

MUTFAK DEPARTMANINA YÖNELİK TUTUM: GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Bilal DEVECİ* Bahar DEVECİ Nilgün KARAMAN*** Yusuf AYMANKUY******

Öz

Turizm endüstrisi için çok önemli bir gelir kaynağı ve turistik varış noktaları için çekicilik unsuru olan mutfak, ülke kültürünün tanıtılmasında önemli bir yere sahiptir. Günümüzde mutfak çalışanları turizm endüstrisinin vazgeçilmez dinamiklerinden biri haline gelmiştir. Bu nedenle gastronomi ve mutfak sanatları bölümünde eğitim alan öğrencilerin, mezun olduktan sonra istihdam edileceği, mutfak departmanına yönelik tutumlarının belirlenmesi üzerine bir araştırma yapılmıştır. Araştırmada anket tekniği kullanılmış ve elde edilen veriler istatistiksel analizlere tabi tutulmuştur. Araştırma sonuçlarına göre; gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerinin, mutfak departmanına yönelik tutumlarının olumlu olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeğin daha önce keşfedilen yapıya uygunluğunu belirlemek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmış ve yapıya uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kullanılan ölçek ve alt boyutları arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Çevresel etki boyutunun mutfak departmanına yönelik tutum ölçeğini en fazla açıklayan boyut olduğu belirlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Mutfak, Eğitim, Tutum, Gastronomi, Turizm

ATTITUDE TOWARDS CUISINE DEPARTMENT: AN INVESTIGATION ON GASTRONOMY AND CULINARY ARTS PUPİLS

Abstract

The cuisine, which is a very important source of income for the tourism industry and an attraction for tourist destinations, has an important place in the introduction of country cultures. At the present time, culinary workers have become one of the indispensable dynamics of the tourism industry. For this reason, a study has been carried out on the determination of the attitudes towards the cuisine department which gastronomy and culinary arts pupils which will be employed after graduation. Survey technique has been used in the research and the obtained data has been analyzed statistically. According to research results; gastronomy and culinary arts pupils attitudes towards the cuisine department have found to be positive. In the research, Confirmatory Factor Analysis (CFA) has been used to determine appropriateness of the discovered structure and it has been achieved as the result that the structure is suitable. It has determined that there has a positive and meaningful correlation between scale and sub-dimensions. It has been revealed that environmental impact which is the dimension most explain the attitude towards cuisine department scale.

Keywords: Culinary, Education, Attitude, Gastronomy, Tourism

*Yrd. Doç. Dr. Bilal DEVECİ, Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, bdeveci@gmail.com

**Doktora Öğrencisi, Bahar DEVECİ, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, bahar.dvc@gmail.com

***Arş. Gör. Nilgün KARAMAN, Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, nilgunetiz@hotmail.com

****Doç. Dr. Yusuf AYMANKUY, Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, aymankey@balikesir.edu.tr



Giriş

Yemek sadece basit bir biyolojik davranıştan veya sadece fonksiyonel bir üründen ibaret değil aynı zamanda kültürel bir nesnedir (Shenoy, 2005: 11). Besin değeri için değil aynı zamanda sembolik ve estetik değeri için de tüketilmektedir (Kınalı, 2014: 29). Duygu ortaklığının bir ifadesi olan yemek kavramı, yiyecek paylaşımı, birlikte yemek yeme gibi temel bir sosyal ilişkiyi nitelemektedir (Bessiere, 1998: 23).

Günümüzde insanlar sadece açlık duygusunu gidermek için değil, aynı zamanda farklı deneyimler yaşamak için de yaşadıkları ev dışında yemek yeme faaliyetinde bulunmaktadır (Yüncü, 2010: 27). İnsanlar yemek için sadece evlerinden dışarı çıkmakla kalmayıp ünlü ve lezzetli yemekler tatmak için farklı şehir ve ülkelere seyahat etmektedirler. Bu nedenle yemeğin rolü gün geçtikçe artmaktadır. Yiyecek tüketimi, turistik bir aktivite bileşeni ve deneyimi olmasının yanı sıra turistik bir rekreasyon faaliyeti haline dönüşmektedir (Shenoy, 2005: 8).

Bir otel işletmesinde mutfak ne kadar çağdaş, gelişmiş, lüks araç-gereçlerle donatılırsa donatılınsın ve üretim aşamasında ne kadar iyi malzeme ve hammadde kullanılırsa kullanılınsın, mutfakta en önemli unsur insandır (Girgin, 2008: 20). Diğer bir ifadeyle bir otel işletmesinde mutfağın başarısını ve başarısızlığını belirleyecek en önemli faktör işgücüdür. Mutfağın amaçlarını gerçekleştirebilmesi, seçtiği işgücüne bağlıdır. (Özdemir, 2001: 90). Bu nedenle mutfak, yeterli sayıda kalifiye ve eğitilmiş personele sahip olmalıdır (Bulgan, 2010: 48). Bu bağlamda da turizm eğitiminde, yiyecek içecek ve mutfak bölümleri daha fazla pratik ve daha az teorik eğitim ağırlıklı olmalıdır (Harrington vd., 2005: 197).

Mutfakta üretilen her yiyeceğin kalitesi gerek otelde konaklayan, gerekse dışarıda bir yiyecek içecek işletmesini tercih eden turistlerin memnuniyeti üzerinde olumlu izlenim bırakmaktadır (Çanakçı, 2012: 8). Bu yüzden turizm işletmeleri mutfak personeli seçiminde nitelikli iş gücü kullanmalıdır. Ülkemizde bu eğitilmiş ve kalifiye mutfak personeli örgün ve yaygın eğitim kurumlarında yetiştirilmekte ve verilen mutfak eğitimi ile turizm işletmeleri için donanımlı profesyoneller yetiştirmeyi amaçlamaktadır (Tekin ve Çiğdem, 2015: 975). Türkiye’de yiyecek-içecek ve turizm sektörü için istihdam kaynağı olan “Gastronomi”, “Gastronomi ve Mutfak Sanatları” ve “Mutfak Sanatları ve Yönetimi” programlarında lisans, “Aşçılık” programlarında ön lisans düzeyinde mutfak eğitimi verilmektedir (Sevim ve Görkem, 2015: 60). Bu çalışma, lisans düzeyinde gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi alan öğrencilerin, mutfak departmanına karşı tutumlarını belirlemek amacıyla yapılmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Arapça’ da ‘yemek pişirilen yer’ anlamına gelen (Maviş, 2003: 61) mutfak kelimesi Arapça "matbah" sözcüğünden Türkçe’ye geçmiştir (Güldemir, 2015: 101). Mutfak kavramı, hem kültürel bir olguyu hem de fiziki bir alanı ifade etmektedir. Ulusların beslenme ile ilgili kültürlerine mutfak adı verilmektedir. Mutfak, yiyecek ve içeceklerin hazırlanmasında kullanılan araç ve gereçleri, yemek pişirme sanatının püf noktalarını, yemek törenlerini gösteren bir kültürdür (Özdemir, 2001: 7). Mutfak kavramı fiziki bir alan olarak düşünüldüğünde ise, her türlü yiyeceğin hazırlandığı, pişirildiği ve tüketildiği yer olarak tanımlanmaktadır. Mutfak; yiyecek ve içecek işletmelerinde hedeflenen miktar, kalite ve standartlarda yiyecek üretiminin yapıldığı alandır (Seyitoğlu ve Çalışkan, 2014: 25). Mutfak



yiyecek ve içecek işletmesinin kalbidir (Sökmen, 2014: 175). Mutfak, turizm endüstri kollarının en önemlilerinden birisidir. Turistik faaliyetlerde bireyler, konaklamadan sonra en fazla harcamayı yiyecek içecek için yapmaktadırlar (Çakır, 2010: 65).

Son yıllarda ortaya çıkan gastronominin mutfak ve mutfak kültürünü oluşturan unsurlarla ilgilenen bir bilime dönüştüğü ifade edilmektedir. Yemek meraklılarının, yeme-içme sektöründe çalışanların ve medyanın günlük hayatta sıklıkla kullanmaya başlanılan gastronomi kelimesi Fransızcadan Türkçe'ye geçmiş yeni bir kelimedir (Özşeker, 2016: 5). Gastronomi kelimesi Türk Dil Kurumu sözlüğünde "yemeği iyi yeme merakı" ve "sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi" olarak iki farklı şekilde tanımlanmıştır (Türk Dil Kurumu, 2017). En kısa tanımıyla, gastronomi, "iyi yemek yemenin bilimi ve sanatı" olarak ifade edilmektedir (Öney, 2016: 194).

Günümüzde gastronomi, toplumların kendi içlerinde yaşadıkları bir konu olmanın ötesinde, ülke pazarlanmasında ve tanıtımında önemli bir olgu haline dönüşmüş (Bekar ve Belpinar, 2015: 6520) ve turizm deneyiminin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Yüncü, 2010: 29). Turizm endüstrisinde başarılı olmanın yolu mutfaktan geçmektedir. Konaklama tesislerinde sunulan hizmetlerin temelinde yer alan yiyecek-içecek hizmetleri gelir girdisinin de ana kaynağıdır. İnsanlar dünyanın neresinde olursa olsun, rahat edebilecekleri bir yer, güler yüzlü çalışanlar ve lezzetli yiyecek-içecek arzulamaktadırlar. Ayrıca insanlar güvenilir, uygun fiyatlı, kaliteli, doğru beslenme alışkanlıklarıyla yeterli-dengeli beslenmeyi geliştirecek hizmetleri satın alma ve tüketme hakkına sahiptirler (Şanlıer, 2005: 214–215; Görkem ve Öztürk, 2011: 20).

Bir ülkeyi ziyaret eden turistler konaklama faaliyetlerine harcadıkları dövizden daha fazlasını yeme-içme faaliyetlerinde harcamaktadırlar. Bu nedenle yiyecek-içecek işletmelerinde istihdam edilen mutfak personelinin eğitimi olması gerekmektedir (Çakır, 2010: 65). Mutfak personeli yiyecek üretimiyle ilgili olarak hazırlık ve pişirme işlemlerini gerçekleştiren kişilerdir (Koçak, 2012: 39). Mutfak personelinin yüksek düzeyde verim almak için performansları ve motivasyon kaynakları artırılmalıdır. Ancak mutfak personelinin yüksek performans sergilemesi için taleplerinin yerine getirilmesi ve motivasyon sağlayıcıların artırılarak heveslendirilmesi gerekmektedir (Özdemir, 2001: 93). Çünkü bir ülkenin mutfak kültürünün tanıtılmasında en önemli rolü üstlenen kişiler mutfak çalışanlarıdır.

Gastronomi eğitimi genel olarak, insanlık tarihinde neyin, nasıl, neden yenildiği ve içildiğine odaklanan sosyal bir bilimdir (Çiftçi, 2014: 41). Önlisans (2 yıllık) ve lisans (4 yıllık) mutfak programlarının hızla yayılmasıyla gastronomi eğitimi son yıllarda belirgin bir büyüme ve değişim göstermiştir (Harrington vd., 2005: 196). Çalışma kapsamında "2016 Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Sistemi (ÖSYS) Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu" incelendiğinde Türkiye'de "Gastronomi", "Gastronomi ve Mutfak Sanatları" ve "Mutfak Sanatları ve Yönetimi" adı altında lisans düzeyinde 30 üniversitede eğitim verildiği saptanmıştır. Bu çalışmada zaman ve maliyet kısıtlılığı nedeniyle tüm üniversitelerdeki öğrencilere ulaşmak mümkün olmadığından Balıkesir Üniversitesi'nde öğrenim gören Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölüm öğrencilerinin mutfak departmanına yönelik tutumları belirlenmeye çalışılmış ve genellemelere başvurulmuştur.



YÖNTEM

Bu araştırma, turizm endüstrisi için son derece önemli bir yere sahip olan geleceğin mutfak çalışanlarının, çalışma alanlarına yönelik tutumlarının belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin mutfak departmanına yönelik tutumlarının belirlenmesi, mutfak departmanına yönelik tutumları etkileyen alt boyutların belirlenmesi ve en çok hangi boyutun etkili olduğunun belirlenmesi ve öğrencilerin demografik özellikleri ile mutfak departmanına yönelik tutumları arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır.

Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın temel varsayımına göre; gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerinin mutfak departmanına yönelik tutumlarını etkileyen bazı faktörler bulunmaktadır. Bu temel varsayım kapsamında araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır.

H₁= Öğrencilerin demografik özellikleri ile mutfak departmanına yönelik tutumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₂=Mutfak departmanının önemi (MDÖ) boyutu ile genel mutfak departmanına yönelik tutumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₃= İşin nitelikleri (İN) boyutu ile genel mutfak departmanına yönelik tutumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₄= Çevresel etki (ÇE) boyutu ile genel mutfak departmanına yönelik tutumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₅= Yetenekler (YE) boyutu ile genel mutfak departmanına yönelik tutumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₆= Türk mutfağı (TM) boyutu ile genel mutfak departmanına yönelik tutumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırma Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Balıkesir Üniversitesi gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencileri oluşturmaktadır. Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde 1., 2. ve 3. sınıf gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencileri bulunmaktadır. Bu doğrultuda 2014, 2015 ve 2016 ÖSYS Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzları incelenerek mevcut öğrenci sayısı belirlenmiş ve aynı zamanda öğrenci sayıları fakülte öğrenci işleri ile görüşülerek teyit edilmiştir. Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi gastronomi ve mutfak sanatları bölümünde 1. sınıf 30, 2. sınıf 25 ve 3. sınıf 25 olmak üzere toplam 80 öğrenci olduğu belirlenmiştir. Araştırmada örneklemin tamamına ulaşmak mümkün olduğu için tam sayım yöntemi kullanılmış ve hazırlanan soru formu Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi gastronomi ve mutfak sanatları bölümünde aktif olarak öğrenim görmekte olan 79 öğrenciye yüz yüze görüşme ile uygulanmıştır.

Veri toplama Araç ve Teknikleri

Araştırmanın anketi iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm araştırmaya katılan gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin sosyo-demografik özelliklerinin belirlenmeye çalışıldığı sorulardan meydana gelmektedir. İkinci bölümde ise öğrencilerin mutfak



AKADEMİK BAKIŞ DERGİSİ

Sayı: 64 Kasım – Aralık 2017

Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi

ISSN:1694-528X Calal-Abad Uluslararası Üniversitesi,

Türk Dünyası Kırgız – Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü

Calal-Abad – KIRGIZİSTAN

<http://www.akademikbakis.org>



departmanına yönelik tutumlarının belirlenmesi için 2015 yılında Tekin ve Çiğdem tarafından geliştirilen 28 ifade 5 boyut ve likert ölçeğinin beşli derecelendirilmesi ile uygulanan mutfak departmanına yönelik tutumlar (MDYT) ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçeğin seçilmesindeki temel amaç ise, son dönemde geliştirilen, geçerliliği ve güvenilirliği belirlenmiş ve ifade dilinin anlaşılır olmasıdır.

Veri Toplama Süreci ve Verilerin Analizi

Araştırmada kullanılan anket formunun yapısal geçerliliğini test etmek amacıyla Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerine 2016 yılı Kasım ayının ilk haftasında yapılmıştır. Tüm anketler öğrenciler ile bire bir görüşülerek uygulanmıştır. Toplamda 80 anket bastırılmış ve bütün öğrencilere ulaşılmaya çalışılmıştır. Toplamda 79 öğrenciye ulaşılmış ve elde edilen veriler araştırmanın analizinde kullanılmıştır. Araştırmada sosyo-demografik özelliklerin frekans analizleri, aritmetik ortalama, standart sapma, korelasyon analizi, bağımsız grup t testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA), güvenilirlik analizleri, basit doğrusal regresyon analizi ve doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Yukarıda yapılan analizler için SPSS 21.0 paket programı ve LISREL 8.80 istatistiksel yazılımı kullanılmıştır.

BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin sosyo-demografik özellikleri, mutfak departmanına yönelik tutumlarının belirlenmesi, mutfak departmanına yönelik tutumlarına etki eden faktörlerin tespit edilmesi ve mutfak departmanına yönelik tutum ölçeğinin doğrulanmasını amaçlayan araştırmanın analizlerine bulgu ve yorumlarına yer verilmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin %53.2'si erkeklerden, %46.8'i kadınlardan oluşmaktadır. Öğrencilerin %62'si 18-20 yaş, %32.9'u 21-23 yaş, %5.1 24 yaş ve üstündedir. Turizm eğitimi alan öğrenciler %21.5 iken almayanlar %78.5 olarak belirlenmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin %36.7'si 1. sınıf, %31.6'sı 2. sınıf ve %31.6'sı 3. sınıftır. 4. sınıfta öğrenci bulunmamaktadır. Mutfak bölümünde staj yapma sorusuna vermiş oldukları cevaplar incelendiğinde %25.3 'ü staj yaparken %74.7'si staj yapmadıklarını belirtmişlerdir. Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin sonuçlar Tablo 1'de gösterilmektedir.



Tablo 1. Gastronomi ve Mutfak Sanatları Öğrencilerinin Sosyo-Demografik Özellikleri

Sosyo-Demografik Özellikler	n	%	Sosyo-Demografik Özellikler	n	%
Cinsiyet			Lisans eğitim yılı		
Erkek	42	53,2	1. sınıf	29	36,7
Kadın	37	46,8	2. sınıf	25	31,6
Toplam	79	100	3. sınıf	25	31,6
Yaş			4. sınıf	0	0
18-20	49	62,0	Toplam	79	100
21-23	26	32,9	Mutfak bölümünde staj yapma		
24 ve üstü	4	5,1	Evet	20	25,3
Toplam	79	100	Hayır	59	74,7
Turizm eğitimi aldınız mı?			Toplam	79	100
Evet	17	21,5	Daha önce turizm sektöründe çalışma		
Hayır	62	78,5	Evet	27	34,2
Toplam	79	100	Hayır	52	65,8
Mezun olduğunuz lise türü?			Toplam	79	100
Turizmle ilgili lise	17	21,5	Üniversite tercih sırası		
Diğer lise	62	78,5	1-3	47	59,5
Toplam	79	100	4-6	22	27,8
Mezun olduğunuz bölüm			7-9	3	3,8
Mutfak	17	21,5	10 ve üstü	7	8,9
Servis-bar	-	-	Toplam	79	100
Önbüro	-	-			
Kat hizmetleri	-	-			
Toplam	79	100			

Araştırmada kullanılan MDYT ölçeğini oluşturan 26 ifadenin güvenilirliklerini değerlendirmek üzere yapılan güvenilirlik analiz sonuçlarına göre; Cronbach Alpha değerleri: Mutfak departmanının önemi (MDÖ) boyutu 0,803, işin niteliği (İN) boyutu 0,708, çevresel etki (ÇE) boyutu 0,784, yetenekler (YE) boyutu 0,865, Türk mutfağı (TM) boyutu 0,823 ve MDYT ölçeğinin genel güvenilirlik katsayısı ise 0.886 olarak tespit edilmiştir.

Mutfak departmanına yönelik tutum ölçeğinde daha önce araştırmacılar tarafından belirlenmiş olan faktörlerin sınanması için doğrulayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) araştırmacının elde etmiş olduğu verilerin daha önce keşfedilmiş olan orijinal yapıya uygunluğunu belirlemek amacıyla yapılan bir analiz yöntemidir (Şeçer, 2015: 171). Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile modelin ortaya konulması için modelde yer alan temel parametrelerin hesaplandıktan sonra model uyum indekslerine bakılmaktadır. Yaygın olarak kabul görmüş uyum indeksleri Tablo 2'de sıralanmaktadır.



Tablo 2. Yaygın Olarak Kabul Görmüş Uyum İndeksleri

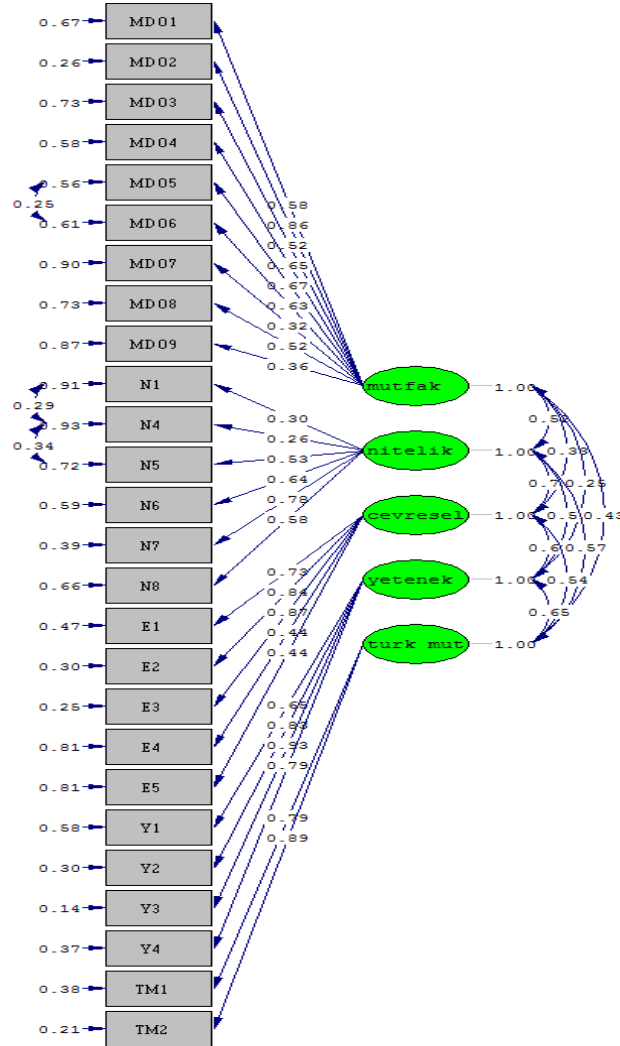
Uyum indeksi	Düşük Uyum	Kabul edilebilir uyum	İyi uyum
x^2/sd	$3 \leq x^2/sd \leq 5$	$2 \leq x^2/sd \leq 3$	$0 \leq x^2/sd \leq 2$
AGFI	$.60 \leq AGFI \leq .85$	$.85 \leq AGFI \leq .95$	$.95 \leq AGFI \leq 1.00$
GFI	$.60 \leq GFI \leq .90$	$.90 \leq GFI \leq .95$	$.95 \leq GFI \leq 1.00$
NNFI	$.60 \leq NNFI \leq .90$	$.90 \leq NNFI \leq .95$	$.95 \leq NNFI \leq 1.00$
NFI	$.60 \leq NFI \leq .90$	$.90 \leq NFI \leq .95$	$.95 \leq NFI \leq 1.00$
CFI	$.60 \leq CFI \leq .90$	$.90 \leq CFI \leq .95$	$.95 \leq CFI \leq 1.00$
RFI	$.60 \leq RFI \leq .90$	$.90 \leq RFI \leq .95$	$.95 \leq RFI \leq 1.00$
IFI	$.60 \leq IFI \leq .90$	$.90 \leq IFI \leq .95$	$.95 \leq IFI \leq 1.00$
RMSEA	$.08 \leq RMSEA \leq .10$	$.05 \leq RMSEA \leq .08$	$.00 \leq RMSEA \leq .05$
RMR	$.08 \leq RMR \leq .10$	$.05 \leq RMR \leq .08$	$.00 \leq RMR \leq .05$

Kaynak: Kanten, 2012: 198; Bayram, 2013: 75; 41; İlhan ve Çetin, 2014: 31; Çapık, 2014: 199; Meydan ve Şeşen, 2015: 33; Yılmaz ve Varol, 2015.

Araştırma modelinde 26 adet gözlenen değişken ve 5 adet örtük değişken tasarlanmıştır. Gözlenen değişkenlerden N2 ve N3 t değerleri .01 düzeyinde anlamsız olduğu ve modeli desteklemediği için modelden çıkarılmıştır. Ölçüm modeli düzeltme indeksleri değerlendirildiğinde MDO5 ile MDO6, N1 ile N4 ve N4 ile N5 gözlenen değişkenleri iki yönlü path aracıyla birbirine bağlanmıştır. Düzeltme yapıldıktan sonra modelde uyum indekslerinde artış meydana gelmiş ve modelin uygunluğunu sağlar nitelikte olduğu görülmüştür. Şekil 1.'de mutfak departmanına yönelik tutum modeline ilişkin (standart solution) sonuç diyagramına ve Şekil 2.'de mutfak departmanına yönelik tutum modeline ilişkin (t değerleri) sonuç diyagramına yer verilmiştir.



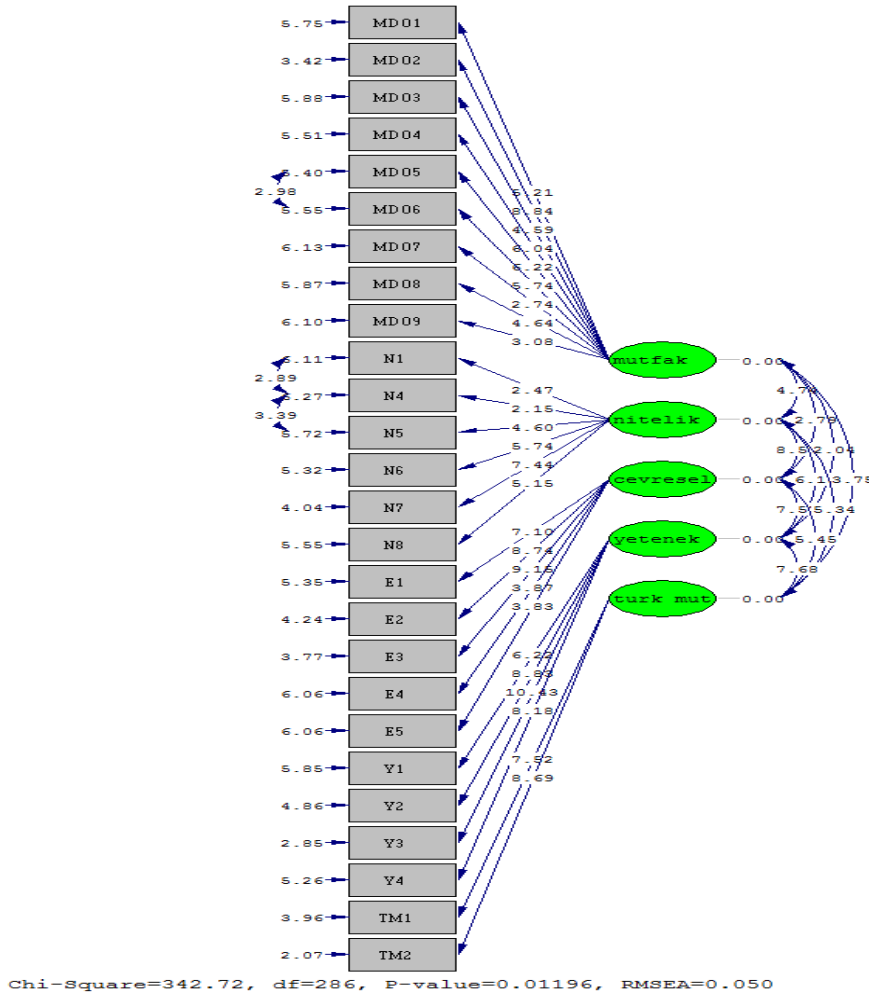
Şekil 1. Mutfak Departmanına Yönelik Tutum Modeline İlişkin Sonuçlar (R^2)



Chi-Square=342.72, df=286, P-value=0.01196, RMSEA=0.050



Şekil 2. Mutfak Departmanına Yönelik Tutum Modeline İlişkin Sonuçlar (t)



Şekil 1 ve Şekil 2'de mutfak departmanına yönelik tutum modeline ilişkin sonuçlar incelendiğinde elde edilen (standart solution) regresyon katsayıları ve *t* değerlerinin .01 düzeyinde anlamlı olduğu ve modelin doğrulandığı belirlenmiştir. Ki-kare serbestlik derecesinin oranı ve RMSEA iyi uyum, NNFI, CFI, IFI, ve RMR kabul edilebilir uyum, AGFI, GFI, NFI ve RFI düşük uyum sergilediği tespit edilmiştir. Mutfak departmanına yönelik tutum ölçeği ile yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen uyum değerleri aşağıdaki Tablo 3'te verilmiştir.



Tablo 3. Mutfak Departmanına Yönelik Tutum Ölçüm Modelinin Uyum Değerleri

Uyum indeksi	Düşük uyum	Kabul edilebilir uyum	İyi uyum	Model uyum değerleri
x^2/sd	$3 \leq x^2/sd \leq 5$	$2 \leq x^2/sd \leq 3$	$0 \leq x^2/sd \leq 2$	1.19
AGFI	$.60 \leq AGFI \leq .85$	$.85 \leq AGFI \leq .95$	$.95 \leq AGFI \leq 1.00$	0.69
GFI	$.60 \leq GFI \leq .90$	$.90 \leq GFI \leq .95$	$.95 \leq GFI \leq 1.00$	0.75
NNFI	$.60 \leq NNFI \leq .90$	$.90 \leq NNFI \leq .95$	$.95 \leq NNFI \leq 1.00$	0.93
NFI	$.60 \leq NFI \leq .90$	$.90 \leq NFI \leq .95$	$.95 \leq NFI \leq 1.00$	0.82
CFI	$.60 \leq CFI \leq .90$	$.90 \leq CFI \leq .95$	$.95 \leq CFI \leq 1.00$	0.94
RFI	$.60 \leq RFI \leq .90$	$.90 \leq RFI \leq .95$	$.95 \leq RFI \leq 1.00$	0.79
IFI	$.60 \leq IFI \leq .90$	$.90 \leq IFI \leq .95$	$.95 \leq IFI \leq 1.00$	0.94
RMSEA	$.08 \leq RMSEA \leq .10$	$.05 \leq RMSEA \leq .08$	$.00 \leq RMSEA \leq .05$	0.050
RMR	$.08 \leq RMR \leq .10$	$.05 \leq RMR \leq .08$	$.00 \leq RMR \leq .05$	0.053

Araştırmalarda basıklık (Kurtosis) ve çarpıklık (Skewness) katsayılarının -1.5 ve +1.5 aralığında olması durumunda verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2001: 73). Araştırmada kullanılan verilerin basıklık (Kurtosis) ve çarpıklık (Skewness) katsayılarının -1.5 ve +1.5 aralığında olduğu ve normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir. Araştırmada kullanılan testler; bağımsız grup t testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Sosyo-demografik özelliklere ilişkin yapılan analizler Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Sosyo-Demografik Özelliklerle Mutfak Departmanına Yönelik Tutum Arasındaki İlişki

	Mutfak Departmanına Yönelik Tutum						
		n	\bar{X}	SS	t / F	p	Fark
Cinsiyet	Erkek	42	4,32	,420	-300	,765	Yok
	Kadın	37	4,34	,397			
Yaş	18-20	49	4,42	,347	3,528	,034	1-2
	21-23	26	4,16	,488			
	24 ve üstü	4	4,33	,167			
	Hayır	62	4,32	,395			
Mezun lise türü	Turizm lise	17	4,37	,457	,478	,634	Yok
	Diğer lise	62	4,32	,395			
Lisans eğitim yılı	1. sınıf	29	4,39	,333	3,229	,045	1-2
	2. sınıf	25	4,42	,350			
	3. sınıf	25	4,16	,494			
Staj yapma durumu	Evet	20	4,39	,466	,770	,444	Yok
	Hayır	59	4,31	,387			

Tablo 4'te verilmiş olan sosyo-demografik özellikleri ile mutfak departmanına yönelik tutum ölçeği arasında yapılan analiz sonuçlarına göre; cinsiyet, mezun olunan lise türü, staj yapma durumu değişkenleri açısından istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Fakat yaş (F=3,528; p=,034<.05), lisans eğitim yılı (F=3,229; p=,045<.05) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur.



Mutfak departmanına yönelik tutum ölçeği alt boyutlarının MDYT ölçeği üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Tablo 5'te gösterilen analiz sonuçlarına göre, MDÖ boyutunun, MDYT ölçeğindeki değişimi açıklama oranı %411'dir. MDÖ boyutu ve MDYT ölçeği arasında .05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü güçlü bir ilişki ($\beta=,641$; $t= 2,961$; $p= .000<,05$) tespit edilmiştir.

Tablo 5. MDÖ Boyutu İle Mutfak Departmanına Yönelik Tutuma İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

	β	t	Sig.	F	p	R ²
Sabit		2,961	,000	53,675	,000	,411
MDÖ	,641	7,326	,000			

Tablo 6'da gösterilen analiz sonuçlarına göre, İN boyutunun, MDYT ölçeğindeki değişimi açıklama oranı %582'dir. İN boyutu ve MDYT ölçeği arasında .05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü güçlü bir ilişki ($\beta=,763$; $t= 6,035$; $p= .000<,05$) tespit edilmiştir.

Tablo 6. İN Boyutu İle Mutfak Departmanına Yönelik Tutuma İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

	β	t	Sig.	F	p	R ²
Sabit		6,035	,000	107,005	,000	,582
İN	,763	10,344	,000			

Tablo 7'de gösterilen analiz sonuçlarına göre, ÇE boyutunun, MDYT ölçeğindeki değişimi açıklama oranı %624'tür. ÇE boyutu ve MDYT ölçeği arasında .05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü güçlü bir ilişki ($\beta=,790$; $t= 18,468$; $p= .000<,05$) tespit edilmiştir.

Tablo 7. ÇE Boyutu İle Mutfak Departmanına Yönelik Tutuma İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

	β	t	Sig.	F	p	R ²
Sabit		18,468	,000	128,018	,000	,624
ÇE	,790	11,314	,000			

Tablo 8'de gösterilen analiz sonuçlarına göre, YE boyutunun, MDYT ölçeğindeki değişimi açıklama oranı %535'tir. YE boyutu ve MDYT ölçeği arasında .05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü güçlü bir ilişki ($\beta=,731$; $t= 10,785$; $p= .000<,05$) tespit edilmiştir.



Tablo 8. YE Boyutu İle Mutfak Departmanına Yönelik Tutuma İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

	β	<i>t</i>	Sig.	F	p	R ²
Sabit		10,785	,000	88,538	,000	,535
YE	,731	9,409	,000			

Tablo 9'da gösterilen analiz sonuçlarına göre, TM boyutunun, MDYT ölçeğindeki değişimi açıklama oranı %487'dir. TM boyutu ve MDYT ölçeği arasında .05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü güçlü bir ilişki ($\beta=,698$; $t= 17,130$; $p= .000<,05$) tespit edilmiştir.

Tablo 9. TM Boyutu İle Mutfak Departmanına Yönelik Tutuma İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

	β	<i>t</i>	Sig.	F	p	R ²
Sabit		17,130	,000	73,027	,000	,487
TM	,698	8,546	,000			

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma Tekin ve Çiğdem tarafından geliştirilen 28 madde ve 5 boyuttan oluşan mutfak departmanına yönelik tutum ölçeğini gastronomi ve mutfak sanatları öğrencileri üzerinde test etmek, ayrıca gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin mutfak departmanına yönelik tutumlarının ölçülmesi ve MDYT ölçeğine etki eden alt boyutların belirlenmesi ve en fazla etki eden boyutun tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Araştırmada mutfak departmanına yönelik tutum ile gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin sosyo-demografik özellikleri ile genel ölçek ve ölçek alt boyutları arasındaki farklılığın belirlenmesi için *t* testi ve tek yönlü varyans (ANOVA) analizi yapılmıştır. Test edilen hipotezlerden H₁ kısmi olarak kabul edilmiştir. Araştırmada kullanılan mutfak departmanına yönelik tutum ölçeğine etki eden boyutların belirlenmesi ve alt boyutların mutfak departmanına yönelik tutum ölçeğinin ne kadarını açıkladığını belirlemek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; H₂, H₃, H₄, H₅ ve H₆ hipotezleri kabul edilmiştir.

Araştırmada gerçekleştirilen korelasyon ve regresyon analizi sonuçlarına göre; MDYT ölçeği ve alt boyutları arasında pozitif yönlü güçlü bir ilişkinin varlığı ortaya çıkarılmıştır. Daha önce Tekin ve Çiğdem tarafından geliştirilmiş olan ölçeğin pozitif yönü olarak tasarlandığı sonucuna ulaşılmıştır.

MDYT ölçeğine en fazla etki eden boyutun 'çevresel etki' boyutu olduğu belirlenmiştir. Bunun temel sebebinin açılılık mesleğinin gelecekte daha popüler ve saygın bir meslek olarak düşünüleceği varsayılmaktadır. Aile ve yakın çevrenin yönlendirmesinde mutfak departmanına yönelik tutumun çevresel etkisinin yüksek olduğu düşünülmektedir. Bu düşünce de araştırmanın sonuçlarını destekler niteliktedir.



Otel işletmelerinde mutfak departmanının çok önemli olduğu, mutfakta yapılan işin niteliğinin oldukça yüksek olduğu, çevresel etkinin mutfak departmanında çalışmayı olumlu yönde etkilediği, bireysel yeteneklerinin mutfakta çalışmaya uygun olduğu, Türk mutfağının tanıtımına katkı sağlamak ve Türk mutfağına olan ilgilerinin, mutfak departmanını seçmelerinde oldukça önemli bir rol oynadığını sonucuna ulaşılmıştır.

Mutfak departmanında yapılan işlerin ilgi çekici, zevkli, yüksek doyum sağlayan, diğer departmanlara göre daha uzun çalışmak ve deneyim kazanmak için uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Mutfak departmanının, ülke tanıtımında, marka imajının ortaya çıkmasında, müşteri memnuniyetinde, işletmeler arası rekabette, yüksek gelir elde etme konusunda, aynı otellerin tekrar tercih edilmesinde, farklı kültürlerin öğrenilmesinde çok önemli olduğu tespit edilmiştir.

Mutfak departmanı için gerekli olan sanatsal beceri, yetenek, takım çalışması özelliklerine sahip olduklarını varsaydıkları ve mutfak departmanında bireysel yeteneklerini kullanabileceklerini düşündükleri ortaya çıkarılmıştır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin gastronomi ve mutfak sanatları bölümünü isteyerek tercih ettikleri görülmektedir. Lise eğitiminden sonra öğrencilerin yapmak istedikleri mesleği, araştırdıkları ve hakkında bilgi sahibi olarak bilinçli bir şekilde tercih yaptıkları düşünülmektedir. Çünkü öğrenciler bu bölümü ilk 3 sıralamada tercih etmiş ve yerleşmiştir.

Ayrıca son yıllardaki ÖSYS yerleştirme sonuçlarına bakıldığında gastronomi ve mutfak sanatları bölümüne talebin arttığı ve kontenjanlarının dolduğu görülmektedir. Çünkü öğrencilerin üniversite eğitiminden sonraki istihdam ve kariyer olanaklarını değerlendirerek tercih yaptıkları düşünülmektedir.

Araştırmaya katılanların mutfak departmanına yönelik tutumlarının belirlenmesi için doğrulayıcı faktör analiz sonucu ortaya çıkan boyutların ortalamalarına bakılmıştır. Elde edilen ortalamalar (4.01-5) kesinlikle katılıyorum seçeneğinde toplanmaktadır. Böylece öğrencilerin mutfak departmanına yönelik olumlu bir tutum sergiledikleri belirlenmiştir.

Öneriler

- Gastronomi ve mutfak sanatları bölümüne yönelik artan talebin karşılanması için bölümün mevcut olmadığı üniversitelere de açılabilir, bölümün kontenjanları arttırılabilir ve ikinci öğretim programları açılabilir.
- Gastronomi ve mutfak sanatları bölümünün eğitim kalitesinin arttırılması adına profesyonel kişilerden destek alınması sağlanabilir.
- Gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerinin kendi gelişimlerine katkı sağlamları için yurtdışı değişim programlarına katılımın artırılması sağlanabilir. Uluslararası gastronomi okullarıyla anlaşmalar yapılarak öğrenci ve akademisyen değişimi sağlanabilir.
- Sonraki araştırmalarda yeni bir ölçek dahil edilerek, öğrencilerin psikolojik algılarının mutfak departmanına yönelik tutumlarını etkileyip etkilemediği ölçülebilir.



AKADEMİK BAKIŞ DERGİSİ

Sayı: 64 Kasım – Aralık 2017

Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi

ISSN:1694-528X Calal-Abad Uluslararası Üniversitesi,

Türk Dünyası Kırgız – Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü

Calal-Abad – KIRGIZİSTAN

<http://www.akademikbakis.org>



- Gastronomi ve mutfak sanatları bölümü olan diğer turizm fakülteleri araştırmaya dahil edilerek karşılaştırmalı bir araştırma yapılabilir.
- Uluslararası Skal yıldızı (turizm eğitim oskarı) almış eğitim kurumlarında, gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerine uygulanarak eğitim kalitesi yüksek, yükseköğretim kurumlarında bir araştırma yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Bayram, N. (2013). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş: Amos Uygulamaları*. (2. Basım). İstanbul: Ezgi Kitapevi.
- Bekar, A. ve Belpınar, A. (2015). Turistlerin gastronomi turizmine ilişkin görüşlerinin milliyetlerine göre değerlendirilmesi. *Journal of Yasar University*, 10 (38), 6519-30.
- Bessiere, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*. 38, 21-34.
- Bulgan, G. (2010). Otel müşterilerinin yüksek ve düşük sezonda hizmet beklentileri ve memnuniyet düzeylerinin değerlendirilmesi: Antalya Belek'te bir araştırma. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Çakır, M. (2010). Otel işletmelerinin mutfak bölümünde istihdam edilen personelin eğitim sürecinin değerlendirilmesi: İstanbul'daki 5 yıldızlı zincir otellere yönelik bir alan çalışması. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çanakçı, T. (2012). Dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri mutfak şeflerinin, mutfak teknolojilerinin verimliliğe, kaliteye ve müşteri memnuniyetine ilişkin algıları. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Çapık, C. (2014). Geçerlik ve Güvenirlik Çalışmalarında Doğrulayıcı Faktör Analizinin Kullanımı. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 17 (3), 196-205.
- Çiftçi, B. (2014). 5 yıldızlı otellerde aşçılık eğitimi alan ve almayan yönetici pozisyonundaki mutfak personelinin gıda güvenliği konusundaki bilgi ve uygulamaları. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Girgin, G. K. (2008). Haccp sisteminin otel işletmeleri açısından değerlendirilmesi: 5 yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Güldemir, O. (2015). Yiyecek içecek bölümü mutfak planlaması. *Turizm İşletmelerinde Yiyecek-içecek Yönetimi* (Ed. Murat Doğdubay). Ankara: Garfiker Yayınları.



- Harrington, R. J., Mandabach, K. H., VanLeeuwen, D. and Thibodeaux, W. (2005). A multi-lens framework explaining structural differences across foodservice and culinary education. *Hospitality Management*. 24, 195–218.
- İlhan, M. ve Çetin, B. (2014). LISREL ve AMOS programları kullanılarak gerçekleştirilen yapısal eşitlik modeli (YEM) analizlerine ilişkin sonuçların karşılaştırılması. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 5 (2), 26-42.
- Kanten, S. (2012). Kariyer uyum yetenekleri ölçeği: geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Yıl: 2012/2, Sayı:16, 191-205.
- Kınalı, N. (2014). Destinasyonun turistik çekim gücü içerisinde bölge mutfağının önemi ve Erzurum mutfağı örneği. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Koçak, N. (2012). *Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Maviş, F. (2003). *Endüstriyel Yiyecek Üretimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Meydan, Cem H. ve Şeşen, Harun. (2015). *Yapısal Eşitlik Modellemesi: Amos Uygulamaları*. (2. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Öney, H. (2016). Gastronomi eğitimi üzerine bir değerlendirme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 35, 193-203.
- Özdemir, B. (2001). Otel işletmelerinde mutfak yönetimi ve herşey dahil (all inclusive) uygulamasının mutfak yönetimine etkileri üzerine sektörel bir araştırma. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Özşeker, D. B. (2016). Gastronomi kavramı: tanımı ve gelişimi. *Gastronomi ve Turizm* (Ed. Hülya Kurgun ve Demet Bağiran Özşeker). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Seçer, İsmail. (2015). *SPSS ve LISREL ile Pratik Veri Analizi: Analiz ve Raporlaştırma*. (2. Basım). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Sevim, B. ve Görkem, O. (2015). Gastronomi ve aşçılık programlarında gıda güvenliği donanım altyapısının değerlendirilmesi. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*. 7 (1), 59-67.
- Seyitoğlu, F. ve Çalışkan, O. (2014). Turizm literatüründe türk mutfağı üzerine yapılan araştırmaların değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 2 (4), 23-35.



AKADEMİK BAKIŞ DERGİSİ

Sayı: 64 Kasım – Aralık 2017

Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi

ISSN:1694-528X Calal-Abad Uluslararası Üniversitesi,

Türk Dünyası Kırgız – Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü

Calal-Abad – KIRGIZİSTAN

<http://www.akademikbakis.org>



Shenoy, S. S. (2005). Food tourism and the culinary tourist. (Unpublished Phd Thesis), Amerika Clemson Üniversitesi, ABD.

Sökmen, A. (2014). *Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi ve İşletmeciliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Tabachnick, B.G. and Fidell, L.S. (2001). *Using Multivariate Statistics*. (4th Edition). U.S.A: A Pearson Education Company.

Tekin, Ö. A. ve Çiğdem, G. (2015). Turizm öğrencilerinin mutfak departmanına yönelik tutumları ölçeği: Bir geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 8 (39), 975- 986.

Türk Dil Kurumu, (2017). http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.58cbe464cf3d37.29856023

Yılmaz, V. ve Varol, S. (2015). Hazır yazılımlar ile yapısal eşitlik modellemesi: Amos, Eqs, Lisrel. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 44, 28-44

Yüncü, H.R. (2010) Sürdürülebilir turizm açısından gastronomi turizmi ve Perşembe yaylası, 10. Aybastı Kurultayı”. Ankara. <http://www.aybastikabataskurultayi.com/web/wp-content/uploads/2010/05/10-aybasti-kabatas-kurultayi.pdf>

2016 Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Sistemi (ÖSYS) Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu. <http://dokuman.osym.gov.tr/pdfdokuman/2016/LYS/TERCIH/OSYSKONTKILAVUZU29072016.pdf>