

**T.C.**  
**SELÇUK ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**ÇOCUK GELİŞİMİ VE EV YÖNETİMİ ANABİLİM DALI**  
**BESLENME EĞİTİMİ BİLİM DALI**

**Gastronomi Turizminin**  
**Turizm Eğitimi Programlarındaki**  
**Yeri ve Önemi –Bir Uygulama-**

**HASAN ASLAN**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DANIŞMAN**  
**YRD. DOÇ. DR. NAZAN AKTAŞ**

**KONYA–2010**



T.C.  
**SELÇUK ÜNİVERSİTESİ**  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



### **BİLİMSEL ETİK SAYFASI**

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Hasan ASLAN

(İmza)



T.C.  
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Müdürlüğü



### YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU

Hasan ASLAN tarafından hazırlanan **Gastronomi Turizminin Turizm Eğitimi Programlarındaki Yeri ve Önemi –Bir Uygulama-** başlıklı bu çalışma 09.11.2010 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Yrd. Doç. Dr. Nazan AKTAŞ

Başkan

Yrd. Doç. Dr. Mehmet AKMAN

Üye

Yrd. Doç. Dr. Abdullah KARAMAN

Üye

### TEŞEKKÜR

Eđitimim s¼recinde yanýmda olan Beslenme Eđitimi Bilim Dalı Öğretim Üyeleri Sayın Yrd. Doç. Dr. Nermin IŞIK ve Yrd. Doç Dr. Mehmet AKMAN'a; Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu öğretim üyeleri Sayın Yrd. Doç. Dr. Abdullah KARAMAN ve Yrd. Doç. Dr. Şafak ÜNÜVAR'a; Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu Öğretim Görevlisi Sayın Cengiz URBAŞ ve Tolga GÖK'e;

Çalışmalarımın her aşamasında hoş görül¼, teşvik edici, eğitici ve öğretici kişiliği ile yön veren, hiçbir zaman ilgisini esirgemeyen, eğitimime önemli katkılar sağlayan tez danışmanım Sayın Yrd. Doç. Dr. Nazan AKTAŞ' a;

Eğitimim her döneminde desteğini esirgemeyen eşime ve aileme;  
Sonsuz saygı ve teşekkürlerimi sunarım...



T.C.

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	<b>Adı Soyadı</b>	Hasan ASLAN	<b>Numarası</b>	074238021004
	<b>Ana Bilim /</b>	Çocuk Gelişimi ve Ev Yönetimi A. B. D. /		
	<b>Bilim Dalı</b>	Beslenme Eğitimi B.D.		
	<b>Danışmanı</b>	Yrd. Doç. Dr. Nazan AKTAŞ		
<b>Tezin Adı</b>		Gastronomi Turizminin Turizm Eğitimi Programlarındaki Yeri ve Önemi –Bir Uygulama-		

### ÖZET

Bu araştırmanın amacı, gastronomi turizminin turizm eğitim programlarındaki yeri ve öneminin belirlenmesidir. Araştırma'da Selçuk Üniversitesine bağlı turizm eğitimi veren önlisans programlarında okutulan gastronomi içerikli derslerin çeşitli özellikler açısından durumu incelenmiştir. Araştırma'da ayrıca bu programlara devam eden öğrenciler arasından rasgele örneklem yöntemi ile seçilen 298 öğrenci üzerinde genel tarama modeli uygulanarak öğrencilerin gastronomi turizmine ilişkin bilgi düzeyleri ve tutumları anket formu aracılığıyla toplanmıştır.

Araştırma bulgularına göre, gastronomi içerikli dersler Ağırlama Hizmetleri programında 12 ile 29 kredi arasında okutulurken Turizm ve Seyahat Hizmetleri programında 2 kredi olarak okutulduğu belirlenmiştir. Turist rehberliği programında ise gastronomi içerikli derslerin yer almadığı saptanmıştır. Öğrencilerin, gastronomi turizmine ilişkin sorulardan aldıkları toplam puan ortalaması  $50,43 \pm 0,38$  olarak bulunmuştur. Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili Sorulardan kız öğrencilerin aldıkları puanın ( $40,43 \pm 0,88$ ), erkek öğrencilerin puanından ( $43,38 \pm 1,13$ ) düşük olduğu belirlenmiştir(  $t=2.05$ ,  $p<0.05$ ).

Araştırmada, öğrencilerin gastronomi turizmine ilişkin bilgi, tutum ve davranışlarının geliştirilmesi, turizm eğitimi verilen programlarda gastronomi içerikli derslerin artırılması gerektiği sonucuna varılmıştır. Turizm alanında eğitim alan öğrenciler başta olmak üzere tüm meslek çalışanlarının gastronomi turizmi konusunda eğitim almaları gastronomi turizminin geleceğine katkı sağlayacaktır. Bu eğitimin etkinliğinin artırılması için, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Üniversiteler ve TÜRİSAB başta olmak üzere ilgili kurum ve kuruluşların işbirliği içinde olmaları oldukça önemlidir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm eğitim programları, gastronomi, gastronomi turizmi, mutfak kültürü



T.C.  
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	<b>Adı Soyadı</b>	Hasan ASLAN	<b>Numarası</b>	074238021004
	<b>Ana Bilim / Bilim Dalı</b>	Çocuk Gelişimi ve Ev Yönetimi A. B. D. / Beslenme Eğitimi B.D.		
	<b>Danışmanı</b>	Yrd. Doç. Dr. Nazan AKTAŞ		
<b>Tezin Adı</b>	The Place and Importance of Gastronomy Tourism In The Tourism Education Programs - An Application-			

### SUMMARY

The objective of this study is to determine the place and importance of gastronomy tourism among the education programs. In this study, the situation of courses that are lectured in Tourism Education of Associate Degree Programs in Seljuk University has been examined regarding various features. Also, general scanning model has been applied to 298 students who are selected randomly among the students of those programs and the knowledge level and attitudes of students about gastronomy tourism was gathered through inquiry form.

In accordance with research findings, it was determined that the courses including gastronomy context are lectured in Entertainment Services Program between 12 and 29 credit but it is lectured as 2 credits in Tourism and Travel Services Program. It was determined that the courses including gastronomy context are not lectured in Tourist Guidance Program. The total mean of the students from the questions about gastronomy tourism was found as  $50,43 \pm 0,38$ . It was determined that the mean of female students ( $40,43 \pm 0,88$ ) is lower than male students' mean ( $43,38 \pm 1,13$ ) at the questions about brandization of Turkish Cuisine and including efficiently in the gastronomy tourism ( $t=2.05, p<0.05$ ).

In the study, it has been concluded that the courses including gastronomy tourism in the Tourism Education Programs should be increased; knowledge, attitude and behaviors of the students about the gastronomy tourism should be developed. Primarily the students that are educated in tourism field, training of all profession personnel about gastronomy tourism will provide contribution to future of gastronomy tourism. The cooperation with Ministry of Culture and Tourism, Universities and Association of Turkish Travel Agencies all concern institution and foundations is very important to increase the efficiency of this education.

**Key Words:** Tourism Training Programs, gastronomy, gastronomy tourism, cuisine culture

## İÇİNDEKİLER

Bilimsel Etik Sayfası .....	I
Tez Kabul Formu .....	II
Teşekkür .....	III
Özet .....	IV
Summary .....	V
İçindekiler .....	VI
Tablolar Dizini .....	IX
Şekiller Dizini .....	XI

## BÖLÜM I

1. GİRİŞ .....	12
1.1. Problem .....	13
1.1.1. Araştırmanın Alt Problemleri .....	13
1.2. Araştırmanın Amacı .....	15
1.3. Araştırmanın Önemi .....	15
1.4. Araştırmanın Hipotezleri .....	16
1.5. Varsayımlar .....	17
1.6. Sınırlılıklar .....	18
2. KONU İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR .....	19
2.1. TURİZM .....	19
2.1.1. Turizmin Tanımı .....	19
2.1.2. Turizmin Önemi .....	20
2.1.3. Turizmin Sınıflandırılması .....	21
2.1.4. Dünya’da Turizm Sektörünün Gelişimi ve Değişimi .....	25
2.1.5. Türkiye’de Turizm Sektörünün Gelişimi ve Değişimi .....	26
2.1.6. Turizm İşletmelerinin Sınıflandırılması .....	27
2.1.6.1. Konaklama İşletmeleri .....	28
2.1.6.2. Seyahat İşletmeleri .....	28
2.1.6.3. Turizme Dolaylı Hizmet Veren İşletmeler .....	28
2.1.6.4. Yiyecek-İçecek İşletmeleri.....	28
2.1.7. Turistik Ürün .....	29

2.1.7.1. Turistik Ürün Kavramı .....	29
2.1.7.2. Turistik Ürünün Tanımı .....	30
2.2. KÜLTÜR .....	32
2.2.1. Kültürün Tanımı .....	32
2.2.2. Kültürün Turizm Açısından Önemi .....	33
2.2.3. Türk Kültürünün Turizm İşletmelerindeki Yeri ve Önemi .....	33
2.2.4. Turizm İşletmelerinin Türk Kültürünün Tanıtımındaki Yeri .....	34
2.2.5. Türk Mutfağı ve Turizm .....	35
2.3. GASTRONOMİ TURİZMİ .....	40
2.3.1. Gastronomi Kavramı .....	40
2.3.2. Gastronomi Turizmi Kavramı .....	41
2.3.3. Gastronomide Yöresel Tatların Turistlerin Destinasyon Tercihine Olan Etkisi .....	41
2.3.4. Gastronomi Turizminin Ülke Ekonomilerine Etkileri .....	42
2.3.5. Dünya’da Gastronomi Turizmi .....	42
2.3.6. Türkiye’de Gastronomi Turizmi .....	44
2.4. TURİZM EĞİTİMİ .....	46
2.4.1. Eğitim Kavramı .....	46
2.4.2. Mesleki Eğitim .....	46
2.4.3. Mesleki Turizm Eğitimi .....	47
2.4.4. Turizm Eğitiminin Önemi .....	47
2.4.5. Turizm Eğitiminin Amacı .....	48
2.4.6. Türkiye’de Turizm Eğitiminin Yapısı .....	49
2.4.6.1. Yaygın Turizm Eğitimi .....	50
2.4.6.2. Örgün Turizm Eğitimi .....	50
2.4.6.2.1. Orta Öğrenim Düzeyinde Turizm Eğitimi .....	51
2.4.6.2.2. Ön Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi .....	52
2.4.6.2.3. Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi .....	52
2.4.6.2.4. Lisans Üstü Düzeyde Turizm Eğitimi .....	52
2.4.7. Ön Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Programların İncelenmesi .....	53



2.4.7.1. Ağırlama Hizmetleri Programı .....	54
2.4.7.2. Turizm ve Seyahat Hizmetleri Programı .....	54
2.4.7.3. Turist Rehberliği Programı .....	54
2.5. KONUS İLE İLGİLİ YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR .....	56

## BÖLÜM 2

2.1. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE ARAÇLARI .....	59
2.1.1. Araştırmanın Modeli .....	59
2.1.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi .....	59
2.1.3 Veri Toplama Teknikleri .....	59
2.1.4. Verilerin Değerlendirilmesi .....	61
2.2. BULGULAR VE TARTIŞMA .....	62
2.3. SONUÇ VE ÖNERİLER .....	112
Kaynakça .....	116
Ekler .....	124
Ek1: Örneklem Grubundaki Okulların Ders Programı .....	124
Ek2: Anket Uygulama İzin Belgesi .....	132
Ek3: Araştırma Anketi .....	133
Özgeçmiş .....	139

## TABLolar DİZİNİ

<b>Tablo 1.</b> Türkiye Turizm Eğitim Sistemi .....	50
<b>Tablo 2.</b> Tutum İfadelerine İlişkin Alpha Katsayıları .....	61
<b>Tablo 3.</b> Yaş Gruplarına Göre Dağılımları .....	62
<b>Tablo 4.</b> Devam Ettiği Programlara Göre Dağılımları .....	63
<b>Tablo 5.</b> Devam Ettiği Sınıflara Göre Dağılımları .....	63
<b>Tablo 6.</b> Öğrenim Türlerine Göre Dağılımları .....	64
<b>Tablo 7.</b> Mezun Olduğu Lise Türüne Göre Dağılımları .....	64
<b>Tablo 8.</b> Mezun Olduktan Sonra Çalışmak İsteddiği Turizm Alanlarına Göre Dağılımları .....	65
<b>Tablo 9.</b> Programlarda Okutulan Beslenme İle İlişkili Dersler .....	66
<b>Tablo10.</b> Programlarda Okutulan Türk Mutfağı İçerikli Dersler .....	68
<b>Tablo 11.</b> Programlarda Okutulan Dünya Mutfakları İçerikli Dersler .....	72
<b>Tablo 12.</b> Örneklem Grubundaki Programlarda Okutulan Gastronomi İçerikli Dersler .....	76
<b>Tablo 13.</b> Mutfak Kültürüne İlişkin Kitaplara Sahip Olma Durumlarına Göre Dağılımları .....	79
<b>Tablo 14.</b> Yöresel Mutfak Bilgilerini Edindikleri Kaynaklara Göre Dağılımları .....	80
<b>Tablo 15.</b> Gastronomi Turizmi İle İlgili Genel Bilgiler Sorularından Aldığı Puanların Dağılımı .....	80
<b>Tablo 16.</b> Gastronomi Turizmi Özelliğiyle Tanınan Destinasyonlar İle İlgili Sorulardan Aldığı Puanların Dağılımı .....	81
<b>Tablo 17.</b> Türk Mutfağının Markalaşması ve Gastronomi Turizminde Etkin Olarak Yer Alması İle İlgili Tutumlarının Dağılımları .....	82
<b>Tablo 18.</b> Gastronomi Davranışlarına Göre Dağılımları .....	84
<b>Tablo 19.</b> Seyahat Ettiği Yerlerdeki Gastronomi Tercihleri ve Satın Alma Davranışlarına Göre Dağılımı .....	85
<b>Tablo 20.</b> Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Cinsiyete Göre Dağılımları .....	87
<b>Tablo 21.</b> Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Programlarına Göre Dağılımları .....	89

<b>Tablo 22.</b> Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Sınıflarına Göre Dağılımları .....	91
<b>Tablo 23.</b> Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Mezun Oldukları Lise Türlerine Göre Dağılımları .....	93
<b>Tablo 24.</b> Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Mezun Olduktan Sonra Çalışmak İstedikleri Alanlara Göre Dağılımları .....	96
<b>Tablo 25.</b> Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Beslenme Dersi Alma Durumlarına Göre Dağılımları .....	98
<b>Tablo 26.</b> Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Türk Mutfağı İçerikli Ders Alma Durumlarına Göre Dağılımları .....	100
<b>Tablo 27.</b> Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Dünya Mutfakları İçerikli Ders Alma Durumlarına Göre Dağılımları .....	102
<b>Tablo 28.</b> Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Gastronomi İçerikli Dersleri Uygulamalı Alma Durumlarına Göre Dağılımları .....	105
<b>Tablo 29.</b> Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Gastronomi İçerikli Kitaplara Sahip Olma Durumlarına Göre Dağılımları .....	107
<b>Tablo 30.</b> Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Yöresel Mutfaklarla İlgili Gelişmeleri Takip Ettiği Kaynaklarına Göre Dağılımları .....	109
<b>Tablo 31.</b> Öğrencilerin Gastronomi Turizmine İlişkin Tüm Sorulardan Aldıkları Puan Ortalaması .....	111

## ŞEKİLLER DİZİNİ

<b>Şekil 1.</b> Türkiye’de Örgün Turizm Eğitim Piramidi .....	51
<b>Şekil 2.</b> Öğrencilerin Turizm Eğitimleri Sırasında Beslenme Dersi Alma Durumlarına Göre Dağılımları .....	66
<b>Şekil 3.</b> Öğrencilerin Turizm Eğitimleri Sırasında Aldıkları Beslenme Dersini Yeterli Bulma Durumlarına Göre Dağılımları .....	67
<b>Şekil 4.</b> Öğrencilerin Turizm Eğitimleri Sırasında Beslenme İle İlişkili Ders Almak İsteme Durumlarına Göre Dağılımları .....	67
<b>Şekil 5.</b> Öğrencilerin Turizm Eğitimi Sırasında Türk Mutfağı İçerikli Ders Alma Durumlarına Göre Dağılımları .....	69
<b>Şekil 6.</b> Öğrencilerin Turizm Eğitimleri Sırasında Aldıkları Türk Mutfağı İçerikli Dersleri Yeterli Bulma Durumlarına Göre Dağılımları .....	70
<b>Şekil 7.</b> Öğrencilerin Turizm Eğitimleri Sırasında Türk Mutfağı İçerikli Ders Almak İsteme Durumlarına Göre Dağılımları .....	70
<b>Şekil 8.</b> Öğrencilerin Turizm Eğitimi Sırasında Dünya Mutfakları İçerikli Ders Alma Durumlarına Göre Dağılımları .....	73
<b>Şekil 9.</b> Öğrencilerin Turizm Eğitimleri Sırasında Aldıkları Dünya Mutfakları İçerikli Dersleri Yeterli Bulma Durumlarına Göre Dağılımları .....	73
<b>Şekil 10.</b> Öğrencilerin Turizm Eğitimleri Sırasında Türk Mutfağı İçerikli Ders Almak İsteme Durumlarına Göre Dağılımları .....	74
<b>Şekil 11.</b> Öğrencilerin Gastronomi İçerikli Dersleri Uygulamalı Alma Durumlarına Göre Dağılımları .....	77
<b>Şekil 12.</b> Öğrencilerin Turizm Eğitimleri Sırasında Aldıkları Uygulama Ağırlıklı Dersleri Yeterli Bulma Durumlarına Göre Dağılımları .....	78
<b>Şekil 13.</b> Öğrencilerin Gastronomi İçerikli Dersleri Uygulama Ağırlıklı Almak İsteme Durumlarına Göre Dağılımları .....	78

## **BÖLÜM I.**

### **1. GİRİŞ**

Bir toplumun beslenme kültürü; coğrafya, iklim, tarım, hayvancılık, sanayileşme ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması gibi çok çeşitli faktörlerden etkilenecek gelişir ve değişir (Baysal, 2002).

Yeme içme sanatı olarak tanımlanan gastronomi kimya, edebiyat, biyoloji, jeoloji, tarih, müzik, felsefe, psikoloji, sosyoloji, tıp, beslenme ve ziraat gibi alanlarla doğrudan ilgili disiplinler arası bir sanat ve bilim dalıdır (Kivela ve Crotts, 2006). Genel anlamda gastronomiye; yeme-içme sanatı, kültür ve yemek arasındaki ilişkiyi inceleyen bir bilim dalı demek de mümkündür. Gastronominin amacı; mümkün olan en iyi beslenme ile insanın sağlığının korunması, hayattan ve yemek yemekten zevk almasının sağlanmasıdır. Yiyecek ve içeceklerin hijyenik bir ortamda hazırlanması, damak ve göz zevkini amaçlayarak sofraya, yenmeye hazır hale getirilmesi gastronominin çalışma konuları arasındadır (Hatipoğlu vd., 2009).

Bir bölgeye seyahat etmenin temel motivasyonunu; gıda üreticilerini ziyaret, yiyecek ve içecek festivallerine ve fuarlarına katılma, belirli lokantaları, yiyecek içeceklerle ilgili özgün mekânları ziyaret etmek, yöresel yiyecek ve içecekleri yemek içmenin oluşturduğu turizm çeşidine gastronomi turizmi denilmektedir (Hall ve Mitchell, 2005).Turizmde farklı hizmetler ve yerel kültür, turisti çeken temel öğeler arasında bulunmaktadır. İnsanları seyahat etmeye özendiren etkenler içinde, bir ülkenin yeme-içme kültürü de yer almakta; insanlar bir ülkenin ya da bir bölgenin yemeklerini tadabilmek için, kilometrelerce yolu göze alabilmektedir (Denizer, 2008).Yöresel kıyafetler, yöresel mutfak malzemeleri ve pişirme yöntemleri gastronomi faaliyeti olarak insanların ilgisini çekmektedir.

Uluslararası turizm aracılığıyla küresel kültürün yöresel kültüre doğru eğilim göstermesi kültürel açıdan potansiyeli bulunan ülke veya bölgelere olan ilgiyi artırmaktadır (Küçükaltan, 2009). Yöresel kültürün tanıtılıp, ürünlerin ulusal ve/veya uluslararası boyutta pazarlanabilmesi ekonomiyi canlandıracak bununla birlikte turizm talebindeki artış gastronomi etkinliklerini de hızlandıracaktır (Gitelson, 1994).

Gastronomi, destinasyon (gidilecek yer) tercihiinde önemli bir çekim unsuru olarak görülmeye başlamıştır. Gastronomi turizmi, güneş ve deniz destinasyonlarına

alternatif olabilecek bir turizm çeşidi olabileceği gibi bu destinasyonları destekleyecek nitelikte bir etkinlik de olabilmektedir (Kivela ve Crotts, 2006; Ulusoy, 2008; Shenoy, 2005).

Gastronomi turizmi, turistik destinasyon tercihlerinde rakiplerine göre farklılık oluşturmakta; yöresel ve ulusal mutfağın markalaşmasına katkıda bulunmaktadır. Ulusun markasını oluşturan yiyeceklerin temel özellikleri, yöresel malzemelerin kullanılması, geleneksel yöntemlerle hazırlanması, pişirilmesi ve servis edilmesi olarak sayılabilir. Bir turist açısından o ülkenin geleneksel yöntemlerle hazırlanan yemeklerini tatmak son derece önemlidir. Ancak, turist açısından diğer önemli bir konuda bu yemeklerin hijyen ve sanitasyon koşullarına uygun bir şekilde üretilmesi ve servis edilmesidir (Hacıoğlu vd., 2009; Cohen ve Avieli, 2004).

Yerel konaklama hizmetlerinden yararlanmayı tercih eden turistlerin, yöresel yemek kültürü ile tanışmaları daha çok imkân dâhilinde olmaktadır. Otel ve konaklama birimlerini tercih eden turistler için, bu işletmelerde sunulan yiyecek ve içecek hizmetlerinde yöresel yemek kültürünü yansıtan ürünlere öncelik verilmesi ile mümkün olabilmektedir (Güneş vd., 2008).

## **1.1. Problem**

Gastronomi turizminin turizm eğitim programlarındaki yeri ve öneminin belirlenmesi.

### **1.1.1. Araştırmanın Alt Problemleri**

1. Araştırmaya katılan turizm eğitimi alan öğrencilerin demografik özellikleri nelerdir?

- 1.1. Cinsiyete göre dağılımları nasıldır?
- 1.2. Yaş gruplarına göre dağılımları nasıldır?
- 1.3. Devam ettikleri programlara göre dağılımları nasıldır?
- 1.4. Devam ettikleri sınıflara göre dağılımları nasıldır?
- 1.5. Öğrenim türlerine göre dağılımları nasıldır?
- 1.6. Mezun oldukları lise türlerine göre dağılımları nasıldır?
- 1.7. Mezun olduktan sonra çalışmak istedikleri alanlara göre dağılımları nasıldır?

2. Araştırmaya katılan öğrencilerin gastronomi içerikli turizm eğitimi alma durumları ve aldıkları turizm eğitim programı ile ilgili görüşleri nedir?

2.1. Turizm eğitimi sırasında beslenme dersi alma durumlarına göre dağılımları nasıldır?

2.2. Turizm eğitimi sırasında Türk Mutfağı içerikli ders alma durumlarına göre dağılımları nasıldır?

2.3. Turizm eğitimi sırasında Dünya Mutfakları içerikli ders alma durumlarına göre dağılımları nasıldır?

2.4. Turizm eğitimi sırasında gastronomi içerikli dersleri uygulamalı alma durumlarına göre dağılımları nasıldır?

2.5. Öğrencilerin Türk Mutfağı, yöresel mutfaklar ve Dünya Mutfakları içerikli kitaplara sahip olma durumlarına göre dağılımları nasıldır?

2.6. Öğrencilerin yöresel mutfak bilgilerini edindikleri kaynaklara göre dağılımları nasıldır?

3. Öğrencilerin gastronomi davranışları ile ilgili dağılımları nasıldır?

4. Öğrencilerin gastronomi turizmi bilgi düzeyleri ile;

4.1. Cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

4.2. Öğrenim gördükleri programlar arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

4.3. Öğrenim gördükleri sınıflar arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

4.4. Mezun oldukları lise türleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

4.5. Mezun olduktan sonra çalışmak istedikleri alanlar arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

4.6. Beslenme dersi alma durumları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

4.7. Türk Mutfağı içerikli ders alma durumları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

4.8. Dünya Mutfakları içerikli ders alma durumları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

4.9. Gastronomi içerikli dersleri uygulamalı alma durumları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

4.10. Gastronomi içerikli kitaplara sahip olma durumları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

4.11. Yöresel mutfaklarla ilgili gelişmelerden haberdar olma kaynakları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

### **1.2. Araştırmanın Amacı**

Bu araştırmanın amacı; gastronomi turizminin turizm eğitim programlarındaki yeri ve öneminin belirlenmesidir.

### **1.3. Araştırmanın Önemi**

Turizm insanların, üretici ve tüketici olarak ilgilendiği bir sektördür. Günümüzde milyonlarca kişi merak, eğitim, öğrenim, dinlenme, eğlence, iş, sağlık, kongre, seminer gibi nedenlerle sürekli ikamet ettikleri bölgeler dışına seyahat etmekte, gittikleri yerlerde de turistik işletmelerin ürettikleri mal ve hizmetlerden faydalanmaktadırlar. Bu tür faaliyetler sonucu elde edilen milyarlarca dolar göz önünde bulundurulduğunda, insanlığa ve dünya barışına sağladığı katkı küçümsenemeyecek boyuttadır (Olalı, 1995).

2007 yılında turizm sektörü otomotiv, petrokimya ve iletişim sektöründen sonra en çok gelir getiren dördüncü sektör olmuştur (WTO, 2008). Turizm sektörünün gelişerek büyümesi ise sektörde ürün farklılaştırması ve farklı nitelikteki turizm türlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Böylece farklı destinasyonlar da farklı ürün ve hizmetler farklı turizm çeşitleriyle turistlere sunulur olmuştur (Okumuş vd., 2007).

Turizm faaliyetlerinin içinde yer alan gastronomi turizmi önemini giderek arttırmaktadır. Ülkelerin ve yörelerin kendi mutfak kültürlerini yerli ve yabancı turistlere tanıtmaları kültür paylaşımı açısından önemlidir. Mutfak ve mutfak kültürü, turist için destinasyon tercihinde en çok ilgi duyulan çekicilik unsuru olmaktadır. Bir ülkedeki bir bölgenin hatta bir yörenin özgün yemeği, özgün lezzeti turizm gastronomisi için önem taşımaktadır. Bu durum turistin tatil zevkini, keyfini de arttırmada rol oynar. Çünkü her turist gittiği ülkenin mutfağını, lezzetlerini merak eder. Gidilen ülkede orada yaşayan kişilerin neler yediğini neler içtiğini keşfetmek turistin ilgisini çeker ve bu durumu eğlenceye dönüştürebilir (Küçükaltan, 2009).

Türkiye’de turizm eğitimi çok programlı bir şekilde yürütülmektedir. Turizm eğitimi veren kurumların ders programları da birbirinden çok farklıdır. Sertifikaya



dayalı kısa süreli kursların dersleri genellikle uygulamaya ve turizm sektöründe alan bilgisine dayalıdır. Diplomaya yönelik turizm programlarında otelcilik meslek liselerinin ders programları, Milli Eğitim Bakanlığı; 2 yıllık meslek yüksekokullarındaki ön lisans programları YÖK'ün yeniden yapılandırma çalışmaları içinde paralellik kazanmıştır (Avcıkurt ve Karaman, 2002).

Bu araştırma ile gastronomi turizminin turizm eğitim programlarındaki yeri ve önemi analiz edilerek, turizm eğitimi alan öğrencilerin konu ile ilgili bilgi ve görüşlerini etkileyen değişkenler belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmada elde edilen bulgular ilgili kurumlar ile paylaşılacak, daha sonra yapılacak olan turizm eğitimi ve gastronomi turizmi ile ilgili çalışmalara ışık tutacaktır.

#### **1.4. Araştırmanın Hipotezleri**

Araştırmamıza ilişkin hipotezler aşağıdaki gibidir.

**H<sub>1</sub>**. Öğrencilerin gastronomi turizmi ile ilgili genel bilgiler sorularından aldığı puanlarla;

**H<sub>1.a</sub>**. Eğitim aldıkları program arasında etkileşim vardır.

**H<sub>1.b</sub>**. Eğitim aldıkları sınıf arasında etkileşim vardır.

**H<sub>1.c</sub>**. Mezun oldukları lise türü arasında etkileşim vardır.

**H<sub>1.d</sub>**. Mezun olduktan sonra çalışmak istedikleri alan arasında etkileşim vardır.

**H<sub>1.e</sub>**. Öğrencilerin Türk Mutfağı içerikli ders alması arasında etkileşim vardır.

**H<sub>1.f</sub>**. Öğrencilerin Dünya Mutfakları içerikli ders alması arasında etkileşim vardır.

**H<sub>1.g</sub>**. Öğrencilerin gastronomi içerikli dersleri uygulamalı alması ile arasında etkileşim vardır.

**H<sub>2</sub>**. Öğrencilerin gastronomi turizmi özelliğiyle tanınan destinasyonlar ile ilgili sorulardan aldığı puanlarla;

**H<sub>2.a</sub>**. Eğitim aldıkları program arasında etkileşim vardır.

**H<sub>2.b</sub>**. Eğitim aldıkları sınıf arasında etkileşim vardır.

**H<sub>2.c</sub>**. Mezun oldukları lise türü arasında etkileşim vardır.

**H<sub>2.d</sub>**. Öğrencilerin Türk Mutfağı içerikli ders alması arasında etkileşim vardır.

**H.2.e.** Öğrencilerin Dünya Mutfakları içerikli ders alması arasında etkileşim vardır.

**H3.** Öğrencilerin Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili sorulardan aldığı puanlarla;

**H.3.a.** Eğitim aldıkları program arasında etkileşim vardır.

**H.3.b.** Mezun oldukları lise türü arasında etkileşim vardır.

**H.3.c.** Öğrencilerin beslenme dersi alması arasında etkileşim vardır.

**H.3.d.** Öğrencilerin Türk Mutfağı içerikli ders alması arasında etkileşim vardır.

**H.3.e.** Öğrencilerin Dünya Mutfakları içerikli ders alması arasında etkileşim vardır.

**H4.** Öğrencilerin gastronomi davranışları ile ilgili tutumları ile;

**H.4.a.** Cinsiyetleri arasında bir etkileşim vardır.

**H.4.b.** Öğrencilerin beslenme dersi alması arasında etkileşim vardır.

**H.4.c.** Öğrencilerin Türk Mutfağı içerikli ders alması arasında etkileşim vardır.

**H.4.d.** Öğrencilerin Dünya Mutfakları içerikli ders alması arasında etkileşim vardır.

**H.4.e.** Gastronomi içerikli kitaplara sahip olmasıyla arasında bir etkileşim vardır.

**H5.** Öğrencilerin seyahat ettikleri yerlerdeki gastronomi tercihleri ve satın alma davranışları ile;

**H.5.a.** Öğrencilerin beslenme dersi alması arasında etkileşim vardır.

**H.5.b.** Öğrencilerin Türk Mutfağı içerikli ders alması arasında etkileşim vardır.

**H.5.c.** Öğrencilerin Dünya Mutfakları içerikli ders alması arasında etkileşim vardır.

**H.5.d.** Gastronomi içerikli kitaplara sahip olmasıyla arasında bir etkileşim vardır.

## **1.5. Varsayımlar**

1. Anket uygulama kuralları doğru olarak uygulanmıştır.

2. Ankete katılan turizm eğitimi alan üniversite öğrencilerinin anket öncesi yapılan açıklamalara uydukları varsayılmıştır.

3. Seçilen örneklem grubun evreni temsil ettiği varsayılmıştır.

4. Ankete katılan turizm eğitimi alan üniversite öğrencilerinin verilen anket sorularına samimi ve içtenlikle cevap verdikleri kabul edilmiştir.

5. Ankete katılan öğrencilerin Gastronomi Turizmi ile ilgili çeşitli görüşlere sahip oldukları varsayılmıştır.

#### **1.6. Sınırlılıklar**

Bu çalışma Selçuk Üniversitesi'nde turizm eğitimi alan Ağırlama Hizmetleri, Turizm ve Seyahat Hizmetleri ve Turist Rehberliği Programı öğrencilerinin anket formundaki sorulara verdikleri yanıtlarla sınırlandırılmıştır.

## 2. KONU İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

### 2.1. TURİZM

#### 2.1.1. Turizmin Tanımı

Turizm denilince akla esas olarak gezip dolaşmak, dostları ve akrabaları ziyaret etmek, tatil yapmak için belirli yere giden, hoşça vakit geçirmeyi uman insanlar gelir. Bu kişiler, tatillerini çeşitli spor faaliyetlerinde bulunarak, güneşlenerek, sohbet ederek, şarkı söyleyerek, turlar yaparak, okuyarak ya da sadece iç ve dış mekânlardan yararlanarak geçirirler. Biraz daha kapsamlı düşündüğümüzde, bu insanların içinde, bir iş toplantısı veya başka bir türlü mesleki faaliyet için bir yere gidenlerin bulunduğunu görürüz. Yine bu grup içinde bir uzman rehberin önderliğinde inceleme gezisi yapanlar ya da bilimsel araştırma ve inceleme yürütenler de bulunabilir (Özodaşık, 2003).

Günümüzde sanayinin gelişmesi, kişi başına düşen gelirin artması, refah düzeyinin yükselmesi, insanların kullanabilecekleri boş zamanların çoğalması, turizme, tarihte insanların ticari, dini ve askeri amaçlarla yaptıkları seyahatlerden çok farklı bir şekil vermiştir. Turizm, hiç de sanıldığı gibi basit bir dal değildir, bir bilim, her bilimin olduğu gibi, sanatla süslenen bir disiplindir (Özdemir, 1992).

Sanatla süslenen bir bilim dalı olan "turizm, insanların sürekli konutlarının bulunduğu yer dışında yaptıkları seyahat ve gittikleri yerlerde geçici konaklamalarından doğan ihtiyaçlarının karşılanması ile ilgili faaliyetlerdir" (Olalı, 1984).

"Turizm" kavramı kök itibariyle eski bir geçmişe sahiptir. Ancak "turist" ve "turizm" kavramları XIX. yüzyılın ilk yarısında görülmüş ve İngilizler bu kavramları konuşma diline mal etmişlerdir (Özdemir, 1992).

Türkçe' de ise "seyyah" kelimesi "turist", "seyahat" kelimesi ise "turizm" deyimlerinin karşılığıdır. "Turistik" deyimi de "turizmle ilgisi olan" anlamına gelir. Her ne kadar "turist", "turizm", "turistik" kavramları ilk kez İngilizler tarafından kullanılmışsa da, Türkçeye bu deyimler Fransızcadan geçip yerleşmiştir (Olalı, 1984).

Turizm, insanların sürekli yaşadıkları yer dışında, sadece para kazanmak veya politik ya da askeri bir amaç izlememek üzere; serbest bir ortam içinde iş, merak, din, sağlık, spor, dinlenme, eğlence, kültür, deneyim kazanma, snobik (taklit) amaçlarla veya dost ve akraba ziyareti, kongre ve seminerlere katılmak gibi nedenlerle kişisel veya toplu olarak yaptıkları seyahatlerde, gittikleri yerlerde 24 saati aşan veya o yerin bir konaklama tesisinde en az bir geceleme suretiyle konaklamalarından ortaya çıkan iş ve ilişkileri kapsayan, sosyal bir olay, ağır, bütünleşmiş bir hizmet ve kültür endüstrisidir (Olalı, 1984).

Turizm önceleri ekonomik boyutu ile ele alınmış, bu çerçevede tanımlar oluşturulmuştur. Ancak zaman içinde yalnızca ekonomik faaliyet olmayıp, sosyal boyutu da ortaya çıkınca farklı tanımlar şekillenmeye başlamıştır (Özodaşık, 2003).

Uluslararası Turizm Uzmanları Birliği'nin turizmi bilimsel açıdan belirlemek üzere yaptığı tanıma göre turizm, yabancıların seyahat ve geçici veya devamlı asli kazanç elde etme faaliyeti için yerleşmeye dönüşmemek koşuluyla, konaklamalarından doğan ilişkilerin ve olayların tümüdür (Özodaşık, 2003).

Turizm için çeşitli tanımlar yapılmıştır. Yapılan incelemeler sonucu ortaya çıkan boşlukları doldurmak ve özellikle bireyin turizm amaçlı tavrından kaynaklanan ilişkileri bütünüyle kavramak için turizmi, şu şekilde tanımlamak mümkündür. Turizm, insanların sürekli ikamet ettikleri, çalıştıkları yerler dışında yerleşmemek ve gelir elde etmemek şartıyla kişisel veya toplumsal olarak yaptıkları faaliyetlerden ve bu yerlerde en az bir geceleme yaparak, turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep etmeleri sonucu ortaya çıkan olaylar bütünüdür (Özodaşık, 2003).

### **2.1.2. Turizmin Önemi**

Turizm, toplumların gelişmesinde rol alan itici ve sürükleyici bir elemandır. Çünkü insanların turizm amacıyla yaptıkları seyahat ve konaklamalarda ihtiyaçlarını karşılamak için yaptıkları harcamalar, bu ihtiyaçları karşılayan mal ve hizmetleri üretenler için bir gelirdir. Bu ihtiyaçlar arttıkça daha çok mal ve hizmet üretmek mecburiyeti yatırımları, üretimi ve geliri artırır. Turizm sektöründen elde edilen döviz gelirleri ile ülkelerin dış ödemeler dengesine olumlu katkı sağlanır (Özodaşık, 2003).

Turizm sayesinde bir ülkenin sosyo-kültürel varlıkları ve değerleri döviz getiren kaynak olarak kullanılır. Çünkü turizmde bir ülkenin mal ve hizmetlerini başka bir ülkeye göndermeye veya satmaya gerek duyulmaz. Turistin ülkeye gelip tüketim yapması sonucu elde edilen döviz girdisi, ihracat yoluyla elde edilen gelir gibidir (Akat, 1997).

Dünya Turizm Örgütü'nün yapmış olduğu bir araştırmaya göre, Kuzey Amerika ve Avrupa Birliği ülkelerinde turizm sektörü ile ilgili çarpan katsayısı 4,2 olarak hesaplanmıştır. Bunun anlamı, turizm faaliyetleri içinde harcanan her bir dolar, ekonomi içinde el değiştirerek 4,2 \$'lık bir iktisadi faaliyet yaratmaktadır. Bir turistin harcadığı her bir dolar başlangıçta milli gelire doğrudan katkı sağlamakta ve ayrıca harcanan bu paralar ekonomi içinde çeşitli şekillerde el değiştirerek (çarpan etkisiyle) milli gelire ikincil, yani dolaylı yoldan gelir sağlayıcı bir etki yaratmaktadır (Uzun, 2009)

Katılan kişi sayısının ve yaratılan gelirlerin sürekli artması sonucu turizm, günümüzde en hızlı büyüyen sektörlerden biri haline gelmiştir. Her şeyden önce ekonomik bir faaliyet ve endüstriyel bir sektör olan turizm, bir ülkenin ekonomik gelişme seviyesini göstergesi ve gelecekteki gelişmeyi destekleyecek bir araç olarak görülmektedir. (Liu, 1998)

Olalı (1995)'e göre turizm sosyo-kültürel yönden ele alındığında önemi, özellikle şu hususlarda ön plana çıkmaktadır:

\* Turizm, insanlar ve uluslar arasında karşılıklı tanınmanın ve kardeşliğin bir aracıdır.

\* Turizm, ülkelerin birbirinden farklı kültürel değerlerini karşılıklı olarak tanımaya, insanların genel kültür seviyesini yükseltmeye imkân veren bir araçtır.

\* Turizm, doğal, sosyal ve kültürel çevrenin korunmasını ve değerlendirilmesini sağlayan bir elemandır. Çünkü tabii sosyal ve kültürel kaynakların ekonomik, sağlık ve diğer bakımlardan önemini fonksiyonunu gezerek ve görerek anlayan bireyler onları korumanın bilincine sahip olmaktadır.

### **2.1.3. Turizmin Sınıflandırılması**

Turizm özelliklerine göre aşağıdaki gibi gruplandırılabilir. Değişik kaynaklarda verilen ve sistematığı değişik sınıflamalar oluşturulmuştur.

Güler ve Çobanoğlu (2002) turizmi şu şekilde sınıflamıştır;

#### 1. Turistin geldiği yere göre

1.1. İç turizm-Kişilerin ülke içinde yaptıkları yolculuklar

1.2. Dış turizm-Kişilerin ülke dışına yaptıkları yolculuklar

1.2.1. Pozitif turizm (aktif turizm) (incoming tourism): Yurtdışından ülkeye gelen yabancı turistlerin neden olduğu turistik hareketler.

1.2.2. Negatif turizm (pasif turizm) (outgoing tourism). Ülke vatandaşlarının başka ülkelere yaptıkları yolculuklardan doğan turistik hareketler.

#### 2. Turistik Olaya Katılanların Sayısına Göre

2.1. Bireysel turizm

2.2. Kollektif turizm: Belirli bir grup yada kuruluşun (kulüp, dernek vb.) düzenlediği turizm hareketi.

2.3. Kitle turizmi: Yolculuğun büyük ölçüde ve konaklamanın tümüyle kolektif olarak gerçekleştirildiği turistik hareketlerdir. Turistin grup üyesi olarak yolculuğu özendirilir, bireysel turizmden uzaklaştırmak ve grupta bütünlemesini sağlamak üzere özendirici uygulamalar vardır.

#### 3. Kalış biçimlerine göre

3.1. Transit turizm (geçiş turizmi).

3.2. Konaklama turizmi

3.2.1. Otel turizmi

3.2.2. Motel turizmi

3.2.3. Pansiyon turizmi

3.2.4. Tatil köyü turizmi

3.2.5. Yazlık turizmi

3.2.6. Kamp (çadır) turizmi

#### 4. Yolculukta Yararlanılan Taşıtın Cinsine Göre

4.1. Bireysel araç

4.2. Toplu taşıma aracı

#### 5. Turistik Etkinlik için Seçilen Zamana Göre

5.1. Mevsim

5.1.1. Yaz turizmi

5.1.2. Kış turizmi

## 5.2. Turizm hareketlerinin yoğunluğuna göre

### 5.2.1. Sezon içi turizm

### 5.2.2. Sezon dıŐı turizm

## 5.3. Hafta sonu turizmi

## 6. Turizm Etkinliğinin Süresine Göre

6.1. Kısa süreli turizm: 4 geceden az ya da hafta sonu tatillerinde gerçekleştirilen turizm etkinlikleri.

6.2. Uzun süreli turizm: Sürekli kalınan yerin dışında 4 gecelemeden uzun süreli turizm etkinlikleri.

## 7. Sosyoekonomik zelliklerine Göre Turizm eŐitleri

### 7.1. Yaş gruplarına göre

#### 7.1.1. Gençlik turizmi

#### 7.1.2. İkinci yaş turizmi

#### 7.1.3. nc yaş turizmi (emekliler).

### 7.2. Ekonomik ve sosyal durumla, ilişkili olarak

#### 7.2.1. Lüks turizm

#### 7.2.2. Geleneksel turizm (orta sınıf turizmi).

7.2.3. Sosyal turizm: Satın alma gücü ve turizm etkinliklerine katılma olanağı kısıtlı kişilerin özendirilmesi ile sağlanan turizm hareketi.

#### 7.2.4. Seçkinci turizm (Golf turizmi vb).

## 8. Ulaşım Araçlarına Göre Turizm

### 8.1. Deniz Turizmi

#### 8.1.1. Gemi turizmi (krvaziyer turizmi).

#### 8.1.2. Yat turizmi

### 8.3. Kara Turizmi

#### 8.3.1. Karavan turizmi

#### 8.3.2. Demiryolu turizmi

##### 8.3.2.1. zelliği olan trenlerle turizm (Buhar trenleri gibi).

##### 8.3.2.2. zelliği olan hatlarda (transsibirya, orient).

#### 8.3.3. Siklotropizm (Motosiklet ve bisiklet turizmi).

#### 8.3.4. Yaya turizmi

##### 8.3.4.1. Otostop turizmi



### 8.3.5. Binek hayvanı ile yapılan turizm

## 9. Organizasyon biçimine göre

### 9.1. Aracısız turizm

### 9.2. Aracılarla: Seyahat acenteleri yada tur organizatörleri aracılığı ile.

## 10. Amaca Göre Turizm

### 10.1. Rekreasyon

10.1.1. Sağlık turizmi (Sıcak su, maden suyu, içmece, kaplıca, hamam, deniz, iklim, mağara vb).

10.1.1.1 Klimatizm (iklim turizmi, dağ vb).

10.1.1.2.Termalizm, banyo tedavisi

10.1.1.3. Meyve turizmi

10.1.2. Yayla turizmi

10.1.3. Kıyı turizmi, sahil turizmi

10.1.4. Çiftlik turizmi

10.2. Kültürel turizm (Arkeolojik, coğrafik, doğal özellikler vb).

10.2.1. Gastronomi turizmi (Özelliği olan yemek turizmi).

10.3. Spor turizmi

10.3.1. Dağcılık turizmi

10.3.2. Golf turizmi

10.3.3. Av turizmi

10.4. Dini turizm (Hac, ziyaret vb).

10.5. Ekonomik turizm (Ekonomik beklentilerle, fuar, sergi, endüstri tesislerini gezme).

10.5.1. İş turizmi

10.5.2. Teknik turizm (Havaalanı, liman, fabrika, nükleer santral, baraj vb).

10.6. Politik turizm

10.7. Kongre turizmi

10.8. Aile turizmi

## 11. Turistik Tüketim Aşamalarına Göre

11.1. Aktif turizm: Turizmin yolculuk evresidir. Turistik konaklama yerini geçici olarak terk ettiği, gerekli etkinlikleri yaptıktan sonra konaklama yerine döndüğü turizm biçimi.

11.2. Reseptif turizm: Otel ve restoran etkinliklerinden yararlanmanın ağırlıklı olduğu turizm biçimi.

Avrupa Ekonomik Komisyonunun tanımına göre Rekreasyon "zorunlu çalışma etkinliklerinden bağımsız olarak bireyin esenlendirilmesi ve geliştirilmesi, bireyin zamanını dilediği gibi kullanmakta serbest olması, bireyin fiziksel gücünü onarmaya ve ruhsal kapasitesini zenginleştirmeye yönelik etkinlikler, bireyin isteyerek katıldığı tüm etkinlikler, zorunlu etkinliklere karşıt olarak özgürce seçilen etkinlikler, fiziksel ve sosyal çevrenin değişmesi ve insanların boş zamanlarında yaptıkları etkinlikleri kapsayan bir terimdir" Rekreasyon turizmi ise "olağan yaşam ve çalışma koşulları içinde yorulan ve bunalan insanın dinlence ve boş zamanlarında sürekli olarak yaşadığı yerin dışına çıkarak bedensel ve ruhsal sağlığını yeniden kazanmak amacıyla, sakin, dinlendirici, hareketli yada eğlendirici ortamlar aramalarıyla oluşan turizm hareketidir" (Güler ve Çobanoğlu, 2002).

#### **2.1.4. Dünya’da Turizm Sektörünün Gelişimi ve Değişimi**

Turizme talep kent yaşamının hızlanması ve insanların kendilerini yenilemeye dönük talepleri yüzünden sürekli artmıştır ve bu artış devam etmektedir. Turizm talebini arttıran pek çok faktör vardır. Bu faktörler insanların sosyal ekonomik ve kültürel durumlarıyla ilgili olan kriterlerdir (Görkem, 2007).

Günümüzde kent yaşamında ve metropollerde bireylere düşen ekonomik gelişim turizmi tetikleyici bir unsur olmuştur. Ekonomik refaha kavuşan insanlar kendilerine dönük yatırımlar yapma fırsatları bulmuşlardır. Kazandıkları ile tatil ve seyahat yapabilme istekleri olmuştur (Akat, 1997).

Kentleşmenin bir parçası olan eğitim süreci insanların başka kültürler hakkında bilgi sahibi olmasını sağlamış ve bu kültürler hakkında merak uyandırmıştır. Bununla beraber teknolojinin ilerlemesiyle beraber seyahat edebilme kolaylığının doğması da bu yerleri gidip görebilmeyi kolay kılmıştır (Görkem, 2007).

Bu gün 24 saat içerisinde dünyanın herhangi bir yerine gidilebilmektedir. Bu da insanları seyahate çıkmaya teşvik etmektedir. Ayrıca teknolojinin ilerlemesi

seyahat kolaylığının yanı sıra insanların gittikleri yerlerden geride bıraktıklarıyla rahat ve çabuk iletişim kurmasına olanak tanımakta ve insanlar işlerini gittikleri yerlerden de halledebilmektedirler. Bu durum insanların turistik gezi yaparken geldikleri yerlere yönelik endişelerini azaltmaktadır (Görkem, 2007).

Kuşkusuz turizmin ilk ivmelenmesi ilk demiryolunun kurulması ile ilgilidir. Demiryolu ile beraber ulaşım süresinin kısalması ve çeşitliliğinin artması insanları seyahat etmeye yönlendirmiştir. Demiryolu ilerledikçe tarih içerisinde turizm de gelişmiştir (Özodaşık, 2003).

20.yy da Akdeniz turizm de yaz aylarının vazgeçilmez bölgesi oldu. 1950'lere geldiğinde turizm önemli sektörlerden birisi halindeydi. Bu çıkışı sürdürerek 60'larla 80'ler arasında büyük atılımlar gerçekleştirdi. Bu süreçte kitle turizminin etkileri git gide önemsenmeye başladı (Görkem, 2007).

#### **2.1.5. Türkiye’de Turizm Sektörünün Gelişimi ve Değişimi**

Ülke ekonomisinin temellerinden biri olan turizm sektörünün gelişimi ile ilgili politikalar planlı dönemin başlarına dayanır. Türkiye’de turizm ile ilgili politikaları 1960’dan itibaren planlı dönem öncesi ve sonrası diye ayrılmaktadır. Cumhuriyet tarihine bakıldığında 1950’li yıllara kadar turizm alanında ciddi hiçbir girişimin olmadığı gözlenebilir. Cumhuriyetin ilk yıllarında yaşanan sıkıntıların, çözülmesi acil problemlerin ve dönemin iktidarlarının ekonomik gelişme anlayışının yanı sıra bu dönemde tüm dünyada görülen istikrarsız siyasal politikaların da büyük etkisi vardır. 1960 sonrası turizm sektörü için en önemli gelişme, bir hizmet sektörü olarak kabul edilip kalkınma planlarına alınmasıdır. 1963 yılında kurulan Turizm Bakanlığı’nın ardından günümüzde 4000’den fazla seyahat acentesinin üyesi olduğu Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) kurulmuştur (Görkem, 2007).

Türkiye’de 1980 yılı turizm sektörü açısından referans noktasıdır. 1980 sonrasında sektörde büyük bir gelişme yaşanmış, gelen turist sayısı ve buna bağlı olarak döviz girdisi artmış ve özellikle 2634 sayılı “Turizmi Teşvik Kanunu” çerçevesinde sektöre şimdiye kadar görülmemiş bir destek sağlanmıştır. Bu dönemde turizm yatırımlarına özellikle yatak kapasitesinin artırılmasına yönelik teşvikler verilmiş, tamamen kitle turizmine altyapı oluşturmaya yönelik bu teşvikler maalesef, çevre ve tarihi değerlerin korunması gerekliliği çoğu yerde göz ardı edilerek

kıyılarda betonlaşmaya yol açmıştır. Kamu kesimi açısından olumlu görülebilecek bir özellik ise sektörün ihtiyaç duyduğu çeşitli alanlarda bazı yönetmelik ve yönergelerle yasal çerçevelerin oluşturulmasıdır. Gerek 1984 ve 1995 tarihli geçiş programlarında gerekse Beşinci ve Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planlarında tarihi ve fiziki çevre değerlerinin korunması, turizm mevsiminin uzatılması ve özellikle eğitilmiş personel ihtiyacının giderilmesine yönelik ve turizm planlamasına yönelik konulara önem verilmiştir (Görkem, 2007).

Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, turizm çeşitliliğine ve tanıtım, pazarlama çalışmalarına önem verilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Yatak kapasitesinin artırılması yoluyla kitle turizminin her şeyden önce geldiği dönemin geride kaldığına ve turizmde sürdürülebilirlik kavramının öneminin anlaşıldığına dair sektörün diğer sorunlarına yönelik politika önerileri taşıması bakımından da önemlidir (Özodaşık, 2003).

#### **2.1.6. Turizm İşletmelerinin Sınıflandırılması**

Turizm sektörü, toplumun her kesimini doğrudan veya dolaylı olarak ilgilendiren bir sektördür. Günümüzde turizm, ülkelerin gelişme çabalarına paralel ve gelişmişliğin bir göstergesi olarak, en fazla önem verilen sektörlerin başında gelir (Görkem, 2007).

Turizm olayı gerek uluslar arası, gerekse ulusal alanda kazandığı büyük boyutlarla, yatırımları ve iş hacmini geliştiren, gelir sağlayan, döviz girdisine katkıda bulunan, yeni iş alanları açan, sosyal ve kültürel yaşantıyı etkileyen bir niteliktedir. Bu niteliklerine bağlı olarak, günümüzde birçok turizm işletmesi hizmete girmiştir (Olalı, 1995).

Turizm faaliyetlerinin gelişmesi sonucu açılan turizm işletmelerini şu şekilde tanımlamak mümkündür: Turizm olayı ve ilişkileri sonucunda turistlerin ihtiyacı olan mal ve hizmetlerin karşılanması, bunların geniş kitlelere duyurulup pazarlanması ve satışlarını yapmak amacıyla kurulan işletmelere turizm işletmesi denir (Özodaşık, 2003).

Turizmin gelişmesi ve karmaşık bir hal almasıyla, turizm sektöründe çok sayıda mal ve hizmet üreten işletmeler kurulmuştur. Bunları sınıflandırmak oldukça zordur. Ancak turizm olayının mahiyetini anlayabilmek için sınıflandırmanın

yapılması da şarttır. Bu nedenle turizmin fonksiyonlarına göre şöyle bir sınıflandırma yapılabilir (Özodaşık, 2003).

#### **2.1.6.1. Konaklama İşletmeleri**

Sürekli ikamet ettiği yerin dışına seyahat eden kişinin en önemli ihtiyaçlarından birisi konaklamadır. Turistin değişik mekânlarda geceleme ihtiyacını karşılayan tesislere konaklama işletmeleri denir.

#### **2.1.6.2. Seyahat İşletmeleri**

Turistik mal ve hizmet üreten kuruluşlarla turistler arasında ilişki kurulmasına yardımcı olan kuruluşlar olup, pazarlamada dağıtım kanalları fonksiyonunu da gören işletmelerdir. Bu tür işletmeleri toptancı ve perakendeci durumunda olan tur operatörleri ve seyahat acenteleri haricinde bir de ulaştırma işletmeleri oluşturur.

#### **2.1.6.3. Turizme Dolaylı Hizmet Veren İşletmeler**

Kuruluş amacı turistik mal ve hizmet üretmek olmamasına rağmen, turizmle dolaylı olarak ilişkisi bulunan işletmelerdir. Bu tür işletmeler özellikle turizm bölgelerinde faaliyet gösterirler.

#### **2.1.6.4. Yiyecek-İçecek İşletmeleri**

Yemek ve içmek insanlığın en eski ve büyük zevklerindedir. Birlikte yeme ve içme faaliyetleri insanları sosyalleştirmeye götürür (Güliden, 2002). Ortaçağdan beri uygulanmakta olan toplu beslenme sistemi, kentleşme ve sanayileşmeye paralel olarak gelişmiş ve günümüz yaşantısının önemli bir parçası haline gelmiştir (Koçak, 1999).

Bu kapsamda, yiyecek ve içecek işletmeleri şu şekilde tanımlanabilir:

“Yapısı, teknik donatımı, konforu ve bakım durumu gibi maddesel, sosyal değeri ve personelin hizmet kalitesi gibi niteliksel elemanları ile kişilerin yeme içme ihtiyaçlarını karşılamayı meslek olarak kabul eden ekonomik, sosyal ve disiplin altına alınmış bir işletmedir” (Bölükoğlu, 1988).

Bu tesisler, insanları ortak bir amaç için bir araya getirmeye, onları kaynaştırmaya yardımcı bir araç olmakta, yalnızca açlığın veya susuzluğun

giderildiği bir yer olarak değil, aynı zamanda ruhsal açıdan yenilenmenin gerçekleştirildiği bir moral kaynağı fonksiyonunu da yerine getirebilmelidir (Tütüncü, 2001).

Restoranlar; halka hizmet veren, yiyecek içecek olanaklarının sağlandığı işletmeler olarak tanımlanabilir. Ancak, yiyecek ve içecek işletmelerinin tek görevi, misafirlerin istediği yemek ve içkileri onlara ulaştırmak değildir (Tütüncü, 2001).

Tüketici; beslenme gereksinimini giderirken diğer taraftan dinlenmek, eğlenmek, saygı ve hizmet görmek, sosyal ve psikolojik yönden tatmin olmak ister. Bir başka tanımda ise, müşterilere rahat ve huzurlu bir şekilde yeme ve içme olanağı sağlayan, gerek tek başına ve gerekse bir konaklama tesisine bağlı olarak çalışan kuruluşlar olarak ele alınmaktadır (Maviş, 2001).

## **2.1.7. Turistik Ürün**

### **2.1.7.1. Turistik Ürün Kavramı**

Turizm faaliyetine katılan insanlar, gittikleri yerlerde eğlenme, dinlenme, yeme-içme, alışveriş gibi tüm zorunlu ve zorunlu olmayan ihtiyaçlarını karşılarken mal ve hizmetler tüketirler. Bu mal ya da hizmetler turizm faaliyeti sırasında tüketildiği için bunlar turistik ürünlerdir (Sarkım, 2007).

Bir sektör olarak kavramlaştırılan turizm, aynı zamanda üretim ve ortak ürünün satışı anlamına gelir. Tüketimi diğer mal ve hizmetlere benzemeyen turistik ürün bir tek ve somut bir ürün değildir. Turistik ürün doğadaki soyut ve somut nesnelere karışımından oluşur. Üç farklı turizm ürünü vardır. Bunlar; turizm deneyimleri, mekânsal ürün ve turizm ürünüdür. Turizm deneyimleri, turistin gördüğü, kullandığı ve tesadüfen karşılaşarak elde ettiği deneyimlerin tümünden oluşur. Mekânsal ürün, turistin turistik destinasyondaki tüketim noktasında elde ettiği deneyimlerdir. Turistik ürün ise, konaklama tesisi, lokantalar ve hatıra eşyalar gibi turistin bireysel ürünlerini ifade eder. Turizm pazarında yaşanan yoğun rekabet nedeni ile turistik ürünlerin geliştirilmesi ve farklılaştırılması oldukça önemlidir. Çünkü turizm talebinde meydana gelen değişimler karşısında bu talebe uygun turistik ürünlerin arz edilmesi gerekmektedir (Sarkım, 2007).

### 2.1.7.2.Turistik Ürünün Tanımı

Turizm sektörünün otomasyona ve makineleşmeye fazla imkân vermemesi ve hizmet ağırlıklı bir sektör olması, turistik ürünü nitelik yönünden diğer ürünlerden farklılaştırmaktadır. Turistik ürün diğer ürünlerden farklı olarak bir mal veya hizmet olabileceği gibi her ikisinin karışımından oluşan ürün de olabilir (Sarkım, 2007).

Bir otel odası, uçak koltuğu, lokantada yenilen yemek gibi somut bir ürün olabileceği gibi rehberlik hizmeti gibi soyut bir ürün de olabilir. Turizm sektörü alanına giren tüm faaliyetler, tek tek veya bir araya getirilerek bir bütün halinde turistik ürün olarak nitelenebilirler (Sarkım, 2007).

Turistik ürünle ilgili olarak çeşitli tanımlar yapılmıştır. Turistik ürün, turistlerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek nitelikteki mal ve hizmetler veya mal ve hizmetlerin karışımı ya da çoklu mal ve hizmetler karışımından oluşan bir pakettir. Bu tanıma göre turistik ürün, sadece bir mal ya da hizmet olabileceği gibi; konaklama, yiyecek-icecek hizmetleri gibi mal ve hizmet karışımı veya bilet satışı, rehberlik hizmeti, ulaşım, konaklama ve eğlenceyi de içeren bir paket tur şeklinde de olabilir (Sarkım, 2007).

Başka bir tanımda turistik ürün, çağdaş insanın çok boyutlu ihtiyaçlarını karşılamak üzere turizm işletmesince bir araya getirilmiş ve yeniden düzenlenmiş doğal, toplumsal, siyasal ve psikolojik verilerden oluşan karmaşık bir mal ve hizmetler bütünüdür. Bu nedenle turistik ürün, turistin sürekli konutundan ayrılışından itibaren yeniden evine dönene kadar geçen süre içerisinde satın aldığı mal ve hizmetlerin oluşturduğu bir paket ya da edindiği deneyimlerin bir toplamıdır (Usal ve Oral, 2001).

Burkart ve Meldik (1981) turistik ürünü dar ve geniş anlamda olmak üzere iki şekilde tanımlamıştır. Dar anlamda, turistin satın aldığı her şey turistik ürünü oluştururken, geniş anlamda turistik ürün, bileşik bir üründür ve turistin destinasyonda yaptığı her şey ve yararlanması mümkün olan her türlü hizmetten oluşmaktadır. Her bir destinasyon özel bir ürün veya ürünlere sahiptir. Bu destinasyonlarda turist, konaklaması boyunca ulaşabildiği ve yararlanabildiği her türlü faaliyet ve hizmetlerden yararlanır.

Middleton (1988) turistik ürünün toplam turistik ürün ve ticari turistik ürün olmak üzere iki seviyede anlaşılması gerektiğini belirtmiştir. Toplam turistik ürün, ziyaretçinin evinden ayrılıp tekrar evine dönünceye kadar tükettiği tüm hizmet öğelerinden oluşmaktadır ve genellikle turistlerin turistik üründen elde ettikleri toplam deneyimleri ifade eder. Ticari turistik ürünler ise toplam turistik ürünün bileşenleridir. Örneğin turistik ürün, konaklama, ulaştırma, araba kiralama gibi olanaklardan oluşabilir.

Tanımların ortak noktası turistik ürünün bir turistik yörede turistler tarafından tüketilen bir mal ya da hizmet olabileceği gibi mal ya da hizmetlerden oluşan çoklu bileşimler de olabileceğidir. Bu çerçevede, kısaca turistik ürün, turistlerin seyahatleri sırasında satın aldıkları ve faydalandıkları tüm mal ve hizmetler ile elde ettikleri deneyimlerden oluşur. Bu turistik ürünün ya da ürün grubunun içeriği, turistik faaliyete katılan turistin demografik özelliği ile zevk ve tercihlerine bağlı olarak değişebilir (Sarkım, 2007).

Turizmde turistik ürün iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Birincisi; bir ülke veya bir yörenin sahip olduğu tüm doğal, tarihi ve turistik kaynakların oluşturduğu turizm ürünüdür. İkincisi ise; tüketicilerin yer değiştirmelerine ve tatil yapmalarına imkân veren tüm hizmetler, yani bir paket turu oluşturan turistik hizmetlerin tümüdür. Turistik ürün değişik nitelikteki unsurlardan meydana gelen karmaşık bir üretimdir (Hacıoğlu, 2000).

Turistlere mal ve hizmet arz eden turistik işletmeler, genellikle bir turistin tüm ihtiyaçlarını tek başına karşılayamazlar. Turistin turizm faaliyeti evinden ayrılmasıyla ulaşım ile başlayan, konaklama, yeme-içme, eğlenme-dinlenme ile devam eden ve tekrar ulaşım ile tamamlanan bir süreçtir. Bu nedenle turistik ürün, çeşitli nitelikteki mal ve hizmetlerin bileşiminden meydana gelir ve bu ürünler, birbirini tamamlayan ürünlerdir (Sarkım, 2007).

Günümüzde turistik ürünler, genellikle bileşik ürünler olarak sunulmaktadır. Bunun en güzel örneklerini paket turlar ve her şey dahil sistemiyle yapılan seyahatler oluşturmaktadır. Artık turist, herhangi bir tatil paketini satın aldığı anda ihtiyacı olan her türlü aktiviteyi de satın almış olmaktadır. Bu tür seyahatler, turizm sektöründe görülen yatay ve dikey bütünleşmeler sonucu daha da gelişmiştir (Sarkım, 2007).



## 2.2. KÜLTÜR

### 2.2.1. Kültürün Tanımı

Kültür, Latince “Cultura” sözcüğünden gelmekte ve tarladaki ekini tanımlamakta; aynı dildeki “Colere” sözcüğü ise özen göstermek, toprağı sürmek, ekini biçmek anlamında kullanılmaktadır (Uhri, 2002).

Kültür, yüzyılların deneyimlerinden süzülerek biçimlenmiş, kuşaktan kuşağa aktarılan bir değerler bütünüdür. Kültür ürünleri ile bölge insanı arasında bir bağ vardır. Kültür ürünlerinin şekillenmesinde tarihi ve kültürel mirasın önemli bir rolü vardır. Kültür ürünleri, halk arasında mayalanmış, halkın kültür yapısını belirleyen, toplumun dokusudur. Kültür ürünleri halkın ortak duygu ve düşüncelerini dile getirir (Özodaşık, 2003).

Bu açıklamalardan sonra kültürü, insanın hayatı boyunca öğrendiği, ürettiği, öğrettiği ve kuşaktan kuşağa aktardığı tarihi, güncel ve aktüel ihtiyaçlarını karşılayan, doyum sağlayan değişebilir değerlerin tümüdür şeklinde tanımlamak mümkündür (Özodaşık, 2003).

Beslenme kültürü de, bir toplumun beslenme ile ilgili hayat tarzıdır. “Yiyeceklerin üretimi, tüketimi, hazırlanması, tamamen kültürün öğeleri olan gelenekler, sevmek sevmemek, inançlar, tabular, boş inançlarla bağlantılıdır. Antropologlar, yemek yeme alışkanlıklarını kültürel bağlamda alırlar” (Talas, 2005).

Kültürel görecelilik kuralına göre davranış biçimleri bir toplumdan diğerine değişmektedir. İnsanların acıkması ve açlığını gidermek için yemek yemesi genel bir biyokimyasal olay iken, bu açlığını ne şekilde, ne zaman ve hangi yemeği seçerek gidereceği kültürel bir olgudur. Bunların yanı sıra yenilen ve içilen şeylerden haz alma, etkilenmeler konusunda yine her kültürün farklı bir yaklaşım tarzı bulunabilmektedir. Bir toplumda tiksindirici sayılan bir gıda maddesi bir başka toplumda en önemli ağız tadı örneği olabilir (Talas, 2005).

Bir toplumun beslenme kültürü yaşam şekliyle yakından ilişkilidir. Yaşam şeklinin değişmesi, beslenme kültürünün de zamanla değişmesine neden olmaktadır. İlk çağlarda insan, yaşamını sürdürebilmek için doğada bulunan hayvanları avlamak; bitkileri toplamak zorunda kalmıştır. İnsanoğlu zamanla bunları kendi yetiştirmeyi, yetiştirdiklerini pişirerek daha lezzetli hale getirmeyi öğrenmiştir. Yeni tatlar bulma

çabası ilkçağdan başlayarak günümüze kadar ulaşmıştır. Bugün de, insanoğlunun en önemli uğraşı olarak devam etmektedir (Akman ve Mete, 1998).

### **2.2.2. Kültürün Turizm Açısından Önemi**

Bir ülkeye turizm talebinin yoğun bir şekilde olabilmesi için o ülkenin kültürel zenginliklerinin olması gerekir. Çünkü özellikle ekonomik gücü yüksek batılı insanın en büyük özelliği merak, değişik şeyler görme ve öğrenme arzusudur (Kozak, 1997).

Turizmin bir milletin diğer milletleri anlaması ve değerlendirmesinde önemli bir etkisi vardır. Gelişmiş ülkelerin hükümet politikaları, vatandaşlarının kendi ülkelerine karşı duyduğu takdir duygusunu geliştirmek ve diğer ülkeleri tanımak için turizmi teşvik ederler (Güneş vd., 2008).

Genel olarak da insanların yapısında farklı kültürleri tanıma isteği vardır. Turizm talebini etkileyen faktörlere baktığımız zaman bunu daha net görebiliriz. “Turistin geldiği bölgedeki kültür ile ev sahibi bölgenin kültür yapısı arasındaki farklılıklar arttıkça turist kabul eden bölgeye yönelik turizm talebinde artış görülür” (Kozak, 1997).

### **2.2.3. Türk Kültürünün Turizm İşletmelerindeki Yeri ve Önemi**

Turizm olayını etkileyen en önemli faktörlerden birisi de turistlerin kendi uygarlıkları dışındaki çeşitli uygarlıkları tanıma isteğidir. Tarihi ve kültürel zenginlikleri yakından görmek, bilgi sahibi olmak ve çeşitli dönemlere ait uygarlıklar arasında karşılaştırmalar yapabilmek turizm olayını doğuran ana faktörlerdendir (Akat, 1997).

Ülkemiz birçok medeniyetlere beşik ve köprü olmuş, eski medeniyetlerin geleneklerini, kültürlerini miras olarak almış, farklı kültürlerin kesiştiği yol kavşağındadır. Bu farklı medeniyetlerin etkisi ile her bölgemiz, kendi kültürünü oluşturarak yaşam tarzını belirlemiştir. Doğal olarak, batılı ve diğer gelişmiş toplumlar, farklı medeniyetlerin oluşturduğu bu zengin kültüre ve onu barındıran coğrafyaya ilgi duymaktadır (Güneş vd., 2008).

Kısacası ülkemizin içinde bulunduğu coğrafi konum; kültür ve turizmin iç içe yaşamasına çok uygundur. Turizmi geliştirmeye çalışırken kültürden yararlanmak,

kültürü geliştirmeye çalışırken de turizmden faydalanmak ülke ekonomisine büyük katkı sağlayacaktır (Özodaşık, 2003).

Özellikle gelişmiş ülkelerden gelen ve yüksek harcama gücü bulunan turistin tatillerinde yalnızca deniz, güneş ve kumu yeterli bulacağını sanmak büyük bir hatadır. Çünkü ekonomik gücü yüksek batılı insanın en önemli özelliği merak, değişik şeyler görme ve öğrenme arzusudur. Ülkemiz bu tür ihtiyaçlara cevap verebilecek durumdadır (Özodaşık, 2003).

Turizm işletmeleri için Kültür Turizmi en çok gelir getiren, en zengin kesime hitap eden turizm türüdür. Üstelik Kültür Turizmi yeme-içme kültürü ve alışveriş ile desteklenirse tekrar tekrar yapılabilen bir geziler dizisi olabilir. Ülkemizin Kültür Turizmi açısından gerek bölgesel gerekse kültürel çeşitliliği göz önüne alınırsa gezi sayısının ve alternatif seçeneklerin büyük oranda artabileceği de görülür (Genim, 2002).

#### **2.2.4. Turizm İşletmelerinin Türk Kültürünün Tanıtımındaki Yeri**

Turizm işletmesi denilince aklımıza otel, motel, tatil köyü ve kampingler gibi konaklama tesisleri gelir. Bunların haricinde turistlere yeme-içme ve eğlence ihtiyaçları için faaliyet gösteren işletmeler ile seyahat ve diğer işletmeleri de turizm işletmesi olarak kabul etmek gerekir (Uğuzman, 2001).

Her işletmenin temel amacı kâr elde etmek ve devamlılık göstermektir. Bunun için de işletmeler arasında yoğun bir rekabet vardır. Rekabet ortamından olumsuz şekilde etkilenmemek ve ayakta kalabilmek için de işletmelerin en fazla başvurduğu yöntem, ürün çeşitlendirmesidir (Hacıoğlu vd., 2009).

Turizm olgusu yalnızca bir ülkenin coğrafi ve iklimsel koşulları ile değil tarihi, ekonomisi, doğal özellikleri ile bilhassa insana ve o insanın kültürüyle çok yakından ilgilidir (Er, 2001).

Tüm insanlığın müşterek kökenini oluşturan Türk kültürü birikiminin hem Türk halkına hem de bütün dünya insanına tanıtılması gerekir. Günümüzde hiç kimse ve hiçbir toplum süresiz olarak ekonomik getirişi olmayan bir faaliyeti sürdürmez. Kültür birikiminin ekonomik faydayı da göz ardı etmeksizin değerlendirilmesi ve tüm dünyaya tanıtılması turizm işletmelerinin bir görevi olmalıdır (Hacıoğlu vd., 2009).

Turizm işletmelerinin, turistik talepten maksimum düzeyde yararlanabilmesi için yeni turistik ürünler oluşturması gerekir. Kaynaklarının kıt olması, arzın genişletilmesini ve uzun ömürlü olmasını engeller. Bu yüzden turistik potansiyelden azami düzeyde yararlanmak ürün çeşitlendirmekle mümkündür. Zengin Türk kültürü, turizm işletmelerine çok fazla ürün ve pazarlama aracı sunmaktadır. Bu renkli kültürel ürünler turizm işletmelerine ekonomik açıdan da büyük bir avantaj sağlar (Özodaşık, 2003).

Zengin Türk kültüründen söz etmemize rağmen, bu değerlerin bakım ve onarımlarının yapılarak Türk ve Dünya kamuoyuna yeteri kadar tanıtılmadığı, bu zenginliklerin ülke ekonomisine yapması gereken girdiyi sağlamadığı da bir gerçektir (Özodaşık, 2003).

#### **2.2.5. Türk Mutfağı ve Turizm**

“Bacasız Sanayi” olarak adlandırılan turizm, ülkenin tanıtımında ve gelir elde etmesinde önemli bir sektördür. Ayrıca Turizm sektörü ülkeleri birbirlerine yaklaştıran bir olaydır. Bu yakınlaşmada yemekler bir araç olmaktadır. Bazı işletmeciler, konukları memnun edebilmek için Dünya Mutfaklarından örnekler sunmanın daha doğru bir davranış olacağı görüşündedirler. Oysaki turizm sektöründe konaklama faaliyetlerinin tamamlayıcısı olarak yiyecek-içecek faaliyetlerinin iyi bir şekilde yerine getirilebilmesi için, Türk mutfak kültürünü gelen turistlere en iyi şekilde tanıtmak gerekmektedir. Seçkin Türk yemeklerini tatmak, geleneksel misafirperverlik anlayışıyla hizmet etmek Türk Mutfağının tanıtılması açısından önemlidir (Güler, 2007).

Unutulmaya yüz tutmuş ya da unutulup gidebilecek yemekleri arkasından özlemle bakılmaktan kurtarmak, Türk Mutfağının özünü bozmadan yaşatmak, yerini korumak, sürdürmek için mutfağımızı turizmin ayrılmaz bir parçası olarak tanıtmak gerekir. Aslında turizme giden başarı yolu mutfaktan geçmektedir. Konaklama tesislerinde sunulan hizmetlerin temelinde yer alan yiyecek-içecek hizmetleri gelir girdisinin de ana kaynağıdır. Dünyanın neresinde olursa olsun insanlar rahat edebilecekleri güzel bir atmosferi ve güler yüzlü iş görenleri, lezzetli yiyecek-içecekleri arzulamaktadırlar. Ayrıca insanlar güvenilir, uygun fiyatta, kaliteli, doğru

beslenme alışkanlıklarıyla yeterli-dengeli beslenmeyi geliştirecek besinleri ve hizmetleri satın alma, tüketme hakkına da sahiptirler (Şanlıer, 2005).

Her milletin, ülkenin yapısı ve alışkanlıklarına göre kendi mutfağı vardır. Orta Asya'nın sade yemeğinden zengin Selçuklu ve Osmanlı Mutfağına yol açılmış, Çin ve Fransız Mutfağı ile birlikte dünyanın en önemli ve bol çeşitli beğenilen Türk Mutfağı oluşmuştur. Türk Mutfağının kendine özgü nitelikler kazanmasında tarihsel birikimi ile çeşitliliğinin yanı sıra coğrafi özelliği ve değişkenliğinin, sosyal düzeni simgelemesinin etkisi büyüktür. Türklerin sosyal yaşantısında eskiden kışlalarda, tekke ve dergâhlarda, loncalarda, medreselerde toplu olarak yenen yemekler, bu mutfağın özelliklerinin oluşmasında çok önemli bir yer tutmuştur (Özkaya vd., 2009).

Asırlar boyu üç kıtaya; kültürü, medeniyeti ve adaleti götüren Türkler, dünyanın çeşitli milletlerinin en usta aşçılarına parmak ısırtacak bir “yemek kültürü” meydana getirmişlerdir (Anadol, 2000). Her devirde olduğu gibi, yöresel halk mutfağımız varlığını kendi olanak ve ölçüleri içinde sürdürmektedir. Bu yemekler yörenin gelenek, görenek ve alışkanlıklarını, ekonomik olanaklarını, kendine özgü yemek hazırlama ve şekillerini içermektedir (Küçükaltan, 2009).

Yemek sanatının her dalında birbirinden zengin örnekler veren Türk Mutfağı, 2500 çeşidi aşkın yemek türü ile dünyanın en zengin üç mutfağından birisidir. Ayrıca, yiyecek hammaddesi kaynaklarının bolluğu ve çeşitliliği de Türk Mutfağının zenginliğinde rol oynamıştır. Türk Mutfağı denildiği zaman bütün yiyecek ve içecek çeşitleri, bu yiyeceklerin hazırlanışında kullanılan araç ve gereçleri ile yemek töresi anlaşılmaktadır (Güneş vd., 2008).

Türk toplumu yemek kültürü, tadı, özelliği bakımından diğer kültürlerden oldukça farklıdır. Ülkemizde yemek yeme alışkanlıkları tarihsel olarak, bölgesel olarak, hatta köylere ve kentlere göre değişiklik göstermektedir. Bu farklılıklara rağmen yine de toplumumuzda ortak özellikler söz konusudur. Bu ortak özellikler, özellikle davranış kalıplarını ifade etmektedir (Güneş vd., 2008).

Türk Mutfağının zenginleşmesinde geleneksel Türk misafirperverliğinin önemli bir yeri vardır. Sunnet düğünü, evlenme törenleri, mevlitler, bağ bozumu, iftar yemekleri, hıdrellez gibi pek çok dini veya folklorik olayın yemek içmek ile ilişkisi bulunmaktadır. Yemekler, bir kültürün vazgeçilmez öğelerinden olup,

toplumsal nitelikteki fonksiyonları da bulunmaktadır. Bunlar, statü simgesi, dostluk, arkadaşlık, iletişim, ziyafetler ve festivallerde eğence aracı, törenlerde yiyecekler, toplumsallaştırma aracı olarak yiyecekler, ailenin yüceltilmesi, üstün tutulması, turizm yolu ile ülkelerin yakınlaşmasıdır (Güneş vd., 2008).

Ülkemizdeki konaklama işletmelerinde Türk Mutfağına verilen önem oldukça azdır. Turizm Bakanlığının 93/4811 nolu “Turizm Yatırımları ve İşletmelerinin Nitelikleri Yönetmeliği” ne göre 1. sınıf restoran işletmeleri ile lüks restoranlar menülerinde Türk Mutfağına ait yemek bulundurmamak zorundadırlar. Buna rağmen bu işletmelerin menülerinde, ya Türk Mutfağından hiç çeşit bulunmadığı ya da Türk yemekleri olarak genelde döner, kebab ve pidenin sunulduğu görülmektedir (Güler, 2007).

Ciğerim (2001) yiyecek içecek işletmelerinde Türk yemeklerinin yeterince yer almamasının nedenlerini kısaca şu şekilde açıklamıştır;

- a. Batılılaşmanın etkisinin hala devam etmesi,
- b. Uluslar arası zincir işletmelerin kendi menülerini uygulamak istemeleri ve bu tür işletmelerin sayısının gün geçtikçe artması,
- c. Türk yemeklerinin hazırlanması ve pişirilmesinin zaman alması, deneyim ve fazla işgücü gerektirmesi,
- d. Tencere yemeklerinin önceden tüketime hazır durumda olamaması ve sipariş anında hazırlanmasının güç olması,
- e. Yemeklerin tüketime hazır bir biçimde bekletilmesi durumunda lezzet ve görüntü olarak bozulmaların meydana gelmesi
- f. İnsanların farklı lezzetleri ev dışında tatmak istemeleri sayılabilir.

Akman (1998) ve Denizler (2008) gastronomi turizminde Türk Mutfağına etkin olarak yer alması ve uluslar arası platformda tanıtılmasına yönelik önerileri şu şekilde açıklamıştır:

\* Türk Mutfağı; konaklama işletmeleri ve bağımsız yiyecek-içecek işletmeleri içinde mutlaka yer almalıdır. Konaklama işletmelerinde İtalyan, Fransız, Çin, Japon ve Meksika mutfak günleri yanında; bölgesel ve yöresel Türk Mutfağı günleri ya da haftaları da düzenlenmelidir.

\* Türk Mutfağına ekmek ana yiyecek maddesidir; diğer mutfaklarla kıyaslandığında pişirme yöntemi açısından oldukça zengin bir özellik taşımaktadır.

Bizim mutfağımızda ekmek fırında, tandırda, külde ve saçta pişirilmektedir. Ülkemizin çeşitli bölgelerinde çok değişik ekmekler yapılmaktadır. Çok zengin olan ekmek çeşitleri yiyecek-içecek işletmelerinin servislerinde mutlaka yer almalıdır.

\* Türk Mutfağında çok çeşitler kebablar yer almakla birlikte, et yemeklerinden yahni ve etli sebze yemek çeşitleri de çoğunluktadır. Özellikle dolmalar sebze yemekleri içinde önemli bir yer tutmaktadır.

\* Türk Mutfağında lezzetin yeniden yaratılabilmesi için, özellikle turizm işletmelerinin mutfaklarında organik olarak üretilen malzemeler kullanılmalıdır.

\* Yiyecek-içecek işletmelerinin yer aldığı bölgelerde, kendiliğinden yetişen bitki ve otlarla özgün yemekler hazırlanmalı ve bu yemekler menülerde yer almalıdır.

\* Yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde hoşaf ve kompostoya yer verilmelidir.

\*Yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde baklava ve kadayıf gibi hamur tatlılarının yanında sütlü tatlılara da yer verilmelidir.

\* Türk Mutfağında süt, yoğurt, peynir, kaymak ve tereyağı çok önemlidir; temiz bir doğada ve yaylada yetişen yaylım hayvanının eti kadar, sütü de çok değerlidir. Bu süttten hazırlanan ürünler kahvaltıda ve yemeklerde kullanılmalıdır.

\* Yiyecek içecek işletmeleri Türk Mutfağında bulunan sağlıklı besin seçimine uygun yiyeceklere menülerinde yer vermelidir.

\* Özellikle deniz kenarlarında yabancı konukların beğenileri de dikkate alınarak balık restoranları açılmalı ve balık yemekleri gastronomi kurallarına göre servis edilmelidir.

\* Bal kahvaltılarda “ Petek Bal ” şeklinde “ Kara Kovan “ içinde servise sunulmalıdır.

\* Türk Mutfağında; simitler, çörekler, börekler, poğaçalar ve kurabiyeler önemli bir yer tutmaktadır. Bunlar aslına uygun olarak üretilmeli ve kahvaltıda servis edilmelidir.

\* Türk Mutfağında baharatın ayrı bir yeri vardır; ancak günümüzde baharat çeşidinin sayısı giderek azalmıştır. Geçmişte oldukça sık kullanılan kişniş, tarçın, zencefil, biberiye, tarhun ve safran gibi baharatlar, eskiden olduğu gibi günümüz yemeklerinde de yer almalıdır.

\* Yöreye özgü yemeklerin kaybolmasına izin verilmemelidir; yiyecek-içecek kültürünün bir uzantısı olan yöre yemekleri yeni nesillere aktarılmalı; yiyecek-içecek sektöründe kullanılması sağlanmalı ve yöre mutfağı ile ilgili bilimsel çalışmalar yapılarak yazılı ve görsel belgelere aktarılmalıdır.

\* Türk Mutfağının yeni nesle sevdirebilmesi için, yemekler aslına uygun olarak yapılmalıdır.

\* Bunun için üniversiteler; kurumlar ve turizm sektörü bir araya gelerek Türk Mutfağı eğitimini gözden geçirmeli ve Türk Mutfağı konusunda kalifiye eleman yetiştirilmelidir.

\* Türk Mutfağı konusunda çalışan restoranlar teşvik edilmeli; açma izni Türk Mutfağı okulundan mezun olanlara verilmelidir.

\* Konaklama tesislerinde bulunan yiyecek-içecek işletmelerinin fiziki durumu, gıda, personel ve kurumların hijyen koşullarının düzeltilmesi, iyileştirilmesi, HACCP sisteminin kurulması ve yaygınlaştırılması sağlanmalıdır.

\* Türk Mutfağına ait yemekler hakkında tanıtıcı bilgilerin yer aldığı broşürler, kitaplar hazırlanmalı, yurtiçi ve dışında yapılan yiyecek-içecek festivallere, konferanslara, kongrelere vb. bilimsel faaliyetlere katılmalı ve katılanlara imkân sağlamalıdır.

\* Meslek Liselerinin eğitim-öğretim programlarında Türk Mutfağı konusuna daha fazla önem verilmeli ve beslenme eğitimi almış öğretmenlerden faydalanılmalı.

\* Otel yöneticileri ve çalışanları beslenme, besin öğeleri, Türk Mutfağı, hijyen vb. konularda eğitilmelidir.

\* Yiyecek-içecek işletmeleri sürekli olarak denetlenmelidir.



## 2.3. GASTRONOMİ TURİZMİ

### 2.3.1. Gastronomi Kavramı

Gastronomi; yeme-içme bilimi ve sanatıdır. Kültür ve yemek arasındaki ilişkiyi inceleyen bir dalıdır. Gastronomi gaster (mide) ve nomas (yasa) sözcüklerinden meydana gelmiştir. Bu kelime tıp terimleri sözlüğüne ise; iyi yemek yeme bilimi olarak geçmiştir (Hatipoğlu vd., 2009).

Geniş anlamı ile gastronomi; insan refahı ve gıdasını ilgilendiren her konuda sağlanmış kapsamlı bilgi birikimidir. Gastronominin amacı; mümkün olan en iyi beslenme ile insanın korunması ve hayattan zevk almasının sağlanmasıdır. Yenilebilir tüm maddelerin, hijyenik bir ortamda hazırlanması, damak ve göz zevkini amaçlayarak sofraya, yenmeye hazır hale getirilmesi gastronominin çalışma konularıdır. Bir başka anlatımla ise damak tadı ve iştah gibi zevkler amacı ile deneme ve yanılmanın, tarihsel bilginin, kültürün, alışkanlığın, yeteneğin, emeğin, ihtimamın kazanılmış beğenilerimize uygun olarak ahenkli bir şekilde bir araya gelmesidir (Hatipoğlu vd., 2009).

Gastronomi; hem fen bilimleri, hem de sosyal bilimlerden yararlanır. Ayrıca fen ve sosyal bilimler için zengin bir araştırma alanıdır. Konu yeme-içme ile ilgili olduğundan; beslenme bilimi ile doğrudan ilişkili olarak tadın fizyolojisi ve tat alma, şarap üretimi, besin öğelerinin insan vücudundaki işlevleri, gıda maddelerinin seçiminde niteliklerinin belirlenmesi, gıdaların fiziksel, kimyasal ve biyolojik olarak bozulmalarının önlenmesi için hijyen ve sanitasyon kurallarına uygun üretim süreçlerinin geliştirilmesi büyük oranda fen bilimlerine dayanır (Shenoy, 2005).

İnsanların beğenileri nelerden etkilenir, niçin bir şeyi severken başka şeyden hoşlanmaz soruları psikoloji bilimine, yiyecek ve içeceğin paylaşılması, birileri evde yerken birilerinin dışarıda yemesi ve motivasyonları anlaşılmasına çalışıldığında sosyoloji ve ekonomiye, mutfakta kullanılan araç gereçlerin evrimi anlaşılmasına çalışıldığında tarih bilimine, insan kültürünün en önemli unsuru olan yerel münüleri misafirlere sunma yolları ararken pazarlama bilimine, otantik bir ürün tasarlarken halk bilimlerine başvurulur. Gastronomi, yiyeceklerin inançlar ile olan ilişkisi söz konusu olduğunda da ilahiyat ile ilişki içersindedir. Her disiplin ise gastronominin

değişik bir boyutuna ışık tutarak, gastronominin doğasının anlaşılmasına ve ona hâkim olmada gastronom ve gurmelere yardım eder (Hatipoğlu vd., 2009).

### **2.3.2. Gastronomi Turizmi Kavramı**

Turizm sektörü büyümek ve çeşitliliğini arttırmak için gastronominin çekiciliğinden yararlanmaktadır. Gastronomi yemek pişirme sanatı, iyi yemek merakı, mutfak kültürü olarak nitelendirilmektedir. Turizm açısından, yiyecek ve içecek kültürü olarak tanımlanabilecek olan gastronomi, gerek iç ve gerekse dış turizm için vazgeçilmez bir unsurdur (Küçükaltan, 2009).

Her mutfağın özünü oluşturan bir felsefe, daha doğru deyişle bir tür dünya görüşü vardır. Bu durum her mutfak için geçerli olmakla birlikte kimi toplumlarda yüzeysel, kimisinde ise çok derindir. Örneğin, Çin Mutfağının önemi, tarihi köklerinin çok gerilere dayanması ve tarif sayısının çokluğunun yanı sıra bir bakıma yiyecek-içecek konusunda derin bir felsefi anlayışın bulunmasına bağlanır. Çinliler yeme ve içme konusunda derin düşünceler üretmiş ve mutfaklarını bu temeller üzerine kurmuşlardır. Bu durumun benzeri temel ilkelerini Çin'den alan Japon Mutfağında da görülmektedir (Küçükaltan, 2009).

El sanatları, geleneksel sanatsal ve sportif etkinlikler, yöre halkının geçmişini, yaşantısını ve inançlarını yansıtan arkeolojik kalıtlar ile dinsel mekânlar, edebi faaliyetler, törenler (doğum, evlenme, cenaze vb.), töreler, kısacası tüm folklorik değerler bu kapsamda ele alınabilecek belli başlı yöresel etkinliklerdir. Turizm sayesinde sanat, müzik, dans, yöresel yemek ve lezzetler, otantik ürünler topluca "kültür" olarak pazarlanırken, aynı zamanda ulusal, bölgesel ve yerel boyutlarda kültürel aktiviteler ve sanat ürünlerinin yaşatılması, sunulması da turistlerin ilgisine yol açmaktadır (Küçükaltan, 2009).

### **2.3.3. Gastronomide Yöresel Tatların Turistlerin Destinasyon Tercihine Olan Etkisi**

Turistik destinasyonlarda yöresel yiyecekler sahip oldukları destinasyonları rakiplerine nazaran farklılaştırmakla birlikte o destinasyon için de bir ulus markasını oluşturur (Çin, Fransız, İtalyan, Türk Mutfağı vs. gibi). Ulusun markasını oluşturan yiyecekler ise kaynaklarını, geleneksel hazırlama usullerine göre hazırlanılması,

servis edilmesi ve destinasyona özel gıda üretim teknikleriyle üretilmesinden almaktadır. Turist açısından o ülkenin geleneksel yemeklerini tatmak kadar üretilen o yemeklerin geleneksel metotlara göre üretilmesi de son derece önemli bir unsuru oluşturmaktadır. Geleneksel metot ve tekniklere göre üretilen yöresel yemeklerin turist açısından en çarpıcı noktası ise yemeklerin gıda ve hijyen koşullarına uygun bir şekilde üretilmesi durumudur (Hacıoğlu vd., 2009).

#### **2.3.4. Gastronomi Turizminin Ülke Ekonomilerine Etkileri**

Turizm ülkesi olarak bilinen Türkiye’de turizm binlerce kişiye istihdam sağlayan, 40’den fazla sektöre katma değer yaratan, cari açığı kapatan lokomotif sektör konumundadır. Özellikle yiyecek üreticileri doğal ürünler üretme gayreti içersine girerek sebze, meyve ve özel bazı bitkilerin yetiştirilmesine katkıda bulunacaklardır. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde sıklıkla rastlanan, kırsal kesimden kente göç olgusu da büyük ölçüde yavaşlayacaktır (Küçükaltan, 2009).

Günümüzde gastronomi bir destinasyon için önemli bir çekim unsuru olarak görülmeye başlamıştır. Bu durum gastronominin bölge ekonomisine katkılarını ortaya koymaktadır. Nitekim Kültür ve Turizm Bakanlığı da gastronomik ürünlerin tanıtımında ön plâna çıkarılmasına yönelik çalışmalara ağırlık vermektedir (Küçükaltan, 2009).

#### **2.3.5. Dünya’da Gastronomi Turizmi**

Dünyada, Avrupa’da ve hatta ülkemizde yiyecek-içecek konusuna verilen önem gittikçe artmaktadır. Gastronomi turları İtalya, İspanya, Fransa üzerinde yoğunlaşırken her ülke kendi mutfağını ön plana çıkarma ve yenileme savaşı vermektedir (Foodvacation, 2010).

Küresel kültürün uluslararası turizm aracılığıyla yöresel kültüre eğilim göstermesi kültürel potansiyeli bulunan ülke veya bölgelere ilgiyi arttırmaktadır. Özellikle henüz turizmde yeni olan yörelerin kültür zenginlikleri, yakın gelecekte önem kazanabilecektir (Hacıoğlu vd., 2009).

Yöresel kıyafetler, yöresel mutfak malzemeleri, kaplar, kacaklar, pişirme yöntemi ve tekniği gastronomi faaliyeti olarak insanların ilgisini çekmektedir. Yöresinde özgün malzemelerle yapılmış lezzetlerin reçeteleri turist tarafından alınıp

kendi ülkesine gittiğinde de yediği yemeği pişirmeyi deneyebilecektir. Çünkü her ülkenin ve her ulusun coğrafyasının, yaşam biçiminin ve tat duygusunun vazgeçilmez öğelerini taşıyan yemek kültürü, yüzlerce yıl olgunlaşarak kuşaktan kuşağa aktarılmış, o kültürün neredeyse temsilcisi olmuştur. Yöresellikten arınıp ulusallaşan her mutfak, aynı zamanda evrenselleşmiş olmaktadır (Küçükaltan, 2009).

Dünyaca ünlü bazı tur operatörleri, gastronomi turlarını; önemli gastronomi merkezlerindeki aşçılık okullarına, yerel mutfakları ile ünlü gastronomi merkezlerine, gıda pazarlarına/fuarlarına, kahve, çay, ekim ve hasat turlarına, çikolata ve şarap turlarına katılım şeklinde düzenleyerek müşterilerinin destinasyon tercihlerine sunmaktadır (Shenoy, 2005). Özel ilgi turları olarak gerçekleştirilen gastronomik seyahatlerde, özellikle gazete ve dergilerin yemek yazarları, araştırmacılar gurmeler ve gastronomi konusunda seçilmiş kurum ve kuruluşlar tercih edilmektedir. Bu kişilerin yapacağı tanıtım, insanların yöresel mutfaklar konusuna olan merakının artması sağlayacaktır (Küçükaltan, 2009).

Dünyada gastronomi turları İtalya, İspanya ve Fransa üzerinde yoğunlaşmaktadır. İtalya'nın Toscana bölgesi Chianti şarabı, Truf mantarı ile ünlü bir bölgedir. Her yıl birçok turist bölgeyi bu yiyecek ve içeceklerini tatmak için ziyaret etmektedir (Foodvacation, 2010). Dünyanın ikinci büyük gastronomi fuarının yapıldığı Barselona'yı ise her yıl 60 ülkeden, 200 bine yakın turist ziyaret etmekte ve kent her yıl 500'e yakın yiyecek ve içecek etkinliğine ev sahipliği yapmaktadır. Barselona Üniversitesinin yapmış olduğu araştırmaya göre, Barselona'da ki turizm gelirinin %30'unundan fazlası gastronomi kökenlidir. Yemek yemek ve yerel malzemeyi tanımak için La Boqueria adlı yiyecek pazarına akın eden yabancı ziyaretçi sayısı, günlük 2500 civarında tespit edilirken, bu rakam Picasso Müzesi'ne giden ziyaretçi sayısına eşit olduğu belirtilmiştir (Gürs, 2007). Amerika'nın batı kıyısında Disneyland' dan sonra en çok turist çeken ikinci nokta olan, Napa Vadisinde 200'den fazla şarap imalathanesi bulunmakta ve turistler şarap ve ona eşlik eden yöresel yemeklerden dolayı bölgeyi ziyaret etmektedir (Orcan, 2008).

Bir ülkenin mutfak kültürünün tanıma ya da tanıtma gastronomi turizmi dışındaki farklı turizm çeşitleri içerisinde de gerçekleştirilmektedir. Rusya'da, Moskova ↔ Saint Petersburg arasında düzenlenen Volga Volga (Beyaz Geceler) nehir turları kapsamında Rus çayını tanıtım etkinliği düzenlenmekte ve bu etkinlik

kapsamında turistlere Rus çayının tarihçesi, mutfak kültürü içerisinde ki yeri, demleme şekli, servisi ve tüketimi gibi özellikler tanıtılmakta olduğunu öğrendik. Turistler tarafından rağbet gören bu etkinlik için herhangi bir ödeme yapılmamakta ve ortalama 45 dakika sürmektedir. Her ne kadar böyle bir tanıtım için süre az sayılsa da, bu tip gastronomi ve ülke mutfaklarının tanıtımı, o ülkeyi ziyaret eden turistler için hoşça zaman geçirilen etkinlikler arasında anımsanmaktadır (Şarlak M., Kişisel Görüşme, Ocak 2010).

### **2.3.6. Türkiye’de Gastronomi Turizmi**

Türkiye, gerek sahip olduğu turistik çekiciliğiyle, gerekse tarih boyunca köklü ve zengin bir mutfağa sahip olmasıyla turistik destinasyon ve gastronomi turizm açısından tercih edilebilecek önemli bir ülkedir (Doğdubay ve Giritlioğlu, 2008). Adana, Mersin, Hatay gibi yöresel tatları ile meşhur illerimiz de gastronomi turizmine önem vermekte ve bölgeye gelen turistlerin %20–25’i bu amaçla geldiği belirtilmektedir (Göçhan, 2009).

Günümüzde de küreselleşmeyle birlikte ülkelerin mutfakları, yemek kültürleri, yiyecek içecek alışkanlıklarında ve tüketimlerinde de hızlı bir değişime neden olmaktadır. Yöresel lezzetler özellikle korunması gereken unsurlardır. Çünkü milletlerin birçok adetleri gibi yiyeceklerinde de kültür, tarihi oluş ve tabiat varlığının tesirleriyle özellikler bulunmaktadır. Teknoloji ve maddi zenginlik güçlü bir mutfak kültürü üretmemektedir, bunun için zaman gerekmektedir (Küçükaltan, 2009).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, geleneksel yeme-içme ürünlerimizin ve hizmetlerimizin korunması, gelecek nesillere aktarılması ve teşvik edilmesi amacıyla, Türk Mutfağına özgün, nitelikli hizmet veren, ulusal veya uluslararası şöhret sahibi, kamuoyu nezdinde markalaşmış ve bu markayı uzun süre sürdüren işletmelere Özel Tesis Turizm İşletmesi Belgesi vermek için çalışmalara başlamıştır. Bu belgeyi almak isteyen işletmelere Bakanlık tefriş, dekorasyon, fiziksel nitelikler, işletme ve hizmet kalitesi konularında yönlendirme yapmayı da planlamaktadır (Kültür Bakanlığı, 2010).

Türkiye’de faaliyet gösteren bazı turizm acenteleri gastronomi turları düzenlemeye başlamışlardır. Bir turizm acentesi “Mutfağın Kalbine Yolculuk”

ismini verdiği tur ile müşterilerine Konya mutfak kültürünü, “Kaz dağları Zeytin Turu” ismini verdiği gastronomi turunda ise; müşterilerine zeytin kültürünü tanıtmaktadır (Oasis, 2009).

“Anadolu Gurme Turları” ile Türkiye’de, köylerde o köyün ünlü yemeklerini yapacak kadınların belirlenmesi ve evlerinin bir köşesi ya da bahçelerini küçük bir lokantaya çevrilebilmeleri için küçük kredilerin verilmesi önerilmektedir. Ayrıca, gelen turistlerin bu lokantalara yönlendirilmesi sayesinde bu girişimin hem aile ekonomisine katkısının olacağı hem de yerel yemeklerin yaşatılabileceği belirtilmektedir (Güneş vd., 2008).

## 2.4. TURİZM EĞİTİMİ

### 2.4.1. Eğitim Kavramı

Eğitim, “bireyin davranışında kendi yaşantısı yoluyla ve kasıtlı olarak istendik değişme meydana getirme süreci” olarak tanımlanmaktadır (Ertürk, 1979). Eğitim, özellikle sanayi ve hizmet sektörünün gereksinme duyduğu bilgi ve beceriye sahip nitelikli işgücünü geliştirerek, çalışanları daha verimli kılarak ekonomik büyümeye önemli katkılarda bulunur (Olçay, 2008).

Eğitimin temel amacı, insanların bilgi ve becerilerinin artırılması, onların topluma iyi bir vatandaş olarak kazandırılmasıdır. Turizm de bir hizmet kolu olduğuna göre, tüm diğer meslekler gibi içerik ve özelliklerinin uygun bir ders programı kapsamında öğrenilmesi ve turizm eğitiminin genel eğitim içerisinde değerlendirilmesi gerekmektedir (Maviş ve Kozak, 1992).

### 2.4.2. Mesleki eğitim

Mesleki eğitim, bir toplumdaki bireylerin meslek sahibi olabilmeleri ve mesleğin gerektirdiği bilgi, beceri ve pratik uygulama yetenekleri kazandırmak suretiyle birey kabiliyetlerini fiziksel, entelektüel, duygusal, sosyal ve ekonomik yönlerden geliştirme sürecidir (Hacıoğlu, 1995).

Mesleki eğitimin amaçları;

\*Bireylerin eğitimini devam ettirmek

\*İş dünyasına bilgili, becerikli ve başarılı personel yetiştirmektir.

Mesleki eğitimin hedefleri ise;

\*İstenilen davranışları geliştirmek,

\*Görerek öğrenme ortamı sağlamak,

\*Becerileri geliştirmek olarak tespit edilmiştir.

Yukarıda belirtilen mesleki eğitimin amaç ve hedeflerinden de anlaşılacağı üzere, mesleki eğitimde yaparak öğrenme esastır. Mesleki alanda ortaya çıkan değişim ve gelişmelere göre eğitim-öğretim programları güncelleştirilmelidir. Mesleki eğitimde eğitim-öğretim ortamı iş ortamının kendisidir. Ayrıca mesleki

eğitim, öğrenciye bir işte çalışabilecek mesleki yeterliliği kazandırıcaya kadar devam eden bir süreçtir (Aymankuy, 2002).

### **2.4.3. Mesleki Turizm Eğitimi**

Turizm mesleki eğitimi; turizm alanında uzmanlığı olan ya da olmayan bireyleri, turizm sektörüne hazırlamak, sektörün beklentilerine cevap verecek bilgi ve beceri ile donatarak turizm sektörüne kazandırmaktır. Ayrıca; mesleki turizm eğitimi, teorik ve pratik öğrenimden meslek ahlakına ve mesleğin temel prensiplerine kadar uzanan çeşitli disiplinlerin verildiği ve belli bir iş için sağlanması gereken eğitimidir (Ağaoğlu, 1991).

Sezgin (2001) turizm eğitimini; turizm olayının ve turizm ekonomisinin halka ve öğrenim gören gençliğe öğretilmesi, turizm konusunda bilgili ve kalifiye personel ve yönetici yetiştirilmesi için yapılan çalışmalar olarak tanımlamıştır.

Gürdal (2002) ise turizm eğitimini; insanın insana doğrudan hizmet etmesini öğreten, ona bilgi, beceri, insan sevgisi, hoşgörü ve meslek bilinci kazandıran bir disiplin olarak tanımlamıştır.

### **2.4.4. Turizm Eğitiminin Önemi**

Tüm dünyaca kabul edildiği gibi, genel olarak bir ülkenin kalkınmasını etkileyen en önemli etmenlerden birisi eğitimidir. Diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de teknik alanda ihtiyaç duyulan yetişmiş insan gücüne ulaşmada eğitimin gerekliliği tartışılmaz bir gerçektir (Hacıoğlu, 1985).

Bir hizmet endüstrisi özelliği taşıyan turizmin beklenen ekonomik katkısı sağlanması, büyük ölçüde turisti memnun etmeye bağlıdır. Turisti memnun etmenin önemli koşullarından birisi de kuskusuz kaliteli hizmet sunmaktır. Temiz bir yatak, arzuya uygun bir yemek, yeterli ilgi vb. günümüz turistinin aradığı başlıca konulardır. İstenen kalitede hizmet verilebilmesi ise büyük ölçüde turistik tesislerde çalışan personelle doğrudan ilişkilidir. Bu nedenle turizm sektöründe çalışan elemanların eğitimi son derece önemlidir (Çetin, 1987).

Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler ve personel müşteriye en iyi ve kaliteli hizmeti sunmak isterler. Mümkün olan en kaliteli hizmetin, iş gücünden ekonomik ve sosyal bakımdan en uygun bir biçimde yararlanılarak verilmesi esas



olduğundan, kullanılan iş gücünün istenilen düzeyde ve yeterli bir mesleki eğitim almış olması gerekmektedir (Serinkan, 1996).

#### **2.4.5. Turizm Eğitiminin Amacı**

Turizm eğitiminin amacı; halkta turizm bilincini uyandırmak, emeğe dayalı turizm kesiminde verimliliği artırmak, turistlere doğrudan hizmet veren personele mesleki bilgi ve davranış biçimini kazandırmak, personel yetki, beceri ve sorumlulukları arasında denge kurmayı sağlamaktır (Maviş ve Kozak, 1992).

Turizm sektöründe, planlama çalışmalarından başlamak üzere turistik mal ve hizmetlerin turiste sunulmasına kadar geçen uzun süreçte en yetkilisinden, tabandaki kitleye kadar her kademedede, turizm eğitimi gerektiren birçok neden vardır. Turizm eğitimi gerektiren nedenleri Olalı (1982), Üzümcü ve Bayraktar (2004) aşağıdaki gibi özetlenmiştir;

\* Turizmin insancıl bir yönü vardır. Turizmin bu insancıl özelliğini geliştirmek için turizm eğitimi gereklidir.

\* Turizm eğitimi, turizmin ana faktörleri olan doğal ve tarihi eserlerin korunması gerektiğini insanlara öğretir.

\* Turizm eğitimi, bireylere işbirliği için gerekli olan bilgi ve tecrübeyi kazandırır.

\* Turizmin esas kaynaklarını korumak, bu sayede turizme süreklilik kazandırabilmek turizm eğitimi gerektirir.

\* Turizmle ilgili faaliyetlerde bulunanların turizm endüstrisinde karşılaştıkları olayları değerlendirmek, sorunlara objektif çözüm getirmek, sonuçları kontrol etme yeteneğini kazandırabilmek için turizm eğitimi gereklidir.

\* Turizm endüstrisinde güçlü, dinamik bir pazarlama anlayışını benimsemek; uluslar arası ilişkilerde Türkiye lehine bir lobi, kamuoyu oluşturmak; modern tanıtma, halkla ilişkiler ve pazarlamanın ortaya çıkardığı karmaşık sorunlara çözüm getirmek turizm eğitimi gerektirir.

\* Eğitim yoluyla teorik ve pratik ilişki kurmak, turizm sektörünün gelişmesine katkıda bulunmak.

\* Turizm sektörüne yetişmiş kalifiye personel sağlamak, turizmin ekonomik kalkınmadaki yerini ve önemini anlatmak, vatandaşta olumlu bir turizm bilinci yaratmak, turizm sektöründe çalışanlara mesleki bir formasyon kazandırmak.

\* Turistik işletmelerde çalışanların bilgi ve becerilerini artırmak, insanların turizme ilgisini çekmek.

\* Nitelikli turizm eğitmenleri yetiştirmek.

#### **2.4.6. Türkiye’de Turizm Eğitiminin Yapısı**

Türkiye’de turizm sektörünün yıllar itibariyle gösterdiği olumlu gelişmeye paralel olarak sayıları her geçen gün artan turizm işletmelerinde görev alacak personele olan ihtiyacı da beraberinde gündeme taşımıştır. 1980’li yılların ilk yarısından itibaren Türkiye’ye yönelen ve artarak devam eden turizm talebi karşısında yeterli sayıda turizm eğitimi almış personel bulunmaması nedeniyle sadece yabancı bir dili konuşabilmek bu sektördeki istihdam için yeterli kabul edilmiştir. Oysaki yabancı dil turizm sektörü için önemli bir vasıf olmasına rağmen tek başına bir anlam ifade etmemektedir (Aymankuy, 2002).

Ülkemizde turizm eğitimi veren okul sayıları daha çok yükseköğretim düzeyinde yoğunlaşmıştır. Bu durum bazı sorunları gündeme getirmektedir. Avrupa Birliği’ndeki ülkelerin mevcut turizm eğitimi veren kurumları incelendiğinde, turizm eğitiminin kurslar ve ortaöğretim düzeyinde yoğunlaşmakta olduğu görülmektedir (Pelit ve Güçer, 2006).

Türkiye’de turizm öncelikli sektör olduğu için çok sayıda mesleki turizm eğitimi veren yaygın ve örgün eğitim kurumu bulunmaktadır. Turizm eğitimi, kamu veya özel sektör tarafından verilen sertifikaya dayalı kısa süreli kurslar, otelcilik meslek liseleri, üniversite düzeyinde 2 yıllık ön lisans, 4 yıllık lisans veya lisansüstü diplomaya dayalı programlar şeklinde gerçekleştirilmektedir (Avcıkurt ve Karaman, 2002).

Demirkol (2002) ise Türkiye’de uygulanan turizm eğitiminin yapısını Tablo 1’deki gibi sınıflandırmıştır.

**Tablo 1. Türkiye Turizm Eğitim Sistemi**

<b>YAYGIN EĞİTİM</b>	<b>ÖRGÜN EĞİTİM</b>
<b>Turizm Bakanlığı</b> *Profesyonel Rehberlik Kursları *TUREM (Turizm Eğitim Merkezleri)	<b>MEB</b> *Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi
<b>MEB</b> *Turizm ve Otelcilik Çıraklık Kursları	<b>YÖK</b> *Ön Lisans Programları *Lisans Programları *Lisansüstü Programlar

#### 2.4.6.1 Yaygın Turizm Eğitimi

Yaygın eğitim toplumun ihtiyaçlarını; fertlerin ilgi, istek ve hizmet anlayışlarına göre farklı yönlerden dinamik hale getirmek amacıyla onlara belli programlar halinde sunulan bir eğitim faaliyetidir (Milli Eğitim Bakanlığı, 2010).

Yaygın eğitim, örgün eğitim sistemine hiç girmemiş, herhangi bir kademesinde bulunan veya bu kademelerden birinden ayrılmış olan bireylere ilgi ve gereksinme duydukları alanda örgün eğitim yanında veya dışında düzenlenen eğitim faaliyetlerinin tümünü kapsar (Milli Eğitim Bakanlığı, 2010).

Ülkemizde yaygın turizm eğitimi Turizm Bakanlığı, TUGEV (Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı), özel kuruluşlar tarafından organize edilen kurslar ve iş başı mesleki kurslarda verilmektedir (Demirkol ve Pelit, 2002).

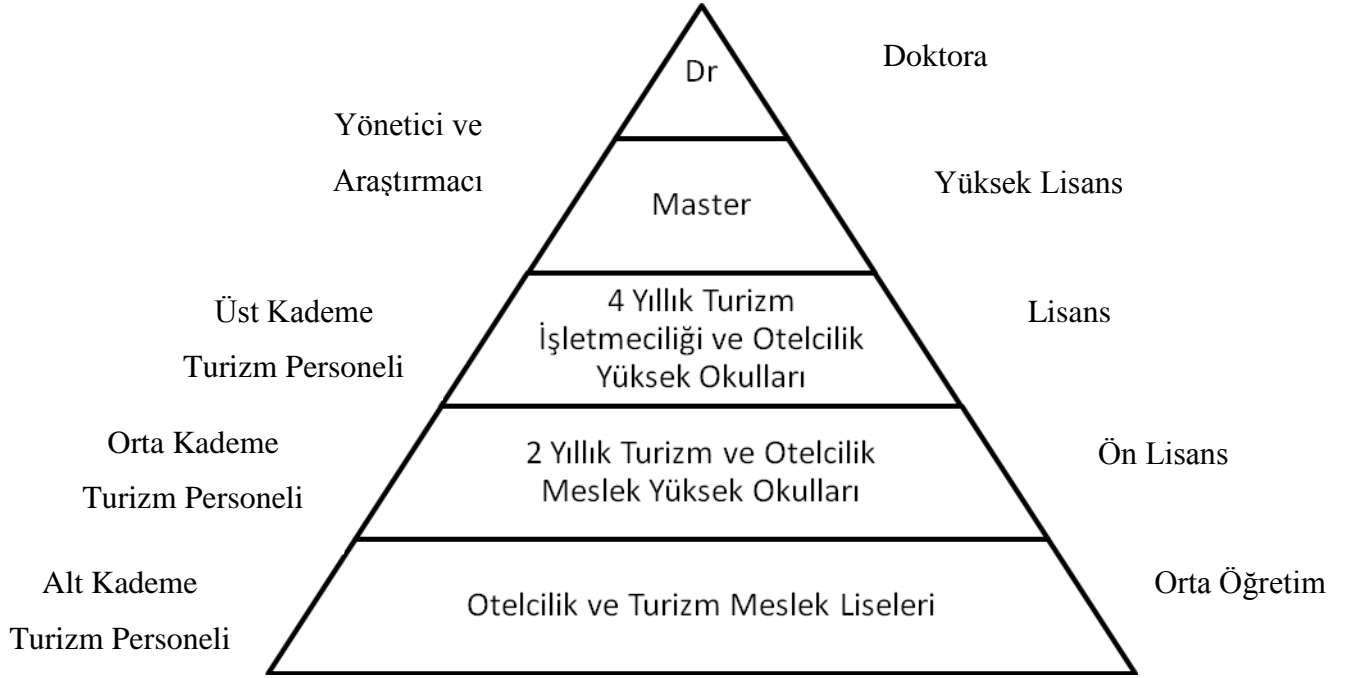
#### 2.4.6.2. Örgün Turizm Eğitimi

Örgün eğitim, belirli yaş grubundaki ve aynı seviyedeki bireylere, amaca göre hazırlanmış programlarla okul çatısı altında yapılan düzenli eğitimidir. Örgün eğitim, okul öncesi eğitim, ilköğretim, ortaöğretim ve yükseköğretim kurumlarını kapsamaktadır (Milli Eğitim Bakanlığı, 2009).

Örgün turizm eğitimi kapsamında yer alan turizm eğitim programları; Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı olarak orta öğrenim bünyesinde ve Yüksek Öğretim Kurumu bünyesinde üniversitelere bağlı ön lisans, lisans ve lisansüstü programlardan oluşmaktadır (Demirkol ve Pelit, 2002).

Gürdal (2002) Türkiye’de örgün turizm eğitimini Şekil 1’de ki gibi sınıflandırmıştır.

**Şekil 1. Türkiye’de Örgün Turizm Eğitim Piramidi**



#### 2.4.6.2.1. Orta Öğrenim Düzeyinde Turizm Eğitimi

Türkiye’de orta öğrenim düzeyinde turizm eğitimi Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri’nde verilmektedir.

Hizmet sektörü içerisinde en önde gelen ve ülke ekonomisini kalkındırarak döviz girdisinde en büyük paya sahip olan turizm sektörünün; Yiyecek İçecek Hizmetleri, Konaklama ve Seyahat Hizmetleri, Eğlence Hizmetleri, Gıda teknolojisi, alanlarında sektörde görev alacak veya kendi başına iş yapabilecek, yabancı dil bilir nitelikli elemanları yetiştiren, ilköğretim üzerine 4 yıl eğitim ortaöğretim kurumlarıdır (Ticaret ve Turizm Öğretimi Genel Müdürlüğü, 2010).

Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liselerinde, Türk Millî Eğitimin genel amaçlarına ve temel ilkelerine uygun olarak; öğrencilere ortaöğretim seviyesinde asgari ortak bir genel kültür vermek suretiyle onlara kişi ve toplumun sorunlarını tanıtmak, çözüm yolları aramak ve yurdun ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmasına katkıda bulunmak bilincini ve gücünü kazandırma amacına yönelik,

meslekî ve teknik alanlarda mesleki formasyon kazandıran, öğrencileri ilgi ve kabiliyetleri ölçüsünde hayata, iş alanlarına ve yükseköğretime hazırlayan programlar uygulanmaktadır (Ticaret ve Turizm Öğretimi Genel Müdürlüğü, 2010).

Uygulanan programlar ile öğrencilere, alanı ve mesleği ile ilgili temel bilgi ve becerileri kazandırmanın yanı sıra, yeniliğe ve değişime uyum sağlayabilen, çevresindeki insanlarla sağlıklı iletişim kurabilen, hedeflerini belirleyip bunlara ulaşmak için girişimlerde bulunabilen, yaratıcı, gelişime ve eleştiriye açık ve meslekî yeterliklere sahip bireyler yetiştirilmesi hedeflenmektedir (Ticaret ve Turizm Öğretimi Genel Müdürlüğü, 2010).

#### **2.4.6.2.2. Ön lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi**

Ön lisans seviyesinde eğitim veren turizm programlarının amacı, sektörün ihtiyacı olan ara işgücünü (orta kademe yönetici) yetiştirmektir. Meslek yüksekokullarında turizm eğitim programlarında sektörün ihtiyaçları doğrultusunda dil bilen, bilgili, becerikli, tecrübeli ve en önemlisi iyi bir uygulamacı olan personel yetiştirilmeye çalışılır. 2 yıl süren ve uygulama ağırlıklı turizm eğitimi veren programların yanı sıra, bir yılı hazırlık olmak üzere 3 yıl süre ile turizm eğitimi veren ön lisans programları bulunmaktadır (Demirkol ve Pelit, 2002).

#### **2.4.6.2.3. Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi**

Turizm sektörünün ve kamunun ihtiyaç duyduğu, mesleğin gerektirdiği bilgi beceri ve yeteneğe sahip eleman yetiştirmeyi amaçlayan okul türleridir. Akademik turizm eğitimi almış kişiler resmi kurumlarda daha çok araştırma, geliştirme, planlama dallarında istihdam edilmekte, üniversitelerde eğitimci ve sektörde yönetici olabilmektedir. Bu tür programlarda eğitim süresi liseden sonra 4 yıldır (Aymankuy, 2002).

#### **2.4.6.2.4. Lisansüstü Düzeyinde Turizm Eğitimi**

Turizm eğitmenleri ya da turizm alanında kariyer yapmak isteyenlerin aldıkları turizm eğitimidir. Yüksek lisans; en az 2 yıllık eğitim olup, 1 yıl teorik ve 1 yıl tez döneminden oluşmaktadır. Doktora ise; en az 2,5 yıllık eğitim olup, 1 yıl ders, 6 ay yeterlilik ve 1 yıl tez döneminden oluşmaktadır (Üzümcü ve Bayraktar, 2004).

#### 2.4.7. Ön Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Programların İncelenmesi

Yükseköğretimde ön lisans düzeyinde turizm eğitimi, 1970'li yılların ortalarında Boğaziçi ve Ege Üniversiteleri'nde ara insan gücü yetiştirmek üzere açılmış olan ön lisans yüksekokullarında bir program olarak eğitim faaliyetine başlamıştır. Kısa bir süre sonra Ege Üniversitesi'ndeki program, lisans düzeyine çıkarılmıştır. Bunun yanında 1974-1975 öğretim yılında Hacettepe Üniversitesi Teknoloji ve Meslek Yüksekokulu içinde iki yıllık bir turizm bölümü faaliyete geçmiştir. Bunların dışında Milli Eğitim Bakanlığı bünyesinde kurulan meslek yüksekokullarında çeşitli yıllarda açılan turizm programları ile ön lisans düzeyindeki turizm eğitimi çalışmaları devam etmiştir (Ünlüöner,1993).

Ülkenin turizm sektöründe gösterdiği gelişmeye paralel olarak, öncelikli ve kolay bir şekilde açılabilen turizm programlarının sayısı zaman içerisinde sürekli olarak artmıştır. 1990 yılında bünyesinde turizm programı bulunduran meslek yüksekokullarının sayısı 28 iken, bu sayı 1994'te 54 ve 2002'de de 87'ye ulaşmıştır (Aymanıuy, 2002).

MEB-YÖK Meslek Yüksekokulları Program Geliştirme Projesi kapsamında yapılan bir çalışmayla birlikte, ön lisans düzeyindeki turizm programları; "Turizm ve Otel İşletmeciliği" ve "Turizm ve Seyahat İşletmeciliği" olmak üzere iki ana program olarak yeniden düzenlenmiştir. Aynı çalışmayla Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı, "Ön Büro ve Kat Hizmetleri" ve "Ağırlama Hizmetleri" olmak üzere iki alt dala; Turizm ve Seyahat İşletmeciliği Programını da, "Seyahat Acenteciliği" ve "Ulaştırma Hizmetleri" olmak üzere iki alt dala ayrılmıştır. YÖK hazırlanan bu programları, turizm programı uygulayan tüm meslek yüksekokullarına göndermiş ve 2002-2003 öğretim yılından itibaren uygulanmasını zorunlu kılmıştır (Şahin ve Okumuş, 2002).

Bu düzenlemeyle, ön lisans düzeyinde turizm eğitimi veren okullarda program birliği sağlanma amacı güdülmüştür. Ancak yine de "turist rehberliği" ve "aşçılık" gibi programlar, ÖSYM'nin tercih kılavuzunda ayrı turizm programları olarak görülebilmektedir. Bu da bu programların turizm programı olmayıp, başlı başına ayrı bir program olduğu izlenimi uyandırmaktadır (Ünlüöner ve Boylu, 2005).

#### **2.4.7.1. Ağırlama Hizmetleri Programı**

Ağırlama Hizmetleri Programı turizme orta düzey yönetici ve kalifiye eleman yetiştiren 2 yıllık eğitim verilen bir ön lisans programıdır. Ağırlama Hizmetleri programı Turizm ve Otel İşletmeciliği programının alt programlarından birisidir (Selçuk Üniversitesi, 2010).

Ağırlama Hizmetleri programı sektöre teorik olduğu kadar uygulama tecrübeleri de edinmiş meslek elemanları kazandırmayı amaçlamaktadır. Bu programdan mezun olan kişiler sektöre temel ürün ve hizmetler konusunda danışmanlık hizmeti sunabilecek, bunun yanı sıra yönetim, pazarlama, yabancı dil ve bilgi teknolojileri ile donanmış insan kaynakları sağlayacaklardır (Selçuk Üniversitesi, 2010).

#### **2.4.7.2. Turizm ve Seyahat İşletmeciliği Programı**

Turizm sektöründe yaşanan hızlı değişim ve gelişimler kalifiye eleman ihtiyacına olan talebi her geçen gün biraz daha arttırmaktadır. Bu bağlamda sektörün ihtiyacına cevap vermek adına Turizm ve Seyahat Hizmetleri programı uygun nitelikte eleman yetiştirilmesi ve yetiştirilen elemanların da sektörde istihdam edilmesini sağlayacak olan 2 yıllık bir ön lisans programıdır (Selçuk Üniversitesi, 2010).

Öğrenciler, öğrenimleri boyunca Turizm ve Seyahat Hizmetleri alanının temel ilkelerini ve mesleği ile ilgili çağdaş teknolojilerin önemini kavrar, alanı ile ilgili konularda, ferdi veya grup olarak araştırma, geliştirme ve yürütme konularının önemini bilir (Selçuk Üniversitesi, 2010).

#### **2.4.7.3. Turist Rehberliği Programı**

Ülkemizi insanıyla birlikte sahip olduğu bütün değerlerini en iyi biçimde tanıtmayı ve sevdirmeyi kendisine bir görev olarak kabul etmiş, dolayısıyla önemli bir misyonu meslek edinmiş olan kişilerin doğru bilgilerle donatılmasını ve yetiştirilmesini sağlayan bir programdır. Turizm sektöründe gözlenen hızlı gelişme eğilimiyle birlikte, ülkemizin tanıtımında ve gelen turistlerin memnuniyetinde en önemli pay sahiplerinden biri olan turist rehberlerine yönelik talepte de önemli bir artış meydana gelmiştir (Selçuk Üniversitesi, 2010).

Turist Rehberliği Programı, ÷lkemiz ekonomisinde giderek büyük yer tutan turizm endüstrisinin eğitimli rehber ihtiyacını karşılayacak ara insan gücünü yetiştirmektedir. Bu bağlamda turist rehberliği meslek elemanları, seyahat acenteleri ve tur operatörleri ile birlikte turistleri karşılama, gezdirme, yöre, bölge ve ÷lke hakkında bilgiler verme gibi işleri yaparlar (Selçuk Üniversitesi, 2010).

Kültür ve Turizm Bakanlığının 2007 yılında yayınladığı 2023 yılı Türkiye turizm stratejisi raporunda akademik eğitim ve turizm sektörüne nitelikli eleman yetiştirecek mesleki eğitimin bir arada geliştirilmesi amacıyla “Rehberlik eğitiminin lisans düzeyinde verilmesi sağlanarak ön lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi veren bölümler kapatılacaktır” ifadesi yer almaktadır (Kültür, 2007)



## 2.5. KONU İLE İLGİLİ YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR

Akman (1998)'in yaptığı araştırmaya göre; Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin %59,3'ü gittikleri ülkelerin mutfak kültürleri hakkında önceden bilgi almaktadırlar. Yabancı turistlerin Türkiye'de bulunduğu süre içinde % 62,9'u Türk Mutfağından, %26,3'ü kendi ülkesinin mutfağından yararlanmayı istemektedirler. Ayrıca yabancı turistlerin %59,2'sinin Türk yemeklerini Türkiye'de ilk olarak kaldıkları tesiste, % 30,7'sinin restoranda, %9,1'inin ise sokak satıcılarında yediğini tespit etmiştir.

Şanlıer (2005)'in yaptığı araştırmada yerli turistlerin %63,2'si Türk Mutfağındaki yemekleri kesinlikle lezzetli, %60,4'ü doyurucu , %50,5'i kalorisini yüksek, %49,8'i yemekleri iştah açıcı, %45,5'i görünüşünü çok güzel, %41,5'i yağlı, %36,7'si çok ilgi çekici, %36,2'si salçalı bulduğunu bildirmişlerdir. Yabancı turistlerin %58,6'sı kesinlikle yemekleri lezzetli, %48,9'u çeşitleri çok zengin, %48,2'si kalorisini yüksek, %45,3'ü kokusunu hoş, %39,7'si yağlı, %37,0'si tatlıları bol yağlı şekerli, %31,7'si salçalı, %31,3'ü çok baharatlı bulduklarını ifade etmişlerdir. Her iki grup turistlerin Türk yemeklerini çok ilgi çekici, kalorisini yüksek, yağlı, salçalı, baharatlı, fazla etli, soğanlı, sarımsaklı, doyurucu, iştah açıcı, sağlıksız, pahalı bulma durumları farkının istatistiksel açıdan önemli olduğunu tespit etmiştir.

Budak ve Çiçek (2002)'in çalışmalarında, Türkiye'ye gelen turistlerin %85,7'sinin yemekleri lezzetli ve doyurucu, %77,1'inin çok çeşitli, %77,1'inin tatlıları ağır, %34,3'ünün ise yemekleri ağır bulduklarını ifade etmişlerdir.

Örer (1995)'in yaptığı çalışmada ise yabancıların %86,3'ü Türk yemeklerini lezzetli, %85,4'ü görünüşünü güzel, %75,9'u yemek çeşidini yeterli, %46,4'ü yemekleri aşırı yağlı, %32,0'sı tatlıları ağır bulduklarını belirtmiştir.

Akman ve Hasipek (1999) Türkiye'ye üç defadan fazla gelenlerin hepsinin, ilk gelenlerin %92,2'sinin Türk Mutfağı ile tanıştıklarını, %62,9'unun Türk Mutfağından yararlanmak istediklerini, yabancı turistlerin %94,0'ünün bugüne kadar Türk Mutfağına ait herhangi bir yiyecek-içeceği tükettiklerini saptamışlardır.

Köroğlu ve arkadaşlarının (2007) Türk Mutfağını tanıtmada profesyonel turist rehberlerinin rolüne ilişkin rehberler üzerinde yaptığı çalışmada; katılımcıların %73,6'sı Türk Mutfağı konusunda herhangi bir eğitime katılmadığını, %25'i ise

katıldığını belirtmiştir. Katılımcıların %56,9'u Türk Mutfağı konusunda sahip oldukları bilgileri kendi çalışmaları sonucu elde ettiklerini belirtirken, %13,9'u hizmet içi eğitim seminerlerine %11,1'i ise Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın açtığı kurslara katılarak Türk Mutfağı konusunda bilgi sahibi olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların %86'sı Türk Mutfağı konusunda eğitimin gerekli olduğunu, %13'ü ise gerekli olmadığını belirtmiştir. Türk Mutfağı eğitiminin alınması gereken yer hususunda ise katılımcıların %50'si özel olarak açılacak kurslarda, %15,3'ü lisans eğitimi sırasında ve %15,3'ü Kültür ve Turizm Bakanlığının açabileceği kurslarda uzmanlaşma eğitiminin alınabileceğini belirtmişlerdir.

Sezer (2006) yaptığı çalışmada Bozcaada'ya gelen ziyaretçilerin % 68,4'ünün şarap için gelmekte olduğunu %18,1'inin şarap için gelmediğini ve %13,5'inin şarap ve diğer faktörler için geldiği sonucuna ulaşmıştır.

Plummer ve arkadaşlarının (2005) Kanada'da yaptığı bir araştırmaya göre; Kanada'ya gelen turistlerin % 36,2'si için biranın seyahat tercihlerinde önemli olduğunu, %89,9'unun Kanada birasını denediğini, %96,2'sinin daha sonra da içmek istediğini ve %98,5'inin başkalarına tavsiye edeceğini saptamıştır.

Hacıoğlu ve arkadaşlarının (2009) Balıkesir'de yiyecek içecek işletmelerinin sahip ve yöneticilerinin pazarlama faaliyetlerinde yöresel mutfakların kullanımına yönelik yaptığı çalışmada; işletme sahiplerinin %48,4'ünün müşteri tatmini ve bağlılığını sağlamak için yöresel yiyecekleri müşterilerine sunduğunu belirtirlerken, %19,4'ünün rakiplerine göre rekabet üstünlüğünü elde etmek için, %16,1'i karlılığı arttırmak ve %16,1'i yöre mutfağının tanıtımını sağlamak amacıyla Balıkesir mutfağına ait yiyecekleri sundukları görülmektedir.

Kivela ve Crotts (2006) ise Hong Kong'u ziyaret eden turistler üzerinde yaptığı çalışmada gastronomi amaçlı bölgeyi ziyaret edenlerin yüzdesinin %20,8 olduğunu saptamıştır.

Aktaş (1995) yaptığı bir çalışmada Türkiye'de turizmin istenilen düzeyde gelişmemesinin en önemli nedeninin, bilimsel şekilde planlanmış evrensel ve uygulanabilir turizm eğitimi plan ve programının eksikliğinden ileri geldiğini belirtmişlerdir.

Kızılırmak (2000) ve Tüylüoğlu (2003) turizm sektörünün işgücü ihtiyacını, turizm eğitimi almamış işgücünü istihdam ederek karşılamakta olduğunu tespit

etmiştir. Ayrıca turizm eğitimi almış mezunların büyük çoğunluğunun turizm sektörü dışında istihdam edildiğini saptamıştır.

Çetin (2001)' in turizm endüstrisinde mutfak elemanı yetiştirmeye yönelik eğitim programlarının değerlendirilmesi amacıyla yaptığı çalışmada, turizm sektöründe çalışan ticari mutfak elemanlarının yeterli sayıda olmadığı, bunların büyük çoğunluğunun usta- çırak ilişkisiyle yetiştiği, örgün eğitimle yetişen aşçıların ise çok azının turizm sektöründe çalıştığını ortaya çıkartmıştır.

Öncüer (2006)'in Avrupa birliği eğitim politikasında mesleki turizm eğitimi yaklaşımı ve Türk turizm eğitimine uygulanabilirliği araştırmasında ülkemizde uygulanan turizm eğitimi AB ülkeleri ile karşılaştırıldığında Türk eğitim sisteminde standart bir turizm eğitimi politikasının olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Bayer (1998)'in Türkiye örneğinde turizm eğitimi veren 42 meslek yüksekokulu üzerinde yaptığı çalışmada yüksekokullarının %26,1'inin uygulama alanının olmadığını tespit etmiştir.

Sarı (2010)' nın lisans düzeyinde turizm eğitimi alan 130 üniversite öğrencisi üzerinde yaptığı çalışmada; öğrencilerin %41,5'inin genel lise, %23,1'inin Meslek Lisesi, %13,8'inin Anadolu Lisesi ve % 13,1'inin diğer liselerden mezun olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Atay ve Yıldırım (2008) lisans düzeyinde turizm eğitimi alan 1709 öğrenci üzerinde yaptığı çalışmada; öğrencilerin %54,5'inin turizm sektöründe çalışmayı, %13,6'sının kamuda çalışmayı, %11,1'inin akademisyen olmayı ve %20,8'inin de diğer sektörlerde çalışmayı düşünmekte olduğunu saptamıştır.

## **BÖLÜM II.**

### **2.1. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE ARAÇLARI**

Bu bölümde, araştırmanın amacına ulaşabilmesi, geçerli ve güvenilir sonuçlar elde edilebilmesi için alınan önlemler ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Araştırmanın modeli, araştırmanın evren ve örnekleme, verilerin toplanması ve verilerin değerlendirilmesi konularına yer verilmiştir.

#### **2.1.1. Araştırmanın Modeli**

Bu araştırmanın yürütülmesinde “Genel Tarama Modeli” kullanılmıştır. Araştırma ile gastronomi turizminin turizm eğitim programlarındaki yeri ve önemi saptanmaya çalışılmıştır. Bu belirlemeler, turizm eğitimi alan üniversite öğrencilerinin görüşlerine dayalı olması nedeniyle araştırma betimsel niteliktedir.

#### **2.1.2. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme**

Araştırmanın evrenini, Selçuk Üniversitesi’nde turizm eğitimi alan üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. 2008 ve 2009 OSYM Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu incelendiğinde 1780 öğrencinin Selçuk Üniversitesi’nde turizm eğitimi aldığı tespit edilmiştir.

Araştırmanın örneklemini ise; Selçuk Üniversitesi’nde turizm eğitimi alan Ağırlama Hizmetleri, Turizm ve Seyahat Hizmetleri ve Turist Rehberliği Programı öğrencileri arasından rasgele örnekleme yöntemiyle seçilen 140’ı kız, 158’i erkek olmak üzere toplam 298 öğrenci (Evrenin 16,74’ünü temsil etmektedir) oluşturmaktadır.

#### **2.1.3. Veri Toplama Teknikleri**

Araştırma için gerekli verilerin elde edilmesinde anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formundaki maddeler oluşturulurken Hall ve Mitchell (2005), Şanlıer (2005), Akman (1998), Shenoy (2005)’in konu ile ilgili yaptığı araştırmalardan ve ilgili literatürden yararlanılmıştır. Anket formunda çoktan seçmeli soruların yanı sıra, açık uçlu sorularda yer almıştır.

Veri toplama aracı olarak geliştirilen anket formlarındaki soruların işlevliliğini saptamak amacıyla 20 öğrenci üzerinde anket uygulanmış, alınan cevaplar doğrultusunda anket formları yeniden düzenlenerek son şekli verilmiştir. Pilot uygulama yapılan 20 öğrenci örnekleme alınmamıştır.

Pilot uygulama sonucu son şekli verilen anket formu (Ek-III) dört kısımdan oluşmaktadır.

Birinci kısımda “Demografik Özellikler” başlığı altında öğrencilerin; demografik ve bireysel özelliklerini (yaş, okul, program, sınıf, mezun olunan lise türü vb.) içeren sorular bulunmaktadır.

İkinci kısımda öğrencilerin gastronomi bilgisi düzeyini değerlendirmeye yönelik sorulara yer verilmiştir. Bu bölüm; gastronomi turizminin; tanımı, ülke turizmine katkısı, mutfak kültürünü tanıtılmasına olan etkisi ile Türkiye’de ve Dünya’da uygulanmakta olan örnekleri konusunda öğrencilerin bilgi düzeylerini ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır.

Üçüncü kısımda ise öğrencilerin aldıkları turizm eğitime ilişkin sorulara yer verilmiştir.

Dördüncü kısımda ise öğrencilerin gastronomi turizmi deneyimlerini değerlendirmeye yönelik sorulara yer verilmiştir.

Veri toplama amacıyla hazırlanan anketin uygulanabilmesi için ilgili kurumlardan izin alınmıştır (Ek-II). Okul yönetimi ile ön görüşmeler yapılarak anket uygulamak için uygun zaman belirlenmiştir. Uygulama öncesinde öğrencilere anketin amacı ve neden yapıldığı hakkında bilgiler verilmiştir. Güvenilir bilgi sağlanması için uygun ortam oluşturulmaya çalışılmış ve veriler öğrenciler ile yüz yüze görüşülerek toplanmıştır. Anketler, öğrencilere belirlenen gün ve saatte araştırmacı tarafından, sınıflarında uygulanmış ve yaklaşık bir ders saati sürmüştür.

Likert tutum ölçeği model alınarak hazırlanan soruların güvenilirliği ölçmek için Cronbach (1951) tarafından geliştirilen alpha testi ( $\alpha$ ) uygulanmıştır. Anket formunda yer alan tutum ifadelerine ilişkin alpha katsayıları Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2. Tutum İfadelerine İlişkin Alpha Katsayıları**

<b>Tutum</b>	<b>Soru Sayısı</b>	<b>İç Tutarlılık (<math>\alpha</math>)</b>
Türk Mutfağının Markalaşması ve Gastronomi Turizminde Etkin Olarak Yer Alması ile İlgili Tutumlar	10	0,88
Öğrencilerin Gastronomi Davranışları	12	0,65
Öğrencilerin Seyahat Ettikleri Yerlerdeki Gastronomi Tercihleri ve Satın Alma Davranışları	11	0,64

Tablo 2’de Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili tutum ölçeğinin alpha katsayısı 0,88, öğrencilerin gastronomi davranışları tutum ölçeğinin alpha katsayısının 0,65, öğrencilerin seyahat ettikleri yerlerdeki gastronomi tercihleri ve satın alma davranışları tutum ölçeğinin 0,64 olduğu görülmektedir.

#### **2.1.4. Verilerin Değerlendirilmesi**

Verilerin istatistiksel analizi SPSS (The Statistical Packet for The Social Sciences) 15.0 paket programı kullanılarak, yüzde (%), frekans dağılımı (f), aritmetik ortalama ( $\bar{x}$ ), standart hata ( $S \bar{x}$ ), tek yönlü varyans analizi (One-Way Anova) ve t-testi (t-test) kullanılmıştır. Farklılıkların test edilmesi için 0,05 anlamlılık düzeyi alınmıştır.

## 2.2. BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu bölümde, öğrencilerin demografik özellikleri, gastronomi turizmi bilgi düzeyleri ve gastronomi turizmi deneyimlerini belirlemek amacıyla uygulanan anketlerden elde edilen verilerin değerlendirilmesi sonucu saptanan bulgular açıklanarak tartışmaları yapılmıştır.

### 2.2.1. Öğrenciler Hakkında Genel Bilgiler

Bu bölümde, öğrencilerin cinsiyet, yaş, devam ettiği program, öğrenim gördüğü sınıf, öğrenim türü, mezun olduğu lise, mezun olduğunda çalışmak istediği alana ilişkin veriler yer almaktadır.

#### 2.2.1.1. Öğrencilerin Yaş Gruplarına Göre Dağılımları

Tablo3' de araştırmaya katılan öğrencilerin yaş gruplarına göre dağılımları frekans (f) ve yüzde (%) değerleri ile verilmiştir.

**Tablo 3. Öğrencilerin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı**

Yaş Grupları	f	%
19-20	87	29,2
21-22	133	44,6
23-24	56	18,8
25-26	16	5,4
27-28	6	2,0
<b>Toplam</b>	<b>298</b>	<b>100,0</b>
$\bar{x} \pm S \bar{x} ; 21,6 \pm 0,1$		

Öğrencilerin yaş gruplarına göre dağılımlarına bakıldığında %29,2'sinin 19-20 yaşlarında, %44,6'sının 21-22 yaşlarında, %18,8'inin 23-24 yaşlarında, %5,4'ünün 25-26 yaşlarında ve %2,0'sinin 27-28 yaşlarında olduğu görülmektedir. Öğrencilerin yaş ortalamasının ise  $21,6 \pm 0,1$  yıl olduğu görülmektedir (Tablo 3).

### 2.2.1.2. Öğrencilerin Devam Ettiği Programlara Göre Dağılımları

Tablo 4’de araştırmaya katılan öğrencilerin devam ettiği programlara göre dağılımları yüzde (%) değerleri ile verilmiştir.

**Tablo 4. Öğrencilerin Devam Ettiği Programlara Göre Dağılımları**

Program Adı	f	%
Ağırlama Hizmetleri	176	59,1
Turizm ve Seyahat Hizmetleri	79	26,5
Turist Rehberliği	43	14,4
<b>Toplam</b>	<b>298</b>	<b>100,0</b>

Tablo 4 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin % 59,1’inin Ağırlama Hizmetleri, %26,5’inin Turizm ve Seyahat Hizmetleri ve %14,4’ünün Turist Rehberliği programı öğrencisi olduğu görülmektedir.

### 2.2.1.3. Öğrencilerin Devam Ettiği Sınıflara Göre Dağılımları

Tablo 5’de araştırmaya katılan öğrencilerin devam ettiği sınıfa göre dağılımları frekans (f) ve yüzde (%) değerleri ile verilmiştir.

**Tablo 5. Öğrencilerin Devam Ettiği Sınıflara Göre Dağılımları**

Sınıf	f	%
1.sınıf	119	39,9
2.sınıf	179	60,1
<b>Toplam</b>	<b>298</b>	<b>100,0</b>

Araştırmaya katılan öğrencilerin %39,9’unun birinci sınıf, %60,1’inin ikinci sınıfta olduğu görülmektedir (Tablo 5).

### 2.2.1.4. Öğrencilerin Öğrenim Türlerine Göre Dağılımları

Tablo 6’da araştırmaya katılan öğrencilerin öğrenim türlerine göre dağılımları frekans (f) ve yüzde (%) değerleri ile verilmiştir.



**Tablo 6. Öğrencilerin Öğrenim Türlerine Göre Dağılımları**

Öğrenim Türü	f	%
Normal Öğretim	186	62,4
İkinci Öğretim	112	37,6
<b>Toplam</b>	<b>298</b>	<b>100,0</b>

Tablo 6 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %62,4'ünün normal öğretim, % 37,6'sının ikinci öğretim olduğu görülmektedir.

#### 2.2.1.5. Öğrencilerin Mezun Olduğu Lise Türüne Göre Dağılımları

Tablo 7'de araştırmaya katılan öğrencilerin mezun olduğu lise türüne göre dağılımları frekans (f) ve yüzde (%) değerleri ile verilmiştir.

**Tablo 7. Öğrencilerin Mezun Olduğu Lise Türüne Göre Dağılımları**

Lise Türü	f	%
Genel Lise	193	64,8
Meslek Lisesi	53	17,8
Anadolu Lisesi	27	9,1
Diğer	25	8,4
<b>Toplam</b>	<b>298</b>	<b>100,0</b>

Tablo 7 incelendiğinde öğrencilerin %64,8'inin Genel Lise mezunu olduğu, %17,8'inin Meslek Lisesi mezunu olduğu, %9,1'inin Anadolu Lisesi mezunu olduğu ve %8,4'ünün diğer liselerden mezun olduğu görülmektedir.

Sarı (2010)' nın lisans düzeyinde turizm eğitimi alan 130 üniversite öğrencisi üzerinde yaptığı araştırmada; öğrencilerin %41,5'inin genel lise, %23,1'inin Meslek Lisesi, %13,8'inin Anadolu Lisesi ve % 13,1'inin diğer liselerden mezun olduğu sonucuna ulaşmıştır.

#### 2.2.1.6. Öğrencilerin Mezun Olduktan Sonra Çalışmak İstedikleri Turizm Alanlarına Göre Dağılımları

Tablo 8'de araştırmaya katılan öğrencilerin mezun olduktan sonra çalışmak istediği turizm alanlarına göre dağılımları verilmiştir.

**Tablo 8. Öğrencilerin Mezun Olduktan Sonra Çalışmak İstedığı Alanlara Göre Dağılımları**

Çalışma Alanı	f	%
Seyahat Acentesi	98	32,9
Konaklama İşletmeleri	105	35,2
Yiyecek İçecek İşletmeleri	47	15,8
Diğer	48	16,1
<b>Toplam</b>	<b>298</b>	<b>100,0</b>

Tablo 8 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %32,9'unun seyahat acentelerinde, % 35,2'sinin konaklama işletmelerinde, %15,8'inin yiyecek içecek işletmelerinde, % 16,1'inin ise diğer alanlarında çalışmak istediği görülmüştür. Öğrencilerin mezun olduktan sonra çalışmak istedikleri alan genellendiğinde, % 83,9'unun turizm sektöründe çalışmak istediği söylenebilir.

Atay ve Yıldırım (2008)' in lisans düzeyinde turizm eğitimi alan 1709 öğrenci üzerinde yaptığı araştırmada; öğrencilerin %54,5'i turizm sektöründe çalışmayı düşünürken, %13,6'sı kamuda çalışmayı, %11,1'i akademisyen olmayı %20,8'i de diğer sektörlerde çalışmayı düşünmektedir. Turizm sektöründe kalmak isteyenlerin oransal fazlalığını ise programların bilinçli seçilmesi ile de ilişkilendirmiştir.

### **2.2.2. Öğrencilerin Gastronomi İçerikli Turizm Eğitimi Alma Durumları ve Aldıkları Eğitim İle İlgili Görüşlerinin Değerlendirilmesi**

Bu bölümde öğrencilerin gastronomi içerikli turizm eğitimi alma durumları ve aldıkları eğitim ile ilgili görüşleri sunulmuştur.

Araştırma kapsamında Ağırlama Hizmetleri, Turizm ve Seyahat Hizmetleri, Turist Rehberliği programlarının ders müfredatı bağlı buldukları meslek yüksekokullarının öğrenci işlerinden alınarak analiz edilmiştir (Ek-1).

#### **2.2.2.1. Öğrencilerin Turizm Eğitimleri Sırasında Beslenme Dersi Alma Durumlarına Göre Dağılımları**

Araştırma yapılan programlarda okutulan dersler ve bu derslerin müfredatları incelendiğinde; Ağırlama Hizmetleri programı öğrencilerinin beslenme ile ilişkili ders aldığı, Turizm ve Seyahat Hizmetleri ile Turist Rehberliği Programı

öğrencilerinin beslenme ile ilişkili ders almadığı görülmektedir (Ek-1). Programlarda okutulan beslenme ile ilişkili dersler Tablo 9’da verilmiştir.

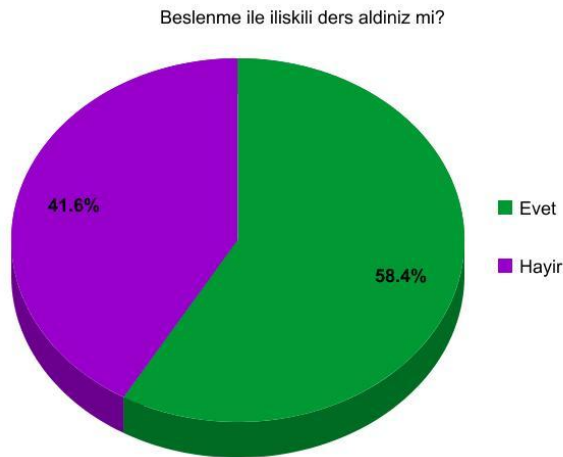
**Tablo 9. Programlarda Okutulan Beslenme İle İlişkili Dersler**

Ağırlama Hizmetleri Programı	Öğretim Kurumu	Beslenme İle İlişkili Dersler	Teo	Uyg.	Topl.	Kredi
	Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu (Toplam 95 Kredi)	Beslenme İlkeleri ve Menü Planlama	2	0	2	2
	Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu (Toplam 91 Kredi)	Beslenme İlkeleri ve Menü Planlama	2	1	3	3
	Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu (Toplam 114 Kredi)	Beslen. İlkeleri ve Menü Planlama	2	1	3	3

Tablo 9’da görüldüğü gibi Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu ve Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu Ağırlama Hizmetleri programı ders müfredatında Beslenme İlkeleri ve Menü Planlama Dersi 2 saat teorik ve 1 saat uygulamalı, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Ağırlama Hizmetleri programı ders müfredatında ise 2 saat teorik olarak bulunmaktadır.

Şekil 2, Şekil 3 ve Şekil 4’de öğrencilerin turizm eğitimleri sırasında beslenme dersi alma durumlarına göre dağılımları yüzde (%) değerleri ile verilmiştir.

**Şekil 2. Öğrencilerin Turizm Eğitimleri Sırasında Beslenme Dersi Alma Durumlarına Göre Dağılımları**



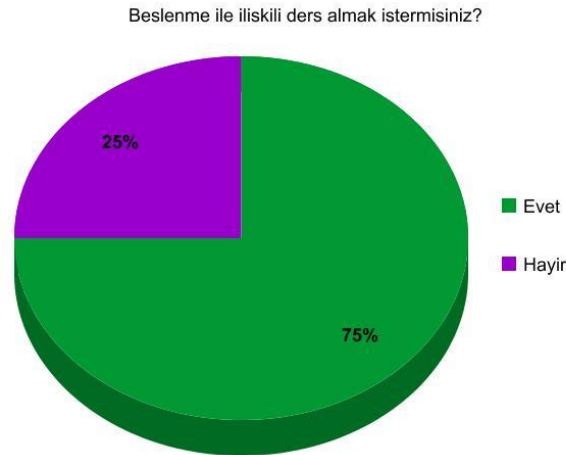
Şekil 2 incelendiğinde öğrencilerin %58,4’ünün beslenme ile ilişkili ders aldığı görülmektedir.

**Şekil 3. Öğrencilerin Turizm Eğitimleri Sırasında Aldıkları Beslenme Dersini Yeterli Bulma Durumlarına Göre Dağılımları**



Beslenme ile ilişkili ders alan 174 öğrencinin %58,6'sı aldığı eğitimi yeterli bulduğunu belirtmiştir (Şekil 3).

**Şekil 4. Öğrencilerin Turizm Eğitimleri Sırasında Beslenme İle İlişkili Ders Almak İsteme Durumlarına Göre Dağılımları**



Şekil 4 incelendiğinde beslenme ile ilişkili ders almayan 124 öğrencinin %75,0'inin beslenme ile ilişkili ders almak istemekte olduğu sonucuna ulaşmıştır.

**2.2.2.2. Öğrencilerin Turizm Eğitimi Sırasında Türk Mutfağı İçerikli Ders Alma Durumlarına Göre Dağılımları**

Araştırma yapılan programlarda okutulan dersler ve bu derslerin müfredatları incelendiğinde; Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu ile Beyşehir Ali Akkanat

Meslek Yüksekokulu Ağırlama Hizmetleri programında öğrencilere Türk Mutfağı içerikli dersler okutulduğu, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Ağırlama Hizmetleri programında ise Türk Mutfağı içerikli dersler okutulmadığı görülmektedir (Ek-1).

Turizm ve Seyahat Hizmetleri programı müfredatı incelendiğinde Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin Türk Mutfağı içerikli dersler aldığı, Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin ise Türk Mutfağı içerikli dersler almadığı görülmektedir (Ek-1).

Örneklem grubundaki meslek yüksekokulları bünyesindeki Turist Rehberliği programlarının müfredatı incelendiğinde ise Türk Mutfağı içerikli dersler okutulmadığı görülmektedir (Ek-1).

Programlarda okutulan Türk Mutfağı içerikli dersler Tablo 10’da verilmiştir.

**Tablo10. Programlarda Okutulan Türk Mutfağı İçerikli Dersler**

Program	Okul	Türk Mutfağı İçerikli Dersler	Teo	Uyg.	Topl.	Kredi
Ağırlama Hizmetleri Programı	Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu (Toplam 91 Kredi)	Yiyecek-İçecek İşletmeciliği-I	2	2	4	3
		Endüstriyel Yiyecek Üretimi-I	2	2	4	3
		Yiyecek-İçecek İşletmeciliği-II	2	2	4	3
		Endüstriyel Yiyecek Üretimi-II	2	2	4	3
	Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu (Toplam 114 Kredi)	Yiyecek-İçecek İşletmeleri I	2	2	4	3
		Yiyecek-İçerecek İşletmeleri II	2	2	4	3
		Endüstriyel Yiyecek Üretimi	2	2	4	3
	Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu (Toplam 95 Kredi)	-	-	-	-	-
Turizm ve Seyahat Hizmetleri	Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu (Toplam 114 Kredi)	Türk ve Dünya Mutfakları	2	0	2	2

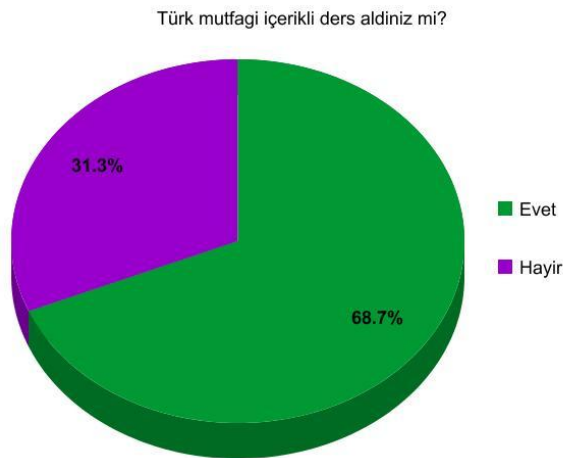
Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu'nda okutulan dersler ve bu derslerin müfredatları incelendiğinde; Ağırlama Hizmetleri programında okutulan Yiyecek İçecek İşletmeciliği I, II ve Endüstriyel Yiyecek Üretimi I, II dersleri ile Turizm ve Seyahat İşletmeciliği programında okutulan Türk ve Dünya Mutfakları dersinin Türk Mutfağı içerikli olduğu görülmektedir. Ağırlama Hizmetleri programında okutulan Türk Mutfağı içerikli derslerin 8 saat teorik ve 8 saat uygulamalı olmak üzere toplamda 16 saat, Turizm ve Seyahat Hizmetleri programında okutulan Türk Mutfağı içerikli dersin ise 2 saat teorik olduğu görülmektedir.

Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu'nda okutulan dersler ve bu derslerin müfredatları incelendiğinde ise; Ağırlama Hizmetleri programında okutulan Yiyecek İşletmeleri I,II ile Endüstriyel Yiyecek Üretimi I derslerinin Türk Mutfağı içerikli olduğu görülmektedir. Ağırlama Hizmetleri programında okutulan Türk Mutfağı içerikli derslerin 6 saat teorik ve 6 saat uygulamalı olmak üzere toplamda 12 saat olduğu görülmektedir.

Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu'nda ise Türk Mutfağı içerikli bir derse rastlanmamıştır.

Şekil 5, Şekil 6 ve Şekil 7'de öğrencilerin turizm eğitimi sırasında Türk Mutfağı içerikli ders alma durumlarına göre dağılımları yüzde (%) değerleri ile verilmiştir.

#### Şekil 5. Öğrencilerin Turizm Eğitimi Sırasında Türk Mutfağı İçerikli Ders Alma Durumlarına Göre Dağılımları



Şekil 5 incelendiğinde öğrencilerin %68,7'sinin Türk Mutfağı içerikli ders aldığı, %31,3'ünün ise almadığı görülmektedir.

**Şekil 6. Öğrencilerin Turizm Eğitimleri Sırasında Aldıkları Türk Mutfağı İçerikli Dersleri Yeterli Bulma Durumlarına Göre Dağılımları**



Türk Mutfağı içerikli ders alan 205 öğrencinin %55,1'i aldığı dersin yeterli olduğunu belirtmiştir (Şekil 6).

**Şekil 7. Öğrencilerin Turizm Eğitimleri Sırasında Türk Mutfağı İçerikli Ders Almak İsteme Durumlarına Göre Dağılımları**



Şekil 7 incelendiğinde Türk Mutfağı içerikli ders almayan 94 öğrencinin %85,1'i Türk Mutfağı içerikli ders almak istemekte olduğunu belirtmiştir.

Köroğlu ve arkadaşlarının (2007) Türk Mutfağını tanıtmada profesyonel turist rehberlerinin rolüne ilişkin rehberler üzerinde yaptığı araştırmada katılımcıların

%86,1'i Türk Mutfağı konusunda eğitimin gerekli olduğunu, %13,9'u ise gerekli olmadığını belirtmiştir. Katılımcıların %73,6'sının ise Türk Mutfağı eğitimi aldığını saptamışlardır.

### **2.2.2.3. Öğrencilerin Turizm Eğitimi Sırasında Dünya Mutfakları İçerikli Ders Alma Durumlarına Göre Dağılımları**

Örnekleme gruptaki öğrencilerin eğitim aldığı programlarda okutulan dersler ve bu derslerin müfredatına bakıldığında; Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu ile Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu Ağırlama Hizmetleri programı öğrencilerinin Dünya Mutfakları içerikli dersler aldığı görülmektedir (Ek-1).

Turizm ve Seyahat Hizmetleri programı müfredatı incelendiğinde Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin Dünya Mutfağı içerikli dersler aldığı görülmektedir (Ek-1).

Turist Rehberliği programlarının müfredatı incelendiğinde ise Dünya Mutfakları içerikli dersler okutulmadığı görülmektedir (Ek-1).

Programlarda okutulan Türk Mutfağı içerikli dersler Tablo 11'de verilmiştir.



**Tablo 11. Programlarda Okutulan Dünya Mutfakları İçerikli Dersler**

Program	Okul	Dünya Mutfakları İçerikli Dersler	Teo	Uyg.	Topl.	Kredi
Ağırlama Hizmetleri Programı	Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu (Toplam 91 Kredi)	Yiyecek-İçecek İşletmeciliği-I	2	2	4	3
		Endüstriyel Yiyecek Üretimi-I	2	2	4	3
		Yiyecek-İçecek İşletmeciliği-II	2	2	4	3
		Endüstriyel Yiyecek Üretimi-II	2	2	4	3
	Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu (Toplam 114 Kredi)	Yiyecek-İçecek İşletmeleri I	2	2	4	3
		Yiyecek-İçecek İşletmeleri II	2	2	4	3
		Endüstriyel Yiyecek Üretimi	2	2	4	3
	Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu (Toplam 95 Kredi)	-	-	-	-	-
Turizm ve Seyahat Hizmetleri	Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu (Toplam 114 Kredi)	Türk ve Dünya Mutfakları	2	0	2	2

Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu'nda okutulan dersler ve bu derslerin müfredatları incelendiğinde; Ağırlama Hizmetleri programında okutulan Yiyecek İçecek İşletmeciliği I, II ve Endüstriyel Yiyecek Üretimi I, II dersleri ile Turizm ve Seyahat İşletmeciliği programında okutulan Türk ve Dünya Mutfakları dersinin Dünya Mutfakları içerikli olduğu görülmektedir. Ağırlama Hizmetleri programında okutulan Dünya Mutfakları içerikli derslerin 8 saat teorik ve 8 saat uygulamalı olmak üzere toplamda 16 saat, Turizm ve Seyahat Hizmetleri programında okutulan Dünya Mutfakları içerikli dersin ise 2 saat teorik olduğu görülmektedir.

Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu'nda okutulan dersler ve bu derslerin müfredatları incelendiğinde ise; Ağırlama Hizmetleri programında okutulan Yiyecek İşletmeleri I,II ile Endüstriyel Yiyecek Üretimi I derslerinin Dünya

Mutfakları içerikli olduğu görülmektedir. Ağırlama Hizmetleri programında okutulan Dünya Mutfakları içerikli derslerin 6 saat teorik ve 6 saat uygulamalı olmak üzere toplamda 12 saat olduğu görülmektedir.

Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu'nda ise Dünya Mutfakları içerikli derse rastlanmamıştır.

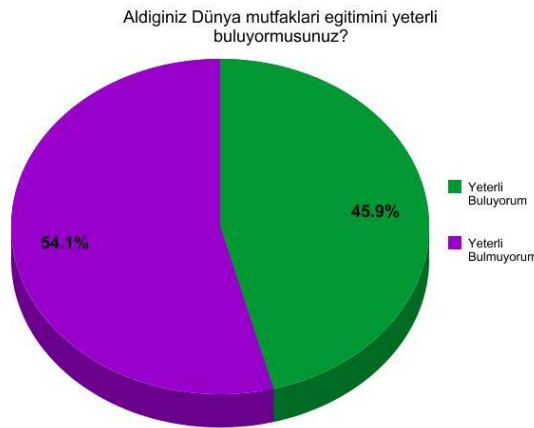
Şekil 8, Şekil 9 ve Şekil 10'da öğrencilerin turizm eğitimi sırasında Dünya Mutfakları içerikli ders alma durumlarına göre dağılımları yüzde (%) değerleri ile verilmiştir.

### Şekil 8. Öğrencilerin Turizm Eğitimi Sırasında Dünya Mutfakları İçerikli Ders Alma Durumlarına Göre Dağılımları



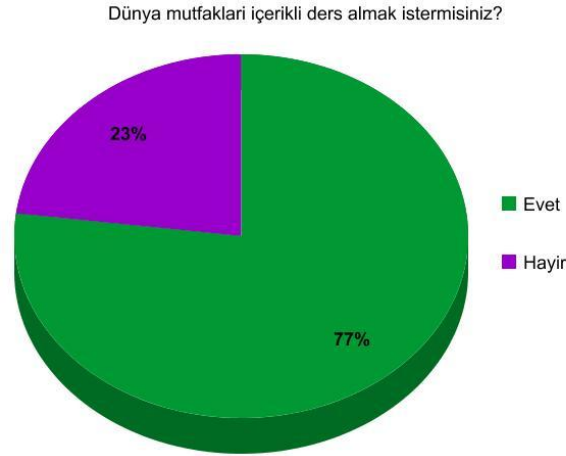
Şekil 8 incelendiğinde öğrencilerin %57,7'sinin Dünya Mutfakları içerikli ders aldığı görülmektedir.

### Şekil 9. Öğrencilerin Turizm Eğitimleri Sırasında Aldıkları Dünya Mutfakları İçerikli Dersleri Yeterli Bulma Durumlarına Göre Dağılımları



Dünya Mutfakları içerikli ders alan 172 öğrencinin %45,9'unun aldığı eğitimin yeterli bulduğu belirtmiştir (Şekil 9).

#### Şekil 10. Öğrencilerin Turizm Eğitimleri Sırasında Türk Mutfağı İçerikli Ders Almak İsteme Durumlarına Göre Dağılımları



Dünya Mutfakları içerikli ders almayan 126 öğrencinin %77,0'sinin ise Dünya Mutfakları içerikli ders almak istemekte olduğunu görülmektedir (Şekil 10).

#### 2.2.2.4. Öğrencilerin Gastronomi İçerikli Dersleri Uygulamalı Alma Durumlarına Göre Dağılımları

Araştırma yapılan programlarda okutulan dersler ve bu derslerin müfredatları incelendiğinde;

Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Ağırlama Hizmetleri programında okutulan Beslenme İlkeleri ve Menü Planlama, Gıda Teknolojisi, Mutfak Hizmetleri Yönetimi, Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi, Gıda ve Personel Hijyeni derslerinin gastronomi içerikli olduğu görülmüştür (Ek-1).

Silifke Taşucu Yüksekokulu Ağırlama Hizmetleri programında okutulan Gıda Teknolojisi, Beslenme İlkeleri ve Menü Planlama, Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi, Mutfak Hizmetleri Yönetimi, Yiyecek İçecek İşletmeciliği I ve II, Endüstriyel Yiyecek Üretimi I ve II, Yiyecek İçecek Maliyet Kontrol derslerinin gastronomi içerikli olduğu tespit edilmiştir (Ek-1).

Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu Ağırlama Hizmetleri programında okutulan Beslenme İlkeleri ve Menü Planlama, Gıda Teknolojisi, Mutfak Hizmetleri

Yönetimi, Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi, Gıda ve Personel Hijyeni, Yiyecek İçecek İşletmeleri I ve II, Yiyecek İçecek Maliyet Kontrol, Endüstriyel Yiyecek Üretimi derslerinin gastronomi içerikli olduğu görülmektedir (Ek-1).

Turizm ve Seyahat Hizmetleri programı ders müfredatına bakıldığında ise Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu'nda okutulan Türk ve Dünya Mutfakları dersi ile Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu'nda okutulan Gıda ve Personel Hijyeni dersinin gastronomi içerikli olduğu görülmektedir (Ek-1).

Turist Rehberliği programlarının müfredatı incelendiğinde ise gastronomi içerikli dersler okutulmadığı görülmektedir (Ek-1).

Örnekleme grubundaki programlarda okutulan gastronomi içerikli dersler Tablo 12'de verilmiştir.

Tablo 12. Programlarda Okutulan Gastronomi İçerikli Dersler

Program	Okul	Gastronomi İçerikli Dersler	Teo	Uyg.	Topl.	Kredi	
AĞIRLAMA HİZMETLERİ PROGRAMI	Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu	Beslenme İlkeleri ve Menü Planlama	2	0	2	2	
		Gıda Teknolojisi	1	1	2	2	
		Mutfak Hizmetleri Yönetimi	2	1	3	3	
		Yiyecek- İçecek Hizmetleri Yönetimi	2	1	3	3	
		Gıda ve Personel Hijyeni	2	0	2	2	
		<b>Toplam</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	
	Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu	Gıda Teknolojisi	1	1	2	2	
		Beslenme İlkeleri Menü Planlama	2	1	3	3	
		Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi	2	1	3	3	
		Mutfak Hizmetleri Yönetimi	2	1	3	3	
		Yiyecek-İçecek İşletmeciliği-I	2	2	4	3	
		Endüstriyel Yiyecek Üretimi-I	2	2	4	3	
		Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrol	2	1	3	3	
		Yiyecek-İçecek İşletmeciliği-II	2	2	4	3	
		Endüstriyel Yiyecek Üretimi-II	2	2	4	3	
		<b>Toplam</b>	<b>19</b>	<b>14</b>	<b>33</b>	<b>29</b>	
	Beşşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu	Beslen. İlk. ve Menü Planlama	2	1	3	3	
		Gıda Teknolojisi	1	1	2	2	
		Mutfak Hizmetleri Yönetimi	2	1	3	3	
		Yiyecek - İçecek Hizmetleri Yönetimi	2	1	3	3	
		Gıda ve Personel Hijyeni	2	0	2	2	
		Yiyecek-İçecek İşletmeleri I	2	2	4	3	
		Yiyecek - İçecek Maliyet Kont.	2	1	3	3	
		Yiyecek-İçecek İşletmeleri II	2	2	4	3	
		Endüstriyel Yiyecek Üretimi	2	2	4	3	
		<b>Toplam</b>	<b>19</b>	<b>12</b>	<b>31</b>	<b>28</b>	
	TURİZM VE SEYAHAT HİZMETLERİ	SİLİFKE TAŞUCU MESLEK YÜKSEKOKULU	Türk ve Dünya Mutfakları	2	0	2	2
			<b>Toplam</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
		BEYŞEHİR ALİ AKKANAT MESLEK YÜKSEKOKULU	Gıda ve Personel Hijyeni	2	0	2	2
			<b>Toplam</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

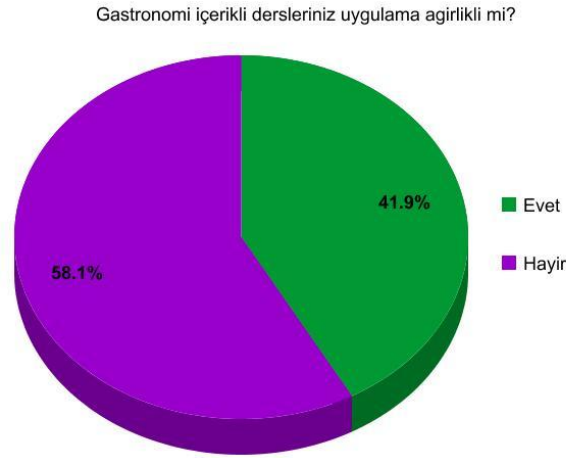
Ağırlama Hizmetleri programında okutulan gastronomi içerikli dersler incelendiğinde;

Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu'nda okutulan toplam 12 saat gastronomi içerikli dersin 9'unun teorik, 3'ünün uygulamalı; Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu'nda okutulan toplam 33 saat gastronomi içerikli dersin 19'unun teorik, 14'ünün uygulamalı ve Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu'nda okutulan toplam 31 saat gastronomi içerikli dersin 19'unun teorik 12'sinin uygulamalı olarak okutulduğu görülmektedir.

Seyahat Hizmetleri Programında okutulan gastronomi içerikli derslere bakıldığında; Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu'nda 2 saat ve Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu'nda 2 saat gastronomi içerikli ders okutulduğu ve bu derslerin sadece teorik olduğu görülmektedir.

Şekil 11-12-13'de öğrencilerin gastronomi içerikli dersleri uygulamalı alma durumlarına göre dağılımları yüzde (%) değerleri ile verilmiştir.

#### Şekil 11. Öğrencilerin Gastronomi İçerikli Dersleri Uygulamalı Alma Durumlarına Göre Dağılımları



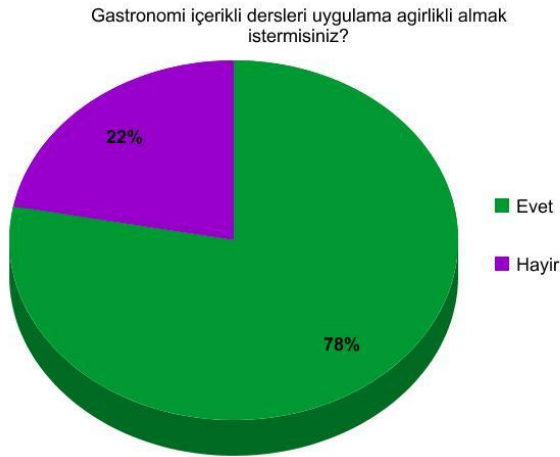
Şekil 11 incelendiğinde öğrencilerin %58,1'inin gastronomi içerikli dersleri uygulama ağırlıklı almadığı görülmektedir.

**Şekil 12. Öğrencilerin Turizm Eğitimleri Sırasında Aldıkları Uygulama Ağırlıklı Dersleri Yeterli Bulma Durumlarına Göre Dağılımları**



Gastronomi içerikli dersleri uygulamalı alan 125 öğrencinin %61,6'sı aldığı uygulama içerikli eğitimin yeterli olduğunu belirtmiştir (Şekil 12).

**Şekil 13. Öğrencilerin Gastronomi İçerikli Dersleri Uygulama Ağırlıklı Almak İsteme Durumlarına Göre Dağılımları**



Gastronomi içerikli dersleri uygulamalı olarak almayan 173 öğrencinin %78,0'inin bu dersleri uygulamalı olarak almak istemekte olduğu görülmektedir (Şekil 13).

Bayar (1998)'in turizm eğitimi veren 42 meslek yüksekokulu üzerinde yaptığı araştırmada yüksekokullarının %26,1'inin uygulama alanının olmadığını tespit

etmiştir. Turizm sektörünün bir hizmet sektörü olduğunu ve öğrencilerin uygulamalı eğitim alması gerektiğini belirtmiştir.

Sekizinci 5 yıllık kalkınma planında “Meslek yüksekokulları ile mesleki ve teknik ortaöğretim kurumları arasında program bütünlüğünü esas alan iş bölümü ve işbirliği kurulacak; nitelikli işgücünün yetiştirilmesinde önemli yeri olan meslek yüksekokullarında öğrencilerin uygulamalı eğitim almaları sağlanacaktır” şeklinde uygulamalı eğitimin önemine vurgu yapılmıştır (DPT, 2000).

#### 2.2.2.5. Öğrencilerin Türk Mutfağı, Yöresel Mutfaklar ve Dünya Mutfakları İçerikli Kitaplara Sahip Olma Durumlarına Göre Dağılımları

Tablo 13’de öğrencilerin Türk Mutfağı, yöresel mutfaklar ve Dünya Mutfakları içerikli kitaplara sahip olma durumlarına göre dağılımları frekans (f) ve yüzde (%) değerleri ile verilmiştir.

**Tablo 13. Öğrencilerin Mutfak Kültürüne İlişkin Kitaplara Sahip Olma Durumlarına Göre Dağılımları**

<b>Mutfak Kültürüne İlişkin Kitaplarınız Var Mı?</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Evet	122	40,9
Hayır	176	59,1
<b>Toplam</b>	<b>298</b>	<b>100,0</b>

Tablo 13 incelendiğinde öğrencilerin %40,9’unun Türk Mutfağı, yöresel mutfaklar ve Dünya Mutfakları içerikli kitaplara sahip olduğu, %59,1’inin ise sahip olmadığı görülmektedir.

#### 2.2.2.6. Öğrencilerin Yöresel Mutfak Bilgilerini Edindikleri Kaynaklara Göre Dağılımları

Tablo 14’de öğrencilerin yöresel mutfak bilgilerini edindikleri kaynaklara göre dağılımları frekans (f) ve yüzde (%) değerleri ile verilmiştir.



**Tablo 14. Öğrencilerin Yöresel Mutfak Bilgilerini Edindikleri Kaynaklara Göre Dağılımları**

Bilgi Kaynağı	f	%
Gazete	43	14,4
Dergi	44	14,8
İnternet	153	51,3
Kitap	32	10,7
Diğer	26	8,7
<b>Toplam</b>	<b>298</b>	<b>100,0</b>

Tablo 14 incelendiğinde öğrencilerin %14,4'ünün yöresel mutfak bilgilerini gazetelerden, %14,8'inin dergilerden, %51,3'ünün internet üzerinden, %10,7'sinin kitaplardan ve %8,7'sinin diğer kaynaklardan edindiği görülmektedir.

### 2.2.3. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi ve Tutumlarının Değerlendirilmesi

Bu bölümde öğrencilerin gastronomi turizmi bilgi ve tutumlarını ölçen soruların değerlendirilmesi yapılmıştır.

#### 2.2.3.1. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi İle İlgili Genel Bilgiler Sorularından Aldığı Puanların Dağılımı

Tablo 15'de öğrencilerin gastronomi turizmi ile ilgili genel bilgiler sorularından aldığı puanların dağılımı frekans (f) ve yüzde (%) değerleri ile verilmiştir.

**Tablo 15. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi İle İlgili Genel Bilgiler Sorularından Aldığı Puanların Dağılımı**

Puan Aralığı	f	%
0-19	20	6,7
20-39	62	20,8
40-59	132	44,3
60-79	76	25,5
80-100	8	2,7
<b>Toplam</b>	<b>298</b>	<b>100,0</b>

Tablo 15 incelendiğinde öğrencilerin gastronomi turizmi ile ilgili genel bilgiler sorularından %6,7'sinin 0-19 arasında, %20,8'inin 20-39 arasında, %44,3'ünün 40-59 arasında, %25,5'inin 60-79 arasında ve %2,7'sinin 80-100 puan arasında aldığı görülmektedir.

### 2.2.3.2. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Özelliğiyle Tanınan Destinasyonlar İle İlgili Sorulardan Aldığı Puanların Dağılımı

Tablo 16'da öğrencilerin gastronomi turizmi özelliğiyle tanınan destinasyonlar ile ilgili sorulardan aldığı puanların dağılımı frekans (f) ve yüzde (%) değerleri ile verilmiştir.

**Tablo 16. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Özelliğiyle Tanınan Destinasyonlar İle İlgili Sorulardan Aldığı Puanların Dağılımı**

Puan Aralığı	f	%
0-19	17	5,7
20-39	32	10,7
40-59	168	56,4
60-79	71	23,8
80-100	10	3,4
<b>Toplam</b>	<b>298</b>	<b>100,0</b>

Tablo 16 incelendiğinde öğrencilerin gastronomi turizmi özelliğiyle tanınan destinasyonlar ile ilgili sorularından %5,7'sinin 0-19 arasında, %10,7'sinin 20-39 arasında, %56,4'ünün 40-59 arasında, %23,8'inin 60-79 arasında ve %3,4'ünün 80-100 puan arasında aldığı görülmektedir.

### 2.2.3.3. Öğrencilerin Türk Mutfağının Markalaşması ve Gastronomi Turizminde Etkin Olarak Yer Alması İle İlgili Tutumlarının Dağılımları

Tablo 17'de öğrencilerin Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili tutumlarının dağılımı frekans (f) ve yüzde (%) değerleri ile verilmiştir.

**Tablo 17. Öğrencilerin Türk Mutfağının Markalaşması ve Gastronomi Turizminde Etkin Olarak Yer Alması İle İlgili Tutumlarının Dağılımları**

Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması için;	Katılıyorum		Kısmen Katılıyorum		Katılmıyorum	
	f	%	f	%	f	%
Konaklama işletmelerinde bölgesel ve yöresel Türk Mutfağı günleri düzenlenmelidir.	256	85,9	32	10,7	10	3,4
Türk Mutfağına özgü yiyecek ve içecekler organik sebze ve meyvelerle hazırlanmalıdır.	208	69,8	71	23,8	19	6,4
Yöre mutfakları ile ilgili bilimsel çalışmalar yapılarak yazılı ve görsel belgelerle aktarılmalıdır.	212	71,1	71	23,8	15	5,0
Türk Mutfağına özgü yemekler aslına uygun olarak hazırlanmalıdır.	243	81,5	39	13,1	16	5,4
Menülerinde Türk Mutfağına özgü yiyecekler bulunduran işletmelerde hamur tatlılarının yanı sıra sütü tatlılara da yer verilmelidir.	234	78,5	51	17,1	13	4,4
Türk Mutfağına ait yemekler hakkında tanıtıcı bilgilerin yer aldığı broşürler, kitaplar hazırlanmalı.	263	88,3	24	8,1	11	3,7
Balık restoranlarının menülerinde Türk Mutfağına özgü balık yemekleri de bulunmalı ve balık yemekleri gastronomi kurallarına göre servis edilmelidir.	197	66,1	83	27,9	18	6,0
Menülerinde Türk Mutfağına özgü yiyecekler bulunduran işletmeler Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belgelendirilmeli ve sürekli olarak denetlenmelidir.	267	89,6	19	6,4	12	4,0
Türk Mutfağının sağlıklı beslenme ile örtüşen özellikleri ön plana çıkarılmalıdır.	230	77,2	54	18,1	14	4,7
Türk Mutfağı konusunda kalifiye eleman yetiştirilmelidir.	258	86,6	26	8,7	14	4,7

Tablo 17’de araştırmaya katılan öğrencilerin Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili tutum ifadelerine katılım durumları sunulmuştur. Öğrencilerin %89,6’sı menülerinde Türk Mutfağına özgü yiyecekler bulunduran işletmelerin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belgelendirilmesi ve sürekli olarak denetlenmesi gerektiğini ‘katılıyorum’ olarak belirtmişlerdir. Yöre mutfakları ile ilgili bilimsel çalışmalar yapılarak yazılı ve görsel

belgelerle aktarılmalıdır ifadesine öğrencilerin % 23,8'i kısmen katıldığı saptanmıştır.

Hacıoğlu ve arkadaşlarının (2009) Balıkesir’de yiyecek içecek işletmelerinin sahip ve yöneticilerinin pazarlama faaliyetlerinde yöresel mutfakların kullanımına yönelik çalışmada; işletme sahiplerinin %48,4’ünün müşteri tatmini ve bağlılığını sağlamak için yöresel yiyecekleri müşterilerine sunduğu sonucuna ulaşmışlardır. Yöresel mutfakları müşterilerine sunan işletmelerin %19,4’ünün rakiplerine göre rekabet üstünlüğünü elde etmek için, %16,1’inin karlılığı arttırmak için, %16,1’inin ise yöre mutfağının tanıtımını sağlamak için Balıkesir Mutfağına ait yiyecekleri sunduklarını saptamıştır.

Plummer ve arkadaşlarının (2005) Kanada’da yaptığı araştırmada; Kanada’ya gelen turistlerin % 36,2’si için biranın seyahat tercihlerinde önemli olduğunu, %89,9’unun Kanada birasını denediğini, %96,2’sinin daha sonra da içmek istediğini ve %98,5’inin başkalarına tavsiye edeceğini saptamıştır.

#### **2.2.3.4. Öğrencilerin Gastronomi Davranışlarına Göre Dağılımları**

Tablo 18’de öğrencilerin gastronomi davranışlarına göre dağılımları frekans (f) ve yüzde (%) değerleri ile verilmiştir.

**Tablo 18. Öğrencilerin Gastronomi Davranışlarına Göre Dağılımları**

GASTRONOMİ DAVRANIŞLARI	Her zaman		Bazen		Hiçbir Zaman	
	f	%	f	%	f	%
Farklı yörelerin beslenme kültürünü bilmek isterim.	245	82,2	49	16,5	4	1,3
Dışarıda yemek yiyeceğim zaman farklı yörelerin mutfakların tercih ederim.	58	19,5	161	54,0	79	26,5
Sürekli yeni yiyecekler denemek isterim.	190	63,8	100	33,5	8	2,7
Alışık olmadığım tatları denemek isterim.	170	57,0	115	38,6	13	4,4
Yemek yaparken yeni yemekleri yapmayı denerim.	166	55,7	110	36,9	22	7,4
Dışarıda yemek yediğimde farklı tatları denerim.	118	39,6	160	53,7	20	6,7
Yeni tatlara güvenmem.	27	9,1	218	73,1	53	17,8
İçeriğini bilmediğim yemekleri yemem.	96	32,2	138	46,3	64	21,5
Dışarıda yemek yiyeceğim zaman, alışık olduğum yemekleri tercih ederim.	108	36,2	167	56,1	23	7,7
Yemek festivallerine katılırım.	42	14,1	138	46,3	118	39,6
Bir restorana gittiğimde şefin özel yemeğini sipariş ederim.	44	14,8	141	47,3	113	37,9
Yemek mönüsünde ismini ilk defa gördüğüm yiyecekleri merak ederim.	135	45,3	124	41,6	39	13,1

Öğrenciler gastronomi davranışlarına göre değerlendirildiğinde; %82,2'si farklı yörelerin beslenme kültürünü bilmek istediğini, %63,8'i yeni yiyecekler denemek istediğini, % 57,0'si alışık olmadığı tatları denemeyi eğlenceli bulduğunu, %55,7'si yemek yaparken yeni yemekler yapmayı denediklerini, %45,3'ü ise yemek menüsünde ismini ilk defa gördüğü yiyecekleri merak ettiğini 'her zaman' olarak belirtmişlerdir (Tablo 18).

Tablo 18 incelendiğinde öğrencilerin %54,0'ünün dışarıda yemek yiyeceği zaman farklı yörelerin mutfaklarını, %53,7'sinin dışarıda yemek yiyeceği zaman farklı tatları, %56,1'inin dışarıda yemek yiyeceği zaman alışık olduğu yemekleri, %47,3'ünün restorana gittiğinde şefin özel yemeğini bazen tercih ettiği görülmektedir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin %39,6'sı hiçbir zaman yemek festivallerine katılmadığını belirtmişlerdir.

### 2.2.3.5. Öğrencilerin Seyahat Ettiği Yerlerdeki Gastronomi Tercihleri ve Satın Alma Davranışlarına Göre Dağılımı

Tablo 19'da öğrencilerin seyahat ettiği yerlerdeki gastronomi tercihleri ve satın alma davranışlarına göre dağılımları frekans (f) ve yüzde (%) değerleri ile verilmiştir.

**Tablo 19. Öğrencilerin Seyahat Ettiği Yerlerdeki Gastronomi Tercihleri ve Satın Alma Davranışlarına Göre Dağılımı**

SEYAHAT ETTİĞİM YERLERDE ...	Her zaman		Bazen		Hiçbir Zaman	
	f	%	f	%	f	%
...yol kenarında satılan yiyecekleri tercih ederim.	43	14,4	157	52,7	98	32,9
...yerel lokantaları tercih ederim.	124	41,6	156	52,4	18	6,0
...Dünyaca ünlü lokanta zincirlerini tercih ederim.	58	19,5	147	49,3	93	31,2
...hazır yiyecekler tüketirim. (Bisküvi, konserve vb.)	49	16,4	187	62,8	62	20,8
...yemek yerken inanç sistemime uygun yerler seçerim.	110	36,9	96	32,2	92	30,9
...yerel yemekleri tercih ederim.	135	45,3	142	47,7	21	7,0
...yöresel sunulan yemekleri ve yöreyi yansıtan yiyecekleri tercih ederim.	165	54,0	126	42,3	11	3,7
...hazırlanışını görebileceğim yiyecekleri tercih ederim.	146	49,0	123	41,3	29	9,7
...yörenin özel yiyeceklerinden satın alırım.	101	33,9	140	47,0	57	19,1
...yöresel yemek kitapları satın alırım.	48	16,1	150	50,3	100	33,6
...yöresel yiyecek hazırlama araç gereçlerini satın alırım.	58	19,5	135	45,3	105	35,2

Tablo 19 incelendiğinde, öğrencilerin %36,9'unun inanç sistemine uygun yerleri, %54,0'ünün yöresel sunulan yiyecekleri ve yöreyi yansıtan yiyecekleri her zaman tercih ettiği görülmektedir.

Öğrencilerin seyahat ettikleri yerlerdeki gastronomi tercihleri incelendiğinde %52,7'sinin yol kenarında satılan yiyecekleri, %52,4'ünün yerel lokantaları %49,3'ünün Dünyaca ünlü lokantaları, %62,8'inin hazır yiyecekleri, %47,7'sinin yerel yemekleri bazen tercih ettiği görülmektedir (Tablo 19).

Öğrencilerin %33,6'sının yöresel yemek kitaplarını, %35,2'sinin ise yöresel yiyecek hazırlama araç gereçlerini hiçbir zaman satın almadığı saptanmıştır (Tablo 19).

Akman (1998) yaptığı araştırmada Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin %59,3'ünün gittikleri ülkelerin mutfak kültürleri hakkında önceden bilgi aldıklarını ve Türkiye'de kaldıkları süre içerisinde %62,9'unun Türk Mutfağından %26,3'ünün kendi mutfağından yararlanmak istediği sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca, %59,2'sinin Türk yemeklerini ilk olarak kaldıkları tesiste, %30,7'sinin restoranda %9,1'inin sokak satıcılarında denediğini tespit etmiştir.

Akman ve Hasipek (1999) Türkiye'ye üç defadan fazla gelenlerin hepsinin, ilk gelenlerin %92,2'sinin Türk Mutfağı ile tanıştıklarını, %62,9'unun Türk Mutfağından yararlanmak istediklerini, yabancı turistlerin %94,0'ünün bugüne kadar Türk Mutfağına ait herhangi bir yiyecek-içeceği tükettiklerini saptamışlardır.

Öğrencilerin seyahat ettikleri yerlerdeki satın alma davranışlarına bakıldığında %47,'sinin yörenin özel yiyeceklerini, %50,3'ünün yöresel kitapları ve %45,3'ünün yöresel yiyecek hazırlama araç gereçlerini bazen satın aldığı görülmektedir.

#### **2.2.4. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Analizi**

Bu bölümde, öğrencilerin gastronomi turizmi bilgi düzeyleri ve tutumlarının değerlendirilmesine ilişkin analizler yer almaktadır. Öğrencilerin gastronomi turizmi bilgi düzeyini ölçen sorular ve tutum ifadelerinin; cinsiyet, eğitim aldığı program, eğitim gördüğü sınıf, mezun olduğu lise türü, mezun olduktan sonra çalışmak istediği alan, beslenme dersi alma durumu, Türk Mutfağı içerikli ders alma durumu, Dünya Mutfakları içerikli ders alma durumu, gastronomi içerikli dersleri uygulamalı alma durumu, gastronomi içerikli kitaplara sahip olma durumuna ve yöresel mutfaklarla ilgili gelişmeleri takip ettiği kaynaklara göre incelenmiştir.

### 2.2.4.1. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Cinsiyete Göre Dağılımları

Tablo 20’de öğrencilerin gastronomi turizmi bilgi düzeyleri ve tutumlarının cinsiyete göre dağılımları verilmiştir.

**Tablo 20. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Cinsiyete Göre Dağılımları**

	Cinsiyet	f	$(\bar{X})$	$(S\bar{X})$	$(S\bar{X})$	t	P
Gastronomi Turizmi İle İlgili Genel Bilgiler Soruları	Kız	140	50,23	19,10	1,61	0,78	0,43
	Erkek	158	48,45	19,99	1,59		
Gastronomi Turizmi Özelliğiyle Tanınan Destinasyonlar İle İlgili Sorular	Kız	140	41,00	15,23	1,29	0,65	0,51
	Erkek	158	42,28	18,06	1,44		
Türk Mutfağının Markalaşması ve Gastronomi Turizminde Etkin Olarak Yer Alması İle İlgili Sorular	Kız	140	40,43	10,36	0,88	2,05	0,04
	Erkek	158	43,38	14,25	1,13		
Gastronomi Davranışları İle İlgili Sorular	Kız	140	57,66	9,10	0,77	1,98	0,04
	Erkek	158	59,81	9,61	0,76		
Seyahat Ettiği Yerlerdeki Gastronomi Tercihleri ve Satın Alma Davranışları İle İlgili Sorular	Kız	140	63,53	9,49	0,80	0,60	0,55
	Erkek	158	62,79	11,33	0,90		

Tablo 20 incelendiğinde kız öğrencilerin gastronomi turizmi ile ilgili genel bilgiler sorularından aldığı ortalama puan ( $\bar{X} \pm S\bar{X}$ ) 50,23±1,61, erkek öğrencilerin ise ( $\bar{X} \pm S\bar{X}$ ) 48,45±1,59 olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir (p>0,05).

Kız öğrencilerin gastronomi turizmi özelliğiyle tanınan destinasyonlar ile ilgili sorulardan aldığı ortalama puan ( $\bar{X} \pm S\bar{X}$ ) 41,00±1,29 iken erkek öğrencilerde bu puan ( $\bar{X} \pm S\bar{X}$ ) 42,28±1,44’dür.

Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili sorular açısından incelendiğinde kız öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{X} \pm S\bar{X}$ ) 40,43±0,88, erkek öğrencilerinin ise 43,38±1,13’dür. Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili sorulardan



alınan puanların cinsiyete göre değişiklik gösterdiği görülmektedir (Tablo 20) ( $p<0,05$ ).

Tablo 20 öğrencilerin gastronomi davranışları ile ilgili sorulardan aldığı ortalama puanlar açısından incelendiğinde, kız öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $57,66 \pm 0,77$ , erkek öğrencilerinin ise ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $59,81 \pm 0,76$  olduğu görülmektedir.

**H.4.a.** Öğrencilerin gastronomi davranışları ile cinsiyetleri arasında bir etkileşim vardır hipotezi kabul edilir ( $p:0,04$ ). Buna göre gastronomi davranışlarının cinsiyete göre değişiklik gösterdiği saptanmıştır ( $p<0,05$ ).

Kız öğrencilerin seyahat ettiği yerlerdeki gastronomi tercihleri ve satın alma davranışları ile ilgili sorulardan aldığı ortalama puanın ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $63,53 \pm 0,80$ , erkek öğrencilerinin aldığı ortalama puanın ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $62,79 \pm 0,90$  olduğu Tablo 20’de görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ( $p>0,05$ ).

#### **2.2.4.2. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Programlarına Göre Dağılımları**

Tablo 21’de öğrencilerin gastronomi turizmi ile ilgili bilgi düzeylerinin programlarına göre dağılımları verilmiştir.

**Tablo 21. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Programlarına Göre Dağılımları**

	Program	f	( $\bar{\chi}$ )	(S $\bar{\chi}$ )	(S $\bar{\chi}$ )	F	p
Gastronomi Turizmi İle İlgili Genel Bilgiler Soruları	Ağırlama Hizmetleri	176	48,10	18,76	1,41	0,97	0,38
	Turizm ve Seyahat Hizmetleri	79	50,21	22,56	2,54		
	Turist Rehberliği	43	52,45	16,68	2,54		
	Toplam	298	49,29	19,57	1,13		
Gastronomi Turizmi Özelliğiyle Tanınan Destinasyonlar İle İlgili Sorular	Ağırlama Hizmetleri	176	41,93	16,66	1,26	2,73	0,07
	Turizm ve Seyahat Hizmetleri	79	38,73	17,35	1,95		
	Turist Rehberliği	43	46,05	15,45	2,36		
	Toplam	298	41,68	16,77	0,97		
Türk Mutfağının Markalaşması ve Gastronomi Turizminde Etkin Olarak Yer Alması İle İlgili Sorular	Ağırlama Hizmetleri	176	41,46	12,16	0,92	0,50	0,61
	Turizm ve Seyahat Hizmetleri	79	43,16	13,39	1,51		
	Turist Rehberliği	43	42,02	13,32	2,03		
	Toplam	298	41,99	12,64	0,73		
Gastronomi Davranışları İle İlgili Sorular	Ağırlama Hizmetleri	176	58,51	10,30	0,78	0,39	0,68
	Turizm ve Seyahat Hizmetleri	79	59,60	7,47	0,84		
	Turist Rehberliği	43	58,53	8,98	1,37		
	Toplam	298	58,80	9,42	0,55		
Seyahat Ettiği Yerlerdeki Gastronomi Tercihleri ve Satın Alma Davranışları İle İlgili Sorular	Ağırlama Hizmetleri	176	64,07	10,89	0,82	1,84	0,16
	Turizm ve Seyahat Hizmetleri	79	62,18	10,00	1,13		
	Turist Rehberliği	43	61,10	9,42	1,44		
	Toplam	298	63,14	10,49	0,61		

Tablo 21 incelendiğinde, gastronomi turizmi ile ilgili genel bilgiler sorularından Ağırlama Hizmetleri, Turizm ve Seyahat Hizmetleri ve Turist Rehberliği programı öğrencilerinin puan ortalaması sırasıyla ( $\bar{\chi} \pm S\bar{\chi}$ ) 48,10±1,41, 50,21±2,54 ve 52,45±2,54 olduğu görülmektedir.

**H<sub>1.a</sub>**. Öğrencilerin gastronomi turizmi ile ilgili genel bilgiler sorularından aldığı puanlarla eğitim aldıkları program arasında etkileşim vardır hipotezi reddedilir

( $p:0,38$ ). Bu sonuçlara göre gastronomi turizmi genel bilgi düzeyi ile eğitim alınan program arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ( $p>0,05$ ).

Ağırlama Hizmetleri Programı öğrencilerinin gastronomi turizmi özelliğiyle tanınan destinasyonlar ile ilgili sorulardan aldığı ortalama puan ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $41,93 \pm 1,26$ , Turizm ve Seyahat Hizmetleri Programı öğrencilerinin ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $38,73 \pm 1,95$ , Turist Rehberliği Programı öğrencilerinin ise ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $46,05 \pm 2,36$  olduğu Tablo 21’de görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H<sub>2.a</sub>**. Öğrencilerin gastronomi turizmi özelliğiyle tanınan destinasyonlar ile ilgili sorulardan aldığı puanlarla eğitim aldıkları program arasında etkileşim vardır hipotezi reddedilir ( $p:0,07$ ). Buna göre gastronomi destinasyonları bilgi düzeyi ile eğitim alınan program arasında ilişki olmadığı saptanmıştır ( $p>0,05$ ).

Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizmde etkin olarak yer alması ile ilgili sorulardan öğrencilerin aldığı puanlar Tablo 21’de verilmiştir. Buna göre; Ağırlama Hizmetleri Programı öğrencilerinin aldığı ortalama puan ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $41,46 \pm 0,92$ , Turizm ve Seyahat Hizmetleri Programı öğrencilerinin ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $43,16 \pm 1,51$ , Turist Rehberliği Programı öğrencilerinin ise ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $42,02 \pm 2,03$  olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H<sub>3.a</sub>**. Öğrencilerin Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizmde etkin olarak yer alması ile ilgili sorulardan aldığı puanlarla eğitim aldıkları program arasında etkileşim vardır hipotezi reddedilir ( $p:0,61$ ). Bu sonuçlara göre Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizmde etkin olarak yer alması ile ilgili tutumlar ile eğitim alınan program arasında ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ( $p>0,05$ ).

Gastronomi davranışları ile ilgili sorulardan Ağırlama Hizmetleri, Turizm ve Seyahat Hizmetleri ve Turist Rehberliği programı öğrencilerinin aldığı ortalama puan sırasıyla ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $58,51 \pm 0,78$ ,  $59,60 \pm 0,84$ ,  $58,53 \pm 1,37$ ’dür. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ( $p>0,05$ ).

Tablo 21 öğrencilerin seyahat ettiği yerlerdeki gastronomi tercihleri ve satın alma davranışları ile ilgili sorulardan aldıkları puanlar açısından incelendiğinde Ağırlama Hizmetleri Programı öğrencilerin ortalama puanın ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $64,07 \pm 0,82$ ,

Turizm ve Seyahat Hizmetleri Programı öğrencilerinin ( $\bar{\chi} \pm S \bar{\chi}$ )  $62,18 \pm 1,13$ , Turist Rehberliği Programı öğrencilerinin ( $\bar{\chi} \pm S \bar{\chi}$ )  $61,10 \pm 1,44$  olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ( $p > 0,05$ ).

### 2.2.4.3. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Sınıflarına Göre Dağılımları

Tablo 22’de öğrencilerin gastronomi turizmi bilgi düzeyleri ve tutumlarının sınıflarına göre dağılımları verilmiştir.

**Tablo 22. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Sınıflarına Göre Dağılımları**

	Sınıf	f	( $\bar{\chi}$ )	(S $\bar{\chi}$ )	(S $\bar{\chi}$ )	t	p
Gastronomi Turizmi İle İlgili Genel Bilgiler Soruları	1.Sınıf	119	47,99	18,58	1,70	0,95	0,34
	2.Sınıf	179	50,15	20,20	1,51		
Gastronomi Turizmi Özelliğiyle Tanınan Destinasyonlar İle İlgili Sorular	1.Sınıf	119	39,66	17,85	1,64	1,65	0,09
	2.Sınıf	179	43,02	15,93	1,19		
Türk Mutfağının Markalaşması ve Gastronomi Turizminde Etkin Olarak Yer Alması İle İlgili Sorular	1.Sınıf	119	41,90	13,98	1,28	0,09	0,92
	2.Sınıf	179	42,05	11,70	0,87		
Gastronomi Davranışları İle İlgili Sorular	1.Sınıf	119	58,40	10,03	0,92	0,57	0,56
	2.Sınıf	179	59,06	9,01	0,67		
Öğrencilerin Seyahat Ettiği Yerlerdeki Gastronomi Tercihleri ve Satın Alma Davranışları İle İlgili Sorular	1.Sınıf	119	62,54	10,59	0,97	0,79	0,42
	2.Sınıf	179	63,53	10,44	0,78		

Tablo 22 incelendiğinde birinci sınıf öğrencilerin gastronomi turizmi ile ilgili genel bilgiler sorularından aldığı ortalama puanın ( $47,99 \pm 1,70$ ) ikinci sınıf öğrencilerinin aldığı ortalama puandan ( $50,15 \pm 1,51$ ) daha düşük olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H<sub>1.b</sub>**. Öğrencilerin gastronomi turizmi ile ilgili genel bilgiler sorularından aldığı puanlarla eğitim aldıkları sınıf arasında etkileşim vardır hipotezi reddedilir ( $p: 0,34$ ). Buna göre gastronomi turizmi genel bilgi düzeyi ile eğitim alınan sınıf arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ( $p > 0,05$ ).

Öğrencilerin gastronomi turizmi özelliğiyle tanınan destinasyonlar ile ilgili sorulardan aldığı ortalama puanlar Tablo 22’de verilmiştir. Buna göre birinci sınıf öğrenciler  $39,66 \pm 1,64$  ortalama puana alırken ikinci sınıf öğrencilerinin  $43,02 \pm 1,19$  puan aldıkları saptanmıştır. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H<sub>2.b</sub>**. Öğrencilerin gastronomi turizmi özelliğiyle tanınan destinasyonlar ile ilgili sorulardan aldığı puanlarla eğitim aldıkları sınıf arasında etkileşim vardır hipotezi reddedilir (p: 0,09). Buna göre gastronomi destinasyonları bilgi düzeyi ile eğitim alınan sınıf arasında ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (p>0,05).

Tablo 22 Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili sorular açısından incelendiğinde ise birinci sınıf öğrencilerinin aldığı ortalama puanın ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $41,90 \pm 1,28$ , ikinci sınıf öğrencilerinin aldığı ortalama puanın ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $42,05 \pm 0,87$  olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir (p>0,05).

Öğrencilerin gastronomi davranışları ile ilgili sorulardan aldığı puanlar incelendiğinde birinci sınıf öğrencilerin ortalama ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $58,40 \pm 0,92$  puan, ikinci sınıf öğrencilerinin ise ortalama ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $59,06 \pm 0,67$  puan aldığı görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir (p>0,05).

Tablo 22’ye göre öğrencilerin seyahat ettiği yerlerdeki gastronomi tercihleri ve satın alma davranışları ile ilgili sorulardan birinci sınıf öğrencilerinin aldığı ortalama puanın ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $62,54 \pm 0,97$ , ikinci sınıf öğrencilerinin aldığı ortalama puanın ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $63,53 \pm 0,78$  olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir (p>0,05).

#### **2.2.4.4. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Mezun Oldukları Lise Türlerine Göre Dağılımları**

Tablo 23’de öğrencilerin gastronomi turizmi bilgi düzeyleri ve tutumlarının mezun oldukları lise türlerine göre dağılımları verilmiştir.

**Tablo 23. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Mezun Oldukları Lise Türüne Göre Dağılımları**

	Mezun Olduğu Lise Türü	f	$(\bar{\chi})$	$(S\chi)$	$(S\bar{\chi})$	F	p
Gastronomi Turizmi İle İlgili Genel Bilgiler Soruları	Anadolu Lisesi	27	45,26	16,86	3,24	4,52	0,00
	Genel Lise	193	52,15	19,06	1,37		
	Meslek Lisesi	53	41,92	18,82	2,59		
	Diğer	25	47,11	23,41	4,68		
	Toplam	298	49,29	19,57	1,13		
Gastronomi Turizmi Özelliğiyle Tanınan Destinasyonlar İle İlgili Sorular	Anadolu Lisesi	27	45,19	18,89	3,63	2,12	0,10
	Genel Lise	193	41,04	15,38	1,11		
	Meslek Lisesi	53	44,91	19,18	2,63		
	Diğer	25	36,00	18,26	3,65		
	Toplam	298	41,68	16,77	0,97		
Türk Mutfağının Markalaşması ve Gastronomi Turizminde Etkin Olarak Yer Alması İle İlgili Sorular	Anadolu Lisesi	27	41,73	13,35	2,57	4,20	0,01
	Genel Lise	193	42,06	11,70	0,84		
	Meslek Lisesi	53	38,49	7,50	1,03		
	Diğer	25	49,20	22,05	4,41		
	Toplam	298	41,99	12,64	0,73		
Öğrencilerin Gastronomi Davranışları İle İlgili Sorular	Anadolu Lisesi	27	59,47	7,48	1,44	0,17	0,92
	Genel Lise	193	58,82	9,49	0,68		
	Meslek Lisesi	53	58,91	10,67	1,47		
	Diğer	25	57,67	8,31	1,66		
	Toplam	298	58,80	9,42	0,55		
Öğrencilerin Seyahat Ettiği Yerlerdeki Gastronomi Tercihleri ve Satın Alma Davranışları İle İlgili Sorular	Anadolu Lisesi	27	62,18	10,71	2,06	0,14	0,94
	Genel Lise	193	63,34	10,51	0,76		
	Meslek Lisesi	53	63,24	9,82	1,35		
	Diğer	25	62,42	11,99	2,40		
	Toplam	298	63,14	10,49	0,61		

Anadolu Liselerinden mezun olan öğrencilerin gastronomi turizmi ile ilgili genel bilgiler sorularından aldığı ortalama puan ( $\bar{\chi} \pm S\bar{\chi}$ )  $45,26 \pm 3,24$ , Genel Liselerden mezun olan öğrencilerin ( $\bar{\chi} \pm S\bar{\chi}$ )  $52,15 \pm 1,37$ , Meslek Liselerinden mezun olan öğrencilerin ise ( $\bar{\chi} \pm S\bar{\chi}$ )  $41,92 \pm 2,59$  puan aldıkları belirlenmiştir (Tablo 23). İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H<sub>1.c.</sub>** Öğrencilerin gastronomi turizmi ile ilgili genel bilgiler sorularından aldığı puanlarla mezun oldukları lise türü arasında etkileşim vardır hipotezi kabul edilir

( $p:0,00$ ). Buna göre gastronomi turizmi genel bilgi düzeyinin mezun olunan lise türüne göre değişiklik gösterdiği saptanmıştır ( $p<0,05$ ).

Anadolu Liselerinden mezun olan öğrencilerin gastronomi turizmi özelliğiyle tanınan destinasyonlar ile ilgili sorulardan aldığı ortalama puan ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $45,19 \pm 3,63$ , Genel Liselerden mezun olan öğrencilerin ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $41,04 \pm 1,11$ , Meslek Liselerinden mezun olan öğrencilerin ise ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $44,91 \pm 2,63$  olduğu Tablo 23'te görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H<sub>2.c</sub>**. Öğrencilerin gastronomi turizmi özelliğiyle tanınan destinasyonlar ile ilgili sorulardan aldığı puanlarla mezun oldukları lise türü arasında etkileşim vardır hipotezi reddedilir ( $p: 0,10$ ). Buna göre gastronomi destinasyonları bilgi düzeyi ile mezun olunan lise türü arasında ilişki olmadığı saptanmıştır ( $p>0,05$ ).

Tablo 23 Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili sorular açısından incelendiğinde Anadolu Liselerinden, Genel Liselerden, Meslek Liselerinden mezun olan öğrencilerin aldığı ortalama puan sırasıyla ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $41,73 \pm 2,57$ ,  $42,06 \pm 0,84$ ,  $38,49 \pm 1,03$ 'dür. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H<sub>3.b</sub>**. Öğrencilerin Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili sorulardan aldığı puanlarla mezun oldukları lise türü arasında etkileşim vardır hipotezi kabul edilir ( $p:0,01$ ). Buna göre Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili tutumların mezun olunan lise türüne göre değişiklik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır ( $p<0,05$ ).

Öğrencilerin gastronomi davranışları ile ilgili sorulardan aldıkları puanlar incelendiğinde Anadolu Liselerinden mezun olan öğrencilerin aldığı ortalama puanın ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $59,47 \pm 1,44$ , Genel Liselerden mezun olan öğrencilerin ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $58,82 \pm 0,68$ , Meslek Liselerinden mezun olan öğrencilerin ise ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $58,91 \pm 1,47$  olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ( $p>0,05$ ).

Seyahat ettikleri yerlerdeki gastronomi tercihleri ve satın alma davranışları ile ilgili sorulardan Anadolu Liselerinden mezun olan öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $62,18 \pm 2,06$ , Genel Liselerden mezun olan öğrencilerinin ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $63,34 \pm 0,76$ , Meslek Liselerinden mezun olan öğrencilerin ise ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $63,24 \pm 1,35$

olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ( $p>0,05$ ).

#### **2.2.4.5. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Mezun Olduktan Sonra Çalışmak İstedikleri Alanlara Göre Dağılımları**

Tablo 24’de öğrencilerin gastronomi turizmi bilgi düzeyleri ve tutumlarının mezun olduktan sonra çalışmak istedikleri alanlara göre dağılımları verilmiştir.



**Tablo 24. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Mezun Olduktan Sonra Çalışmak İstedikleri Alanlara Göre Dağılımları**

	Mezun Olduktan Sonra Çalışmak İsteddiği Alan	f	( $\bar{\chi}$ )	(S $\chi$ )	(S $\bar{\chi}$ )	F	p
Gastronomi Turizmi İle İlgili Genel Bilgiler Soruları	Seyahat Acentesi	98	49,88	21,77	2,20	1,05	0,37
	Konaklama İşletmeleri	105	48,67	18,38	1,79		
	Yiyecek İçecek İşletmeleri	47	45,86	20,93	3,05		
	Diğer	48	52,77	15,46	2,23		
	Toplam	298	49,29	19,57	1,13		
Gastronomi Turizmi Özelliğiyle Tanınan Destinasyonlar İle İlgili Sorular	Seyahat Acentesi	98	42,45	18,00	1,82	0,23	0,88
	Konaklama İşletmeleri	105	41,14	17,50	1,71		
	Yiyecek İçecek İşletmeleri	47	40,43	16,41	2,39		
	Diğer	48	42,50	12,80	1,85		
	Toplam	298	41,68	16,77	0,97		
Türk Mutfağının Markalaşması ve Gastronomi Turizminde Etkin Olarak Yer Alması İle İlgili Sorular	Seyahat Acentesi	98	43,47	13,56	1,37	1,89	0,13
	Konaklama İşletmeleri	105	42,83	14,80	1,44		
	Yiyecek İçecek İşletmeleri	47	40,21	10,01	1,46		
	Diğer	48	38,89	5,25	0,76		
	Toplam	298	41,99	12,64	0,73		
Öğrencilerin Gastronomi Davranışları İle İlgili Sorular	Seyahat Acentesi	98	59,61	9,13	0,92	0,57	0,63
	Konaklama İşletmeleri	105	58,52	10,40	1,02		
	Yiyecek İçecek İşletmeleri	47	57,51	9,03	1,32		
	Diğer	48	59,03	8,13	1,17		
	Toplam	298	58,80	9,42	0,55		
Öğrencilerin Seyahat Ettiği Yerlerdeki Gastronomi Tercihleri ve Satın Alma Davranışları İle İlgili Sorular	Seyahat Acentesi	98	62,65	9,78	0,99	1,35	0,26
	Konaklama İşletmeleri	105	63,78	11,74	1,15		
	Yiyecek İçecek İşletmeleri	47	60,93	10,04	1,46		
	Diğer	48	64,90	9,25	1,33		
	Toplam	298	63,14	10,49	0,61		

Mezun olduktan sonra seyahat acentesi, konaklama işletmelerinde, yiyecek içecek işletmelerinde çalışmak isteyen öğrencilerin gastronomi turizmi ile ilgili genel

bilgiler sorularından aldıkları ortalama puanlar sırasıyla  $49,88 \pm 2,20$ ,  $48,67 \pm 1,79$  ve  $45,86 \pm 3,05$ 'dir (Tablo 24). İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H<sub>1.d</sub>**. Öğrencilerin gastronomi turizmi ile ilgili genel bilgiler sorularından aldığı puanlarla mezun olduktan sonra çalışmak istedikleri alan arasında etkileşim vardır hipotezi reddedilir ( $p:0,37$ ). Buna göre gastronomi turizmi genel bilgi düzeyi ile öğrencilerin mezun olduktan sonra çalışmak istedikleri alan arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ( $p>0,05$ ).

Mezun olduktan sonra seyahat acentesinde çalışmak isteyen öğrencilerin gastronomi turizmi özelliğiyle tanınan destinasyonlar ile ilgili sorulardan aldığı ortalama puan ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $42,45 \pm 1,82$ 'dir (Tablo 24). İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ( $p>0,05$ ).

Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili sorulardan öğrencilerin aldıkları ortalama puanlar Tablo 24'te verilmiştir. Buna göre mezun olduktan sonra seyahat acentesinde çalışmak isteyen öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $43,47 \pm 1,37$ , konaklama işletmelerinde çalışmak isteyen öğrencilerin ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $42,83 \pm 1,44$ , yiyecek içecek işletmelerinde çalışmak isteyen öğrencilerin ise ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $40,21 \pm 1,46$  olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ( $p>0,05$ ).

Mezun olduktan sonra seyahat acentesinde çalışmak isteyen öğrencilerin gastronomi davranışları ile ilgili sorulardan aldığı ortalama puan ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $59,61 \pm 0,92$ , konaklama işletmelerinde çalışmak isteyen öğrencilerin ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $58,52 \pm 1,02$ , yiyecek içecek işletmelerinde çalışmak isteyen öğrencilerin ise ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $57,51 \pm 1,32$ 'dir (Tablo 24). İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ( $p>0,05$ ).

Öğrencilerin seyahat ettiği yerlerdeki gastronomi tercihleri ve satın alma davranışları ile ilgili sorulardan aldığı ortalama puanlara bakıldığında mezun olduktan sonra seyahat acentesinde çalışmak isteyen öğrencilerin ortalama ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $62,65 \pm 0,99$  puan, konaklama işletmelerinde çalışmak isteyen öğrencilerin ortalama ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $63,78 \pm 1,15$  puan, yiyecek içecek işletmelerinde çalışmak isteyen

öğrencilerin ise ortalama ( $\bar{\chi} \pm S\bar{\chi}$ ) 60,93±1,46 puan aldığı Tablo 24’de görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ( $p>0,05$ )

#### 2.2.4.6. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Beslenme Dersi Alma Durumlarına Göre Dağılımları

Tablo 25’de öğrencilerin gastronomi turizmi bilgi düzeyleri ve tutumlarının beslenme dersi alma durumlarına göre dağılımları verilmiştir.

**Tablo 25. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Beslenme Dersi Alma Durumlarına Göre Dağılımları**

	Beslenme Dersi Aldım	f	( $\bar{\chi}$ )	(S $\bar{\chi}$ )	(S $\bar{\chi}$ )	t	p
Gastronomi Turizmi İle İlgili Genel Bilgiler Soruları	Evet	174	47,63	18,61	1,41	1,70	0,09
	Hayır	124	51,61	20,69	1,86		
Gastronomi Turizmi Özelliğiyle Tanınan Destinasyonlar İle İlgili Sorular	Evet	174	40,57	17,92	1,36	1,38	0,16
	Hayır	124	43,23	14,96	1,34		
Türk Mutfağının Markalaşması ve Gastronomi Turizminde Etkin Olarak Yer Alması İle İlgili Sorular	Evet	174	40,17	9,57	0,73	2,98	0,03
	Hayır	124	44,54	15,68	1,41		
Gastronomi Davranışları İle İlgili Sorular	Evet	174	57,98	9,61	0,73	1,79	0,07
	Hayır	124	59,95	9,07	0,81		
Seyahat Ettiği Yerlerdeki Gastronomi Tercihleri ve Satın Alma Davranışları İle İlgili Sorular	Evet	174	63,32	10,42	0,79	0,35	0,72
	Hayır	124	62,88	10,64	0,96		

Tablo 25 incelendiğinde “Beslenme dersi aldım” diyen öğrencilerin gastronomi turizmi ile ilgili genel bilgiler sorularından aldığı ortalama puan ( $\bar{\chi} \pm S\bar{\chi}$ ) 47,63±1,41, “Beslenme dersi almadım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{\chi} \pm S\bar{\chi}$ ) 51,61±1,86 olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ( $p>0,05$ ).

Gastronomi turizmi özelliğiyle tanınan destinasyonlar ile ilgili sorulardan “Beslenme dersi aldım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puanın ( $\bar{\chi} \pm S\bar{\chi}$ ) 40,57±1,36, “Beslenme dersi almadım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puanın ( $\bar{\chi} \pm S\bar{\chi}$ ) 43,23±1,34 olduğu görülmektedir (Tablo 25). İstatistiksel olarak

değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ( $p>0,05$ ).

Tablo 25'e göre öğrencilerin Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili sorulardan aldığı ortalama puanlar incelendiğinde “Beslenme dersi aldım” diyen öğrencilerin ortalama ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $40,17 \pm 0,73$  puan, “Beslenme dersi almadım” diyen öğrencilerin ortalama ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $44,54 \pm 1,41$  puan aldığı görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H<sub>3.c.</sub>** Öğrencilerin Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili sorulardan aldığı puanlarla beslenme dersi alması arasında etkileşim vardır hipotezi kabul edilir ( $p:0,03$ ). Buna göre Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili tutumların öğrencilerin beslenme dersi alma durumlarına göre değişiklik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. ( $p<0,05$ ).

Öğrencilerin gastronomi davranışları ile ilgili sorulardan aldığı ortalama puanlar incelendiğinde “Beslenme dersi aldım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puanın ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $57,98 \pm 0,73$ , “Beslenme dersi almadım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puanın ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $59,95 \pm 0,81$  olduğu görülmektedir (Tablo 25). İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H<sub>4.b.</sub>** Öğrencilerin gastronomi davranışları ile beslenme dersi alması arasında etkileşim vardır hipotezi reddedilir ( $p:0,07$ ). Buna göre gastronomi davranışlarını ile öğrencilerin beslenme dersi alma durumları arasında ilişki olmadığı saptanmıştır ( $p>0,05$ ).

“Beslenme dersi aldım” diyen öğrencilerin seyahat ettiği yerlerdeki gastronomi tercihleri ve satın alma davranışları ile ilgili sorulardan aldığı ortalama puanın ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $63,32 \pm 0,79$ , “Beslenme dersi almadım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puanın ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $62,88 \pm 0,96$  olduğu Tablo 25'de görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H<sub>5.a.</sub>** Öğrencilerin seyahat ettiği yerlerdeki gastronomi tercihleri ve satın alma davranışları ile beslenme dersi alması arasında etkileşim vardır hipotezi reddedilir ( $p:0,72$ ). Buna göre öğrencilerin seyahat ettikleri yerlerdeki gastronomi tercihleri ve

satın alma davranışları ile beslenme dersi alma durumları arasında ilişki olmadığı saptanmıştır ( $p>0,05$ ).

#### 2.2.4.7. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Türk Mutfağı İçerikli Ders Alma Durumlarına Göre Dağılımları

Tablo 26’da öğrencilerin gastronomi turizmi bilgi düzeyleri ve tutumlarının Türk Mutfağı içerikli ders alma durumlarına göre dağılımları verilmiştir.

**Tablo 26. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Türk Mutfağı Dersi Alma Durumlarına Göre Dağılımları**

	Türk Mutfağı İçerikli Ders Aldım	f	( $\bar{\chi}$ )	(S $\chi$ )	(S $\bar{\chi}$ )	t	p
Gastronomi Turizmi İle İlgili Genel Bilgiler Soruları	Evet	205	49,97	19,97	1,39	0,91	0,36
	Hayır	93	47,78	18,66	1,94		
Gastronomi Turizmi Özelliğiyle Tanınan Destinasyonlar İle İlgili Sorular	Evet	205	42,05	16,02	1,12	0,53	0,59
	Hayır	93	40,86	18,40	1,91		
Türk Mutfağının Markalaşması ve Gastronomi Turizmde Etkin Olarak Yer Alması İle İlgili Sorular	Evet	205	40,29	9,49	0,66	3,50	0,01
	Hayır	93	45,73	17,18	1,78		
Gastronomi Davranışları İle İlgili Sorular	Evet	205	58,08	9,27	0,65	1,95	0,04
	Hayır	93	60,39	9,60	1,00		
Seyahat Ettiği Yerlerdeki Gastronomi Tercihleri ve Satın Alma Davranışları İle İlgili Sorular	Evet	205	62,93	10,31	0,72	0,50	0,61
	Hayır	93	63,60	10,92	1,13		

Tablo 26 incelendiğinde “Türk Mutfağı içerikli ders aldım” diyen öğrencilerin gastronomi turizmi ile ilgili genel bilgiler sorularından aldığı ortalama puan ( $\bar{\chi} \pm S\bar{\chi}$ )  $49,97 \pm 1,39$ , “Türk Mutfağı içerikli ders almadım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{\chi} \pm S\bar{\chi}$ )  $47,78 \pm 1,94$  olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H<sub>1.e</sub>**. Öğrencilerin gastronomi turizmi ile ilgili genel bilgiler sorularından aldığı puanlarla Türk Mutfağı içerikli ders alması arasında etkileşim vardır hipotezi reddedilir ( $p:0,36$ ). Burada hareketle gastronomi turizmi genel bilgi düzeyi ile Türk Mutfağı içerikli ders alma durumları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ( $p>0,05$ ).

Tablo 26 gastronomi turizmi özelliğiyle tanınan destinasyonlar ile ilgili sorular açısından incelendiğinde “Türk Mutfağı içerikli ders aldım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puanın ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $42,05 \pm 1,12$ , “Türk Mutfağı içerikli ders almadım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puanın ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $40,86 \pm 1,91$  olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H.2.a.** Öğrencilerin gastronomi turizmi özelliğiyle tanınan destinasyonlar ile ilgili sorulardan aldığı puanlarla Türk Mutfağı içerikli ders alması arasında etkileşim vardır hipotezi reddedilir ( $p:0,59$ ). Buna göre gastronomi destinasyonları bilgi düzeyi ile Türk Mutfağı içerikli ders alma durumları arasında ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ( $p>0,05$ ).

“Türk Mutfağı içerikli ders aldım” diyen öğrencilerin Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili sorulardan aldığı ortalama puan ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $40,29 \pm 0,66$ , “Türk Mutfağı içerikli ders almadım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $45,73 \pm 1,78$  olduğu görülmektedir (Tablo 26). İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H.3.a.** Öğrencilerin Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili sorulardan aldığı puanlarla Türk Mutfağı içerikli ders alması arasında etkileşim vardır hipotezi kabul edilir ( $p:0,01$ ). Buna göre Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili tutumların Türk Mutfağı içerikli ders alma durumuna göre değişiklik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır ( $p<0,05$ ).

Öğrencilerin gastronomi davranışları ile ilgili sorulardan aldığı ortalama puan Tablo 26’da verilmiştir. Buna göre “Türk Mutfağı içerikli ders aldım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puanın ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $58,08 \pm 0,65$ , “Türk Mutfağı içerikli ders almadım ” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puanın ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $60,39 \pm 1,00$  olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H.4.e.** Öğrencilerin gastronomi davranışları ile Türk Mutfağı içerikli ders alması arasında etkileşim vardır hipotezi kabul edilir ( $p:0,04$ ). Gastronomi davranışlarının Türk Mutfağı içerikli ders alma durumuna göre değişiklik gösterdiği saptanmıştır ( $p<0,05$ ).

Tablo 26 incelendiğinde “Türk Mutfağı içerikli ders aldım” diyen öğrencilerin seyahat ettiği yerlerdeki gastronomi tercihleri ve satın alma davranışları ile ilgili sorulardan aldığı ortalama puan ( $\bar{\chi} \pm S \bar{\chi}$ )  $62,93 \pm 0,72$ , “Türk Mutfağı içerikli ders almadım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{\chi} \pm S \bar{\chi}$ )  $63,60 \pm 1,13$  olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H.5.b.** Öğrencilerin seyahat ettiği yerlerdeki gastronomi tercihleri ve satın alma davranışları ile Türk Mutfağı içerikli ders alması arasında etkileşim vardır hipotezi reddedilir ( $p:0,61$ ). Buna göre öğrencilerin seyahat ettikleri yerlerdeki gastronomi tercihleri ve satın alma davranışları ile Türk Mutfağı dersi alma durumları arasında ilişki olmadığı saptanmıştır ( $p>0,05$ ).

#### 2.2.4.8. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Dünya Mutfakları İçerikli Ders Alma Durumlarına Göre Dağılımları

Tablo 27’de öğrencilerin gastronomi turizmi bilgi düzeyleri ve tutumlarının Dünya Mutfakları içerikli ders alma durumlarına göre dağılımları verilmiştir.

**Tablo 27. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Dünya Mutfakları İçerikli Ders Alma Durumlarına Göre Dağılımları**

	Dünya Mutfakları İçerikli Ders Aldım	f	( $\bar{\chi}$ )	(S $\bar{\chi}$ )	(S $\bar{\chi}$ )	t	p
Gastronomi Turizmi İle İlgili Genel Bilgiler Soruları	Evet	172	51,61	19,21	1,46	2,40	0,01
	Hayır	126	46,12	19,68	1,75		
Gastronomi Turizmi Özelliğiyle Tanınan Destinasyonlar İle İlgili Sorular	Evet	172	41,86	15,49	1,18	0,21	0,82
	Hayır	126	41,43	18,45	1,64		
Türk Mutfağının Markalaşması ve Gastronomi Turizminde Etkin Olarak Yer Alması İle İlgili Sorular	Evet	172	39,86	8,37	0,64	3,40	0,01
	Hayır	126	44,89	16,40	1,46		
Gastronomi Davranışları İle İlgili Sorular	Evet	172	58,12	9,57	0,73	1,46	0,14
	Hayır	126	59,72	9,17	0,82		
Seyahat Ettiği Yerlerdeki Gastronomi Tercihleri ve Satın Alma Davranışları İle İlgili Sorular	Evet	172	62,79	10,76	0,82	0,67	0,50
	Hayır	126	63,61	10,14	0,90		

Tablo 27 incelendiğinde “Dünya Mutfakları içerikli ders aldım” diyen öğrencilerin gastronomi turizmi ile ilgili genel bilgiler sorularından aldığı ortalama puan ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ ) 51,61±1,46, “Dünya Mutfakları içerikli ders almadım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ ) 46,12±1,75 olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H.1.f.** Öğrencilerin gastronomi turizmi ile ilgili genel bilgiler sorularından aldığı puanlarla Dünya Mutfakları içerikli ders alması arasında etkileşim vardır hipotezi kabul edilir (p:0,01). Buna göre gastronomi turizmi genel bilgi düzeyinin Dünya Mutfakları içerikli ders alma durumlarına göre değişiklik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır (p<0,05).

Öğrencilerin gastronomi turizmi özelliğiyle tanınan destinasyonlar ile ilgili sorulardan aldığı ortalama puanlar Tablo 27’de verilmiştir. Buna göre “Dünya Mutfakları içerikli ders aldım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puanın ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ ) 41,86±1,18, “Dünya Mutfakları içerikli ders almadım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puanın ise ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ ) 41,43±1,64 olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H.1.e.** Öğrencilerin gastronomi turizmi özelliğiyle tanınan destinasyonlar ile ilgili sorulardan aldığı puanlarla Dünya Mutfakları içerikli ders alması arasında etkileşim vardır hipotezi reddedilir (p:0,82) Buna göre gastronomi destinasyonları bilgi düzeyi ile Dünya Mutfakları içerikli ders alma durumları arasında ilişki olmadığı saptanmıştır (p>0,05).

“Dünya Mutfakları içerikli ders aldım” diyen öğrencilerin Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili sorulardan aldığı ortalama puan ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ ) 39,86±0,64, “Dünya Mutfakları içerikli ders almadım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ ) 44,89±1,46 olduğu görülmektedir (Tablo 27). İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H.3.e.** Öğrencilerin Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili sorulardan aldığı puanlarla Dünya Mutfakları içerikli ders alması arasında etkileşim vardır hipotezi kabul edilir (p:0,01). Buna göre Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili



tutumların Dünya Mutfakları içerikli ders alma durumuna göre değişiklik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır ( $p<0,05$ ).

Tablo 27 öğrencilerin gastronomi davranışları ile ilgili sorular açısından incelendiğinde ‐Dünya Mutfakları içerikli ders aldım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puanın ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $58,12 \pm 0,73$ , ‐Dünya Mutfakları içerikli ders almadım ” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puanın ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $59,72 \pm 0,82$  olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H.4.d.** Öğrencilerin gastronomi davranışları ile Dünya Mutfakları içerikli ders alması arasında etkileşim vardır hipotezi reddedilir ( $p:0,14$ ). Buna göre gastronomi davranışlarını ile öğrencilerin Dünya Mutfakları içerikli ders alma durumları arasında ilişki olmadığı saptanmıştır ( $p>0,05$ ).

Tablo 27 incelendiğinde öğrencilerin seyahat ettiği yerlerdeki gastronomi tercihleri ve satın alma davranışları ile ilgili sorular açısından ‐Dünya Mutfakları içerikli ders aldım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $62,79 \pm 0,82$ , ‐Dünya Mutfakları içerikli ders almadım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $63,61 \pm 0,90$  olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H.5.c.** Öğrencilerin seyahat ettiği yerlerdeki gastronomi tercihleri ve satın alma davranışları ile Dünya Mutfakları içerikli ders alma durumları arasında etkileşim vardır hipotezi reddedilir ( $p:0,50$ ). Buna göre öğrencilerin seyahat ettikleri yerlerdeki gastronomi tercihleri ve satın alma davranışları ile Dünya Mutfakları içerikli ders alma durumları arasında ilişki olmadığı saptanmıştır ( $p>0,05$ ).

#### **2.2.4.9. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Gastronomi İçerikli Dersleri Uygulamalı Alma Durumlarına Göre Dağılımları**

Tablo 28’de öğrencilerin gastronomi turizmi bilgi düzeyleri ve tutumlarının gastronomi içerikli dersleri uygulamalı alma durumlarına göre dağılımları verilmiştir.

**Tablo 28. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Gastronomi İçerikli Dersleri Uygulamalı Alma Durumlarına Göre Dağılımları**

	Gastronomi İçerikli Dersleri Uygulamalı Aldım	f	( $\bar{\chi}$ )	(S $\chi$ )	(S $\bar{\chi}$ )	t	p
Gastronomi Turizmi İle İlgili Genel Bilgiler Soruları	Evet	125	46,66	19,04	1,70	1,90	0,04
	Hayır	173	51,18	19,78	1,50		
Gastronomi Turizmi Özelliğiyle Tanınan Destinasyonlar İle İlgili Sorular	Evet	125	41,60	16,96	1,52	0,06	0,94
	Hayır	173	41,73	16,68	1,27		
Türk Mutfağının Markalaşması ve Gastronomi Turizminde Etkin Olarak Yer Alması İle İlgili Sorular	Evet	125	40,61	9,51	0,85	1,60	0,11
	Hayır	173	42,99	14,43	1,10		
Gastronomi Davranışları İle İlgili Sorular	Evet	125	58,11	10,54	0,94	1,07	0,28
	Hayır	173	59,30	8,52	0,65		
Seyahat Ettiği Yerlerdeki Gastronomi Tercihleri ve Satın Alma Davranışları İle İlgili Sorular	Evet	125	62,96	10,69	0,96	0,25	0,80
	Hayır	173	63,27	10,38	0,79		

Tablo 28 incelendiğinde “Gastronomi içerikli dersleri uygulamalı aldım” diyen öğrencilerin gastronomi turizmi ile ilgili genel bilgiler sorularından aldığı ortalama puan ( $\bar{\chi} \pm S \bar{\chi}$ ) 46,66±1,70, “Gastronomi içerikli dersleri uygulamalı almadım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{\chi} \pm S \bar{\chi}$ ) 51,18±1,50 olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H<sub>1.g.</sub>** Öğrencilerin gastronomi turizmi ile ilgili genel bilgiler sorularından aldığı puanlarla gastronomi içerikli dersleri uygulamalı alması ile arasında etkileşim vardır hipotezi kabul edilir (p:0,04). Buna göre gastronomi turizmi genel bilgi düzeyinin gastronomi içerikli dersleri uygulamalı alma durumuna göre değişiklik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. (p<0,05).

Gastronomi turizmi özelliğiyle tanınan destinasyonlar ile ilgili sorulardan “Gastronomi içerikli dersleri uygulamalı aldım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{\chi} \pm S \bar{\chi}$ ) 41,60±1,52, “Gastronomi içerikli dersleri uygulamalı almadım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{\chi} \pm S \bar{\chi}$ ) 41,73±1,27 olduğu görülmektedir (Tablo 28). İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir (p>0,05).

Tablo 28 Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili sorular açısından incelendiğinde “Gastronomi içerikli dersleri uygulamalı aldım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puanın ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $40,61 \pm 0,85$ , “Gastronomi içerikli dersleri uygulamalı almadım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puanın ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $42,99 \pm 1,10$  olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ( $p > 0,05$ ).

Tablo 28 ‘de öğrencilerin gastronomi davranışları ile ilgili sorulardan aldığı ortalama puanlar görülmektedir. Buna göre “Gastronomi içerikli dersleri uygulamalı aldım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $58,11 \pm 0,94$ , “Gastronomi içerikli dersleri uygulamalı almadım ” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $59,30 \pm 0,65$ ’dir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ( $p > 0,05$ ).

“Gastronomi içerikli dersleri uygulamalı aldım” diyen öğrencilerin seyahat ettiği yerlerdeki gastronomi tercihleri ve satın alma davranışları ile ilgili sorulardan aldığı ortalama puanın ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $62,96 \pm 0,96$ , “Gastronomi içerikli dersleri uygulamalı almadım” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puanın ise ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ )  $63,27 \pm 0,79$  olduğu görülmektedir (Tablo 28). İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ( $p > 0,05$ ).

#### **2.2.4.10. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Gastronomi İçerikli Kitaplara Sahip Olma Durumlarına Göre Dağılımları**

Tablo 29’da öğrencilerin gastronomi turizmi bilgi düzeyleri ve tutumlarının gastronomi içerikli kitaplara sahip olma durumlarına göre dağılımları verilmiştir.

**Tablo 29. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Gastronomi İçerikli Kitaplara Sahip Olma Durumlarına Göre Dağılımları**

	Gastronomi İçerikli Kitaplarım Mevcut	f	( $\bar{\chi}$ )	(S $\chi$ )	(S $\bar{\chi}$ )	t	p
Gastronomi Turizmi İle İlgili Genel Bilgiler Soruları	Evet	122	50,09	19,91	1,80	0,58	0,56
	Hayır	176	48,73	19,37	1,46		
Gastronomi Turizmi Özelliğiyle Tanınan Destinasyonlar İle İlgili Sorular	Evet	122	40,16	17,53	1,59	1,28	0,20
	Hayır	176	42,73	16,19	1,22		
Türk Mutfağının Markalaşması ve Gastronomi Turizminde Etkin Olarak Yer Alması İle İlgili Sorular	Evet	122	41,50	11,99	1,09	0,56	0,57
	Hayır	176	42,33	13,09	0,99		
Gastronomi Davranışları İle İlgili Sorular	Evet	122	57,06	9,10	0,82	2,70	0,01
	Hayır	176	60,01	9,48	0,71		
Seyahat Ettiği Yerlerdeki Gastronomi Tercihleri ve Satın Alma Davranışları İle İlgili Sorular	Evet	122	60,48	9,84	0,89	3,76	0,00
	Hayır	176	64,98	10,57	0,80		

Tablo 29 incelendiğinde “Gastronomi içerikli kitaplarım mevcut” diyen öğrencilerin gastronomi turizmi ile ilgili genel bilgiler sorularından aldığı ortalama puan ( $\bar{\chi} \pm S\bar{\chi}$ ) 50,09 $\pm$ 1,80, “Gastronomi içerikli kitaplarım mevcut değil” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{\chi} \pm S\bar{\chi}$ ) 48,73 $\pm$ 1,46 olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir (p>0,05).

Gastronomi turizmi özelliğiyle tanınan destinasyonlar ile ilgili sorulardan “Gastronomi içerikli kitaplarım mevcut” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{\chi} \pm S\bar{\chi}$ ) 40,16 $\pm$ 1,59, “Gastronomi içerikli kitaplarım mevcut değil” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{\chi} \pm S\bar{\chi}$ ) 42,73 $\pm$ 1,22’dir (Tablo 29). İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir (p>0,05).

Tablo 29 incelendiğinde “Gastronomi içerikli kitaplarım mevcut” diyen öğrencilerin Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili sorulardan aldığı ortalama puan ( $\bar{\chi} \pm S\bar{\chi}$ ) 41,50 $\pm$ 1,09, “Gastronomi içerikli kitaplarım mevcut değil” diyen öğrencilerin aldığı ortalama

puan ( $\bar{\chi} \pm S \bar{\chi}$ )  $42,33 \pm 0,99$  olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ( $p > 0,05$ ).

Tablo 29’da öğrencilerin gastronomi davranışları ile ilgili sorulardan aldığı ortalama puanlar görülmektedir. Buna göre “Gastronomi içerikli kitaplarım mevcut” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{\chi} \pm S \bar{\chi}$ )  $57,06 \pm 0,82$ , “Gastronomi içerikli kitaplarım mevcut değil ” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{\chi} \pm S \bar{\chi}$ )  $60,01 \pm 0,71$ ’dir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H.4.e.** Öğrencilerin gastronomi davranışları ile gastronomi içerikli kitaplara sahip olmasıyla arasında bir etkileşim vardır hipotezi kabul edilir ( $p:0,01$ ). Buna göre gastronomi davranışlarının gastronomi içerikli kitaplara sahip olma durumuna göre değişiklik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır ( $p < 0,05$ ).

Tablo 29 öğrencilerin seyahat ettiği yerlerdeki gastronomi tercihleri ve satın alma davranışları ile ilgili sorular açısından incelendiğinde “Gastronomi içerikli kitaplarım mevcut” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puanın ( $\bar{\chi} \pm S \bar{\chi}$ )  $60,48 \pm 0,89$ , “Gastronomi içerikli kitaplarım mevcut değil” diyen öğrencilerin aldığı ortalama puanın ( $\bar{\chi} \pm S \bar{\chi}$ )  $64,98 \pm 0,80$  olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde;

**H.5.a.** Öğrencilerin seyahat ettiği yerlerdeki gastronomi tercihleri ve satın alma davranışları ile gastronomi içerikli kitaplara sahip olmasıyla arasında bir etkileşim vardır hipotezi kabul edilir ( $p:0,00$ ). Buna göre öğrencilerin seyahat ettikleri yerlerdeki gastronomi tercihleri ve satın alma davranışlarının gastronomi içerikli kitaplara sahip olma durumuna göre değişiklik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır ( $p < 0,05$ ).

#### **2.2.4.11. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Yöresel Mutfaklarla İlgili Gelişmeleri Takip Ettiği Kaynaklarına Göre Dağılımları**

Tablo 30’da öğrencilerin gastronomi turizmi bilgi düzeyleri ve tutumlarının yöresel mutfaklarla ilgili gelişmeleri takip ettiği kaynaklarına göre dağılımları verilmiştir.

**Tablo 30. Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Yöresel Mutfaklarla İlgili Gelişmeleri Takip Ettiği Kaynaklarına Göre Dağılımları**

	Bilgi Kaynağı	f	( $\bar{X}$ )	(S $\bar{X}$ )	(S $\bar{X}$ )	F	p
Gastronomi Turizmi İle İlgili Genel Bilgiler Soruları	Gazete	43	48,06	18,89	2,88	0,21	0,93
	Dergi	44	48,23	19,16	2,89		
	İnternet	153	49,74	19,87	1,61		
	Kitap	32	48,26	23,03	4,07		
	Diğer	26	51,70	15,69	3,08		
	Toplam	298	49,29	19,57	1,13		
Gastronomi Turizmi Özelliğiyle Tanınan Destinasyonlar İle İlgili Sorular	Gazete	43	42,33	15,25	2,33	0,07	0,99
	Dergi	44	40,91	16,68	2,51		
	İnternet	153	41,96	16,66	1,35		
	Kitap	32	41,25	21,52	3,80		
	Diğer	26	40,77	14,40	2,82		
	Toplam	298	41,68	16,77	0,97		
Türk Mutfağının Markalaşması ve Gastronomi Turizminde Etkin Olarak Yer Alması İle İlgili Sorular	Gazete	43	42,09	8,88	1,35	1,76	0,14
	Dergi	44	43,64	14,78	2,23		
	İnternet	153	40,81	11,94	0,97		
	Kitap	32	46,67	18,45	3,26		
	Diğer	26	40,26	7,48	1,47		
	Toplam	298	41,99	12,64	0,73		
Öğrencilerin Gastronomi Davranışları İle İlgili Sorular	Gazete	43	60,72	8,90	1,36	1,87	0,12
	Dergi	44	56,31	9,55	1,44		
	İnternet	153	58,30	8,88	0,72		
	Kitap	32	60,42	11,18	1,98		
	Diğer	26	60,79	10,16	1,99		
	Toplam	298	58,80	9,42	0,55		
Öğrencilerin Seyahat Ettiği Yerlerdeki Gastronomi Tercihleri ve Satın Alma Davranışları İle İlgili Sorular	Gazete	43	63,71	10,96	1,67	2,13	0,08
	Dergi	44	60,40	10,77	1,62		
	İnternet	153	62,82	9,79	0,79		
	Kitap	32	63,92	13,43	2,37		
	Diğer	26	67,72	7,95	1,56		
	Toplam	298	63,14	10,49	0,61		

Tablo 30 incelendiğinde yöresel mutfaklarla ilgili gelişmeleri gazetelerden, dergilerden, internetten, kitaplardan takip eden öğrencilerin gastronomi turizmi ile

ilgili genel bilgiler sorularından aldığı ortalama puan sırasıyla ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ ) 48,06±2,88, 48,23±2,89, 49,74±1,61, 48,26±4,07 olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ( $p>0,05$ ).

Tablo 30 gastronomi turizmi özelliğiyle tanınan destinasyonlar ile ilgili sorular açısından incelendiğinde yöresel mutfaklarla ilgili gelişmeleri gazetelerden, dergilerden, internetten, kitaplardan takip eden öğrencilerin aldığı ortalama puan sırasıyla ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ ) 42,33±2,33, 40,91±2,51, 41,96±1,35, 41,25±3,80 olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ( $p>0,05$ ).

Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili sorulardan öğrencilerin aldıkları ortalama puanlar Tablo 30'da görülmektedir. Buna göre yöresel mutfaklarla ilgili gelişmeleri gazetelerden takip eden öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ ) 42,09±1,35, dergilerden takip eden öğrencilerin ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ ) 43,64±2,23, internet üzerinden takip eden öğrencilerin ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ ) 40,81±0,97, kitaplardan takip eden öğrencilerin ise ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ ) 46,67±3,26'dır. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ( $p>0,05$ ).

Tablo 30 incelendiğinde yöresel mutfaklarla ilgili gelişmeleri gazetelerden takip eden öğrencilerin aldığı ortalama puan ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ ) 60,72±1,36, dergilerden takip eden öğrencilerin ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ ) 56,31±1,44, internet üzerinden takip eden öğrencilerin ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ ) 58,30±0,72, kitaplardan takip eden öğrencilerin ise ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ ) 60,42±1,98'dir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ( $p>0,05$ ).

Yöresel mutfaklarla ilgili gelişmeleri gazetelerden, dergilerden, internetten, kitaplardan takip eden öğrencilerin seyahat ettiği yerlerdeki gastronomi tercihleri ve satın alma davranışları ile ilgili sorulardan aldığı ortalama puan sırasıyla ( $\bar{x} \pm S \bar{x}$ ) 63,71±1,67, 60,40±1,62, 62,82±0,79, 63,92±2,37 olduğu görülmektedir (Tablo 30). İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ( $p>0,05$ ).

#### 2.2.4.12. Öğrencilerin Gastronomi Turizmine İlişkin Sorulardan Aldıkları Toplam Puan

Tablo 31’de öğrencilerin gastronomi turizmine ilişkin tüm sorulardan aldıkları toplam puanların ortalaması verilmiştir.

**Tablo 31. Öğrencilerin Gastronomi Turizmine İlişkin Sorulardan Aldıkları Toplam Puan**

	f	$(\bar{x})$	$(S\bar{x})$	$(S\chi)$	Min	Max
<b>Gastronomi Turizmine İlişkin Sorulardan Alınan Puanlar</b>	298	50,43	0,38	6,66	32,58	71,48

Tablo 31 incelendiğinde öğrencilerin gastronomi turizmine ilişkin tüm sorulardan aldıkları ortalama puanın  $50,43 \pm 0,38$  olduğu görülmektedir.



## SONUÇ VE ÖNERİLER

Gastronomi Turizminin Turizm Eğitimi Programlarındaki Yeri ve Önemi –Bir Uygulama- konulu çalışmada elde edilen bulgulardan aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır;

### Öğrencilerin Özelliklerine İlişkin Sonuçlar;

- Öğrencilerin yaş ortalamasının  $21,6 \pm 0,1$  yıl olduğu saptanmıştır.
- Öğrencilerin %59,1'inin Ağırlama Hizmetleri, %26,5'inin Turizm ve Seyahat Hizmetleri ve %14,4'ünün Turist Rehberliği programı öğrencisi olduğu belirlenmiştir.
- Öğrencilerin %39,9'unun 1. sınıf, %60,1'inin 2. sınıfta olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
- Öğrencilerin %62,4'ünün normal öğretim, % 37,6'sının ikinci öğretim olduğu saptanmıştır.
- Öğrencilerin %64,8'inin Genel Lise mezunu olduğu, %17,8'inin Meslek Lisesi mezunu olduğu, %9,1'inin Anadolu Lisesi mezunu olduğu ve %8,4'ünün diğer liselerden mezun olduğu belirlenmiştir
- Öğrencilerin %32,9'unun seyahat acentelerinde, %35,2'sinin konaklama işletmelerinde, %15,8'inin yiyecek içecek işletmelerinde, %16,1'inin ise diğer alanlarında çalışmak istediği sonucuna ulaşılmıştır.

### Öğrencilerin Aldıkları Turizm Eğitim Programlarına İlişkin Sonuçlar;

- Öğrencilerin %58,4'ünün beslenme ile ilişkili ders aldığı saptanmıştır. Beslenme ile ilişkili ders alan öğrencilerin %58,6'sının aldığı eğitimi yeterli bulduğu belirlenmiştir. Beslenme ile ilişkili ders almayan öğrencilerin %75,0'inin beslenme ile ilişkili ders almak istemekte olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
- Öğrencilerin %68,7'sinin Türk Mutfağı içerikli ders aldığı belirlenmiştir. Türk Mutfağı içerikli ders alan öğrencilerin %55,1'inin aldığı dersi yeterli bulduğu saptanmıştır. Türk Mutfağı içerikli ders almayan öğrencilerin %85,1'inin Türk Mutfağı içerikli ders almayı istediği sonucuna ulaşılmıştır.

- Öğrencilerin %57,7'sinin Dünya Mutfakları içerikli ders aldığı belirlenmiştir. Dünya Mutfakları içerikli ders alan öğrencilerin %54,1'inin aldığı dersi yeterli bulmadığı saptanmıştır. Dünya Mutfakları içerikli ders almayan öğrencilerin %77,0'sinin Dünya Mutfakları içerikli ders almayı istediği sonucuna ulaşılmıştır.
- Öğrencilerin %41,9'unun gastronomi içerikli dersleri uygulama ağırlıklı aldığı saptanmıştır. Gastronomi içerikli dersleri uygulamalı alan öğrencilerin %61,6'sının aldığı uygulama içerikli eğitimi yeterli bulduğu belirlenmiştir. Gastronomi içerikli dersleri uygulamalı olarak almayan öğrencilerin %78,0'inin gastronomi içerikli dersleri uygulamalı olarak almak istediği sonucuna ulaşılmıştır.
- Öğrencilerin %59,1'inin Türk Mutfağı, yöresel mutfaklar ve Dünya Mutfakları içerikli kitaplara sahip olmadığı belirlenmiştir.
- Öğrencilerin %14,4'ünün yöresel mutfak bilgilerini gazetelerden, %14,8'inin dergilerden, %51,3'ünün internet üzerinden, %10,7'sinin kitaplardan ve %8,7'sinin diğer kaynaklardan edindiği saptanmıştır.

### **Öğrencilerin Gastronomi Turizmi Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarına İlişkin Sonuçlar;**

- Gastronomi turizmi genel bilgi düzeyinin, öğrencilerin mezun olduğu lise türüne göre değişiklik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.
- Gastronomi turizmi genel bilgi düzeyinin, öğrencilerin Dünya Mutfakları içerikli ders alma durumlarına göre değişiklik gösterdiği belirlenmiştir.
- Gastronomi turizmi genel bilgi düzeyinin, öğrencilerin gastronomi içerikli dersleri uygulamalı alma durumuna göre değişiklik gösterdiği saptanmıştır.
- Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili tutumların, öğrencilerin mezun olduğu lise türüne göre değişiklik gösterdiği saptanmıştır.
- Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili tutumların, öğrencilerin beslenme dersi alma durumlarına göre değişiklik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.
- Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili tutumların, öğrencilerin Türk Mutfağı içerikli ders alma durumuna göre değişiklik gösterdiği belirlenmiştir.

- Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili tutumların, öğrencilerin Dünya Mutfakları içerikli ders alma durumuna göre değişiklik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.
- Gastronomi davranışlarının, cinsiyete göre değişiklik gösterdiği saptanmıştır.
- Gastronomi davranışlarının, Türk Mutfağı içerikli ders alma durumuna göre değişiklik gösterdiği saptanmıştır.
- Gastronomi davranışlarının, gastronomi içerikli kitaplara sahip olma durumuna göre değişiklik gösterdiği belirlenmiştir.
- Öğrencilerin seyahat ettikleri yerlerdeki gastronomi tercihleri ve satın alma davranışlarının, gastronomi içerikli kitaplara sahip olma durumuna göre değişiklik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Türkiye, tarih boyunca köklü ve zengin bir mutfağa sahip olmasıyla turistik destinasyon ve gastronomi turizm açısından tercih edilebilecek ülkeler arasında ilk sıralarda yer alabilecek potansiyele sahip bir ülkedir. Kültür ve Turizm Bakanlığının 2023 yılı hedefleri arasında varış noktalarının sadece kitle turizmi ve kıyı turizmi çerçevesinde değil termal, kış, yayla, kültür, kongre, eko-turizm, inanç ve gastronomi gibi turizm çeşitleri ile destekleneceği belirtilmektedir (Kültür Bakanlığı 2007). Bu hedef Türkiye’de gastronomi turizminin geleceği açısından oldukça önemlidir. Ancak bu hedefe ulaşmada Kültür ve Turizm Bakanlığı, Üniversiteler ve TÜRSAB başta olmak üzere tüm kurum ve kuruluşlar işbirliği içinde olmalı ve gerekli önlemler bir an önce alınmalıdır.

- Turizm eğitimi verilen programların müfredatlarında beslenme ile ilişkili derslere yer verilmelidir.
- Turizm eğitim programlarında Dünya Mutfakları içerikli derslere yer verilmelidir.
- Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması için turizm eğitimi alan öğrencilerin müfredatında Türk Mutfağı içerikli derslere yer verilmelidir.
- Gastronomi içerikli dersler uygulamalı olarak okutulmalı, uygulama alanı olmayan veya yetersiz olan okullara uygulama alanı kazandırılmalıdır.

- Türk Mutfağı, yöresel mutfaklar, Dünya Mutfakları konusunda araştırmalar yapılmalı ve bunlar yazılı ve görsel belgelerle aktarılmalıdır. Turizm eğitimi alan öğrencilerin bu kaynaklara kolay ulaşabilmesi sağlanmalıdır.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı düzenleyeceği kurslarla, turizm işletmeleri yapacakları hizmet içi eğitimlerle turizm çalışanlarını gastronomi turizmi konusunda bilinçlendirmelidir.
- Gastronomi turizminin odak noktalarından biri de yeme içme kültürünün tanıtılması olduğundan bu tanıtımı yapacak olan turist rehberleri Türk mutfak kültürü konusunda eğitilmelidir.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı ile TÜRSAB gastronomi turizmi konusunda tanıtımlar yapmalıdır.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı gastronomi fuarları düzenlemelidir. Bu fuarlara yöresel mutfakların tanıtılmasında büyük payı olan gastronomi yazarları ve gurmelerin katılımının sağlanması gerekmektedir.

### **Kaynakça**

Ağaoğlu, O.K. (1991). *Türkiye’de Turizm Eğitimi ve Etkenliği*. Milli Prodüktivite Merkezi Yay:439, Ankara.

Akat, Ö. (1997). *Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği*, Ekin Kitapevi, Bursa.

Aktaş, A. (1995). *Ağırlama Hizmet İşletmelerinde Yiyecek ve İçecek Yönetimi*, Eren Ofset, Antalya.

Akman, M. (1998), *Yabancı Turistlerin Türk Mutfağından Beklentileri. ve Türk Mutfağının Turizme Katkısı Üzerine Bir Araştırma*, Ankara Üniversitesi Yayınlanmamış Doktora Tezi.

Akman, M. ve Mete, M. (1998). *Türk ve Dünya Mutfakları*, Pak-Sil Ltd. Şti. Yayınları, Yayın No 2, Konya

Akman, M. ve Hasipek, S. (1999). *Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı İle İlgili Tutum ve Davranışları*, Beslenme ve Diyet Dergisi, 28: 2: 47-53.

Anadol, C. (2000). *Tarihten Günümüze Kadar Türk Yemekleri*, Türkmen Kitabevi, İstanbul.

Atay, L. ve Yıldırım, H.M. (2008). *Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Memnuniyetlerine Yönelik Bir Araştırma*, Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi 5-3

Avcıkurt, C. ve Karaman, S. (2002). *Lisans Eğitimi Veren Turizm Okullarının Ders Programlarının Karşılaştırması*, Turizm Eğitim Konferans-Workshop, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, Ankara

Aymankuy, Y. (2002). *Ön Lisans ve Lisans Düzeyindeki Turizm Eğitimi veren Yükseköğretim Kurumlarının Buldukları Yerlerin Analizi ve Turizm Eğitimi İçin Öneri Bir Model*, Turizm Eğitim Konferans-Workshop, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, Ankara.

Bayer, E. (1998). *Türkiye Meslek Yüksekokulları Turizm Eğitimi Kalitesinin Geliştirilmesinde Sanal Yöntemlerin Rolü*, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Isparta

Baysal, A. (2002). *Yoğurt: Küreselleşen Türk Besini*, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları Yayın No:30, Ankara.

Bölükoğlu, İ. (1988). *Kitleye Yönelik Yiyecek ve İçecek Hizmet İşletmelerinde Optimizasyon*, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir.

Budak, N. ve Çiçek, B. (2002). *Yabancı Turistlerin Ülkemizde Yemek Kültürüne İlgileri ve Yemekler İle Servis Ortamlarına Bakışları*. Turizmde Sağlık ve Beslenme Sorunları ve Çözümler Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 133-139, Alanya.

Burkart, A.J. ve Medlik, S. (1981). *Tourism : Past, Present and Future*, Heinemann, s. 48, London.

Ciğerim, N. (2001). *Batı ve Türk Mutfağının Gelişimi, Etkileşimi ve Yiyecek-İçecek Hizmetlerinde Türk Mutfağının Yerine Bir Bakış*, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları, Yayın No:28, Ankara.

Cohen, E. ve Avieli, N. (2004). *Food in tourism: Attraction and Impediment*, Annals of Tourism Research 4 (31)

Çetin, Ş. (1987). *Turizm Eğitimi ve Turizm Eğitimi Gören Elemanların İstihdam Sorunları*, Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

Çetin, Ş. (2001). *Mesleki ve Teknik Eğitimde Mesleki Yeterliğin Ölçülmesi ve Mesleki Belgelendirme ( Türkiye ve Avrupa Örneği)*, Milli Eğitim Yayınları, Ankara

Demirkol, Ş. (2002). *Turizm Alanındaki Lisansüstü Programların Analizi ve Sektörel Uyumlaştırmaya Yönelik Görüşler*, Turizm Eğitim Konferans-Workshop, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, Ankara

Demirkol, Ş. ve Pelit E. (2002). *Türkiye'deki Turizm Eğitim Sistemi ve Avrupa Birliği Sürecinde Olası Gelişmeler*, Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 2:125, Ankara

Denizer, D. (2008). *Türk Turizminin Gelişmesinde Türk Mutfağının Önemi ve Bugün İçin Yapılması Gerekenler*, 2.Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirisi, Alanya.

Doğdubay, M. ve Giritlioğlu, İ. (2008). Turistik Ürün Çeşitlendirilmesi. İçinde Hacıoğlu N. ve Avcıkurt C. (Editörler), *Mutfak Turizmi*, Ankara: Detay Yayıncılık, ss. 433

Dpt, (2000). *VIII. 5 Yıllık Kalkınma Planı*, <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/viii/egitim/egitim.htm>, (E.T. 01 Eylül 2010)

Er, U. (2001). *Turizm Sektöründe Türk Kültüründen Etkin ve Etkili Bir Biçimde Yararlanılması Gerekliği*, Türk Folklorunun Turizm Açısından Değerlendirilmesi Sempozyumu Bildirileri, 19-21 Ekim, İstanbul

Ertürk, S. (1979). *Eğitimde Program Geliştirme*, Yeditepe Yayınları, Ankara.

Foodvacation. (2010). “*GastronomyTourism/Communications Concentration*”, <http://www.foodvacation.com/instituteofgastronomy/id11.html> (E.T: 12 Şubat 2010)

Genim, S. (2002). *Kültür Turizmi*, 2. Turizm Şurası Bildirileri, 3. Cilt, T.C. Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara.

Gitelson, R.(1994). *Aissetment Of Economic Impacts: Festival And Special Events*, Festival Management&Event Tourism Volume:2, Usa.

Göçhan, N. (2009). “*Gözde Gastronomi Turları*” Sabah Gazetesi-Günlük Online Gazete 12 Mayıs 2009, [http://www.sabah.com.tr/Turizm/2009/5/12/gozde\\_gastronomi\\_turlari](http://www.sabah.com.tr/Turizm/2009/5/12/gozde_gastronomi_turlari) (E.T: 14 Ocak 2010)

Görkem, G. (2007). *Doğal ve Kültürel Değerlere Sahip Alanlarda Turizm Potansiyellerinin Saptanması ve Değerlendirilmesi Selçuk ve Çevresi Örneği*, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

Gülden, E. (2002). *Ankara’da Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Yiyecek İçecek Personelinin Eğitimi*, Ankara Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Güler, Ç. (2002). Çobanoğlu Z., *Turist Sağlığı Çevre Sağlığı Temel Kaynak Dizisi* Ankara.

Güler, S. (2007). *Türk Mutfağının Değişim Nedenleri Üzerine Genel Bir Değerlendirme*, 1.Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirisi, Alanya.

Güneş, G., Ülker, H. İ. ve Karakoç, G. (2008). *Sürdürülebilir Turizmde Yöresel Yemek Kültürünün Önemi*, 2.Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirisi, Alanya, 17-18 Nisan

Gürdal, M. (2002). *Türkiye’de Mesleki Turizm Eğitiminin Yapısal Analizi, Okullaşma-Eğitimin Kalitesi-Staj-İstihdam Sorunları ve Çözüm Önerileri*, Turizm Eğitim Konferans-Workshop, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, 11-13 Aralık, Ankara

Gürs, M. (2007). “*Gastronomi Turizmi ile Milyonlarca Euro Kazanırız*” Tüm Gazeteler-Günlük Online Gazete 8 Temmuz 2007, <http://www.tumgazeteler.com/?a=2136216> (E.T: 22 Şubat 2010)

Hacıoğlu, N. (1985). *Konaklama İşletmelerinde Eğitim Sorunları*, Uludağ Üniversitesi Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, II. Turizm Semineri, Balıkesir.

Hacıoğlu, N. (1995). *Türkiye’de Turizm Eğitimi*, Turizm ve Otel İşletmeciliği Ders Notları, Balıkesir.

Hacıoğlu, N. (2000). *Turizm Pazarlaması*, 4. Baskı, Vipaş A.Ş., s. 39, Bursa.

Hacıoğlu, N., Girgin, K. G. ve Giritioğlu, İ. (2009). *Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Pazarlama Faaliyetlerinde Yöresel Mutfağların Kullanımı – Balıkesir Örneği*, 3. Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirisi, Alanya, 17-18 Nisan

Hall, M. ve Mitchell, R. (2005). *Gastronomic tourism: comparing food and wine tourism experiences*. İçinde M. Novelli (Editör), Niche Tourism. Contemporary Issues, Trends and Cases, ss. 89-100.

Hatipoğlu, A., Batman, O. ve Sarıışık, M. (2009). *Gastronomi ve Din*, 3. Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirisi, Alanya, 17-18 Nisan

Kızılırmak, İ. (2000). *Meslek Yüksekokulları Turizm ve Otelcilik Programlarının Turizm Sektörünün Beklentileri Doğrultusunda Değerlendirilmesi*, Milli Eğitim Dergisi, Sayı:147

Kivela, J. ve Crotts, J. (2006). *Tourism And Gastronomy: Gastronomy’s Influence On How Tourists Experience A Destination*, Journal of Hospitality & Tourism Research, 30: 354-377, Hong Kong.

Koçak, N. (1999). *Yiyecek İçecek İşletmeleri Yönetimi*, Kanyılmaz Matbaası, İzmir.

Kozak, N. (1997). Akoğlan M., *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*, Turan Kitapevi, Ankara.

Köroğlu, A., Köroğlu Ö. ve Sarıoğlan M. (2007). *Türk Mutfağının Tanıtılmasında Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolüne İlişkin Ampirik Bir Çalışma*, 1.Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirisi, Alanya.



Küçükaltan, G. (2009). *Küreselleşme Sürecinde Gastronomide Yöresel Tatların Turistlerin Destinasyon Tercihlerine ve Ülke Ekonomilerine Etkileri*, 3.Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirisi, Alanya, 17-18 Nisan

Kültür Bakanlığı, (2007). “*Türkiye Turizm Stratejisi 2023*”  
[http://www.sp.gov.tr/documents/Turizm\\_Strateji\\_2023.pdf](http://www.sp.gov.tr/documents/Turizm_Strateji_2023.pdf) (E.T: 20 Aralık 2009)

Kültür Bakanlığı, (2010). “*Geleneksel Türk Mutfağı Kampanyası*”  
<http://www.kultur.gov.tr/TR/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFFB117F63FC528909159A7CAAE77DD7E6A> (E.T: 22 Ocak 2010)

Liu, Z.H. (1998). *Tourism and economic development: A Comparative Analysis of Tourism in Developed and Developing Countries*, Tourism and Development: Economic, Social, Political and Environmental Issues, New York.

Maviş, F. (2001). *Servis ve Bar*, Anadolu Üniversitesi Yayın No:939, Eskişehir.

Maviş, F. ve Kozak, S. (1992). *Meslek Yüksekokullarında Turizm Programı ve Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu Turizm Otelcilik Ders Programı*, Turizm Eğitimi Konferansı-Workshop, Yorum Basım Yayın, Ankara, ss.169-172.

Middleton, V. (1988). *Marketing in Travel and Tourism*, Buttler Worth-Heinemann, s. 78, Oxford.

Milli Eğitim Bakanlığı, (2009). *Milli Eğitim Temel Kanunu*, Sayı: 1739,  
<http://mevzuat.meb.gov.tr/html/88.html>, (E.T. 26 Ağustos 2010)

Milli Eğitim Bakanlığı, (2010). *Millî Eğitim Bakanlığı Yaygın Eğitim Kurumları Yönetmeliği*, Sayı:27587,  
<http://rega.basbakanlik.gov.tr/eskiler/2010/05/20100521-4.htm>, (E.T: 26 Ağustos 2010)

Oasis, (2009). “*İstanbul Culinary Institute İle Gastronomik Turlarımız*”  
<http://www.oasis.com.tr/tr/default.asp?iId=GDLFHK> (E.T: 28 Ocak 2010)

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*, Usa.

Olalı, H. (1982). *Turizm Politikası ve Planlaması*, Ege Üniversitesi Matbaası, İzmir.

Olalı, H. (1984). *Dış Tanıtma ve Turizm*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara.

Olalı, H. (1995). *Meslek Liseleri İçin Turizm*, Milli Eğitim Basımevi, İstanbul.

Olçay, A. (2008). *Türk Turizminde Eğitimin Önemi*, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 7:2, 318-390, Gaziantep

Orcan, S. (2008). *Gastronomi ve Turizm*, Food in life Turizm Gastronomisi ve Yaşam Dergisi, Sayı: 1, İstanbul.

Öncüer, M.E. (2006). *Avrupa Birliği Eğitim Politikasında Mesleki Turizm Eğitimi Yaklaşımı ve Türk Turizm Eğitimine Uygulanabilirliği*, Dokuz Eylül Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir

Örer, N. (1995). *Turistlerde Görülen Besin Zehirlenmesi Sıklığı ile Otellerin Sanitasyon Şartlarının Etkileşimi ve Türk Mutfağının Turistlerin Ülkemize Tekrar Gelişlerindeki Etkisi*, H.Ü. Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beslenme ve Diyetetik Programı Doktora Tezi, Ankara.

Özdemir, M. (1992). *Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri*, H.Ü. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.

Özkaya, F., Cömert M., Kızılkaya Ö. (2009). *Turizm İşletmelerinde Zeytinyağlarımızın Yeri ve Önemi*, 3.Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirisi, Alanya.

Özodaşık, M. (2003). *Turizm İşletmelerindeki Türk Gecelerinin Türk Kültürünü Tanıtmaya Katkıları*, Selçuk Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Pelit, E. ve Güçer, E. (2006). *Turizm Alanında Öğretmenlik Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm İşletmelerinde Yaptıkları Stajları Değerlendirmeler Üzerine Bir Araştırma*, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı: 1: 139-163

Plummer, R., Telfer, D., Hashimoto, A. ve Summers, R. (2005). *Beer tourism in Canada along the Waterloo–Wellington Ale Trail*, Tourism Management 26, ss. 447–458.

Sarı, Y. (2010). *Turizm Alanında Lisans Öğrenimi Gören Öğrencilerin Fakülte/Yüksekokul Tercihlerinde Üniversite Web Sitelerinin Etkililiği Üzerine Bir Araştırma*, Akademik Bilişim Konferansı 10-12 Şubat 2010, Muğla.

Sarkım, M. (2007). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çesitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Selçuk Üniversitesi (2010). “*Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksek Okulu Programlar*”. <http://www.beysehir.selcuk.edu.tr/default.asp>, (E.T: 22 Ocak 2010)

Serinkan, C. (1996). *İşletmelerin Personel/İnsan Kaynakları Yönetimi*, Verimlilik Dergisi, Milli Prodüktivite Merkezi Yayını 4, Ankara

Sezer, B. (2006). *Bir Turizm Ürünü Olarak Şarap Kültürünün Bozcaada Turizmine Etkileri*, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çanakkale.

Sezgin, M. (2001). *Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı*, Detay Yay, Ankara.

Shenoy, S. (2005). *Food Tourism And The Culinary Tourist*, A Thesis Presented to the Graduate School of Clemson University

Şahin, Ö. ve Okumuş F. (2002). *MEB-YÖK Meslek Yüksekokulları Program Geliştirme Projesi Çerçevesinde Turizm İle İlgili ‘Otel İşletmeciliği’ ve ‘Seyahat İşletmeciliği Programlarının Uygulanmasında Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri*, Turizm Eğitim Konferans-Workshop, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, 11-13 Aralık, Ankara.

Şanlıer, N. (2005) *Yerli ve Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşleri*, Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt 25, Sayı 1 213-22, Ankara.

Talas, M. (2005). *Tarihi Süreçte Türk Beslenme Kültürü ve Mehmet Eröz’e Göre Türk Yemekleri*, Türkiyat Araştırmaları Dergisi Sayı:273, Malatya.

Ticaret ve Turizm Öğretimi Genel Müdürlüğü, (2010). *Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri*, <http://ttogm.meb.gov.tr/haber.php?go=tamhaber&haberid=39>, (E.T. 28 Ağustos 2010)

Tütüncü, Ö. (2001). *Yiyecek İçecek İşletmelerinde Müşteri Tatmininin Ölçülmesi*, Turhan Kitapevi, Ankara.

Tüylüoğlu, T. (2003). *Türkiye’de Turizm Eğitiminin Niteliği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Uğuzman, Er T. (2001). *Turizm Sektöründe Türk Kültüründen Etkin ve Etkili Bir Biçimde Yararlanılması Gerekliği*, Türk Folklorunun Turizm Açısından Değerlendirilmesi Sempozyumu Bildirileri, T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları, Yayın No. 2652, Ankara.

Uhri, A. (2002). *Kültür Turizminin Bir Alt Kolu Olarak Prehistorik Yerleşimler*, 2. Turizm Şurası Bildirileri, 3. Cilt, T.C. Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara.

Ulusoy, B. (2008). *Ülke Mutfağı Tarih ve Kültürü Ortaya Çıkartır*, Food in life Turizm Gastronomisi ve Yaşam Dergisi Sayı: 3, İstanbul.

Usal, A. ve Oral, S. (2001). *Turizm Pazarlaması*, Kanyılmaz Matbaası, s. 33, İzmir.

Uzun, A.R. (2009). *Türkiye’de Turizmin İstihdam Üzerine Etkileri (Turizm Eğitimi Üzerine Bir Örnek: Antalya*, Marmara Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul

Ünlüönen, K. (1993). *Türkiye’de Yükseköğretim Düzeyinde Turizm Eğitim ve Öğretimi*, Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi Sayı 6, Diyarbakır

Ünlüönen, K. ve Boylu, Y. (2005). *Türkiye’de Yükseköğretim Düzeyinde Turizm Eğitimindeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi*, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi 3: 11-32.

Üzümcü, T. ve Bayraktar, S. (2004). *Türkiye’de Turizm Otel İşletmeciliği Alanında Eğitim Veren Yükseköğretim Kuruluşlarındaki Eğitimcilerin Turizm Mesleki Eğitiminin Etiksel Açısından İncelenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması*, 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, 25-26 Kasım, Eskişehir

WTO, (2008). [http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/highlights\\_08\\_eng\\_lr.pdf](http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/highlights_08_eng_lr.pdf). (E.T: 20 Mayıs 2009)

## Ek 1. Örneklem Grubundaki Okulların Ders Programı

### Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Turist Rehberliği Programı Haftalık Ders Dağılım Çizelgesi

1.Sınıf I. Yarıyıl	Haftalık Ders Saatleri			Kredi	2.Sınıf III. Yarıyıl	Haftalık Ders Saatleri			Kredi
Ders Adı	Teo	Uyg.	Topl.		Ders Adı	Teo	Uyg.	Topl.	
Türk Dili-I	2	0	2	2	Turist Rehberliği-II	2	2	4	3
Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi-I	2	0	2	2	Turizm İşletmelerinde Rekreasyon ve Animasyon	1	2	3	2
Yabancı Dil (İngilizce)-I	2	0	2	2	Anadolu Kentleri	2	0	2	2
Turizmde Beşeri İlişkiler	2	0	2	2	Anadolu Türk Mimarisi	2	0	2	2
Arkeolojiye Giriş	2	0	2	2	Anadolu Tarihi ve Uygarlıkları-II	2	0	2	2
Arkeoloji ve Sanat Tarihi Terminolojisi	2	0	2	2	Dinler Tarihi	2	0	2	2
Genel Turizm Bilgisi	2	0	2	2	Turizm Ekonomisi	2	0	2	2
Temel Bilgi Teknolojisi Kullanımı	1	2	3	0	Yabancı Dil (İngilizce)-III	4	0	4	4
Mesleki Yabancı Dil (Almanca)-I	5	0	5	5	Mesleki Yabancı Dil (Almanca)-III	6	0	6	6
<b>Toplam</b>	<b>20</b>	<b>2</b>	<b>22</b>	<b>19</b>	<b>Toplam</b>	<b>23</b>	<b>4</b>	<b>27</b>	<b>25</b>
1.Sınıf II. Yarıyıl	Haftalık Ders Saatleri			Kredi	2.Sınıf IV. Yarıyıl	Haftalık Ders Saatleri			Kredi
Ders Adı	Teo	Uyg.	Topl.		Ders Adı	Teo	Uyg.	Topl.	
Türk Dili-II	2	0	2	3	İlk Yardım	2	0	2	2
Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi-II	2	0	2	2	Seyahat Acenteciliği ve Tur Operatörlüğü	2	0	2	2
Yabancı Dil (İngilizce)-II	2	0	2	2	Anadolu Tarihi ve Uygarlıkları-III	2	0	2	2
Turist Rehberliği-I	2	2	4	3	Türk Kültürü, Folkloru ve Mitolojisi	2	0	2	2
Anadolu Tarihi ve Uygarlıkları-I	2	0	2	2	Anadolu Türk Tarihi	2	0	2	2
Turizm Coğrafyası	2	0	2	3	Otelcilik ve Ön Büro İşlemleri	2	0	2	2
Mitoloji	2	0	2	2	Turizm Hukuku	2	0	2	2
Temel Bilgisayar Bilimleri	2	2	4	2	Yabancı Dil (İngilizce)-IV	4	0	4	4
Mesleki Yabancı Dil (Almanca)-II	5	0	5	2	Mesleki Yabancı Dil (Almanca)-IV	6	0	6	6
<b>Toplam</b>	<b>21</b>	<b>4</b>	<b>25</b>	<b>25</b>	<b>Toplam</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>24</b>	<b>24</b>

### Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Ağırlama Hizmetleri Programı Haftalık Ders Dağılım Çizelgesi

1.Sınıf I. Yarıyıl		Haftalık Ders Saatleri			Kredi	2.Sınıf III. Yarıyıl		Haftalık Ders Saatleri			Kredi
Ders Adı	Teo	Uyg.	Topl.	Ders Adı		Teo	Uyg.	Topl.			
Bilgisayar-I	2	2	4	3	Turizm Pazarlaması	2	0	2	2		
Turizm Ekonomisi	2	0	2	2	Kongre ve Fuar Yönetimi	2	0	2	2		
Beslenme İlkeleri ve Menü Planlama	2	0	2	2	Turizm İşletmelerinde Maliyet Analizleri	2	0	2	2		
Temizlik Ürünleri Kullanımı ve Denetimi	1	1	2	2	Turizm Mevzuatı	2	0	2	2		
Ön Büro İşlemleri	2	0	2	2	Seyahat Acenteciliği	2	0	2	2		
İletişim	1	1	2	2	Mesleki Yabancı Dil-I	2	2	4	3		
Ticari Matematik	1	1	2	2	Gıda ve Personel Hijyeni	2	0	2	2		
Gıda Teknolojisi	1	1	2	2	Kat Hizmetleri Yönetimi-I	1	1	2	2		
Türk Dili-I	2	0	2	2	Özel İlgi Turizmi	1	1	2	2		
Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi-I	2	0	2	2	Turizm İşletmelerinde Rekreasyon ve Animasyon	1	1	2	2		
Yabancı Dil-II	4	0	4	4							
<b>Toplam</b>	<b>20</b>	<b>6</b>	<b>26</b>	<b>25</b>	<b>Toplam</b>	<b>17</b>	<b>5</b>	<b>22</b>	<b>21</b>		
1.Sınıf II. Yarıyıl		Haftalık Ders Saatleri			Kredi	2.Sınıf IV. Yarıyıl		Haftalık Ders Saatleri			Kredi
Ders Adı	Teo	Uyg.	Topl.	Ders Adı		Teo	Uyg.	Topl.			
Bilgisayar-II	2	2	4	3	Odalar Bölümü Yönetimi	1	1	2	2		
Genel Muhasebe	1	1	2	2	Kat Hizmetleri Yönetimi-II	1	1	2	2		
Otel İşletmeciliği	2	0	2	2	Ön Büro – Kat Hizmetleri Otomasyonu	2	1	3	3		
Mutfak Hizmetleri Yönetimi	2	1	3	3	Mobilya ve Oda Dizaynı	1	1	2	2		
Ön Büro Yönetimi	2	0	2	2	Mesleki Yabancı Dil-II	2	2	4	3		
Yiyecek- İçecek Hizmetleri Yönetimi	2	1	3	3	Konaklama İşletmeleri Muhasebesi	2	0	2	2		
Temizlik Hizmetleri İşletmeciliği	1	1	2	2	İnsan Kaynakları Yönetimi	1	1	2	2		
Türk Dili-II	2	0	2	2	Girişimcilik	1	1	2	2		
Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi-II	2	0	2	2	Turizm ve Çevre	1	1	2	2		
Yabancı Dil-II	4	0	4	4							
<b>Toplam</b>	<b>20</b>	<b>6</b>	<b>26</b>	<b>25</b>	<b>Toplam</b>	<b>12</b>	<b>9</b>	<b>21</b>	<b>20</b>		

### Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu Turist Rehberliği Programı Haftalık Ders Dağılım Çizelgesi

1.Sınıf I. Yarıyıl		Haftalık Ders Saatleri			Kredi	2.Sınıf III. Yarıyıl		Haftalık Ders Saatleri			Kredi
Ders Adı	Teo	Uyg.	Topl.	Ders Adı		Teo	Uyg.	Topl.			
Genel Turizm Bilgisi	2	0	2	2	Turist Rehberliği-II	2	2	4	3		
Turizmde Beşeri İlişkiler	2	0	2	2	Turizm İşletmelerinde Rekreasyon ve Animasyon	1	2	3	2		
Arkeoloji ve Sanat Tarihi Terminolojisi	2	0	2	2	Anadolu Kentleri	2	0	2	2		
Arkeolojiye Giriş	2	0	2	2	Anadolu Türk Mimarisi	2	0	2	2		
Temel Bilgi Teknolojisi Kullanımı	1	2	3	0	Anadolu Tarihi ve Uygarlıkları-II	2	0	2	2		
Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-I	2	0	2	2	Dinler Tarihi	2	0	2	2		
Türk Dili-I	2	0	2	2	Turizm Ekonomisi	2	0	2	2		
Yabancı Dil-I (İngilizce)	2	0	2	2	Yabancı Dil-III (İng)	4	0	4	4		
Mesleki Yabancı Dil-I	7	0	7	7	Mesleki Yabancı Dil-III	6	0	6	6		
<b>Toplam</b>	<b>22</b>	<b>2</b>	<b>24</b>	<b>21</b>	<b>Toplam</b>	<b>23</b>	<b>4</b>	<b>27</b>	<b>25</b>		
1.Sınıf II. Yarıyıl		Haftalık Ders Saatleri			Kredi	2.Sınıf IV. Yarıyıl		Haftalık Ders Saatleri			Kredi
Ders Adı	Teo	Uyg.	Topl.	Ders Adı		Teo	Uyg.	Topl.			
Turist Rehberliği-I	2	2	4	3	İlk Yardım	2	0	2	2		
Anadolu Tarihi ve Uygarlıkları-I	2	0	2	2	Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü	2	0	2	2		
Turizm Coğrafyası	2	0	2	2	Otelcilik ve Önbüro İşlemleri	2	0	2	2		
Mitoloji	2	0	2	2	Anadolu Tarihi ve Uygarlıkları-III	2	0	2	2		
Temel Bilgisayar Bilimleri	2	2	4	3	Türk Kültürü Folklorü ve Mitolojisi	2	0	2	2		
Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-II	2	0	2	2	Anadolu Türk Tarihi	2	0	2	2		
Türk Dili-II	2	0	2	2	Turizm Hukuku	2	0	2	2		
Yabancı Dil-II (İngilizce)	2	0	2	2	Yabancı Dil - IV(İng)	4	0	4	4		
Mesleki Yabancı Dil-II	7	0	7	7	Mesleki Yabancı Dil- IV	6	0	6	6		
<b>Toplam</b>	<b>23</b>	<b>4</b>	<b>27</b>	<b>25</b>	<b>Toplam</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>24</b>	<b>24</b>		

### Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu Turizm ve Seyahat İşletmeciliği Programı Haftalık Ders Dağılım Çizelgesi

1.Sınıf I. Yarıyıl				Haftalık Ders Saatleri		Kredi	2.Sınıf III. Yarıyıl			
Ders Adı	Teo	Uyg.	Topl.	Teo	Uyg.		Topl.	Kredi		
Ticari Matematik	1	1		2	Kongre ve Fuar Yönetimi	2	2	3	3	
İletişim	1	1		2	Turizm Mevzuatı	2	0	4	2	
Önbüro İşlemleri	2	1		3	Anadolu Uygarlıkları	1	1	3	2	
Genel Muhasebe	2	1		3	Turizm Coğrafyası	1	1	2	2	
İşletme Yönetimi	2	0		2	Özel İlgi Turizmi	2	1	2	3	
Bilgisayar-I	2	2		3	Beden Eğitimi-I	1	1	4	0	
Turizm Ekonomisi	2	0		2	Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü	2	2	2	3	
Yabancı Dil-I	4	0		4	Yatçılık ve Marina İşletmeciliği	2	2	4	3	
Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-I	2	0		0	Mesleki Yabancı Dil-I	3	2	4	4	
Türk Dili-I	2	0		0						
<b>Toplam</b>	20	6	26	21	<b>Toplam</b>	20	12	32	22	
1.Sınıf II. Yarıyıl				Haftalık Ders Saatleri		Kredi	2.Sınıf IV. Yarıyıl			
Ders Adı	Teo	Uyg.	Topl.	Teo	Uyg.		Topl.	Kredi		
Turizm Pazarlaması	2	1		3	Tur Planlaması ve Yönetimi	2	1	3	3	
Seyahat İşletmelerinde Örgütsel İletişim	1	1		2	Seyahat İşletmelerinde Muhasebe	1	1	2	2	
Seyahat İşletmeleri Yönetimi ve Ulaştırma Sistemleri	2	2		3	Seyahat İşletmelerinde Rezervasyon Sistemleri	2	1	3	3	
Turizm İşletmelerinde Maliyet Analizleri	2	1		3	Turizmde Rehberlik	2	1	3	3	
Bilgisayar-II	2	2		3	Ulaştırma Hizmetleri ve Bilet Satışı	2	2	4	3	
İş ve Sosyal Güvenlik Hukuku	2	0		2	Rekreasyon ve Animasyon	1	1	2	2	
Yabancı Dil-II	4	0		4	Türk ve Dünya Mutfakları	2	0	2	2	
Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-II	2	0		0	Yönlendirilmiş Çalışma	1	1	2	2	
Türk Dili-I	2	0		0	Beden Eğitimi-II	1	1	2	0	
					Mesleki Yabancı Dil-II	3	2	5	4	
<b>Toplam</b>	19	7		20	<b>Toplam</b>	17	11	28	24	



### Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu Ağırlama Hizmetleri Programı Haftalık Ders Dağılım Çizelgesi

1.Sınıf I. Yarıyıl		Haftalık Ders Saatleri			Kredi	2.Sınıf III. Yarıyıl		Haftalık Ders Saatleri			Kredi
Ders Adı	Teo	Uyg.	Topl.	Ders Adı		Teo	Uyg.	Topl.			
Gıda Teknolojisi	1	1	2	2	Turizm Pazarlaması	2	1	3	3		
Ticari Matematik	1	1	2	2	Kongre ve Fuar Yönetimi	2	2	4	3		
İletişim	1	1	2	2	Turizm İşletmelerinde Maliyet Analizleri	2	1	3	3		
Önbüro İşlemleri	2	0	2	2	Turizm Mevzuatı	2	0	2	2		
Temizlik Ürünleri Kullanımı ve Denetimi	2	1	3	3	Seyahat Acentacılığı	2	0	2	2		
Beslenme İlkeleri Menü Planlama	2	1	3	3	Beden Eğitimi-I	1	1	2	0		
Turizm Ekonomisi	2	0	2	2	Mesleki Yabancı Dil-I	2	2	4	3		
Bilgisayar-I	2	2	4	3	Yiyecek-İçecek İşletmeciliği-I	2	2	4	3		
Yabancı Dil-I	4	0	4	4	Endüstriyel Yiyecek Üretimi-I	2	2	4	3		
Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-I	2	0	2	0							
Türk Dili-I	2	0	2	0							
<b>Toplam</b>	21	7	28	23	<b>Toplam</b>	16	12	28	22		
1.Sınıf II. Yarıyıl		Haftalık Ders Saatleri			Kredi	2.Sınıf IV. Yarıyıl		Haftalık Ders Saatleri			Kredi
Ders Adı	Teo	Uyg.	Topl.	Ders Adı		Teo	Uyg.	Topl.			
Temizlik Hizmetleri İşletmeciliği	2	1	3	3	Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrol	2	1	3	3		
Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi	2	1	3	3	Yiyecek-İçecek İşletmeciliği-II	2	2	4	3		
Önbüro Yönetimi	2	1	3	3	Endüstriyel Yiyecek Üretimi-II	2	2	4	3		
Mutfak Hizmetleri Yönetimi	2	1	3	3	Yiyecek-İçecek Hizmetleri Otomasyonu	2	1	3	3		
Otel İşletmeciliği	2	0	2	2	Beden Eğitimi-II	1	1	2	0		
Genel Muhasebe	1	1	2	2	Mesleki Yabancı Dil-II	2	2	4	3		
Bilgisayar-II	2	2	4	3	Yönlendirilmiş Çalışma	1	1	2	2		
Yabancı Dil-II	4	0	4	4	İnsan Kaynakları Yönetimi	1	1	2	2		
Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-II	2	0	2	0	Konaklama İşletmeleri Muhasebesi	2	0	2	2		
Türk Dili-II	2	0	2	0	Rekreasyon ve Animasyon	1	1	2	2		
<b>Toplam</b>	21	7	28	23	<b>Toplam</b>	16	12	28	23		

### Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu Turist Rehberliği Programı Haftalık Ders Dağılım Çizelgesi

1.Sınıf I. Yarıyıl		Haftalık Ders Saatleri			Kredi	2.Sınıf III. Yarıyıl		Haftalık Ders Saatleri			Kredi
Ders Adı	Teo	Uyg.	Topl.	Ders Adı		Teo	Uyg.	Topl.	Kredi		
Turizmde Beşeri İlişkiler	2	0	2	2	Turist Rehberliği	2	2	4	3		
Arkeolojiye Giriş	2	0	2	2	Turizm İşletmelerinde Rekrasyon ve Animasyon	1	2	3	2		
Arkeolo. ve San. Tar. Termin.	2	0	2	2	Anadolu Kentleri	2	0	2	2		
Genel Turizm Bilgisi	2	0	2	2	Anadolu Türk Mimarisi	2	0	2	2		
Temel Bil. Tek. Kul.	1	2	3	2	Anadolu Tarihi ve Uygar.-II	2	0	2	2		
Atatürk İlk.ve İnk.Tar. (I)	2	0	2	2	Dinler Tarihi	2	0	2	2		
Türk Dili (I)	2	0	2	2	Turizm Ekonomisi	2	0	2	2		
Yabancı Dil (I) Almanca	2	0	2	2	Yabancı Dil (III) Almanca	4	0	4	4		
Mesleki Yabancı Dil (I) İngilizce	7	0	7	7	Mesleki Yabancı Dil (III) İngilizce	6	0	6	6		
Rusça (I)	4	0	4	4	Rusça (III)	2	0	2	2		
<b>Toplam</b>	<b>26</b>	<b>2</b>	<b>28</b>	<b>27</b>	<b>Toplam</b>	<b>25</b>	<b>4</b>	<b>29</b>	<b>27</b>		
1.Sınıf II. Yarıyıl		Haftalık Ders Saatleri			Kredi	2.Sınıf IV. Yarıyıl		Haftalık Ders Saatleri			Kredi
Ders Adı	Teo	Uyg.	Topl.	Ders Adı		Teo	Uyg.	Topl.	Kredi		
Turist Rehberliği (I)	2	2	4	3	İlk Yardım	2	0	2	2		
Anadolu Tarihi ve Uygar. (I)	2	0	2	2	Seyahat Acentalığı ve Tur Operatörlüğü	2	0	2	2		
Turizm Coğrafyası	2	0	2	2	Anadolu Tarihi ve Uygar.-III	2	0	2	2		
Mitoloji	2	0	2	2	Türk Kültürü, Folklorü ve Mitolojisi	2	0	2	2		
Temel Bilgisayar Bil.	2	2	4	3	Anadolu Türk Tarihi	2	0	2	2		
Atatürk İlk.ve İnk.Tar. (II)	2	0	2	2	Otelcilik ve Ön Büro İşlemleri	2	0	2	2		
Türk Dili (II)	2	0	2	2	Turizm Hukuku	2	0	2	2		
Yabancı Dil (II) Almanca	2	0	2	2	Almanca (IV)	4	0	4	4		
Mesleki Yabancı Dil (II) İngilizce	7	0	7	7	Mesleki Yabancı Dil (IV) (İng.)	6	0	6	6		
Rusça (II)	4	0	4	4	Rusça (IV)	2	0	2	2		
<b>Toplam</b>	<b>27</b>	<b>4</b>	<b>31</b>	<b>29</b>	<b>Toplam</b>	<b>26</b>	<b>0</b>	<b>26</b>	<b>26</b>		

### Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu Ağırlama Hizmetleri Programı Haftalık Ders Dağılım Çizelgesi

1.Sınıf I. Yarıyıl		Haftalık Ders Saatleri			Kredi	2.Sınıf III. Yarıyıl		Haftalık Ders Saatleri			Kredi
Ders Adı	Teo	Uyg.	Topl.	Ders Adı		Teo	Uyg.	Topl.			
Türk Dili (I)	2	0	2	2	Turizm Pazarlaması	2	1	3	3		
Atatürk İlk.ve İnk.Tar. (I)	2	0	2	2	Kongre ve Fuar Yönetimi	2	2	4	3		
Yabancı Dil (I)	4	0	4	4	Turizm İşlet. Maliyet Anali.	2	1	3	3		
Bilgisayar (I)	2	2	4	3	Turizm Mevzuatı	2	0	2	2		
Turizm Ekonomisi	2	0	2	2	Seyahat Acenteciliği	2	0	2	2		
Beslen. İlk. ve Menü Plan.	2	1	3	3	Mesleki Yabancı Dil-I	2	2	4	3		
Temizlik Ürün. Kul. ve Den.	2	1	3	3	Gıda ve Personel Hijyeni	2	0	2	2		
Önbüro İşlemleri	2	0	2	2	Yiyecek-İçecek İşltm.-I	2	2	4	3		
İletişim	1	1	2	2	Ön Büro-Kat Hiz. Otomas-I	2	2	4	3		
Ticari Matematik	1	1	2	2	Turizm Almancası-I	2	2	4	3		
Gıda Teknolojisi	1	1	2	2							
Beden Eğitimi (I) (*)	0	1	1	0							
<b>Toplam</b>	21	8	27	27	<b>Toplam</b>	20	12	32	27		
1.Sınıf II. Yarıyıl		Haftalık Ders Saatleri			Kredi	2.Sınıf IV. Yarıyıl		Haftalık Ders Saatleri			Kredi
Ders Adı	Teo	Uyg.	Topl.	Ders Adı		Teo	Uyg.	Topl.			
Türk Dili (II)	2	0	2	2	Yiyecek - İçecek Maliy. Kont.	2	1	3	3		
Atatürk İlk.ve İnk.Tar. (II)	2	0	2	2	Yiyecek-İçecek İşltm.-II	2	2	4	3		
Yabancı Dil (II)	4	0	4	4	Endüstriyel Yiyecek Üret.-I	2	2	4	3		
Bilgisayar (II)	2	2	4	3	Yiyecek - İçecek Hiz. Otomas.	2	1	3	3		
Genel Muhasebe	1	1	2	2	Mesleki Yabancı Dil-II	2	2	4	3		
Otel İşletmeciliği	2	0	2	2	Yönlendirilmiş Çalışma	1	1	2	2		
Mutfak Hizmetleri Yönetimi	2	1	3	3	İnsan Kaynakları Yönetimi	1	1	2	2		
Önbüro Yönetimi	2	1	3	3	Turizm Almancası-II	6	0	6	6		
Yiyecek - İçecek Hiz. Yönetimi	2	1	3	3							
Temizlik İşletmeleri İşlet.	2	1	3	3							
Beden Eğitimi (II) (*)	0	1	1	0							
<b>Toplam</b>	21	8	29	27	<b>Toplam</b>	18	10	28	25		

### Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu Turizm ve Seyahat Hizmetleri Programı Haftalık Ders Dağılım Çizelgesi

1.Sınıf I. Yarıyıl				Haftalık Ders Saatleri		Kredi	2.Sınıf III. Yarıyıl			
Ders Adı	Teo	Uyg.	Topl.	Teo	Uyg.		Topl.	Kredi		
Türk Dili –I	2	0	2	2	Kongre ve Fuar Yönetimi	2	2	4	3	
Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi – I	2	0	2	2	Turizm Mevzuatı	2	0	2	3	
Yabancı Dil –I	4	0	4	4	Anadolu Uygarlıkları	1	1	2	3	
Turizm Ekonomisi	2	0	2	3	Turizm Coğrafyası	1	1	2	2	
Bilgisayar – I	2	2	4	2	Özel İlgi Turizmi	2	2	4	2	
İşletme Yönetimi	2	0	2	3	Mesleki Yabancı Dil –I	2	2	4	3	
Genel Muhasebe	2	1	3	3	Gıda ve Personel Hijyeni	2	0	2	2	
Önbüro İşlemleri	2	1	3	2						
İletişim	1	1	2	2						
Ticari Matematik	1	1	2	2						
<b>Toplam</b>	20	6	26	25	<b>Toplam</b>	12	8	20	17	
1.Sınıf II. Yarıyıl				Haftalık Ders Saatleri		Kredi	2.Sınıf IV. Yarıyıl			
Ders Adı	Teo	Uyg.	Topl.	Teo	Uyg.		Topl.	Kredi		
Türk Dili –II	2	0	2	2	Tur Planlaması ve Yönetimi	2	1	3	3	
Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi – II	2	0	2	2	Seyahat İşletmelerinde Muhasebe	1	1	2	2	
Yabancı Dil –II	4	0	4	4	Seyahat İşletmelerinde Rezervasyon Sistemleri	2	1	3	3	
İş ve Sosyal Güvenlik Hukuku	2	0	2	2	Turizmde Rehberlik	2	1	3	3	
Bilgisayara – II	2	2	4	3	Ulaştırma Hizmetleri ve Bilet Satışı	2	2	4	3	
Turizm İşletmelerinde Maliyet Analizleri	2	2	4	3	Mesleki Yabancı Dil -II	2	2	4	3	
Seyahat İşletmeleri Yönetimi ve Ulaştırma Sistemleri	2	2	4	3						
Seyahat İşletmelerinde Örgütsel İletişim	2	1	3	2						
Turizm Pazarlaması	1	0	1	3						
<b>Toplam</b>	19	7	26	24	<b>Toplam</b>	11	8	19	17	

**Ek2. Araştırma İzin Belgesi**

T.C.  
**SELÇUK ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ**  
 ÖĞRENCİ İŞLERİ DAİRE BAŞKANLIĞI

Sayı : B.30.2.SEL.0.72.00.00/200- 463  
 Konu: Anket İzni

03.05.2010\* 05044

**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE**

Üniversitemiz Sosyal Bilimler Enstitüsü Çocuk Gelişimi ve Ev Yönetimi Eğitimi Anabilim Dalı Beslenme Eğitimi Bilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Hasan ASLAN'ın "Turizm Eğitimi Alan Üniversite Öğrencilerinin Gastronomi Turizmi İle İlgili Bilgi ve Görüşlerinin Saptanması" isimli tez konusuna veri toplamak amacıyla "Turizm Eğitimi Alan Üniversite Öğrencilerinin Gastronomi Turizmi İle İlgili Bilgi ve Görüşlerinin Belirlenmesi" konulu anket çalışmasını, Üniversitemiz Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu ve Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulunda yapması Rektörlüğümüzce uygun görülmüştür.

Bilgilerinizi rica ederim.

Prof.Dr. Kürşat TURGUT  
 Rektör a.  
 Rektör Yardımcısı

EKLER:  
 1- 1 takım

Gereği için \_\_\_\_\_ :  
 Sosyal Bilimler MYO Müdürlüğüne  
 Silifke Taşucu MYO Müdürlüğüne

Bilgi için \_\_\_\_\_ :  
 Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne

**Ek-3 Anket Formu**

**TURİZM EĞİTİMİ ALAN ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN  
GASTRONOMİ TURİZMİ İLE İLGİLİ BİLGİ VE GÖRÜŞLERİNİN  
BELİRLENMESİ**

Sayın Katılımcı,

Bu araştırmanın amacı, yükseköğretim düzeyinde turizm eğitimi alan üniversite öğrencilerin gastronomi turizmi ile ilgili bilgi ve görüşlerini saptamaktır. Elde edilecek veriler, yüksek lisans tezi çalışmasında kullanılacak olup kesinlikle GİZLİ tutulacaktır. Araştırmanın doğru ve geçerli sonuçlara ulaşabilmesinde vereceğiniz yanıtların ÖNEMİ çok büyüktür. Araştırma sonuçları ile ilgili bilgi edinmek isterseniz, lütfen e-posta adresinizi son kısımda yer alan kişisel bilgiler bölümüne yazınız.

İşbirliğiniz ve desteğiniz için teşekkür ederiz.

Hasan ASLAN

İletişim Bilgileri:

Telefon: 0505 83912020543 714 27 06

E-mail: aslanum@hotmail.com

**A- DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER**

1. Cinsiyetiniz:  Kız  Erkek

2. Yaşınız: .....

3. Öğrenim gördüğünüz meslek yüksekokul:

Sosyal Bilimler Yüksekokulu  Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu

4. Öğrenim gördüğünüz sınıf:

Birinci sınıf  İkinci sınıf  Diğer:.....

5. Öğrenim gördüğünüz programın türü:  Normal Öğretim  İkinci Öğretim

6. Öğrenim gördüğünüz programın adı:

Ağrlama Hizmetleri  Turizm ve Seyahat Hizmetleri  Turist Rehberliği

7. Mezun olduğunuz lise türü:

Anadolu Lisesi  Genel Lise  Meslek Lisesi

8. Mezun olduğunuzda turizmin hangi alanında çalışmak istiyorsunuz?

Seyahat acentesi  Konaklama İşletmeleri

Yiyecek İçecek İşletmeleri  Diğer:.....

## B – GASTRONOMİ BİLGİSİ İLE İLGİLİ SORULAR

1. Gastronomi turizminin bir ülkeye ya da bölgeye sağladığı yarar aşağıdakilerin hangisi olamaz?

A) Bölgede rakip olduğu turizm merkezleriyle kıyaslandığında farklılık oluşturmaktadır.

B) Yöresel ve ulusal mutfağın markalaşmasına katkıda bulunmaktadır.

C) Tek başına bir turizm faaliyeti haline gelip destinasyon tercihi olabilmektedir.

D) Dünyaca ünlü zincir restoran işletmelerinin bölgeye yaptığı yatırımların artmasını sağlar.

2. Aşağıdakilerden hangileri bir gastronomi turizm faaliyeti olarak değerlendirilebilir?

I. Çay ekim ve hasat turlarına katılım.

II. Çikolata ve şarap üretim turlarına katılım.

III. Aşçılık okullarına düzenlenen turlara katılım.

IV. Mutfak müzelerine düzenlenen turlara katılım.

A) Yalnız I    B) I ve II    C) II ve III    D) I - II – III - IV

3. Bir ülkenin ya da bölgenin yerel mutfağını tanıtmak ve o bölgeyi bir gastronomi turizmi merkezi haline getirmek için aşağıdaki meslek gruplarından öncelikle hangilerini davet etmemiz uygun olur?

I. Gurmeler

II. Gazete ve dergilerin yemek yazarları

III. Turist rehberleri

IV. Gastronomi konusunda seçilmiş kurum ve kuruluşlar.

A) Yalnız I    B) I ve II    C) II ve III    D) I - II – III - IV

4. Gastronomi turizminin aşağıdaki bilim dallarından hangisi ile doğrudan ilişkisi yoktur?

A) El Sanatları    B) Psikoloji    C) Sosyoloji    D) Tarih

5. Aşağıdakilerden hangileri gastronomi turizmi faaliyetleri arasında yer alır?

I. Yiyecek, içecek festivallerine ve fuarlarına katılım.

II. Yiyeceklerle ilgili özgün mekânları ziyaret etmek.

III. Yöresel yiyecek ve içecekleri tüketmek.

A) Yalnız I    B) I ve II    C) II ve III    D) I - II – III

6. .... gastronomi faaliyeti olarak insanların ilgisini çekmektedir.' Cümlesindeki boşluğa aşağıdakilerin hangisinin yazılması doğru olmaz?

- A) Yemeklerin besin değeri
- B) Yöresel yiyecek hazırlama ve servis kıyafetleri
- C) Yöresel mutfak malzemeleri.
- D) Pişirme yöntemleri.

7. Kültür ve Turizm Bakanlığının 2023 yılı hedefleri arasında turizmi geliştirme koridorları oluşturmak vardır. Aşağıda oluşturulması hedeflenen turizm gelişim koridorlarından hangisi gastronomi turizmi ile birebir ilişkilidir?

- A) Kış Koridoru
- B) Zeytin Koridoru
- C) İnanç Turizmi Koridoru
- D) İpek Yolu Koridoru

8. Gastronomi turizminin geliştirilmesi için aşağıdaki kurum ve kuruluşlardan hangileri işbirliği halinde olmalıdır?

- I. TÜRSAB
  - II. TUROB
  - III. Üniversiteler
  - IV. Kültür ve Turizm Bakanlığı
- A) Yalnız I    B) I ve II    C) II ve III    D) I - II - III - IV

9. Aşağıda eşleştirilen yiyecek ve özdeşleştiği yöre ikililerinden hangileri doğrudur?

- I. Elazığ-Tulum Peyniri
  - II. Nevşehir-Testi Kebabı
  - III. Tantuni-Hatay
  - IV. Manti-Yozgat
- A) I ve III    B) II ve III    C) III ve IV    D) I ve II

10. Aşağıda eşleştirilen içecek ve özdeşleştiği yöre ikililerinden hangileri doğrudur?

- I. Mirra-Osmaniye
  - II. Adana-Şalgam
  - III. Çay-Ankara
  - IV. Susurluk-Ayran
- A) I ve III    B) II ve III    C) III ve IV    D) II ve IV



**11.** Aşağıda eşleştirilen tatlılar ve özdeşleştiği yöre ikililerinden hangileri doğrudur?

I. Künefe-Hatay

II. Şıllık-Konya

III. Sütlaç-Amasya

IV. Baklava-Gaziantep

A) I ve III

B) II ve III

C) III ve IV

D) I ve IV

**12.** Aşağıda eşleştirilen yiyecekler ve özdeşleştiği yöre ikililerinden hangileri doğrudur?

I. Cezreye-Van

II. Kestane Şekeri-Bursa

III. Mesir Macunu-İzmir

IV. Pişmaniye-Kocaeli

A) I ve III

B) II ve IV

C) III ve IV

D) I ve IV

**13.** Aşağıda eşleştirilen yiyecekler ve özdeşleştiği ülke ikililerinden hangileri doğrudur?

I. Çikolata-İsviçre

II. Makarna-İtalya

III. Pizza-Fransa

IV. Suşi-Çin

A) I ve II

B) II ve IV

C) III ve IV

D) I ve IV

**14.** Gastronomi turları aşağıdaki ülkelerin hangilerine yoğunlaşmıştır?

I. İtalya

II. Yunanistan

III. Fransa

IV. İspanya

V. Almanya

A) I, II ve III

B) I, III ve IV

C) II, III ve V

D) III, IV ve V

15. Türk Mutfağının markalaşması ve gastronomi turizminde etkin olarak yer alması ile ilgili aşağıda verilen maddelerin önemini belirtiniz.

	(Her bir ifade ile ilgili seçiminizi (√) işaretleyiniz.)	Katılıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılmıyorum
1.	Konaklama işletmelerinde bölgesel ve yöresel Türk Mutfağı günleri düzenlenmelidir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Türk Mutfağına özgü yiyecek ve içecekler organik sebze ve meyvelerle hazırlanmalıdır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Yöre mutfakları ile ilgili bilimsel çalışmalar yapılarak yazılı ve görsel belgelerle aktarılmalıdır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Türk Mutfağına özgü yemekler aslına uygun olarak hazırlanmalıdır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Menülerinde Türk Mutfağına özgü yiyecekler bulunduran işletmelerde hamur tatlılarının yanı sıra sütlü tatlılara da yer verilmelidir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Türk Mutfağına ait yemekler hakkında tanıtıcı bilgilerin yer aldığı broşürler, kitaplar hazırlanmalı.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Balık restoranlarının menülerinde Türk Mutfağına özgü balık yemekleri de bulunmalı ve balık yemekleri gastronomi kurallarına göre servis edilmelidir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	Menülerinde Türk Mutfağına özgü yiyecekler bulunduran işletmelerde Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belgelendirilmeli ve sürekli olarak denetlenmelidir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.	Türk Mutfağının sağlıklı beslenme ile örtüşen özellikleri ön plana çıkarılmalıdır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Türk Mutfağı konusunda kalifiye eleman yetiştirilmelidir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### C –Turizm Eğitim Programı İle İlgili Sorular

	(Her bir ifade ile ilgili seçiminizi (√) işaretleyiniz.)	EVET	Yeterli	Yeterli Değil	HAYIR	Almak İsterim	Almak İstemem
1.	Gastronomi turizmine yönelik eğitim aldınız mı?	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
2.	Beslenme eğitimi aldınız mı?	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
3.	Türk Mutfağı konusunda eğitim aldınız mı?	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
4.	Dünya Mutfakları konusunda eğitim aldınız mı?	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
5.	Gastronomi içerikli dersleriniz uygulama ağırlıklı mı?	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		

6. Türk Mutfağı ve yöresel mutfaklar, gastronomi içerikli kitaplarınız mevcut mu?

Evet  Hayır

7. Türk Mutfağı, yöresel mutfaklar, gastronomi ve Dünya Mutfakları konusunda ki gelişmelerden nasıl haberdar oluyorsunuz?

Gazete  Dergi  İnternet  Kitap  Diğer.....

## D – Gastronomi Davranışlarını Değerlendirmeye Yönelik Sorular

1. Gastronomi davranışlarınıza ilişkin aşağıda yer alan hususlara katılma düzeyinizi belirtiniz.

	<b>GASTRONOMİ DAVRANIŞLARI</b> (Her bir ifade ile ilgili seçiminizi (√) işaretleyiniz.)	<b>Her zaman</b>	<b>Bazen</b>	<b>Hiçbir Zaman</b>
1.	Farklı yörelerin beslenme kültürünü bilmek isterim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Dışarıda yemek yiyeceğim zaman farklı yörelerin mutfaklarını tercih ederim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Sürekli yeni yiyecekler denemek isterim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Alışık olmadığım tatları denemek isterim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Yemek yaparken yeni yemekleri yapmayı denerim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Dışarıda yemek yediğimde farklı tatları denerim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Yeni tatlara güvenmem.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	İçeriğini bilmediğim yemekleri yemem.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.	Dışarıda yemek yiyeceğim zaman, alışık olduğum yemekleri tercih ederim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Yemek festivallerine katılırım.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.	Bir restorana gittiğimde şefin özel yemeğini sipariş ederim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.	Yemek münüsünde ismini ilk defa gördüğüm yiyecekleri merak ederim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Seyahat ettiğiniz yerlerdeki gastronomi tercihleri ve satın alma davranışlarınıza ilişkin aşağıda yer alan hususlara katılma düzeyinizi belirtiniz.

	<b>SEYAHAT ETTİĞİM YERLERDE ...</b> (Her bir ifade ile ilgili seçiminizi (√) işaretleyiniz.)	<b>Her Zaman</b>	<b>Bazen</b>	<b>Hiçbir Zaman</b>
1.	...yol kenarında satılan yiyecekleri tercih ederim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	...yerel lokantaları tercih ederim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	...dünyaca ünlü lokanta zincirlerini tercih ederim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	...hazır yiyecekler tüketirim. (Bisküvi, konserve vb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	...yemek yerken inanç sistemime uygun yerler seçerim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	...yerel yemekleri tercih ederim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	...yöresel sunulan yemekleri ve yöreyi yansıtan yiyecekleri tercih ederim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	...hazırlanışını görebileceğim yiyecekleri tercih ederim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.	...yörenin özel yiyeceklerinden satın alırım.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	...yöresel yemek kitapları satın alırım.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.	...yöresel yiyecek hazırlama araç gereçlerini satın alırım.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



T.C.  
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



**Özgeçmiş**

Adı Soyadı:	Hasan ASLAN			
Doğum Yeri:	Konya			
Doğum Tarihi:	18.10.1983			
Medeni Durumu:	Evli			
Öğrenim Durumu				
Derece	Okulun Adı	Program	Yer	Yıl
İlköğretim	Zeliha ve Lütfi Kulluk İlköğretim Okulu		Konya	1989-1994
Ortaöğretim	Cumhuriyet Lisesi Ortaokul Kısmı		Konya	1994-1997
Lise	Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi	Servis Hizmetleri	Konya	1997-2001
Lisans	Selçuk Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi	Aile Ekonomisi ve Beslenme Öğretmenliği	Konya	2001-2005
Yüksek Lisans	Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü	Beslenme Eğitimi Bilim Dalı	Konya	2007-2010
Yayımları:	Aslan H., Aktaş N. (2010), Gastronomi Turizmi, I. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi			
İlgi Alanları:	Turizm, Beslenme, Türk Mutfağı, Bilgisayar Teknolojileri			
İş Deneyimi:	Elegance Hotel	Marmaris	Garson	2001-2002
	Polisevi	Konya	Head Waiter	2002-2003
	Hilton	Konya	Garson	2004-2005
	Makimsan İ.Ö.O.	Adana	Öğretmen	2006-2009
	Hüsnü Özyeğin İ.Ö.O.	Şanlıurfa	Öğretmen	2009-.....
Aldığı Ödüller:	Milli Eğitim Müdürlüğü tarafından verilmiş muhtelif sertifika ve başarı belgeleri			
Hakkımda bilgi almak için önerebileceğim şahıslar:	Yrd. Doç. Dr. Nazan AKTAŞ	Selçuk Üniversitesi		
	Yrd. Doç. Dr. Mehmet AKMAN	Selçuk Üniversitesi		
	Yrd. Doç. Dr. Nermin Işık	Selçuk Üniversitesi		
Tel:	0505 8391202 – 0543 7142706			
E-Posta:	aslanum@hotmail.com			
Adres	Rauf Orbay Mah. Revan Cd. Zafer St. A-1 Blok 18/2 Selçuklu KONYA			