

ÖĞRENCİLERİN UYGULAMALI MUTFAK WORKSHOPLARINA YÖNELİK TUTUMLARININ FAKTÖR ANALİZİ İLE İNCELENMESİ

*INVESTIGATION of STUDENTS' ATTITUDES TOWARDS
APPLIED CULINARY WORKSHOPS by FACTOR ANALYSIS*



ABSTRACT

In Turkey, culinary education in level of higher education is given in programs such as cooking, food and beverage management, gastronomy or gastronomy and culinary arts which are in various faculties or vocational schools, especially under the faculty of tourism. Students who want to serve, specialize and become professional in the field of gastronomy have become obliged to take academic education in this subject. In addition to this, it is very important to consolidate and achieve skills the acquired knowledge with workshop activities that organized on the kitchen practice. In this study, a scale development study was carried out to examine the attitudes of undergraduate students of gastronomy and culinary arts to applied kitchen workshop activities. The population of the research consists of 401 students who are actively enrolled in the Department of Gastronomy and Culinary Arts at the Faculty of Tourism of Afyon Kocatepe University and a full count was made without taking any samples. Quantitative research method was adopted in this descriptive research and survey technique was used as data collection method. In the result of the questionnaires applied in December 2017, 276 full-filled questionnaires were taken into consideration and both of the frequency and factor analysis were performed on the obtained data through SPSS 18.00 statistical package program. It was determined that the scale consisting of 3 factors and 19 variables as a result of explanatory factor analysis applied in the study is statistically valid and reliable at a high level, the scale measures students' attitudes toward the culinary workshops specially organized apart from the education program at a certain level.

Keywords: Tourism Education, Gastronomy and Culinary Arts, Workshop, Factor Analysis.

Arş. Gör. MEHMET BOYRAZ

Afyon Kocatepe Üniversitesi

mboyraz@aku.edu.tr

ORCID: 0000-0001-6755-1999

ÖZ

Türkiye’de yükseköğretim düzeyinde mutfak eğitimi üniversitelerin başta turizm fakülteleri olmak üzere çeşitli fakülte ya da yüksekokullarının bünyesinde aşçılık, yiyecek içecek işletmeciliği, gastronomi ya da gastronomi ve mutfak sanatları gibi programlarda verilmektedir. Gastronomi alanında hizmet vermek, uzmanlaşmak ve profesyonelleşmek isteyen öğrencilerin bu konuda akademik eğitim almaları zorunluluk haline gelmiştir. Bunun yanı sıra, edinilen bilgilerin uygulamalara yönelik mutfak üzerine düzenlenen workshop etkinlikleri ile pekiştirilmesi ve beceri kazanılması büyük önem teşkil etmektedir. Bu araştırmada, lisans düzeyindeki gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerinin uygulamalı mutfak workshop etkinliklerine yönelik tutumlarının incelenmesi için bir ölçek geliştirme çalışması yapılmıştır. Araştırmanın evrenini Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi bünyesinde yer alan Gastronomi ve Mutfak Sanatlı Bölümü’nde aktif olarak kaydı devam eden 401 öğrenci oluşturmakta olup, herhangi bir örnekleme alınmadan tam sayım yapılmıştır. Tanımlayıcı nitelik taşıyan bu araştırmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiş ve veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. 2017 Aralık ayında uygulanan anketler neticesinde, 276 adet tam dolu anket dikkate alınarak elde edilen verilere ilişkin frekans analizi ile faktör analizi yapılmış ve verilerin analizinde SPSS 18.00 istatistik paket programı kullanılmıştır. Çalışmada uygulanan açıklayıcı faktör analizi sonucunda ortaya çıkan, 3 faktör ve 19 maddeden oluşan ölçeğin istatistiksel açıdan geçerli ve güvenilir olduğu, öğrencilerin eğitim programı dışında özel olarak düzenlenen mutfak workshoplarına yönelik tutumlarını belirli bir düzeyde ölçtüğü tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Eğitimi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Workshop, Faktör Analizi.

Atıf için: Poyraz, M. (2018). Öğrencilerin Uygulamalı Mutfak Workshoplarına Yönelik Tutumlarının Faktör Analizi İle İncelenmesi. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 2(Ek.1), 324-346.

GİRİŞ

Ülkemiz yemek kültürünün bir değer haline gelmesi için konunun öncelikle bilim ve eğitim kurumları tarafından bu bakış açısıyla ele alınması tartışılmaya başlanmıştır. Usta çırak ilişkisi ile başlayan mutfak eğitimleri 1950'li yıllarda açılan kurslarla, 1960'lı yıllarda ise orta öğretim düzeyinde devam etmiştir. Takip eden süreçte gastronominin bir bilim dalı haline dönüşmesi ile bu alanda akademik eğitimler verilmesine yönelik gastronomi bölümleri açılarak, konuya bilimsel ve felsefi yönden bakılması amaçlanmıştır (Öney, 2016:2). Bu doğrultuda, 1990'lı yılların sonlarında Türkiye'de yükseköğretim düzeyinde ilk olarak ön lisans ve lisans düzeyinde başlayan gastronomi eğitimi 2000'li yıllardan sonra ise lisansüstü seviyesindeki eğitimler ile 17 yıllık bir süreç içerisinde yüksek lisans ve doktora programları düzeyine kadar ulaşmıştır. Gastronomi alanında nitelikli personel, yönetici ve akademisyenlerin yetiştirilmesinin amaçlandığı bu programların sayısı her geçen gün artmaktadır (Şengün, 2017:170-174).

Mehmet Boyraz, 2
(Ek.1) 2018

Türkiye'de yükseköğretim kurumları olarak üniversiteler kendi bünyelerinde farklı fakülteler ya da yüksekokullar altında Gastronomi ve Mutfak Sanatları (GMS) bölümü bulundurmaktadır. İlk lisans düzeyinde gastronomi eğitimi, 2003 yılında Yeditepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi bünyesinde GMS bölümünün açılmasıyla başlamıştır. Yeditepe Üniversitesini sırası ile İzmir Ekonomi Üniversitesi (2008) ve Okan Üniversitesi (2009) izlemiştir. Devlet üniversitelerinde lisans düzeyinde gastronomi eğitimine ise 2010 yılında Gazi Üniversitesi ve Nevşehir Üniversitesi Turizm Fakültesi bünyesinde GMS programlarının açılmasıyla başlanmıştır (Görkem ve Sevim, 2016:979). 2018 yılı itibarıyla üniversite türü bakımından; 21 farklı devlet üniversitesinin tamamının bünyesinde lisans düzeyinde GMS normal öğretim programlarında 1202, altısının bünyesindeki GMS ikinci öğretim programlarında 404 kontenjan bulunurken, 16'sı Türkiye'de 5'i KKTC'de yer alan vakıf üniversiteleri ise bünyesinde bulunan GMS bölümlerinin tamamında normal öğretim programında olmak üzere 1048 kontenjana sahiptir (ÖSYM, 2018). Bu sayısal yeterliliğe rağmen lisans düzeyinde eğitim veren bölümlerde, amaçlanan ya da bilimsel derinliğe sahip bir eğitim verildiği ve program yapıldığı konusu ise halen tartışmalıdır. Bunda yeterli altyapı imkânları yanında, yetişmiş akademik kadro yetersizliği ve konuya salt yemek üretimi bakış açısıyla bakılmasının da etkili olduğu söylenebilir (Öney, 2016:2). GMS bölümlerinin; Turizm Fakülteleri, Güzel Sanatlar Fakülteleri, Uygulamalı Bilimler Fakülteleri ve Turizm Otelcilik Yüksekokulları gibi farklı birimlerde

yer alması, bölüme farklı misyonlar yüklenmesine sebep olmaktadır. Buna karşın GMS eğitimi verilen bölümlerin büyük bir kısmının Turizm Fakülteleri ve Turizm Otelcilik Yüksekokulları bünyesinde yer alması, gastronominin turizmin bir alt birimi olarak algılanmasına neden olmaktadır (Kozak ve Açıköz, 2015:16).

Öğrencilerin
Uygulamalı Mutfak
Workshoplarına
Yönelik Tutumlarının
Faktör Analizi İle
İncelenmesi

• 326

Turizm, ağırlama ve gastronomi çok fazla ortak konuyu paylaşan sosyal alanlardır (Hjalager, 2002:32). Gastronomi, disiplinler arası çalışmalarla turizm ve ağırlama endüstrisine kültürel ve sosyal boyutta önemli katkılar ve açılımlar sağlamaktadır (Scarpato 2002:11). Gastronominin de turizme benzer şekilde uygulamada emek yoğun bir özellik göstermesi nedeniyle gastronomi eğitiminin büyük bir bölümünün teoriye dayalı olmaktan çok uygulamaya dayalı olmasını gerekmektedir (Hegarty, 2011:64). Harrison (1982) gastronomiyi; uygulamalı, teorik, teknik ve besin gastronomisi olmak üzere dörde ayırmakta ve bu sınıflandırmalar içerisinde uygulamalı gastronominin en geniş ve kapsamlı olduğunu vurgulamaktadır. Ona göre uygulamalı gastronomi; mutfak sanatında, tüm dünyada çeşitli yiyecek ve içeceklerin hazırlanması, yapılışı ve servisi ile ilgilenmektedir. Ayrıca uygulamalı gastronomi; estetik, ulusal ve bölgesel özellikler ile kültürlerin yenilebilir yemeklerinin üretimini ham/pişmemiş halinden itibaren tekniklerle ve standartlarla ele almaktadır. Gastronomi eğitimi alan öğrencilerin bu bilgilerle donatılması ve teoriyi pratiğe aktarma becerisi kazandırması hedeflenmelidir (Santich, 2007; 54). Çünkü uygulamayla birlikte yürütülen gastronomi eğitimi, araştırmalar ve tanımlamalar için yeni ve önemli fırsatlar sağlayacaktır (Hegarty, 2011).

İnsanların hayatlarını devam ettirebilmeleri için temel gerekliliklerden birisi olan yiyeceklerin, hazırlanma süreçlerinin bütün aşamalarına hâkim olunabilmesi ve gastronomi alanında saygın bir kariyer elde edilebilmesi beceri ve estetik gerekmektedir. Bu yeteneklerin kazanılabilmesi için öğrencilerin özverili çalışması önemli bir husustur (Şengün, 2017:185). Gastronomi eğitiminin yanı sıra bu alandaki fırsatlardan yararlanmak için öğrencilere teorinin uygulamaya nasıl geçirileceğine ilişkin çalışmalar yapılarak imkânlar sunulmalı ve yöntemler öğretilmelidir. Eğitimlerin özelde bireye ve genelde de kuruluşa katkı sağlayabilmesi için edinilen bilgilerin uygulamaya aktarılabilir olması; bir diğer ifade ile bireylerin uygulama becerisi edinmeleri kritik önem taşımaktadır. Workshoplar, bir eğitim/gelişim etkinliği ya da programı olarak katılımcılara genel bilgilendirme sağlamanın ötesinde; belirli bir konuya odaklı olarak yoğun etkileşim sağlamak ve bolca uygulama/pratik yaptırmak olup asıl amaç gerçek bir öğrenme ortamı oluşturmak ve öğrenmeyi sağlamaktır. İletişim

teknolojilerinin bu kadar gelişmiş olduğu günümüzde her türlü bilgiye ulaşabilmek zaten çok kolay olduğu için bilgi edinmenin yanı sıra uygulama becerisi kazanmak amacıyla öğrencilerin ve kuruluşların workshop etkinliklerinden beklentileri de bu yöndedir (Özçer, 2006). Dolayısıyla, gelişen ve değişen dinamik çevre koşullarına göre gastronomi eğitiminin de değişimlere paralel, uygun ve güncel olmalıdır. Bu doğrultuda, GMS bölümlerinin uygun nitelikte işgücü sağlayacak şekilde yapılandırılması (Gillespie ve Cuisin, 2001:20) ve gastronomi eğitiminde profesyonellerden daha fazla yararlanması gerekmektedir. Çünkü profesyoneller, yöneticiler ve tasarımcılar gastronomi alışkanlıkları konusunda toplumun nabzını tutan sağlık, moda, beslenme, çevre gibi konularda yönlendirici kişilerdir. Yiyecekleri hazırlayan, üreten, dağıtan ve sunan bu kişilerin toplumda sosyo kültürel yapıyı, inançları, teknoloji ve sosyal ağları biçimlendirme gücü bulunmaktadır (Brookes, 2004:124). Öğrencilerin en iyi yiyecek ve içeceklerin neler olduğu nasıl üretildiği ve tüketildiğini anlayıp öğrenebilmesi için uygulayarak pratik deneyim kazanması gerekmektedir. Profesyonellerin desteği ile öğrencilerin pratik yaparak deneyim kazanmasının, öğrendiği teorik bilgileri uygulama ile pekiştirmesi ve gastronomi alanını ve sektörü tanıması adına en geçerli yöntemlerden birisi olarak workshop etkinlikleri görülebilir. Bu sayede öğrenciler bağımsız olarak spesifik bir alanda edindikleri bilgileri çalışma hayatında kolaylıkla uygulamaya adapte edebileceklerdir.

Mehmet Boyraz, 2
(Ek.1) 2018

• 327

Bu araştırmada, gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerinin bir uygulama çalışması olarak müfredat derslerinin dışında düzenlenen uygulamalı mutfak workshop etkinliklerine yönelik tutumlarının belirlenmesine yönelik bir ölçek aracı geliştirilmesi hedeflenmektedir. Workshop etkinlikleri doğrudan veya dolaylı olarak uygulama etkinlikleri açısından büyük bir öneme sahip olmasıyla teorik gastronomi eğitiminin pratik nitelikteki destekleyici faktörlerden bir tanesidir. Bu tür etkinliklerin katkıları neticesinde, GSM öğrencilerinin tutumlarında meydana gelebilecek değişim ve gelişimler ile alandaki eğitimi ve nitelikli insan kaynağı kalitesi yükselmesi öngörülmektedir. Benzer şekilde yapılacak değerlendirmeler ve ulaşılan sonuçların, Türkiye'deki gastronomide uygulamalı mutfak eğitimleri bakımından farklı bir bakış açısı sunması ve bölümlerdeki eğitim programlarının düzenlenmesinde de yol göstermesi beklenmektedir. Workshop etkinliklerine yönelik öğrencilerin tutumunu ölçebilecek bir veri toplama aracına literatürde ulaşılamamış olması, araştırma fikrinin ortaya çıkmasında etkili bir faktör olarak öne çıkmıştır.

FAKTÖR ANALİZİ

Faktör analizi, birbiriyle ilişkili çok sayıdaki değişkeni az sayıda, anlamlı ve birbirinden bağımsız faktörler haline getiren ve yaygın olarak kullanılan çok değişkenli istatistik tekniklerinden biridir (Kleinbaum et al., 1998:601). Faktör analizinde aralarında yüksek korelasyon olan değişkenler setinin bir araya getirilmesi suretiyle faktör adı verilen genel değişkenlerin oluşturulması söz konusudur. Faktör analizin iki temel amacı; hiçbir gruba uymayan değişkenlerin liste dışı tutularak değişken sayısını azaltılması ve değişkenler arası ilişkilerdeki yapının ortaya çıkartılması, başka bir ifadeyle değişkenleri sınıflandırılmasıdır (Kalaycı, 2017:321). Birbirinden dağınık durumundaki her bir bağımsız değişken için tek tek analiz yapmaktansa, birbirine yakın değişkenlerin bir araya gelerek oluşturdukları faktör grupları bazında analiz yapılması, sonuçların daha tutarlı ve gerçeğe yakın olmasına destek vermektedir. Faktör analizi, değişkenler arasındaki ilişkinin doğrusal olduğunu varsaymaktadır (Kozak, 2014:150).

• 328

Faktör analizinde sonuçların geçerli ve etkin olabilmesi için seçilecek örneklem büyüklüğü değeri araştırmacılara göre farklılık arz etmektedir. Araştırmacılar genellikle 50'den az olan örneklem büyüklükleri için faktör analizi kullanmama eğilimindedir (Stevens, 2002). Kozak'a göre örneklem sayısının değişken açısından en az beş kat fazla olması ya da değişken sayısına bakılmaksızın, örneklem sayısının en az 100 ile sınırlandırılması gerekmektedir (Kozak, 2014:150). Bazı araştırmacılar örnek boyutunun değişken sayısının 10 katı, bazıları 20 katı, bazıları ise 50 katı olması gerektiğini ifade etmektedir (Altunışık vd, 2012:270).

Faktör analizi için ilk temel aşama veri setinin faktör analizi için uygunluğunun değerlendirilmesidir. Bu amaç için; korelasyon matrisinin oluşturulması, Balett testi ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi şeklinde üç farklı yöntem kullanılmaktadır. İlk adım olarak değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları incelenir. Bu değer ne kadar yüksek ise, değişkenlerin ortak faktörler oluşturma olasılıkları da o kadar yüksek olacaktır. Değişkenler arasında düşük korelasyonların varlığı, değişkenlerin ortak faktörler oluşturamayacaklarının işaretidir (Kalaycı, 2017:321). Barlett testi, korelasyon matrisinde değişkenlerin en azından bir kısmı arasında yüksek oranlı korelasyonlar olduğunu test etmektedir. Faktör analizine devam edilebilmesi için "Korelasyon matrisi birim matristir" sıfır hipotezinin reddedilmesi gerekmektedir (Hair et al., 1998:374). KMO testi ise örneklem yeterliliği ölçütü olarak gözlenen korelasyon katsayıları büyüklüğü ile kısmi korelasyon katsayılarının büyüklüğünü karşılaştıran bir indekstir. KMO oranı ne kadar yüksek olursa veri seti faktör analizi için o kadar uygun ve hazırdır. KMO oranı (0,5)'in üzerinde olmalıdır. Test sonucu

elde edilen KMO değerlerinin yorumlanması Tablo 1’de gösterilmektedir (Sharma, 1995:116).

Tablo 1: KMO Değerleri ve Yorumlanması

KMO Değeri	Yorum
0 – 0,49	Kabul Edilmez
0,50 – 0,59	Zayıf
0,60 – 0,69	Orta
0,70 – 0,79	İyi
0,80 – 0,89	Çok İyi
0,90 – 1,00	Mükemmel

Mehmet Boyraz, 2
(Ek.1) 2018

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı, gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerinin bir uygulama çalışması olarak müfredat derslerinin dışında düzenlenen mutfak workshop etkinliklerine yönelik tutumlarının incelenmesine yönelik bir ölçek aracı geliştirmektir. Workshop etkinlikleri konusundaki akademik çalışmaların genellikle yurtdışında yapılmış olması, ülkemizde ise güzel sanatlar ve sahne sanatları bölümlerinde birtakım çalışmalar yapılmış olmasına rağmen mutfak alanında daha önce workshoplara yönelik bir çalışmanın bulunmaması araştırma açısından önem teşkil etmektedir.

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesinde bünyesinde yer alan Gastronomi ve Sanat Mutfakları Bölümü’nde aktif olarak kayıtlı 401 üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırma evrenini oluşturan öğrencilerin cinsiyet, sınıf ve program türüne göre dağılımına ilişkin bilgilere Tablo 2’de yer verilmiştir. Öğrencilerin tamamına ulaşılabilir olduğu için araştırma kapsamında herhangi bir örneklem alma ihtiyacı duyulmamış ve tam sayım yapılmıştır.

Tablo 2: Araştırmanın Evrenini Oluşturan Öğrencilerin Sınıf ve Program Türüne Göre Dağılımı

Öğrencilerin Uygulamalı Mutfak Workshoplarına Yönelik Tutumlarının Faktör Analizi İle İncelenmesi	Cinsiyet		Kız Öğrenci			Erkek Öğrenci			Toplam Öğrenci
	Sınıf / Program	Normal Ö.	İkinci Ö.	Toplam	Normal Ö.	İkinci Ö.	Toplam		
1. Sınıf		39	40	79	27	25	52	131	
2. Sınıf		29	28	57	24	30	54	111	
3. Sınıf		50	34	84	31	44	75	159	
Toplam		118	102	220	82	99	181	401	

Tanımlayıcı nitelik taşıyan bu araştırmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; öğrencilerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde ise, öğrencilerin workshop etkinliklerine yönelik tutumlarını belirlemeye yönelik 5'li Likert tipi derecelendirmeye (1 - Kesinlikle Katılmıyorum, 2 - Katılmıyorum, 3 - Kararsızım, 4 - Katılıyorum, 5 - Kesinlikle Katılıyorum) tabii tutulmuş 20 ifadeye yer verilmiştir.

Katılımcı öğrencilere anket uygulama işlemleri, ders sonrasında belirlenen bölüm ve sınıf listeleri ile dağıtılmış ve 2017 yılı Aralık ayında tamamlanmıştır. Anket uygulamaları sonucunda öğrencilerden 278 dolu ve 123 boş anket toplanmıştır. İki anketin eksik olduğu tespit edilen araştırma kapsamında 276 anket tam dolu olarak elde edilmiş olup araştırmaya katılan öğrencilerin dağılımlarına ilişkin bulgular Tablo-3'de yer almaktadır. Verilerin analizinde SPSS 18.00 İstatistik Paket Programı kullanılmış olup ilk olarak katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik frekans analizi ile ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Çalışma konusu ile ilgili değişkenler arasındaki ilişkiye yönelik herhangi bir fikir veya öngörünün olmaması nedeniyle değişkenler arasındaki ilişkinin ortaya çıkartılması amaçlanan araştırmada ikinci aşama olarak; öğrencilerin mutfak workshoplarına karşı tutumlarını incelemek üzere ifadelerin (değişkenlerin) oluşturacağı alt boyutların belirlenmesine ilişkin açıklayıcı faktör analizi süreci takip edilmiştir.

**Öğrencilerin Uygulamalı Mutfak Workshoplarına Yönelik Tutumlarının
Faktör Analizi İle İncelenmesi**

Tablo 3: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sınıf ve Program Türüne Göre Dağılımı

Cinsiyet	KIZ ÖĞRENCİ				ERKEK ÖĞRENCİ				GENEL	
	Sayı / Sınıf	N.Ö.	Katılım Oranı	i.Ö.	Katılım Oranı	N.Ö.	Katılım Oranı	i.Ö.	Katılım Oranı	Toplam
1. Sınıf	11	% 28,21	39	% 97,50	12	% 44,44	24	% 96,00	86	% 65,65
2. Sınıf	25	% 86,21	25	% 89,29	23	% 95,83	23	% 76,67	96	% 86,49
3. Sınıf	40	% 80,00	21	% 61,76	19	% 61,29	16	% 36,36	96	% 60,38
Toplam	76	% 64,41	85	% 83,33	54	% 65,85	63	% 63,64	278	% 69,33

Mehmet Boyraz, 2
(Ek.1) 2018

Araştırmaya 276 öğrencinin katılım sağlaması, yöneltilen 20 ifadeye, değişken başına yaklaşık olarak ortalama 14 anketin uygulandığını göstermektedir. Bu sonuçlar ise, örneklem boyutunun mümkün olduğunca yüksek ve veri setinin faktör çözümlemesi için daha güvenilir ve sağlıklı olduğu şeklinde değerlendirilebilir.

BULGULAR

Tanımlayıcı istatistikler sonucu katılımcı öğrencilere ilişkin elde edilen bulgular Tablo-4’de yer almaktadır. Araştırma kapsamında cinsiyet, yaş, lisans sınıf düzeyi, eğitim görülen program türü ve mezun olunan lise türleri demografik değişken olarak ele alınmıştır. Tablo-4’deki verilere göre araştırmaya katılan 276 öğrencinin %58’3’ünün kız, %41,7’sinin ise erkek olduğu görülmektedir. Yaş aralığı olarak öğrencilerin çok geniş bir rakamsal yelpazede ayrışması beklenmemekle birlikte katılımcıların %76,1’lik oranla büyük çoğunluğunun 18-21 yaş aralığında, %22,1’inin 22-25 yaş aralığında ve geriye kalan %1,8’inin ise 26 yaş ve üstünde olduğu tespit edilmiştir. Özellikle birinci ve ikinci sınıf öğrencilerin (%65,2) 18-21 yaş aralığında yer alması, bu grup dağılımının daha ön plana çıkmasına neden olduğu; %1,8’lik grubu temsil eden 26 yaş ve üzeri öğrencilerin ise genellikle ikinci bir lisans programına kayıtlı veya geç yaşta eğitime başlayan katılımcılar olduğu söylenebilir.

Katılımcı öğrenciler, en son aktif olarak eğitime devam ettikleri sınıf düzeyi açısından değerlendirildiğinde; ikinci ve üçüncü sınıf öğrencilerinin %34,8 ile eş oranda, birinci sınıf öğrencilerinin ise %30,4’lük bir oran ile araştırmada yer aldığı görülmektedir. Eğitim alınan lisans bölümündeki program türü açısından karşılaştırıldığında, katılımcıların bir adım önde

olacak şekilde %52,9'lık oranla ikinci öğretim programına kayıtlı olduğu, geri kalan %47,1'inin ise normal öğretim programında eğitim aldığı belirlenmiştir. Son demografik değişken olarak, öğrenciler mezun oldukları lise türü bakımından en fazla "Anadolu Liseleri"nden mezun oldukları tespit edilmiştir. Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü açısından büyük öneme sahip olan "Turizm Meslek Liseleri" ve "Aşçılık Liseleri"nden mezun olan katılımcı öğrenciler en az oranla araştırmada yer almışlardır. Kız Meslek Lisesi, Ticaret Meslek Lisesi, Teknik Liseler ile Temel Liselerin oluşturduğu diğer lise türlerinden mezun olan katılımcılar ise %13,4'lük bir oranla önemli bir oranda araştırmada temsil edildiği görülmektedir.

Tablo 4: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Demografik Özellik	n	Oranı %
Cinsiyet		
Kadın	161	58,3
Erkek	115	41,7
Yaş Grupları		
18-21 Yaş	210	76,1
22-25 Yaş	61	22,1
26 yaş ve üzeri	5	1,8
Sınıf		
1. Sınıf	84	30,4
2. Sınıf	96	34,8
3. Sınıf	96	34,8
Program Türü		
Normal Öğretim	130	47,1
İkinci Öğretim	146	52,9
Mezun Olunan Lise Türü		
Genel Lise	63	22,8
İmam Hatip Lisesi	20	7,2
Turizm Meslek Lisesi	22	8,0
Anadolu Lisesi	127	46,0
Aşçılık Lisesi	7	2,5

**Öğrencilerin Uygulamalı Mutfak Workshoplarına Yönelik Tutumlarının
Faktör Analizi İle İncelenmesi**

Diğer Lise (Meslek, Teknik, Ticaret, 37 13,4
Temel, vb.)

Araştırmaya katılan öğrencilerin, gastronomi alanındaki yenilikleri takip etme durumuna ve mutfak deneyimi ile workshop deneyimlerine ilişkin bulgulara Tablo-5’de yer verilmiştir. Buna göre, GMS öğrencilerinin büyük bir çoğunluğu (%91,3’ü) kendi alanlarındaki yenilikleri takip ettiğini belirtirken, %8,7’lik bir kısmı ise bu yenilikleri takip etmediğini yani alandaki gelişmelerden haberdar olmadıklarını ifade ettiği görülmektedir. Diğer taraftan katılımcıların %58,3’ünün daha önce en az bir defa mutfakta çalıştığı ve mutfak deneyiminin olduğu, diğer %41,7’lik oranının ise herhangi bir otelde ya da restoranda mutfak tecrübesinin olmadığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde, workshop etkinliklerine daha önce katılım durumlarına ilişkin olarak; öğrencilerin %40,9’unun daha önce herhangi bir uygulamalı mutfak workshop etkinliğine katılmadığı görülürken, geri kalan %59,1 oranındaki öğrencinin ise en az bir defa workshop etkinliği faaliyetlerinde yer aldığı belirlenmiştir. Ayrıca, en az bir defa workshop etkinliğine katılan bu öğrencilerin ise %41,1’i, AKÜ Turizm Fakültesi bünyesinde gastronomi alanında gerçekleştirilen uygulamalı mutfak workshoplarının dışında, diğer fakülte ya da üniversiteler tarafından düzenlenen workshop etkinliklerine katıldığı araştırma kapsamında tespit edilmiştir.

Mehmet Boyraz, 2
(Ek.1) 2018

Tablo 5: Öğrencilerin Yenilikleri Takip ve Workshop Deneyimlerine Yönelik Bulgular

Katılımcıların Durumu	Evet		Hayır	
	n	%	n	%
Gastronomi Alanındaki Yenilikleri Takip Etme	252	% 91,3	54	% 8,7
Mutfak Departmanında Çalışma	161	% 58,3	115	% 41,7
Workshop Deneyimi	163	% 59,1	113	% 40,9
Fakülte Dışında Workshoplara Katılım	67	% 24,3	209	% 75,3

Tablo-6’da öğrencilerin uygulamalı mutfak workshopları ile ilgili tutumlarına dair ifadelerle ilgili ortalamalar ve standart sapmalar yer almaktadır. Workshop etkinlikleri tutumlarına ilişkin oluşturan 20 ifadenin çalışmaya katılan 276 öğrenci için soru ortalamaları ve standart sapmaları incelendiğinde, genel olarak öğrencilerin verdiği cevapların “Katılıyorum (4)” ve “Tamamen Katılıyorum (5)” seçeneklerinde yoğunlaştığı ve bu sebepten ötürü ifadelerin de yüksek ortalamalara sahip olduğu görülmektedir. Bir başka deyişle, bu durum öğrencilerin workshoplara

yönelik pozitif algı ve tutum sergilediği şeklinde yorumlanabilir. Buna göre en yüksek ortalamaya sahip ilk üç ifadeden birincisi; 4,46 ile “Workshoplara katılım uygulamaya yönelik motivasyonu artırır.”, ikincisi; 4,41 ile “Workshoplar gastronomiye olan ilgiyi artırır.” ve üçüncüsü ise 4,34 ile “Workshoplara katılım gastronomi alanındaki bilgiyi artırır.” şeklinde sıralanmaktadır. Yüksek ortalamalara sahip ifadelerle karşılaştıkça öğrencilerin ortaya koyduğu en düşük ortalamaya sahip olan ifadelerden ilki; 3,83 ile “Workshoplar öğrenciler arasında arkadaşlık bağlarını güçlendirir.”, ikincisi 3,94 ile “Workshoplar öğrenciler arası dayanışmayı artırır.” ve üçüncüsü 3,99 ile “Workshoplar öğrenciler arası iletişimi güçlendirir.” olarak sıralanmaktadır. Tüm bu ifadeler, diğer ifadelerle karşılaştırıldığında daha düşük ortalamaya sahip olmasına rağmen, öğrencilerin workshoplara yönelik daha düşük önem sırasına sahip fakat olumlu tutumlarını yansıtmaktadır.

Tablo 6: Öğrencilerin Workshop Etkinliklerine Yönelik Tutumları

İfadeler	1 %	2 %	3 %	4 %	5 %	Ort	Std.	α
1. Workshoplar üniversitenin/bölümün tanınmasına katkı sağlar.	1,4	3,6	9,1	42,8	43,1	4,22	,866	,805
2. Workshoplar üniversitelerin/bölümlerin gelişimine katkı sağlar.	1,4	2,9	6,5	44,2	44,9	4,28	,827	,793
3. Workshoplar kurum kültürünün gelişimine katkı sağlar.	1,4	2,2	12,7	43,8	39,9	4,18	,843	,766
4. Workshoplar üniversite/sektör işbirliğine katkı sağlar.	1,1	4,0	11,2	39,1	44,6	4,22	,877	,711
5. Workshoplar öğrencilerin üniversiteye olan aidiyet duygusunu güçlendirir.	-	4,0	17,0	40,2	38,8	4,14	,837	,525
6. Workshoplar kültürel gelişimi artırır.	0,7	2,2	12,7	43,8	40,6	4,21	,801	,541
7. Workshoplar sosyal gelişimi artırır.	0,4	2,5	10,1	44,9	42,0	4,26	,769	,572
8. Workshoplar mesleki gelişimi güçlendirir.	1,1	1,8	6,5	42,8	47,8	4,34	,773	,586
9. Workshoplar kariyer planlamasına katkı sağlar.	1,1	4,3	14,9	38,4	41,3	4,14	,903	,569
10. Workshoplar öğrenciler arası dayanışmayı artırır.	1,1	6,5	22,5	37,0	33,0	3,94	,956	,846

**Öğrencilerin Uygulamalı Mutfak Workshoplarına Yönelik Tutumlarının
Faktör Analizi İle İncelenmesi**

11. Workshoplar öğrenciler arası iletişimi güçlendirir.	1,4	5,1	18,8	42,0	32,6	3,99	,922	,827
12. Workshoplar öğrenciler arasında arkadaşlık bağlarını güçlendirir.	1,4	9,4	23,9	35,1	30,1	3,83	1,01 1	,785
13. Workshoplar şefler ile olan iletişimi güçlendirir.	0,7	4,0	11,6	41,7	42,0	4,20	,850	,561
14. Workshoplara katılım özgüveni artırır.	0,4	4,3	9,8	38,0	47,5	4,28	,839	,649
15. Workshoplar gastronomiye olan ilgiyi artırır.	0,7	3,3	6,5	33,7	55,8	4,41	,810	,748
16. Workshoplara katılım gastronomi alanındaki bilgiyi artırır.	0,7	2,5	5,8	39,1	51,8	4,39	,771	,743
17. Workshoplara katılım gastronomi alanındaki uzmanlaşmayı artırır.	2,2	2,5	10,1	40,2	43,1	4,20	,901	,736
18. Workshoplara katılım el becerisini artırır.	1,8	1,8	11,6	34,8	50,0	4,29	,876	,682
19. Workshoplara katılım eğlenceli vakit geçirmeyi sağlar.	0,7	2,5	10,1	38,4	48,2	4,31	,811	,523
20. Workshoplara katılım uygulamaya yönelik motivasyonu artırır.	0,4	1,4	7,6	32,6	58,0	4,46	,730	,536

Mehmet Boyraz, 2
(Ek.1) 2018

Araştırma kapsamında öğrencilere yöneltilen ifadelerin (değişkenlerin) birbirleri arasındaki ilişkiyi gösteren korelasyon matrisi Tablo-7'de görülmektedir.

Tablo 7: Korelasyon Matrisi Tablosu

	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20
S1	1,000																			
S2	,790	1,000																		
S3	,765	,754	1,000																	
S4	,677	,691	,653	1,000																
S5	,524	,511	,515	,582	1,000															
S6	,492	,502	,517	,512	,569	1,000														
S7	,448	,486	,476	,557	,504	,619	1,000													
S8	,504	,547	,555	,440	,477	,568	,597	1,000												
S9	,354	,422	,414	,391	,459	,435	,574	,527	1,000											
S10	,288	,334	,343	,362	,405	,472	,525	,401	,507	1,000										
S11	,303	,327	,348	,326	,364	,425	,459	,376	,468	,796	1,000									
S12	,306	,293	,280	,330	,354	,490	,496	,368	,437	,746	,740	1,000								
S13	,378	,456	,419	,437	,436	,438	,448	,447	,535	,570	,582	,489	1,000							
S14	,419	,457	,425	,445	,432	,463	,536	,502	,551	,569	,520	,541	,583	1,000						
S15	,393	,442	,433	,380	,480	,477	,549	,624	,600	,392	,413	,409	,503	,651	1,000					
S16	,387	,466	,398	,443	,446	,448	,573	,538	,572	,435	,367	,402	,468	,614	,673	1,000				
S17	,428	,526	,507	,442	,470	,501	,546	,566	,644	,431	,457	,500	,537	,625	,673	,738	1,000			
S18	,498	,603	,492	,507	,445	,511	,567	,580	,488	,528	,488	,549	,618	,605	,595	,670	,677	1,000		
S19	,445	,521	,443	,451	,521	,464	,450	,451	,411	,441	,445	,437	,468	,536	,562	,524	,494	,650	1,000	
S20	,427	,481	,463	,441	,442	,389	,486	,496	,427	,461	,464	,368	,516	,554	,535	,526	,569	,622	,655	1,000

Altunışık ve arkadaşlarına (2002:271) göre bir değişkenler setine faktör analizi uygulanabilmesi için değişkenler arasındaki korelasyonlardan büyük çoğunluğunun 0,3'ten büyük değere sahip olması gerekmektedir. Buna göre korelasyon matrisi tablosu incelendiğinde, 190 farklı korelasyon değeri içerisinde yalnızca 3 değer 0,3'ün altında olduğu gözlenmektedir. Dolayısıyla bu durum, araştırma veri setine faktör analizinin rahatlıkla uygulanabileceği şeklinde yorumlanabilir.

Araştırma kapsamında öğrencilere yöneltilen ifadelerin her birisi için örnekleme yeterliliğinin ölçüm değerlendirilmesi amacıyla Tablo-8'de yer alan değişkenlerin kısmi korelasyon katsayılarının negatif değerlerinden oluşan anti-image (ters görüntü) korelasyon matrisinin incelenmesi gerekmektedir. Değişkenlerin faktörlere ayrılabilir olduğundan emin olmak ve değişkenler arasında yüksek korelasyon sağlamak için anti-image matrisinin köşegenlerinde yer alan değerlerin 0,5 ve üzerinde olması gerekmektedir (Altunışık vd., 2012:272). Nitekim araştırma kapsamında ters görüntü matrisinde köşegen değerlerinin 0,890 ile 0,969 arasında değişkenlik gösterdiği ve 0.50'den büyük olduğu tespit edilmiştir. Bu sebeple faktör analizi için uygun değişkenlerin elde edildiği görülmüştür.

• 336

Tablo 8: Anti-Image Matris Tablosu

	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20
S1	,912																			
S2	-,413	,933																		
S3	-,367	-,226	,936																	
S4	-,188	-,210	-,150	,947																
S5	-,116	,049	,002	-,233	,952															
S6	-,027	-,005	-,080	-,027	-,214	,956														
S7	,042	,018	,008	-,233	-,007	-,254	,952													
S8	-,041	-,075	-,135	,126	-,031	-,181	-,164	,959												
S9	,009	-,035	,007	,026	-,074	,091	-,203	-,089	,947											
S10	,146	-,024	-,088	,019	-,092	-,055	-,066	-,012	-,161	,890										
S11	-,014	-,003	-,059	,042	,039	,044	,002	,011	-,006	-,460	,910									
S12	-,160	,145	,153	-,026	,044	-,133	-,082	,042	,056	-,339	-,335	,891								
S13	,054	-,036	,000	-,084	-,068	-,044	,106	,025	-,171	-,071	-,205	,083	,953							
S14	-,072	,006	,031	-,056	,071	,016	-,017	,023	-,019	-,162	,084	-,096	-,156	,969						
S15	,003	,067	-,021	,097	-,081	-,008	-,055	-,247	-,147	,167	-,069	,008	-,045	-,257	,948					
S16	-,028	,027	,123	-,082	-,008	,043	-,129	-,008	-,044	-,154	,104	,141	,083	-,103	-,200	,935				
S17	,142	-,103	-,183	,066	-,059	-,077	,082	,019	-,277	,254	-,066	-,238	-,007	-,088	-,108	-,385	,913			
S18	-,016	-,189	,068	-,014	,133	,014	-,063	-,132	,148	-,061	,110	-,192	-,265	,033	,003	-,215	-,165	,942		
S19	,050	-,135	-,002	,022	-,209	-,084	,092	,099	-,012	,064	-,060	-,093	,075	-,054	-,171	-,067	,181	-,247	,926	
S20	-,046	,065	-,033	-,032	-,003	,122	-,100	-,084	,099	-,102	-,105	,207	-,073	-,086	-,006	,037	-,189	-,108	-,366	,938

Faktör analizi sosyal bilimlerde yoğun olarak kullanılan istatistiksel bir tekniktir. KMO istatistiksel bir test olmamasına rağmen örneklem yeterliliğini belirlemede yol göstericidir. KMO ölçümleri 0-1 arasında değer almaktadır. Tablo-1’de de görüldüğü üzere ölçüm sonucunun 1’e doğru yaklaşması verilerin faktör analizine olan uygunluğunu işaret etmektedir. Faktör analizinin uygulanması için KMO sonuçlarının 0,80’den daha fazla olması önerilmektedir (Alpar, 2011:286; Kaiser, 1974).

Faktör analizinin uygulanması için gerekli olan bir varsayım, korelasyon matrisinin sıfırdan farklı olmasıdır. Barlett testi bu amaçla, sıfır hipotezinde korelasyon matrisinin birim matrise eşitliğinin sınamasını yapmaktadır. $p < 0,05$ olması faktör analizinin kullanım varsayımını sağlamaktadır (Alpar, 2011:283). Araştırmanın KMO ve Barlett testi sonuçları Tablo-9’da verilmiştir.

H_0 : Değişkenler arası ilişki yoktur.

H_a : Değişkenler arası ilişki vardır.

KMO test sonuçları incelendiğinde, KMO değeri 0,936 ile çalışmanın örneklem yeterliliğinin mükemmel düzeyde olduğu görülmektedir. Barlett testi sonuçlarına göre, $p:0,000 > p:0,01$ olduğu için değişkenler arası ilişki yoktur (H_0) hipotezi reddedilmiş, diğer bir ifadeyle korelasyon matrisinin sıfırdan farklı olduğu hipotezi (H_a) kabul edilmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda açıklayıcı faktör analizi yapılması için tüm koşullar sağlanmış olmaktadır.

Tablo 9: KMO ve Barlett’s Testi Sonuçları

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		,936
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4116,675
	df	190
	Sig.	,000

Faktör analizinde faktörlerin belirlenmesinde, çözüm olarak temel bileşenler analizi yöntemi daha yaygın kullanılmaktadır. Bu yöntemde; ilk olarak değişkenler arasındaki maksimum varyansı açıklayan birinci faktör hesaplanmakta, kalan maksimum miktardaki varyansı açıklamak için ise ikinci faktör hesaplanmaktadır. Bu sebeple elde edilecek faktörler arasında korelasyon olmaması veya faktörlerin orthogonal (dikey) olması

gerekmektedir (Akgül ve Çevik, 2003:417). Araştırmada elde edilen faktörlerin kavramsal anlamlılığının sağlanması ve daha iyi yorumlanabilmesi için dikey faktör döndürme yöntemlerinden en yaygın olan varimax dik döndürme tekniğinden faydalanılmıştır.

Bir faktöre ait değişkenlerin faktör yüklerinin kareleri toplamı, o faktöre ilişkin özdeğeri göstermektedir (Altunışık vd., 2012:269). Analiz sonucunda özdeğer istatistiği 1'den büyük olan faktörler anlamlı kabul edilmekte ve 1'den küçük özdeğer istatistiğine sahip olan faktörler dikkate alınmamaktadır (Kalaycı, 2017:322). Faktör sayısı kısıtlamadan yapılan analiz sonrasında, değişkenlerin oluşturduğu faktörlere ilişkin Tablo-10'da yer alan eigen value (özdeğer) sonuçlarına bakıldığında; üç faktörün özdeğerinin 1'den büyük olduğu görülmektedir. Üç faktörden en yüksek özdeğere (9,967) sahip birinci faktörün toplam varyansın %52,237'sini açıklarken, ikinci faktör 1,838'lik özdeğer ile %9,674'lük varyansa sahip olduğu ve üçüncü faktörün ise en düşük özdeğer (1,196) ile toplam varyansın %6,297'sini açıkladığı görülmektedir. Habing (2005)'e göre asgari varyans açıklama oranının %50 iken, Hair ve arkadaşları (1998)'na göre varyans seviyesinin %60'tan az olmaması gerekmektedir. Dolayısıyla analiz ile elde edilen her üç faktörün bir bütün olarak toplam varyansın %68,429'unu açıklaması yeterli olarak kabul edilebilir.

Tablo 10: Toplam Açıklanan Varyans Tablosu

Comp.	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	9,967	52,458	52,458	9,967	52,458	52,458	5,280	27,790	27,790
2	1,838	9,674	62,132	1,838	9,674	62,132	4,216	22,192	49,971
3	1,196	6,297	68,429	1,196	6,297	68,429	3,505	18,447	68,429
4	,813	4,279	72,708						
5	,634	3,339	76,046						
6	,566	2,979	79,025						
7	,535	2,818	81,842						
8	,472	2,486	84,328						
9	,424	2,231	86,559						
10	,421	2,217	88,776						
11	,362	1,904	90,680						
12	,295	1,551	92,230						
13	,283	1,490	93,721						
14	,256	1,346	95,067						
15	,237	1,247	96,314						
16	,205	1,080	97,393						

**Öğrencilerin Uygulamalı Mutfak Workshoplarına Yönelik Tutumlarının
Faktör Analizi İle İncelenmesi**

17	,201	1,055	98,449
18	,166	,874	99,332
19	,129	,678	100,000

Faktör matrisi faktörler cinsinden standardize edilmiş değişkenleri ifade eden faktör yüklerini içermekte olup, bu katsayılar değişkenlerle faktörler arasındaki korelasyonu temsil etmektedir (Altunışık vd., 2012:269). Kozak (2014)'a göre faktör yükü değerinin ise en az 0,40 olmasına dikkat edilmesi gerekirken Hair ve arkadaşları (1998)'na göre pratik açıdan anlamlı bir analiz için bu katsayının 0,5'in üzerinde olması gerekmektedir. Analiz sonucunda elde edilen faktör matrisine Tablo-11'de yer verilmiştir. Buna göre değişkenlere ilişkin faktör yüklerinin 0,874 ile 0,531 arasında farklılaştığı görülmektedir. Bir değişkenin faktörlerindeki en yüksek ilk yük değeri ile bu değerden sonraki ikinci yüksek yük değeri arasındaki farkın olabildiğince yüksek olması beklenmekte ve bu farkın en az 0.10 olması önerilmektedir (Büyüköztürk, 2007). Bu duruma uymayan 6. ifadeye ilişkin faktör yükünün 0,50'nin altında olmasının yanı sıra her üç faktöre de yüklerin çok yakın oranlarda (,344 - ,330 ve ,381) dağılması ve tam olarak hangi faktörün altında ayrışacağına belli olmamasından ötürü bu madde analizlerden çıkarılmıştır. Faktör matrisinde görüldüğü üzere, geriye kalan 19 değişkenin üç faktöre ayrıldığı ve tümünün faktör yükünün 0,50 değerinin üzerinde yer alarak görülmektedir. Böylece her üç faktöre yüksek yük değeri veren bu değişkenlerin, ilgili faktörleri tanımlamaya yönelik anlamlı bir ayrışma sergilediği, diğer bir ifadeyle o faktörün yapısını ölçen maddeler olarak tanımlandığı söylenebilir.

**Mehmet Boyraz, 2
(Ek.1) 2018**

Tablo 11: Faktör Matrisi

	Component		
	1	2	3
15. Workshoplara gastronomiye olan ilgiyi artırır.	,826	,216	,168
16. Workshoplara katılım gastronomi alanındaki bilgiyi artırır.	,821	,217	,156
17. Workshoplara katılım gastronomi alanındaki uzmanlaşmayı artırır.	,778	,268	,236
14. Workshoplara katılım özgüveni artırır.	,652	,199	,330
9. Workshoplar kariyer planlamasına katkı sağlar.	,640	,234	,321
18. Workshoplara katılım el becerisini artırır.	,635	,369	,356
8. Workshoplar mesleki gelişimi güçlendirir.	,615	,427	,156
20. Workshoplara katılım uygulamaya yönelik motivasyonu artırır.	,574	,345	,297
19. Workshoplara katılım eğlenceli vakit geçirmeyi sağlar.	,535	,366	,315
7. Workshoplar sosyal gelişimi artırır.	,531	,383	,307

Öğrencilerin
Uygulamalı Mutfak
Workshoplarına
Yönelik Tutumlarının
Faktör Analizi ile
İncelenmesi

1. Workshoplar üniversitenin/bölümün tanınmasına katkı sağlar.	,199	,874	,102
2. Workshoplar üniversitelerin/bölümlerin gelişimine katkı sağlar.	,258	,831	,128
3. Workshoplar kurum kültürünün gelişimine katkı sağlar.	,322	,828	,105
4. Workshoplar üniversite/sektör işbirliğine katkı sağlar.	,225	,788	,196
5. Workshoplar öğrencilerin üniversiteye olan aidiyet duygusunu güçlendirir.	,351	,583	,249
6. Workshoplar kültürel gelişimi artırır.	,344	,330	,381
10. Workshoplar öğrenciler arası dayanışmayı artırır.	,230	,172	,870
11. Workshoplar öğrenciler arası iletişimi güçlendirir.	,236	,163	,864
12. Workshoplar öğrenciler arasında arkadaşlık bağlarını güçlendirir.	,267	,124	,830
13. Workshoplar şefler ile olan iletişimi güçlendirir.	,350	,277	,535

Değişkenlerin faktör yüklerinin üç faktör altında belirginleşmesi sonrasında faktörü oluşturan değişkenlerin içerik ve kapsamaları dikkate alınarak faktörler isimlendirilmiş ve detaylarına Tablo-12’de yer verilmiştir. Buna göre;

• 340

- Birinci faktörde 10 ifade yer almakta olup, faktör 9,967’lik özdeğer katsayısı ile toplam varyansın %52’sinden fazlasını açıklamaktadır. Bu faktör altında öğrencilerin uygulamaları mutfak workshoplarına katılmaları durumunda elde edebilecekleri değerleri, katkıları içerdiği için bu faktöre ilişkin değişkenler “kişisel kazanımlar” adı altında değerlendirilmiştir.
- İkinci faktör altında 5 değişken yer almaktadır. Bunlar, workshop etkinliklerinin düzenlendiği kuruma yönelik katkı sağlayabilecek nitelikleri değerlendirdiği ve ilgili kurumların meşruiyet kazanmasında önemli bir rol oynayabileceği düşünülerek bu faktöre “kurumsal kazanım” adı verilmiştir.
- Son olarak üçüncü faktördeki 4 madde bireyler arasındaki iletişim, arkadaşlık ve bunların doğal getirisi olan dayanışma konusu ile ilgili olduğu için bu faktöre tüm ifadelerin ortak niteliğini oluşturan “sosyalleşme” adı verilmiştir. Bu faktörün özdeğer katsayısı diğer ikisine göre düşük olmasına rağmen %6’nın üzerinde varyans açıklama oranı ile insanın sosyal yönüne önemli derecede vurgu yapmaktadır.

**Öğrencilerin Uygulamalı Mutfak Workshoplarına Yönelik Tutumlarının
Faktör Analizi İle İncelenmesi**

Tablo 12: Değişkenlerin Faktörlere Göre Dağılımı ve İstatistikleri

Faktörler ve İfadeler	Faktör Yüğü	Öz Değer	Varyans	α	X	S. S.
Faktör 1: Kişisel Kazanım		9,967	% 52,458	,929	4,308	,641
Workshoplara gastronomiye olan ilgiyi artırır.	,821					
Workshoplara katılım gastronomi alanındaki bilgiyi artırır.	,820					
Workshoplara katılım gastronomi alanındaki uzmanlaşmayı artırır.	,777					
Workshoplara katılım özgüveni artırır.	,645					
Workshoplar kariyer planlamasına katkı sağlar.	,645					
Workshoplara katılım el becerisini artırır.	,642					
Workshoplar mesleki gelişimi güçlendirir.	,596					
Workshoplara katılım uygulamaya yönelik motivasyonu artırır.	,591					
Workshoplara katılım eğlenceli vakit geçirmeyi sağlar.	,540					
Workshoplar sosyal gelişimi artırır.	,511					
Faktör 2: Kurumsal Kazanım		1,838	% 9,674	,901	4,210	,720
Workshoplar üniversitenin/bölümün tanınmasına katkı sağlar.	,869					
Workshoplar üniversitelerin/bölmelerin gelişimine katkı sağlar.	,826					
Workshoplar kurum kültürünün gelişimine katkı sağlar.	,824					
Workshoplar üniversite/sektör işbirliğine katkı sağlar.	,788					
Workshoplar öğrencilerin üniversiteye olan aidiyet duygusunu güçlendirir.	,583					
Faktör 3: Sosyalleşme		1,196	% 6,297	,884	3,992	,807
Workshoplar öğrenciler arası dayanışmayı artırır.	,864					
Workshoplar öğrenciler arası iletişimi güçlendirir.	,863					
Workshoplar öğrenciler arasında arkadaşlık bağlarını güçlendirir.	,833					
Workshoplar şefler ile olan iletişimi güçlendirir.	,522					
Ölçekten Çıkarılan Madde						
Workshoplar kültürel gelişimi artırır.	,381					
TOPLAM		13,001	68,429	,948	4,153	,457

Extraction Method: Principal Component Analysis. **Rotation Method:** Oblimin with Kaiser Normalization.
a. Rotation converged in 5 iterations.

Mehmet Boyraz, 2
(Ek.1) 2018

Geçerlilik, bir testin ölçmek istediği özelliği ölçmesi olup, araştırma kapsamında GMS öğrencilerinin workshop etkinlikleri tutumlarının yapı geçerliliği ölçmek için faktör analizinden yararlanılmıştır. Geçerli bir testte bulunması gereken diğer bir önemli özellik ise iç tutarlılık, yani testin güvenilir olmasıdır. Alpha katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirlik katsayılarına ilişkin bulgular Tablo 13'deki gibi yorumlanmaktadır (Lorcu, 2015:208).

Tablo 13: Cronbach Alfa Katsayı Değerleri ve Yorumlanması

α Değeri	Yorum
$0 \leq \alpha < 0.40$	Ölçek Güvenilir Değil
$0.40 \leq \alpha < 0.60$	Ölçek Güvenilirliği Düşük
$0.60 \leq \alpha < 0.80$	Ölçek Oldukça Güvenilir
$0.80 \leq \alpha < 1.00$	Ölçek Yüksek Derecede Güvenilir

Öğrencilerin
Uygulamalı Mutfak
Workshoplarına
Yönelik Tutumlarının
Faktör Analizi İle
İncelenmesi

• 342

Elde edilen üç faktöre ilişkin, faktör bazında güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 12’de, araştırmada kullanılan ifadelerin güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 14’de gösterilmektedir. Kullanılan ifadelere ilişkin güvenilirlik analizi yapılırken; (1) ölçeğin tamamına, (2) ölçeği ikiye bölme, (3) örnekleme rastgele ikiye bölme ve (4) tek ve çift numaralı ölçek maddelerine göre en çok kullanılan model olan Cronbach Alfa Coefficient (α) değerlerine bakılmış ve böylece farklı analizler ile karşılaştırmalı kontrol şansı elde edilmiştir. Tablo 12’ye göre, birinci faktörün güvenilirlik katsayısı 0,929 ve ikinci faktörün güvenilirlik katsayısı ise 0,901 ile yüksek derecede, üçüncü faktör ise 0,884 güvenilirlik katsayısı ile oldukça güvenilir düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, her üç faktörü meydana getiren değişkenlerin kendi içinde yüksek düzeyde tutarlılık göstermektedir. Tablo 14’e göre, farklı şekillerde hesaplanan güvenilirlik katsayılarının 0,896 ile 0,950 arasında değişken değerler aldığı ve tüm bu değerlendirmeler dikkate alındığında, çalışma sonucunda geliştirilen ölçeğin “tüm ölçek için Alfa katsayı” sı esas alınarak 0,948 ile yüksek derecede güvenilir olduğu ifade edilebilir.

Tablo 14: Workshop Etkinlik Tutum Değişkenlerinin Güvenilirlik Katsayıları

	Cronbach Alpha	Ortalama	S. Sapma
İlk 1-9. maddeler	,901	4,193	,637
10-19. maddeler	,922	4,236	,655
Tek numaralı maddeler	,900	4,209	,602
Çift numaralı maddeler	,896	4,223	,630
Rastgele seçilen %40 (123) anket	,950	4,350	,579
Rastgele seçilen %60 (185) anket	,945	4,196	,604
Rastgele seçilen %80 (208) anket	,947	4,183	,613

Tüm 1-19. maddeler	,948	4,216	,615
--------------------	------	-------	------

SONUÇ ve ÖNERİLER

Gerek ön lisans düzeyinde aşçılık, gerekse lisans düzeyinde gastronomi programlarında verilen derslerin bir kısmı (Temel Mutfak Uygulamaları, Türk Mutfağı, Yöresel Mutfaklar, Dünya Mutfakları, Pastane Uygulamaları vb.) mutfak uygulaması gerektirmektedir. Uygulamalı mutfak derslerinin etkin bir düzeyde verilebilmesi ise öğretim elemanı, atölye–donanım ve malzeme yeterliliğini gerektirmektedir (Görkem ve Sevim, 2016:985). Diğer taraftan GMS eğitimi veren üniversitelerin fiziki ve teknik donanımlarında birtakım farklılık ve sorunların bulunması uygulamalı mutfak derslerinin yapılmasına engel teşkil etmektedir. Bu engeller; uygulama alanlarının yetersizliği, uygulamada kullanılacak araç-gereçlerin yetersizliği, öğrenci kıyafetlerinin temininde yaşanan sorunlar, uygulamalarda kullanılacak yiyecek ve içecek malzeme temininde sorun yaşanması, öğrencilerin gelişimi ve eğitimine katkı veren etkinliklere bütçe sağlanamaması, görsel medya ekipmanları ve basılı yayınların eksikliği ve yasal kısıtlamaların olması şeklinde sıralanmaktadır (Kozak ve Açıköz, 2015:13). Eğitim açısından öğrencilerin mutfak uygulamalarındaki eksikliklerin giderilmesine ilişkin, ders dışında özel olarak organize edilen uygulamalı mutfak workshop etkinlikleri birer alternatif program niteliği taşımaktadır. Bu noktadan hareketle, belirli bir konuya odaklı olarak yoğun etkileşim sağlama, bolca pratik yaptırma ve uygulama becerisi edinme için kritik önem taşıyan mutfak workshoplarına karşı gastronomi ve mutfak sanatları bölümü lisans öğrencilerinin tutumlarının incelenmesi ve tutumlarını ölçebilecek bir veri toplama aracının geliştirilmesi bu araştırmanın temel amacını oluşturmuştur.

Yapılan değerlendirmeler ve açıklayıcı faktör analizi sonucunda, öğrencilerin workshoplara yönelik tutumlarını ölçmek için tasarlanan bu veri toplama aracı, 3 faktör ve 19 değişkenden oluşmaktadır. Değişkenlerin tamamı olumlu önermeler şeklindedir. Ölçek, öğrencilerin tutumlarını ifadelerle verilecek beşli likert tipi derecelendirme ile sınamaktadır. Ölçeğin KMO testi değeri; 0,936 ile verilerin faktör analizi için mükemmel düzeyde olduğu, Bartlett'in küresellik testi değeri; 4116,675 anlamlılık düzeyi ise p: 0,000 (p<0,05) ile ölçeğin anlamlı ve ölçeği oluşturan tüm maddelerin genel alpha güvenirlik katsayısı 0,948 ile ölçeğin oldukça güvenilir olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen faktörlerin toplam varyansı açıklama oranı ise %68,429 olarak gerçekleşmiştir.

Mehmet Boyraz, 2
(Ek.1) 2018

Ortaya çıkan üç faktörden ilki; “kişisel kazanımlar” faktörü olup öğrencilerin uygulamaları mutfak workshoplarına katılmaları durumunda elde edebilecekleri değerleri, katkıları içeren on değişkenden oluşmakta ve 9,967’lik özdeğer katsayısı ile toplam varyansın %52’sinden fazlasını açıklamaktadır. Birinci faktörün güvenilirlik katsayısı 0,929 ile oldukça yüksek düzeydedir. İkinci faktör ise “kurumsal kazanım” workshop etkinliklerinin düzenlendiği kuruma yönelik katkı sağlayabilecek nitelikleri değerlendirdiği ve ilgili kurumların meşruiyet kazanmasında önemli bir rol oynayan beş değişkenden oluşmaktadır. Bu faktör, 1,838’lik özdeğer katsayısı ile toplam varyansın %9,674’ünü açıklarken 0,901’lik alfa katsayısı güvenilirliği yine oldukça yüksek düzeydedir. Son olarak, dört değişken içeren “sosyalleşme” faktörü ise diğerlerine göre düşük özdeğer katsayısına sahip olmasına karşın %6’nın üzerinde varyans açıklama oranı ile insanın sosyal yönüne vurgu yapmaktadır. Alpha ve p değerlerine bakıldığında, her bir faktör grubunun kendi içinde anlamlı ve tutarlı olduğu görülmektedir. Faktör yüklerinin de oldukça yüksek çıkması, her bir değişkenin, ait olduğu faktör grubuna önemli bir katkıda bulunduğu anlamına gelmektedir. Yapılan analizler sonucunda, elde edilen bulguların ölçeğin bilimsel anlamda geçerli ve güvenilir olduğunu ortaya koyduğu ve öğrencilerin uygulamalı mutfak workshop etkinliklerine yönelik tutum ölçeğinin, literatürde bu konuda tespit edilen eksikliğe katkı sunacağı ve gelecek çalışmalarda kullanılabilmesi düşünülmektedir. Bu araştırmadan hareketle gelecek yıllarda yapılabilecek çalışmalara ilişkin öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- Araştırmada kullanılan değişkenlerin, bir başka üniversitedeki GMS bölümü öğrencilerine, doğrulayıcı faktör analizi yöntemi ile uygulanması ve sonuçların karşılaştırılmasına yönelik çalışmalar,
- Elde edilen faktörlerin demografik değişkenlere göre farklılıklarının test edilmesine ilişkin çalışmalar,
- Ölçeğin geliştirilmesi amacıyla, uygulamalı mutfak workshop alanlarının ve etkinlik performansının değerlendirilmesine ilişkin yeni boyutların oluşturulması ve test edilmesine yönelik çalışmalar,

Daha önce hiç mutfak workshoplarına katılmamış öğrenciler ya da belirli bir mutfak workshop dizisine katılacak öğrenciler üzerine çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

Akgül A. ve Çevik O. (2003). İstatistiksel Analiz Teknikleri, Ankara: Emek Ofset.

- Alpar, R. (2011). Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler, (3. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S Ve Yıldırım, E. (2012). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri – SPSS Uygulamalı. (7. Baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Brookes, M. (2004). Shaping Culinary Taste: The Influence of Commercial Operators (We are What We Eat, or What We are Persuaded to Eat?) In Donald Sloan (Ed.), Culinary Taste: Consumer Behaviour in the International Restaurant Sector, (109-131). Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Büyüköztürk, Ş. (2007), Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı, (8. Baskı), Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Gillespie, C. & Cousins, J.A. (2001). European Gastronomy into the 21st Century, Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Görkem, O. ve Sevim, B. (2016). Gastronomi Eğitiminde Geç mi Kalındı Acele mi Ediliyor?, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 15(58), 977-988
- Habing, B. (2005). Exploratory Factor Analysis, <http://www.stat.sc.edu/~habing/courses/530/EFA2005.pdf> adresinden erişilmiştir. (Erişim Tarihi:13.01.2018).
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin B.J. & Anderson, R.E. (1998). Multivariate Data Analysis, New Jersey: Pearson
- Harrison, A.F. (1982). Gastronomy. Sussex: New Horizan Books.
- Hegarty, J.A. (2011). "Achieving Excellence by Means of Critical Reflection and Cultural Imagination in Culinary Arts and Gastronomy", Education Journal of Culinary Science & Technology, 9, 55-65.
- Hjalager, A.A (2002). Typology of Gastronomy Tourism. In Hjalager, M. A. ve Richards, G. (Eds.) Tourism and Gastronomy, (20-35). London: Routledge.
- Kaiser, H.F. (1974). Littler Fiffy, Mark IV, Educational and Psychology Measurement, 34, 111-17
- Kalaycı, Şerif. (2017). Faktör Analizi, içinde Şerif K. (Ed.) SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, (321-331), Ankara: Dinamik Akademi.
- Kleimbaum, D.G., Kupper, L.L., Nizam, A. & Muller, K.E. (1998). Applied Regression Analysis and Other Multivariable Methods, (3rd Edition), Belmont: Duxbury Press.
- Kozak, M. (2015). Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri. (2. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N. ve Açıköz, Z. (2015). VII. Gastronomi Eğitimi Arama Konferansı Sonuç Raporu, Akademik Turizm Eğitimi, Anatolia Dergisi ve Türkiye Aşçılar Federasyonu, Antalya Expo Center, Antalya, 26 - 27 Şubat.

- Lorcu, F. (2015). Örneklerle Veri Analizi – SPSS Uygulamalı. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Öney, H. (2016). Gastronomi Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 35: 193-203
- ÖSYM (Ölçme Seçme ve Yerleştirme Merkezi Başkanlığı). (2018) “2017 Öğrenci Seçme Ve Yerleştirme Sistemi (ÖSYS) Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu”. Erişim Tarihi:16.01.2018. <https://dokuman.osym.gov.tr/pdfdokuman/2017/OSYS/LYS/KONTENJANKILAVUZ18072017.pdf>
- Özçer, S. (2006). Performans ve Gelişim Yönetimi: Bir Eğitim ve Öğrenme Metodolojisi Olarak Atölye Çalışmaları, Erişim Tarihi:16.01.2018 http://www.maydanis.com.tr/may.php?syf=34&haber_id=46
- Santich, B. (2004). Hospitality and Gastronomy: Natural Allies, Lashlety, Conrad (Ed.), Hospitality A Social Lens, (47-59). London: Elsevier.
- Scarpato, R. (2002). “Gastronomy Studies in search of Hospitality”, Journal of Hospitality and Tourism Management, 9/2, 1-12.
- Sharma, S. (1995). Applied Multivariate Techniques. New York: John Wiley & Sons, Inc, 116.
- Stevens, J. (2002). Applied Multivariate Statistics for the Social Sciences, (4th Edition), Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- Subhash, S. (1995). Applied Multivariate Techniques, New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Şengün, S. (2017). Gastronomi Eğitimi ve Gastronomide Kariyer. Mehmet SARIŞIK (Ed.). Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi. İçinde (169-186). Ankara: Detay Yayıncılık.