



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Gastronomi Eğitimi Alan Öğrencilerin İşletme Mutfaklarına Yönelik Tutumları

Dr. Öğr. Üyesi Yılmaz SEÇİM, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Konya, e-posta: ysecimonya.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9112-7650>

Öz

Turizm alanında gastronominin değer kazanması, eğitim alanında da gastronomi üzerine çalışmaların yapılmasını zorunlu kılmaktadır. Dünyada 1800'lü yıllarda başlayan gastronomi ve mutfak eğitimleri, Türkiye'de 1950'li yıllarda başlamıştır. Daha önce uygulanan ahilik sistemi baz alınrsa çok daha erken tarihlere gitmek mümkündür. Gastronomi eğitiminin artması, mutfak kalitesinin ve çeşitliliğinin artmasına katkıda bulunmuştur. Çalışma Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü'nde öğrenim görmekte olan toplam 284 öğrenciye kolayca örnekleme yöntemi ile yüz yüze anket uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Ankete katılan kişilerde gönüllülük şartı aranmıştır. Gastronomi öğrencilerinin sektöre bakışları, mutfaka yönelik tutumları ve gelecek algıları tespit edilerek alınması gereken önlemler belirlenmiştir. Yapılan araştırma sonucunda aşçılık mesleği ve sektöre bakış açılarının genel ortalamalarının yüksek olduğu anlaşılmıştır. Mutfakta kullanılacak sunum teknikleri, Türk mutfağına ait öğelerin kullanılması, yeteneklerin mutfakta uygun şekilde kullanılmasına yönelik davranış ve tutumlar tespit edilmiştir. Sorulan sorular arasında en düşük ortalamayı almasından dolayı, mutfakta belirlenen çalışma koşullarının genel olarak bireylere zor geldiği, sosyal hayatlarına yeterince zaman ayıramadıkları anlaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Aşçılık, Gastronomi, Gastronomi Eğitimi, İşletme Mutfakları, Yiyecek İçecek İşletmeleri.

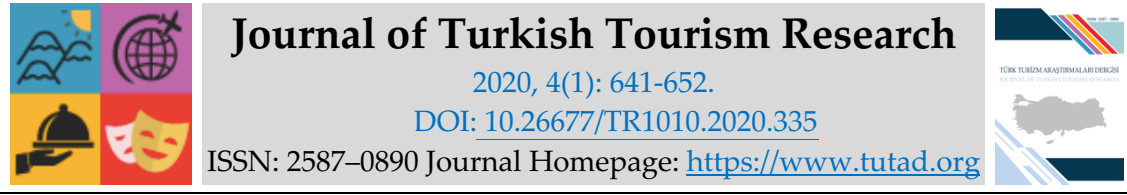
Makale Gönderme Tarihi: 27.10.2019

Makale Kabul Tarihi: 03.01.2020

Önerilen Atf:

Seçim, Y. (2020). Gastronomi Eğitimi Alan Öğrencilerin İşletme Mutfaklarına Yönelik Tutumları, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1): 641-652.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

Attitudes Towards Business Kitchens of Gastronomy Students

Assistant Prof. Dr. Yılmaz SEÇİM, Necmettin Erbakan University, Faculty of Tourism, Konya, e-mail: ysecimonya.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9112-7650>

Abstract

The appreciation of gastronomy in the field of tourism necessitates studies on gastronomy in the field of education. Gastronomy and culinary education began in the 1800s at the Worlds, began in the 1950s in Turkey. It is possible to go to much earlier dates based on the previously applied Akhism system. The increase in gastronomy education has contributed to the increase in kitchen quality and diversity. A total of 284 students studying at the Department of Gastronomy and Culinary Arts of Konya Necmettin Erbakan University were interviewed by face-to-face questionnaire. Volunteering requirement was sought in the participants. The views of the gastronomy students, their attitudes towards the kitchen and their perceptions of the future were determined and the necessary precautions were taken. As a result of the research, it was understood that the general average of the profession of cookery and their perspectives to the sector was high. Presentation techniques to be used in the kitchen, the use of elements of Turkish cuisine, the proper use of skills in the kitchen behavior and attitudes were determined. Among the questions asked, it is understood that working conditions determined in the lowest average kitchen are generally difficult for the individuals and that they cannot devote enough time to their social lives.

Keywords: Cookery, Gastronomy, Gastronomy Education, Business Kitchens, Food and Beverage Businesses.

Received: 27.10.2019

Accepted: 03.01.2020

Suggested Citation:

Seçim, Y. (2020). Attitudes Towards Business Kitchens of Gastronomy Students, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(1): 641-652.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Bir bölgeye turistik amaçlı gerçekleştirilen ziyaretlerde mutlaka yapılması gereken faaliyet yemek yemektir. Gezi, eğlence gibi amaçlar dışında asıl amacın yeme içme olduğu seyahatlerde gerçekleştirilebilmektedir. Bu seyahatler, gıda üretim firmalarının üretim alanlarını gezmek, yiyecek-içecek festivallerine katılmak, yöresel yemek yarışmalarına katılmak, isim yapmış lokanta, restoran gibi alanları ziyaret etmek, yöresel yiyecek ve içeceklerin sergilendiği alanları gezerek tadımlar yapmak olarak sıralanabilir (Hall ve Mitchell, 2005: 93). Turizmde kişiye özel hizmetlerin sunulması ve yerel kültürün yaşatılması turisti çeken temel içeriklerdir. İnsanları gastronomi turizmine çeken en önemli etken ise bir ülke, bölge veya etnik grubun yeme-içme kültürünü tanıma isteğidir (Denizer, 2008).

Gastronominin kökeninde eğitim öğretim faaliyetleri ilk günden beri bulunmaktadır. İlk öğrenim faaliyetleri çalışanlar arasındaki usta-çırak ilişkisi ile açıklanabilir. Devlet erkânı, yöneticiler ve statü sahibi kişilerin yaptıkları toplantı ve görüşmeler esnasında sunulan yemekler ve yemeklerin kalitesi aşçılık ve gastronomi sektörünü günümüze kadar zenginleştirerek taşımıştır. Usta çırak arasındaki ilişki günümüzde gastronomi ve mutfak sanatlarının açılması ile bilimsel anlamda devam etmektedir (Öney, 2016: 196; Şengün, 2017: 174).

Dünyada gastronomi eğitiminin kökenleri çok eski tarihlere dayanmaktadır. Dünyada önde gelen kurumlar arasında 1882 yılında Londra'da faaliyete başlayan National Institute of Cookery (Brown, 2013:49), 1883 yılında Paris'te faaliyete başlayan l'École Professionnelle de Cuisine et des Sciences Alimentaires ve 1895 yılında faaliyete geçen ve hala günümüzde varlığını devam ettiren Le Cordon Bleu gösterilebilir. Fransa'da Lisans düzeyinde eğitim ise 1990 yılında aktif hale gelmiştir (Görkem ve Sevim, 2016: 978). 1990'lı yıllarda Adelaide ve Boston üniversitesinde gastronomi yüksek lisans programı açılmıştır. 1996 yılında ise New York üniversitesinde doktora programı açıldığı bilinmektedir (Allen, 2003: 17).

Türkiye'de gastronomi eğitimi liseden başlayarak doktora eğitimine kadar verilmektedir. 2003 yılı öncesinde meslek liselerinin orta kısmında aşçılık eğitimleri verilmiştir. Ancak günümüzde lise düzeyinde eğitim başlangıcı olduğu ifade edilebilir. Ankara'da 1961 yılında Otelcilik meslek lisesi açılarak ilk aşçılık eğitimi vermeye başlanmıştır. Ardından Bolu'nun Mengen ilçesinde 1985 yılında başka bölüm olmadan sadece aşçılık eğitimi veren ilk lise açılmıştır. Ön lisans eğitimi yine Bolu Mengen, Abant İzzet Baysal Üniversitesi'nde aşçılık programı ismi ile açılmıştır. Lisans eğitimi veren ilk kurum ise 2003 yılında gastronomi ve mutfak sanatlarını açan Yeditepe Üniversitesi'dir. Günümüzde ise pek çok devlet üniversitesi ve özel üniversitede gastronomi ve mutfak sanatları faal haldedir (Akgün, 2013; Şengün, 2017: 73). Açılan lisans bölümleri ile yemek kültürü, aşçılık tarihi, yemek ve kültür arasındaki ilişki, medya ve gastronominin ilişkisi gibi konularda dersler verilmektedir (Santich, 2004: 18). Ayrıca bölümün yaygınlaşması sonrası yüksek lisans ve doktora eğitimi veren üniversitelerin sayısı da hızla artmaktadır (Akgün, 2013; Şengün, 2017: 73). Liseden başlayarak verilen eğitimlerin yanı sıra özel mutfak eğitimi veren mutfak akademileri de bulunmaktadır. Hem profesyonel hem de hobi amaçlı eğitimler için bu işletmeler tercih edilebilmektedir (Yılmaz ve Ekincek, 2016: 117).

Alternatif turizm çeşitleri arasında hızlı bir gelişim gösteren gastronomi turizmi, insanları ekonomik, ruhsal ve sosyal yönden de tatmin edebilmektedir. Bu denli etkileri sonucunda Türkiye'de Gastronomi ve mutfak Sanatları bölümleri açılmış ve gençler tarafından bu bölümler talep görmüştür. Ancak bölümü bilinçli seçenlerin yanı sıra bilinçsiz olarak; puanı tuttuğu için, ailesi istediği için ya da yanlış yönlendirmeler sonrasında tercih yapanlar da bulunmaktadır. Gastronomi, yiyecek ve içeceklerin tarihsel süreçle iç içe geçirilerek bir bütün halinde sunulması olarak tanımlanabilir. Gastronomi turizmi ise, yaşamak istenen deneyimlerin gerçeğe dönüştürüleceği en önemli araçtır. Bu sebeple Türkiye'de son yıllarda gençler tarafından kabul

gören gastronomi ve mutfak sanatları bölümlerinde verilen eğitimler yemek ve kültürü bir bütün halinde sunmaktadır. Türkiye’de gastronomi ve mutfak sanatları bölümü ÖSYM (Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi) (2019)’nin verilerine göre 23 devlet üniversitesi ve 17 vakıf üniversitesinin bünyesinde yer almaktadır. Bu durum çeşitlenmenin artması ve gastronominin gelişmesinin yanı sıra ihtiyaç duyulan yeterliliğe (alet, ekipman, hoca vb.) ulaşamaması sonucunda bazı problemleri de beraberinde getirmektedir. Gastronomi ve mutfak sanatları bölümünde öğrenim gören öğrencilerin beklenen çalışma sektörleri yiyecek-içecek alanı, akademisyenlik, öğretmenlik gibi meslek alanlarında çalışmaları beklenmektedir. Ancak yetersizlikler nedeniyle bölümün benimsenememesi sonucunda tamamen farklı alanlarda çalışma eğilimi görülmektedir. Görkem ve Sevim (2016: 980), gastronomi alanında iyi bir eğitim verilebilmesi için eğitimin en önemli unsurlarını atölye, öğretim elamanı ve uygulama malzemesi olarak bildirmiştir. Hegarty (2011: 55) ise gastronomi eğitiminde iyi bir eğitim verebilmek için kullanılan alet ekipmanın modern ve geleneksel özellikler taşıması, ülkelerin veya bölgelerin gıda çeşitliliği ve yemek kültürünün incelenmesi, farklı disiplinlerin gastronomi ile birlikte kullanılması ve yeni teorilerin geliştirilmesi gerektiğini bildirmiştir.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Çalışmanın evrenini Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü’nde öğrenim görmekte olan öğrenciler oluşturmaktadır. Çalışma 30 Eylül-30 Ekim tarihlerinde kolayda örnekleme yöntemi ile 284 öğrenciye yüz yüze anket uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Anket formundaki soruların oluşturulmasında, Tekin ve Çidem (2015)’in hazırlanmış olduğu geçerlik ve güvenilirliği tespit edilmiş çalışmadan faydalanılmıştır. Öğrencilere sektörden beklentileri; otellerdeki mutfak departmanları, müşteri memnuniyetinde mutfağın etkisi, gelecekte mutfak departmanında istedikleri pozisyon, mutfak departmanının sürekliliği, mutfakta kariyer, çevrenin desteği gibi konular hakkında sorular yöneltilmiştir. Ankette 5’li Likert Ölçeği” kullanılmıştır (5: Kesinlikle katılıyorum, 4: Katılıyorum, 3: Ne katılıyorum ne katılmıyorum 2: Katılmıyorum, 1: Kesinlikle katılmıyorum). Elde edilen veriler SPSS programı kullanılarak frekans ve yüzde analizi olarak analiz edilmiştir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Yapılan anket sonucunda gastronomi ve mutfak sanatlarında okuyan öğrencilerin %66,9’luk kısmının kadınlardan oluştuğu görülmüştür. Bu durum aşçılık mesleğine olan ilginin kadınlarda daha fazla olduğunu kanıtlamaktadır. Öğrencilerin okuduğu sınıflarda 3. sınıfların sayısının az olduğu görülmektedir. Bu durumun sebebi ise 3. sınıfta iş başı eğitim uygulanması ve sınıfın ikiye bölünerek bir bölümünün dönem boyunca okula gelmeyerek işletmelerde çalışmasıdır. Son sınıflarda ise geçmişe dönük kontenjanın az olmasından sayı düşük çıkmıştır. Bölümde okuyan öğrencilerin mezun olduğu liseler arasında en az oranın turizm liselerinde olduğu belirlenmiştir. Düz liseden mezun olan öğrenci sayısının ise diğer gruplardan daha yüksek olduğu görülmektedir. Öğrencilerin daha önce turizmde çalışma oranlarına bakıldığında büyük bir bölümünün (%61,7) çalışmadığı görülmüştür.

Tablo 1. Demografik Bilgiler

		n	%
Cinsiyet	Kadın	222	66,9
	Erkek	110	33,1
Okuduğu Sınıf	1.sınıf	98	29,5
	2. sınıf	102	30,7
	3. sınıf	55	16,6
	4. sınıf	77	23,2
Mezun Olunan Lise	Turizm Lisesi	14	4,2
	Düz Lise	140	42,2
	Meslek Lisesi	68	20,5
	Diğer	110	33,1
Daha Önce Turizmde Çalıştınız mı?	Evet	127	38,3
	Hayır	205	61,7

Çalışma sonucunda, “Mutfak departmanı bir otelin başarı ya da başarısızlığında büyük öneme sahiptir” sorusuna verilen cevaplar incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğu (%73,2) kesinlikle katıldığını beyan etmiştir. Diğer cevapların ise toplam oranı %27 civarında kalmıştır (Tablo 2). Bilindiği gibi mutfak departmanı bir işletmenin en yüksek maliyet oranına sahiptir bu nedenle işletme iyi bir gelir elde etmek ve gelen müşterilerin memnuniyetini üst düzeyde tutabilmek için mutfağa yatırımı artırmaktadır. Ayrıca gelen turistlerin temel ihtiyacı beslenme olmasından dolayı iyi bir yemek beklentisi tahmin edilen bir sonuçtur. Bu nedenle çıkan sonuca bağlı olarak mutfakın işletmelerin kalitesini artırmasında veya azaltmasında etkisinin önemli olduğu düşünülmektedir.

“Mutfak bir otelin marka imajını doğrudan etkiler” sorusuna verilen cevaplar incelendiğinde katılımcıların büyük bir çoğunluğunun (%77,3) kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum cevaplarını verdikleri görülmektedir. Ortalama değer ise 4,42 olarak belirlenmiştir (Tablo 2). Aynı sorunun sorulduğu Kutukız vd., (2018: 133) tarafından ortaöğretim öğrencilerine uygulanan çalışmada ortalama değer 3,94 olarak belirlenmiştir. Her iki değerinde birbiri ile yakın olduğu görülmektedir. Verilen cevaplar sonucunda otelin marka imajını etkileyen önemli etmenlerden birinin mutfak olduğu anlaşılmaktadır.

Çalışmada “Mutfakta sunulan ürünler ülke kültürünün tanıtımına katkı sağlar” sorusuna katılımcıların %88’i katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermiştir (Tablo 2). Kutukız vd., (2018: 133) tarafından aynı sorunun ortalama değeri 4,03 olarak bildirilmiştir. Bu çalışmada bulunan değer ile benzerlik taşıdığı görülmektedir. Bu durum ülke kültürünü tanıtmaya açısından mutfak kültürünün büyük önem taşıdığını göstermektedir. İnsanların tatile duyduğu ihtiyaç sonucunda, gittikleri destinasyonlarda yaşayan yerel halkı tanıma isteği yöresel ürünlere olan ilgiyi artırmıştır. Aynı zamanda bir toplumun kültürünü en iyi yansıtan konulardan bir tanesinin mutfak kültürü olduğu bilinmektedir.

Müşteri memnuniyetinde mutfakın katkısının sorulduğu soruda, gastronomi öğrencilerinin %91’i katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermiştir. Testin ortalaması ise 4,66 olarak belirlenmiş ve en yüksek orana ulaşan soru olmuştur (Tablo 2). Tatile giden her turist için yemek ihtiyacı olduğu düşünüldüğünde yemek üretimi ve kalitesinin önemi daha iyi anlaşılabilir. Gastronomi okuyan öğrencilerin yemeğin turistlerin tercihlerini etkileme konusundaki öngörülerini beklenen bir sonuç olarak ortaya çıkmıştır.

Otellerde bulunan mutfak departmanlarının oteller arası rekabete etkisi hakkında sorulan soruya öğrencilerin %80’inden fazlası katılıyorum veya kesinlikle katılıyorum yanıtını vermiştir (Tablo 2). Son yıllarda otel sayısının çoğalması oteller arasındaki rekabetin de artmasına sebep olmuştur. Oteller farklı özellik ve konseptleri ile ön plana çıkmaktadır. Bu özelliklerden biri ise yemek çeşitliliği ve otel içerisinde bulunan alakart hizmet sunan belirli bir konseptte sahip alanlardır.

Otel içinde farklı konseptler ile oluşturulan restoranlar (Çin mutfağı, Meksika mutfağı, Vegan mutfak, Osmanlı mutfağı vb.) otele oda geliri dışında bir gelir getirmesinin yanı sıra çeşitliliği de geliştirerek turistlerin ilgisini çekmektedir.

Tablo 2. İşletme Mutfaklarına Yönelik Tutumlar

SORULAR	1		2		3		4		5		\bar{x}
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Mutfak departmanı bir otelin başarıya ya da başarısızlığında büyük öneme sahiptir.	9	2,7	6	1,8	17	5,1	57	17,2	243	73,2	4,56
Mutfak bir otelin marka imajını doğrudan etkiler.	10	3,0	3	0,9	29	8,7	83	25,0	207	62,3	4,42
Mutfakta sunulan ürünler ülke kültürünün tanıtımına katkı sağlar.	8	2,4	9	2,7	23	6,9	74	22,3	218	65,7	4,46
Mutfağın müşteri memnuniyetinde çok önemli bir katkısı vardır.	9	2,7	6	1,8	14	4,2	76	22,9	226	68,1	4,66
Mutfak departmanının, otellerin birbiri ile rekabet etmesinde önemli bir etkisi vardır	7	2,1	12	3,6	40	12,0	119	35,8	154	46,4	4,20
Misafirlerin aynı oteli tekrar tercih etmesinde mutfak departmanının önemli etkisi vardır	8	2,4	9	2,7	58	17,5	113	34,0	144	43,4	4,13
Mutfak, en çok gelir getiren departmanlardan biridir.	6	1,8	23	6,9	82	24,7	97	29,2	124	37,3	4,05
Mutfak departmanı, yeni mutfak kültürleri öğrenme imkânı sunar.	9	2,7	8	2,4	24	7,2	92	27,7	199	59,9	4,39
Mutfak departmanında öğrenebileceklerim, gelecekte kendi işletmemi kurabilme imkânı sunar.	7	2,1	3	0,9	23	6,9	99	29,8	200	60,2	4,45
Mutfak departmanında çalışanlar zaman geçtikçe daha kıymetli hale gelir.	11	3,3	12	3,6	55	16,6	99	29,8	155	46,7	4,12
Mutfak departmanında mesleki tecrübe diğer departmanlara göre daha önemlidir.	6	1,8	16	4,8	61	18,4	106	31,9	143	43,1	4,09
Mutfak departmanı çalışanları diğer departmanların çalışanlarına göre daha kolay iş bulabilirler.	13	3,9	26	7,8	110	33,1	101	30,4	82	24,7	3,64
Mutfak uzun yıllar çalışmak için diğer departmanlara göre daha uygun bir departmandır.	19	5,7	32	9,6	100	30,1	91	27,4	90	27,1	3,60
Mutfak departmanında yapılan birçok işten yüksek düzeyde doyum almak mümkündür.	6	1,8	28	8,4	87	26,2	118	35,5	93	28,0	3,79
Mutfak departmanının daha iyi kariyer imkânları sunduğunu düşünüyorum.	9	2,7	19	5,7	54	16,3	118	35,5	132	39,8	4,03
Mutfak departmanında yapılan işler ilgi çekicidir.	7	2,1	8	2,4	43	13,0	97	29,2	177	53,3	4,43
Mutfak departmanında çalışmak diğer departmanlara göre daha zevklidir.	11	3,3	13	3,9	51	15,4	92	27,7	165	49,7	4,16
Mutfak departmanında çalışmak istesem, yakın çevrem bundan memnun olur.	13	3,9	20	6,0	74	22,3	98	29,5	127	38,3	4,06
Yakın çevrem mutfak departmanını tercih etmemde beni destekler.	18	5,4	24	7,2	66	19,9	97	29,2	127	38,3	3,87
Mutfak departmanında çalışmak yakın çevremde saygınlık uyandırır.	19	5,7	20	6,0	92	27,7	105	31,6	96	28,9	3,71
Mutfak departmanının çalışma koşulları aile yaşantıma daha uygundur.	38	11,4	49	14,8	99	29,8	83	25,0	63	19,0	3,25
Çevremden duyduklarım, mutfak departmanı hakkında düşüncelerimi olumlu etkilemiştir.	32	9,6	32	9,6	93	28,0	86	25,9	89	26,8	3,50
Mutfakta gerekli olan sanatsal beceriye sahip olduğumu düşünüyorum.	11	3,3	18	5,4	63	19,0	115	34,6	125	37,7	3,97
Yeteneklerimin mutfaktaki kariyerime katkısı olacağını düşünüyorum.	7	2,1	10	3,0	45	13,6	119	35,8	151	45,5	4,19
Türk mutfağına olan ilgim mutfak departmanını seçmemde etkilidir.	16	4,8	28	8,4	71	21,4	92	27,7	125	37,7	3,84

1:Kesinlikle Katılmıyorum, 2:Katılmıyorum, 3: Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4:Katılıyorum, 5:Kesinlikle katılıyorum

Tatile gelen bir konuğun aynı oteli yeniden tercih etmesinde mutfak departmanının etkisi konusunda sorulan soruya katılımcıların %75’den fazlası katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermiştir. Çalışmada sorunun ortalama değeri 4,13 olarak tespit edilmiştir (Tablo 2). Kutukız vd., (2018: 133) tarafından yapılan çalışmada aynı sorunun ortalama değeri 3,83 olarak verilmiştir. Her iki çalışmanın değeri de yakın sonuçlara ulaşıldığını göstermektedir. Müşterinin aynı oteli ikinci kez veya daha fazla tercih etmesinde personel, kullanılan malzemelerin kalitesi, otel yönetimi, lokasyon ve temizlik gibi pek çok etkeni saymak mümkündür.

Otelin mutfak departmanı işletmenin en fazla gelir getiren alanıdır sorusuna, ankete katılanların %66,5’i katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını verirken, %24,7’si ise kararsız olduklarını bildirmişlerdir (Tablo 2). Ankete katılanların %61,7’sinin daha önce turizmde çalışmamış olması, kararsızların sayısını artırdığı tahmin edilmektedir (Tablo 1). Daha önceki sorularda da bildirildiği gibi otellerde en fazla gider mutfak departmanına aittir, bu nedenle işletmede en fazla gelir getiren alanın da mutfak departmanı olması beklenen bir durumdur.

Ankete katılanlar tarafından mutfak departmanında çalışan kişilerin yeni mutfak kültürlerini öğrenme imkânı sunar sorusuna, 87,6’lık geniş bir kesim katıldığını bildirmiştir. Mutfaklar pek çok farklı malzeme ile farklı yemek yapan alanlar olması nedeniyle mutfakta çalışan personelin yeni mutfak kültürlerini tanınması, anlaması ve uygulamasına katkıda bulunmaktadır. Ayrıca ülke mutfağı konseptine sahip işletmeler bütünüyle ülkenin mutfak kültürüne, hatta zaman zaman diline hâkim olabilmektedir.

Öğrencilere yöneltilen “mutfak departmanında edindikleri donanımın, gelecek zamanda kendilerine ait bir işletmeyi kurmada fayda sağlar mı?” sorusuna, katılımcıların %90’ı fayda sağlayacağı yönünde görüş bildirmiştir. Kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum cevaplarının oranı ise %3 oranında kalmıştır (Tablo 2). Çemrek ve Yılmaz (2010: 216) tarafından otel işletmeciliği ve aşçılık programı öğrencilerine uygulanan çalışmada, ankete katılanların %70’den fazlasının okulda aldıkları deneyimin gelecekte iyi bir iş deneyimi olacağını bildirdiği aktarılmıştır. Yapılan çalışma ile bu çalışma arasında geçmişte alınan dersler veya iş deneyiminin gelecekte kullanılacağı algısı yüksek oranda ifade edilmiştir. Bu sonuçlar ışığında, işletmelerde edinilen deneyimin gelecekteki hayat planlarına katkıda bulunacağı anlaşılmaktadır. Mutfakta temel işler olarak nitelenen bulaşık yıkama, temizlik yapma ve kesme gibi işlemler birçok çalışana ilk etapta zor gelse dahi sonrasında büyük faydalar sağladığı bilinmektedir. Airey ve Frontistis (1997: 153) tarafından yapılan çalışmada ise tam aksi bir sonuç çıkmıştır. Ankete katılanların büyük çoğunluğu gelecekte kendi işini kurmayı düşünmediğini bildirmiştir. Bu durumun ise anketin farklı ülkede yapılmasından kaynaklandığı düşünülebilir.

Mutfakta çalışanların deneyim kazandıkça kıymetli hale geldiğini bildiren soruya verilen cevaplar incelendiğinde, katılımcıların %76,5 katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını verirken, %6,9’u ise tam tersi olan katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum yanıtını vermiştir (Tablo 2). Arman ve Şahin (2013: 22) tarafından turizm lisesinde öğrenim gören öğrencilere sorulan benzer bir soruda, öğrencilerin aşçılık eğitimi almalarının neticesinde gelecekte saygınlıklarının artacağı yönünde görüş bildirdiklerini aktarmıştır. Bildirilen bu sonuç ile benzer sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir. Yapılan bu çalışmanın sonucundan da anlaşılacağı üzere mutfakta çalışan personel zaman geçtikçe yaptığı işte profesyonel hale gelmekte ve deneyimini artırmaktadır. Deneyimi artan eleman ise işletme için önemli bir kimlik kazanmaktadır. Aynı işletmede uzun yıllar çalışan kişilerin aşçıbaşı veya yönetici pozisyonuna getirilmesi bu durumu desteklemektedir.

Mutfakta çalışan personelin meslek açısından deneyimli olmasının diğer departmanda çalışanlardan daha önemli olduğu sorusuna, gastronomi öğrencilerinin %75’i katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermiştir. Kararsızların oranı ise %18,4 olarak belirlenmiştir

(Tablo 2). Elde edilen sonuçlara göre her ne kadar mutfakta deneyim sahibi olmanın diğer departmanlardan daha önemli olduğu sonucu çıksa da otellerde bulunan kat hizmetleri ve ön büro gibi departmanlarda çalışanlarında alanların da deneyim sahibi olmaları büyük önem taşımaktadır.

Yiyecek içecek sektöründe özellikle mutfak departmanında çalışan personelin daha kolay iş bulabileceği sorusuna, katılımcıların %33,1'i kararsız, %30,4'ü katılıyorum, %24,7'si kesinlikle katılıyorum yanıtını vermiştir (Tablo 2). Yiyecek-içecek sektöründe mutfak sektöründe çalışmanın en büyük avantajlarından biri iş bulma konusunda büyük avantaj sağlamasıdır. İnsanoğlunun hayatta kalmak için yemek zorunluluğu olduğu düşünüldüğünde aşçılık mesleğini icra edenlerin iş bulma konusunda problem yaşamayacakları düşünülebilir.

Mutfaklarda çalışan personelin diğer alanlarda çalışanlara göre daha avantajlı olduğu konusundaki soruya gastronomi öğrencilerinin %50'den fazlası katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılımcıların %30'u ise kararsız olduğunu bildirmiştir (Tablo 2). Bir işte uzun süre çalışmak; motivasyon, işin yapılabilirliği, vücut sağlığı gibi durumlarla yakından ilgilidir. Bu açıdan düşünüldüğünde aşçılık mesleği her ne kadar ağır bir iş olsa da yanında çalışan çırağın veya çırakların yardımı ile uzun yıllar yapılabilecek işler arasında gösterilebilir. Aynı zamanda mesleğe duyulan haz mesleğin uzun yıllar devam ettirilmesine katkıda bulunmaktadır.

Mutfakta çalışan personelin yaptığı işten yüksek düzeyde doyum sağlaması ile ilgili soruya, katılım gösteren öğrencilerin %60'dan fazlası katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtlarını vermiştir. Verilen cevapların ortalaması ise 3,79 olarak belirlenmiştir (Tablo 2). İş doyumunun tanımı Locke (1976) tarafından "bir kişinin işi veya iş deneyimlerini değerlendirmesinden elde ettiği keyif veya pozitif duygusal durum" olarak açıklanmıştır. Turizm sektöründe, işletmelerin varlıklarını devam ettirebilmesi, rekabet gücünü artırabilmesi ellerinde bulunan insan gücü ve malzeme varlığına bağlıdır. Bu malzemelerin insanlar tarafından yönetildiği düşünüldüğünde işten tatmin olan ve doyum sağlayan insanlarla çalışmak işletmelere büyük avantajlar sağlamaktadır (Toker, 2007: 92). Kurnaz vd., (2014: 51) tarafından ön lisans düzeyinde aşçılık eğitimi alan öğrencilere yapılan çalışma sonucunda ankete katılanların %85'den fazlası aşçılık mesleğinin keyif alınarak yapılabilecek bir meslek olduğunu bildirmiştir. Bir işten haz alabilmek daha çok mesleği benimsemek, maddi kazanç sağlamak ve yaratıcı düşüncelerini mesleğe aktarabilmek ile ilgilidir. Gastronomi okuyan öğrencilerin gelecekte büyük bir kısmının mutfak alanında çalışacağı düşünüldüğünde meslekten haz aldıkları ve bu konuda başarılı olmak istedikleri düşünülebilir.

Mutfakta çalışan personelin kariyer imkânının daha iyi olması konulu soruya, katılımcıların %39,8'i kesinlikle katılıyorum, %35,5'i katılıyorum olarak olumlu cevap vermiştir. Katılımcıların %8,4'ü ise kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum yanıtını vermiştir (Tablo 2). Cevaplardan da anlaşılacağı üzere kariyer konusunda öğrencilerin gelecek beklentileri hayli yüksektir ve diğer mesleklerden daha iyi bir kariyer sahibi olabileceklerini düşünmektedirler. Bu duruma en büyük etkinin ise son yıllarda gastronomi turizminin gelişmesi, Türk mutfağının dünyada tanınır hale gelmesi, aşçılık mesleğinin medyada ön plana çıkarılması, aşçılık mesleği ile ilgili programların sayısının artması gibi etkenler gösterilebilir.

Mutfakta yapılan işlerin ilgi çekiciliği ile ilgili soruya, öğrencilerin %80'den fazlası olumlu yanıt vermiştir. Cevapların ortalaması ise 4,43 olarak belirlenmiştir (Tablo 2). Kuşlivan ve Kuşlivan (2000: 262) tarafından yapılan çalışmada Öğrencilerin %88'i turizm sektöründe her geçen gün gelişim sağladıklarını ve geliştiklerini bildirmiştir. Mutfakta çalışan personelin kendini sürekli geliştirme gerekliliği mutfak ortamının ve çalışılan ortamında ilgi çekici hale gelmesini sağlamaktadır. Ayrıca yemek yemek için gelen misafirlerin farklı istekleri veya dini inanç, etnik

köken gibi durumları ilgi çekici yemeklerin mutfakta üretilmesine ve sunum için hazırlamasına zemin hazırlamaktadır.

Mutfakta çalışmak diğer departmanlarda çalışmaya göre daha eğlencelidir başlıklı soruya, ankete katılanların %75'den fazlası katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermiştir (Tablo 2). Bu durumun temel sebebinin genelde personelin bir bütün olarak çalışması ve müşterilerle çok iletişime geçmeyecek kendi aralarında keyifli bir ortam oluşturmalarından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Mutfak personeli olarak çalışmak isteyen katılımcının yakın çevresinin memnuniyeti ile ilgili soruya, gastronomi öğrencilerinin %67,8'i olumlu yanıt vermiştir (Tablo 2). Bu sonuçta son yıllarda aşçılık mesleğine olan ilginin toplumda artması ve saygı duyulan meslekler arasına girmesi gösterilebilir.

Personelin yakın çevresinin mutfakta çalışmasını desteklemesi ile ilgili soruya, katılımcıların %19,9'u kararsız olduğunu bildirirken, %29,2'si katılıyorum, %38,3'ü ise kesinlikle katılıyorum yanıtını vermiştir. Olumsuz yanıt verenlerin oranı ise toplamda 12,6 olarak belirlenmiştir (Tablo 2). Çalışan bir kişinin yaptığı işi çevresinin onaylaması, iş tatmininin yanı sıra psikolojik yönden de fayda sağlayacaktır.

Mutfakta çalışan personelin yakın çevresinde saygın karşılanması sorusuna, gastronomi öğrencilerinin %60'dan fazlası olumlu yanıt vermiştir. Bu soruda kararsızların oranı %27,7 olarak belirlenmiştir. Ortalama cevap oranı ise 3,71 olarak belirlenmiştir (Tablo 2). Geçmişte alt tabakanın yaptığı bir iş gibi görülen aşçılık mesleği son yıllarda dünyada olduğu gibi Türkiye'de tanınmış ve saygın meslek haline gelmiştir. Bu saygınlığın kazanılmasında sosyal medyanın yanı sıra özellikle sivil toplum kuruluşları ciddi anlamda katkı sağlamıştır.

Mutfakta çalışma koşullarının aile yaşantısına uygunluğu konusunda sorulan soruya ankete katılanların %44'ü katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum, %26,2'si katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum, %30'a yakını ise kararsız olduğunu bildirmiştir. Ayrıca cevaplama ortalaması bakımından 3,25 ile tüm sorular için en düşük ortalamaya sahip olduğu görülmektedir (Tablo 2). Katılımcıların %50'sinden fazlasının olumsuz ve kararsız olmalarını bildirmelerinde temel sebebin mutfak çalışanlarının dini ve milli günlerde diğer meslek grupları gibi tatil yapmak yerine çalışmak zorunda olmaları gösterilebilir.

Mutfakta çalışma konusunda çevrede duyduklarından etkilenme durumları ile ilgili soruya katılımcıların %50'den fazlası olumlu yanıt vermiştir. Bu soruda kararsızların oranı ise %28 olarak bulunmuştur (Tablo 2). Verilen cevaplara istinaden ankete katılan gastronomi öğrencilerinin büyük çoğunluğunun çevrede duyduklarından etkilendikleri görülmektedir.

Aşçılık mesleğinde ihtiyaç olarak görülen sanatsal beceriye sahip olduğumu düşünüyorum sorusuna, ankete katılan gastronomi öğrencilerinin %70 den fazlası katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermiştir. Olumsuz cevap verenlerin oranı ise %9 civarında kalmıştır (Tablo 2). Aşçılık mesleği belirli bir seviyeye kadar yetenek olmadan geliştirilse bile, en üst seviyeye çıkabilmek için bireyde mutlak suretle bazı yeteneklerin bulunması gerekmektedir. Bu yetenekler arasında yaratıcılık, el yeteneği ve yönetim yeteneği sayılabilir.

Katılımcılara sorulan yeteneklerinin mutfaktaki kariyerine etkisi hakkındaki düşüncesi sorusuna, öğrencilerin %80'den fazlası kariyerine olumlu yönde katkıda bulunacağı yönünde yanıt vermiştir (Tablo 2). Kutukız vd., (2018: 134) tarafında sorulan benzer bir soruda ortalama değer 3,79 olarak aktarılmıştır. Bu sonuç ile çalışmanın sonucunun benzer olduğu söylenebilir. Bu durum aşçılık mesleğinde mutlak suretle yetenek gerektiği şeklinde yorumlanabilir.

Türk mutfağına gösterdikleri ilginin mutfak departmanını seçmedeki etkisi konusunda sorulan soruya gastronomi öğrencilerinin %60'dan fazlası katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtını vermiştir (Tablo 2). Güler ve Olgaç (2010: 235), lisans öğrencilerine uyguladıkları çalışma sonucunda Türk yemeklerinin zaman alıcı, emek gerektiren ve maliyetli olmasına rağmen otele gelen müşteriler tarafından tercih edildiğini bildirmiştir. Türk mutfağı dünyanın bilinen ve tanınan mutfakları arasında gösterilmektedir. Aynı zamanda gastronomi turizminin de gelişmeye başlaması ile daha tanınır hale gelmiştir. Bu nedenle yeni neslin mutfağına ilgisinin arttığı görülmektedir. Yapılan çalışma sonucunda da bu görüşü destekleyecek nitelikte sonuçlar elde edilmiştir.

SONUÇ

Dünya gastronomi tarihi insanoğlunun var olduğu günden, günümüze devam etmektedir. Zaman içinde her coğrafya ve kimliğin kendine ait bir gastronomi kültürü oluşmuş ve bu kültürü yeni kuşaklara aktarabilenler varlıklarını devam ettirmiştir. 1800'lü yıllarda profesyonel anlamda aşçılık okulları ve kursları açan Avrupa, gastronomiyi farklı alanlarda kullanarak ticari olarak da kazanımlar elde etmiştir. Bu ticari kazanımların en önemlisi ise gastronomi turizmidir. Türkiye ise aşçılık eğitimlerini usta-çırak ilişkisi içerisinde devam ettirmiş ve 1950'li yıllardan sonra profesyonel anlamda aşçılık eğitimleri ve kursları düzenlemek üzere eğitim kurumlarını aktif hale getirmiştir. Türkiye'de lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü eğitim kurumlarında gastronomi ve aşçılık eğitimleri verilmeye devam etmektedir. Açılan gastronomi bölümleri ülke mutfağının, tanıtılması ve geliştirilmesi için önemli olanaklar sunmaktadır. Globalleşen dünyada Türk mutfağının tanıtılmasında etkisi hayli yüksektir. Dünya ile eş zamanlı olarak gelişen gastronomi, sosyal medya ve sivil toplum kuruluşlarının etkisi ile ilgi çekici hale gelmiştir. Üniversite sınavına girecek gençler çevrelerinden ve sosyal medyadan etkilenerek gastronomi bölümlerinde eğitim almak istemektedir. Alınan eğitimler sektöre geçişinde öğrencilere katkıda bulunmaktadır. Yapılan bu çalışma ile sektöre geçiş yapmadan önce öğrencilerin sektöre karşı tutum ve davranışları tespit edilmiştir.

Çalışma içerisinde oluşturulan tabloda verilen cevapların ortalaması incelendiğinde 3'ün üstünde olan değerler için katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum olarak değerlendirilmiştir. Soruların tamamının ortalaması 3'ün üzerinde tespit edilmiştir. Gastronomi öğrencilerine yönelik hazırlanan bu çalışmada, demografik anlamda bölümü daha çok kız öğrencilerin tercih ettiği, mezuniyetleri incelendiğinde ise daha çok düz lise mezunlarının gastronomi ve mutfak sanatlarını tercih ettikleri görülmüştür. Günümüzde başta oteller olmak üzere yiyecek içecek alanında daha çok erkeklerin çalıştığı düşünüldüğünde, yakın gelecekte kadınların daha fazla sektörde yer alacağı düşünülebilir. Yapılan ankette minimum ortalama değer "Mutfak departmanının çalışma koşulları aile yaşantıma daha uygundur." ifadesinde 3,25 olarak belirlenmiştir. Bu soruda öğrencilerin çekimser kalmasında ve değer ne katılıyorum ne katılmıyorum ifadesine yakın olmasında, en büyük etken toplumun genel olarak tatil yaptığı hafta sonu tatili, dini tatiller ve milli tatillerde aşçıların çalışıyor olması olarak görülmektedir. Aile yaşantısı açısından bakıldığında birçok kişinin tatilde olduğu dönemde çalışmak insanlara zor gelmektedir. Ankete katılanlara sorulan sorularda maksimum ortalama "Mutfağın müşteri memnuniyetinde çok önemli bir katkısı vardır" ifadesine gelmiştir. Katılımcıların neredeyse tamamı kesinlikle katılıyorum (4,66) cevabını vermiştir. İşletme için mutfağın önemi ile ilgili soruların tamamında ortalama değer 4'ün üzerinde çıkmıştır. Mutfaktaki işlerin niteliksel özelliklerinin sorulduğu sorularda ortalama değer 3,50'nin üzerinde çıkmıştır. Çevresel etkilerin değerlendirildiği sorularda ise çalışma koşullarının aile yaşantısına uygunluğu ile ilgili soru dışında tamamının ortalaması 3,50'nin üzerindedir. Sorulara verilen cevaplardan yola çıkılarak

gastronomi ve mutfak sanatları alanında eğitim gören öğrenciler yeteneklerinin farkında ve gelecekte gastronomi alanında çalışmaya istekli görülmektedir. Bu durum ülke mutfağının dünyaya tanıtılmasında avantaj sağlayacaktır.

Gastronomi alanında yaşanan gelişmeler sonrası etkin hale gelen gastronomi ve mutfak sanatları alanında okuyan öğrencilerin alanlarını seçerken bilinçli hareket ettikleri ve sonrasında hangi işlerle meşgul olacaklarının bilincinde oldukları görülmektedir. Ancak bazı öneriler getirmek gerekirse;

- Sorulara verilen cevaplardan da anlaşılacağı üzere çalışma saat ve alanlarında yapılacak iyileştirmelerin sektörün gelişmesine katkı sunacağı düşünülmektedir.
- Türkiye’de bulunan yabancı şeflerin sayısına bakıldığında, Türkiye yurtdışından şef alan değil, yurt dışına şef yollayan aşamasına gelmesi gerekmektedir. Bu durumun sağlanabilmesi için okullarda verilen eğitim kalitesinin ve çeşitliliğinin artması önemli bir konudur.
- Türkiye’deki mevcut durum düşünüldüğünde özellikle gastronomi ile ilgili alanlarda yeterli altyapı sağlanmadan bölümlerin açılması öğrencileri meslekten soğutabilmektedir. Yeterli alt yapı oluşturulmadan bölümlerin açılması önemli bir orun olarak görülmektedir.

KAYNAKÇA

Akgün, M. (2013). *Gözü Mutfakta, Aklı Şeflikte Olanlara*. www.radikal.com.tr [Erişim Tarihi: 28.08.2019].

Allen, G. (2003). Education About Food. In the Encyclopedia of Food and Culture, (Vol. 1, pp. 556-558). New York: Encyclopaedia of Food and Culture.

Airey, D. and Frontistis, A. (1997). Attitudes to Careers in Tourism: An Anglo Greek comparison. *Tourism Management*. 18(3): 149-158.

Arman, A. ve Şahin, T. (2013). Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi Öğrencilerinin Stajlarında İşletmelerden Beklentileri: Mengen Aşçılar Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi Örneği. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 2: 13-24.

Brown, J. (2013). A Brief History of Culinary Arts Education in America, *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 17(4): 47-54.

Çemrek, F. ve Yılmaz, H. (2010). Turizm ve Otel İşletmeciliği ile Aşçılık Programı Öğrencilerinin Uygulamalı Mutfak Dersleri Hakkında Tutum ve Düşüncelerini Ölçmeye Yönelik Bir Uygulama. *Sosyal Bilimler Dergisi*. 2: 203-220.

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

Görkem, O. ve Sevim, B. (2016). Gastronomi Eğitiminde Geç mi Kalındı Acele mi Ediliyor? *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 15 (58): 977-988.

Güler, S. ve Olgaç, S. (2010). Lisans Düzeyinde Eğitim Gören Öğrencilerin Türk Mutfağının Tanıtım ve Pazarlanmasına İlişkin Görüşleri (Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu Örneği), *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 28: 227-238.

Hall, M. and Mitchell, R. (2005). Gastronomic Tourism: Comparing Food and Wine Tourism Experiences: Niche Tourism. *Contemporary Issues, Trends and Cases*, 89-100.

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).

Kurnaz, A., Akyurt Kurnaz, H. ve Kılıç, B. (2014). Önlisans Düzeyinde Eğitim Alan Aşçılık Programı Öğrencilerinin Mesleki Tutumlarının Belirlenmesi. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 32: 41-61.

Kuşluvan, S. and Kuşluvan, Z., (2000). Perceptions and Attitudes of Undergraduate Tourism Students Towards Working in The Tourism Industry in Turkey. *Tourism Management*, 3: 251-269.

Kutukız, D., Akyürek, S. ve Özdemir, Ö. (2018). Turizm Eğitimi Alan Orta Öğretim Düzeyindeki Öğrencilerin Mutfak Departmanına Yönelik Tutumlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8 (8); 127-146.

Locke, Edwin A. (1976). The Nature and Causes of Job Satisfaction. İçinde M. Dunette (Ed.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, Chicago: Rand McNally, ss. 1297-1343.

Öney, H. (2016). Gastronomi Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 35: 193-203.

Ösym, 2019. <https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans-bolum.php?b=19024> [Erişim Tarihi:12.10.2019].

Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International Journal of Hospitality Management*. 23(1): 15-24.

Şengün, S. (2017). Gastronomi Eğitimi ve Gastronomide Kariyer. M. Sarıışık, (Ed.), *Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi içinde* (169-186). Ankara: Detay Yayıncılık.

Tekin, Ö.A. ve Çidem, G. (2015). Turizm Öğrencilerinin Mutfak Departmanına Yönelik Tutumları Ölçeği: Bir Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (39): 975-986.

Toker, B. (2007). Demografik Değişkenlerin İş Tatminine Etkileri: İzmir'deki Beş ve Dört Yıldızlı Otellere Yönelik Bir Uygulama. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*. 8 (1): 92-107.

Yılmaz, H. ve Ekincek, S. (2016). Gurmeler ve İletişim. H. Yılmaz, (Ed.), *Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi içinde* (115-138). Ankara: Detay Yayıncılık.