sussmann, S. (1995). Does nationality affect tourist behavior? *Annals of Tourism Research*, 22(4), 901-917.
- [217]. Pliner, P., ve Salvy, S. (2006). Food neophobia in humans. Shepherd, R., ve Raats, M. (Eds.) *The Psychology of Food Choice* içinde (ss. 75-92), London: British Library.

- [218]. Prescott, J., Young, O., O'Neill, L., Yau, N. J. N., ve Stevens, R. (2002). Motives for food choice: a comparison of consumers from Japan, Taiwan, Malaysia and New Zealand. *Food Quality and Preference*, 13(7), 489-495.
- [219]. Polit, D. F., ve Beck, C. T. (2006). The content validity index: Are you sure you know what's being reported? Critique and recommendations. *Research in Nursing and Health*, 29(5), 489-497.
- [220]. Pollard, J., Kirk, S. L., ve Cade, J. E. (2002). Factors affecting food choice in relation to fruit and vegetable intake: A review. *Nutrition Research Reviews*, 15(2), 373-387.
- [221]. Quan, S., ve Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25(3), 297-305.
- [222]. Ram, U. (2004). Glocommodification: How the global consumes the local-McDonald's in Israel. *Current Sociology*, 52(1), 11-31.
- [223]. Ratner, R. K., Kahn, B. E., ve Kahneman, D. (1999). Choosing less-preferred experiences for the sake of variety. *Journal of Consumer Research*, 26(1), 1-15.
- [224]. Remington, M., ve Yüksel, A. (1998). Tourist satisfaction and food service experience: results and implications of an empirical investigation. *Anatolia*, 9(1), 37-57.
- [225]. Richards, G. (2002). Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption. Hjalager, A.M., ve Richards, G. (Eds.) *Tourism and Gastronomy* içinde (ss. 2-20). Burlington: Butterworth-Heinemann.
- [226]. Richards, G., ve Hjalager, A. M. (2002). *Tourism and gastronomy*. UK: Routledge.
- [227]. Risbo, J., Mouritsen, O. G., Frøst, M. B., Evans, J. D., ve Reade, B. (2013). Culinary science in Denmark: molecular gastronomy and beyond. *Journal of Culinary Science & Technology*, 11(2), 111-130.
- [228]. Ritchey, P. N., Frank, R. A., Hursti, U. K., ve Tuorila, H. (2003). Validation and crossnational comparison of the food neophobia scale (FNS) using confirmatory factor analysis. *Appetite*, 40(2), 163-173.
- [229]. Ritzer, G. (1983). The "McDonaldization" of society. *Journal of American Culture*, 6(1), 100-107.
- [230]. Robertson, R. (1995). Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity. *Global Modernities*, 2, 25-45.
- [231]. Robinson, W. I. (2007). Theories of globalization. *The Blackwell Companion to Globalization*, 125-143.
- [232]. Roldán, M., Antequera, T., Martín, A., Mayoral, A. I., ve Ruiz, J. (2013). Effect of different temperature-time combinations on physicochemical, microbiological, textural and structural features of sous-vide cooked lamb loins. *Meat Science*, 93(3), 572-578.

- [233]. Roldan, M., Antequera, T., Armenteros, M., ve Ruiz, J. (2014). Effect of different temperature-time combinations on lipid and protein oxidation of sous-vide cooked lamb loins. *Food Chemistry*, 149, 129-136.
- [234]. Roosth, S. (2013). Of foams and formalisms: Scientific expertise and craft practice in molecular gastronomy. *American Anthropologist*, 115(1), 4-16.
- [235]. Rotkowitz, M. (2004). Kashering the Melting pot: oreos, sushi restaurants,'kosher treif,'and the observant American jew. *Culinary Tourism*, 157-185.
- [236]. Roudot, A. C. (2004). Food science and consumer taste. *Gastronomica*, 4(1), 41-46.
- [237]. Rowat, A. C. (2013). The molecules we eat: food as a medium to communicate science. *Flavour*, 2(1), 1-4.
- [238]. Rozin, P. (2006). The integration of biological, social, cultural and psychological influences on food choice. *Frontiers in Nutritional Science*, 3, 19-39.
- [239]. Ruiz, J., Calvarro, J., Sánchez del Pulgar, J., ve Roldán, M. (2013). Science and technology for new culinary techniques. *Journal of Culinary Science & Technology*, 11(1), 66-79.
- [240]. Ryu, K., ve Han, H. (2010). Predicting tourists' intention to try local cuisine using a modified theory of reasoned action: The case of New Orleans. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(5), 491-506.
- [241]. Ryu, K., ve Jang, S. S. (2006). Intention to experience local cuisine in a travel destination: The modified theory of reasoned action. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(4), 507-516.
- [242]. Salazar, N. B. (2005). Tourism and glocalization "local" tour guiding. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 628-646.
- [243]. Sánchez del Pulgar, J., Gázquez, A., ve Ruiz, J. (2012). Chemical, textural and histological features of sous-vide cooked pork meat as influenced by vacuum, cooking temperature and cooking time. *Meat Science*, 90, 828-835.
- [244]. Sánchez del Pulgar, J., Roldan, M., ve Ruiz, J. (2013). Volatile compounds profile of sous-vide cooked pork cheeks as affected by cooking conditions (vacuum packaging, temperature and time). *Molecules*, 18(10), 12538-12547.
- [245]. Sanchez-Canizares, S. M., ve Lopez-Guzman, T. (2012). Gastronomy as a tourism resource: Profile of the culinary tourist. *Current Issues in Tourism*, 15(3), 229-245.
- [246]. Sandıkçı, M. ve Çelik, S. (2007, Antalya). *Füzyon mutfak uygulamaları ve misafir memnuniyeti açısından önemi*. 1. Ulusal Gastronomi Sempozyumunda sunulan bildiri. Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- [247]. Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International Journal of Hospitality Management*, 23(1), 15-24.
- [248]. Santich, B. (2007). *Hospitality and gastronomy: Natural allies*. London: Elsevier.

- [249]. Saruşık, M. ve Hatipoğlu, A. (2009). *Türkiye’de yiyecek içecek sektörünün gelişimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [250]. Sarioğlu, M. (2014). Fusion cuisine education and its relation with molecular gastronomy education (comparative course content analysis). *International Journal on New Trends in Education & Their Implications (IJONTE)*, 5(3), 64-70.
- [251]. Scarpato, R. (2002). Gastronomy as a tourist product: The perspective of gastronomy studies. Hjalager, A., M., ve Richards, G. (Eds). *Tourism and Gastronomy* içinde (s. 51-70). Burlington: Butterworth-Heinemann.
- [252]. Scarpato, R., ve Daniele, R. (2003). New global cuisine: Tourism, authenticity and sense of place in postmodern gastronomy. Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., ve Cambourne, B. (Eds.). *Food Tourism Around The World* içinde (s.296-313).London: Butterworth Heinemann.
- [253]. Schellekens, M. (1996). New research issues in sous-vide cooking. *Trends in Food Science & Technology*, 7(8), 256-262.
- [254]. Schenkelaars, E., Klompmaeker, I., ve Laar, T. (2010). Molecular gastronomy: Science in the kitchen. 15 Kasım 2016 tarihinde <http://betavak-nlt.nl/downloads/english/Moleculair-Gastronomy-manual.pdf/> adresinden alınmıştır.
- [255]. Scherer, R. F., Luther, D. C., Wiebe, F. A., ve Adams, J. S. (1988). Dimensionality of coping: Factor stability using the ways of coping questionnaire. *Psychological Reports*, 62(3), 763-770.
- [256]. Schwartz, M. (2011). *Chefs' perceptions of local food, networking and culinary identity*. Canada: Wilfrid Laurier University.
- [257]. Selwood, J. (2003). The lure of food: Food as an attraction in destination marketing in Manitoba, Canada. Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., ve Cambourne, B. (Eds.). *Food Tourism Around The World* içinde (s.178-191).London: Butterworth Heinemann.
- [258]. Sengel, T., Karagoz, A., Cetin, G., Dincer, F. I., Ertugral, S. M., ve Balık, M. (2015). Tourists' approach to local food. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 429-437.
- [259]. Seo, S., Kim, O. Y., Oh, S., ve Yun, N. (2013). Influence of informational and experiential familiarity on image of local foods. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 295-308.
- [260]. Seo, S., Yun, N., ve Kim, O. Y. (2014). Destination food image and intention to eat destination foods: a view from Korea. *Current Issues in Tourism*, 1-22.
- [261]. Sharma, A., Gregoire, M. B., ve Strohbahn, C. (2009). Assessing costs of using local foods in independent restaurants. *Journal of Foodservice Business Research*, 12(1), 55-71.
- [262]. Sharma, A., Moon, J., ve Strohbahn, C. (2014). Restaurant's decision to purchase local foods: Influence of value chain activities. *International Journal of Hospitality Management*, 39, 130-143.

- [263]. Sheldon, P. J., ve Fox, M. (1988). The role of foodservice in vacation choice and experience: a cross-cultural analysis. *Journal of Travel Research*, 27(2), 9-15.
- [264]. Shenoy, S. S. (2005). *Food tourism and the culinary tourist*. Unpublished master thesis, A thesis presented to Graduate School of Clemson University, South Carolina.
- [265]. Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.
- [266]. Sims, R. (2010). Putting place on the menu: The negotiation of locality in UK food tourism, from production to consumption. *Journal of Rural Studies*, 26(2), 105-115.
- [267]. Skuras, D., Dimara, E., ve Petrou, A. (2006). Rural tourism and visitors' expenditures for local food products. *Regional Studies*, 40(7), 769-779.
- [268]. Slavkin, H. C. (1999). Toward 'molecular gastronomy,' or what's in a taste?. *The Journal of the American Dental Association*, 130(10), 1497-1500.
- [269]. Sokolov, R. A. (1991). *Why we eat what we eat: how the encounter between the New World and the Old changed the way everyone on the planet eats*. New York: Summit.
- [270]. Spang, R. (2007). *Restoranın icadı: Paris ve modern gastronomi kültürü*. Ankara: Dost Kitabevi.
- [271]. Sparks, B., Bowen, J., ve Klag, S. (2003). Restaurants and the tourist market. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(1), 6-13.
- [272]. Spence, C., Harrar, V., ve Piqueras-Fiszman, B. (2012). Assessing the impact of the tableware and other contextual variables on multisensory flavour perception. *Flavour*, 1(1), 1-12.
- [273]. Starchefs. (2015). Chef Heston Blumenthal of the Fat Duck - biography. 15 Kasım 2016 tarihinde <https://www.starchefs.com/cook/chefs/bio/heston-blumenthal> adresinden alınmıştır.
- [274]. Starr, A., Card, A., Benepe, C., Auld, G., Lamm, D., Smith, K., ve Wilken, K. (2003). Sustaining local agriculture barriers and opportunities to direct marketing between farms and restaurants in Colorado. *Agriculture and Human Values*, 20(3), 301-321.
- [275]. Stein, L. J., Nagai, H., Nakagawa, M., ve Beauchamp, G. K. (2003). Effects of repeated exposure and health-related information on hedonic evaluation and acceptance of a bitter beverage. *Appetite*, 40(2), 119-129.
- [276]. Strazburg Üniversitesi Canal 2. (2015). Note by note cuisine. 15 Aralık 2015 tarihinde <http://archives-canal2.u-strasbg.fr/video.asp?idVideo=13476&voir=oui> adresinden alınmıştır.
- [277]. Strohbehn, C. H., ve Gregoire, M. B. (2003). *Institutional and commercial food service buyers' perceptions of benefits and obstacles to purchase locally grown and processed foods*. IOWA State University: Leopold Center Completed Grant Reports.

- [278]. Su, C. S., ve Horng, J. S. (2012). *Recent developments in research and future directions of culinary tourism: A review*. INTECH Open Access Publisher.
- [279]. Surenkok, A., Baggio, R., ve Corigliano, M. A. (2010). Gastronomy and tourism in Turkey: The role of ICTs. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 567-578.
- [280]. Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal eşitlik modellemesine giriş: Temel ilkeler ve LISREL uygulamaları*. Ankara: Ekinoks.
- [281]. Tavşancıl, E. (2010). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- [282]. Tayfur, M. (2014). *A'dan Z'ye Gıda katkı maddeleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [283]. Telfer, D. J., ve Wall, G. (1996). Linkages between tourism and food production. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 635-653.
- [284]. Telfer, D. J., ve Wall, G. (2000). Strengthening backward economic linkages: Local food purchasing by three Indonesian hotels. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 2(4), 421-447.
- [285]. The Guardian Gazetesi. (2015). El Bulli chef to launch cultural foundation. 15 Kasım 2016 tarihinde <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2013/may/22/ferran-adria-el-bulli-foundation> adresinden alınmıştır.
- [286]. The Worlds 50 Best Restaurants. (2015). Dünyanın en iyi 50 restoranı. 15 Aralık 2015 tarihinde www.theworlds50best.com adresinden alınmıştır.
- [287]. Thilmany, D., Bond, C. A., ve Bond, J. K. (2008). Going local: Exploring consumer behavior and motivations for direct food purchases. *American Journal of Agricultural Economics*, 90(5), 1303-1309.
- [288]. This, H., ve Kurti, N. (1994). Physics and chemistry in the kitchen. *Scientific American*, 270, 44-50.
- [289]. This, H. (1995). *La gastronomie moléculaire et physique*. Ph.D. dissertation theses. University of Paris VI. France.
- [290]. This, H. (2002). Molecular gastronomy. *Angewandte Chemie International Edition*, 41(1), 83-88.
- [291]. This, H. (2005a). *Molecular gastronomy: Exploring the science of flavor*. Columbia University Press.
- [292]. This, H. (2005b). Molecular gastronomy. *Nature Materials*, 4(1), 5-7.
- [293]. This, H. (2005c). Modelling dishes and exploring culinary 'precisions': the two issues of molecular gastronomy. *British Journal of Nutrition*, 93(1), 139-146.
- [294]. This, H. (2006). Food for tomorrow?. *EMBO Reports*, 7(11), 1062-1066.
- [295]. This, H. (2009a). Twenty years of molecular gastronomy. *The Japan Society of Cookery Science*, 42(2), 79-85.

- [296]. This, H. (2009b). Molecular gastronomy: A scientific look at cooking. *Accounts of Chemical Research*, 42(5), 575-583.
- [297]. This, H. (2009c). Molecular gastronomy and note by note cookery. 15 Kasım 2016 tarihinde http://www.jsps-bonn.de/fileadmin/veranstaltungen/2010_Abstract_This.pdf adresinden alınmıştır.
- [298]. This, H. (2009d). *Building a meal: from molecular gastronomy to culinary constructivism*. Columbia University Press.
- [299]. This, H., ve Rutledge, D. (2009). Analytical methods for molecular gastronomy. *Analytical and Bioanalytical Chemistry*, 394(3), 659-661.
- [300]. This, H. (2011). Molecular gastronomy in France. *Journal of Culinary Science & Technology*, 9(3), 140-149.
- [301]. This, H. (2013). Molecular gastronomy is a scientific discipline, and note by note cuisine is the next culinary trend. *Flavour*, 2(1), 1.
- [302]. This, H. (2014). *Note-by-note cooking: The future of food*. Columbia University Press.
- [303]. Toksöz, D., ve Aras, S. (2016). Turistlerin seyahat motivasyonlarında yöresel mutfağın rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 174-189.
- [304]. Tomlinson, J. (2007). Globalization and cultural analysis. *Globalization Theory: Approaches and Controversies*, 4, 148.
- [305]. Torres, R. (2002). Toward a better understanding of tourism and agriculture linkages in the Yucatan: tourist food consumption and preferences. *Tourism Geographies*, 4(3), 282-306.
- [306]. Torres, R. (2003). Linkages between tourism and agriculture in Mexico. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 546-566.
- [307]. Travel Michelin. (2015). Michelin-starred chef Grant Achatz. 15 Kasım 2016 tarihinde <https://guide.michelin.com/hk/en/international-chef-showcase-curtis-duffy-of-chicago-s-three-michelin-starred-grace> adresinden alınmıştır.
- [308]. Tsai, C. T. S. (2016). Memorable tourist experiences and place attachment when consuming local food. *International Journal of Tourism Research*, 18, 536-548.
- [309]. Tse, P., ve Crotts, J. C. (2005). Antecedents of novelty seeking: International visitors' propensity to experiment across Hong Kong's culinary traditions. *Tourism Management*, 26(6), 965-968.
- [310]. Türk Dil Kurumu. (2015). Büyük Türkçe sözlük. 15 Kasım 2016 tarihinde http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts adresinden alınmıştır.
- [311]. Türkiye İstatistik Kurumu. (2016). Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin geliş amacı. 15 Kasım 2016 tarihinde <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=74&locale=tr> adresinden alınmıştır.

- [312]. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. (2015). Gastronomi turizmi raporu. 15 Kasım 2016 tarihinde http://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf adresinden alınmıştır.
- [313]. Tüzünkan, D., ve Albayrak, A. (2015). Research about molecular cuisine application as an innovation example in İstanbul restaurants. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 446-452.
- [314]. Ural A., ve Kılıç İ. (2011). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [315]. Uriely, N. (2005). The tourist experience: Conceptual developments. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 199-216.
- [316]. USA Today Gazetesi. (2015). Chef Grant Achatz wins top James Beard award. 15 Kasım 2016 tarihinde http://usatoday30.usatoday.com/life/lifestyle/2008-06-08-achatz-james-beard-chef_N.htm adresinden alınmıştır.
- [317]. Uyar, H., ve Zengin B. (2015). Gastronomi turizminin alternatif turizm çeşidi olarak değerlendirilmesi bağlamında gastronomi turizm indeksinin oluşturulması. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(17), 355-376.
- [318]. Van der Linden, E., McClements, D. J., ve Ubbink, J. (2008). Molecular gastronomy: a food fad or an interface for science-based cooking?. *Food Biophysics*, 3(2), 246-254.
- [319]. Van Der Linden, E. (2013). Integration of gastronomy and physics for innovation. *Flavour*, 2(1), 1-3.
- [320]. Vega, C. ve Ubbink, J. (2008). Molecular gastronomy: A food fad or science supporting innovative cuisine?. *Trends in Food Science & Technology*, 19(7), 372-382.
- [321]. Vega, C., Ubbink, J., ve Van der Linden, E. (2012). *The kitchen as laboratory: Reflections on the science of food and cooking*. Columbia University Press.
- [322]. Wadolowska, L., Babicz-Zielinska, E., ve Czarnocinska, J. (2008). Food choice models and their relation with food preferences and eating frequency in the Polish population: POFPRES study. *Food Policy*, 33(2), 122-134.
- [323]. Walker, R.L. (1976). Social survey techniques: A note on the 'Drop and Collect' Method. *Area*, 8(4), 284-288.
- [324]. Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370.
- [325]. Weatherell, C., Tregear, A., ve Allinson, J. (2003). In search of the concerned consumer: UK public perceptions of food, farming and buying local. *Journal of Rural Studies*, 19(2), 233-244.
- [326]. White, R. (2011). Ethnic foodways in the US. (Final Paper) Fusion/Confusion. 15 Aralık 2015 tarihinde https://apps.carleton.edu/curricular/amst/assets/food_final_paper.pdf adresinden alınmıştır.

- [327]. Wilhelmina, Q., Joost, J., George, E., ve Guido, R. (2010). Globalization vs. localization: global food challenges and local solutions. *International Journal of Consumer Studies*, 34(3), 357-366.
- [328]. Wilkins, J. L., Bokaer-Smith, J., ve Hilchey, D. (1996). *Local foods and local agriculture: a survey of attitudes among northeastern consumers*. Project Report. Division of Nutritional Sciences. Cornell Cooperative Extension.
- [329]. Wolfgang Puck. (2015). Fusion cuisine. 15 Aralık 2015 tarihinde <http://www.wolfgangpuck.com/restaurants/fine-dining/3654> adresinden alınmıştır.
- [330]. Xue, C. (2009). A review of Tomlinson's views on cultural globalization. *Asian Social Science*, 4(6), 112.
- [331]. Yaghmaei, F. (2003). Content validity and its estimation, *Journal of Medical Education*, 3(1), 25-27.
- [332]. Yarış, A., ve Özkaya, F. D. (2015). Amerikan mutfak kültürünün gelişim süreci. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 90-101.
- [333]. Yazıcıoğlu, Y., ve Erdoğan, S. (2014). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [334]. Yılmaz, H., ve Bilici, S. (2013). Yemeğin kimyası: moleküler gastronominin dünü, bugünü ve yarını. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(4), 20-25.
- [335]. Yurdugül, H. (2005a, Denizli). *Ölçek geliştirme çalışmalarında kapsam geçerliği için kapsam geçerlik indekslerinin kullanılması*. XIV. Eğitim Bilimleri Kurultayında sunulan bildiri. Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- [336]. Yurdugül, H. (2005b). Davranış bilimlerinde ölçek geliştirme çalışmaları için bazı ayrıntılar. 15 Kasım 2015 tarihinde http://yunus.hacettepe.edu.tr/~yurdugul/3/indir/FA_OrneklemGenislikleri.pdf adresinden alınmıştır.
- [337]. Yurtseven, H. R., ve Kaya, O. (2011). Local food in local menus: The case of Gokçeada. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 6(2), 263- 275.
- [338]. Zepeda, L., ve Leviten-Reid, C. (2004). Consumers' views on local food. *Journal of Food Distribution Research*, 35(3), 1-6.
- [339]. Zepeda, L., ve Li, J. (2006). Who buys local food?. *Journal of Food Distribution Research*, 37(3), 1.

EKLER**EK 1. 2015 Yılı Dünyanın En İyi 50 Restoranı ve Menü İçerikleri**

Sıra	Restoranın Adı	Bulunduğu Şehir ve Ülke	Menü İçeriği
1	El Celler De Can Roca	Girona, İspanya	Yerel, Moleküler ve Füzyon Mutfak
2	Osteria Francescana	Modena, İtalya	Yerel ve Füzyon Mutfak
3	Noma	Kopenhag, Danimarka	Moleküler ve Füzyon Mutfak
4	Central	Lima, Peru	Yerel ve Füzyon Mutfak
5	Eleven Madison Park	New York, Amerika	Moleküler ve Füzyon Mutfak
6	Mugaritz	San Sebastian, İspanya	Moleküler Mutfak
7	Dinner By Heston Blumenthal	Londra, İngiltere	Moleküler ve Yerel Mutfak
8	Narisawa	Tokyo, Japonya	Füzyon Mutfak
9	D.O.M.	Sao Paulo, Brezilya	Yerel ve Füzyon Mutfak
10	Gaggan	Bangkok, Tayland	Moleküler Mutfak
11	Mirazur	Menton, Fransa	Füzyon Mutfak
12	L'arpege	Paris, Fransa	Yerel Mutfak
13	Asador Etxebarri	Atxondo, İspanya	Yerel Mutfak
14	Astrid Y Gaston	Lima, Peru	Yerel Mutfak
15	Steirereck	Vien, Avusturya	Yerel ve Füzyon Mutfak
16	Pujol	Mexico City, Meksika	Yerel ve Füzyon Mutfak
17	Arzak	San Sebastian, İspanya	Moleküler Mutfak
18	Le Bernardin	New York, Amerika	Deniz Ürünleri ve Moleküler Mutfak
19	Azurmendi	Larrabetzu, İspanya	Moleküler ve Füzyon Mutfak
20	The Ledbury	Londra, İngiltere	Moleküler ve Füzyon Mutfak
21	Le Chateaubriand	Paris, Fransa	Füzyon Mutfak
22	Nahm	Bangkok, Tayland	Yerel Mutfak
23	White Rabbit	Moskova, Rusya	Yerel ve Füzyon Mutfak
24	Ultraviolet by Paul Pairet	Şangay, Çin	Moleküler Mutfak
25	Faviken	Jarpen, İsveç	Yerel Mutfak
26	Alinea	Şikago, Amerika	Moleküler Mutfak
27	Piazza Duomo	Alba, İtalya	Moleküler ve Füzyon Mutfak
28	The Test Kitchen	Cape Town, Güney Afrika	Füzyon Mutfak
29	Nihonryori Ryugin	Tokyo, Japonya	Yerel ve Füzyon Mutfak
30	Vendome	Bergisch Gladbach, Almanya	Füzyon Mutfak
31	Restaurant Frantzen	Stockholm, İsveç	Füzyon Mutfak
32	Attica	Melbourne, Avustralya	Yerel Mutfak
33	Aqua	Wolfsburg, Almanya	Yerel, Moleküler ve Füzyon Mutfak
34	Le Calandre	Rubano, İtalya	Yerel ve Füzyon Mutfak
35	Quintonil	Mexico City, Meksika	Yerel ve Füzyon Mutfak
36	L'astrance	Paris, Fransa	Yerel ve Füzyon Mutfak
37	Biko	Mexico City, Meksika	Füzyon Mutfak
38	Amber	Hong Kong, Çin	Füzyon Mutfak
39	Quique Dacosta	Denia, İspanya	Yerel Mutfak
40	Per Sa	New York, Amerika	Yerel ve Füzyon Mutfak
41	Mani	Sao Paulo, Brezilya	Füzyon Mutfak
42	Borago	Santiago, Şili	Yerel Mutfak
43	Tickets	Barselona, İspanya	Yerel ve Moleküler Mutfak
44	Maido	Lima, Peru	Füzyon Mutfak
45	Relae	Kopenhag, Danimarka	Yerel ve Moleküler Mutfak
46	Restaurant Andre	Outram, Singapur	Moleküler ve Füzyon Mutfak
47	Alain Ducasse Au Plaza Athenee	Paris, Fransa	Yerel Mutfak
48	Schloss Schauenstein	Furstenau, İsviçre	Yerel Mutfak
49	Blue Hill at Stone Barns	Pocantico Hills, Amerika	Yerel Mutfak
50	The French Laundry	Yountville, Amerika	Füzyon Mutfak

Kaynak: *The Worlds 50 Best Restaurants*. (2015). Dünyanın en iyi 50 restoranı. 15 Aralık 2015 tarihinde www.theworlds50best.com adresinden alınmıştır.

EK 2. Turizmde Gıda Tüketimine İlişkin Alan Yazın Özeti

#	Yazar(lar)	Yıl	Makale Bilgisi	Araştırmanın Amacı	Araştırmanın Yöntemi	Araştırmanın Bulguları	Araştırmanın Sınırlamaları
1	Barthes	1975	Toward a psychosociology of contemporary food consumption Kitap Bölümü: European Diet form Pre-industrial to Modern Times	Çağdaş gıda tüketimini psikososyolojik açıdan bakarak açıklamak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada sosyolojik açıdan bakıldığında gıda tercihlerinin sosyal sınıfa göre farklılık gösterdiği belirtilmiştir. Öte yandan, çalışmada sosyal statünün tüketilen gıdaların türünü ve miktarını etkileyen yaygın faktörlerden biri olduğu vurgulanmıştır.	-
2	Hofstede	1981	Culture and organizations. Dergi: International Studies of Management & Organization	İnsan davranışlarında kültürün etkisini vurgulamak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada kültür kavramı "insan gruplarının belirli durumlar karşısında sergiledikleri özellikler, tutumlar, davranışlar ve değerler bütünü" olarak tanımlanmış ve kültürün yemek yeme alışkanlıkları dâhil yaşamın bütün evreleri üzerinde etkisi olduğu belirtilmiştir.	Araştırma sadece teorik temellidir.
3	Ritzer	1983	The McDonalidization of Society Dergi: Journal of American Culture	Toplumun McDonalidlaşmasını açıklamak	Alan yazın incelemesi	Ritzer yeni dönemlerin toplumunu analiz ettiği bu çalışmada McDonalidlaşmanın alışkanlıklarımızla üzerini örttüğümüz boyutlarına dikkat çekmiş ve McDonalidlaşmayı, yemek ihtiyacını gideren basit bir "fast food" olmanın sınırlarını çoktan aşmış bir toplumsal olay olarak açıklamıştır.	Araştırma sadece teorik temellidir.
4	Obermiller	1985	Varieties of mere exposure: The effects of processing style and repetition on affective response. Dergi: Journal of Consumer Research	Teşhir etkisi çeşitliliğini işlem stili ve tekrarlamının etkileyici yanıt üzerine etkisini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve deneysel araştırma (155 öğrenci üzerinde)	Obermiller (1985) insanların genellikle aşına oldukları şeyleri tercih ettiklerini, hatta bir biranın (kahvenin ya da viskinin) ilk önce tadının iğrenç hissedilebildiğini ancak tekrar deneyimledikten sonra beğenme duygusunun ortaya çıktığını belirtmiş ve teşhir etkisi ile geçmiş deneyimlerin de bu tespiti desteklediğini vurgulamıştır.	Araştırmanın Washington Üniversitesi özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
5	Fischler	1988	Food, self and identity Dergi: Social Science Information	Gıdanın kimlik oluşumu ile ilişkisini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Fischler (1988) çalışmasında öncelikli olarak gıdanın kimlik duygumuzun merkezi olduğunu belirtmiş ve sosyolojik açıdan "gıdada yenilik korkusu" ve "gıdada yenilik arayışı" kavramları arasındaki farkı açıklayarak paradoks olmaktan çıkarmıştır. Buna göre "gıdada yenilik korkusu" bilinmeyi keşfetme korkusu, değişime direnç olarak tanımlanırken, "gıdada yenilik arayışı" keşfetmeye eğilim, değişim ihtiyacı ve çeşitlilik olarak tanımlanmıştır.	Araştırma sadece teorik temellidir.

EK 2 (Devamı)

6	Sheldon ve Fox	1988	The role of foodservice in vacation choice and experience: A cross-cultural analysis Dergi: Journal of Travel Research	Seyahat tercihinde gıda hizmetlerinin rolünü kültürler arası farklılıklar açısından ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve 1300 ziyaretçi üzerinde anket uygulaması	Çalışmada Amerikalı ve Kanadalı turistler ile kıyaslandığında Japon turistlerin destinasyon seçimlerinde gıda hizmetlerinin güçlü bir etkisinin olduğu ve hizmetlerinin kalitesi ile fiyatın en önemli kriter olduğu belirlenmiştir. Buna ilaveten Hawaii'de tatillerini geçiren Japon turistlerin Amerikalı ve Kanadalı turistlere nazaran yeni mutfak türlerine eğilimlerinin daha az oldukları belirtilmiştir	Araştırmanın Hawaii'de sadece Amerikalı, Kanadalı ve Japonlar üzerinde yapılmış olmasından dolayı genelleme yapmaya sınırlı olması
7	Pizam ve Sussmann	1995	Does nationality affect tourist behavior? Dergi: Annals of Tourism Research	Milliyetin turistlerin davranışına etkisini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve 289 turist rehberine elektronik posta yoluyla anket uygulaması	Çalışmada Japon, Fransız ve İtalyan turistlerin gittikleri ülkelerin yerel mutfaklarını tercih etmek yerine kendi kültürlerine ait yiyecekleri yemeyi tercih ettiklerini ve buna karşın Amerikalı turistlerin gittikleri ülkelerin mutfak kültürlerine ait yerel mutfakları tercih ettikleri belirtilmektedir.	Araştırmanın sadece Londra şehrinde ikamet eden rehberlere anket uygulayarak ve Japon, Fransız, İtalyan ve Amerikalı turistler özelinde yapılması
8	Kahn	1995	Consumer variety-seeking among goods and services Dergi: Journal of Retailing and Consumer Services	Tüketicilerin mal ve hizmet seçimlerinde çeşitlilik arayışı davranışını ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Kahn (1995) çalışmasında, çeşitlilik arayışı kavramını "hizmet ve mal tercihlerinde çeşitlilik arayan bireylerin eğilimi" olarak tanımlamış, çeşitlilik arayışı ölçeklerini modellerini açıklamış ve çeşitlilik arayışının insanların gıda tüketimi üzerinde de etkisi olabileceğini belirtmiştir.	Araştırma sadece teorik temellidir.
9	Furst, Connors, Bisogni, Sobal ve Falk	1996	Food choice: A conceptual model of the process Dergi: Appetite	Gıda seçim sürecini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve market alışverişi yapan çeşitli özelliklerde 29 yetişkin ile mülakat	İnsanlara alışveriş yaparken gıdaları nasıl seçtikleri ve onları etkileyen faktörlerin neler olduğu sorulmuş, ardından alınan cevaplar nitel yöntemler kullanılarak gıda seçim süreci modeli oluşturulmuştur. Bu bağlamda insanların gıda seçimine etki eden faktörlerin a) amaç, b) kişisel faktörler, c) imkânlar, d) sosyal durum ve e) gıdanın içeriği olduğu belirlenmiştir.	Örneklemin küçük olması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
10	Telfer ve Wall	1996	Linkages between tourism and food production Dergi: Annals of Tourism Research	Turizm ve gıda tüketimi arasındaki bağlantıyı ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve örnek olay çalışması	Endonezya'nın Lombok adasında faaliyet gösteren <i>Sheraton Senggigi Beach Resort</i> oteli ve yerel ürün yetiştiricileri işbirliğiyle gerçekleştirilen iki proje (<i>Sheraton Balık Programı/Sheraton Sebze ve Ot Programı</i>) kapsamında yerel ürünlerin otel restoranlarında kullanım miktarlarının artırılması hedeflenmiş ve bu bağlamda gerçek bir potansiyelin var olduğu ancak aşılması gereken önemli zorluklar (yüksek kalitede ürünün zamanında teslim edilmesi) olduğu belirlenmiştir.	Genelleme yapmaya sınırlı olması

EK 2 (Devamı)

11	March	1997	Diversity in Asian outbound travel industries: A comparison between Indonesia, Thailand, Taiwan, South Korea and Japan Dergi: International Journal of Hospitality Management	Asya yurtdışı seyahat endüstrisindeki çeşitliliği Güney Kore, Tayvan, Endonezya, Tayland ve Japonya ülkelerini kıyaslayarak ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve turizm endüstrisinde çalışan 89 kişi ile mülakat	Turizmde gıda tüketimi ile ilgili bulgular; a) Yeme eğilimlerinin kültür ve dini faktörlerden etkilendiği, b) Müslüman olan Endonezyalıların helal gıdaları tercih ettikleri, c) Korelilerin ise kendi mutfak kültürlerine ait gıdaları tüketme istekleri olduğu belirlenmiştir.	Daha önceden benzer çalışmaların yapılmamış olmasından dolayı bulguların önceki çalışmaların benzerlik ya da farklılıkları ile değerlendirilememesi ve genelleme yapmaya sınırlı olması
12	Bessiere	1998	Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas Dergi: European Society for Rural Sociology	Kırsal bölgelerde turistik çekicilik olarak geleneksel gıdaların ve mutfağın kullanımını yerel kalkınma ve miras açısından ele almak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada; a) turizm ve gastronomi açısından sosyal ihtiyaçlara, b) teorik açıdan miras bileşenine ve c) mutfak mirası konularına değinilmiştir. Ayrıca turistlerin gıda tüketim tercihlerini etkileyen faktörlerin destinasyon seçiminde önemli bir rol oynayabileceği vurgulanmıştır.	Araştırma sadece teorik temellidir.
13	Lang	1999	The complexities of globalization: The UK as a case study of tensions within the food system and the challenge to food policy Dergi: Agriculture and Human Values	Çağdaş gıda sistemi hakkında argümanlar üretmek	Alan yazın incelemesi ve vaka çalışması (İngiltere gıda sistemi üzerinde)	Çalışmada İngiltere'deki gıda sisteminde son iki yüzyılda uygulanan kamu politikaları incelenmiş ve gıda sisteminde küreselliğin de etkisi ile gerilimler ve çekişmelerin dikkat çektiği savunulmuştur.	Araştırma sadece teorik temellidir.
14	Wang	1999	Rethinking authenticity in tourism experience Dergi: Annals of Tourism Research	Turist deneyimlerinde ki özgünlüğü kavramsal olarak açıklamak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada a) objektiflik, b) yapısalcılık ve c) postmodernizm yaklaşımları tartışılmış ve özgünlüğün turizmde alternatif bir kaynak olduğu ileri sürülmüştür.	Araştırma sadece teorik temellidir.

EK 2 (Devamı)

15	Ratner, Kahn ve Kahneman	1999	Choosing less-preferred experiences for the sake of variety Dergi: Journal of Consumer Research	Çeşitlilik arayışında az tercih edilen deneyimlerin seçilmesini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve deney (5 farklı)	Araştırmada çeşitlilik arayışı içerisinde olan bireylerin çok tercih ettikleri deneyimlerinden daha az eğlenseler dahi az tercih ettikleri deneyimleri yapmak istedikleri belirtilmiş, bunun sebebi olarak çok tekrar edildiğinden tüketim sırasındaki keyfin azaldığı gösterilmiştir.	Araştırmanın deneysel yöntemle yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
16	Meiselman, Mastroianni, Buller ve Edwards	1999	Longitudinal measurement of three eating behavior scales during a period of change Dergi: Food Quality and Preference	Çeşitlilik arayışı, yenilik korkusu ve ölçülü yeme ölçeklerinin tutarlılığını sınamak	Alan yazın incelemesi ve anket uygulaması (614 öğrenci üzerinde)	Araştırmada üç farklı yeme davranış ölçeği (çeşitlilik arayışı, yenilik korkusu ve ölçülü yemek yeme) farklı zamanlarda İngiltere'nin Bournemouth Üniversitesi'nde okuyan öğrencilere uygulanmıştır. Çeşitlilik arayışı ve yenilik korkusu ölçeklerinde cinsiyete göre farklılık bulunmazken ölçülü yeme ölçeğine verilen yanıtlar arasında cinsiyete göre farklılık bulunmuştur. Ayrıca yapılan analizler sonucunda ölçeklerin tutarlı olduğu sonucuna varılmıştır.	Araştırmanın İngiltere'nin Bournemouth Üniversitesi özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
17	Telfer ve Wall	2000	Strengthening backward economic linkages: Local food purchasing by three Indonesian hotels Dergi: Tourism Geographies	Yerel gıda ürünlerini satın alma uygulamalarını, politikalarını ve davranışlarını karşılaştırmak	Alan yazın incelemesi ve anket, mülakat uygulaması	Araştırmanın bulguları incelendiğinde; a) yıldızsız otellerin ve restoranların en az dört ve beş yıldızlı oteller kadar yerel gıda ürünleri satın aldığı, b) doluluk oranları ile yerel ürün satın alma miktarı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu ve c) yerel gıda ürünleri satın alırken işletmelerin menşesine dikkat ettikleri belirtilmiştir. Ayrıca tarım ve turizm arasındaki bağın detaylıca incelenmesi gerektiği vurgulanmıştır.	Araştırmanın Endonezya (Jakarta, Yogyakarta ve Lombok) özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
18	Nield, Kozak ve LeGrys	2000	The role of food service in tourist satisfaction Dergi: Hospitality Management	Turist memnuniyetini sağlamada gıda hizmetlerinin rolünü ve bölgesel gruplar arasındaki memnuniyet düzeylerindeki farklılıklarını ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve anket uygulaması (1997 yılında Romanya'da tatil yapan 341 turist üzerinde)	Turistlerin genel memnuniyet düzeyleri ile onların gıda hizmetleri deneyimleri arasında yüksek korelasyon tespit edilmiştir. Ayrıca Doğu Avrupa milliyetlerinden olan turistlerin Batı Avrupalı ve Romanyalı turistlere oranla gıda hizmetleri deneyimlerinden çok daha memnun kaldıkları belirlenmiştir.	Örneklemin küçük olmasından dolayı ülkeler bazında farklılıklara bakılamaması, verinin 1 hafta gibi kısa bir sürede toplanmış olması

EK 2 (Devamı)

19	Inman	2001	The role of sensory-specific satiety in attribute-level variety seeking Dergi: Journal of Consumer Research	Çeşitlilik arayışında tokluğun rolünü ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve panel verisi	Araştırma bulguları incelendiğinde; a) çeşitlilik arayışında tokluğun önemli bir etken olduğu ve tok kişilerin daha az tüketim eğiliminde oldukları ile b) tüketicilerin markadan çok lezzet (tat) duyarlı oldukları belirtilmiştir.	Araştırmanın panel verisi kullanılarak laboratuvar ortamında yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
20	Prescott, Young, O'Neill, Yau ve Stevens	2002	Motives for food choice: A comparison of consumers from Japan, Taiwan, Malaysia and New Zealand Dergi: Food Quality and Preference	Japonya, Tayvan, Malezya ve Yeni Zelandalı tüketicilerin gıda seçimini etkileyen güdüleri karşılaştırmak	Alan yazın incelemesi ve anket uygulaması	Araştırma bulguları incelendiğinde; a) Tayvan ve Malezyalı tüketiciler için en önemli faktörlerin; sağlık, içerik, kilo kontrolü ve elverişlilik olduğu, b) Japon tüketiciler için fiyat, Malezyalı tüketiciler için ise duyuşal çekicilik faktörünün en önemli faktörler olduğu ve c) aşinalık faktörüne tüm tüketicilerin önem vermediği ve d) etik kaygılar faktörüne ise sadece Japon tüketicilerin önem verdiği belirtilmiştir.	Araştırmanın Japonya, Tayvan, Malezya ve Yeni Zelandalı tüketiciler özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
21	Hjalager ve Richards	2002	Still undegisted: Research issues in tourism and gastronomy Kitap Bölümü: Tourism and Gastronomy	Turizm ve gastronomi alanındaki araştırma konularını ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada gelecek araştırmalar için; a) turizm ve gastronomi arasındaki ilişki (üretim ve tüketim boyutu, motivasyon çalışmaları, küreselleşme ve yerelleşme boyutları) ve b) gastronomi turizminin gelişimi (yerel mutfak, sürdürülebilir gastronomik turizm ürünleri, gastronomi ağları, füzyon mutfak, bölgesel gıda kültürleri) konularında çalışmalar yapılması gerektiği belirtilmiştir.	-
22	Hall ve Mitchell	2002a	Tourism as a force for gastronomic globalization and localization Kitap Bölümü: Tourism and Gastronomy	Gıda ve turizm ile ilgili çağdaş küreselleşmenin doğasını ve özelliklerini tartışmak	Alan yazın incelemesi	Turizm, gıda üretimi ve tüketiminin küreselleşme sürecinden faydalanma potansiyeline sahip olduğu ve turizmin gastronomik küreselleşme ve yerelleşme için çok önemli bir güç olduğu belirtilmiştir.	-

EK 2 (Devamı)

23	Fields	2002	Demand for gastronomy tourism product: Motivational factors Kitap Bölümü: Tourism and Gastronomy	Gastronomi turizmi ürününe olan talebi motivasyon faktörleri açısından ele almak	Alan yazın incelemesi	Gastronominin değişik destinasyonları ziyaret etmede etken olduğu ve gastronominin destinasyon imajı ve deneyimler üzerinde önemli bir faktör olduğu belirtilmiştir. Ayrıca gastronomik zenginliklerin internet üzerinden teşhir edilmesi ile destinasyonların diğer destinasyonlardan farklılaşabilecekleri ve yerel gastronomik kültüre de destek olabileceği belirtilmiştir.	-
24	Pollard, Kirk ve Cade	2002	Factors affecting food choice in relation to fruit and vegetable intake: A review Dergi: Nutrition Research Reviews	Meyve ve sebze tüketiminde gıda seçimine etki eden faktörleri ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada meyve ve sebze tüketiminde gıda seçimine etki eden faktörler; a) demografik ve yaşam stili faktörleri (cinsiyet, sosyal sınıf, eğitim seviyesi, gelir düzeyi, yaş, sağlık) ve b) meyve sebze tüketimi ile ilgili faktörler (aşinalık, alışkanlık, ulaşılabilirlik, fiyat, zaman baskısı, duyuşal çekicilik, sosyal etkileşimler, kişisel ideolojiler, medya ve reklamlar) olarak belirtilmiştir.	Araştırma sadece teorik temellidir.
25	Richards	2002	Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption? Kitap Bölümü: Tourism and Gastronomy	Gastronomi ve turizm arasındaki ilişkiyi üretim ve tüketim boyutu ile ele almak	Alan yazın incelemesi	Gastronomi ve turizm arasındaki ilişki; a) küreselleşme ve yerelleşme, b) zevk meselesi, c) deneyim oluşturma, d) destinasyon pazarlaması, e) gıda üretimi ve f) paket gıda gibi farklı pencerelerden ele alınmış ve bütünsel olarak hammadeden deneyime giden bir akış üzerinde gastronominin turizm bölgelerinin gelişimi ve pazarlanması üzerindeki önemli potansiyelinden bahsedilmiştir.	-
26	Scarpato	2002	Gastronomy as a tourist product: The perspective of gastronomy studies Kitap Bölümü: Tourism and Gastronomy	Gastronomiyi bir turistik ürün olarak disiplinler arası gastronomi çalışmaları çerçevesinde ele almak	Alan yazın incelemesi	Gastronominin yeni bir bilim dalı olmasından dolayı günümüzde yapılan çalışmalardan hareketle gelecekte yapılması gereken çalışmalar için önerilerde bulunulmuş; a) gastronomi turizmi ile ilgili planlamalara katılma, b) disiplinler arası işbirliği yapma ve c) yöneticilerin gastronomik bağlamda yeniden yeterlik kazanmalarını sağlamaya yönelik çalışmaların yapılması gereğinden bahsedilmiştir.	-

EK 2 (Devamı)

27	Hall ve Mitchell	2002 b	The changing nature of the relationship between cuisine and tourism in Australia and New Zealand: From fusion cuisine to food Networks Kitap Bölümü: Tourism and Gastronomy	Avustralya ve Yeni Zelanda mutfağına küreselleşmenin etkisini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Avustralya ve Yeni Zelanda mutfağının Avrupa ve Asya etkisinde kalmış küreselleşmenin ürünü bir füzyon mutfak haline geldiği ve değişik tedarik zincirleri oluşturarak gıda ağları sayesinde yerel mutfağın canlandırılabilceği, bununla birlikte gıda ve turizm arasındaki ilişkinin önümüzdeki yıllarda da destinasyon pazarlamasında ve geliştirilmesinde devam edeceği belirtilmiştir.	-
28	Torres	2002	Toward a better understanding of tourism and agriculture linkages in the Yucatan: Tourist food consumption and preferences Dergi: Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment	Turizm ve tarım arasındaki ilişkiyi ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve 615 turist üzerinde anket uygulaması	Araştırmada turistlerin gıda tüketimi üzerinde yerel tarımın ve üretimin etkisinin önemli derecede olduğu, turistlerin alışkın oldukları gıdaları tercih ettikleri ve yerel mutfakların çeşitliliklerine direnç gösterdikleri belirtilmiştir. Ayrıca Yucatan bölgesindeki Meksika yemekleri, tropikal meyveler ve organik gıdalara örneklemedeki herkesin ilgi gösterdiği ancak Amerikalılar kadar diğer medeniyetlerden turistlerin ilgi göstermediği vurgulanmıştır.	Genelleme yapmaya sınırlı olması
29	Au ve Law	2002	Categorical classification of tourism dining Dergi: Annals of Tourism Research	Turizmde yeme içme hizmetlerinin önemini ve Hong Kong turizm sektörüne olan katkılarını ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve Hong Kong Turizm Değerlendirme İstatistikleri	Araştırmacılar Finkelstein'in (1989) yeme deneyimlerini; a) deneysel (bilinmeyen yemekleri deneme ve tekrar yeme), b) kişisel (deneme yanılma yöntemi ile bilinmeyen tatları tatma) ve c) varoluşsal (yeni farklı restoranları, yemekleri ve modaları deneyimleme) şeklinde kategorize ettiği çalışmasından hareketle, Hong Kong'un sahip olduğu yeme içme imkânları kategorize edilmiş ve Hong Kong turizmi için yeme içme hizmetlerinin önemi vurgulanmıştır.	Araştırmanın Hong Kong özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
30	Hassan ve Hall	2003	The demand for halal food among Muslim travellers in New Zealand Kitap Bölümü: Food Tourism Around The World	Yeni Zelanda'daki Müslüman turistlerin helal gıda taleplerini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve 371 Müslüman turist üzerinde anket uygulaması	Araştırmaya katılan turistlerin % 54.2'sinin erkek, %44.2'sinin ise kadınlardan oluştuğu, katılımcıların hemen hemen hepsinin İngilizce ve Arapça'yı günlük hayatta kullandıkları tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcılar Yeni Zelanda'da seyahat sırasında helal gıda bulmanın zor olduğunu, yemeklerini genellikle kendilerinin hazırladıklarını ve dışarıda yemek yeme alışkanlıklarının pek olmadığı belirtmişlerdir. Son olarak seyahatları sırasında her zaman helal gıda aradıkları belirtilmiştir.	-

EK 2 (Devamı)

31	Rand, Heath ve Alberts	2003	The role of local and regional food in destination marketing Dergi: Journal of Travel and Tourism Marketing	Yerel ve bölgesel mutfağın destinasyon pazarlamasındaki rolünü ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve anket uygulaması	Araştırma bulguları incelendiğinde; destinasyon pazarlamasında gıdanın çok önemli bir yerinin olduğu, gıda turizminin anahtar bileşenlerinin özellikli restoranlar ve yerel ve bölgesel ürünler olduğu ve destinasyon pazarlamasında yöresel ve bölgesel gıdaların tanıtılmasının önemli olduğu belirtilmiştir.	Araştırmanın Güney Afrika özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
32	Sparks, Bowen ve Klag	2003	Restaurants and the tourist market Dergi: International Journal of Contemporary Hospitality Management	Turistler, restoranlar ve destinasyon arasındaki ilişkiyi ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve mülakat uygulaması (459 turist üzerinde)	Araştırmaya katılan turistlerin yılda en az bir kere bir ya da iki hafta süreyle seyahate çıktıkları, seyahate çıkma kararı alırken restoranların önemli bir etken olduğu (%60), seyahatleri sırasında akşam yemeklerinde ortalama 20-50 ABD Doları harcadıkları, dışarıda yemek yeme nedeni olarak da rahatlama duygusu belirtilmiştir.	Verinin sadece telefon mülakatı ile toplanması bir sınırlılık olarak kabul edilebilir.
33	Torres	2003	Linkages between tourism and agriculture in Mexico Dergi: Annals of Tourism Research	Turizm talebi ile yerel tarım üretimi arasındaki bağları ve bu bağları etkileyen faktörleri ortaya koyarak ev sahibi ülke için faydalarını ortaya koymak	Alan yazın incelemesi, Anket uygulaması (60 otel, 55 restoran, 615 turist, 340 göçmen) 1 günlük üretici pazarı incelemesi, mülakat uygulaması (15 gıda tedarikçisi, 11 çiftçi, 14 tarım uzmanı) 6 ay mısır tarlası çiftçiliği örnek olay incelemesi	Turizm ve tarım arasındaki bağların gelişmesi yerel üretimi canlandırarak bölgedeki turizm gelirinin artmasını ve kırsal kesimin bundan faydalanmasını sağlamakta ve bu sayede en fakir ve en dışlanmış Quintana Roo halkının yaşam kalitesini arttırıcı önemli bir fırsat teşkil ettiği belirtilmiştir. Ayrıca bu bağı etkileyen faktörleri de; a) Kaynak ve üretim ile ilgili faktörler (yerel üretim eksikliği ve yerel ürün eksikliği), b) talep ile ilgili faktörler (talebi oluşturacak etmenleri sağlayıcı çiftçi, üretici, satıcı, mutfak şefleri vb. iletişimin eksikliği) olarak belirtilmiştir.	Araştırma verisinin 1996-1998 yılları arasında toplam 16 ayda toplanıp çalışmanın 2003 yılında yayınlanması verinin güncelliği hususunda sınırlılık olarak kabul edilebilir.
34	Meler ve Cerovic	2003	Food marketing in the function of tourist product development Dergi: British Food Journal	Turistik ürün geliştirmede gıda pazarlamasının rolünü ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve turizm istatistiklerinden faydalanılmıştır.	Hırvatistan turizminin gelecekte sağlıklı gıda üretimi ile gelişme potansiyeli olduğu, bu potansiyelin gıda pazarlaması yapılarak değerlendirilmesi gerektiği belirtilmiştir.	Araştırma sadece teorik temellidir.

EK 2 (Devamı)

35	Hjalager	2003	What do tourists eat and why? Towards a sociology of gastronomy and tourism Dergi: Tourism (Zagreb)	Sosyolojik bir bakış açısıyla "turistler ne yerler ve neden yerler?" sorusunun cevabını açıklamak	Alan yazın incelemesi	Araştırmada Bourdieu'nun (1984) çalışmasında ortaya koyduğu dört yaşam tarzı (yenilikçi, idealist, gelenekselci ve öz yönelimli) modelinden hareketle turistlerin gıda tüketimleri hakkında çıkarımlarda bulunmuş ve turistlerin gıda tüketimlerinde özellikle; a) televizyonlardaki pazarlama çalışmalarından, b) ağızdan ağıza duyurumdan ve c) broşür-seyahat kitabı ve seyahat rehberlerinden etkilendikleri belirtilmiştir.	Araştırma sadece teorik temellidir.
36	Ritchey, Frank, Hursti ve Tuorila	2003	Validaiton and cross-national comparison of the food neophobia scale (FNS) using confirmatory factor analysis Dergi: Appetite	Gıdada yenilik korkusu ölçeğinin geçerliliğini ve kültürlerarası karşılaştırmasını doğrulayıcı faktör analizi kullanarak ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve anket uygulaması (Amerika'da 867, İsveç'te 902 ve Finlandiya'da 1083 kişi üzerinde)	Araştırmada Pliner ve Hobden (1992) tarafından geliştirilen gıdada yenilik korkusu ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi kullanılarak kültürlerarası geçerliliği sınanmıştır. Araştırma bulguları incelendiğinde; 10 maddeden oluşan ölçeğin analizler sonucunda üç farklı ülkede de tutarlı sonuçlar çıkarılması ölçeğin 6 maddeye düşürülmesi ile sağlanmıştır.	Araştırmanın Amerika, İsveç ve Finlandiya özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
37	Stein, Nagai, Nakagawa ve Beauchamp	2003	Effects of repeated exposure and health-related information on hedonic evaluation and acceptance of bitter beverage Dergi: Appetite	Teşhir etkisi ve sağlıkla ilgili bilgilerin sert içkilerin tüketilmesi ve zevk değerlendirme si üzerine etkilerini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve deney (27 yetişkin üzerinde)	Araştırma bulguları incelendiğinde; a) içkilere aşinalık arttıkça, bu içkileri tercih etme eğiliminde artış olduğu ve b) sağlıkla ilgili bilgilerin sert içkilerin zararlı olduğu bilgisinden hareketle gerek zevk gerekse tüketim açısından etkili olduğu belirtilmiştir.	Araştırmanın Amerika özelinde ve çok küçük bir örneklem üzerinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
38	Hall Sharples ve	2003	The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste Kitap Bölümü: Food Tourism Around The World	Turizm motivasyonu olarak gıdaya olan özel ilginin önemini vurgulamak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada; a) turist deneyiminde gıdanın çok önemli bir rolünün olduğu, b) turistlerin seyahatleri süresince yiyecek içecek harcamalarının toplam harcamalarına olan oranının %28 olduğu ve c) özel ilgi kapsamındaki gıda turizmüne verilen kavramsal isimlerin ilgi oranına göre az ilgiden çok ilgiye doğru sırasıyla; kırsal turizm, mutfak turizmi, gastronomik turizm ve gurme turizmi olarak adlandırıldığı belirtilmiştir.	-

EK 2 (Devamı)

39	Ram	2004	Glocommodification: How the global consumes the local - Mc Donald's in Israel Dergi: Current Sociology	Küreselleşmenin yerel yaşam üzerindeki etkilerini McDonald'ın İsrail'deki faaliyetlerinden hareketle açıklamak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada Amerikan kökenli McDonald's restoran zincirinin 1993 yılında İsrail'de ilk şubesini açmasından sonra ülke genelinde küreselleşmenin beraberinde getirdiği etkiler ile genel olarak küresel olanın yerelde ortaya çıkardığı değişimler; a) küresel ticaretin yerel yeme alışkanlıklarına etkisi (McDonald's ve Falafel) ve b) küresel ticaretin yerel milli ideolojiye etkisi (McDonald's ve Golani) açıklanmıştır.	Araştırma sadece teorik temellidir.
40	Long	2004	Culinary tourism: A folkloristic perspective on eating and otherness Kitap Bölümü: Culinary Tourism	Mutfak turizminde yemek yeme ve ötekilik üzerine folklorik bir bakış açısı ile yaklaşmak	Alan yazın incelemesi	Turistlerin gıda tüketim tercihlerini etkileyen faktörlerin bir destinsyona seyahat etmeye karar vermede (seyahat motivasyonunda ve destinasyon seçiminde) önemli bir rol oynayabileceği belirtilmiştir.	-
41	Quan ve Wang	2004	Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism Dergi: Tourism Management	Turist deneyimini kavramsal bir çerçevede sunmak ve bu çerçevede gıda deneyimlerinin önemini vurgulamak	Alan yazın incelemesi	Araştırmada turist deneyimi; a) yoğun turistik deneyim, b) günlük rutin deneyimler ve c) destekli tüketici deneyimleri çerçevesi içerisinde açıklanmıştır. gıda tüketimi bu çerçevede iki boyuttan ele alınmıştır; a) yenilik ve çeşitlilik arayışı içinde olan gastronomi turistleri için yoğun turistik deneyim açısından ele alınırken, beslenmeyi temel ihtiyaç olarak gören turistler için günlük rutin deneyim olarak ele alınmıştır.	Araştırma sadece teorik temellidir.
42	Cohen ve Avieli	2004	Food in tourism: attraction and impediment Dergi: Annals of Tourism Research	Turizm sosyolojisi ile mutfak sosyolojisindeki bazı mutfak kavramları entegre ederek konuya bir yaklaşım önermek	Alan yazın incelemesi	Araştırmada; turizmde gıdanın önemli bir çekicilik olduğu, özellikle yabancı destinasyonlarda yerel mutfağın bir cazibe unsuru olarak kullanıldığı, bununla birlikte turistlerin yaşadıkları zorluklar ve engeller vurgulanmıştır. Özellikle hijyen standartları, sağlık konuları, iletişim boşlukları, yerel yemekler konusunda turistlerin sınırlı bilgi sahibi olmaları, geleneksel ve yenilik arayışı tutumlar tartışılmış, yerel etnik restoranlar, yurtdışında yerel yemek yeme mekanları ile turistik mutfak deneyimleri açısından çeşitlik konuları sorgulanmış ve Asya ülkelerinden gelen turistlerin ağırlıklı olarak kendi mutfak kültürlerinin yemeklerini sunan işletmeleri tercih ettikleri belirtilmiştir.	Araştırma sadece teorik temellidir.

EK 2 (Devamı)

43	Shenoy	2005	Food tourism and the culinary tourist Doktora Tezi	Amerika'nın Güney Karolina eyaletinde gastronomi turizmi kapsamında turistlerin genel yiyecek tercihleri ile gastroturist profillerini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve 341 katılımcı üzerine anket uygulaması	Araştırmada turistlerin genel yiyecek tercihleri ortaya konmuş ayrıca gastroturist, deneyimci turist ve genel turist olmak üzere üç farklı turist profili elde edilmiştir.	
44	Uriely	2005	The tourist experience: Conceptual developments Dergi: Annals of Tourism Research	Turist deneyimi bağlamında kaydadeğer gelişmeleri tanımlamak	Alan yazın incelemesi	Araştırmada, turist deneyimi konusunda yapılan çalışmalar incelenmiş ve a) günlük hayatın farklılaşmasından sıradanlaşmasına geçiş ve turistik deneyimler, b) genellemekten ziyade çoğullaştırmaya yönelik kavramlaştırmalar, c) tura özgü nesnelere ziyade turist odaklı amaçlar ve d) tutarsız ve kesin ifadelerden ilişkili ve tamamlayıcı yorumlara yönelim gibi kaydadeğer gelişmeler tespit edilmiştir. Ayrıca gelecekte farklı açılardan turist deneyimi ile ilgili çalışmaların yapılması gerektiği önerilmiştir.	Araştırma sadece teorik temellidir.
45	Harrington	2005	Defining gastronomic identity: The impact of environment and culture on prevailing components, texture and flavors in wine and food Dergi: Journal of Culinary Science & Technology	Bir bölgenin gastronomik kimliğini tanımlamak için çerçeve sunmak	Alan yazın incelemesi	Araştırmada gastronomik kimliği tanımlamak üzere literatürden hareketle bir model önerilmiştir. Bu modelde; a) kültür (tarih, etnik çeşitlilik, deneme-yanılma, yenileşim, yetenekler, gelenekler, inanışlar ve değerler), b) çevre (coğrafya, iklim, mikro iklim, yerli ürünler, kazançlı uyum ve yeni ürünler) faktörlerinin etkisiyle ve a) lezzet profilleri, b) görgü kuralları, c) tarifler, d) teknik ve malzemelerdeki füzyon, e) klasik şarap ve yemek uyumu, f) iklim kuşakları ve g) eski ve yeni dünya stillerinden oluşan bir gastronomik kimliğin oluştuğu vurgulanmıştır.	Araştırma sadece teorik temellidir.
46	Kivela ve Crotts	2005	Gastronomy tourism Dergi: Journal of Culinary Science and Technology	Gastronominin turistlerin destinasyon deneyimleri üzerindeki etkisini ve turistlerin tekrar ziyaret etme kararına etkisini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve anket uygulaması (Hong Kong'u ziyaret eden 1105 turist üzerinde)	Araştırma bulguları incelendiğinde; Hong Kong'u ziyaret eden turistlerin yaklaşık %21'inin gastronomi amaçlı ziyaret ettiği, bu bağlamda azımsanmayacak gastronomi turizmi pazarına sahip olduğu ve bu turistlerin ağırlıklı olarak 26-45 yaş aralığında, iyi eğitim almış erkeklerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Ayrıca Hong Kong ve çevre illerin gastronomisinin turistlerin tekrar ziyaret etme kararlarında önemli bir faktör olduğu belirtilmiştir.	Araştırmanın Hong Kong özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması

EK 2 (Devamı)

47	Tse ve Crofts	2005	Antecedents of novelty seeking: International visitors' propensity to experiment across Hong Kong's culinary traditions Dergi: Tourism Management	Uluslararası ziyaretçilerin Hong Kong'un mutfak geleneklerini deneme eğilimlerini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve anket Uygulaması (18 farklı ülkeden Hong Kong'u ziyaret eden 968 turist üzerinde)	Araştırma bulguları incelendiğinde; Hofstede'in "Kültürel Değerler Modeli"nin altı boyutundan biri olan "Belirsizlikten Kaçınma İndeksi (BKİ)"nin turistlerin mutfak deneyimindeki kapsam ve çeşitlilik üzerinde etkisi olduğuna ilişkin tereddütlü bulguların var olduğu belirtilmiş, düşük BKİ'ne sahip ülkelerin yüksek BKİ'ne sahip ülkelere nazaran daha çeşitli restoranlardan yemekler yedikleri, maceraperest oldukları, yenilik arayışında oldukları belirtilmiştir. Ayrıca milli kültürün tüketicilerin karar vermesinde önemli bir faktör olduğu ve turistlerin yaşının yeni mutfakların keşfi konusunda olumsuz yönde ilişkili olduğu vurgulanmıştır.	Araştırmada kullanılan anket sorularının "Evet/Hayır" şeklinde cevaplanabilir olması ile araştırmanın Hong Kong özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
48	Kivela ve Crofts	2006	Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination Dergi: Journal of Hospitality & Tourism Research	Gastronomi turizmi pazarının turizm pazarındaki yeri ve önemi ile gastronominin turistlerin destinasyon deneyim kaliteleri üzerindeki etkisini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve anket uygulaması (Hong Kong'u ziyaret eden 1105 turist üzerinde)	Araştırma bulguları incelendiğinde; Hong Kong'u ziyaret eden turistlerin yaklaşık %21'inin gastronomi amaçlı ziyaret ettiği, bu bağlamda azımsanmayacak gastronomi turizmi pazarına sahip olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca gastronominin destinasyon imajının belirleyicilerinden biri olduğu ve gastronomik deneyimlerin Hong Kong'un gastronomisinin pazarlanmasında güçlü bir araç olduğu belirtilmiş ve destinasyon pazarlamacılarına önerilerde bulunulmuştur.	Araştırmanın Hong Kong özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
49	Ignatov ve Smith	2006	Segmenting Canadian culinary tourists Dergi: Current Issues In Tourism	Gastronomi turistlerinin çeşitliliğini keşfetmek	Alan yazın incelemesi ve anket uygulaması (18385 telefon görüşmesi ve 5740 elektronik posta)	Araştırma bulguları incelendiğinde, Kanada'ya gelen gastronomi turistlerinin; a) Yemek ile ilgilenenler, b) Şarap ile ilgilenenler ve c) Yemek ve şarap ile ilgilenenler olmak üzere üç farklı grupta sınıflandırıldığı anlaşılmaktadır. Turistlerin genellikle yaz aylarında gezmek, dinlenmek, eğlenmek amacıyla zevk için Kanada'ya gelen ve otellerde konaklayıp restoranlarda yemek yemeyi tercih eden turistlerden oluştuğu vurgulanmıştır.	Araştırmanın Kanada özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması, Kanada Seyahat Aktiviteleri ve Motivasyon Çalışması'nın sınıflandırılmasında kullanılması
50	Oosterveer	2006	Globalization and sustainable consumption of shrimp: Consumers and governance in the global space of flows Dergi: International Journal of Consumer Studies	Küreselleşme ve sürdürülebilir karides tüketimini tüketiciler ve yöneticiler açısından ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve mülakat (12 karides üreticisi üzerinde)	Araştırmada Güneydoğu Asya'dan gelen karidesin Avrupa ve Amerika'da rutinden kaçış, sağlık, lezzet ve imaj gibi faktörlerden dolayı oldukça yaygın olarak tüketildiği ancak karidesin sürdürülebilirliğinin garanti altına alınmadığı ve üretimi ile ticareti açısından çevresel sorunlar olduğu belirtilmiştir.	Araştırma sadece teorik temellidir.

EK 2 (Devamı)

51	Pliner ve Salvy	2006	Food neophobia in humans Kitap Bölümü: The Psychology of Food Choice	Gıdada yenilik korkusu kavramını açıklamak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada gıdada yenilik korkusu kavramı çok farklı pencerelerden ele alınmış; a) gıdada yenilik korkusunu etkileyen faktörler, b) gıdada yenilik korkusunun ölçülmesi ve c) gıdada yenilik korkusunda aile benzerliği konuları incelenmiştir. Bu bağlamda etkili olan faktörlerin; a) gıdanın tadı ve faydası hakkında bilgi, b) sosyal etki, c) gıdanın türü, d) yeni çıkmış gıdalar ve e) uyarılma olduğu, ayrıca a) çeşitlilik arayışı, b) cinsiyet farklılıkları, c) yaş farklılıkları, d) eğitim, e) gelir gibi faktörlerle de ilişkili olduğu belirtilmiştir.	-
52	Rozin	2006	The integration of biological, social, cultural and psychological influences on food choice Kitap Bölümü: The Psychology of Food Choice	Biyolojik, sosyal, kültürel ve psikolojik etkenlerin gıda seçimine etkisini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Rozin (2006) çalışmasında; a) tüketicilerin gıda seçimini hemen hemen hayatın içindeki her şeyin etkilediğini savunmuş, b) "beğenme", "seçme", "tercih etme" ve "yeme" kavramlarının gıda tüketim davranışı ile örtüşen ancak tam olarak eş değer olmayan kavramlar olduğunu belirtmiş, c) bu kavramlar arasındaki ilişkileri "beğenme seçmenin ve tercih etme de yemek yemenin önemli bir belirleyicisidir" şeklinde açıklamış ve d) biyolojik, sosyal, kültürel ve psikolojik etkenlerin gıda seçiminde aracı değişkenler olduğunu vurgulamıştır.	-
53	Molz	2007	The cosmopolitan mobilities of culinary tourism Dergi: Space and Culture	Mutfak turizminde çok uluslu hareketlilikler	Alan yazın incelemesi	Çalışmada mutfak turizminde çok uluslu hareketlilikler; a) turistlerin yerel yiyecekleri yemek için yurtdışına seyahat etmeleri, b) yabancı mutfakların yemeklerini memleketlerinde yemeleri, c) bilinmeyen keşfetmek için yemek gibi karmaşık hareketlilikler olarak belirtilmiştir. Ayrıca çok uluslu tüketim ve küresel tüketim başlıkları altında gıda tüketimi ve turizm bağlantısı da örneklendirilerek vurgulanmıştır.	Araştırma sadece teorik temellidir.
54	Fox	2007	Reinventing the gastronomic identity of Croatian tourist destinations Dergi: International Journal of Hospitality Management	Hırvat turistik destinasyonlarının gastronomik kimliğinin yeniden keşfini açıklamak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada Hırvatistan'ın turistik destinasyonlarının gastronomik kimliğinin uluslararası mutfaklar boyutunda değil yerel mutfak mirası açısından değerlendirmesi yapılmıştır. Gastronomik kimlik konusunda yapılan akademik çalışmalar uluslararası boyutta ve Hırvatistan özelinde incelenmiş, Hırvat turizminin paydaşları açısından oluşturulacak gastronomik kimliğin önemi ve değeri belirtilmiş ve gastronomik kimliğin; a) farklılaşma, b) estetikleşme, c) özgünleşme, d) simgeleşme ve e) yenilenme sağlayacağı vurgulanmıştır.	Araştırma sadece teorik temellidir.

EK 2 (Devamı)

55	Wadolowska, Zielinska ve Czarnocinska	2008	Food choice models and their relation with food preferences and eating frequency in the Polish population: POFPRES study Dergi: Food Policy	Polonya nüfusunun gıda tercihleri ve yeme sıklığının gıda tercih modelleri ile ilişkisini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve anket uygulaması (9339 kişi üzerinde)	Araştırmada Polonya nüfusunun gıda tercihleri incelenmiş ve en çok tüketilen ürünlerin; meyve, süt ürünleri, düşük yağlı süt ürünleri, gevrekler, düşük lifli gevrekler, yüksek lifli gevrekler ve sebzeler olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca yeme sıklıkları incelenmiş ve sağlığına dikkat etmeyen insanların meyve ve sebze az tükettikleri, sağlığını önemseyen kişilerin ise meyve sebze ve gevrek tükettikleri belirtilmiştir.	Araştırmanın Polonya özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
56	Hall ve Sharples	2008	Food events, festivals and farmers markets: An introduction Kitap Bölümü: Food and Wine Festivals and Events Around The World: Development, Management and Markets	Gıda etkinlikleri, festivaller ve çiftçi pazarlarının turizm ve gıda pazarı açısından önemini vurgulamak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada; a) gıda etkinlikleri, festivaller ve çiftçi pazarlarının turizmdeki konumlandırılması, b) gıda etkinlikleri ve festivallerden örnekler ve c) gıda etkinliklerinin kategorilendirilmesi konuları incelenmiş ve gıda turizmi açısından bu etkinlikler, festivaller ve pazarların önemi vurgulanmıştır.	-
57	Hall, Mitchell, Scott ve Sharples	2008	The authentic market experience of farmers' markets Kitap Bölümü: Food and Wine Festivals and Events Around The World: Development, Management and Markets	Çiftçi pazarlarını özgün pazar deneyimi açısından değerlendirmek	Alan yazın incelemesi	Çalışmada; a) çiftçi pazarlarının düşüşü ve yükselişi, b) dünyada (Amerika, Kanada, Yeni Zelanda ve İngiltere) çiftçi pazarları ve c) modern çiftçi pazarının sosyal yapısı konuları incelenmiş ve çiftçi pazarlarının yapaylık ile özgünlük arasında bir noktada konumlandırılabilceği belirtilmiştir. Ayrıca Amerikan çiftçi pazarının dört teması; a) aktivizm, b) özgünlük, c) yapaylık ve ambiyans olarak vurgulanmıştır.	-
58	Galloway, Mitchell, Getz, Crouch ve Ong	2008	Sensation seeking and the prediction of attitudes and behaviours of wine tourists Dergi: Tourism Management	Şarap turistlerinin tutum ve davranışlarını tahmin etmek için bir temel olarak "macera arayışı" kişilik değişkeninin yararlılığını incelemek	Alan yazın incelemesi ve anket uygulaması (6 farklı şaraphane, 222 turist üzerinde)	Araştırma bulguları incelendiğinde, şarap turistlerinin; a) şarap giderleri yüksek, b) aylık şarap satın alım miktarları yüksek, c) aylık şarap tüketimleri yüksek, d) son 12 ay içerisinde şaraphaneleri sıklıkla gezen, e) şaraphaneler hakkında internetten bilgi toplayan, f) şarap bölgelerini ziyaret ettiklerinde farklı aktivitelere de katılan, g) şarap bölgelerini ziyaret etme kararı verirken deneyim, zevk ve dürtülerini dikkate alan kişiler oldukları belirtilmiş, macera arayışının tüm bu özellikler ile ilişkili olduğu vurgulanmış, bu sonuçların pratikteki önemi üzerinde durulmuştur.	Araştırmanın Avustralya özelinde sadece 6 şaraphanede yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması

EK 2 (Devamı)

59	McKercher, Okumus ve Okumus	2008	Food tourism as a viable market segment: It's all how you cook the numbers Dergi: Journal of Travel & Tourism Marketing	Yemek turizminin özel bir ilgi veya ana turizm ürünü olup olmadığını incelemek	Alan yazın incelemesi ve anket uygulaması (769 turist üzerinde)	Araştırma bulguları incelendiğinde; a) turistlerin Hong Kong'u bir mutfak destinasyonu olarak gördükleri ve kendilerini de mutfak turisti olarak adlandırdıkları ve b) yemek turizminin ana bir turizm türü olması için destinasyonun yemek ile ilgili çok yüksek kalite ve çeşitlilikte hizmetler sunması gerektiği vurgulanmıştır.	Araştırmanın Hong Kong özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
60	Kivela ve Crotts	2009	Understanding travelers' experiences of gastronomy through etymology and narration Dergi: Journal of Hospitality & Tourism Research	Etimoloji ve anlatım yoluyla gastronomi turistlerinin deneyimlerini anlamak	Alan yazın incelemesi ve mülakat (219 turist)	Araştırma bulguları incelendiğinde; a) destinasyonun gastronomisinin turistlerin deneyimleri üzerinde etkili olduğu, b) turistlerin tekrar aynı destinasyona gelmelerinde gastronominin önemli bir faktör olduğu ve c) gastronomi turistlerinin ayrı bir pazar bölümünü oluşturdukları ortaya konmuştur.	Araştırmanın Hong Kong ve Macau özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
61	Surenkok, Baggio ve Corigliano	2010	Gastronomy and Tourism in Turkey: The role of ICTs Dergi: Information and Communication Technologies in Tourism	Türkiye'de gastronomi ve turizm alanında bilgi ve iletişim teknolojilerinin rolü	Alan yazın incelemesi ve anket uygulaması (171 turist üzerinde)	Araştırma bulguları incelendiğinde; a) Türk ve yabancı turistlerin sosyal ağları kullanımları karşılaştırıldığında gıda ve şarap konusunda yorumların okunması ve yazılması alanında Türk turistlerin daha aktif oldukları, b) internet siteleri incelendiğinde "oasis.com.tr"un içerik ve güncellik anlamında yeterince zengin bir site olmadığı buna karşılık "travelturkey.us"nin daha içerikli ve güncel olduğu ve c) gastronomi alanındaki internet siteleri incelendiğinde "gurmeguide.com"un zengin içeriğe sahip olduğu ancak gurme turlarına yer vermediği "lezzetduragi.net"nin yerel lezzetleri detaylıca tanımlandığı ve "timeoutistanbul.com"un özellikle İstanbul özelinde çok zengin içerik sunduğu belirtilmiştir.	Araştırmanın Türkiye özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
62	Kearney	2010	Food consumption trends and drivers Dergi: Philosophical Transactions of The Royal Society	Gıda tüketim akımları ve etmenler	Alan yazın incelemesi ve gıda bilançoları ile bireysel beslenme anketleri incelemesi	Araştırmanın bulguları incelendiğinde; a) kişi başına günlük alınan kalori ortalamasının 1699/1971 yıllarından 1999/2001 yıllarına gelindiğinde 2411 kaloriden 2789 kaloriye çıktığı belirtilmiş, b) tahıl, et, balık, yumurta, süt, sebze, meyve tüketimleri hakkında bilgiler verilmiş, c) organik gıdalar, fonksiyonel gıdalar, genetiği değiştirilmiş gıdalar ve besin içeriği önemli akımlar haline gelmiş, d) gelir, kentleşme, ticaret, uluslararası gıda şirketleri, satış, gıda endüstrisi pazarlaması ve tüketici davranışları önemli etmenler olarak vurgulanmıştır.	Araştırma verisinin gıda bilançoları ve beslenme anketlerinden elde edilmesi ve genelleme yapmaya sınırlı olması

EK 2 (Devamı)

63	Chang, Kivela ve Mak	2010	Food preferences of Chinese tourists Dergi: Annals of Tourism Research	Çinli turistlerin gıda tercihlerini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve odak grup görüşmesi (3 grup toplam 41 turist)	Araştırmanın bulguları incelendiğinde; a) Çinli turistlerin gıda tercihlerini etkileyen en önemli faktörün kendi mutfak kültürleri olduğu, b) Mainland bölgesinden gelen turistlerin batı mutfaklarına daha az ve Hong Kong'dan gelen turistlerin batı mutfaklarına daha çok eğilimli olduğu ve bu konuda Hong Kong'un doğu ve batı mutfak kültürlerini buluşturan zengin mutfak arzına sahip olmasının etkili olduğu, c) Tayvan'dan gelen turistlerin ise hem yerel mutfaklarını hem de batı mutfaklarını tüketim eğiliminde oldukları belirtilmiştir.	Araştırmanın Mainland, Hong Kong ve Tayvan'dan Avustralya'ya seyahat eden turistler özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
64	Harrington ve Ottenbacher	2010	Culinary tourism - A case study of the gastronomic capital Dergi: Journal of Culinary Science & Technology	Turizm ve gastronomi arasındaki bağlantıyı geleneksel gastronomik bölgeler ve geleneksel olmayan bölgeler çerçevesinde açıklamak	Alan yazın incelemesi ve vaka çalışması, mülakat (2 yerel vatandaş, 1 turizm uzmanı ve 1 akademisyen)	Araştırmada; a) Lyon'un varolan bir gastronomi merkezi imajı olduğu ve bu imajın geleneksel yemekler ve şaraplar sayesinde oluştuğu, b) Rhone-Alpes bölgesinin de mutfak arzında çeşitlilikleri ve şarapları olduğu ancak Lyon gibi imajının olmadığı ve c) güçlü bir geleneksel gastronomik imaja sahip olmanın destinasyonlar için çok önemli bir faktör olduğu belirtilmiştir. Ayrıca bu sonuçların mutfak turizminin pazarlanması adına çok önemli olduğu vurgulanmıştır.	Araştırmanın Lyon ve Rhone-Alpes bölgesi özelinde yapılması, mülakat yapılan kişi sayısının azlığı ve genelleme yapmaya sınırlı olması
65	Sims	2010	Putting place on the menu: the negotiation of locality in UK food tourism, from production to consumption Dergi: Journal of Rural Studies	İngiltere'de gıda turizmindeki yerelliği üretimden tüketime değerlendirmek	Alan yazın incelemesi ve mülakat (78 adet turist, gıda üreticisi ve işletmeciler üzerinde)	Araştırma bulguları incelendiğinde; a) gıda zincirini oluşturan üretici, tüketici (turist) ve işletmecilerin birbirinden bağımsız üç ayrı grup olduğunu söylemenin mümkün olmadığı (örneğin üreticilerin aynı zamanda tüketici ya da işletmeci oldukları), b) gıda zinciri dikkate alındığında yerel gıdanın ne kadar karmaşık bir kavram olduğu ve c) yerel gıdanın üretim, işleme ve satıştan ayrı düşünülemeyeceği vurgulanmıştır.	Araştırmanın İngiltere'nin göller bölgesi ve Exmoor bölgeleri özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
66	Wilhelmina, Joost, George ve Guido	2010	Globalization vs. localization: Global food challenges and local solutions Dergi: International Journal of Consumer Studies	Gana'daki gıda üretim ve tüketiminde küresel ve yerel etkileşimlerin rolünü incelemek	Alan yazın incelemesi ve anket uygulaması, mülakat uygulaması ve odak grup görüşmesi	Araştırmanın bulguları incelendiğinde; a) Gana'da kırsal kesimde halkın tamamına yakının yerel gıdalar ile beslendiği, b) diğer kesimlerde insanların küre-yerel yiyeceklerle beslenmeye başladıkları, c) küre-yerel bakış açısının yayılmasıyla gıda tüketiminde çeşitliliğin yanı sıra yerel halk için iş imkânlarının doğmasını ve d) küre-yerel gıdaların bilinmeyişi yeme korkusunun ve sağlık endişesinin önüne geçilmesini sağlayabileceği belirtilmiştir.	Araştırmanın Gana özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması

EK 2 (Devamı)

67	Ardabili, Rasouli, Draynai, Molaie ve Sharegi	2011	The role of food and culinary condition in tourism industry Dergi: Middle East Journal of Scientific Research	Turistlerin ilgisini İran yemeklerine çekmek için çeşitli teknikleri tartışmak	Alan yazın incelemesi	Araştırmada; a) İran mutfağında yemeğin kendisinden çok yemeğin nasıl servis edildiğinin önemli olduğu, b) İran yemeklerinin içeriğinin turistlerin kendi ülkelerinde yedikleri yemeklerle aynı olduğu, c) İran yemeklerini paketli şekilde servis etmenin mümkün olmadığı, d) geleneksel şekilde servis yapılarak turist memnuniyetinin yakalandığı ve e) turistlerle iletişimde yemeğin nasıl önerildiğinin önemli olduğu vurgulanmıştır.	Araştırma sadece teorik temellidir.
68	Chang, Kivela ve Mak	2011	Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: When East meets West Dergi: Tourism Management	Turistlerin seyahatlerdeki yemek deneyimlerini değerlendirmelerini etkileyen nitelikleri incelemek	Alan yazın incelemesi ve odak grup görüşmesi (3 grup toplam 41 turist)	Araştırmada, turistlerin seyahatlerdeki yemek deneyimlerini değerlendirmelerini etkileyen nitelikler; a) turistlerin kendi mutfak kültürleri (lezzet, pişirme yöntemi), b) yemek deneyiminin bağlamsal faktörü (özgünlük, tecrübe), c) gıdanın farklı ve çeşitli olması, d) destinasyonun algısı (gastronomik kimlik, umulan hizmet düzeyi), e) hizmet sunumu (zevk, iletişim, davranış, hizmet hızı) ve f) turist rehberinin performansı (izah etme, mutfağı pazarlama, kolaylaştırma) olarak belirtilmiştir.	Araştırmanın Mainland, Hong Kong ve Tayvan'dan Avustralya'ya seyahat eden turistler özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
69	Blakey	2012	Consuming place: Tourism's gastronomy connection Dergi: University of Hawai'i at Hilo · Hawai'i Community College (HOHONU)	Turizmin gastronomi ile bağlantısını açıklamak	Alan yazın incelemesi	Araştırmada; a) gastronominin insanların deneyimleri üzerinde önemli bir rolünün olduğu, b) küreselleşmenin de etkisiyle gastronomi turistlerinin gidilen bölgenin kültürüne çeşitlilik kazandırdığı, c) gastronominin özellikle kırsal bölgelere ekonomik katkılarının olduğu ve d) yerel özgün değerlerin keşfedilmesine olanak sağladığı belirtilmiş ve gastronomi turizminin turizm pazarı ve akademik araştırmalar için bakir bir alan olduğu vurgulanmıştır.	Araştırma sadece teorik temellidir.
70	Mak, Lumbers, Eves ve Chang	2012	Factors influencing tourist food consumption Dergi: International Journal of Hospitality Management	Turistlerin gıda tüketimini etkileyen faktörleri ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Araştırmada; turizmde gıda tüketimi konusu ele alınmış ve turistlerin gıda tüketimini etkileyen faktörler; a) kültürel ve dini faktörler, b) sosyo-demografik faktörler, c) gıda ile ilgili kişisel özellikler, d) teşhir etkisi ve geçmiş deneyimler ve e) motivasyon faktörleri olmak üzere 5 boyutta toplanarak açıklanmıştır.	Araştırma sadece teorik temellidir.

EK 2 (Devamı)

71	Mak, Lumbers ve Eves	2012	Globalisation and food consumption in tourism Dergi: Annals of Tourism Research	Küreselleşmenin yerel mutfak arzına ve destinasyondaki gıda tüketimine etkisini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Küreselleşmenin yerel mutfak arzına ve destinasyondaki gıda tüketimine etkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada; a) küreselleşme ve yerelleşmenin etkisi ile küreselleşen destinasyonlardaki mutfak arzı ile b) gıda tüketimindeki benzerlik ve farklılığın etkisi ile turizmde gıda tüketimindeki çeşitlilik arasındaki ilişki bir model yardımı ile açıklanmış ve bu ilişkinin iyi anlaşılması ile destinasyon pazarlamacıları ve turizm pazarının önemli faydalar sağlayabileceği vurgulanmıştır.	Araştırma sadece teorik temellidir.
72	Sanchez - Canizares ve Lopez Guzman	2012	Gastronomy as a tourism resource: Profile of the culinary tourist Dergi: Current Issues in Tourism	Mutfak turistlerinin özelliklerini ve motivasyonlarını belirlemek ve destinasyonu ziyarette gastronominin ana sebep ya da ikincil sebep olup olmadığını ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve anket uygulaması (10 farklı restoranda 206 turist üzerinde)	Araştırma bulguları incelendiğinde, mutfak turistlerinin Cordoba'yı ziyarette ana sebeplerinin gastronomi olduğu (%76,2) ve bu kişilerin; a) gastronominin en önemli aktivite olduğunu savunan, b) genellikle erkek, c) yerel şarapları tanıyan, d) şarap önerileri soran ve e) gezmek ve gastronomiden memnun olan kişilerden oluştuğu belirtilmiştir.	Araştırmanın İspanya'nın Cordoba şehri özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
73	Kim, Eves ve Scarles	2013	Empirical verification of a conceptual model of local food consumption at a tourist destination Dergi: International Journal of Hospitality Management	Turistlerin yerel yiyecek ve içecek tüketimini etkileyen faktörleri incelemek üzere 2009 yılında oluşturdukları modeli test etmek	Alan yazın incelemesi ve anket uygulaması (3 farklı ülkede 900 turist üzerinde)	Araştırmacılar, 2009 yılında sadece İngiltere özelinde topladıkları veri ile geliştirmiş oldukları modelin geçerliliğini bu kez Güney Kore ve İspanya'dan da veri toplayarak test etmek amacıyla bu çalışmayı gerçekleştirmiştir. Yapılan analizler neticesinde; a) motivasyon faktörleri dokuzdan beşe düşürülmüş (kültürel deneyim, kişilerarası ilişki, heyecan, çekicilik ve sağlık kaygısı), b) demografik faktörler (cinsiyet, yaş ve eğitim) ve c) fizyolojik faktörler (gıdada yenilik arayışı ve yenilik korkusu) ise aynen kalmıştır.	Araştırmanın Güney Kore, İspanya ve İngiltere özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
74	Bessiere ve Tibere	2013	Traditional food and tourism: French tourist experience and food heritage in rural spaces Dergi: Journal of the Science of Food and Agriculture	Gıda ve yemek yemenin turist deneyimindeki rolünü incelemek	Alan yazın incelemesi ve anket uygulaması (480 turist üzerinde), mülakat (30 sektör temsilcisi)	Araştırmada, iki farklı açıdan gıda ve yemek yemenin turist deneyimindeki rolü açıklanmaya çalışılmıştır. Bunlar; a) bizler turistlere gastronomik mirasımızı nasıl yanıtıyoruz? ve b) turistlerin kırsal alanlara yaptıkları gastronomik seyahatlerdir. Araştırma bulgularına göre; a) seyahat edilen destinasyon ile gıda kültürü arasında bir bağ olduğu, b) yiyecek ile ilgili aktivitelerin seyahat deneyimini etkilediği ve c) gıda mirasının destinasyona ekonomik katkılarının olduğu vurgulanmıştır.	Araştırmanın Fransız turistler özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması

EK 2 (Devamı)

75	Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TURSAB)	2015	Gastronomi turizmi raporu	Türkiye'nin gastronomi turizmi potansiyelini ortaya koymak	Literatür taraması ve turizm istatistikleri meta verileri	Türkiye'ye gelen turistlerin yeme içme harcamalarının kişi başı 157 ABD Doları olduğu ve turizm gelirlerinin %20-25'inin yeme içmeden elde edildiği belirtilmiştir. Ayrıca; a) Türkiye'nin gastronomi haritasının çıkarılması gerektiği, b) festivaller düzenlenmesi gerektiği, c) yöresel lezzetlerin ortaya çıkarılması gerektiği, d) açılık ve gastronomi okullarının sayısının artırılması gerektiği ve e) ülke tanıtımında yöresel lezzetlerin kullanılması gerektiği vurgulanmıştır.	-
76	Frisvoll, Forbord ve Blekesaune	2016	An empirical investigation of tourists' consumption of local food in rural tourism Dergi: Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism	Kırsal turizmde turistlerin yerel gıda tüketimlerini incelemek	Literatür taraması ve anket uygulaması (5 farklı bölgede ve 447 turist üzerinde)	Araştırma bulguları incelendiğinde; a) turistlerin %24'ünün bölgedeki yiyecekleri deneyimleme ya da yemek yeme amacıyla seyahat ettikleri, b) turistlerin yerel gıdaları tanıdıkları, c) teşhir etkisinin ve geçmiş deneyimlerin seyahatlerinde önemli bir yer tuttuğu ve d) çocukları ile birlikte seyahat eden ailelerin yerel gıdaları tüketme eğilimlerinin daha fazla olduğu belirtilmiştir.	Araştırmanın Norveç özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması

EK 3. Moleküler Gastronomi ve Moleküler Mutfak Konularına İlişkin Alan Yazın Özeti

#	Yazar(lar)	Yıl	Makale Bilgisi	Araştırmanın Amacı	Araştırmanın Yöntemi	Araştırmanın Bulguları	Araştırmanın Sınırlamaları
1	Kurti ve This	1994	Chemistry and physics in the kitchen Dergi: Scientific American	Şeflerin mütevazı tarifleri ile ortaya koyduğu mutfak şaheserlerini nasıl başardıklarını ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve deneysel araştırma	Yapılan deneysel araştırmalar sonucunda fizik ve kimya bilimlerinin gastronomi üzerinde önemli etkileri olduğu, bilim adamlarının asla şef olmadıkları aksine şeflerin yaptığı işleri bilimsel açıdan ortaya koymaya çalıştıkları belirtilmiştir.	-
2	Slavkin	1999	Toward "molecular gastronomy", or what's in a taste Dergi: American Dental Association	İnsanlardaki tatma duyusu ile moleküler gastronomi arasında bağlantı kurmak	Alan yazın incelemesi	İnsanların tat alma duyusunun dil üzerindeki 10000 tat alıcısı vasıtası ile gerçekleştiği ve alıcılar sayesinde damak tadının oluştuğu belirtilmiştir. Ayrıca entellektüel bir damak tadı arayışı içerisinde moleküler gastronomiyi anlayıp takdir etmenin mümkün olabileceği belirtilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
3	Roudot	2004	Food Science and Consumer Taste Dergi: Gastronomica	Kalite kavramından yola çıkarak gıda bilimi tarihi ve yapısını araştırmak, tüketicilerin ve bilim adamlarının ihtiyaçlarının farklı olmadığını ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada 19. ve 20. yüzyılda gıda biliminin durumu ortaya konmuş, özellikle 20. yüzyılın sonlarında moleküler gastronominin etkisinden bahsedilmiştir. Ayrıca kalitenin yakalanması için üreticilerin bilim adamlarının ve tüketicilerin ne istediğini anlamları gerektiği belirtilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
4	This	2005a	Molecular gastronomy: exploring the science of flavor	Moleküler gastronomi kavramının doğuşunu ve Amerika ile İngiltere'deki ilerleyişini ilk defa İngilizce dilinde yazılmış bir kitapta ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Dört bölüme ayrılmış kitabın ilk bölümünde mutfak sınırlarına, ikinci bölümünde tadın fizyolojisine, üçüncü bölümünde moleküler mutfak tarifleri ve hazırlama yöntemlerine ve dördüncü bölümde ise pişirmeye bilimsel yaklaşım konularına değinilmiştir.	-
5	This	2005 b	Molecular gastronomy Dergi: Nature Materials	Moleküler gastronominin amaçları ve önemini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Moleküler gastronominin tarifleri model olarak standartlaştırmayı, yeni yemekleri, araçları, metotları ve malzemeleri geliştirmeyi amaçladığı belirtilmiş, ayrıca kötü bir rüya olarak gelecekte besleyici haplarla hayatımızı sürdürme gerçeğiyle yüzleşene dek yeni ve ilginç yemekler geliştirmek açısından önemli olduğu belirtilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.

EK 3 (Devamı)

6	This	2005c	Modelling dishes and exploring culinary "precisions": the two issues of molecular gastronomy Dergi: British Journal of Nutrition	Moleküler gastronominin temel bilimsel stratejisini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada moleküler gastronominin "mutfak tanımlarını modellemek" ve "mutfakta kesinlik" olmak üzere iki temel bilimsel stratejisinin olduğu belirtilmiştir. Ayrıca bu modellerle karmaşık sistemlerin açıklanmasının ve sonsuz sayıda yeni yemek buluşunun yanı sıra klasik sosların fiziksel sınıflandırılmasının da mümkün olacağı vurgulanmıştır.	Çalışma sadece teorik temellidir.
7	This	2006	Food for tomorrow? Dergi: EMBO Reports	Moleküler gastronominin insanların yeme düzenini nasıl etkileyeceğini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada öncelikle gıda biliminin yeni bir buluş olmadığı ortaya konmuş, malzemeler ile mutfak süreci arasında bilimsel olarak farklılığın olduğu vurgulanmış, popüler mutfak şeflerine değinilmiş, moleküler gastronominin pişirme alışkanlıklarımızı değiştirebileceği, pişirmenin bilimsel olarak açıklanmasının sağlık eğitiminin geliştirilmesinde etkili olacağı ve gelecekte gerek şefler gerekse evlerde misafir ağırlayanlar için ilginç, farklı tatlarda ve sağlıklı yemekler hazırlamada önemli bir etken olacağı belirtilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
8	Kroger	2006	Editorial: What's all this we hear about molecular gastronomy? Dergi: Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety	Moleküler gastronomi hakkında bilgi vermek	Alan yazın incelemesi	Çalışmada öncelikle moleküler gastronomi uygulamalarından bahsedilmiş, ardından Nicholas Kurti ve Herve This'in moleküler gastronomi alanında yapmış olduğu çalışmalara ve seminerlere değinilmiş, son olarak Fransa'da kurulan moleküler gastronomi araştırma merkezlerinin sürdürmüş olduğu eğitim faaliyetleri vurgulanarak genel anlamda moleküler gastronomi hakkında bilgi verilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
9	Blanck	2007	Molecular gastronomy: overview of a controversial food science Dergi: Journal of Agricultural & Food Information	Moleküler gastronominin kökenlerini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada moleküler gastronominin kökeninin Herve This ve Nicholas Kurti'nin çalışmalarına dayandığı, 1992 yılından itibaren yapılan çalıştaylar sonucunda yaklaşık 25000 moleküler tarifi çeşitli semboller vasıtası ile standartlaştırıldığı belirtilmiş, akademik bakış açısından ayrı Ferran Adria ve Heston Blumenthal gibi mutfak şeflerinin moleküler gastronomiye katkılarına değinilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
10	Linden, McClements ve Ubbink	2008	Molecular gastronomy: a food fad or an interface for science-based cooking? Dergi: Food Biophysics	Moleküler gastronominin bilim ve pişirme ile ilişkisini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada moleküler gastronominin kısa tarihi, moleküler gastronominin sanat ve bilim arasındaki boşlukta bir köprü görevi görmesi, moleküler gastronomi eğitimi, moleküler gastronomiden kimlerin faydalanabileceği ve moleküler gastronominin geleceği konularına değinilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.

EK 3 (Devamı)

11	Vega ve Ubbink	2008	Molecular gastronomy: a food fad or science supporting innovative cuisine? Dergi: Trends in Food Science & Technology	Moleküler gastronomi tarihi ve yaklaşımlarınıgd a bilimi ve teknolojisi ile ilişkisini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada öncelikle moleküler gastronomi kavramını açıklayan tanımlamalara yer verilmiş, ardından moleküler gastronomi ile ilgili temel yaklaşımlara değinilmiştir. Bu yaklaşımlara bağlı olarak moleküler mutfak reçetelerin fizik ve kimya bilimleri yardımıyla formüle edilişi hakkında bilgiler aktarılmıştır. Restoran mutfaklarındaki teknolojilerin önemi vurgulanmış ve moleküler gastronominin toplum üzerindeki etkisi özellikle sağlık ve hoş gitme açısından belirtilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
12	This	2009a	Twenty years of molecular gastronomy Dergi: Journal of Cookery Science of Japan	Moleküler gastronominin yirmi yılını ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada, Herve This, moleküler mutfağın yirminci yaşında olduğunu ve yirmi yıl boyunca moleküler gastronomi alanında yapılan çalışmalardan, seminerlerden, çalıştaylardan, moleküler mutfak reçetelerinin formülize edilmesinden bahsetmiş ve bundan sonra gerçekleştireceği çalışmalarda bu formüllerin nasıl kullanılması gerektiğini açıklayacağını belirtmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
13	This	2009b	Molecular gastronomy a scientific look at cooking Dergi: Accounts of Chemical Research	Yemek yapmayı bilimsel bakış açısıyla ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve deneysel araştırma	Araştırmada Herve This moleküler mutfak reçetelerinin fizik ve kimya bilimleri yardımıyla formüle edilmesini açıklamış ve bu formüllerin nasıl kullanılması gerektiğini belirtmiştir.	-
14	This	2009c	Molecular gastronomy and "note by note cookery" Dergi: Accounts of Chemical Research	Moleküler gastronominin yirmi yıllık sürede geldiği noktayı vurgulamak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada moleküler gastronominin yirminci yılına gelinceye dek pek çok ülkede gelişim gösterdiği ve moleküler gastronomi biliminin moleküler mutfağa ışık tuttuğu, hatta İngiliz mutfak dergisinin en iyi şeflerin moleküler mutfağa eğilimli oldukları belirtilmiştir. Ayrıca moleküler gastronominin gelişiminin moleküler mutfağın gelişimine etki ettiği vurgulanmıştır.	Çalışma sadece teorik temellidir.
15	This	2009d	Building a meal: From molecular gastronomy to culinary constructivism	Moleküler mutfaktan mutfak yapılanmasına uzanan bir yapıda moleküler mutfak uygulamalarını ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada öncelikle mutfak yapılanmasından bahsedilmiş, ardından iyi pişmiş yumurtadan mayoneze, yeşil fasulyeden et ve patates kızartmasına, limonlu turtadan çikolatalı köpüğe uzanan örnek yemekler üzerinden moleküler mutfak uygulamalarına yer verilmiştir.	-

EK 3 (Devamı)

16	This Rutledge ve	2009	Analytical methods for molecular gastronomy Dergi: Analytical and Bioanalytical Chemistry	Moleküler gastronomi için analitik yöntemler ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada her bilim dalında olduğu gibi moleküler gastronomide de amacın olguların arkasındaki yeni mekanizmaları ortaya koymak olduğu, örneğin moleküler gastronominin arkasında da tıpkı eczacılıkta olduğu gibi fiziksel ve kimyasal olguların olduğu belirtilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
17	Mielby ve Bom Frost	2010	Expectations and surprise in a molecular gastronomic meal Dergi: Food Quality and Preference	Moleküler gastronomi yemeğinden beklentiler ve sonuçları ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve 253 kişi üzerinde anket uygulaması	Araştırma bulguları incelendiğinde katılımcıların 11 farklı moleküler mutfak yemeği deneyimi sonucunda merak, şaşırtıcı, dürtücü, hoş ve yeniden yeme ile ilgili ifadelere yüksek derecede katıldıkları dikkat çekmektedir. Ayrıca katılımcıların yemeğin nasıl servis edildiğine önem verdikleri ve yenilik arayışı içerisinde olan ve dışarıda yemek isteyen kişilerin şaşırtıcı yemekleri tercih etme eğilimlerinin olduğu belirtilmiştir.	Araştırma sonuçlarının genelleme yapmaya sınırlı olması
18	De Soiler	2010	Liquid nitrogen pistachios: molecular gastronomy, ElBulli and Foodies Dergi: European Journal of Cultural Studies	Moleküler mutfak uygulamalarını n farklı kitleler için amaçlarını ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve örnek olay incelemesi	Araştırmada <i>ElBulli</i> restoranının menüsünde yer alan popüler yemeklerden likit nitrojenli fıstığın üç farklı ortamda uygulamasına yer verilmiştir. Bunlardan ilki laboratuvar ortamı, ikincisi profesyonel mutfak ortamı ve üçüncüsü ev ortamıdır. Laboratuvar ortamında amaç "bilime katkı", restoran ortamında amaç "mutfakta yaratıcılık" ve ev ortamında amaç "gastronomik eğitim" olduğu belirtilmiştir.	Araştırma sonuçlarının genelleme yapmaya sınırlı olması
19	Barham, Skibsted, Bredie, Bom Frost, Moller, Risbo, Snitkaer ve Mortensen	2010	Molecular gastronomy: a new emerging scientific discipline Dergi: Chemical Reviews	Moleküler gastronomiyi farklı açılardan ele almak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada moleküler gastronomi açısından önemli olan tat, koku, doku, sıcaklık, lezzet gibi duylara değinilmiş, organik ve işlenmiş gıda üretim teknikleri konularına ve moleküler mutfak uygulamalarına yer verilmiştir. Ayrıca yemekten hoşlanma zevk alma gibi duylar ile tüketim konularına değinilmiş ve moleküler gastronominin geleceği hakkında çıkarımlarda bulunulmuştur.	Çalışma sadece teorik temellidir.
20	Cousins, O'Gorman ve Stierand	2010	Molecular gastronomy: cuisine innovation or modern day alchemy? Dergi: International Journal of Contemporary Hospitality Management	Ünlü şeflere odaklanan araştırma yaparak moleküler gastronomi olgusunu araştırmak	Alan yazın incelemesi ve 18 ünlü şef ile mülakat uygulaması	Araştırma Michelin yıldızı sahibi 18 farklı Alman, Fransız, İngiliz, İspanyol şef ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda en iyi şefin yerinde saymayan sürekli kendini yenileyen çalışan şef olduğu, moleküler mutfağın bir akım olduğu ancak medyanın bu terimi yanlış kullandığı, teknolojik gelişmelerin moleküler mutfağın gelişiminde etkili olduğu ve Ferran Adria'nın bu mutfak akımı için akıllı, pazarlamadan anlayan ve iletişimi kuvvetli bir lider olduğu belirtilmiştir.	-

EK 3 (Devamı)

21	This	2011	Molecular gastronomy in France Dergi: Journal of Agricultural & Food Information	Moleküler gastronominin Fransa'daki gelişimini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada 1995 yılından bu yana Fransa'da da moleküler gastronomi alanında çalışan kişilerin bu disiplinin gelişmesi için büyük çaba sarf ettikleri belirtilmiş, Özellikle <i>INRA Group of Molecular Gastronomy of AgroParisTech</i> isminde kurulan moleküler gastronomi grubunun Fransa devletinin de desteği ile ilköğretimden üniversiteye kadar eğitim faaliyetlerinde buldukları ve Fransa'da tüm halka açık moleküler gastronomi kursları da organize ettikleri vurgulanmıştır. Fransa'da her yıl düzenli olarak "moleküler gastronomi günleri", "bilim, sanat ve pişirme toplantıları", "lezzet haftası" gibi etkinlikler ile pek çok yayının yapıldığı ve moleküler mutfak yemeklerinin sunulduğu restoranların (Le Chateaubriand, Les Magnolias, Pierre Gagnaire) sayısı oldukça fazla olduğu üzerinde durulmuştur.	Çalışma sadece teorik temellidir.
22	Ivanovic, Mikinac ve Perman	2011	Molecular gastronomy in function of scientific implementation in practice Dergi: UTMS Journal of Economics	Moleküler gastronomi pratiğinde bilimsel uygulamaların fonksiyonu	Alan yazın incelemesi	Çalışmada moleküler gastronomi uygulamalarında kullanılan araç gereçler, katkı maddeleri ve hazırlama yöntemleri ile ilgili detaylı bilgilere yer verilmiştir. Ayrıca moleküler gastronomi restoranlarını standart restoranlardan ayıran özellikler üzerinde durulmuştur. Son olarak modern gastronomi akımları ile moleküler gastronominin geleceği hakkında bilgiler verilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
23	Valverde, Burke ve Traynor	2011	Molecular gastronomy in Ireland Dergi: Journal of Culinary Science & Technology	Moleküler gastronominin İrlanda'daki gelişimini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada İrlanda'nın moleküler gastronomi alanında Fransa ve İngiltere'nin gerisinde olduğu ve yapılması planlanan pek çok gelişmenin olduğu belirtilmiş, ardından moleküler gastronominin İrlanda'daki gelişimi ortaya konmuş, bu bağlamda gerçekleştirilen seminerler, bilimsel çalışmalar, eğitim faaliyetleri, moleküler gastronomi uygulamaları ile basılı yayınlar ve teknoloji uygulamaları hakkında bilgiler verilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
24	Myhrvold, Young ve Bilet	2011	The art in gastronomy: A modernist perspective Dergi: Gastronomica	Moleküler gastronominin sanatsal boyutunu ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada modern mutfak anlayışının gelişmesinin ardından dünyaca ünlü şeflerin mutfakta görünüm, koku, doku ve cazibe üzerine yoğunlaşmış moleküler gastronomi uygulamalarını hayata geçirmeleri ele alınmıştır.	Çalışma sadece teorik temellidir.
25	Nathan, Chris ve Bilet	2011	Modernist cuisine: the art and science of cooking	Moleküler gastronomiyi tüm boyutları ile ele alan temel bir eser olmak	Alan yazın incelemesi ve deneysel araştırma	Çalışma toplam altı ciltten oluşmaktadır. İlk cilt moleküler gastronominin tarihi ve temelleri, ikinci cilt moleküler mutfakta kullanılan teknikler ve donanımlar, üçüncü cilt hayvanlar ve doğa, dördüncü cilt malzemeler ve hazırlanış, beşinci cilt tarifler ve altıncı cilt mutfak el kitabından oluşmaktadır.	-

EK 3 (Devamı)

26	Baldwin	2012	Sous vide cooking: a review Dergi: International Journal of Gastronomy and Food Science	Sous vide pişirme yöntemini gıda güvenliği açısından değerlendirmek	Alan yazın incelemesi ve deneysel araştırma	Araştırmada moleküler mutfak uygulamalarında sıklıkla kullanılan ve son derece verimli bir pişirme yöntemi olan <i>sous vide</i> pişirme yönteminin gıda güvenliği açısından dikkat edilmesi gerektiğinin üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda araştırmada pişirme sıcaklığı ve süresinin, paketlenme ve vakumlama işleminin ve daha sonra kullanılmak üzere dondurma işlemi sırasında dikkat edilmesi gereken noktalara değinilmiştir.	-
27	Edwards-Stuart	2012	Molecular gastronomy in the UK Dergi: Journal of Culinary Science & Technology	Moleküler gastronominin İngiltere'deki gelişimini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada özellikle Heston Blumenthal ve restoranı Fat Duck'ın İngiltere'de moleküler gastronominin gelişimindeki rolü üzerinde durulmuş, bu alanda yapılan bilimsel çalışmalara, seminerlere ve eğitim programlarına değinilmiştir. Ayrıca İngiltere'deki moleküler mutfak sunan restoranların sayısının gittikçe artış gösterdiği belirtilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
28	Dotsenko, Arpul, Usatyuk ve Dudkina	2012	Spherification as a prospective technique of product production at restaurants Dergi: Technical Sciences	Restoranlarda yemek üretiminde küreleştirme tekniğinin kullanımının faydalarını ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada küreleştirme tekniğinin restoranlarda kullanılmasının nedeninin yenilikçi yaklaşımla farklı yemekler üretmek olduğu kadar aynı zamanda daha sağlıklı, daha az kalorili ve daha çok besin değeri olan yemekler üretmek olduğu belirtilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
29	Fernandez-Armesto	2012	Modern Techniques in Kitchen Chemistry Kitap Bölümü: Modern Garde Manger: A Global Perspective	Mutfakta kullanılan modern teknikleri ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada mutfaklarda kullanılan moleküler mutfak malzemeleri ve hazırlama yöntemleri ile bazı tariflere yer verilmiştir.	-
30	Barbar ve This	2012	Molecular gastronomy in Lebanon Dergi: Journal of Culinary Science & Technology	Moleküler gastronominin Lübnan'daki gelişimini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada moleküler gastronominin Lübnan'da 2011 yılından bu yana gelişme gösterdiği, o tarihten itibaren düzenlenen seminerler ve konferanslar sayesinde daha geniş kitlelere duyurulduğu belirtilmiştir. Ayrıca babagannuş ve mutabbal gibi Lübnan mutfağına ait yemeklerin moleküler mutfak uygulamalarına yer verilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.

EK 3 (Devamı)

31	Yılmaz ve Bilici	2013	Yemeğin kimyası: moleküler gastronominin dünü, bugünü ve yarını Dergi: Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Moleküler gastronominin geçmişini ve geleceğini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada moleküler gastronominin tarihi ve kapsamı ile moleküler gastronominin şeflere, bilim adamlarına, gıda endüstrisine ve topluma olan faydaları üzerinde durulmuş, standart restoranlar ile moleküler mutfak restoranlarının arasındaki farklara değinilmiş, moleküler gastronominin geleceği hakkında çıkarımlarda bulunulmuştur.	Çalışma sadece teorik temellidir.
32	Kızılırmak ve Albayrak	2013	İnovasyon örneği olarak moleküler mutfağın İstanbul'daki restoran işletmelerinde uygulanmasına yönelik bir araştırma Bildiri Kitabı: 14. Ulusal Turizm Kongresi	Moleküler mutfağı inovasyon örneği olarak ele almak	Alan yazın incelemesi ve 21 restoran işletmesi yetkilisi üzerinde anket uygulaması	Araştırmada işletmelerin %81'inde moleküler mutfak uygulamalarına yer verilmediği, uygulayanların ise yiyecek ve içeceklerde bu uygulamaları gerçekleştirdikleri belirlenmiştir. Ayrıca moleküler mutfağın Türk turizmine yapacağı katkı konusunda işletmelerin tamamının hemfikir olduğu tespit edilmiştir.	Araştırma sonuçlarının genelleme yapmaya sınırlı olması
33	This	2013	Molecular gastronomy is a scientific discipline and note by note cuisine is the next culinary trend Dergi: Flavour	Moleküler mutfağın geleceği olarak görülen mutfak akımı note by note mutfağını detaylıca ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada <i>note by note</i> mutfağının 1994 yılından bu yana tartışılır olduğu ve insanların bu mutfak hakkında özellikle besin değeri, toksikoloji, uygulanabilirlik, ekonomik ve politik sorularının olduğu belirtilmiş ve bu sorular yanıtlanmıştır.	Çalışma sadece teorik temellidir.
34	Risbo, Mouritsen, Bom Frost, Evans ve Reade	2013	Culinary science in Denmark: molecular gastronomy and beyond Dergi: Journal of Culinary Science & Technology	Moleküler gastronominin Danimarka'daki gelişimini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada moleküler gastronominin Danimarka'da gösterdiği gelişim çeşitli boyutlardan ele alınmıştır. Bu boyutlar incelendiğinde özellikle moleküler gastronominin bilimsel açıdan önemsendiği ve bilimsel çalışmaların ağırlıklı olarak yürütüldüğü, bunun yanı sıra moleküler gastronominin gastrofizik ile mutfakta yeniliğe neden olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca moleküler mutfak eğitim faaliyetlerine de yer verilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
35	Roossth	2013	Of foams and formalisms: scientific expertise and craft practice in molecular gastronomy Dergi: American Anthropologist	Moleküler gastronomi laboratuvarında Fransız mutfağının geleceğini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada moleküler gastronomi laboratuvarından Fransız mutfağının geçmişi ve geleceği incelenmiş, kimya aracılığı ile insanların daha iyi beslenebileceği aktarılmış ve gelecekte nelere yenileceği üzerine tartışılmıştır. Bu bağlamda özellikle geleneksel yemeklerden ziyade sentetik yemeklere doğru yol alan bir Fransız mutfağının olduğu belirtilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.

EK 3 (Devamı)

36	Ruiz, Calvarro, Sanchez del Pulgar ve Roldan	2013	Science and technology for new culinary techniques Dergi: Journal of Culinary Science & Technology	Yeni mutfak tekniklerinde bilim ve teknoloji kullanımını ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada yeni mutfak tekniklerinde bilim ve teknoloji kullanımının artmasıyla ünlü restoranların dünya genelinde yaygınlaştığı ve bu restoranlarda kullanılan moleküler mutfak katkı maddeleri, pişirme yöntemleri ve donanımlarından bahsedilmiştir. Ayrıca bu alandaki bilgi eksikliği ve güvenlik sorununa değinilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
37	Van Der Linden	2013	Integration of gastronomy and physics for innovation Dergi: Flavour	Gastronomi ve fiziğin yenilik olarak kullanılmasını ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada gastronomi ve fiziğin entegrasyonu sonucunda mutfakta yeniliğe etkisinin önemi vurgulanmış, bu bağlamda jelatin ile ilgili fizik örneğinden yola çıkarak gıdanın jelleştirilmesi yoluyla mutfakta yeni ürünler geliştirilebileceği ve bundan tüm gıda profesyonellerinin faydalanabileceği vurgulanmıştır.	Çalışma sadece teorik temellidir.
38	Fizzman, Varela ve Fizzman	2013	How does the sciences of physical and sensory properties contribute to gastronomy and culinary art? Dergi: Flavour	Fizik bilimi ve duyuşal özelliklerin gastronomi ve mutfak sanatlarına katkısını ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada fizik biliminin gastronomide kullanılmasının restoran deneyimi üzerinde etkisi olabileceği vurgulanmış, bu bağlamda özellikle yemeklerin dokusunun önemli olduğu ve insanların gıda seçiminde önemli rolü olduğu belirtilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
39	Barham	2013	Physics in the kitchen Dergi: Flavour	Mutfak uygulamalarında fizik biliminin kullanımını ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada 1980'li yıllardan bu yana mutfakta fiziğin kullanılmasıyla gastrofiziğin öneminin arttığı vurgulanmış ve gastrofiziğin tam olarak ne olduğu ve ihtiyacımız olup olmadığı ortaya konmuştur. Ayrıca gelecekte fizik ve kimya eğitimi alan şeflerin kendilerini geliştirip mesleklerinde daha verimli çalışmalarının mümkün olabileceği vurgulanmıştır.	Çalışma sadece teorik temellidir.
40	Garcia-Segovia, Garrido, Vercet, Arbolea, Fizzman, Martinez-Monzo, Laguarda, Palacios ve Ruiz	2014	Molecular gastronomy in Spain Dergi: Journal of Culinary Science & Technology	Moleküler gastronominin İspanya'daki gelişimini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada moleküler gastronominin İspanya'da gösterdiği gelişim ele alınmıştır. İspanya'da moleküler gastronominin gerek bilimsel açıdan gerekse uygulama açısından çok ilerlediği belirtilmiştir. Kullanılan gıda katkı maddelerinden donanımlara kadar her türlü ihtiyacın ticaretinin de İspanya'da yapılmaya başladığı belirtilmiştir. Ayrıca moleküler mutfak alanında güncel araştırma konularına ve eğitim faaliyetlerine de yer verilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
41	This	2014	Note by note cooking: The future of food	Note by note mutfağını derinlikleriyle ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada gıdanın geleceği olarak nitelendirilen <i>note by note</i> mutfağı hakkında derinlemesine bilgilere yer verilmiştir. Gelecek mutfak akımı olarak görülen note by note mutfağında kullanılan katkı maddeleri, tarifler ve görsellere yer verilmiştir.	-

EK 3 (Devamı)

42	Doğdubay ve Saatçi	2014	Menü mühendisliği	Yiyecek içecek işletmelerinde moleküler mutfak ve füzyon mutfak uygulamalarının menü ile ilişkisini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada yiyecek içecek işletmelerinin rekabette ön plana çıkabilmeleri için menülerinde yenilik yapmaları gerektiği ve bu bağlamda füzyon mutfak ile moleküler mutfak ürünlerine menülerinde yer vermelerinin faydalı olabileceği belirtilmiştir.	-
43	Özdoğan	2014	Moleküler gastronomi Kitap Bölümü: Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler	Moleküler gastronomi ve moleküler mutfak hakkında temel bilgiler vermek	Alan yazın incelemesi	Çalışmada moleküler gastronomi kavramı, moleküler gastronominin tarihi, moleküler mutfakta kullanılan yöntemler ve katkı maddeleri, moleküler mikoloji ve moleküler gastronominin tehlikeleri konularına değinilmiştir.	-
44	Tüzünkan ve Albayrak	2015	Research about molecular cuisine application as an innovation example in Istanbul restaurants Dergi: Procedia - Social and Behavioral Sciences	Moleküler mutfağın turizm sektörüne olası etkilerini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve 1 restoranın üç yetkilisi ve 5 müşteri üzerinde anket uygulaması	Araştırmada, işletme yetkilileri moleküler mutfağın özellikle işletme gelirlerinin artmasında, memnun ayrılan müşterilerin olumlu duyurumlarda bulunmasında ve ülkenin turizm gelirlerinin artmasında olumlu yönde etkileri olabileceğini belirtmiştir. Ayrıca müşterilerin de genel anlamda farklı deneyim yaşamaktan memnun kaldıkları, arkadaşlarına tavsiye edecekleri ve fiyatların daha uygun olması halinde daha fazla yemek deneyebilecekleri belirtilmiştir.	Araştırma sonuçlarının genelleme yapmaya sınırlı olması
45	Neumann, Raad, Ciobanu, Budeyri ve Schmidt	2015	Alimentary experiments: how science got into our kitchens Dergi: Journal of Management and Innovation	Yenilik ilkelerini ortaya koyan bir alan olarak moleküler gastronominin evrimini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada moleküler gastronominin evrimi kronolojik olarak; teknolojinin gelişimi (1950-1988), teknolojinin gıda sektöründe kullanımı ve gıdanın bilim ile buluşması (1988-2004), üstün nitelikli yemeklerin ortaya çıkışı (2004-2010), bu yemeklerin herkes için ulaşılabilir hale gelmesi ve devam eden gelişim dönemi (2010-....) olarak aktarılmış ve son dönemdeki önemli gelişmelerden biri olan ElBulli Vakfının yapmış olduğu çalışmalar ile <i>SubliMotion</i> restoranı ve <i>Ooho</i> su kabı hakkında bilgiler verilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
46	Caporaso ve Formisano	2016	Developments, applications, and trends of molecular gastronomy among food scientists and innovative chefs Dergi: Food Reviews International	Gıda bilim adamları ve yenilikçi şefler arasında gelişmeler, uygulamalar ve moleküler gastronomi eğilimlerini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada moleküler gastronominin tarihi, bilimadamları ve mutfak şeflerinin iş birliği, yeni moleküler mutfak uygulamalarından örnekler, gastronominin hazcı boyutu, moleküler mutfağın geleceği ve yeni eğilimleri başlıkları incelenmiş ve bu bağlamda "moleküler mutfak bilimsel bir disiplin mi yoksa bir gıda modası mı?" sorusunun cevabı aranmıştır.	Çalışma sadece teorik temellidir.

EK 4. Füzyon Mutfak Konusuna İlişkin Alan Yazın Özeti

#	Yazar(lar)	Yıl	Makale Bilgisi	Araştırmanın Amacı	Araştırmanın Yöntemi	Araştırmanın Bulguları	Araştırmanın Sınırlamaları
1	Holand ve McCool	1994	Cross-cultural cuisine: Long-term trend or short-lived fad Dergi: Hospitality Review	Kültürlerarası mutfağın bir akım mı yoksa bir moda mı olduğunu ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve anket uygulaması	Araştırmada mutfak akımlarının tahmin edilebilir olduğu, etnik yiyeceklerin yükselişe geçtiği, kültürlerarası mutfağın süreklilik arz eden bir akım olduğu, işletmecilerin yeni ve ilginç tatlar arayışı içinde oldukları, küreselleşmenin bu gelişimi destekleyebileceği, bu akımın metropol bölgelere yayıldığı ve menü fiyatlarının makul olduğu belirtilmiştir.	Araştırma sonuçlarının genelleme yapmaya sınırlı olması
2	Hall ve Mitchell	2002	The changing nature of the relationship between cuisine and tourism in Australia and New Zealand: From fusion cuisine to food networks Kitap Bölümü: Tourism and Gastronomy	Avustralya ve Yeni Zelanda'da mutfak kültüründeki ve turizmdeki değişimi ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada Avustralya ve Yeni Zelanda'nın mutfak kültürünün 1700'lü yıllardan 2000'li yıllara kadar uzanan sürede gelişimi krnolojik olarak ortaya konmuş, sürdürülebilir yerel gıda sistemleri üzerine yerel, bölgesel ve ülkesel stratejiler incelenmiş ve gıda ile turizm arasında milli bir bağ kurarak ülkenin pazarlanması önerisi üzerinde durulmuştur. Ayrıca küreselleşmenin bir sonucu olarak bu ülkelerde füzyon mutfak akımının geliştiği belirtilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
3	Scarpato ve Daniele	2003	New global cuisine: tourism, authenticity and sense of place in postmodern gastronomy Kitap Bölümü: Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets	Yeni küresel mutfağı turizm, özgünlük ve mekân üçgeni çerçevesinde ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada küreselleşmenin mutfak ve gıdalar üzerindeki etkisinin göz ardı edilemeyeceği vurgulanmış, modern turistlerin özgün gastronomik ürünlere olan ilgileri ortaya konmuş, gıda, mekân ve kültürel kimliğin küresel bir mutfağın oluşumunda etkili olduğu, ayrıca şeflerin gastronomi turizmini yönlendiren kişiler olduğu belirtilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
4	Goldstein	2005	Fusing culture, fusing cuisine Dergi: The Journal of Food and Culture	Füzyon kültürünü ve füzyon mutfağı kültürlerin evliliği olarak açıklamak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada füzyon kültürü ve füzyon mutfak hakkında çeşitli kişilerin yapmış olduğu çalışmalara değinilmiş, füzyon konusuna dikkat edilmesi ve farklılıkların ortaya konması gerektiği vurgulanmış, füzyonun ancak bu sayede tamamiyle yeni ve ilginç olabileceği belirtilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.

EK 4 (Devamı)

5	Kırım	2005	Füzyon mutfağı nedir? Bize ne kadar uyar? Köşe Yazısı	Füzyon mutfağının Türk toplumuna uyumunu değerlendirmek	Alan yazın incelemesi	Köşe yazısında füzyon kavramı açıklanmış, yemeğin küreselleşmesine dünyadan örnekler verilmiş, bu mutak akımının gelişmesi için eğitilmiş aşçılara ihtiyaç olduğu belirtilmiştir. Ayrıca bir füzyon mutfak örneği olan patlıcan beğendili sufle tarifi verilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
6	Sandıkçı ve Çelik	2007	Füzyon mutfak uygulamaları ve misafir memnuniyeti açısından önemi Bildiri: 1.Ulusal Gastronomi Sempozyumu	Misafir memnuniyetinin sağlanmasında füzyon mutfak uygulamalarının etkisini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve 78 işletme yöneticisi ve akademisyen e anket uygulaması	Araştırmada genç katılımcıların ilerleyen yaşta katılımcılara göre, bayan yaşların erkek katılımcılara göre ve sektör dışı çalışanların sektörde çalışanlara göre füzyon mutfak uygulamalarını yapabilir gördükleri ve misafir memnuniyetine olumlu etki yaratabileceği görüşünde oldukları belirtilmiştir.	Araştırma sonuçlarının genelleme yapmaya sınırlı olması
7	Doğdubay, Girgin ve Giritlioğlu	2007	Yiyecek içecek endüstrisinde bir pazarlama stratejisi olarak ürün geliştirme çalışması (füzyon mutfak uygulaması) Bildiri: I. Çeşme Ulusal Turizm Sempozyumu	Ürün geliştirme örneği olarak füzyon mutfak uygulamalarını değerlendirmek	Alan yazın incelemesi	Çalışmada yiyecek içecek endüstrisinde pazarlama ve pazarlama stratejileri kavramlarının önemi üzerinde durulmuş, bu bağlamda füzyon mutfak uygulamalarının kullanılabilirliği değerlendirilmiştir. Ayrıca yiyecek içecek işletmelerinin yöneticilerine menü planlaması yaparken füzyon mutfak uygulamalarını göz önünde bulundurmaları önerilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
8	Farrer	2010	Eating the west and beating the rest: culinary occidentalism and urban soft power in Asia's global food cities Kitap Bölümü: Globalization, Food and Social Identities in the Asia Pasific Region	Asya'nın global şehirlerinde mutfağın Batılılaşmasını ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada küresel mutfağın küreselleşmiş şehirlerin merkezinde geliştiği vurgulanmış ve Şangay ile Tokyo örneğinden yola çıkarak bu şehirlerdeki mutfak arzının küreselleşmesi anlatılmıştır. Özellikle Batı ülkelerinden gelen yatırımcıların yeni açtıkları restoranlarda füzyon mutfak akımının gelişmesini sağladığı aktarılmıştır.	Çalışma sadece teorik temellidir.
9	Birgül	2010	Refika'nın mutfağı / Cooking new Istanbul style Kitap	Türk mutfağının ürünleri, araç gereçleri ile ilgili bilgiler ve tarifler ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada Türk mutfağının füzyon mutfak olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceği hakkında bilgiler verilmiş, ayrıca yemek tarifleri ile mutfakta kullanılan araç gereç ve malzemeler hakkında bilgilendirmelerde bulunulmuştur.	Çalışma sadece teorik temellidir.
10	Gioffre	2010	Alışkanlıkları değiştire tarifler / Füzyon Kitap	Füzyon mutfak yemek tariflerine yer vermek	Alan yazın incelemesi	Çalışmada füzyon mutfağın tanıtımı yapıldıktan sonra zengin görseller ile dünya çapında füzyon mutfak tariflerine yer verilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.

EK 4 (Devamı)

11	White	2011	Fusion / confusion: culinary eugenics and American cuisine Araştırma Notu: Carleton College	Amerikan mutfağındaki füzyonu ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada Amerikan mutfağı diye bir mutfağın olmadığı ancak Çin, Malezya, Fransa ve Meksika mutfaklarının izlerini taşıyan füzyon bir mutfağa sahip olduğu belirtilmiştir. Ayrıca füzyon mutfak akımına karşı çıkan şeflerin olduğu da belirtilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
12	Erdem, Doğdubay ve Sarıoğlan	2012	The relationship between product innovation and fusion cuisine in food and beverage establishments: A discussion on Turkish cuisine Kitap Bölümü: Current Issues in Hospitality and Tourism Research and Innovations	Ürün inovasyonu ve füzyon mutfak arasındaki ilişkiyi ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada Türk mutfağının ürün inovasyonu kapsamında yiyecek içecek işletmeleri tarafından füzyon mutfak uygulamaları ile değerlendirilmesi üzerinde durulmuş, Türk mutfağının zenginliklerinden bahsedilmiş, ürün inovasyonu süreci anlatılmış ve yiyecek içecek işletmelerinin perspektifinden Türk mutfağında füzyon mutfak uygulamalarının gerçekleştirilmesine yönelik önerilerde bulunulmuştur.	Çalışma sadece teorik temellidir.
13	Can, Sünnetçioğlu ve Durlu-Özkaya	2012	Füzyon mutfağı uygulamalarının gastronomi turizminin gelişimine katkısı Bildiri: 13. Ulusal Turizm Kongresi	Füzyon mutfağı uygulamalarının gastronomi turizminin gelişimine katkısını ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada gastronomi ve gastronomi turizmi kavramları hakkında bilgiler verilmiş, ardından füzyon mutfağı detaylıca irdelenmiş ve sonuç bölümünde gastronomi turizmi kapsamında füzyon mutfağı uygulamalarından yararlanılmasına yönelik önerilerde bulunulmuştur.	Çalışma sadece teorik temellidir.
14	Sarıoğlan	2014	Fusion cuisine education and its relation with molecular gastronomy education (comperative course content analysis) Dergi: International Journal on New Trends in Education and Their Implications	Moleküler mutfak ve füzyon mutfak eğitimlerindeki ders içerikleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymak	Alan yazın incelemesi ve içerik analizi	Araştırmada üniversitelerdeki eğitim programlarında moleküler gastronomi ve füzyon mutfak derslerinin içerikleri hakkında içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulgularında yedi üniversitede füzyon mutfak eğitimi verildiği ve üç üniversitede moleküler gastronomi eğitimi verildiği ancak pratik derslerin azlığı dikkat çekmektedir. Ayrıca eğitimlerin odaklandığı noktaların birbirinden çok farklı olduğu ve farklı dönemlerde verildiği tespit edilmiştir.	-
15	Evangelista	2015	Fusion cooking Prof. Marianne T. Evangelista'nın Sunumu	Füzyon mutfak hakkında bilgiler vermek	Alan yazın incelemesi	Sunumda füzyon mutfak kavramı ve tarihi, öncüleri, füzyon mutfak türleri ve füzyon mutfak uygulamaları gerçekleştiren ünlü şefler detaylıca aktarılmıştır.	Çalışma sadece teorik temellidir.

EK 4 (Devamı)

16	Yarış ve Durlu-Özkaya	2015	Amerikan mutfak kültürünün gelişim süreci Dergi: Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Amerika Birleşik Devletleri'ndeki mutfak gelişimini incelemek ve diğer mutfak kültürleri ile nasıl etkileşime girdiğini saptamak	Literatür Alan yazın incelemesi	Çalışmada öncelikle koloniler öncesi dönemde Amerika Birleşik Devletleri'ndeki mutfak kültürü aktarılmış, ardından Amerika'nın Kristof Colomb tarafından keşfinden sonaraki gelişmelere yer verilmiştir. Koloniler öncesi dönemde Amerika'da İngiltere mutfak, orta bölge mutfak ve güney bölgesi mutfak olmak üzere üç farklı mutfak olduğu belirtilmiştir. Koloniler sonrası dönemde ise etkileşim halinde füzyon mutfak akımının etkisinde kalan Amerika'da Louisiana mutfak, Tex-Mex mutfak, Kaliforniya mutfak ve Hawaii mutfaklarının oluştuğu belirtilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
17	Exquisite Taste Magazine	2015	The history of fusion cuisine İnternet Kaynağı	Füzyon mutfak tarihini ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada kültürel mutfak yükselişi, füzyon mutfak yemekleri ve füzyon mutfak yüzyıllardan gelen tarihi ortaya konmuş ve füzyon mutfak uygulamaları gerçekleştiren ünlü şefler detaylıca aktarılmıştır.	Çalışma sadece teorik temellidir.
18	Aksoy ve Üner	2016	Rafine mutfak doğuşu ve rafine mutfak şekillendiren yenilikçi mutfak akımlarının yiyecek içecek işletmelerine etkileri Dergi: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	Yenilikçi mutfak akımlarını ortaya koymak	Alan yazın incelemesi	Çalışmada rafine mutfak Avrupa'da ortaya çıkışı ve zaman içerisinde geçirdiği değişim süreçleri incelenmiş, bu bağlamda özellikle Avrupa'da kendisini hissettiren yenilikçi mutfak, öncü mutfak, yeni küresel mutfak, moleküler mutfak, note by note mutfak ve dijital gastronomi akımlarına değinilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.

EK 5. Yerel Mutfak Konusuna İlişkin Alan Yazın Özeti

#	Yazar(lar)	Yıl	Makale Bilgisi	Araştırmanın Amacı	Araştırmanın Yöntemi	Araştırmanın Bulguları	Araştırmanın Sınırlamaları
1	Gregoire ve Strohbahn	2002	Benefits and obstacles to purchasing food from local growers and producers Dergi: The Journal of Child Nutrition & Management	Yerel ürün yetiştiricileri ve üreticilerinden yerel gıdalar satın almanın faydaları ve karşılaşılan engelleri ortaya koymak	Literatür taraması ve 237 katılımcı üzerinde anket uygulaması	Araştırmada yerel ürün yetiştiricileri ve üreticilerinden yerel gıdalar satın almanın faydaları; iyi yerel ilişkiler geliştirilmesi, yerel ekonomiye yardım, taze ürünlere ulaşma ve az miktarlarda satın alma olarak belirtilmiştir. Karşılaşılan engeller ise; yıl boyunca yerel gıdanın bulunmasının zorluğu, yeterli miktarda yerel gıdanın bulunma zorluğu, güvenilir gıda miktarı ve yerel yönetim ile devletin düzenlemeleri olarak tespit edilmiştir.	Araştırma sonuçlarının genelleme yapmaya sınırlı olması
2	Strohbahn ve Gregoire	2003	Case studies of local food purchasing by central Iowa restaurants and institutions Dergi: Foodservice Research International	Restoranların ve kurumların yerel gıda satın almalarını örnek olaylar üzerinden ortaya koymak	Literatür taraması ve örnek olay incelemesi	Araştırmada yiyecek-içecek işletmelerinin yerel gıdaları satın almada; a) ürün maliyeti, b) yiyeceklerin hazırlanma süreci, c) gıda güvenliği, d) satıcılarla ilişkileri, e) ödeme prosedürleri ve f) yeterli miktarda ürünün temini hususlarına dikkat ettikleri tespit edilmiştir.	-
3	Starr, Card, Benepe, Auld, Lamm, Smith ve Wilken	2003	Sustaining local agriculture barriers and opportunities to direct marketing between farms and restaurants in Colorado Dergi: Agriculture and Human Values	Çiftçiler ile restoran işletmeleri arasında doğrudan pazarlama engelleri ve fırsatları ortaya koymak	Literatür taraması ile telefon mülakatı ve odak grup görüşmeleri	Araştırmada çiftçiler ile restoran işletmeleri arasında doğrudan pazarlama yoluyla yerel gıdaların satışında fiyat ve güvenilebilirliğin sorun olmadığı, restoranların yerel ürünleri satın alma istekli oldukları ancak istedikleri miktarda her sezonda yerel gıda temini konusunda sıkıntı yaşadıkları tespit edilmiştir. Ayrıca çiftçilerin doğrudan pazarlama konusunda bilgi eksikliklerinin olduğu belirtilmiştir.	-
4	Weatherell, Tregear ve Allinson	2003	In search of the concerned consumer: UK public perceptions of food, farming and buying local Dergi: Journal of Rural Studies	Tüketicilerin gıda seçimindeki öncelikleri, çiftçilik algıları ve yerel gıdaya olan ilgilerini ortaya koymak	Literatür taraması ve odak grup görüşmesi ve 734 katılımcı üzerinde anket uygulaması	Araştırmada tüketicilerin gıda seçiminde iyi tada sahip olması, tazelik, sağlığa faydalı ve kolay erişilebilir olması gibi kriterlere önem verdikleri tespit edilmiştir. Ayrıca tüketicilerin yerel gıdaları süpermarketlerden, yerel ürünlerin satıldığı dükkânlardan ve çiftçi pazarlarından aldıkları belirtilmiştir.	-
5	Du Rand, Heath ve Alberts	2003	The role of local and regional food in destination marketing Dergi: Journal of Travel & Tourism Marketing	Destinasyon pazarlamasında yerel yiyeceğin rolünü ortaya koymak	Literatür taraması ve 58 katılımcıya anket uygulaması	Araştırmada turizm paydaşlarının gözünden en önemli unsurların özel nitelikli restoranlarda yemek yemek ve yerel yiyecek üreticileri ile festivalleri ziyaret etmek olduğu belirtilmiştir.	Araştırma sonuçlarının genelleme yapmaya sınırlı olması

EK 5 (Devamı)

6	Zepeda ve Leviten-Reid	2004	Consumer's views on local food Dergi: Journal of Food Distribution Research	Tüketicilerin yerel gıda hakkındaki inanışları ve davranışlarını ortaya koymak	Literatür taraması ve odak grup görüşmesi	Araştırmada öncelikle tüketicilerin yerel gıda kavramını açıklamaları istenmiş, dört farklı grubun cevapları not edilmiş ve yerel gıda hakkında uzaklık, mevsimsellik, çiftçi pazarlarında bulunma durumu ve çeşitlilik kavramlarına vurgu yaptıkları belirtilmiştir. Ayrıca katılımcıların süpermarketler ile çiftçi pazarlarından yerel gıdalar satın aldıkları belirtilmiştir.	-
7	Gregoire, Arendt ve Strohbahn	2005	Iowa producers' perceived benefits and obstacles in marketing to local restaurants and institutional foodservice operations Dergi: Journal of Extension	Yerel üreticilerin yerel restoranlara ürün pazarlamasındaki faydalar ve engelleri ortaya koymak	Literatür taraması ve 195 katılımcı üzerinde anket uygulaması	Araştırmada Iowa'daki yerel gıda üreticilerinin sadece %25'inin yiyecek hizmeti veren işletmelere satış yaptığı tespit edilmiş, pazarlama kanalı olarak doğrudan pazarlama ya da çiftçi pazarlarından temin yönteminin kullanıldığı belirtilmiştir. En büyük engelin yıl boyu yerel gıda temin edilememesi olduğu vurgulanmıştır.	Araştırma sonuçlarının genelleme yapmaya sınırlı olması
8	Zepeda ve Li	2006	Who buys local food? Dergi: Journal of Food Distribution Research	Yerel gıdaları kimleri satın aldığı ortaya koymak	Literatür taraması, 522 katılımcı üzerinde anket uygulaması ve 434 katılımcı ile telefon mülakatı	Araştırmada yerel gıda satın alma davranışının temelde yemek pişirme ve fiyat ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Yemek pişirmekten hoşlanan kişilerin yerel gıdaları satın alma olasılığının daha fazla olduğu, buna karşılık fiyatın yüksek olmasının da bu olasılığı düşürdüğü belirtilmiştir.	-
9	Skuras, Dimara ve Petruo	2006	Rural tourism and visitors' expenditures for local food products Dergi: Regional Studies	Kırsal turizmde ziyaretçilerin yerel gıda ürünlerine yaptıkları harcamaları ortaya koymak	Literatür taraması, örnek olay incelemesi ve yüz yüze görüşme	Araştırmada tüm sosyo-ekonomik değişkenlerden sadece katılımcıların medeni durumları ve eğitim düzeylerinin yerel gıda ürünlerini satın alma kararını etkileyen faktörler oldukları tespit edilmiştir.	-
10	Ryu ve Jang	2006	Intention to experience local cuisine in a travel destination: the modified theory of reasoned action Dergi: Journal of Hospitality & Tourism Research	Turistlerin yerel mutfak denemek için davranışsal niyetlerini tahmin etmek için gerekçeli eylem teorisi modelinin yeteneğini incelemek	Literatür taraması ve senaryo ile anket uygulaması (393 öğrenci üzerinde)	Araştırma bulguları incelendiğinde, geçmiş deneyim boyutunun eklendiği Gerekçeli Eylem Teorisi modelinin turistlerin yerel mutfak denemelerinde davranışsal niyetleri tahmin etmek üzere turizm sektöründe kullanılabilir olduğu belirtilmiş, özellikle geçmiş deneyimlerin davranışsal niyetler üzerinde güçlü etkisinin olduğu vurgulanmıştır.	Araştırmanın öğrenciler özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması

EK 5 (Devamı)

11	Çela, Lankford ve Lankford	2007	Local food festivals in Northeast Iowa communities: a visitor and economic impact study Dergi: Managing Leisure	Yerel gıda festivallerinin katılımcı profillerini, motivasyon faktörlerini, bilgi kaynaklarını ve ekonomik etkilerini ortaya koymak	Literatür taraması ve 180 katılımcı üzerinde anket uygulaması	Araştırmada katılımcıların genellikle bu festivallere daha önceden gelen, arkadaş ve akraba ziyaretinde olan, ağızdan ağıza duyurum yoluyla bilgi sahibi olan, günübirlikçi ve bireysel seyahat eden kişilerden oluştuğu tespit edilmiştir. Ayrıca temel motivasyonları yerel gıdalar satın almak olan ve sadece yerel gıda satın almak için günlük 4.54 ABD Doları harcayan kişiler oldukları belirtilmiştir.	Araştırma sonuçlarının genelleme yapmaya sınırlı olması
12	Okumuş, Okumuş ve McKercher	2007	Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: the cases of Hong Kong and Turkey Dergi: Tourism Management	Hong Kong ve Türkiye'nin pazarlama çalışmalarında gıdayı nasıl kullandıklarını karşılaştırmak	Literatür taraması ve dokümanlar (1200'den fazla broşür, kitapçık, rehber, internet sitesi) aracılığı ile içerik analizi	Araştırmada her iki ülkenin de pazarlama çalışmalarında gastronomik değerleri kullandığı ancak Hong Kong'un Türkiye'ye nazaran daha çok gastronomik bir destinasyon olarak pazarlandığı, Hong Kong'un kendi yerel mutfağının yanı sıra uluslararası mutfakları da pazarladığı ancak Türkiye'nin sadece yerel mutfağını pazarladığı ve özellikle dokümanlardaki fotoğraflarda Türkiye'ye göre çok daha profesyonel çekimlerin yer aldığı belirtilmiştir. Ayrıca destinasyon imajı, pazar konumlandırma ve ürün çeşitliliği anlamında da Hong Kong'un Türkiye'ye nazaran gastronomik değerlere daha çok önem verdiği vurgulanmıştır.	Araştırmada kullanılan pazarlama ile ilgili dokümanlar resmi kaynaklar olduğundan özel sektörün (seyahat acentaları, tur operatörleri ve oteller) hazırladığı dokümanların kullanılmasının eksikliği
13	Thilmany, Bond ve Bond	2008	Going local: exploring consumer behavior and motivations for direct food purchases Dergi: Agricultural and Applied Economics Association	Tüketicilerin yerel gıda satın alma motivasyonları ve davranışlarını ortaya koymak	Literatür taraması	Çalışmada tüketicilerin üreticilerden doğrudan yerel gıda ürünlerini satın alma motivasyonları; enerji sarfiyatı (daha az mesafe), çevreye fayda (yerel ilişkiler), algılanan kalite ve gıda güvenliği ile tarım ve yerel ekonomiye katkı sağlamak olduğu belirtilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
14	Green ve Dougherty	2008	Localizing linkages for food and tourism: Culinary tourism as a community development strategy Dergi: Community Development	Mutfak turizmini bir toplumsal kalkınma stratejisi olarak ele almak	Literatür taraması, mülakat ve 70 katılımcı üzerinde anket uygulaması	Araştırmada perakendecilerin yerel üreticilere bağımlılıklarından dolayı yerel üretime güvendikleri tespit edilmiştir. Ayrıca yerel üretici ile satın alanların arasındaki engeller; teslimat, kalite, fiyatlardaki dengesizlik, iş bağlantılarının sağlanamaması olarak tespit edilmiştir.	-

EK 5 (Devamı)

15	Curtis, Cowee, Havercamp, Morris ve Gatzke	2008	Marketing local foods to gourmet restaurants: A multi-method assessment Dergi: Journal of Extension	Yerel gıdaların gurme restoranlarına pazarlanmasını değerlendirmek	Literatür taraması, odak grup görüşmesi ve anket uygulaması (76 şef ve 191 üretici)	Araştırmada şeflerin az miktarda kaliteli ve özel ürünler istedikleri, buna karşılık üreticilerin yerel gıdaları şeflerin ihtiyacından fazla miktarda paketleyerek satmak istedikleri vurgulanmıştır. Satın alma hususunda diğer engellerin gıdanın kalitesi, sürekli temin edilememesi, kurak iklim şartları ve bilgi eksikliği olduğu belirtilmiştir.	Araştırma sonuçlarının genelleme yapmaya sınırlı olması
16	Sims	2009	Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience Dergi: Journal of Sustainable Tourism	Yerel mutfağın sürdürülebilir turizm deneyimindeki rolünü ortaya koymak	Literatür taraması ve mülakat (78 adet turist, gıda üreticisi ve işletmeciler üzerinde)	Araştırmada, yiyecek ve içecek ürünlerinin tanıtımının; a) yeni ziyaretçileri çekmeye, b) uzun vadede ekonomik sürdürülebilirliği artırmaya, c) destinasyonlar için bir "imaj" oluşturmaya yardımcı olabileceği belirtilmiştir. Ayrıca turizmde yerel mutfağın tüketimi ile sürdürülebilir tarımın gelişebileceği ve yerel ekonomiyi canlandırarak bir pazar fırsatı doğabileceği vurgulanmıştır.	Araştırmanın İngiltere'nin göller bölgesi ve Exmoor bölgeleri özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
17	Kim, Eves ve Scarles	2009	Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach Dergi: International Journal of Hospitality Management	Turistlerin yerel yiyecek ve içecek tüketimini etkileyen faktörleri incelemek ve bu konuda kuram oluşturmak	Literatür taraması ve mülakat (20 turist üzerinde)	Araştırmada, turistlerin yerel gıda tüketimlerini etkileyen faktörler; a) motivasyon faktörleri (ilginç deneyim, rutinden kaçış, sağlık kaygısı, bilgi edinme, özgün deneyim, birliktelik, prestij, çekicilik ve fiziksel çevre), b) demografik faktörler (cinsiyet, yaş ve eğitim) ve c) fizyolojik faktörler (gıdada yenilik arayışı ve yenilik korkusu) olmak üzere, alan yazını da destekler şekilde, üç boyutta ele alınmış ve bu boyutlardan oluşan bir model ortaya konulmuştur. Ayrıca turistlerin tatilleri sırasında yenilik korkusuna yatkın ve egzotik yemekler yemek için isteksiz oldukları belirtilmiştir.	Araştırmanın İngiltere özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
18	Curtis ve Cowee	2009	Direct marketing local food to chefs: Chef preferences and perceived obstacles Dergi: Journal of Food Distribution Research	Şeflerin yerel gıdalara yönelik algıladıkları engeller ve tercihleri ortaya koymak	Literatür taraması ve 148 katılımcıya anket uygulaması	Araştırmada şeflerin yerel gıda satın almaları hususunda en büyük engelin bilgi eksikliği olduğu ve şeflerin yerel gıda satın alırken ürünün kalitesi ve ürünün lezzetini dikkate aldıkları tespit edilmiştir.	Araştırma sonuçlarının genelleme yapmaya sınırlı olması
19	Inwood, Sharp, Moore ve Stinner	2009	Restaurants, chefs and local foods: insights drawn from application of a diffusion of innovation framework Dergi: Agric Human Values	Restoranlar, şefler ve yerel gıdalar üçgenini yenilik çerçevesinde ortaya koymak	Literatür taraması, anket uygulaması ve odak grup görüşmesi	Araştırmada şeflerin gıda kalitesine, lezzet ve tazeliğe çok önem verdikleri ancak üretim standartlarına önem vermedikleri tespit edilmiştir. Ayrıca yerel gıda ağlarında dağıtım problemlerinin yaşandığı belirtilmiştir.	Araştırma sonuçlarının genelleme yapmaya sınırlı olması

EK 5 (Devamı)

20	Ryu ve Han	2010	Predicting tourist intention to try local cuisine using a modified theory of recent action: the case of New Orleans Dergi: Journal of Travel & Tourism Marketing	Turistlerin yerel mutfak deneme niyetlerini ortaya koymak	Literatür taraması ve 294 katılımcı üzerinde anket uygulaması	Araştırmada geçmişte yaşanmış tutum ve davranışların yerel mutfak denemede önemli rolü olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların cinsiyetlerinin yerel mutfak deneyimi hususunda davranışsal niyetlerinde farklılık gösterdiği belirtilmiştir.	Araştırma sonuçlarının genelleme yapmaya sınırlı olması
21	Yurtseven ve Kaya	2011	Local food in local menus: the case of Gokçeada Dergi: Tourism: An International Multidisciplinary Journal of Tourism	Turistlerin yerel yiyecek tüketimlerinin motivasyonel sebeplerini ortaya koymak	Literatür taraması ve 389 katılımcıya anket uygulaması	Araştırmada yerel yiyecek tüketimine ilişkin lezzet kalitesi, otantik deneyim, kırsal gelişim, sağlık sorunu ve bilgi olmak üzere beş farklı motivasyon faktörü tespit edilmiştir.	-
22	Nie ve Zepeda	2011	Lifestyle segmentation of US food shoppers to examine organic and local food consumption Dergi: Appetite	Amerikalıların organik ve yerel gıda tüketimlerini incelemek	Literatür taraması ve 956 katılımcı üzerinde anket uygulaması	Araştırmada kümeleme analizi sonucunda gıda alışverişi yapan Amerikalı müşterilerin; mantıklı, maceraperest, dikkatli ve muhafazakar olmak üzere dört farklı özellikte oldukları; mantıklı ve maceraperestlerin organik ve yerel gıdalar tüketirken, diğerlerinin ilgisi olmadığı belirtilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
23	Schwartz	2011	Chefs' perceptions of local food, networking and culinary identity Dergi: Wilfrid Laurier University	Şeflerin yerel gıda, yerel mutfak ağları ve mutfak kimliği algılarını incelemek	Literatür taraması ve 30 şef ile mülakat	Araştırmada şeflerin topluma olumlu etkileri, algılanan gıda güvenliği ve gıdanın orjinaline aşinalık gibi sebeplerden dolayı yerel mutfaklarında yerel gıdaları kullanmak istedikleri tespit edilmiştir.	Araştırma sonuçlarının genelleme yapmaya sınırlı olması
24	Kim ve Eves	2012	Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food Dergi: Tourism Management	Turistlerin yerel gıdaları tüketme motivasyonlarını ölçmek amacıyla ölçek geliştirmek	Literatür taraması ve ölçek geliştirme çalışması	Araştırmada, turistlerin yerel gıdaları tüketme motivasyonlarını ölçmek amacıyla beş boyut (kültürel deneyim, heyecan, kişilerarası ilişki, duygusal çekicilik ve sağlık kaygısı) ve 26 maddeden oluşan bir ölçek geliştirilmiş ve bu ölçeğin gerek literatüre gerekse sektör uygulayıcıları ve pazarlamacılarına pratikte önemli katkıları olacağı vurgulanmıştır.	Araştırmanın İngilizler özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması
25	Kim, Eves ve Scarles	2013	Empirical verification of a conceptual model of local food consumption at a tourist destination Dergi: International Journal of Hospitality Management	Turistlerin yerel yiyecek ve içecek tüketimini etkileyen faktörleri incelemek üzere 2009 yılında oluşturdukları modeli test etmek	Literatür taraması ve anket uygulaması (3 farklı ülkede 900 turist üzerinde)	Araştırmacılar, 2009 yılında İngiltere özelinde yapmış oldukları araştırmanın geçerliliğini bu kez Güney Kore ve İspanya'dan da veri toplayarak test etmeyi amaçlamışlardır. Bu çalışmada; motivasyon faktörleri dokuzdan beşe düşürülmüş (kültürel deneyim, kişilerarası ilişki, heyecan, çekicilik ve sağlık kaygısı), demografik faktörler (cinsiyet, yaş ve eğitim) ve fizyolojik faktörler (gıdada yenilik arayışı ve yenilik korkusu) olduğu gibi kalmıştır.	Araştırmanın Güney Kore, İspanya ve İngiltere özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması

EK 5 (Devamı)

26	Kang ve Rajagopal	2014	Perceptions of benefits and challenges of purchasing local foods among hotel industry decision makers Dergi: Journal of Foodservice Business Research	Otel yöneticilerinin yerel yiyecek satın alma hususunda algıladıkları fayda ve zararları ortaya koymak	Literatür taraması, gözlem ve 40 katılımcı üzerinde anket uygulaması	Araştırmada yöneticilerin yerel yiyecek satın almaya yönelik tutumları ile satın alma niyetleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuş ancak yöneticilerin yerel yiyecek satın almaya yönelik tutumlarının otel türlerine göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir.	Araştırma sonuçlarının genelleme yapmaya sınırlı olması
27	Sharma, Moon ve Strohbahn	2014	Restaurant's decision to purchase local foods: Influence of value chain activities Dergi: International Journal of Hospitality Management	Restoranların yerel yiyecek satın alma kararlarını etkileyen tutum ve davranışları ortaya koymak	Literatür taraması ve 126 katılımcı üzerinde anket uygulaması	Araştırmada ürün özellikleri ile ürün hakkındaki bilgilerin restoranların yerel yiyecek satın alma davranışlarında etkili olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca restoran yöneticilerinin yerel yiyecek satın alma kararında temin süresinin ve ürün kalitesinin en önemli etkenler olduğu belirtilmiştir.	Araştırma sonuçlarının genelleme yapmaya sınırlı olması
28	Özdemir, Yılmaz, Çalışkan ve Aydın	2015	Şeflerin yerel yiyeceğe ilişkin algılamaları ile yerel yiyecek satın alma niyetleri arasındaki ilişki Bildiri: 16. Ulusal Turizm Kongresi	Şeflerin yerel yiyeceğe ilişkin algılamaları ile yerel yiyecek satın alma niyetleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymak	Literatür taraması ve 67 şef üzerinde anket uygulaması	Araştırmada şeflerin yerel yiyecek ile ilgili teslimat, maliyet, tescil belgesi gibi konulardaki olumsuz algılamaları ile yerel gıdalarla ilgili bilgi eksikliklerinin yerel yiyecek satın alma niyetlerini olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca şeflerin yerel yiyecekleri kaliteli olarak algılamaları ile yerel yiyecek satın alma niyetleri arasında olumlu bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.	-
29	Feldmann ve Hamm	2015	Consumer's perceptions and preferences for local food: A review Dergi: Food Quality and Preference	Tüketicilerin yerel gıda algılamaları ve tercihlerini ortaya koymak	Literatür taraması	Çalışmada tüketicilerin yerel gıda algılamaları ve tercihlerini ortaya koymak üzere 2000 - 2014 yılları arasında bu konuda gerçekleştirilen çalışmalar incelenmiştir. Çalışmalar nitel çalışmalar ve nicel çalışmalar olmak üzere ikiye ayrılmış ve araştırma bulguları ile önerilere yer verilmiştir.	Çalışma sadece teorik temellidir.
30	Okumuş ve Çetin	2015	Using local food in İstanbul's marketing as a tourist destination Bildiri Kitabı: International Interdisciplinary Business-Economics Advancement Conference (Florida/Mexico-Cruise)	Yerel gıdanın destinasyon pazarlamasında kullanılmasını incelemek	Literatür taraması ve içerik analizi (internet sitesi, tanıtım CD'leri ve tanıtım broşürleri)	Araştırma bulguları incelendiğinde; a) gastronomi turizmine özel broşürler ya da videoların olmadığı, b) gıda ile ilgili içeriklerin genellikle kültürel çekicilikler başlığı altında değerlendirildiği, c) gastronomi ile ilgili verilen bilgilerin oldukça kısıtlı olduğu, d) web sitelerinde yapılan çevirilerin problemlili olduğu, e) Turizm Bakanlığı'nın internet sayfasındaki "Home of" konseptinde yer alan 75 fotoğrafın sadece altısının gastronomi ile ilgili olduğu ve f) gastronomi ile ilgili etkinliklere hiç yer verilmediği belirtilmiştir.	Araştırmanın İstanbul özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması

EK 5 (Devamı)

31	Guan ve Jones	2015	The contribution of local cuisine to destination attractiveness: An analysis involving Chinese tourists' heterogeneous preferences Dergi: Asia Pasific Journal of Tourism Research	Destinasyon çekiciliğine yerel mutfak katkısını ortaya koymak	Literatür taraması ve 607 katılımcı üzerinde anket uygulaması	Araştırmada yerel mutfak çekiciliklerinin turistlerin destinasyon çekiciliği algılamaları üzerinde etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca turistlerin yerel mutfak tercih profilleri, turistlerin ilgisi ve yerel mutfak bilgisinin yerel mutfak çekiciliği ve destinasyon çekiciliği ile ilişkili olduğu ve geçmiş deneyimlerin bir ilişkisinin olmadığı belirtilmiştir.	-
32	Sengel, Karagöz, Cetin, İstanbullu Dincer, Ertugral ve Balık	2015	Tourist' approach to local food	Turistlerin yerel gıdaya yaklaşımlarını değerlendirmek	Literatür taraması ve 105 katılımcı üzerinde anket uygulaması	Araştırmada turistlerin yerel gıda tüketimlerinde cinsiyete ve medeni duruma göre farklılık olduğu, ayrıca 4 ve 5 yıldızlı otellerde konaklayanlar ile 3 yıldızlı ve butik otellerde konaklayanlar arasında da farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda evli erkekler ve bekâr kadınlar ile 3 yıldızlı oteller ve butik otellerde konaklayanların daha çok yerel gıda yeme eğilimlerinin olduğu, ayrıca arkadaş ve akrabaları ile bunu paylaşma ihtimalleri olduğu belirtilmiştir.	Araştırma sonuçlarının genelleme yapmaya sınırlı olması
33	Bayrakçı ve Akdağ	2016	Yerel yemek tüketim motivasyonlarının turistlerin tekrar ziyaret eğilimlerine etkisi: Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistler üzerine bir araştırma Dergi: Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi	Turistlerin yerel yemek tüketim motivasyonlarının tekrar ziyaret eğilimlerine etkisini ortaya koymak	Literatür taraması ve 387 katılımcı üzerinde anket uygulaması	Araştırmada yerli turistlerin yerel yemek tüketim motivasyonlarının, sırasıyla heyecan arayışı, kültürel deneyim, duyuşal çekicilik ve sağlık beklentisi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca turistlerin yerel yemek tüketim motivasyonlarının hem bir bütün halinde hemde alt boyutları ile tekrar ziyaret eğilimlerine olumlu etkisinin olduğu belirtilmiştir.	-
34	Tsai	2016	Memorable tourist experiences and place attachment when consuming local food Dergi: International Journal of Tourism Research	Yerel gıda tüketiminde elde edilen unutulmaz turist deneyimini incelemek	Literatür taraması ve 378 katılımcı ile anket uygulaması	Araştırmada yerel gıda tüketiminin turistlerin unutulmaz turizm deneyimi yaşamalarında etkili olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yerel gıda tüketiminin yerel çekicilikler ve davranışsal niyet üzerinde etkisinin olduğu belirtilmiştir.	Araştırmanın Tayvan özelinde yapılması ve genelleme yapmaya sınırlı olması

EK 6. Anket Formu (Türkçe)

	TÜRKİYE'YE GELEN ZİYARETÇİLERİN YEME EĞİLİMLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ	
<p>Sayın misafir, Bu anket, Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin yeme eğilimlerini ortaya çıkarmak amacıyla gerçekleştirilmektedir. Yanıtlarınız gizli tutulacak ve yalnızca bilimsel amaçlarla kullanılacak olup; kişisel verinizin hiçbirini üçüncü şahıslarla paylaşılmayacaktır. Bu çalışmamın başansı, bu anket ile sizden sağlanan veriye bağlıdır. En yararlı akademik sonuçlara ulaşmamızı sağlamak için, bu ankete verdiğiniz cevaplarla doğru veriyi sağlayacağınıza inanıyoruz. Şimdiden çok teşekkür ederiz.</p> <p><i>Prof. Dr. Kemal BİRDİR; Birinci Danışman, Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi.</i> <i>Prof. Dr. Kurnuluş KARAMUSTAFA; İkinci Danışman, Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi.</i> <i>Reha KILIÇHAN; Mersin Üniversitesi Doktora Öğrencisi ve Erciyes Üniversitesi'nde Araştırma Görevlisi.</i></p>		

1. BÖLÜM: DEMOGRAFİK SORULAR (Lütfen boşlukları doldurunuz ya da cevap seçeneğinizin karşısına (✓) işareti koyunuz.)

- 1- Milliyet :
- 2- Yaşadığınız Ülke :
- 3- Cinsiyet :
- 4- Yaş :
- 5- Medeni Durum :
- 6- Dini Aidiyet Müslüman Hristiyan Yahudi Hiç bir dine mensup olmayan
 Diğer (lütfen belirtiniz):
- 7- Çocuk Sahibi Olma Durumu Evet (kaç tane?.....) Hayır
- 8- Eğitim Düzeyi İlkokul Ortaokul Lise Üniversite Lisansüstü
 Diğer (lütfen belirtiniz):
- 9- Çalışma Türü Ücretli Çalışan İşveren Öğrenci Emekli Ev hanımı
 Diğer (lütfen belirtiniz):
- 10- Yaşadığınız ülke standartlarına göre, hangi gelir düzeyine sahipsiniz?
 Çok düşük Düşük Orta Yüksek Çok Yüksek
- 11- Kendinizi boş zaman gezgini/turist olarak nasıl tanımlarsınız?
 Bağımsız olarak tek başıma seyahat ederim. Genellikle aile bireyleriyle seyahat ederim.
 Arkadaşlarımla seyahat etmeyi tercih ederim. Tur grupları ile seyahat etmektен hoşlanırım.
 Diğer (lütfen belirtiniz):

2. BÖLÜM: TÜRKİYE'YE OLAN BU SEYAHATİNİZ İLE İLGİLİ SORULAR

- 12- Bu Türkiye'ye olan ilk ziyaretiniz mi? Evet Hayır
- 13- Türkiye hakkındaki ana bilgi kaynağınız nedir? (Lütfen sadece bir seçeneğe (✓) işareti koyunuz.)
 Tur operatörleri/seyahat acentaları Medya (TV, gazeteler ve dergiler) İnternet
 Akrabalar ve arkadaşların tavsiyesi Türk Turizm Ofisi Turizm fuarları ve sergileri
- 14- Seyahatinizin ana amacı nedir? (Lütfen sadece bir seçeneğe (✓) işareti koyunuz.)
 Seyahat ve eğlence Kültürel aktiviteler Spor aktiviteleri Sağlık
 Akrabaları ve arkadaşları ziyaret Din Alışveriş
 İş (Toplantı, kongre ve iş anlaşmaları) Diğer (lütfen belirtiniz):
- 15- Lütfen Türkiye'deki ana destinasyonunuzu belirtiniz:
- 16- Seyahatinizin süresi: gün.
- 17- Seyahatinizi nasıl organize ettiniz? Bağımsız Paket tur
- 18- Türkiye seyahatiniz için toplam (paket tur ve bağımsız harcamalar dahil) ne kadar harcadınız?
 Lütfen miktar belirtiniz: Amerikan Doları / Euro
- 19- Yiyecek ve içecek için harcadığınız paranın yüzdesi nedir? Lütfen yüzde belirtiniz: %
- 20- Türkiye'deki yeme içme deneyimlerinizi nasıl tanımlarsınız? (Lütfen her bölüm için sadece bir seçeneğe (✓) işareti koyunuz.)

Yemek Yenilen Yerin Türü	Restoran Türü	Mutfak Türü
<input type="checkbox"/> Kaldığım otelin restoranlarında	<input type="checkbox"/> Etnik	<input type="checkbox"/> Yerel (Türk) Mutfağı
<input type="checkbox"/> Kaldığım otel dışındaki restoranlarda	<input type="checkbox"/> Fast Food	<input type="checkbox"/> Füzyon Mutfak
<input type="checkbox"/> Kaldığım yerde kendim hazırladım.	<input type="checkbox"/> Hızlı Klasik	<input type="checkbox"/> Moleküler Mutfak
<input type="checkbox"/> Arkadaşımın evinde	<input type="checkbox"/> Klasik Restoran	<input type="checkbox"/> Dünya Mutfakları
<input type="checkbox"/> Yol kenarındaki stantlardan yiyecek içecek satın aldım.	<input type="checkbox"/> Lüks Restoran	<input type="checkbox"/> Fast Food
<input type="checkbox"/> Diğer:	<input type="checkbox"/> Diğer:	<input type="checkbox"/> Diğer:

- 21- Bir turist destinasyonu olarak Türkiye'ye olan ziyaretimden genel olarak memnunum.
 Kesinlikle Katılmıyorum Katılmıyorum Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum Katılıyorum Kesinlikle Katılıyorum
- 22- Türkiye'yi bir gastronomik turist destinasyonu olarak başkalarına önerdiğim.
 Kesinlikle Katılmıyorum Katılmıyorum Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum Katılıyorum Kesinlikle Katılıyorum

LÜTFEN SAYFAYI ÇEVİRİNİZ!

EK 6 (Devamı)

3. BÖLÜM: YEME EĞİLİMLİLİĞİNİZ (Lütfen cevap seçeneğinizin karşısına (✓) işareti koyunuz.)

Numara	İFADELER	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Kabulorum Kısmen Katılmıyorum	Kabulorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Yoğun aromalara sahip yiyecek ve içeceklerden hoşlanırım.					
2	Ahşılmanmış ısıda servis edilen yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.					
3	Sıcak jöleler ile hazırlanan yiyecek ve içecekleri tatmak isterim.					
4	Köpük tekniği ile hazırlanan yiyecek ve içecekleri tatmak farklı bir deneyimdir.					
5	Yiyecek ve içeceklerin farklı pişirme yöntemleriyle hazırlanması ilgimi çeker.					
6	Farklı dokuya sahip olan yiyecek ve içecekleri denemeyi tercih ederim.					
7	Kokusu farklı olan yiyecek ve içeceklerden hoşlanırım.					
8	Kıvamını ayarlamak amacıyla katkı maddeleri ile hazırlanan yiyecek ve içecekleri tüketirim.					
9	Sıra dışı yiyecek ve içecekleri tatmak için fazla para harcamaya razıyım.					
10	Sıra dışı yiyecek ve içecekleri tatmak için bir yıl sonrası bile olsa rezervasyon yaptırmaya razı olurum.					
11	Sıra dışı yemekleri tatmak için beş-altı saat veya daha fazla zaman ayarabilirim.					
12	Yemek yediğim restoranda her müşteri için ayrı bir aşçının hizmet vermesi beni etkiler.					
13	Günde sadece bir defa hizmet veren restoranlardan hizmet almak hoşuma gider.					
14	Yiyecek ve içeceklerin müşteri gözü önünde hazırlanması beni çok etkiler.					
15	Yiyecek ve içeceği hazırlayan personelin hazırlanmış olduğu yiyecek ve içecekler hakkında bilgi vermesi hoşuma gider.					
16	Çok küçük porsiyonlarda hazırlanmış olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.					
17	Bir tabakta farklı ulusların malzemelerini birleştiren lezzetleri tatmayı tercih ederim.					
18	Bir tabakta farklı ulusların pişirme tekniklerini birleştiren lezzetleri tatmayı tercih ederim.					
19	Farklı mutfak kültürlerinin birleşiminden oluşan, ancak birinin diğerine baskın olmadığı gıdaları denemekten hoşlanırım.					
20	Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilerek sıra dışı bir şekilde sunulan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.					
21	Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı tatlara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.					
22	Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı kokulara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.					
23	Farklı kültürlere ait yiyecek ve içecek malzemelerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan özgün yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.					
24	Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme teknikleri bir araya getirilerek sıra dışı bir şekilde sunulan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.					
25	Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı tatlara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.					
26	Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan sıra dışı kokulara sahip olan yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.					
27	Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerinin bir araya getirilmesi ile hazırlanan özgün yiyecek ve içecekler ilgimi çeker.					
28	Yol kenarındaki standlardan yerel gıdalar satın almak isterim.					
29	Yerel halkın yemek yediği restoranlarda yemeyi tercih ederim.					
30	Yerel mutfak ile ilgili eğitimlere katılmak isterim.					
31	Ziyaret ettiğim yerlerde denemiş olduğum yiyecek ve içecekleri daha sonra kendim de hazırlamak isterim.					
32	Yerel geleneklere göre yiyecek ve içecek hizmeti sunulan yerlerde deneyim elde etmek isterim.					
33	Yiyecek ve içecek ile ilgili festivallerde yerel yiyecek ve içecekleri denemeyi tercih ederim.					
34	Eve götürmek için yerel gıdalardan satın almak isterim.					
35	Eve götürmek için yerel yiyecek ve içecek tariflerini içeren kitapları satın almak isterim.					
36	Eve götürmek için yerel mutfak araç ve gereçlerini satın almak isterim.					
37	Yerel içecekleri tüketmeyi tercih ederim.					
38	Yerel yiyecek ve içeceklerin satıldığı pazarları ziyaret etmeyi isterim.					
39	Yerel eğlence mekânlarına gitmeyi tercih ederim.					





DEĞERLİ KATILARINIZDAN DOLAYI ÇOK TEŞEKKÜR EDERİZ!

Elektronik posta adresini belirtirseniz, araştırmaya sonuçlarını sizinle paylaşmaktan mutluluk duyarız:

.....@.....

EK 7. Anket Formu (İngilizce)

	EVALUATION OF EATING TENDENCIES OF VISITORS COMING TO TURKEY	
<p>Dear guest, This survey is being carried out to reveal the eating tendency of visitors to Turkey. Your responses will be kept confidential and used for only scientific purposes; none of your personal data will be shared with any third parties. The success of this study depends on the data provided by you through this survey. In order to enable us to reach the most beneficial academic results, we believe you will provide correct data through your answers to this questionnaire. Thank you very much in advance. <i>Prof. Dr. Kemal BİRDİR; Supervisor, Faculty of Tourism at Mersin University.</i> <i>Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA; Co-supervisor, Faculty of Tourism at Erciyes University.</i> <i>Reha KILIÇHAN; PhD Student at Mersin University and Research Assistant at Erciyes University.</i></p>		
<p>PART-I: YOUR DEMOGRAPHICS (Please fill in the blanks or put a tick (✓) on your choice of answer, as required.)</p>		
1- Nationality	:	
2- The Country of Residence	:	
3- Gender	:	
4- Age	:	
5- Marital Status	:	
6- Religious Affiliation	<input type="checkbox"/> Muslim <input type="checkbox"/> Christian <input type="checkbox"/> Jewish <input type="checkbox"/> Not believing in any religion <input type="checkbox"/> Other (please specify):.....	
7- Childbearing	<input type="checkbox"/> Yes (how many?.....) <input type="checkbox"/> No	
8- Level of Education	<input type="checkbox"/> Primary School <input type="checkbox"/> Secondary School <input type="checkbox"/> High School <input type="checkbox"/> Graduate <input type="checkbox"/> Postgraduate <input type="checkbox"/> Other (please specify):.....	
9- Employment Type	<input type="checkbox"/> Paid Employment <input type="checkbox"/> Employer <input type="checkbox"/> Student <input type="checkbox"/> Retired <input type="checkbox"/> Housewife <input type="checkbox"/> Other (please specify):.....	
10- According to the resident country standards, which income level do you think you belong to?	<input type="checkbox"/> Very low <input type="checkbox"/> Low <input type="checkbox"/> Middle <input type="checkbox"/> High <input type="checkbox"/> Very High	
11- How would you define yourself as a leisure traveler / tourist?	<input type="checkbox"/> I travel independently by myself <input type="checkbox"/> I mostly travel with my family members. <input type="checkbox"/> I prefer to travel with friends <input type="checkbox"/> I like to travel with tour groups <input type="checkbox"/> Other (please specify):.....	
<p>PART-II: QUESTIONS RELATED TO THIS VISIT OF YOU TO TURKEY</p>		
12- Is this your first visit to Turkey?	<input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No	
13- What is your main source of information about Turkey? (Please put a tick (✓) <u>only one choice</u> .)	<input type="checkbox"/> Tourism operators/travel agents <input type="checkbox"/> Media (TV, Newspaper and Magazines) <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Relatives and friends advice <input type="checkbox"/> Turkish Tourism Office <input type="checkbox"/> Tourism Fairs and Exhibitions	
14- What is the main purpose of your visit? (Please put a tick (✓) <u>only one choice</u> .)	<input type="checkbox"/> Travel and Entertainment <input type="checkbox"/> Cultural Activities <input type="checkbox"/> Sportive Activities <input type="checkbox"/> Health <input type="checkbox"/> Visiting Relatives / Friends <input type="checkbox"/> Religion <input type="checkbox"/> Shopping <input type="checkbox"/> Business (Meeting, Congress and Convention) <input type="checkbox"/> Other (please specify):.....	
15- Please specify your main destination in Turkey:.....		
16- Duration of your trip: days.		
17- How did you organize your trip?	<input type="checkbox"/> Individual <input type="checkbox"/> Package Tour	
18- How much have you spent in total (including payment for package tour and individual spending) for this visit to Turkey? Please specify the amount :.....	<input type="checkbox"/> USAS / <input type="checkbox"/> Euro	
19- What is the percentage of the money you have spent on food and beverage? Please specify the percentage%		
20- How would you define the dining experiences you had in Turkey? (Please put a tick (✓) <u>only one choice</u> for each section.)		
	Type of Place	Type of Restaurants
<input type="checkbox"/> The restaurants of the hotel where I stayed.	<input type="checkbox"/> Ethnic	<input type="checkbox"/> Local (Turkish) Cuisine
<input type="checkbox"/> The restaurants outside of the hotel where I stayed.	<input type="checkbox"/> Fast Food	<input type="checkbox"/> Fusion Cuisine
<input type="checkbox"/> I prepared the food myself at the place I stayed.	<input type="checkbox"/> Fast Casual	<input type="checkbox"/> Molecular Cuisine
<input type="checkbox"/> My friend's home.	<input type="checkbox"/> Casual Dining	<input type="checkbox"/> World Cuisines
<input type="checkbox"/> Purchased food and beverages at roadside stands.	<input type="checkbox"/> Fine Dining	<input type="checkbox"/> Fast Food
<input type="checkbox"/> Other:.....	<input type="checkbox"/> Other:.....	<input type="checkbox"/> Other:.....
21- I am satisfied with my overall visit to Turkey as a tourist destination.	<input type="checkbox"/> Strongly Disagree <input type="checkbox"/> Disagree <input type="checkbox"/> Neither Agree Nor Disagree <input type="checkbox"/> Agree <input type="checkbox"/> Strongly Agree	
22- I will recommend Turkey as a gastronomic tourist destination to others.	<input type="checkbox"/> Strongly Disagree <input type="checkbox"/> Disagree <input type="checkbox"/> Neither Agree Nor Disagree <input type="checkbox"/> Agree <input type="checkbox"/> Strongly Agree	

PLEASE TURN PAGE!

EK 7 (Devamı)

PART-III: YOUR TENDENCY FOR EATING (Please put a tick (✓) on your choice of answer.)

NO	STATEMENTS	Strongly Disagree	Disagree	Neither Agree Nor Disagree	Agree	Strongly Agree
1	I like food and beverages with intense aromas.					
2	Food and beverages served with unusual temperature attract my attention.					
3	I would like to taste food and beverages with hot jellies.					
4	Food and beverages prepared with the foam technique is a different experience to taste.					
5	Food and beverages prepared with different cooking methods attract my attention.					
6	I prefer to try food and beverages which have different textures.					
7	I like food and beverages which have different smell.					
8	I consume food and beverages prepared with additives to adjust the consistency.					
9	I tend to spend more money to taste unusual food and beverages.					
10	I tend to make a reservation to taste unusual food and beverages even if I am required to wait a year.					
11	I can spare five to six hours or more to taste unusual food.					
12	Food and beverages served by different cooks for each customer at the restaurant I eat attracts me.					
13	I like to get service at restaurants that serve food only once a day.					
14	Food and beverages prepared in front of customers attracts me a lot.					
15	I like to be informed on the preparation of food and beverages by the serving staff.					
16	Food and beverages prepared in very small portions attract my attention.					
17	I prefer to taste flavors that combine different nations' ingredients in one plate.					
18	I prefer to taste flavors that combine different nations' cooking techniques in one plate.					
19	I enjoy trying food combinations from different culinary cultures where one culture is not dominant over others.					
20	Food and beverages presented in an unusual way by combining ingredients from different cultures attract me.					
21	Food and beverages having unusual taste by combining ingredients from different cultures attract me.					
22	Food and beverages having unusual smell by combining ingredients from different cultures attract me.					
23	Authentic food and beverages by combining ingredients of different food and beverage cultures attract me.					
24	Food and beverages presented in an unusual way by combining cooking techniques of different culinary cultures attract me.					
25	Food and beverages having unusual taste by combining cooking techniques of different culinary cultures attract me.					
26	Food and beverages having unusual smell by combining cooking techniques of different culinary cultures attract me.					
27	Authentic food and beverages with combined of cooking techniques of different culinary cultures attract me.					
28	I would like to buy local food from roadside stands.					
29	I prefer to eat at places where local people eat.					
30	I would like to participate in local cuisine courses.					
31	I want to prepare food and beverages that I have tried in places I have visited.					
32	I would like to experience food and beverages in places where offered according to local traditions.					
33	I prefer to try local food and beverages at festivals associated with food and beverages.					
34	I would like to buy local food to take home.					
35	I would like to buy books of local food and beverage recipes to take home.					
36	I would like to buy local kitchen equipment to take home.					
37	I prefer to consume local beverages.					
38	I would like to visit the local markets that sell food and beverages.					
39	I prefer to go to local entertainment venues.					


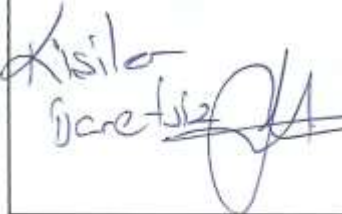




THANK YOU VERY MUCH FOR YOUR VALUABLE CONTRIBUTION!

If you provide your e-mail details, we will be happy to share the results with you:

.....@.....

EK 8. İstanbul Atatürk Havalimanı Anket Uygulama İzin Belgesi

FORM-5		29.5.2016			
		ATATÜRK HAVALİMANI GEÇİCİ GİRİŞ İZİNİ TALEP FORMU			
KURUM/KURULUŞ ADI		MERSİN ÜNİVERSİTESİ TURİZM FAKÜLTESİ			
EVRAKIN SAYISI		EVRAK ÇIKIŞ NOSU			
İZİN TÜRÜ		ŞAHİS GİRİŞ İZİNİ <input checked="" type="checkbox"/> DESK/CONTUAR İZİNİ <input type="checkbox"/> FOTO/FİLM ÇEKİM İZİNİ <input type="checkbox"/> ANKET İZİNİ <input checked="" type="checkbox"/>			
TALEP AMACI		REHA KILIÇHANIN "TÜRKİYE'YE GELEN ZİYARETÇİLERİN GASTRONOMİK DENEYİMLERİNİN MOLEKÜLER MUTFAK, FÜZYON MUTFAK VE YEREL MUTFAK ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ" KONUSU BAŞLIKLI DOKTORA TEZİ İÇİN ANKET FORMUNU GÜVENLİK KURALLARINA UYARAK, YOLCULARI RAHATSIZ ETMEDEN DIŞ HATLAR TERMINALİ GÜMRÜKSÜZ VE GÜMRÜKLÜ GİRİŞ YOLCU VE GATE BÖLGESİNDE YABANCI TURİSTLER ÜZERİNE UYGULANAK İÇİN ANKET İZİNİ TALEBİ			
İZİNLE İLGİLİ ULAŞILABİLECEK YETKİLİ PERSONEL İLETİŞİM BİLGİLERİ		CEP TELEFONU			
		DHMI DAHİLİ			
GİRİŞ-ÇIKIŞ İZİNİ TALEP EDİLEN BÖLGELER					
KURUM/KURULUŞLAR GİRİŞ YAPMAK İSTEDİĞİ BÖLÜMLERİ ÇARPI (X) İŞARETİ İLE İŞARETLEYECEK OLUP, DIĞER BÖLÜMLER KAPATILACAKTIR. SADECE AÇIK (İŞARETLENMİŞ) BÖLÜMLERE GİRİŞ YAPILABİLİR.					
İÇ HATLAR GELİŞ KARA TARAFI	DİŞ HATLAR GELİŞ KARA TARAFI	A-KAPISI/APRON			
İÇ HATLAR GİDİŞ KARA TARAFI	DİŞ HATLAR GİDİŞ KARA TARAFI	B-KAPISI/APRON	X		
İÇ HATLAR GELİŞ HAVA TARAFI	DİŞ HATLAR GELİŞ HAVA TARAFI	S-KAPISI (APRONA ÇIKAMAZ)			
İÇ HATLAR GİDİŞ HAVA TARAFI	DİŞ HATLAR GİDİŞ HAVA TARAFI	E-KAPISI/APRON			
İÇ HATLAR APRON GİRİŞ/ÇIKIŞ KAPISI	DİŞ HATLAR APRON GİRİŞ/ÇIKIŞ KAPISI	E-KAPISI (ÖZEL HANGARLAR DIŞINA ÇIKAMAZ)			
İÇ HATLAR ÇATI KATI	DİŞ HATLAR ÇATI KATI	GENEL HAVACILIK TERMINALİ			
İÇ HATLAR ŞÜT ALTI	DİŞ HATLAR ŞÜT ALTI	KARGO TERMINALLERİ/APRON			
İÇ HATLAR SERVİS KATI	DİŞ HATLAR SERVİS KATI	KARGO TERMINALLERİ (APRONA ÇIKAMAZ)			
THY TEKNİK/HABOM KAPISI	GATE BÖLGESİ	TERMINALLER HARİCİ KARA TARAFI			
GİRİŞ-ÇIKIŞ YAPACAK KİŞİLER VE GİRİŞ-ÇIKIŞ TARİHLERİ					
(Giriş Çıkış yapacak kişilerin 10 Kişiden fazla olması durumunda kurum/kuruluş yetkilisi tarafından kağıtla yazılarak imzalanarak İmza Listesi eklenerek ve aşağıda 1 nolu tabloda kaç kişilik liste eklendiği belirtilmelidir.)					
S. No	T.C. KİMLİK-PASAPORT NO	SOYADI	ADI	TARİHLER	TOPLAM GÜN
1	40783341808	KILIÇHAN	REHA	11.07.2016-25.07.2016	15
2	30734390454	KILIÇHAN	BİLGEHAN	11.07.2016-25.07.2016	15
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
İzin talebinde bulunduğumuz kişilerle ilgili verilen tüm bilgilerin doğruluğunu, ilgili kişilerden doğabilecek tüm sorumluluğu Kurum/Kuruluşumuza ait olduğunu, PAT sahalarında bu araç/personelle ilgili emreler (Apron Trafik Kule) iletimini sağlayacağı ve emrelerle ilgili personeliniz tarafından refakat edileceğini, PAT sahaları içerisinde refakatsiz ve sorumluluğumuzda hareket edecek olan araç ve personelinizin konusunu daha önce herhangi bir nedenle kişi ve kuruluşların can ve malvarlık kaybı vereceği zararlar ile PAT sahaları içindeki gayri kanuni iş ve eylemlerinden doğrudan sonuçlanabileceğini, İZİN VERİLMEZ.					
İZİN VERİLDİĞİ KURUM/KURULUŞUN İZİN KORDİNATÖRÜ Reha Kılıçhan Turizm Fakültesi Dekanı		Form D. Kemal ERDİS Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekanı V.			
ÇEKİM İZİNİ BİLGİLERİ		EKİPMAN/MALZEME LİSTESİ			
Çekim Sorumlusu		Yasaklı Madde/Malzeme Girişi Var mı? Evet <input type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/>			
Çekim-Yapım Türü		Bu izin kapsamında çalışacak kişiler tarafından yasaklı malzeme girişi olmayacaktır. Yasaklı Madde/Malzeme Listesi hazırlanacak ve Mülki İdare Amirliği ne onaylatılmasına müteakip ilgili kontrol noktalarına ibraz edilecektir.			
Elektrik İletiyor mu ?	Evet <input type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/>				
Apronda yapılacak Çekim İşlerinde ve AIT Kartı Refakatçi bulunulmaması halinde DHMI Apron Trafik Şefliğinden Follow-me Hizmeti alınak zorunludur.					
DHMI ATATÜRK HAVALİMANI BAŞMÜDÜRLÜĞÜ					
Lider		İmza		AHL EMNİYET ŞUBE MÜDÜRLÜĞÜ	
					
		Mustafa KIRMIZI Şube Müdürü V.		Ahmet YAZICI AHL Emniyet Şube Amiri Başkomiser	
OLUR 08.06.16 Mehmet Ali ULUĞAÇ Vali A. Vali Yardımcısı Mülki İdare Amir					
AÇIKLAMA VE TALİMATLAR:					
1. Bu belge ile izin verilen Giriş Çıkış yapacak koruma noktalarına ilişkin, bir nüsha ile çekime katılacak firmada/personellerde bulunacak ve sorumluluğunda ibraz edilecek olup; talep amacı dışında talebiyle işletmelerinin diğerlerine müdahale etmeyecektir.					
2. Giriş Çıkışta izin verilen kişi ve/veya araçlar kurulum/kuruluş yetkilisi Apron Kartı personeli nezaretinde Giriş Çıkış yapılacaktır.					
3. Bu Form Bilgiyaçar verileye dâhilin İki Ad-Soyad vs. bilgileri kullanılma yapılmadan ve büyük harf ile doldurulacak olup, ekle doldurulan ve altında oynama yapılan formlar işleme alınmayacaktır.					
4. Form Kurum/Kuruluşların İmza Şekline uygun olarak, imza alınmaya hazır kişi ve/veya kişilere imzalanacaktır. İmza bölümlerinde Kurum/Kuruluşun kağıdı, orijinal bulunan kağıtın adı ve sayfa no mutlaka bulunacaktır. İmza, yetkilisi kişilerce imzalanmayan veya hiç imzalanmayan formlar işleme alınmayacaktır.					

EK 9. Araştırmanın Hipotezleri ve Kabul Durumları

H_{1a} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri milliyetlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul
H_{1b} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri yaşadıkları ülkeye göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul
H_{1c} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kısmen Kabul
H_{1ç} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul
H_{1d} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri medeni durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul
H_{1e} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri mensubu oldukları dine göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kısmen Kabul
H_{1f} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri çocuk sahibi olma durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kısmen Kabul
H_{1g} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri sahibi oldukları çocuk sayılarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kısmen Kabul
H_{1ğ} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kısmen Kabul
H_{1h} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri çalışma durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kısmen Kabul
H_{1ı} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri gelir düzeylerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul
H_{2a} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri kimlerle (yalnız, aile, arkadaş, tur grubu vb.) seyahat ettiklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul
H_{2b} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri Türkiye'yi daha önce ziyaret etme durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kısmen Kabul
H_{2c} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri Türkiye hakkında bilgi edindikleri kaynaklara göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul
H_{2ç} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri Türkiye'yi ziyaret amaçlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul
H_{2d} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri Türkiye'ye seyahatlerindeki ana destinasyona göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul
H_{2e} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri toplam seyahat süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul
H_{2ç} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri planladıkları seyahat organizasyonunun türüne göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul
H_{2g} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri seyahatleri için yapmış oldukları toplam harcamalara göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul
H_{2ğ} : Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimleri seyahatleri süresince yiyecek ve içecek için yapmış oldukları harcamanın toplam harcamaları içerisindeki yüzdesine göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve Soyadı: Reha KILIÇHAN

Doğum Tarihi : 23 Mayıs 1986

E-mail: rehakilichan@gmail.com

Öğrenim Durumu:

Derece	Bölüm/Program	Üniversite	Yıl
Lisans	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik	Erciyes Üniversitesi, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu	2005-2009
Yüksek Lisans	Turizm İşletmeciliği	Nevşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü	2010-2012
Doktora	Turizm İşletmeciliği	Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü	2012-2016

Görevler:

Görev Ünvanı	Görev Yeri	Yıl
Araştırma Görevlisi	Erciyes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, KAYSERİ	2011 - Halen Devam Ediyor

ESERLER

Makaleler

1. Karamustafa, K., Birdir K., ve Kılıçhan, R. (2016). Gastronomik akımlar çerçevesinde gıda tüketim ölçeği. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 29-69.
(Doktora Tez Çalışması Kapsamında Gerçekleştirilen Makale Çalışması)
2. Kılıçhan R., ve İlhan İ. (2016). Kruvaziyer gemilerin yiyecek içecek departmanlarında hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati ilişkileri: Ketchikan, Juneau ve Skagway limanlarında bir araştırma. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 6(1), 65-83.
3. Kılıçhan R., ve Çalhan H. (2015). Mutfakların sihri baharat: Kayseri ilinde baharat tüketim alışkanlıklarının belirlenmesine yönelik bir çalışma (Spices the magic of cuisines: determination of spice consumption habits in Kayseri province). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 40-47.
4. Kılıçhan R., ve Köşker H. (2015). Destinasyon markalaşmasında gastronominin önemi: Van kahvaltısı örneği (The importance of gastronomy on destination branding: case of Van breakfast). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 102-115.
5. Kılıçhan R., ve Birdir K. (2014). Lezzetin peşinde şarap turizmi: Kapadokya'nın eko-gastronomik potansiyeli. *Eko-Gastronomi Dergisi*, 1(1), 111-130.

Bildiriler

1. Kılıçhan R., ve Ülker M. (2015, Çanakkale). Fast food restoranlarının hizmet kalitesinin DINESERV modeli ile ölçülmesi: Kayseri ili örneği, 16. Ulusal Turizm Kongresinde sunulan bildiri. Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Çanakkale, 12-15 Kasım 2015, 1, 885-904.
2. Kılıçhan R., ve İlhan İ. (2014, İzmir). Hızla gelişen dünya turizminde yeni trend: kruvaziyer turizm, 2. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumunda sunulan bildiri. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 28 Şubat 2014, 1, 227-246.
3. Kılıçhan R., ve Kılıçhan B. (2014, Çanakkale). Pastırma, sucuk ve mantının gölgesinde Kayseri mutfak kültürünün unutulmaya yüz tutmuş lezzetleri, Cittaslow Gökçeada Eko-Gastronomi Kongresinde sunulan bildiri. Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Çanakkale, 24-25 Nisan 2014, 1, 16-17.
4. Kılıçhan R., ve Birdir K. (2014, Çanakkale). Lezzetin peşinde şarap turizmi: Kapadokya'nın eko-gastronomik potansiyeli, Cittaslow Gökçeada Eko-Gastronomi Kongresinde sunulan bildiri. Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Çanakkale, 24-25 Nisan 2014, 1, 13-14.
5. Birdir K., ve Kılıçhan R. (2013, Kayseri). Mutfak şeflerinin mesleki eğitim düzeyleri ve yaşadıkları eğitim problemlerinin tespitine yönelik bir çalışma, 14. Ulusal Turizm Kongresinde sunulan bildiri. Erciyes Üniversitesi, Kayseri, 5-8 Aralık 2013, 1, 615-635.
6. Kılıçhan R., ve Koçak G.N. (2013, Kayseri). Menü fiyatlamayı etkileyen faktörlerin ve menü fiyatlama yöntemlerinin belirlenmesine yönelik bir çalışma, 14. Ulusal Turizm Kongresinde sunulan bildiri. Erciyes Üniversitesi, Kayseri, 5-8 Aralık 2013, 1, 1120-1135.
7. Karamustafa K., ve Kılıçhan R. (2012, Kayseri). Destinasyon imajı ve Yahyalı bölgesi, 1.Ulusal Yahyalı Sempozyumunda sunulan bildiri. Erciyes Üniversitesi, Kayseri, 20-21 Eylül 2012, 1, 551-568.