VII. INTERNATIONAL GASTRONOMY TOURISM STUDIES CONGRESS 2023

BOOK OF ABSTRACTS





28-30 SEPTEMBER KASTAMONU

7th INTERNATIONAL GASTRONOMY TOURISM STUDIES CONGRESS

7. ULUSLARARASI GASTRONOMİ TURİZMİ ARAŞTIRMALARI KONGRESİ

BOOK OF ABSTRACTS

BİLDİRİ ÖZETLERİ KİTABI

28-30 September 2023

Kastamonu

Editors

Prof. Dr. Alptekin SÖKMEN

Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU

Prepared for Publication

Asst. Prof. Dr. Fulden Nuray Küçükergin

Asst. Prof. Dr. Çağdaş Aydın

Asst. Prof. Dr. Emrah Yaşarsoy

Res. Assist. Ümit Can Kaya

Res. Assist. Batuhan Öztürk

Res. Assist. Seda Erkekli

Res. Assist. Fatoş Eren

Res. Assist. Caner Yenisoy

Res. Assist. Rabia Zeybek

Res. Assist. Aykan Atanlar

Typesetting

Asst. Prof. Dr. Çağdaş Aydın

Asst. Prof. Dr. Emrah Yaşarsoy

Cover Desing

Res. Assist. Gürkan ÇALIŞKAN

Res. Assist. Yakup ERDOĞAN

ISBN

Congress Web Pages: https://ugtak2023.kastamonu.edu.tr/

https://ugtak.org

Contact: ugtak@kastamonu.edu.tr

Supporting Institutions and Sponsors

Note: *Any scientific and financial responsibility in this book is in the responsibility of authors.*

CONGRESS COMMITTEES

Congress Chair

Prof. Dr. Düriye Bozok

Advisory Board

Prof. Dr. Bahattin Özdemir

Prof. Dr. Burak Mil

Prof. Dr. Burhan Kılıç

Prof. Dr. Cevdet Avcıkurt

Prof. Dr. Derman Küçükaltan

Prof. Dr. Düriye Bozok

Prof. Dr. Emrah Özkul

Prof. Dr. Fügen Özkaya

Prof. Dr. Hakan Yılmaz

Prof. Dr. Lütfi Atay

Prof. Dr. Murat Doğdubay

Prof. Dr. Mustafa Sandıkçı

Prof. Dr. Oğuz Türkay

Prof. Dr. Osman Nuri Özdoğan

Assoc. Prof. Dr. Aydan Bekar

Assoc. Prof. Dr. Turgay Bucak

Asst. Prof. Dr. Üyesi Betül Öztürk

Scientific Committee

Prof. Dr. Ahmad Puad Mat Som, Universiti Sultan Zainal Abidin

Prof. Dr. Alptekin Sökmen, Kastamonu University

Prof. Dr. Aslı Albayrak, İstanbul Gelişim University

Prof. Dr. Atınç Olcay, Gaziantep University

Prof. Dr. Atilla Akbaba, Katip Çelebi University

Prof. Dr. Bahattin Özdemir, Akdeniz University

Prof. Dr. Burak Mil, İstanbul Kent University

Prof. Dr. Burhan Kılıç, International Hoca Ahmet Yesevi Türk-

Kazakh University /Muğla University

Prof. Dr. Cevdet Avcıkurt, Balıkesir University

Prof. Dr. D.A.C Suranga Silva, University of Colombo

Prof. Dr. David Hind, Buckinghamshire New University

Prof. Dr. Deepali Bhatnagar, Amity University Jaipur

Prof. Dr. Derman Küçükaltan, İzmir Kavram University

Prof. Dr. Düriye Bozok, Balıkesir University

Prof. Dr. Emel Memiş Kocaman, Balıkesir University

Prof. Dr. Emrah Özkul, Kocaeli University

Prof. Dr. Ferah Özkök, Çanakkale Onsekiz Mart University

Prof. Dr. Frederic Dimanche, Ryerson University

Prof. Dr. Fügen Özkaya, Ankara Hacı Bayram Veli University

Prof. Dr. Hakan Yılmaz, Anadolu University

Prof. Dr. Hatice Ferhan Nizamlıoğlu, Necmettin Erbakan University

Prof. Dr. Hilmi Rafet Yüncü, Anadolu University

Prof. Dr. Hülya Kurgun, Dokuz Eylül University

Prof. Dr. Hüseyin Avni Kırmacı, Karabük University

Prof. Dr. İbrahim Gönen, Nişantaşı University

Prof. Dr. İrfan Yazıcıoğlu, Ankara Hacı Bayram Veli University

Prof. Dr. Kamil Bostan, İstanbul Aydın University

Prof. Dr. Khurram Sharif, Qatar University

Prof. Dr. Laila Drouiche, International University of Agadir

Prof. Dr. Lütfi Atay, Çanakkale Onsekiz Mart University

Prof. Dr. Lütfi Buyruk, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University

Prof. Dr. Mi-Hea, Sejong University

Prof. Dr. Mehmet Oğuzhan İlban, Balıkesir University

Prof. Dr. Mehmet Sarıışık, Sakarya University of Applied Sciences

Prof. Dr. Mehmet Sarıoğlan, Balıkesir University

Prof. Dr. Mohamed El-Ansari, Vitez University

Prof. Dr. Muhammad Ashfaq, IU Int. University of Applied Sciences

Prof. Dr. Murat Doğdubay, Balıkesir University

Prof. Dr. Mustafa Sandıkcı, Afyon Kocatepe University

Prof. Dr. Nilüfer Şahin Perçin, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University

Prof. Dr. Nazgul Batyrova, Int. University

Prof. Dr. Nurudin Kıdıraliev, Kyrgyz-Turkish Manas University

Prof. Dr. Nurten Çekal, Pamukkale University

Prof.Dr. Onur Görkem, Katip Çelebi University

Prof. Dr. Osman Nuri Özdoğan, Aydın Adnan Menderes University

Prof. Dr. Oğuz Türkay, Sakarya University of Applied Sciences

Prof. Dr. Rhabra Sanae, Ibn Zohr University

Prof. Dr. Saime Küçükkömürler, Osmaniye Korkut Ata University

Prof. Dr. Saurabh Dixit, North-Eastern Hill University

Prof. Dr. Semra Akar Şahingöz, Ankara Hacı Bayram Veli University

Prof. Dr. Şafak Ünüvar, Selçuk University

Prof. Dr. Şevki Ulema, Sakarya Applied Sciences University

Prof.Dr. Sibel Özilgen, Yeditepe University

Prof. Dr. Şimal Yakut Aymankuy, Balıkesir University

Prof. Dr. Tareq Nael Hashem, Isra University

Prof. Dr. Venkat Rao Yedla, Pondicherry University

Assoc. Prof. Dr. Adem Arman, Akdeniz University

Assoc. Prof. Dr. Ahmed Imran Hunjra, Ghazi University, Dera GHazi Khan

Assoc. Prof. Dr. Ahmad Albattat, Management and Science University

Assoc. Prof. Dr. Alev Sökmen, Kastamonu University

Assoc.Prof.Dr. Alper Işın, Katip Çelebi University

Assoc.Prof.Dr. Alper Kurnaz, Abant İzzet Baysal University

Assoc. Prof. Dr. Ann Ashton, National Institute of Development Administration

Assoc. Prof. Dr. Asuman Pekyaman, Afyon Kocatepe University

Assoc. Prof. Dr. Aybüke Elif Ceyhun Sezgin, Ankara Hacı Bayram Veli University

Assoc. Prof. Dr. Aydan Bekar, Muğla Sıtkı Koçman University

Assoc. Prof. Dr. Ayman Harb, University of Jordan

Assoc. Prof. Dr. Aza Azlina Md Kassim, Management & Science University

Assoc. Prof. Dr. Bakyt Turdumambetov, Kyrgyz Turkish Manas University

Assoc. Prof. Dr. Bilal Deveci, Kırklareli University

Assoc. Prof. Dr. Carlos Fernandes, Polytechnic Institute of Viana do Castelo

Assoc. Prof. Dr. Emrullah Erul, Katip Çelebi University

Assoc. Prof. Dr. Göksel Kemal Girgin, Balıkesir University

Assoc. Prof. Dr. Gülçin Özbay, Sakarya Applied Sciences University

Assoc. Prof. Dr. Hüseyin Pamukçu, Afyon Kocatepe University

Assoc. Prof. Dr. İbrahim İlhan, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University

Assoc. Prof. Dr. Kevser Çınar, Necmettin Erbakan University

Assoc. Prof. Dr. Lokman Toprak, Mardin Artuklu University

Assoc. Prof. Dr. Mehmet Necati Cizrelioğulları, Kıbrıs İlim University

Assoc. Prof. Dr. Menekşe Cömert, Ankara Hacı Bayram Veli University

Assoc. Prof. Dr. Mustafa Aksoy, Ankara Hacı Bayram Veli University

Assoc. Prof. Dr. Nermin Gonca Güzel, Atılım University

Assoc. Prof. Dr. Omar Moufakkir, Gulf University for Science and Technology

Assoc. Prof. Dr. Osman Çalışkan, Akdeniz University

Assoc. Prof. Dr. Osman Çulha, Alanya Alaaddin Keykubat University

Assoc. Prof. Dr. Osman Güldemir, Eskişehir Anadolu University

Assoc. Prof. Dr. Önder Yayla, Osmaniye Korkut Ata University

Assoc. Prof. Dr. Özge Samancı, Özyeğin University

Assoc. Prof. Dr. Özgür Kızıldemir, Sakarya Applied Sciences University

Assoc. Prof. Dr. Rahmat Hashim, Taylor's University

Assoc. Prof. Dr. Razaq Raj, Leeds Beckett University

Assoc. Prof. Dr. Sabri Çelik, Afyon Kocatepe University

Assoc. Prof. Dr. Salim İbiş, Galata University

Assoc. Prof. Dr. Sedat Yüksel, University of Technology and Applied Science

Assoc. Prof. Dr. Selda Uca, Kocaeli University

Assoc. Prof. Dr. Serdar Sünnetçioglu, Çanakkale Onsekiz Mart University

Assoc. Prof. Dr. Serkan Şengül, Sakarya Applied Sciences University

Assoc. Prof. Dr. Sibel Önçel, Anadolu University

Assoc. Prof. Dr. Sung Hee Park, Macau University of Science & Technology

Assoc. Prof. Dr. Sonia Ferrari, University of Calabria

Assoc. Prof. Dr. Şaban Kargiglioğlu, Muğla Sıtkı Koçman University

Assoc. Prof. Dr. Tufan Süren, Ankara Hacı Bayram Veli University

Assoc. Prof. Dr. Turgay Bucak, Dokuz Eylül University

Assoc. Prof. Dr. Ümit Sormaz, Necmettin Erbakan University

Assoc. Prof. Dr. Üzeyir Kement, Ordu University

Assoc. Prof. Dr. Yılmaz Seçim, Necmettin Erbakan University

Assoc. Prof. Dr. Zafer Ceylan, Van Yüzüncü Yıl University

Assoc. Prof. Dr. Yanki Hartijasti, Universitas Indonesia

Asst. Prof. Dr. Aahed Khliefat, University of Jordan

Asst. Prof. Dr. Amita Mishra, Gujarat University

Asst. Prof. Dr. Asep Parantika, Universitas Nasional

Asst. Prof. Dr. Atif Mahmood, IBADAT International University Islamabad

Asst. Prof. Dr. Azamat Maksudunov, Kyrgyz – Turkish Manas University

Asst. Prof. Dr. Betül Öztürk, İzmir University of Economics

Asst. Prof. Dr. Chandra Shekhar Barua, Indian Institute of Tourism and Travel Management

Asst. Prof. Dr. Erhan Akarçay, Anadolu University

Asst. Prof. Dr. Faruk Yüksel, Ordu University

Asst. Prof. Dr. Fatih Günay, Isparta Applied Sciences University

Asst. Prof. Dr. Fakir Fatima Zahra, International University of Agadir

Asst.Prof.Dr.Fikret Soner, İstanbul Bilgi University

Asst. Prof. Dr. Fulya Sarper, Ankara Hacı Bayram Veli University

Asst. Prof. Dr. Hafidh Al-Riyami, University of Technology and Applied Science

Asst. Prof. Dr. Hayri Uygun, Recep Tayyip Erdoğan University

Asst. Prof. Dr. Hema Mirji, Bharati Vidyapeeth Deemed University

Asst. Prof. Dr. H. J. Ghulam Al Balushi, Sultan Qaboos University

Asst. Prof. Dr. Jeetesh Kumar, Taylor's University

Asst. Prof. Dr. Jeet Dogra Indian Institute of Tourism and Travel Management (IITTM)

Asst. Prof. Dr. Jurry Foo, Universiti Malaysia Sabah

Asst. Prof. Dr. Khaled Alsardia, Ammon Applied University College

Asst. Prof. Dr. Kamaruzaman Yusoff, Universiti Teknologi Malaysia

Asst. Prof. Dr. Mansoureh Ebrahimi, Universiti Teknologi Malaysia

Asst. Prof. Dr. Mehmet Kabacık, Ordu University

Asst. Prof. Dr. Mohammed Ragab, Ammon Applied University College

Asst. Prof. Dr. M. Naqib Hamdan, Universiti Teknologi Malaysia

Asst. Prof. Dr. Muna Fathmath, Open University Malaysia

Asst. Prof. Dr. Mohd Alif Mohd Puzi, Universiti Teknologi Malaysia

Asst. Prof. Dr. Nurul Diyana Md Khairi, Universiti Teknologi Malaysia

Asst. Prof. Dr. Nurzhan Abıshov, Int. University of Tourism and Hospitality

Asst. Prof. Dr. Rupa Sinha, SRM University

Asst. Prof. Dr. Sara Rabiai, Ibn Zohr University

Asst. Prof. Dr. Serkan Çalışkan, Kastamonu University

Asst. Prof. Dr. Sharma Kapil, University of Kota

Asst. Prof. Dr. Shem Wambugu Maingi, Kenyatta University

Asst. Prof. Dr. Shida Irwana Omar, Universiti Sains Malaysia

Asst. Prof. Dr. Shruti Arora, University of Kota

Asst. Prof. Dr. Symbat Nakhipbekova, Int.University of Tourism and Hospitality

Asst. Prof. Dr. Sibel Ayyıldız, Karabük University

Asst. Prof. Dr. Toh Pei Sung, Universiti Malaysia Sabah

Asst. Prof. Dr. Trixie Tangit, Universiti Malaysia Sabah

Asst. Prof. Dr. Zatul Iffah Mohd Fuza, UiTM Terengganu Branch

Referee Board

Assoc. Prof. Dr. Abdullah Tarınç, Akdeniz University

Asst. Prof. Dr. Adem Ademoğlu, Gaziantep Islam Science and Technology University

Asst. Prof. Dr. Adem Arman, Akdeniz University

Prof. Dr. Ahmet Aktaş, Kapadokya University

Asst. Prof. Dr. Ahmet Emirmustafaoğlu, Bolu Abant İzzet Baysal University

Assoc. Prof. Dr. Ahmet Salih Sönmezdağ, Muğla Sıtkı Koçman University

Asst. Prof. Dr. Alev Dündar Arıkan, Anadolu University

Assoc. Prof. Dr. Ali Özkan, Gaziantep University

Assoc. Prof. Dr. Ali Solunoğlu, Balikesir University

Asst. Prof. Dr. Ali Şen, Karamanoğlu Mehmetbey University

Assoc. Prof. Dr. Alper Işın, İzmir Katip Çelebi University

Assoc. Prof. Dr. Alper Kurnaz, Bolu Abant İzzet Baysal University

Asst. Prof. Dr. Asuman Pekyaman, Afyon Kocatepe University

Assoc. Prof. Dr. Aybüke Ceyhun Sezgin, Ankara Hacı Bayram Veli University

Asst. Prof. Dr. Bahar Gümüş, Akdeniz University

Prof. Dr. Bahattin Özdemir, Akdeniz University

Asst. Prof. Dr. Banu Koç, Gaziantep University

Asst. Prof. Dr. Barış Demirci, Eskişehir Osmangazi University

Assoc. Prof. Dr. Bilal Deveci, Kırklareli University

Assoc. Prof. Dr. Birsen Bulut Solak, Selçuk University

Prof. Dr. Candan Varlık, İstanbul Aydın University

Asst. Prof. Dr. Cihan Canbolat, Kahramanmaraş İstiklal University

Prof. Dr. Düriye Bozok, Balikesir University

Asst. Prof. Dr. Eda Adal Karakaya, İskenderun Teknik University

Res. Ass. Eda Alphan, Akdeniz University

Asst. Prof. Dr. Efe Kaan Ulu, İstanbul Bilgi University

Asst. Prof. Dr. Elif Esra Öztürk, Gaziantep Islam Science and Technology University

Asst. Prof. Dr. Elif Merve Kahraman, İstanbul Aydin University

Assoc. Prof. Dr. Emin Arslan, Tokat Gaziosmanpaşa University

Asst. Prof. Dr. Emine Balcı, Ankara Hacı Bayram Veli University

Asst. Prof. Dr. Emine Macit, Atatürk University

Assoc. Prof. Dr. Emirhan Yenişehirlioğlu Alanya Alaaddin Keykubat University

Assoc. Prof. Dr. Emrah Keskin, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University

Asst. Prof. Dr. Eray Polat, Gümüşhane University

Asst. Prof. Dr. Erhan Babaç, Afyon Kocatepe University

Asst. Prof. Dr. Ersan Erol, Eskişehir Osmangazi University

Asst. Prof. Dr. Esin Aysen, Recep Tayyip Erdoğan University

Asst. Prof. Dr. Esra Mankan, Alanya University

Assoc. Prof. Dr. Esra Şahin, Akdeniz University

Asst. Prof. Dr. Ezgi Demir Özer, Kapadokya University

Asst. Prof. Dr. Fatma Yalınız, Gaziantep University

Asst. Prof. Dr. Fazıl Kaya, Gümüşhane University

Prof. Dr. Ferah Özkök, Çanakkale Onsekiz Mart University

Asst. Prof. Dr. Ferhan Balcı Torun, Akdeniz University

Asst. Prof. Dr. Fikret Soner, İstanbul Bilgi University

Asst. Prof. Dr. Filiz Özlem Çetinkaya, Kırşehir Ahi Evran University

Asst. Prof. Dr. Fulya Sarper, Ankara Hacı Bayram Veli University

Asst. Prof. Dr. Gamze Eryılmaz, İskenderun Teknik University

Assoc. Prof. Dr. Göksel Kemal Girgin, Balıkesir University

Asst. Prof. Dr. Gözde Türköz Bakırcı, Dokuz Eylül University

Assoc. Prof. Dr. Gülay Baysal, İstanbul Aydın University

Asst. Prof. Dr. Gülçin Algan Özkök, Selçuk University

Asst. Prof. Dr. Gülhan Yalın, Balıkesir University

Assoc. Prof. Dr. Gürkan Küçükergin, Atılım University

Prof. Dr. Hakan Yılmaz, Anadolu University

Prof. Dr. Hilmi Rafet Yüncü, Anadolu University

Prof. Dr. Hüseyin Avni Kırmacı, Karabük University

Assoc. Prof. Dr. Hüseyin Boz, Atatürk University

Prof. Dr. Hüseyin Gün, İstanbul Arel University

Assoc. Prof. Dr. Hüseyin Pamukçu, Afyon Kocatepe University

Assoc. Prof. Dr. İbrahim Çekiç, Gaziantep İslam Science and Technology University

Assoc. Prof. Dr. İlkay Yılmaz, Başkent University

Assoc. Prof. Dr. İrfan Yurt, Karabük University

Prof. Dr. İsmet Kaya, Karamanoğlu Mehmetbey University

Assoc. Prof. Dr. Kadir Çetin, Burdur Mehmet Akif Ersoy University

Prof. Dr. Kamil Bostan, İstanbul Aydın University

Assoc. Prof. Dr. Kübra Aktaş, Karamanoğlu Mehmet Bey University

Prof. Dr. Lokman Toprak, Mardin Artuklu University

Assoc. Prof. Dr. Mehmet Akif Şen, Giresun University

Prof. Dr. Mehmet Sarıoğlan, Balıkesir University

Assoc. Prof. Dr. Mehmet Sedat İpar, Eskişehir Osmangazi University

Assoc. Prof. Dr. Mehemet Şimşek, Giresun University

Asst. Prof. Dr. Melek Yaman, Ankara Hacı Bayram Veli University

Asst. Prof. Dr. Meltem Yalçın Kayıkçı, Kırklareli University

Assoc. Prof. Dr. Menekşe Cömert, Ankara Hacı Bayram Veli University

Asst. Prof. Dr. Merve Çetin, Burdur Mehmet Akif Ersoy University

Asst. Prof. Dr. Merve Özbay, Karamanoğlu Mehmet Bey University

Asst. Prof. Dr. Merve Özgür Göde, Anadolu University

Asst. Prof. Dr. Mine Erdem Büyükkiraz, Cappadocia University

Asst. Prof. Dr. Muhammet Erbay, Selçuk University

Prof. Dr. Murat Doğdubay, Balıkesir University

Asst. Prof. Dr. Murat Ödemiş, Gümüşhane University

Prof. Dr. Murat Tosun, Atatürk University

Assoc. Prof. Dr. Mustafa Aksoy, Ankara Hacı Bayram Veli University

Asst. Prof. Dr. Mustafa Kesici, Kırklareli University

Prof. Dr. Mustafa Sandıkçı, Afyon Kocatepe University

Asst. Prof. Dr. Mustafa Yılmaz, Karabuk University

Asst. Prof. Dr. Nasım Kian Pour Istanbul Aydın University

Assoc. Prof. Dr. Neslihan Çetinkaya, Atatürk University

Assoc. Prof. Dr. Neslihan Onur, Akdeniz University

Asst. Prof. Dr. Nilgün Karaman, Balıkesir University

Assoc. Prof. Dr. Oğuz Nebioğlu Alanya Alaaddin Keykubat University

Assoc. Prof. Dr. Oğuz Taşpınar, Canakkale Onsekiz Mart University

Assoc. Prof. Dr. Osman Çavuş, Bolu Abant Izzet Baysal University

Assoc. Prof. Dr. Osman Çulha Alanya Alaaddin Keykubat University

Assist. Prof. Dr. Oya Özkanlı, Gaziantep University

Assoc. Prof. Dr. Ömer Akgün Tekin, Akdeniz University

Prof. Dr. Ömer Uçar, Muğla Sıtkı Koçman University

Assoc. Prof. Dr. Özgür Gölge Alanya Alaaddin Keykubat University

Assit. Prof. Dr. Özkan Süzer, Karabuk University

Assist. Prof. Dr. Özlem Özer Altundağ, Karabuk University

Assist. Prof. Dr. Özlem Yalçınçıray, Istanbul Arel University

Assist. Prof. Dr. Pınar Şenel, Anadolu University

Dr. Rabia Bölükbaş, Sivas Cumhuriyet University

Prof. Dr. Rahman Temizkan, Eskişehir Osmangazi University

Assoc. Prof. Dr. Reşat Arıca, Batman University

Prof. Dr. S. Pınar Temizkan, Eskişehir Osmangazi University

Assoc. Prof. Dr. Sabri Çelik, Afyon Kocatepe University

Assoc. Prof. Dr. Sait Doğan, Iskenderun Technical University

Assoc. Prof. Dr. Salih Zeki Şahin, Iskenderun Technical University

Assoc. Prof. Dr. Sami Sonat Özdemir Balıkesir University

Assoc. Prof. Dr. Savaş Evren, Gümüşhane University

Asst. Prof. Dr. Selin İlsay, Balıkesir University

Asst. Prof. Dr. Sema Ekincek, Anadolu University

Assoc. Prof. Dr. Semra Gürbüz, Mardin Artuklu University

Assoc. Prof. Dr. Serdar Sünnetçioğlu, Çanakkale Onsekiz Mart University

Asst. Prof. Dr. Sertaç Sert, Alanya Alaaddin Keykubat University

Asst. Prof. Dr. Sibel Ayyıldız, Karabük University

Asst. Prof. Dr. Sibel Kahraman, İstanbul Aydın University

Assoc. Prof. Dr. Sibel Önçel, Anadolu University

Prof. Dr. Şafak Ünüvar, Selçuk University

Prof. Dr. Şimal Aymankuy, Balıkesir University

Asst. Prof. Dr. Tuba Pehlivan, Gaziantep University

Asst. Prof. Dr. Tufan Süren, Ankara Hacı Bayram Veli University

Assoc. Prof. Dr. Turgay Bucak, Dokuz Eylül University

Asst. Prof. Dr. Vedat Yiğitoğlu, Akdeniz University

Prof. Dr. Yılmaz Akgündüz, Dokuz Eylül University

Asst. Prof. Dr. Zeki Özdemir, İstanbul Arel University

Asst. Prof. Dr. Zeliha Kaya, Giresun University

Asst. Prof. Dr. Zuhal Aksakallı Bayraktar, Atatürk University

Asst. Prof. Dr. Zuhal Okcu, Atatürk University

Organizing Committee

Prof. Dr. Düriye Bozok

Prof. Dr. Burhan Kılıç

Prof. Dr. Alptekin Sökmen

Prof. Dr. İrfan Yazıcıoğlu

Assoc. Prof. Dr. Alev Sökmen

Asst. Prof. Dr. Çağdaş Aydın

Asst. Prof. Dr. Dilara Eylül Koç

Asst. Prof. Dr. Elif Zeynep Özer

Asst. Prof. Dr. Emrah Yaşarsoy

Asst. Prof. Dr. Fulden Nuray Küçükergin

Res. Assist. Rabia Bölükbaş

Res. Assist. Gürkan Çalışkan

Res. Assist. Demet Güner

Res. Assist. Özge Çaylak Dönmez

Res. Assist. Ahmet Tuğrul Karamustafa

Res. Assist. Ümit Can Kaya

Res. Assist. Batuhan Öztürk

Res. Assist. Tunahan Pekdemir

Res. Assist. Erdem Şimşek

Res. Assist. Rabia Zeybek

Res. Assist. Seda Erkekli

Res. Assist. Fatoş Eren

Res. Assist. Caner Yenisoy

Res. Assist. Aykan Atanlar

ÖNSÖZ



Sayın Katılımcılar, Değerli Araştırmacılar,

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi ve Kastamonu Üniversitesi iş birliğiyle düzenlenen bu özel etkinlikte sizleri ağırlamaktan büyük bir mutluluk ve gurur duyuyoruz. Gastronomi turizmi, kültürel mirasımızın ve coğrafi zenginliklerimizin bir yansıması olan mükemmel bir konsepttir. Bu nedenle, bu alanda yapılan araştırmaların ve çalışmaların uluslararası bir platformda tartışılması, paylaşılması ve ilerletilmesi büyük önem taşımaktadır.

28-30 Eylül tarihlerinde gerçekleştirilen bu kongre, gastronomi turizminin çeşitli yönlerini ele alarak, bu alandaki yenilikçi yaklaşımları, stratejileri ve en iyi uygulamaları tanıtmayı amaçlamıştır. Bilimsel katkılarınız ve değerli çalışmalarınız, gastronomi turizmi konusundaki bilgi ve anlayışımızı zenginleştirmek ve ileriye taşımak için önemli bir adım olacaktır.

Bu kongre özet bildiri kitabı, katılımcıların sunduğu çalışmaların özetlerini içermektedir. Bu özetler, gastronomi turizmi alanında yapılan son araştırmaların önemli bir özeti niteliğindedir ve bu alandaki bilgi birikimini genişletmeye katkı sağlayacaktır. Her bir çalışma, titizlikle seçilmiş bir hakemlik sürecinden geçmiş ve bu kitapta sunulmaya değer bulunmuştur.

Gastronomi turizmi, sadece lezzetleri değil, aynı zamanda kültürel, tarihi ve coğrafi bağlamları da içeren bir deneyim sunmaktadır. Bu kongre, bu deneyimi daha iyi anlamamıza ve tanıtmamıza yardımcı olacak bilimsel bir platform sağlamıştır. Hep birlikte, gastronomi turizminin geleceğini şekillendirmek için önemli bir rol oynayacağımıza inanıyoruz.

Katılımcıların çalışmalarını bu kitapta paylaşmalarına ve bu kongrenin başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesine katkıda bulunmalarına teşekkür ederim. Hep birlikte, gastronomi turizmi alanında daha fazla bilgi üretmek ve bu alandaki potansiyeli en üst düzeye çıkarmak için çalışmaya devam edeceğiz.

Kongrenin düzenlenmesine destek veren tüm katkıda bulunanlara teşekkür ederiz ve bu kongre özet bildiri kitabının gastronomi turizmi alanına değerli bir kaynak olmasını dileriz.

Saygılarımla,

Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU
7. UGTAK Düzenleme Kurulu Başkanı
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi Dekanı

PREFACE



Dear Participants, Distinguished Researchers,

We are very happy and proud to welcome you at this special event organised in cooperation with Ankara Hacı Bayram Veli University and Kastamonu University. Gastronomy tourism is an excellent concept that is a reflection of our cultural heritage and geographical richness. Therefore, it is of great importance to discuss, share and advance research and studies in this field on an international platform.

This congress, held on 28-30 September, aims to introduce innovative approaches, strategies, and best practices in this field by addressing various aspects of gastronomy tourism. Your scientific contributions and valuable work will be an important step in enriching and advancing our knowledge and understanding of gastronomy tourism.

This congress abstract book contains the abstracts of the studies presented by the participants. These abstracts are an important summary of the latest research in the field of gastronomy tourism and will contribute to expanding the knowledge in this field. Each study has gone through a meticulously selected refereeing process and has been found worthy of being presented in this book.

Gastronomy tourism offers an experience that includes not only flavours but also cultural, historical, and geographical contexts. This congress has provided a scientific platform to help us better understand and promote this experience. Together, we believe that we will play an important role in shaping the future of gastronomy tourism.

I would like to thank the participants for sharing their work in this book and contributing to the successful realisation of this congress. Together, we will continue to work to produce more knowledge in the field of gastronomy tourism and maximise the potential in this field.

We would like to thank all the contributors who supported the organisation of the congress and hope that this congress summary proceedings book will be a valuable resource in the field of gastronomy tourism.

Best regards,

Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU
7th IGTRC Organising Committee Chairman
Ankara Hacı Bayram Veli University
Dean of Faculty of Tourism

ÖNSÖZ



Sayın Katılımcılar, Kıymetli Bilim İnsanları,

İlk olarak Kastamonu Üniversitesi ve Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi iş birliğiyle düzenlenen bu önemli etkinlikte sizlerle bir arada olmaktan duyduğum mutluluğu ifade etmek isterim. Ülkemizin her şehri gibi Kastamonu ilimiz de önemli bir gastronomik mirasa sahiptir. Böyle bir kentte Uluslararası Gastronomi kongresini gerçekleştirmek bizler açısından önemli bir gurur kaynağı oluşturmaktadır. Bilimsel çalışmalardan elde edilen çıktıların pratik hayata sunacağı önemli katkılar düşünüldüğünde bu kongre neticesinde elde edilecek sonuçların yerelde Kastamonu ili, genelde ise ülkemizin diğer şehirleri için Gastronomi alanında öne çıkan yenilikler, gastronomi turizminin turistik destinasyonlara katkısı ve gastronomi alanının gelişimi ile elde edilebilecek katma değerler ortaya konulacak, bu sayede uygulayıcılara önemli yol haritaları da sunulabilecektir. Bu nedenle, kongremiz vasıtasıyla gastronomi alanında gerçekleştirilen bilimsel çalışmaların uluslararası bir ortamda değerlendirilmesi ve geliştirilmesi büyük önem arz etmektedir.

Değerli araştırmacılar, ev sahipliğimizde düzenlenen 7. Uluslararası Gastronomi Kongresinde, sizlerin katkıları ile gerçekleştirilecek bilimsel oturumlar aracılığıyla gastronomi turizminin farklı unsurları ele alınacak, alandaki yenilikler tartışılacak ve en iyi uygulamalar paylaşılacaktır. Bu nedenle sunacağınız katkıların, gastronomi turizmi alanında katılımcıların ve uygulayıcıların bilgi ve anlayışlarının geliştirilmesinde önemli rol alacağı inancındayım. Bu kapsamda, kongremize göstermiş olduğunuz ilgiden ve bilimsel çalışmalarınızı paylaşmanızdan dolayı sizlere teşekkürlerimi sunarım. Bu bildiri kitabı gastronomi turizmi alanında gerçekleştirilen güncel çalışmaların bir yansıması niteliği taşımaktadır ve bu nedenle alanın ilerlemesine ışık tutacağına inanmaktayım. Kongre kitabına giren çalışmalar bağımsız hakem değerlendirmelerinden geçerek özenle seçilmiş, hakemler ve değerlendirme kurulu tarafından alana katkı sunacağı öngörülmüş bildirilerden oluşmaktadır.

Bu vesileyle bir kez daha kongrenin düzenlenmesine destek veren tüm paydaşlarımıza içtenlikle şükranlarımı sunar kongrenin gastronomi araştırmalarına ve uygulamalarına önemli katkılar sunmasını ümit ederim.

En içten saygılarımla,

Prof. Dr. Alptekin SÖKMEN
7. UGTAK Düzenleme Kurulu Başkanı
Kastamonu Üniversitesi
Turizm Fakültesi Dekanı

PREFACE



Dear Participants and Honourable Scientists,

I would like to begin by expressing my delight in being present at this significant occasion, which has been arranged through the collaboration of Kastamonu University and Ankara Hacı Bayram Veli University. Like other cities in our nation, Kastamonu has a significant culinary legacy. Hosting the International Gastronomy Congress in a city of this nature serves as an important source of pride. Given the substantial impact that the findings derived from scientific research will have on practical applications, the outcomes of this congress will be disseminated at the local level for Kastamonu province and, more broadly, across other cities in our nation. Practitioners will be supplied with significant road maps. Hence, the assessment and advancement of scientific research conducted in the field of gastronomy within an international setting holds significant significance.

Esteemed scholars, we cordially invite you to the 7th International Gastronomy Congress we are hosting. The congress aims to explore many aspects of gastronomy tourism, examine developments in the sector, and facilitate the exchange of best practices through scientific sessions. We highly value your contributions to this event. Hence, your contributions will play a crucial role in enhancing the knowledge and comprehension of participants and practitioners in gastronomic tourism. We appreciate your interest in our congress and your assistance with scientific works. Thank you for sharing them. The present compilation of research papers in this book provides an overview of the current investigations conducted in gastronomic tourism, contributing to advancing knowledge in this area. The research in the Congress book comprises a meticulous selection of papers that have undergone rigorous review by impartial referees. These papers have been deemed by both the referees and the evaluation board as having the potential to make valuable contributions to the respective subject.

I would like to use this opportunity to extend my heartfelt appreciation to all the stakeholders involved in facilitating the organization of the conference. It is my honest hope that this congress will yield substantial contributions to the field of gastronomy research and its practical applications.

Yours sincerely,

Prof. Dr. Alptekin SÖKMEN
7th IGTRC Organising Committee Chairman
Kastamonu University
Dean of Faculty of Tourism

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ xiv

PREFACE xv

Gastronomide Siyah İle Mor Yiyecekler Ve Ürün Geliştirme Çalışmaları 1

Doğu Karadeniz Bölgesinde Yaşayan Bireylerin Coğrafi İşaretli Gastronomik Ürünlere Yönelik Farkındalık Düzeyi Üzerine Bir İnceleme 3

Tarladan Sofraya Fonksiyonel Bir Gıda: Susam Yağı 6

Sürdürülebilir Gastronominin Unsurları: Farklı Teorik Yaklaşımların Çok Disiplinli Kavramsal Çalışması 9

Antalya Destinasyonunun Raw Food Beslenme Konusunda Yeterliliğinin İncelenmesi 11

Gastrodiploması Kavramı Üzerine Bir Çalışma: Türk Kahvaltı Günü Örneği 13

Gastronomi Araştırmalarının Teknolojik Yolculuğu Nasıl İlerliyor? Tr Dizin Endeksli Dergiler Kapsamında Sistematik Tarama Araştırması 16

Hurma Çekirdeği Unu Kullanılarak Taze Makarna Üretimi 19

Gastronomi Araştırmalarının Sürdürülebilirlik Yolculuğu Nasıl İlerliyor? Tr Dizin Endeksli Dergiler Kapsamında Sistematik Tarama Araştırması 21

Osmanlı Mutfağına Özgü Helvaların Standartlaştırılması 24

Geleneksel Türk İçeceği Salep Hakkındaki Akademik Çalışmaların Bibliyometrik Analizi 27

Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Bağlamında Kastamonu İlinin Gastronomi Değerleri 30

Bazı Tatlıların Yapımında Kullanılan Cottage, Mascarpone, Ricotta Ve Quark Peynirleri 33

Ankara İlinde Unutulmaya Yüz Tutmuş Lezzetlerin Gastronomi Turizmi ve Gastronomik Miras Üzerindeki Etkisi 35

Üçüncü Dalga Kahve İşletmesi Müşterilerinin Bilgi Düzeylerinin Belirlenmesi: Eskişehir Örneği 38

Gıdaların Sürdürülebilirliği Kapsamında Coğrafi İşaretli Gıdalar Üzerine Bir Çalışma 40

İklim Değişikliğinin Tarım, Besicilik Ve Su Ürünleri Faaliyetlerinin Sürdürülebilirliğine Etkisi 43

Dijital Platformlarda Yer Alan Gastronomi Temalı Belgesellerin Kimliği Ve İçeriği Açısından Değerlendirilmesi 46

Gastronomi Ve Av Turizmi: Bıldırcın Av Etinin Gastronomi Açısından Değerlendirilmesi 48

Nevşehir Patatesi'nin Gastronomi Kapsamında İncelenmesi 50

Arı Hastalıklarının Gastronomi Biliminde Önemi 52

Menü Analizinde Menü Mühendisliği Modeli İle Annaraund Formülünün Birlikte Kullanılması 55

Türk Mutfak Kültürü Ve Coğrafi İşaret Tesciline Sahip Mantılar 58

Türkiye'deki Yöresel Gastronomi Rotaları Üzerine Bir Literatür Taraması 61

Sosyal Medya Kullanımının Gastronomi Turizmine Eti Düzeyi Üzerine Bir İnceleme 64

Yiyecek Ve İçecek İşlemlerine Yönelik Karar Verme Sürecinde Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanımı 67

Seyahat Deneyiminde Gastronominin Etkisi 69

Veganların Beslenme Alışkanlıkları Ve Bitkisel Bazlı Süt Tercihlerine Yönelik Araştırma 71

Coğrafi İşaretli Gastronomi Ürünlerinin Bulundukları Destinasyonun Gelişmesine Katkıları: Trabzon İli Örneği 74

Coğrafi İşaretli Amasya Misket Elması İle Sağlıklı Atıştırmalık Ürün Geliştirilmesi 76

Çin Mutfağında Çalışan Aşçıların Yin-Yang Felsefesi Bağlamında Çin Mutfağı Hakkındaki Bilgi Düzeylerinin Araştırılması 78

Coğrafi İşaretli Köftelerin Reçete Farklılıklarının Değerlendirilmesi: Ege Bölgesi Köfteleri 81

Sözlü ve Yazılı Kültürde Köftelerin Yeri 84

Yöresel Gastronomik Ürünlerin Butik Üretim Gerçekleştiren Kafelerde Kullanımı: Edremit Yöresi Örneği 86

Gastronomi İçerikli Çalışmaların Bibliyometrik Analizi 89

Zillmann'ın Uyarma Transferi Teorisi Kapsamında Gastronomi 91

Turizm İşletmeleri Yöneticilerinin Coğrafi İşaretli Ürün Bilgisi Ve İşletme Menülerinde Yer Verme Durumları: Silivri Örneği 93

Pelverdiden Lokuma: Yöresel Bir Lezzet Olan Kastamonu Elma Eğşisi İle Glütensiz Lokum Geliştirilmesi 96

Gastronomi Öğrencilerinin Şarap Dersine Bakış Açılarını Değerlendirme Üzerine Bir Araştırma 99

Kapadokyayi Ziyaret Eden Yabanci Turistlerin Şarap Turizmi Bağlaminda Yöresel Yemek Ve Şarap Eşleştirmelerinin Incelenmesi 102

Aşçılık Öğrencilerinin Online Ve Yüz Yüze Derslerde Sanal Kaytarma Davranışları İle Akademik Başarıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Aksaray Üniversitesi Örneği 106

Fonksiyonel Fesleğen Tohumu Dolgulu Çikolata 109

Isparta İli Tören Yemeği "Kabune" 112

İnsan Kaynağı Gastronomi Ve Turizmden Silinecek Mi?: Hizmet Robotları Ve Robot Şefler 115

Responsible Gastronomy Aspects In Gastronomy Tourism 118

Afyon Kaymaklı Ekmek Kadayıfının Restoranlarda Sunum Düzeyi: Afyonkarahisar İli Örneği 120

Temel Sanat Eğitimi Dersinin Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Öğrencilerinin Estetik Algıları Üzerindeki Etkisi 123

Türk Mutfağı Haftası Etkinlikleri: Kastamonu Liseli Şefler Yarışıyor Örneği 126

Trendyol'da En Çok Değerlendirilen Gıda Ürününün Tüketici Yorumları İncelemesi 129

Antalya'nın Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi 131

Gastronomi Deneyimlerinin Gastronomi Turizmi İçin Önemi 134

Turist Rehber Adayları Açısından Gastronomi Turizmininin Yeri Ve Önemi: Bir Swot Analizi 137

Kocaeli Sıfır Atık Festivali'ne Katılan Katılımcıların Gıda Atığına Yönelik Farkındalıklarının Değerlendirilmesi 141

Fast-Food Restoranlardaki Gıda İsrafının Planlı Davranış Teorisi Kapsamında İncelenmesi: Ankara Örneği 144

Yapay Zekadan Gastronomi Turizmi Seyahat Planı, Tur Programı Ve Destinasyon Önerileri: Chatgpt-4 147

Tescilli Geleneksel Ürün Adı Olan Şevketi Bostan'ın Gastronomi Açısından Değerlendirilmesi 150

Geleneksel Türk Tatlılarında Şeker Ve Şekerin Türk Kültürüne Yansımaları 152

Gastronomide Yapay Zekâ Uygulamaları Konusunda Chatgpt İle Yapılan Bir Görüşme Ve Sonuçları 155

Yiyecek İçecek İşletmelerinin Instagram Kullanımına Yönelik Bir Araştırma: Ardahan İli Örneği 158

Horeca Sektöründe Atılan Sürdürülebilir Beslenme Adımları 161

Glütensiz Beslenmenin Yükselişi: Tüketim Kültürü Ve Gastronomi Trendlerindeki Dönüşüm 164

Kastamonu İli Gastronomi Ürünleri: Turizme Yönelik Hediyelik Eşya Tasarımı Üzerine Bir İnceleme 167

Lonca Birliği Ve Ahilik Teşkilatının Günümüze Uyarlanması: Gastrosahalar 170

Gastrodiplomasi Kavramının Türk Mutfağı Üzerine Etkisi: Tören Keşkeği Örneği 172

Yiyecek İçecek İşletmelerinde Marka Konumlandırma: Yerel Gıda Kullanımı Üzerine Bir Araştırma 174

Ebeveynlerin Gözünden Çizgi Filmlerin Çocukların Yiyecek Ve İçecek Seçimine Etkisi: Konya Örneği 177

Yiyecek İçecek İşletmelerinde Yeşil Tedarik Sürecinin Değerlendirilmesi 179

Köftelerde Heterosiklik Aromatik Amin Oluşumunda Antioksidanların Etkisi 182

İncili Gastronomi Rehberi Ve Mıchelın Yıldızı Uygulamalarnın Türkiye Ekonomisine Olası Etkileri 185

Farklı Unlar (Hindistan Cevizi Unu, Badem Unu Ve Kestane Unu) İle Yapılan Glutensiz Tartoletlerin Duyusal Değerlendirmesi 187

Tüketicilerin Üçüncü Nesil Kahve İşletmelerini Tercih Etme Motivasyonları: Eskişehir Örneği 190

Endüstri 4.0 Çağına Gastronomik Bir Yaklaşım Olarak Transhümanizm Kavramı 192

Akdeniz Bölgesi Antik Kentlerinde Gastronomi: Arkeolojik Veriler Işığında Bir Değerlendirme 195

Restoranlarda Sıfır Atık Yönetmeliğinin Uygulanması 198

Gastronomi Ve Sinema: Fransız Mutfağı İtalyan Mutfağına Karşı 200

Birinci Sınıf Restoranlarda Hizmet Alan Müşterilerin Çevrimiçi Değerlendirmelerinin İncelenmesi 202

Türkiye'de Coğrafi İşaretli Gastronomi Ürünleri Üzerine Bir Araştırma: Bölgelerarası Karşılaştırma 205

Farklı Yumurta İkameleri Kullanılarak 3d Baskı Yöntemiyle Acıbadem Kurabiyesi Yapımı Ve Duyusal Analizi 207

Gıda Demokrasisi Ve Birlikte Değer Yaratma Teorisine Yönelik Kavramsal Bir Değerlendirme 209

Gastronomi Temalı Filmlerde Yer Alan Şef Karakterlerinin Kişilik Özellikleri Açısından İncelenmesi 212

WOS Veritabanındaki Gastronomi Turizmi Konulu Makalelerin Bibliyometrik Analizi 214

Acı Çikolata Romanı Bağlamında Gastronomi, Edebiyat Ve Felsefe İlişkisi 216

Topraksız Tarım Ve Gastronomi Üzerine Bir Derleme 218

Yiyecek İçecek İşletmeleri Yöneticilerinin Sıfır Atık Uygulamalarına Bakış Açıları Ve Farkındalıkları Üzerine Bir Çalışma: Isparta Örneği 221

Gastro-Turist Tipolojisi Belirlenmesine Yönelik Çalışmalar Üzerine Sistematik Bir Literatür Taraması (2002-2022) 223

Foodstagramming Ve Restoran Türü Tercihine Etkisi 226

Online Yemek Sipariş Platformlarını Kullanan Yetişkin Bireylerin Yeme Tutumlarının Değerlendirilmesi 229

Turistlerin Trabzon Gastronomisi Hakkındaki Görüşlerinin İncelenmesi 232

Gastronomi Turizmi Cazibe Unsurlarının Geliştirilmesi: Türkiye Peynir Rotası Önerileri 235

Restoran Müşterilerinin Gıda Atıklarına Yönelik Tutumları: Demografik Özellikler Ve Kuşaklar Arası Karşılaştırma 238

Zincir Ve Bağımsız Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Çevresel Biliş Ve Çevresel Performans Düzeylerinin Karşılaştırılması 240

Müşteri Şikayetleri Restoran Türlerine Göre Farklılık Gösteriyor Mu? Onlıne Yorumlardan Elde Edılen Kanıtlar 243

Kastamonu'da Tıbbi Aromatik Bitkiler Rotası; Ilgaz Dağları Hacet Zirve 245

Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Teması Kapsamında Gerçekleştirilen Çalışmaların Bibliyometrik Analizi 247

Konya Tirit Yemeğinde Dekonstrüksiyon Tekniği Kullanılarak Ürün Geliştirme Ve Duyusal Analiz Çalışması 249

Yerel Yiyecek Deneyimi Sunan İşletmelere Yönelik Ziyaretçi Deneyimleri: Şanlıurfa Mutfağı 252

Vegan Kalburabastı Tatlısı Üretimi 254

Coğrafi İşaretli Yerel Gastronomi Ürünü: Şile Kestane Balı 257

İstanbul İlindeki Üniversitelerde Lisans Öğrenimi Gören Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Öğrencilerinin Duygusal Yeme Davranışlarının Analizi 260

Hayvansal Sütlere Alternatif Bitkisel Sütler 264

Kelley'nin Kovaryasyon Modeli Kapsamında Çevrimiçi Yemek Siparişinde Tüketici Davranışına Etkisi: Yemeksepeti Uygulaması Örneği 266

Turizm Paydaşları Tarafından Batman İlinin Coğrafi İşaretli Ürünlerinin Değerlendirilmesi 268

Yoga Ve Beslenme Davranışları Arasındaki İlişkide Farkındalığın Rolü 270

Gastronomi Alanında Yapay Zekâ Uygulamaları: Bing Image Creator 272

İnovatif Bir Yaklaşım Olarak Yenilebilir Çiçek Ve Filizlerin Türk Mutfağında Aşçılar Tarafında Kullanımı 274

Slow Food: Wos Verilerine Dayalı Bibliyometrik Analiz 278

GASTRONOMİDE SİYAH ile MOR YİYECEKLER ve ÜRÜN GELİŞTİRME ÇALIŞMALARI

Yağmur KIRMAÇ

Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Ankara, Türkiye

ORCID: 0009-0009-6277-6756

E-posta: yagmurkirmac57@gmail.com

İsmet ÜNAL

Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Ankara, Türkiye

ORCID: 0009-0004-3847-4137

E-posta: unali2561@gmail.com

İlkay YILMAZ

Doç. Dr., Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Ankara, Türkiye

ORCID: 0000-0001-5938-3112

E-posta: ilkayyilmaz@baskent.edu.tr

ABSTRACT

The aim of this study is to provide information about black and purple foods, which are popular gastronomy and nutrition trends today, and to evaluate a product selected from black foods in terms of product development and sensory. An experimental and quantitative method was used in the research. The product was developed with different recipes from black rice and the product was subjected to a quality rating test by trained panelists. In the analyzes attended by 10 panelists, the quality criteria of appearance, texture, smell, taste, general taste were evaluated under sub-headings. As a result of the analyzes, it was determined that the trained panelists gave a score of 4.5±0.67 to black rice pudding, which was developed in terms of general taste according to a 5-point scale, and the most liked product was R2 rice pudding. In addition, the consumer taste test was applied to a group of 80 people for the R2 rice pudding, which got the highest score in the quality rating test. As a result of the findings, it was determined that the black rice pudding was liked by the consumer at a rate of 95% with an average of $\bar{X}$ = 4.75.

Keywords: Black foods, Health, Purple Foods, Gastronomy Trends, Sensory analysis

ÖZET

Bu çalışmanın amacı günümüzde popüler gastronomi ve beslenme trendlerinden olan siyah ve mor yiyecekler hakkında bilgi vermek ve siyah yiyeceklerden seçilen bir ürünü ürün geliştirme ve duyusal olarak değerlendirmektir. Araştırmada deneysel ve nicel bir yöntem kullanılmıştır. Siyah pirinçten farklı reçetelerle ürün geliştirilmiş ve ürün eğitimli panelistler tarafından kalite derecelendirme testine tabi tutulmuştur. 10 panelistin katıldığı analizlerde görünüş, doku, koku, lezzet, genel beğeni kalite kriterleri alt başlıklarla değerlendirilmiştir. Analizler sonucunda eğitimli panelistlerin 5 ‘li skalaya göre genel beğeni açısından geliştirilen siyah sütlaca 4,5±0,67 değerleri ile ortalamanın üzerinde puan verdikleri ve en çok beğenilen ürün R2 sütlacı olduğu belirlenmiştir. Ayrıca kalite derecelendirme testinde en yüksek puanı alan R2 sütlacı için 80 kişilik gruba tüketici beğeni testi uygulanmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda siyah sütlacın tüketici tarafından $\bar{X}$ = 4,75 ortalama ile %95 oranında beğenildiği saptanmıştır.

Anahtar Sözcükler: Siyah yiyecekler, Sağlık, Mor Yiyecekler, Gastronomi Trendleri, Duyusal analiz

DOĞU KARADENİZ BÖLGESİNDE YAŞAYAN BİREYLERİN COĞRAFİ İŞARETLİ GASTRONOMİK ÜRÜNLERE YÖNELİK FARKINDALIK DÜZEYİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Yener OĞAN

Dr. Öğretim Üyesi, Artvin Çoruh Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları

ORCID: 0000-0002-1523-8498

E-posta: oganyener@gmail.com

İbrahim ÇEKİÇ

Dr. Öğretim Üyesi, Gaziantep İslam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları

ORCID ID: 0000-0001-7375-1866

E-posta: ibrahim.cekic@gibtu.edu.tr

Zehra BULUT

Dr. Öğretim Üyesi, Artvin Çoruh Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları

ORCID: 0000-0002-8979-4390

E-posta: zhrblt@gmail.com

ABSTRACT

There are 84 geographically marked products in total in the Eastern Black Sea Region, where the provinces of Artvin, Rize, Trabzon, Gümüşhane, Bayburt, Giresun, and Ordu are located. 72 of these products (%85,71) are gastronomic products. As it is known, geographical indication products; In many ways, such as economy, tourism, culture, employment and promotion, make significant contributions to the development of the region they are located in. From this point of view, it is aimed to examine the awareness level of individuals living in the Eastern Black Sea Region towards geographically indicated gastronomic products. The population of the research consists of individuals living in the Eastern Black Sea Region of Turkey. A total of 405 participants were reached with the cluster sampling technique in proportion to the population of the cities in the region (Artvin, Rize, Trabzon, Gümüşhane, Bayburt, Giresun and Ordu). To obtain the research data, a questionnaire form was applied to the participants. In the study, awareness levels for geographically indicated gastronomic products in the Eastern Black Sea Region were grouped based on product and city and presented with the help of tables. The participants are highly known for their geographically indicated gastronomic products (Akçaabat Meatballs, Vakfıkebir Bread, Şavşat Ketesi, etc.) bearing the name of the place where they are located. The products for which the name of the place of origin is not specified (Cane Bread, Laz Pastry, Sour Cabbage, etc.) are known at a moderate level. It was determined that the participants were undecided about the products reflecting the common characteristics of the region (Anchovy, Cabbage, Beetroot, etc.). It is seen that products such as bread, kete, apple, pita, hazelnut, honey, beans, and roasting, which are the subject of geographical indication, have more than one geographical indication product registration. This situation can be explained in the context of the common cultural structure of the cities in the region and the similarity of geographical features.

Keywords: Geographical Indication, Gastronomic Product, Awareness Level, Eastern Black Sea Region.

ÖZET

Artvin, Rize, Trabzon, Gümüşhane, Bayburt, Giresun ve Ordu illerinin yer aldığı Doğu Karadeniz Bölgesinde toplam 84 tane coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır. Bu ürünlerin 72 tanesi (%85,71) gastronomik ürün özelliği taşımaktadır. Bilindiği üzere coğrafi işaretli ürünler; ekonomi, turizm, kültür, istihdam, tanıtım gibi pek çok açıdan bulundukları bölgenin gelişmesine önemli katkılar sağlamaktadır. Buradan hareketle çalışmada, Doğu Karadeniz Bölgesinde yaşayan bireylerin coğrafi işaretli gastronomik ürünlere yönelik farkındalık düzeyini incelemek amaçlanmıştır. Araştırmanın evrenini, Türkiye'nin Doğu Karadeniz Bölgesinde yaşayan bireyler oluşmaktadır. Bölgede yer alan şehirlerin (Artvin, Rize, Trabzon, Gümüşhane, Bayburt, Giresun ve Ordu) nüfusuna orantılı olarak kümeleme örneklem tekniğiyle toplam 405 katılımcıya ulaşılmıştır. Araştırma verilerinin elde edilmesinde ise katılımcılara anket formu uygulanmıştır. Araştırmada Doğu Karadeniz Bölgesinde yer alan coğrafi işaretli gastronomik ürünlere yönelik farkındalık düzeyleri ürün ve şehir bazında gruplandırılarak tablolar yardımıyla sunulmuştur. Araştırma sonuçları katılımcıların yer adını taşıyan coğrafi işaretli gastronomik ürünleri (Akçaabat Köfte, Vakfıkebir Ekmeği, Şavşat Ketesi vb.) yüksek oranda; yer adı taşımayan ürünleri (Baston Ekmeği, Laz Böreği, Ekşi Lahana vb.) ise orta düzeyde bildiklerini göstermektedir. Bunların yanı sıra araştırmada bölgenin ortak özelliklerini yansıtan ürünlerde (Hamsi, Lahana, Pancar vb.) katılımcıların kararsız olduğu tespit edilmiştir. Coğrafi işaret konu olan ekmek, kete, elma, pide, fındık, bal, fasulye, kavurma gibi ürünlerin ise birden fazla coğrafi işaretli ürün tescili olduğu görülmektedir. Bu durum bölgede yer alan şehirlerin ortak kültür yapısı ve coğrafi özelliklerin benzerliği bağlamında açıklanabilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaret, Gastronomik Ürün, Farkındalık Düzeyi, Doğu Karadeniz Bölgesi.

TARLADAN SOFRAYA FONKSİYONEL BİR GIDA: SUSAM YAĞI

Hakan GÜLEÇ

Doktora Öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Ankara

ORCID: 0000-0002-3790-3911

E-posta: gulec.hakan@hbv.edu.tr

Melek YAMAN

Dr. Öğretim Üyesi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Ankara

ORCID: 0000-0002-6281-0880

E-posta: melek.yaman@hbv.edu.tr

ABSTRACT

In this review study, the properties of sesame oil and its use on the table were examined.Seame oil contains many beneficial properties for human health. Among them, presence of oleic acid (MUFA) and linoleic acid (PUFA), antioxidant sesamin and sesamolin lignans and polyphenols, tocopherol (vitamin E) which reduces oxidative stress and prevents genetic damage in cells and phytosterols, which reduce cholesterol absorption in the small intestines can be count. According to the properties of sesame oil, it would be appropriate to consider it as a functional food. Sesame oil production is at a very low level, with a share of 0.9%, compared to other seed oils in the world. In this study, sesame oil was examined with examples from world cuisines. Sesame oil is used in its natural form in salads, as well as in Far Eastern cuisines as frying oil. Sesame oil has many beneficial properties for human health. For sesame oil to be used more widely in the field of gastronomy, academicians, researchers, producers, relevant NGOs, universities, and professional chefs working in this field have important duties. Increasing its functional properties and using it with different products in the kitchen will ensure that this plant has a much better place in gastronomy in the future.

Keywords: Sesame oil, functional food, unsaturated fats

ÖZET

Bu derleme çalışmasında susam yağının özellikleri ve sofralarda kullanım şekli incelenmiştir. Susam yağı, tekli doymamış yağ asitleri (Oleik asit, MUFA) ve çoklu doymamış yağ asitlerinin (Linoleik asit, PUFA) varlığıyla, içerdiği sesamin ve sesamolin lignanları ve polifenoller sayesinde antioksidan özelliğiyle, oksidatif stresi azaltan ve hücrelerde genetik hasarların oluşumun önleyen tokoferol (vitamin E) ile ve ince bağırsaklarda kolestrol emilimini azaltan fitostreollerle insan sağlığı açısından faydalı birçok özelliği bünyesinde barındırmaktadır. Susam yağı özellikleri göz önüne alındığında, fonksiyonel bir gıda olarak değerlendirilmesi yerinde olur. Susam yağı üretimi, dünyada diğer tohumluk yağları ile karşılaştırıldığında, % 0,9 pay ile oldukça düşük seviyededir. Çalışmada, susam yağı dünya mutfaklarından örnekler le incelenmiştir. Susam yağı doğal şekliyle salatalarda kullanıldığı gibi, kızartmalık yağ olarak Uzakdoğu mutfaklarında kullanılmaktadır. İnsan sağlığı açısından birçok faydalı özellikleri olan susam yağı, gastronomi alanında daha yaygın olarak kullanılabilmesi için, bu alanda

çalışan akademisyenlere, araştırmacılara, üreticilere, ilgili STK'lara, üniversitelere ve profesyonel aşçılara önemli görevler düşmektedir. Fonksiyonel özelliği arıtırılarak mutfaklarda farklı ürünlerle kullanımı, bu bitkinin gelecekte gastronomide çok daha iyi yerlerde olmasını sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Susam yağı, Fonksiyonel gıda, doymamış yağlar

SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİNİN UNSURLARI: FARKLI TEORİK YAKLAŞIMLARIN ÇOK DİSİPLİNLİ KAVRAMSAL ÇALIŞMASI

Betül ÖZTÜRK

Dr. Öğretim Üyesi, İzmir Ekonomi Üniversitesi, Uygulamalı Yönetim Bilimleri Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Balçova, İzmir

ORCID: 0000-0003-0838-9025

E-posta: betul.ozturk@ieu.edu.tr

ABSTRACT

While consider about the sustainable food/meal production and consumption, it is important to consider the environmental, economic, and social/cultural aspects of sustainability for the planet sustainability. The purpose of this study is to identify how food, meal and sustainability can be conceptualized together and explore how they can be applied. Based on this purpose, a conceptual study was carried out to determine the elements that will benefit on sustainable development in the relationship of sustainability and gastronomy. At the end of the study, a total of 13 elements (good agriculture, healthy food, diversity, natural resources, energy, zero waste, society and human values, co-creation and sharing, culinary culture and tradition, adapting to variability under the themes of environmental, economic, and social sustainability. strong approach and resilience, responsible governance, circular economy) were determined and their contributions to sustainable development goals and definitions within the sustainable gastronomy ecosystem were discussed.

Keywords: sustainable gastronomy, sustainability development goals, environmental sustainability, economic sustainability, social sustainability.

ÖZET

Yiyecek ve yemeklerin sürdürülebilir üretimi ve tüketimi için çaba sarf edilirken, sürdürülebilirliğin çevresel, ekonomik ve sosyal/kültürel yönlerinin de dikkate alınması gezegen sürdürülebilirliği açısından önemlidir. Bu makalenin amacı, gıda, yemek ve sürdürülebilirliğin birlikte nasıl kavramsallaştırılabileceğini araştırmak, nasıl uygulanabileceğini keşfetmektir. Bu amaçtan yola çıkarak, sürdürülebilir kalkınma hedefleri ve gastronomi arasındaki ilişki ile kalkınma modelinde fayda sağlayacak unsurların tespiti üzerine kavramsal çalışma gerçekleştirildi. Çalışmanın sonunda, çevresel, ekonomik ve sosyal sürdürülebilir temaları altında toplamda 13 unsur (iyi tarım, sağlıklı gıda, çeşitlilik, doğal kaynaklar, enerji, sıfır atık, toplum ve insani değerler, birlikte yaratma ve paylaşma, mutfak kültürü ve geleneksellik, değişkenliklere uyum sağlama, güçlü yaklaşım ve dayanıklılık, sorumlu yönetişim, döngüsel ekonomi) belirlenerek sürdürülebilir gastronomi ekosistemi içinde yer alan tanımları ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine katkıları tartışıldı.

Anahtar Kelimeler: sürdürülebilir gastronomi, sürdürülebilirlik kalkınma hedefleri, çevresel sürdürülebilirlik, ekonomik sürdürülebilirlik, sosyal sürdürülebilirlik.

ANTALYA DESTİNASYONUNUN RAW FOOD BESLENME KONUSUNDA YETERLİLİĞİNİN İNCELENMESİ

Mesut Murat ADABALI

Dr. Öğretim Üyesi, Antalya Belek Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

ORCID: 0000-0001-611-1236

E-posta: murat.adabali@belek.edu.tr

Dilruba USTAÖMER

Serbest Araştırmacı

ORCID: 0009-0000-8108-5330

E-posta: dilrubaus@hotmail.com

ABSTRACT

If we think about the point of nutrition, which is an action we have to do in order to maintain the continuity of our lives, in recent years, we need to question whether every food we eat is really food and whether it really contributes to the functioning of our body. Based on this context, in the first part of this study; nutrition, the stages it went through, the historical process and the latest situation today are mentioned, and in the next section, what is healthy nutrition? The concepts of alkaline nutrition, nutrition at the cellular level, and free radicals are examined. The concept of raw food, which we have heard frequently recently, is mentioned in detail in the next section. In the last part, the subjects of examining the food products grown in Antalya destination in terms of nutritional value and richness are mentioned. In line with all this information, the adequacy of the Antalya destination in terms of raw nutrition was discussed and a conclusion was reached.

Keywords: Nutrition, Raw Food, Healthy Nutrition, Nutrition

ÖZET

Hayatımızın devamlılığını sürdürebilmek adına yapmak zorunda olduğumuz bir eylem olan beslenmenin son yıllarda geldiği nokta üzerine biraz düşünecek olursak, yediğimiz her gıdanın gerçekten besin olup olmadığını, vücudumuzun işleyişine gerçekten katkı sağlayıp sağlamadığını sorgulamamız gerekmektedir. Bu bağlamdan yola çıkarak bu çalışmanın ilk bölümünde; beslenme, geçirdiği evreler, tarihsel sürece biraz değinip günümüzde gelinen son durumdan bahsedilmekte, daha sonraki bölümde ise sağlıklı beslenme nedir? Alkali beslenme, hücresel düzeyde beslenme, serbest radikal kavramları irdelenmektedir. Son zamanlarda adını sıkça duyduğumuz raw food (çiğ beslenme) kavramından ilerleyen bölümde ayrıntılı bahsedilmektedir. Son kısımda ise Antalya destinasyonunda yetişen gıda ürünlerinin besin değeri ve zenginliği açısından incelenmesi konularına değinilmektedir. Tüm bu bilgiler doğrultusunda Antalya destinasyonunun çiğ beslenme konusundaki yeterliliği tartışılmış ve bir sonuca varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Beslenme, Raw Food (Çiğ Beslenme), Sağlıklı Beslenme, Antalya

GASTRODİPLOMASI KAVRAMI ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA: TÜRK KAHVALTI GÜNÜ ÖRNEĞİ

Pelin EROĞLU

Lisans Öğrenci, İzmir Ekonomi Üniversitesi, Uygulamalı Yönetim Bilimleri Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Balçova, İzmir

ORCID: 0009-0008-6735-2840

E-posta: pelin.eroglu@std.izmirekonomi.edu.tr

Betül ÖZTÜRK

Dr. Öğretim Üyesi, İzmir Ekonomi Üniversitesi, Uygulamalı Yönetim Bilimleri Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Balçova, İzmir

ORCID: 0000-0003-0838-9025

E-posta: betul.ozturk@ieu.edu.tr

ABSTRACT

Gastrodiplomacy, is implemented with the aim of creating an economic value by spreading the national identities of the countries globally, aims to promote Turkish breakfast all over the World along with the declaration of "World Breakfast Day" on the first Sunday of June in our country. Social media platforms, which a lot of people spend a lot of time on in our daily life, are frequently used for word-of-mouth dissemination, promotion, and awareness. In this study, the Instagram posts of the "World Breakfast Day" event, which is held every year for the promotion and global spread of Turkish breakfast, were analyzed qualitatively with the help of the MAXQDA software program and the values and gains of world breakfast day gastrodiplomacy mobility were evaluated. Thematic analyses were conducted to evaluate he posts include both the comments and photographs. Five main themes were determined: food, attraction/attractive, feeling, activities and other. Based on the words and codes including in these themes, the content and the value of Turkish breakfast was also identified. Based on the results, Turkish breakfast was defined with its food diversity and richness and the people were happy to spend time with their families or friends. At the end of the study, some recommendations were given to disseminate this day and for a successful gastrodiplomacy.

Keywords: Gastrodiplomacy, Turkish breakfast day, World breakfast day, thematic analysis, qualitative analysis

ÖZET

Ülkelerin ulusal kimliklerinin küresel olarak yaygınlaştırılarak ekonomik bir değer yaratılması amacı ile uygulanan gastrodiplomasi, ülkemizde Haziran ayının ilk Pazar gününün "Dünya Kahvaltı Günü" olarak ilan edilmesi ve tüm dünyada Türk kahvaltısının tanıtımını amaçlamaktadır. Günlük yaşantımızda oldukça zaman ayırdığımız sosyal medya platformları, ağızdan ağıza yaygınlaştırma ile tanıtım ve farkındalık için sıklıkla kullanılmaktadır. Bu çalışmada, Türk kahvaltısının tanıtımı ve küresel olarak yayılması için her yıl düzenlenen "Dünya Kahvaltı günü" etkinliğine ait instagram paylaşımları MAXQDA yazılım programı yardımı ile kalitatif olarak incelenmiş ve gastrodiplomasi hareketliliği çerçevesinde kazanımları değerlendirilmiştir. İnstagramda yayınlanan yorumlar ve fotoğraflar tematik olarak incelenerek yiyecek, cazibe/çekici unsurlar, hisler/duygular, aktiviteler ve diğerleri olmak üzere beş ana tema belirlenmiştir. Bu temalarda yer alan kelimeler ve kodlara dayanarak Türk kahvaltısının içeriği ve değerleri tanımlanmıştır. Bu sonuçlara göre Türk kahvaltısının ürün çeşitliliği ve zenginliğinin

vurgulandığı, sosyal çevremiz veya ailemizle birlikte geçirmekten mutluluk duyduğumuz bir öğün olduğu anlaşılmıştır. Çalışma da ayrıca bu etkinliğin yaygınlaştırılması ve gastrodiplomaside başarılı olması için tavsiyelerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Gastrodiplomasi, Türk kahvaltı günü, Dünya kahvaltı günü, tematik analiz

GASTRONOMİ ARAŞTIRMALARININ TEKNOLOJİK YOLCULUĞU NASIL İLERLİYOR? TR DİZİN ENDEKSLİ DERGİLER KAPSAMINDA SİSTEMATİK TARAMA ARAŞTIRMASI

Ozan GÜLER

Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-0062-3983

E-posta: ozanguler@mersin.edu.tr

Ali Akif ARICI

Yüksek Lisans Öğrencisi, Mersin Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

ORCID: 0000-0002-2434-468X

E-posta: 22053440002@mersin.edu.tr

İpek TURAN

Yüksek Lisans Öğrencisi, Mersin Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

ORCID: 0000-0001-8311-0763

E-posta: 22053440006@mersin.edu.tr

Ayşe Melis UZUN

Yüksek Lisans Öğrencisi, Mersin Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

ORCID: 0009-0008-7134-6240

E-posta: 21053440006@mersin.edu.tr

Kübra ÇİFTÇİ

Yüksek Lisans Öğrencisi, Mersin Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

ORCID: 0009-0000-3493-8759

E-posta: 22053440003@mersin.edu.tr

ABSTRACT

The aim of this study is to systematically review the studies conducted within the scope of gastronomy and technology keywords in the sample of journals indexed in the TR Index within the scope of domestic literature. In this context, 22 studies published between the years 2013-2022 and found suitable for examination in terms of systematic review criteria were compiled. When the study topics were classified, three titles emerged as "digital gastronomy", "molecular gastronomy" and "artificial intelligence". It was observed that molecular gastronomy was the most frequently studied topic with the help of qualitative research methods and sensory analysis, focusing on students, employees and managers, while consumers and tourists were ignored as a sample. The topic of digital gastronomy was also examined under quantitative research methods and hypothesis tests, focusing on kitchen managers, employees and consumers, while tablet, robot, QR code and general technology perception topics were examined, wheras quasi-experimental, scenario-based research was ignored. While the topic of virtual reality and artificial intelligence is the least addressed research theme, it is understood that the existing research is still descriptive and therefore there is an empty field of study that needs to be emphasized. Considering the limitations of the TR Index, new research topics and methods are suggested for future research.

Keywords: Gastronomy and Technology, Digital Gastronomy, Gastronomy 4.0, Molecular Gastronomy, Gastronomy and Innovation.

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, yerli alanyazın kapsamında TR Dizin endeksinde taranan dergiler örnekleminde gastronomi ve teknoloji anahtar kelimeleri kapsamında gerçekleştirilen araştırmaların sistematik olarak taranmasıdır. Bu bağlamda 2013-2022 yılları arasında yayınlanan ve sistematik tarama kriterleri açısından incelemeye uygun bulunan 22 çalışma derlenmiştir. Çalışma konuları sınıflandırıldığında ‘‘dijital gastronomi”, “moleküler gastronomi” ve “yapay zekâ” şeklinde üç başlık ortaya çıkmıştır. Moleküler gastronomi konusunun nitel araştırma yöntemleri ve duyusal analizler yardımıyla en sık çalışılan konu olduğu, öğrenci, çalışan ve yöneticilere odaklanırken, tüketici ve turistlerin örneklem olarak göz ardı edildiği görülmüştür. Dijital gastronomi konusu da nicel araştırma yöntemleri altında ve hipotez testleri ağırlıklı olmak üzere mutfak yöneticileri, çalışanlar ve tüketiciler örnekleminde, tablet, robot, QR kod ve genel teknoloji algısı konuları incelenirken, yarı deneysel, senaryo temelli araştırmaların göz ardı edildiği

anlaşılmaktadır. Sanal gerçeklik ve yapay zekâ konusu ise en az ele alınan araştırma teması olurken var olan araştırmaların henüz betimleyici nitelikte kaldığı, bu nedenle üzerinde durulması gereken boş bir çalışma alanı olduğu anlaşılmaktadır. TR Dizin endeksi sınırlılığı göz önünde bulundurularak gelecekteki araştırmalar için yeni araştırma konuları ve yöntemleri önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi ve Teknoloji, Dijital Gastronomi, Gastronomi 4.0, Moleküler Gastronomi, Gastronomi ve İnovasyon.

HURMA ÇEKİRDEĞİ UNU KULLANILARAK TAZE MAKARNA ÜRETİMİ

Seda ÇAKMAK KAVSARA

Öğretim Görevlisi, Maltepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi

ORCID: 0000-0002-8854-359X

E-posta: sedacakmak@maltepe.edu.tr

İlayda SARIÇAM

Maltepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi

E-posta: ilayda53saricam@gmail.com

ABSTRACT

Utilizing waste products that arise in the food industry can have a positive environmental impact while also serving as a tool to improve consumer health. Date seeds are proven to be a high-nutrient by-product of the food industry. This study investigates the use of date seed flour in fresh pasta production. Date seed flour was incorporated into pasta dough at 5%, 10%, 15%, and 20% levels alongside wheat flour. The sensory analysis results showed significant differences among the samples in appearance, aroma, chewiness, and overall liking. The pasta sample containing 5% date seed flour exhibited sensory characteristics closest to the control sample. Based on the study findings, it concluded that fresh pasta of acceptable quality could be produced.

Keywords: Palm kernel flour, pasta, product development

ÖZET

Gıda endüstrisinde ortaya çıkan yan ürünlerin yeniden kullanılması, çevresel açıdan olumlu bir etki yaratmanın yanı sıra tüketici sağlığını iyileştirmek için de bir araç olarak değerlendirilebilir. Hurma çekirdeği, yüksek besin değerine sahip olduğu kanıtlanmış bir gıda endüstrisi yan ürünüdür. Bu çalışmada hurma çekirdeği ununun taze makarna üretiminde kullanım durumu araştırılmak istenmiştir. Hurma çekirdeği unu buğday unuyla beraber paçal olarak %5, %10, %15 ve %20 oranlarında makarna karışımında kullanılmıştır. Duyusal analiz sonuçlarının istatistiksel değerlendirilmesi sonucunda makarna örnekleri arasında görünüş, koku, çiğnenebilirlik ve genel beğeni değerlendirmesinde anlamlı farklılık olduğu bulunmuştur. Kontrol örneğine en yakın duyusal özellikler gösteren makarna örneği %5 hurma çekirdeği unu içeren makarna örneği olmuştur. Çalışma sonucunda kabul edilebilir kalitede taze makarna üretilebileceği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Hurma çekirdeği unu, makarna, ürün geliştirme

GASTRONOMİ ARAŞTIRMALARININ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YOLCULUĞU NASIL İLERLİYOR? TR DİZİN ENDEKSLİ DERGİLER KAPSAMINDA SİSTEMATİK TARAMA ARAŞTIRMASI

Ozan GÜLER

Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-0062-3983

E-posta: ozanguler@mersin.edu.tr

Murat EKER

Yüksek Lisans Öğrencisi, Mersin Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

ORCID: 0009-0009-5946-9456

E-posta: eker.murat1453@gmail.com

Deniz ŞAHİN

Yüksek Lisans Öğrencisi, Mersin Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

ORCID: 0000-0001-6831-2869

E-posta: denizsahin855@gmail.com

Yusuf YILDIRIM

Yüksek Lisans Öğrencisi, Mersin Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

ORCID: 0000 0007 1681 813X

E-posta: y.yldrm4198@gmail.com

Helin Su SAYILKAN

Yüksek Lisans Öğrencisi, Mersin Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

ORCID: 0000-0001-6757-5536

E-posta: helinsayilkan@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this research is to systematically analyze the studies conducted in the sample of journals indexed in the TR Index within the scope of sustainable gastronomy in the field of domestic literature. In this context, a search operation was conducted on databases using replicated keywords within the scope of "sustainable gastronomy" between 01.06.2023 and 05.06.2023, and a total of 25 studies suitable for examination were obtained. When studies are classified in the context of their topics, they are grouped under five headings: "green generation restaurants", "sustainable gastronomy and sustainable gastronomy tourism", "sustainability in the context of recipes and products", "sustainable gastronomy destinations", and "food and beverage industry and sustainability practices". The views of food and beverage business managers on sustainable food and beverage management, the exploration of consumers' perceptions and experiences of sustainable restaurants, the efforts to understand the perceptions of local residents about sustainable gastronomy destinations, the learning of sustainable production techniques from local producers, and obtaining the opinions of local authorities on the sustainability of gastronomy tourism demonstrate the diversity of the scope of sustainability in the gastronomy literature. It is possible to argue that despite these positive impressions, research in the field has remained quite limited by being restricted to qualitative research methods. There seems to be a scarcity of quantitative, hypothesis-testing, and theoretically based studies. Based on this, new research topics and methodologies have been suggested for future studies.

Keywords: Gastronomy, Sustainability, Sustainable Gastronomy, Food and Sustainability, Food & Beverage and Sustainability

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, yerli alanyazın kapsamında TR Dizin endeksinde taranan dergiler örnekleminde sürdürülebilir gastronomi kapsamında gerçekleştirilen araştırmaların sistematik olarak taranmasıdır. Bu bağlamda 01.06.2023-05.06.2023 tarih aralığında ‘‘sürdürülebilir gastronomi’’ kapsamında çoğaltılan anahtar kelimeler ile ulusal veri tabanları üzerinde tarama işlemi yapılmış ve incelemeye uygun bulunan 25 çalışma elde edilmiştir. Çalışma konuları sınıflandırıldığında ‘‘yeşil nesil restoranlar’’, ‘‘sürdürülebilir gastronomi ve sürdürülebilir gastronomi turizmi’’, ‘‘reçete ve ürünler bağlamında sürdürülebilirlik’’, ‘‘sürdürülebilir gastronomi destinasyonları’’ ve ‘‘yiyecek-içecek sektörü ve sürdürülebilirlik uygulamaları’’ şeklinde beş başlık ortaya çıkmıştır. Yiyecek-

içecek işletmesi yöneticilerinin sürdürülebilir yiyecek-içecek işletmeciliği noktasında görüşlerinin ele alınması, tüketicilerin sürdürülebilir restoran algılarının ve deneyimlerinin araştırılması, yerli halkın sürdürülebilir gastronomi destinasyonu algılarının öğrenilmeye çalışılması, yerel üreticilerin sürdürülebilir üretim tekniklerinin öğrenilmesi ve yerel yöneticilerin gastronomi turizminin sürdürülebilirliği hakkındaki fikirlerinin alınması gastronomi alanyazını açısından sürdürülebilirliğin örneklem kapsamının çeşitliliğini ortaya koymaktadır. Bu olumlu izlenimlerin yanı sıra araştırmaların yöntem olarak nitel araştırma yöntemi ile sınırlı kalarak oldukça kısır kaldığının söylemek mümkündür. Nicel, hipotez test edici ve teorik bir temele dayanan araştırmaların çok az olduğu görülmektedir. Buradan hareketle gelecekteki araştırmalar için yeni araştırma konuları ve yöntemleri önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Gastronomi, Yemek ve Sürdürülebilirlik, Yiyecek-İçecek ve Sürdürülebilirlik

OSMANLI MUTFAĞINA ÖZGÜ HELVALARIN STANDARTLAŞTIRILMASI

Ümit SORMAZ

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü ve Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

ORCID: 0000-0001-7514-1500

E-posta: usormaz@erbakan.edu.tr

Naime ALDEMİR

Yüksek Lisans Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

E-posta: naimezen@gmail.com

Mustafa YILMAZ

Dr. Öğretim Üyesi, Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Orcid: 0000-0003-4122-0475

E-posta: mustafa.yilmaz@karabuk.edu.tr

ABSTRACT

This research; the standardization practices of halva in Ottoman cuisine were carried out with the aim of eliminating this deficiency by bringing standard recipes to the literature.

Within the scope of the research, the comprehensive literature review and the researches on Ottoman cuisine and food culture were scanned and the halvahs specific to the Ottoman cuisine were determined. The recipes for the determined halva were obtained from the Ottoman cuisine and food culture books, researches and the most clicked recipes on the internet sites. The applications of the different recipes obtained were applied in the kitchens of the Department of Gastronomy and Culinary Arts, Faculty of Tourism, Karabuk University. As a result of the sensory analysis evaluation made by field experts and sector representatives, the recipes with the highest scores were accepted as the standard recipe of the halva it belongs to.

As a result of the research, it is aimed to bring the halvahs in the literature to the tourism sector by making standardization applications. Expanding the research and encouraging the applications of these standard recipes in the menus of tourism enterprises have been found to be important for the satisfaction of domestic and foreign tourists.

This research was supported by the Scientific Research Projects Coordination Unit of Necmettin Erbakan University with the project number 191322006.

Keywords: Tourism, Gastronomy, Cuisine, Ottoman cuisine, Halvah.

ÖZET

Bu araştırma; Osmanlı mutfağında yer alan helvaların standartlaştırma uygulamalarının yapılması, standart reçetelerin literatüre kazandırılarak bu eksikliğin giderilmesini amacı ile yürütülmüştür.

Araştırma kapsamında, yapılan kapsamlı literatür taraması ile Osmanlı mutfağı ve yemek kültürüne ait yapılan araştırmalar taranarak Osmanlı mutfağına özgü helvalar belirlenmiştir. Belirlenen helvalara ait reçeteler Osmanlı mutfağı ve yemek kültürüne ait kitaplardan, araştırmalardan ve internet sitelerinde en çok tıklanan reçetelerden edinilmiştir. Edinilen farklı reçetelerin uygulamaları Karabük Üniversitesi Safranbolu Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü uygulama mutfaklarında uygulanmıştır. Alan uzmanları ve sektör temsilcileri tarafından yapılan duyusal analiz

değerlendirme sonucunda en yüksek puan alan reçeteler ait olduğu helvanın standart reçetesi olarak kabul edilmiştir.

Araştırma sonucunda, literatürde yer alan helvaların standardizasyon uygulamaları yapılarak turizm sektörüne kazandırılması hedeflenmiştir. Araştırmaların genişletilerek yapılması, turizm işletmelerinin bu standart reçetelerin menülerinde uygulamalarının teşvik edilmesi yerli ve yabancı turistlerin memnuniyeti açısından önemli bulunmuştur.

Bu araştırma, Necmettin Erbakan Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından 191322006 numaralı proje ile desteklenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Gastronomi, Mutfak, Osmanlı mutfağı, Helvalar.

GELENEKSEL TÜRK İÇECEĞİ SALEP HAKKINDAKİ AKADEMİK ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Özlem YATKIN

Öğr. Gör., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

ORCID: 0000-0002-2037-0370

E-posta: ozlem.gelen@ikcu.edu.tr

Perihan KENDİRCİ

Dr. Öğretim Üyesi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

ORCID: 0000-0003-2253-0064

E-posta: perihan.kendirci@ikcu.edu.tr

ABSTRACT

Salep, which is one of the traditional Turkish cuisine drinks, has been loved and consumed since ancient times, especially in the cold winter months. Salep; The creamy, egg-shaped, forked or fringed underground tubers of some plants belonging to the orchid family are collected by removing them from the soil during the flowering period, cleaned with water, dried in open air after being boiled in water or milk by stringing, ground into powder and then thickened with milk and sugar. It is a type of beverage that is obtained as a result of boiling until it thickens and is consumed hot (MEB, 2014:9; MEB, 2019:49).

In this study, it is aimed to make a bibliometric analysis of the published studies on “salep”. For this purpose, publications related to "salep" in the Web of Science (WoS) database were analyzed using bibliometric methods. As a result of the study, it has been understood that there has been an increase in the number of papers and articles on the subject after 2009 and that the most publications were made in 2021. Despite the increasing interest in different types of beverages in recent years, the increasing research on salep shows that the interest in this traditional Turkish beverage is still current and maintains its importance.

Keywords: Bibliometric Analysis, R Program, Salep, Salep Beverage.

ÖZET

Geleneksel Türk mutfağı içeceklerinden olan salep çok eski dönemlerden beri özellikle soğuk kış aylarında sevilerek tüketilmektedir. Salep; orkideler ailesine ait bazı bitkilerin kremsi renkte, yumurta şeklinde, çatalsı veya saçaklı olan toprak altı yumrularının çiçeklenme döneminde topraktan sökülerek toplanması, su ile temizlenmesi, ipe dizilerek su veya süt içerisinde kaynatıldıktan sonra açık havada kurutulması, öğütülerek toz haline getirilmesinin ardından süt ve şeker ile kıvamı koyulaşana kadar kaynatılması sonucu elde edilen ve sıcak tüketilen bir içecek türüdür (MEB, 2014:9; MEB, 2019:49).

Bu çalışmada, “salep” konusundaki çalışmaların bibliyometrik analizinin yapılması amaçlanmıştır. Bu amaçla, Web of Science (WoS) veri tabanında yer alan “salep” ile ilgili yayınlar bibliyometrik yöntemler kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda, konu ile ilgili bildiri ve makalelerin sayısında 2009’dan sonra bir artış olduğu ve en fazla yayının 2021’de yapıldığı anlaşılmıştır. Son yıllarda farklı içecek türlerine olan ilginin artmasına

karşın salep ile ilgili araştırmaların da artarak devam ediyor oluşu bu geleneksel Türk içeceğine olan ilginin hala güncel olduğunu ve önemini koruduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Bibliyometrik Analiz, R Programı, Salep, Salep İçeceği.

UNESCO YARATICI ŞEHİRLER AĞI BAĞLAMINDA KASTAMONU İLİNİN GASTRONOMİ DEĞERLERİ

Savaş BÜYÜKYILMAZ

Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-1162-2273

E-posta: sboyukyilmaz@ogr.kastamonu.edu.tr

Kutay OKTAY

Prof. Dr., Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0003-0552-0913

E-posta: koktay@kastamonu.edu.tr

ABSTRACT

Gastronomy has reached an important position in tourism activities in recent years. As one of the elements that make this situation more concrete, we come across the "Gastronomy Cities" study of the UNESCO creative cities network. This situation, which registers the destination in terms of gastronomic values, is seen as an effective tool for promotion and branding. For this reason, many self-confident cities in the world and in Turkey continue their candidacy efforts to be included in the "UNESCO Gastronomy Cities Network". In Kastamonu, which is the study area of this research, studies are carried out to become a Gastronomy City in the UNESCO Creative Cities Network. One of the important criteria of being a UNESCO City of Gastronomy is the existence and diversity of local dishes. In this context, the aim of the research is; The aim of this study is to examine which local dishes are preferred by restaurant owners and chefs, who are among the gastronomy stakeholders, in Kastamonu, which is on the way to UNESCO gastronomy city candidacy. For this purpose, qualitative research model was used and data were obtained from a total of 15 participants, including 10 restaurant owners, 3 restaurant managers and 2 assistant chefs, through a semi-structured interview form. According to the research findings, the fact that local dishes are more included in the menu is due to the fact that they are made with traditional methods and are different. In addition, the fact that they are made from natural and fresh products is shown as a reason to have the local food on the menu. In addition, it is another research finding that the cost of the meal has no effect on keeping it on the menu. On the other hand, the fact that local dishes are mostly preferred by foreign guests is positive in terms of the brand value of the destination.

Keywords: UNESCO, Kastamonu, Local Food, Restaurant.

ÖZET

Gastronomi son yıllarda turizm faaliyetleri içerisinde önemli bir konuma ulaşmıştır. Bu durumu daha somut hale getiren unsurlardan biri olarak ise UNESCO yaratıcı şehirler ağının “Gastronomi Şehirleri” çalışması karşımıza çıkmaktadır. Destinasyonu gastronomi değerleri açısından tescilleyen bu durum, tanıtım ve marka olabilmek adına etkili bir araç olarak görülmektedir. Bu nedenle, dünyada ve Türkiye’de gastronomi alanında kendine güvenen birçok şehir “UNESCO Gastronomi Şehirleri Ağı”na dahil olabilmek için adaylık çabalarını sürdürmektedir. Bu araştırmanın inceleme sahası olan Kastamonu’da da

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Gastronomi Şehri olmak üzere çalışmalar yürütülmektedir. UNESCO Gastronomi Şehri olabilmenin önemli kriterlerinden biri yöresel yemeklerin varlığı ve çeşitliliğidir. Bu bağlamda araştırmanın amacı; Kastamonu'da gastronomi paydaşlarından olan restoran sahipleri ve şeflerinin daha çok hangi yöresel yemekleri menülerinde bulundurmayı tercih ettiklerinin incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda nitel araştırma modelinden yararlanılmış ve yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığı ile 10 restoran sahibi, 3 restoran müdürü ve 2 aşçıbaşı yardımcısı olmak üzere toplam 15 katılımcıdan veriler elde edilmiştir. Araştırma bulgularına göre, yöresel yemeklerin menüde daha fazla yer alma durumu, geleneksel yöntemlerle yapılmaları ve farklı olmalarına bağlanmaktadır. Bununla birlikte doğal ve taze ürünlerden yapılıyor olmaları da yöresel yemeği menüde bulundurmak adına bir neden olarak gösterilmektedir. Ayrıca yemeğin maliyetinin, menüne bulundurulmasında etkisinin olmadığı diğer bir araştırma bulgusudur. Diğer taraftan yöresel yemeklerin daha çok yabancı misafirler tarafından tercih ediliyor olması, destinasyonun marka değeri açısından olumlu bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: UNESCO, Kastamonu, Yöresel Yemek, Restoran.

BAZI TATLILARIN YAPIMINDA KULLANILAN COTTAGE, MASCARPONE, RİCOTTA VE QUARK PEYNİRLERİ

Emre VATANSEVER

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Terzioğlu Kampüsü, Çanakkale

ORCID: 0000-0003-3002-2799

E-posta: emrevtnsvr40@gmail.com

Goncagül YILMAZ

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Terzioğlu Kampüsü, Çanakkale

ORCID: 0000-0001-9476-560X

E-posta: goncagulylmaz7@gmail.com

Zerrin YÜKSEL

Dr. Öğretim Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Bayramiç MYO, Kimya ve Kimyasal Ürünler İşleme Teknolojileri Bölümü, Çanakkale

ORCID: 0000-0001-6817-7847

E-posta: zyuksel@comu.edu.tr

ABSTRACT

Cheese, whose production dates back to about ten thousand years ago, has been one of the most important foods for humanity throughout history. With the beginning of cheese production, an alternative form of milk, which is a very valuable food for humanity, has emerged that can last much longer and is healthier for human health. Cheese is now one of the most widely consumed foods worldwide and is used in many products in kitchens, from meals to sauces, sandwiches to desserts. Desserts are usually made with fresh cheeses and cheese-based desserts are largely based on cheeses produced with acid or coagulated with acid and heat treatment. In this study, the general properties, production processes and use of Cottage, Mascarpone, Ricotta and Quark cheeses in desserts are discussed. The literature review on this subject shows that fresh cheeses coagulated with acid and/or heat treatment have an important place in the production of cheese-based desserts.

Keywords: Dessert, Cottage, Mascarpone, Ricotta, Quark

ÖZET

Üretimi yaklaşık on bin yıl öncesine kadar dayanan peynir tarih boyunca insanlık için en önemli gıdalardan birisi olmuştur. Peynir üretiminin başlamasıyla birlikte insanlık için çok değerli bir besin olan sütün, çok daha uzun süre dayanabilen ve insan sağlığı için daha sağlıklı bir alternatif formu ortaya çıkmıştır. Peynir günümüzde dünya çapında en çok tüketilen gıdaların başında gelmektedir ve mutfaklarda yemeklerden soslara sandviçlerden tatlılara kadar pek çok üründe kullanılmaktadır. Tatlıların yapımında genellikle taze peynirler kullanılmaktadır ve peynir bazlı tatlıların temelini büyük oranda asit ile veya asit ve ısıl işlem ile pıhtılaştırılarak üretilen peynirler oluşturmaktadır. Bu çalışmada tatlı yapımında yaygın olarak kullanılan Cottage, Mascarpone, Ricotta ve Quark peynirlerinin genel özellikleri, üretim süreçleri ve tatlılarda kullanımı ele alınmıştır. Bu konuyla ilgili yapılan literatür taraması peynir bazlı tatlıların üretiminde asit ve/veya ısıl işlem ile pıhtılaştırılarak kullanılan taze peynirlerinin önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Tatlı, Cottage, Mascarpone, Ricotta, Quark

ANKARA İLİNDE UNUTULMAYA YÜZ TUTMUŞ LEZZETLERİN GASTRONOMİ TURİZMİ VE GASTRONOMİK MİRAS ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Rana ŞAT

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

ORCID: 0000-0000519-5524

E-posta: rana_sat_95@hotmail.com

Dr. Öğretim Üyesi Merve ÖKSÜZ

Başkent Üniversitesi, Ticari Bilimler Fakültesi

ORCID: 0000-0003-2470-7919

E-posta: merveoksuz@baskent.edu.tr

Prof. Dr. İpek KALEMCİ TÜZÜN

Başkent Üniversitesi, Ticari Bilimler Fakültesi

ORCID: 0000-0001-6979-2040

E-posta: uzun@baskent.edu.tr

ABSTRACT

The traditional food culture, expressed with the concrete reflection of the intangible cultural heritage and existing with the society from the past to the present, is becoming an inseparable part of gastronomy tourism today. Ankara has great potential in terms of gastronomic heritage due to its position as the Capital of Turkey. To highlight this potential; researching and ensuring the sustainability of Ankara's forgotten culinary culture will be possible by researching the traditional culinary culture and putting the recipes in writing. In addition, it will become sustainable by helping the people of the region to gain awareness about this issue. However; there has not yet been a study that extensively researches the forgotten tastes of Ankara as a gastronomic heritage. The study consists of two parts. In the first part, the flavors of Ankara, which have sunk into oblivion but stand out as Ankara's unique flavor, were found by examining 10 websites, and these most frequently mentioned flavors were determined. In the second part, open-ended questions aim to ask people who describe these delicacies using the qualitative research method, to those working in the private sector in the field of gastronomy, to academics and teachers in the field of gastronomy, and to gourmets. The main aim of the study is to reveal the gastronomic heritage of these flavors unique to Ankara and to investigate their sustainability through the geographical indication process.

Keywords: Forgotten Tastes, Gastronomic Heritage, Ankara flavors, Geographical indication, Sustainability

ÖZET

Soyut kültürel mirasın somut yansımasıyla ifade edildiği ve geçmişten günümüze içinde bulunduğu toplumla var olan geleneksel yemek kültürü, günümüzde gastronomi turizminin ayrılmaz bir parçası haline gelmektedir. Ankara'nın Türkiye'nin Başkenti konumuna sahip olmasından ötürü gastronomik miras açısından büyük potansiyele sahiptir. Bu potansiyelin değerlendirilebilmesi; Ankara'nın unutulmaya yüz tutmuş mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinin araştırılması ve sağlanması, geleneksel mutfak kültürünün araştırılarak reçetelerin yazılı hale getirilmesiyle mümkün olacaktır. Ayrıca bölge halkının bu konu hakkında bilinç kazanmasına yardımcı olunarak sürdürülebilir hale gelecektir. Ancak; henüz gastronomik miras niteliğinde Ankara'nın unutulmaya yüz tutmuş lezzetlerini kapsamlı araştıran bir çalışmaya rastlanmamıştır. Çalışma iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde Ankara'nın unutulmaya yüz tutmuş ancak Ankara'nın kendine has lezzeti olarak öne çıkan lezzetleri 10 tane web sitesi incelenerek bulunmuş, en sık bahsi geçen bu lezzetler belirlenmiştir. İkinci bölümde ise nitel araştırma yöntemi kullanılarak bu lezzetlerin tarifini yapan kişilere, gastronomi alanında özel sektörde çalışanlara, gastronomi alanındaki

akademisyenlere ve öğretmenlere ve gurmelere hazırlanan açık uçlu soruların sorulması hedeflenmiştir. Çalışmanın amacı Ankara'ya has bu lezzetlerin gastronomik mirasını ortaya koymak ve coğrafi işaret alınma süreci üzerinden sürdürülebilirliğinin araştırılmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Unutulmaya Yüz Tutmuş Lezzetler, Gastronomik Miras, Ankara Lezzetleri, Coğrafi İşaret, Sürdürülebilirlik

ÜÇÜNCÜ DALGA KAHVE İŞLETMESİ MÜŞTERİLERİNİN BİLGİ DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ: ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ

Prof. Dr. Saadet Pınar TEMİZKAN

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-8200-9564

E-posta: sptemizkan@ogu.edu.tr

Arş. Gör. Dr. Yasin Emre OĞUZ

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-2139-4278

E-posta: yeoguz@ogu.edu.tr

Aysucan AYDIN

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

ORCID: 0000-0003-2610-9955

E-posta: aysucanaydin@gmail.com

* Bu bildiri ifade edilen tezden üretilmiştir; Aysucan AYDIN, Üçüncü Dalga Kahve İşletmelerinde Personel Bilgisi, Menü İçeriği ve Fiziksel Özelliklerinin Müşteri Memnuniyeti ve Tekrar Ziyaret Niyetine Etkisi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2023.

**Bu araştırma, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi tarafından "SYL-2022-2438" kodu ile desteklenmiştir.

ABSTRACT

Third wave coffee businesses started to be established in the early 2000s as a period close to the present day. In these businesses, the whole process from the production of the coffee as a bean, to roasting and serving it is focused on. The aim is to provide both a contribution to the literature and guidance to the sector stakeholders by determining the level of knowledge of the customers about these types of coffee, as the third wave coffee businesses and the types of coffee served have been added to the daily life routine very recently. For this purpose, the survey technique, which is one of the quantitative research methods, was applied. The questionnaire form was applied to 437 participants in Eskişehir city center between September 2022 and February 2023. The data obtained from the questionnaire were interpreted by descriptive statistics. It was determined that most of the participants consumed coffee more than once a day, and received service from coffee businesses more than once a week. It was also determined that the V60 method had the highest rate of awareness and experience among the third wave brewing methods. In addition, it was determined that the awareness and experience rates of second wave coffee varieties were higher than those of third wave coffee varieties.

Keywords: Coffee, Third Wave Coffee, Third Wave Coffee Businesses, Customer Knowledge

ÖZET

Üçüncü dalga kahve işletmeleri günümüze yakın bir dönem olarak 2000'li yılların başlarından itibaren kurulmaya başlamıştır. Bu işletmelerde servis edilen kahvenin çekirdek olarak üretiminden, kavrulup servis edilmesine kadar geçen bütün sürece odaklanılmaktadır. Üçüncü dalga kahve işletmelerinin ve servis edilen kahve çeşitlerinin günlük hayat rutinine oldukça yeni eklenmiş olması sebebi ile müşterilerin bu kahve türleri konusunda bilgi düzeylerinin belirlenmesi aracılığı ile hem literatüre katkı sağlamak hem de sektör paydaşlarına yol gösterici bilgiler sağlayabilmek amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği uygulanmıştır. Anket formu Eskişehir il merkezinde 437 katılımcıya Eylül 2022 ve Şubat 2023 tarihleri arasında uygulanmıştır. Anketten elde edilen veriler tanımlayıcı istatistikler aracılığı ile yorumlanmıştır. Katılımcıların çoğunlukla günde bir kereden fazla kahve tükettiği, kahve işletmelerinden haftada bir kereden fazla hizmet aldığı belirlenmiştir. Üçüncü dalga demleme yöntemlerinden ise en çok V60 yönteminin bilinirlik ve deneyimlenme oranının olduğu belirlenmiştir. Ayrıca ikinci dalga kahve çeşitlerinin bilinirlik ve deneyimlenme oranının üçüncü dalga kahve çeşitlerine göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kahve, Üçüncü Dalga Kahve, Üçüncü Dalga Kahve İşletmesi, Müşteri Bilgi Düzeyi

GIDALARIN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ KAPSAMINDA COĞRAFİ İŞARETLİ GIDALAR ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Büşra Nur ATAK

Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

ORCID: 0000-0002-7150-0294

E-posta: busraatak04@gmail.com

Doç. Dr. Turgay BUCAK

Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

ORCID: 0000-0002-4901-2673

E-posta: turgay.bucak@deu.edu.tr

ABSTRACT

Geographical indication labeled foods are considered a significant element that supports the local economy, ensures the sustainability of food production, and preserves cultural heritage and the local ecosystem. While traditional agricultural practices are encountered in the production of foods included in the geographical indication system, the implementation of sustainable farming methods has become increasingly challenging each year due to changing climates, extreme weather events such as droughts, floods, storms, etc. It is observed that agricultural products, particularly due to changing climatic conditions, struggle to meet the requirements of geographical indication registration, leading to decreased yields and shifts in cultivation and harvesting periods. The aim of this study is to examine geographically indicated foods in the Izmir Peninsula region from a sustainability perspective. For the research part of the study, discussions were conducted with knowledgeable individuals within institutions/organizations that possess information about foods that have received geographical indication registration in the sample scope of districts. Semi-structured questions were posed, and their opinions were collected through face-to-face interviews. The gathered data were analyzed using content analysis methodology. The research concludes that the geographical indication system plays a significant role in the sustainability of foods and suggests that the inspection mechanisms of geographical indication certificates could be revised.

Keywords: Food, Sustainability, Geographical Indication.

ÖZET

Coğrafi işaretli gıdalar yerel ekonomiyi destekleyen, gıdanın üretiminin sürdürülebilirliğini sağlayan, kültürel mirası ve yerel ekosistemi koruyan önemli bir unsur olarak görülmektedir. Coğrafi işaret sistemine dahil olmuş gıdaların üretiminde geleneksel tarım uygulamaları ile karşılaşmak mümkündür ancak değişen iklim sebebiyle yaşanan aşırı hava olayları, kuraklık, sel, fırtına vb. sebebiyle sürdürülebilir tarım yöntemlerinin gerçekleştirilmesi her geçen yıl zorlaşmaktadır. Özellikle tarım ürünlerinin değişen iklim sebebiyle coğrafi işaret tescilinin gereklerini sağlamakta zorlandığı, rekoltenin azaldığı, yetiştirme ve hasat dönemlerinin değiştiği gözlemlenmektedir. Çalışmanın amacı; İzmir yarımada bölgesinde yer alan coğrafi işaretli gıdaların sürdürülebilirlik perspektifinden incelenmesidir. Çalışmanın araştırma kısmı için örneklem kapsamına giren ilçelerde coğrafi işaret tescili almış gıdalar hakkında bilgiye sahip kurum/kuruluşlarda yer alan yetkin kişilerle görüşmeler sağlanmıştır. Belirlenmiş olan sorular (yarı yapılandırılmış) yöneltilerek yüz yüze görüşme tekniği ile görüşleri alınmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda,

gıdaların sürdürülebilirliğinde coğrafi işaret sisteminin önemli bir role sahip olduğu ve coğrafi işaret tescil belgelerinin denetim mekanizmalarının sağlanarak revize edilebileceği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gıda, Sürdürülebilirlik, Coğrafi İşaret.

İKLİM DEĞİŞİKLİĞİNİN TARIM, BESİCİLİK VE SU ÜRÜNLERİ FAALİYETLERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİNE ETKİSİ

Büşra Nur ATAK

Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

OCRID: 0000-0002-7150-0294

Doç. Dr. Turgay BUCAK

Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

ORCID: 0000-0002-4901-2673

E-posta: turgay.bucak@deu.edu.tr

Doç. Dr. Seda GENÇ

Yaşar Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

ORCID: 0000-0003-4572-5518

E-posta: seda.genc@yasar.edu.tr

ABSTRACT

Climate change can be described as an environmental issue caused by increasing temperatures and disruptions in natural balances worldwide. The rise in temperatures and extreme weather events such as droughts, excessive rainfall, and floods have been observed to adversely affect agriculture and animal husbandry by making it challenging for crops to thrive and animals to access sufficient food. Climate change also leads to alterations in water levels, increased water temperatures, and ocean acidification, negatively impacting the living conditions of aquatic species and fishing activities. This study was conducted in the districts located on the peninsula of Izmir province, focusing on agriculture, animal husbandry, and aquaculture activities. The aim of the study is to analyze the effects of climate change on the sustainability of agriculture, animal husbandry, and aquaculture activities. For the research section of the study, competent individuals from institutions/organizations engaged in agriculture, animal husbandry, and aquaculture activities in the sampled districts were interviewed face-to-face using semi-structured questions. The data were obtained and analyzed using a content analysis method. As a result of the research, it was determined that climate change plays a significant role in the sustainability of agriculture, animal husbandry, and aquaculture activities, and that it also has adverse effects. The importance of taking preventive and regulatory measures against climate change was deduced from the study.

Keywords: Climate change, Agriculture, Animal husbandry, Aquaculture, Sustainability.

ÖZET

İklim değişikliği, dünya genelinde giderek artan sıcaklık ve doğal dengelerdeki bozulmaların sebep olduğu çevresel bir sorun olarak ifade edilebilmektedir. Sıcaklık artışları, kuraklık, aşırı yağışlar ve sel gibi aşırı hava olaylarının tarım ürünlerini ve hayvanların yeterli yeme ulaşmasını güçleştirirerek besiciliği olumsuz yönde etkilediği görülmektedir. İklim değişikliğinin su seviyesinde değişiklik, su sıcaklığının artması ve deniz asitlenmesi gibi durumlara sebebiyet vermesi, su ürünlerinin yaşam şartlarını ve balıkçılık faaliyetlerini olumsuz etkilemektedir. Bu çalışma İzmir ilinin yarımadasında bulunan ilçelerde gerçekleşen tarım, besicilik ve su ürünleri faaliyetlerine yönelik yürütülmüştür. Çalışmanın amacı; iklim değişikliğinin tarım, besicilik ve su ürünleri faaliyetlerinin sürdürülebilirliği üzerindeki etkilerini analiz etme yönündedir. Çalışmanın araştırma kısmı için örneklem kapsamına giren ilçelerde tarım, besicilik, su ürünleri faaliyetleri yürüten ve yürütülmesi konusunda gerekli bilgiye sahip kurum/kuruluşlarda yer alan yetkin kişilere, belirlenmiş olan sorular (yarı yapılandırılmış) yöneltilerek yüz yüze görüşme tekniği ile görüşleri alınmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, tarım,

besicilik ve su ürünleri faaliyetlerinin sürdürülebilirliğinde iklim değişikliğinin önemli bir rol aldığı ve aynı zamanda olumsuz etkilerinin olduğu belirlenmiştir. İklim değişikliğine yönelik önleyici ve düzenleyici adımların atılmasının ne kadar önemli olduğu sonucu çıkarılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İklim değişikliği, Tarım, Besicilik, Su ürünleri, Sürdürülebilirlik

DİJİTAL PLATFORMLARDA YER ALAN GASTRONOMİ TEMALI BELGESELLERİN KİMLİĞİ VE İÇERİĞİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Doç. Dr. Duran CANKÜL

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0001-5067-6904

E-posta: dcankul@ogu.edu.tr

Öğr. Gör. Şeyma Nur GÜNEŞ

Akdeniz Üniversitesi, Manavgat Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0001-8484-6158

E-posta: sngunes@akdeniz.edu.tr

ABSTRACT

The research aims to evaluate gastronomy-themed documentaries on digital platforms in terms of identity and content. For this purpose, the document analysis technique, one of the qualitative research methods, was used in the research. In this context, data were obtained by examining 4 movies on the Netflix digital platform and 23 TV series consisting of 255 episodes in total. Between 25.04.2023 and 27.07.2023, content analysis was applied to the data obtained. The results of the analysis show that although there are contents that introduce various countries of the world, the countries that make the documentaries are limited to the USA, Mexico, South Korea, Singapore and China, and the prominent flavors of these countries are dominant in the documentaries. In addition, various flavors that stand out in the world are included in the documentaries. On the other hand, considering that Netflix is one of the most watched digital platforms in Turkey and that Turkish cuisine has a strong gastronomic culture, it is noteworthy that a Turkish-made gastronomy documentary has not been made. In addition, it is seen that Turkish cuisine is given a very small place in the documentaries dealing with the gastronomic tastes of the world.

Keywords: Gastronomy, Gastronomy Themed Documentary, Digital Platform, Netflix

ÖZET

Araştırma dijital platformlarda yer alan gastronomi temalı belgeselleri kimlik ve içerik açısından değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman inceleme tekniği kullanılmıştır. Bu kapsamda Netflix dijital platformunda yer alan 4 adet film ve toplamda 255 bölümden oluşan 23 adet dizi incelenerek veriler elde edilmiştir. 25.04.2023 ile 27.07.2023 tarihleri arasında elde edilen verilere içerik analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçları, dünyanın çeşitli ülkelerinin tanıtıldığı içerikler olsa da belgeselleri yapan ülkelerin ABD, Meksika, Güney Kore, Singapur ve Çin ile sınırlı olduğunu ve belgesellerde bu ülkelerin öne çıkan lezzetlerinin ağırlıkta olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte belgesellerde dünyada öne çıkan çeşitli lezzetlere yer verilmiştir. Diğer taraftan Netflix'in Türkiye'de en çok izlenen dijital platformlardan birisi olması ve Türk mutfağının güçlü bir gastronomi kültürüne sahip olduğu düşünüldüğünde Türk yapımı bir gastronomi belgeselinin yapılmamış olması dikkat çekmektedir. Ayrıca dünyadaki gastronomik lezzetleri ele alan belgesellerde de Türk mutfağına çok az miktarda yer verildiği görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Gastronomi Temalı Belgesel, Dijital Platform, Netflix

GASTRONOMİ VE AV TURİZMİ: BILDIRCIN AV ETİNİN GASTRONOMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Dr. Osman SÖZER

Selçuk Üniversitesi

ORCID: 0000-0001-8543-0664

E-posta: osman-ozer@hotmail.co.uk

ABSTRACT

Quail game meat is one of the most delicious not only among poultry game but also among other meat types. So much so that, although it is known as the fullness of heaven, it is included as verses in three different suras in the Qur'an. There are two different types of consumption of quail game meat, domesticated and wild. In this context, it adds value to two different sectors in terms of aquaculture and hunting tourism.

The research is based on published literature review and document review. The data obtained were analyzed using the descriptive analysis method, the problems in the sectors were emphasized, the result was reached and it was aimed to contribute to both scientific literature and gastronomy and hunting tourism by offering solutions.

In this study, the usage and consumption types of quail game meat were examined. It has been tried to reveal how it is evaluated and how it can be evaluated in which sectors. In this context, it will be able to prioritize the employment of the areas where it is evaluated as gastronomic and economic. Another output is the thought that scientific studies in the field of gastronomy and tourism will bring a new breath. It is foreseen that the new scientific studies to be done will be a source.

Keywords: Quail, Game Meat, Hunting Cuisine, Gastronomy, Hunting Tourism.

ÖZET

Bıldırcın av eti, sadece kanatlı av hayvanları av etleri arasında değil diğer et türleri arasında da en lezzetlilerinden biridir. Öyle ki cennet taamı olarak bilinmekle beraber Kuranı Kerim'de üç farklı surede ayet olarak yer almaktadır. Bıldırcın av etinin evcilleştirilmiş ve yabani olarak iki farklı şekilde tüketimi vardır. Bu bağlamda yetiştiricilik ve av turizmi bakımında iki farklı sektöre katma değer katmaktadır.

Araştırma yayınlanmış literatür taraması ve doküman incelemesine dayanmaktadır. Elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi kullanılarak çözümlenmiş, sektörlerdeki sorunlar vurgulanarak, sonuca ulaşılmış ve çözüm önerileri sunarak hem bilimsel yazına hem de gastronomi ve av turizmine katkıda bulunmak amaçlanmıştır.

Bu araştırmada bıldırcın av etinin kullanım ve tüketim türleri incelenmiştir. Hangi sektörlerde ne şekilde değerlendirildiği ve değerlendirebileceği ortaya çıkartılmaya çalışılmıştır. Bu bağlamada gastronomik ve ekonomik olarak değerlendirildiği alanların istihdam sağlamasına öncelik yapabilecektir. Bir diğer çıktısı ise gastronomi ve turizm alanındaki bilimsel çalışmalar yeni bir soluk getireceği düşüncesidir. Yapılacak olan yeni bilimsel çalışmalar kaynak olması da ön görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bıldırcın, Av eti, Gastronomi, Av mutfağı, Av turizmi.

NEVŞEHİR PATATESİ'NİN GASTRONOMİ KAPSAMINDA İNCELENMESİ

Dr. Bülent YORGANCI

ORCID: 0000-0002-6598-2733

E-posta: bulentyour@yahoo.com

ABSTRACT

Environment, climate and culture affect people's lives. Therefore, they adapt to the diet offered by the conditions of the people living in that region. It is important to ensure that local products are sustainable in harmony with the environment, by preserving their unique characteristics, and by increasing the variety of presentation and leaving them to future generations, thus giving these products a gastronomic value.

This research deals with the importance of gastronomic products and their contribution to sustainability, in particular the potato produced and stored in Nevşehir. Nevşehir is a province where potato production has a high volume. This product is included in many recipes in the food and beverage culture of the region. From this point of view, in this study, it is aimed to emphasize the importance of systematically recording and protecting local gastronomic products and recipes based on these products. Scanning method was used in the research. Books, articles, journals, papers and theses have been extensively studied.

Keywords: Gastronomy, Sustainability, Local Product, Potato, Nevşehir

ÖZET

Çevre, iklim ve kültür insanların yaşamını etkilemektedir. Bundan dolayı, o bölgede yaşayan insanların içinde bulundukları koşulların sunduğu beslenme biçimine ayak uydurmaktadırlar. Yerel ürünlerin kendine has özelliklerinin korunarak, çevre ile uyum içerisinde sürdürülebilir olması ve sunum çeşitliliğinin artırılarak gelecek nesillere bırakılması ile bu ürünlere gastronomi değeri boyutunun da kazandırılması önemlidir.

Bu araştırma, gastronomik ürünlerin önemini ve sürdürülebilirliğe katkılarını, Nevşehir ilinde üretimi ve depolanması yapılan patates özelinde ele alınmaktadır. Nevşehir, patates üretiminin yüksek hacme sahip olduğu bir ildir. Bu ürün, yörenin yeme-içme kültüründe pek çok reçetede yer almaktadır. Bu noktadan hareketle, bu çalışmada, hayatımızın birçok noktasında yer alan yerel gastronomik ürünlerin ve bu ürünleri temel alan reçetelerin sistematik bir şekilde kayıt altına alınarak korunmasının önemini vurgulamak amaçlanmaktadır. Araştırmada tarama yöntemi uygulanmıştır. Kapsamlı bir şekilde kitap, makale, dergi, bildiri ve tezler incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Sürdürülebilirlik, Yerel Ürün, Patates, Nevşehir

ARI HASTALIKLARININ GASTRONOMİ BİLİMİNDE ÖNEMİ

Öğr. Gör. Burak ŞAHİN

Kastamonu Üniversitesi, Devrekani TOBB Meslek Yüksekokulu

ORCID: 0000-0003-1836-5510

Pelin ŞAHİN

Selçuk Üniversitesi, Veteneriner Fakültesi

ORCID: 0000-0002-3269-4532

E-posta: 33pelinsahin@gmail.com

Prof. Dr. Uğur USLU

Selçuk Üniversitesi, Tıp Fakültesi

ORCID: 0000-0003-3456-312X

E-posta: uuslu@selcuk.edu.tr

ABSTRACT

Beekeeping in Turkey and around the world has been one of the sectors that has shown an accelerated rise in recent years. Statistically, there is an increase in the number of hives, the number of beekeepers and the total honey production. Turkey has been an important region in beekeeping due to its surface area, climate, vegetation and topographic features. According to the data of 2020, Turkey has 8.7% of the world's number of hives with 8.2 million hives and is in the third place. Hive-based honey yield is lower in Turkey compared to developed countries. Turkey ranked second in honey production in 2020 with a share of 5.9% in the world with 104 thousand tons. Türkiye is among the top five countries in beeswax production. Bee diseases have become more and more important in recent years. It is reported that varroasis, nosemosis and calcification diseases spread significantly in the world and in Turkey. In order to reveal the importance of gastronomy science, document/text analysis, which is a qualitative research method, was used by scanning the current literature, primarily by using databases of diseases currently seen in bees. In studies conducted in different regions of our country; Varroosis 6.2-100%, Nosemosis 0-100%, European foulbrood 0-28%, American foulbrood 0-100%, Lime disease 0-79.59%, Stone disease 0-5.86% and Wax moth 3-14.7% was found to vary between. One of the most important factors hindering the development of beekeeping in our country is bee diseases and pests. In order for beekeeping to develop in our country, beekeepers should be made aware of the symptoms of the most common diseases in bees and methods of combating bee parasites, and in suspicious cases, they should request assistance from veterinarians and technical personnel affiliated with the Provincial and District Directorates of the Ministry of Agriculture and Forestry. Improper applications will cause the disease to spread to healthy colonies as well as economic losses. In the treatment of diseases, appropriate drug selection, therapeutic dose administration and timely intervention are important. It should be known that excessive and unsuitable drugs will adversely affect human health because they leave residues in honey and beeswax. It has been concluded that for the continuity of bee products and beekeeping, which have an important place in the field of gastronomy, it is necessary to go down to the field and listen to the problems of breeders in addition to laboratory studies in scientific studies to be carried out on diseases.

Keywords: Bee, Disease, Gastronomy.

ÖZET

Türkiye'de ve dünya genelinde arıcılık, son yıllarda önemli yükseliş gösteren sektörlerden biri olmuştur. İstatistiki olarak incelendiğinde kovan sayısı, arıcı sayısı ve toplam bal üretiminde artış görülmektedir. Türkiye yüz ölçümü, iklim ve bitki örtüsü ve topografik özellikleri

dolayısıyla arıcılıkta önemli bir bölge olmuştur. 2020 yılı verilerine göre, Türkiye sahip olduğu 8.2 milyon kovan ile dünya kovan miktarının %8.7 sine sahip olmuş ve üçüncü sıraya yerleşmiştir. Kovan bazlı bal verimi gelişmiş ülkelere kıyasla Türkiye'de daha düşük düzeydedir. 2020 yılı bal üretiminde Türkiye 104 bin ton ile dünyada %5.9'luk paya sahip olarak ikinci sırada yer almıştır. Bal mumu üretiminde Türkiye ilk beş ülke içerisinde yer almaktadır. Arı hastalıkları, son yıllarda gittikçe daha fazla önemli olmaya başlamıştır. Dünyada ve Türkiye'de Varroasis, Nosemosis ve Kireç hastalıkları önemli düzeyde yayıldığı bildirilmiştir. Günümüzde güncel olarak arılarda görülen hastalıklar veri tabanları kullanılarak güncel literatürler öncelikli olmak üzere taranarak gastronomi biliminde öneminin ortaya konulması amacıyla nitel araştırma yöntemi olan doküman/metin analizi kullanılmıştır. Ülkemizin farklı bölgelerinde yapılmış olan çalışmalarda; Varroosis %6.2-100, Nosemosis %0-100, Avrupa yavru çürüklüğü %0-28, Amerikan yavru çürüklüğü %0-100, Kireç hastalığı %0-79.59, Taş hastalığı %0-5.86 ve Bal mumu güvesi %3-14.7 arasında değişen oranlarda olduğu belirlenmiştir. Ülkemizde arıcılığın gelişmesine engel olan en önemli faktörlerden biri arı hastalıkları ve zararlılarıdır. Ülkemizde arıcılığın gelişebilmesi için arıcıların arılarda en sık rastlanan hastalıkların belirtileri ve arı parazitleri ile mücadele yöntemleri hakkında bilinçlendirilmeleri ve şüpheli durumlarda Tarım ve Orman Bakanlığı İl ve İlçe Müdürlüklerinde bağlı Veteriner Hekim ve teknik personellerden yardım talep etmelidirler. Yanlış yapılan uygulamalar ekonomik kayıpların yanında hastalığın sağlam kolonilere de yayılmasına neden olacaktır. Hastalıkların tedavisinde, uygun ilaç seçimi teröpatik doz uygulanması ve zamanında müdahale edilmesi önem arz eder. Gereğinden fazla ve uygun olmayan ilaçların bal ve balmumunda kalıntı bırakması nedeniyle insan sağlığını olumsuz yönde etkileyeceği bilinmelidir. Gastronomi alanında önemli yere sahip olan arı ürünlerinin ve arıcılığın devamlılığı için hastalıklarla ilgili yapılacak olan bilimsel çalışmalarda laboratuvar çalışmalarına ek olarak sahaya inilmesi ve yetiştiricilerin sorunlarının dinlenilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Arı, Gastronomi, Hastalık.

MENÜ ANALİZİNDE MENÜ MÜHENDİSLİĞİ MODELİ İLE ANNARAUND FORMÜLÜNÜN BİRLİKTE KULLANILMASI

Öğr. Gör. Selma KEÇECİ

İstanbul Beykent Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu

ORCID: 0000-0002-6841-3237

E-posta: selmakececi@beykent.edu.tr

Dr. Öğretim Üyesi Çağla ÖZER

İstinye Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi

ORCID: 0000-0001-8471-8607

E-posta: c.ozer@istinye.edu.tr

ABSTRACT

Food and beverage businesses strive to ensure continued continuity in challenging competition conditions. Professional businesses aim to host more customers and generate more profits. Businesses use a variety of menu analysis methods to assess their appreciation and profitability within the process. From the works that started with Miller (1980), various menu analysis methods have been discussed today.

Although they offer different approaches and focus on different features, their common goal is to find a strategy that will help restaurant managers uncover more profitable menu items and possibly increase menu profitability.In this study, the Annaraund Formula developed by Annaraud (2007) was used with the Menu Engineering Method developed by Kasavana and Smith (1982), the most preferred matrix model in the literature.

Annaraud Formulu can give businesses an idea of taking various measures based on the contribution status of each menu item.As a sample in the study; the products in the meatball and specialities menu of a restaurant operating in Istanbul, which voluntarily agreed to share data on sales volume, sales price and product costs, were analysed. Case study method was used in the study. As a result of this study; even in cases where there is no change in the Menu Engineering matrix classes, it has been possible to make an opinion about menu profitability. The data obtained as a result of the two analysis methods were compared and interpreted.

Keywords: Annaraud Formula, Menu Analysis, Menu Engineering

ÖZET

Yiyecek içecek işletmeleri zorlu rekabet koşullarında devamlılıklarını sağlamak için çaba göstermektedirler. Profesyonel işletmeler daha fazla müşteri ağırlamak ve daha fazla kâr elde etmek amacındadırlar. İşletmeler süreç içindeki beğenilirlik ve kârlılıklarını değerlendirebilmek için çeşitli menü analiz yöntemleri kullanmaktadırlar. Miller (1980) ile başlayan çalışmalardan günümüze çeşitli menü analiz yöntemleri tartışılmıştır. Farklı yaklaşımlar sunmalarına ve farklı özelliklere odaklanmalarına rağmen, hepsinin ortak amacı, restoran yöneticilerinin daha kârlı menü öğelerini ortaya çıkarmasına ve muhtemelen menü kârlılığını artırmasına yardımcı olacak bir strateji bulmaktır.

Bu çalışmada, literatürde en çok tercih edilen matris model olan Kasavana ve Smith'in (1982) geliştirdikleri Menü Mühendisliği Yöntemi ile Annaraud (2007) tarafından geliştirilen ve işletmelere her bir menü kaleminin katkı payı durumlarına göre çeşitli önlemler alma konusunda fikir verebileceği düşünülen Annaraud Formülü kullanılmıştır. Çalışma örnek olay yöntemi kullanılarak hazırlanmıştır. Çalışmada örneklem olarak; satış miktarı, satış fiyatı ve

ürün maliyetlerine ait verileri paylaşmayı gönüllü olarak kabul eden İstanbul'da faaliyet gösteren bir restoranın köfte ve spesiyaller menüsünde bulunan ürünler incelenmiştir. İki analiz yöntemi sonucunda elde edilen veriler karşılaştırılarak yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Annaraud Formülü, Menü Analizi, Menü Mühendisliği.

TÜRK MUTFAK KÜLTÜRÜ VE COĞRAFİ İŞARET TESCİLİNE SAHİP MANTILAR

Dilek Gökçen SABUR

Sekçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-3938-8589

E-posta: gokcensabur@gmail.com

Prof. Dr. Saniye Gül GÜNEŞ

Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-5004-6504

E-posta: rosegunes@gmail.com

ABSTRACT

Turkish cuisine is one of the oldest and deep-rooted cuisines in the world. The rights and benefits provided by geographical indication registration benefit the protection and sustainability of Turkish culinary culture and destination attractiveness within the scope of gastronomy tourism. Manti is one of the local dishes reflecting Turkish culinary culture. Manti is also an important gastronomic value. Although the number of manti belonging to Turkish cuisine is not known clearly, it is mentioned in various sources that there are more than 30 types of manti. However, only 13 of the ravioli varieties belonging to Turkish cuisine have gained geographical indication registration (TÜRKPATENT, t.y). Among the 13 types of ravioli with geographical indication registration, only Kayseri ravioli was applied to the European Commission in 2017. The approval process is ongoing (European Commission, 2023).

Since the number of ravioli varieties belonging to Turkish cuisine is not known clearly and there is no comprehensive information in the relevant literature, it is aimed that the study carried out will benefit the literature. In addition, it is important to eliminate the existing inventory deficiency in order to ensure the protection, promotion and sustainability of the products of Turkish cuisine. Within the scope of this study, suggestions have been developed to popularise and promote manti and to provide various benefits in terms of gastronomy tourism. In the study, systematic review model, one of the qualitative research methods, was preferred. For this reason, Google Academic database, websites, academic articles and books were utilised. As a result of the research, it was emphasised that more ravioli in Turkey, which has a rich cuisine in terms of ravioli, should have geographical indication registration. With the elimination of the inventory deficiency and the re-preparation of the forgotten ravioli varieties, more ravioli will be able to have geographical indication registration.

Keywords: Manti (Ravioli), Turkish Cuisine, Geographical Indication, Gastronomy Tourism, Sustainability.

ÖZET

Türk mutfağı, dünyanın en eski ve köklü mutfaklarından bir tanesidir. Türk mutfak kültürü; tarih boyunca 3 kıtada yaşamış Türklerin damak zevkleri, beslenme alışkanlıkları, örf, adet ve gelenekleri çerçevesinde şekillenmiştir. Coğrafi işaret tescilinin sağladığı haklar ve faydalar Türk mutfak kültürünün korunmasına, sürdürülebilirliğine, gastronomi turizmi kapsamında destinasyon çekiciliğine fayda sağlamaktadır. Mantı, Türk mutfak kültürünü yansıtan yöresel yemeklerden bir tanesidir. Ayrıca mantı, sunumu ve hazırlanışıyla da önemli bir gastronomik

değerdir. Türk mutfağına ait mantı sayısı net bilinmemekle birlikte 30'un üzerinde mantı çeşidinin yer aldığı kaynaklarda geçmektedir. Fakat Türk mutfağına ait mantı çeşitlerinden yalnızca 13 tanesi coğrafi işaret tescilini kazanabilmiştir (TÜRKPATENT, t.y). Coğrafi işaret tesciline sahip 13 çeşit mantıdan yalnızca Kayseri mantısının, Avrupa Birliği Komisyonuna 2017 senesinde başvurusu gerçekleştirilmiş olup onay süreci devam etmektedir (European Comission, 2023).

Bu bilgilerden hareketle Türk mutfağına ait mantı çeşitlerinin sayısının net bilinmemesi ve ilgili literatürde kapsamlı bilginin yer almaması sebebiyle gerçekleştirilen çalışmanın literatüre fayda sağlaması amaçlanmaktadır. Ayrıca Türk mutfağına ait ürünlerin korunması, tanıtımı ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için mevcut envanter eksiliğinin giderilmesi önemlidir. Bu çalışma kapsamında mantının yaygınlaştırılması, tanıtımı ile gastronomi turizmi açısından çeşitli faydaların sağlanmasına yönelik öneriler geliştirilmiştir. Gerçekleştirilen çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden sistematik derleme modeli tercih edilmiştir. Bu nedenle de Google Akademik veri tabanı, çeşitli web siteleri, yerli ve yabancı akademik makale ve kitaplardan faydalanılmıştır. Araştırma sonucunda Mantı açısından zengin bir mutfağa sahip Türkiye'de daha fazla mantının coğrafi işaret tesciline sahip olması gerekliliği üzerinde durulmuştur. Envanter eksiliğinin giderilmesi ve unutulmaya yüz tutmuş mantı çeşitlerinin yeniden hazırlanması ile daha fazla mantı coğrafi işaret tesciline sahip olabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Mantı, Türk Mutfağı, Coğrafi İşaret, Gastronomi Turizmi, Sürdürülebilirlik.

TÜRKİYE'DEKİ YÖRESEL GASTRONOMİ ROTALARI ÜZERİNE BİR LİTERATÜR TARAMASI

Öğr. Gör. Sadık Can GAZELCİ

Ankara Medipol Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi

ORCID: 0000-0001-9001-5959

E-posta: sadik.gazelci@ankaramedipo.edu.tr

Doç. Dr. Mustafa AKSOY

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-0-3845-1267

E-posta: mustafa.aksoy@hbv.edu.tr

ABSTRACT

Studies on gastronomy tourism may cover all areas related to food. Gastronomy routes are among the gastronomy studies that enhance the attractiveness of touristic destinations. Local culinary cultures being important factor in the travel motivation of tourists might be introduced in a planned way with gastronomy routes. This study aims to examine the studies on theoretically developed gastronomy routes in the national literature. Among the academic studies; articles, master and doctoral theses (dissertations) about gastronomy routes were included in the research. This research carried out in July 2023, consequently, there are in total of 13 theoretical gastronomy route studies including 7 articles, 4 master's theses and 2 doctoral theses published in DergiPark and the National Thesis Center. Among local values; food products, local architecture, facilities and events were examined on these routes. 12 provinces having gastronomy routes across Türkiye are located in different regions. Considering the distribution of researches by years, it is seen that the studies have increased as getting closer to the present time. In fact, different studies have also been carried out on the same touristic destination. The prominent element in the routes is the promotion of the products belonging to the local culinary culture. As the increasing interest in gastronomy routes has been determined at the theoretical level, this study may lighten on gastronomy tourism practices and travel agencies in terms of compiling the outputs applicable to the sector.

Keywords: Gastronomy Tourism, Local Culinary Culture, Gastronomy Route, Touristic Destination, Travel.

ÖZET

Gastronomi turizmi hakkında yapılan çalışmalar gıda ile ilgili tüm alanları kapsayabilmektedir. Turistik destinasyonların çekiciliğini artıran gastronomi çalışmaları arasında gastronomi rotaları da yer almaktadır. Turistlerin seyahat motivasyonlarında önemli bir etken olan yerel mutfak kültürleri gastronomi rotaları ile planlı bir şekilde tanıtılabilmektedir. Bu çalışmanın amacı, ulusal literatürde teorik olarak geliştirilmiş gastronomi rotaları hakkındaki çalışmaları incelemektir. Akademik çalışmalar arasında gastronomi rotaları hakkında yapılmış makaleler, yüksek lisans ve doktora tezleri araştırmaya dâhil edilmiştir. 2023 yılı temmuz ayında yapılan araştırma sonucunda DergiPark ile Ulusal Tez Merkezi'nde yayımlanmış ve ulaşılabilir çalışmalar arasında 7 makale, 4 yüksek lisans tezi ve 2 doktora tezi olmak üzere toplam 13 teorik gastronomi rotası çalışması bulunmaktadır. Bu rotalar üzerinde yerel değerler arasında gıda ürünleri, yerel mimari, tesisler ve etkinlikler incelenmiştir. Türkiye genelinde 12 ilde oluşturulan gastronomi rotaları faklı bölgelerde yer almıştır. Yıllara göre araştırmaların dağılımı göz önünde bulundurulduğunda, günümüze

yaklaştıkça yapılan çalışmaların arttığı görülmektedir. Hatta, aynı turistik destinasyon hakkında farklı çalışmalar da yapılmıştır. Rotalarda öne çıkan unsur yerel mutfak kültürüne ait ürünlerin tanıtılmasıdır. Gastronomi rotaları hakkındaki artan ilginin teorik düzeyde tespiti yapıldığından, sektöre uygulanabilir çıktıların derlenmesi bakımından bu çalışma gastronomi turizmi uygulamalarına ve seyahat acentelerine ışık tutabilir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Turizmi, Yerel Mutfak Kültürü, Gastronomi Rotası, Turistik Destinasyon, Seyahat.

SOSYAL MEDYA KULLANIMININ GASTRONOMİ TURİZMİNE ETİ DÜZEYİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Dr. Öğretim Üyesi Muhabbet ÇELİK

Yozgat Bozok Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-6534-5283

E-posta: muhabbet.celik@bozok.edu.tr

ABSTRACT

Travels for gastronomic purposes have increased in recent years and this situation ensures that gastronomic products belonging to tourism destinations come to the fore. As it is known, one of the most effective communication elements of today is social media tools. Therefore, the most practical and easiest way to obtain information about the gastronomic elements of a destination can be through social media tools. From this point of view, the aim of the study is to determine the effect level of social media use on gastronomy tourism. The research data were obtained by applying a questionnaire to 200 people living in Yozgat and using social media. In the analysis of the research data, statistical values of the demographic characteristics of the participants and their views on the level of influence of social media tools on gastronomic tourism were included. T-test and Anova test analysis results regarding the variables of the demographic characteristics of the participants and the effect level of social media tools on gastronomy tourism are included. As a result of the research, it has been determined that most of the participants use Instagram to gain gastronomic interest, and the level of social media influence of female participants is higher than male participants. In addition, it has been determined that primary school graduates and the unemployed have a more positive effect on social media.

Keywords: Gastronomy Tourism, Social Media, Impact Level.

ÖZET

Son yıllarda gastronomik amaçlı seyahatler artış göstermekte ve bu durum turizm destinasyonlarına ait gastronomik ürünlerin ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Bilindiği üzere günümüzün en etkili iletişim unsurlarından birini sosyal medya araçları oluşturmaktadır. Dolayısıyla bir destinasyona ait gastronomik unsurlarla ilgili bilgi edinmenin en pratik ve kolay yolu sosyal medya araçları sayesinde olabilmektedir. Buradan hareketle çalışmanın amacını sosyal medya kullanımının gastronomi turizmine etki düzeyini tespit etmek oluşturmaktadır. Araştırma verileri Yozgat'ta yaşayan ve sosyal medya kullanan 200 kişiye anket formu uygulanarak elde edilmiştir. Araştırma verilerinin analizinde katılımcıların demografik özellikleri ile sosyal medya araçlarının gastronomi turizmine etki düzeyine ilişkin görüşlerine ait istatistiki değerlere yer verilmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerine ait değişkenler ile

sosyal medya araçlarının gastronomi turizmine etki düzeyine ilişkin T-testi ve Anova testi analiz sonuçları yer almaktadır. Araştırma sonucunda katılımcıların çoğunun gastronomik ilgi edinmek için instagram kullandıkları, kadın katılımcıların erkek katılımcılara kıyasla sosyal medya etki düzeyinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca ilköğretim mezunlarının ve işsizlerin sosyal medya etki düzeyinin daha olumlu olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Turizmi, Sosyal Medya, Etki Düzeyi.

YİYECEK VE İÇECEK İŞLEMLERİNE YÖNELİK KARAR VERME SÜRECİNDE Z KUŞAĞININ SOSYAL MEDYA KULLANIMI

Doç. Dr. İlker TÜRKERİ

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-2245-849

E-posta: ilker.turkeri@comu.edu.tr

ABSTRACT

Food and beverage (F&B) enterprises; It is the whole process of supplying F&B services with activities such as purchasing, storage, production and providing these services to its customers. Quality service can be provided in a reliable and friendly environment, with efficiency where hospitality is at the forefront. However, if the tastes offered in F&B enterprises are supported by service quality, customer loyalty can be created and a competitive advantage can be gained in the sector with positive word of mouth marketing by customers. Today, the most common platform that customers use for this purpose is social media. In addition to this, many enterprises use social media to keep in touch with their existing customers, gain new customers, create an environment of trust, and renew and improve their brand image. This study, aims to reveal the effect of social media on the Generation Z consumers' decisions regarding choice of F&B enterprise. The results of sthe study showa that generation Z hesitate tos hare their experience, opinions or thoughts about F&B enterprises that visited before but contrary to this they are affected from social media in decision making process of F&B enterprises.

Keywords: Generation Z, Social Media, Food and Beverage Enterprises.

ÖZET

Yiyecek içecek hizmetleri; satın alma, depolama, üretim gibi faaliyetlerle yiyecek içecek hizmetlerini tedarik etme ve bu hizmetleri müşterilerine sunma sürecinin tümü olarak adlandırılır. Misafirperverliğin ön planda olduğu verimle, güvenirlir ve samimi bir ortam ile kaliteli hizmet sunulabilmektedir. Bununla birlikte, yiyecek içecek işletmelerinde sunulan lezzetler servis kalitesi ile desteklenirse müşteri sadakati oluşturulabilir ve müşterilerin yaptığı olumlu ağızdan ağıza pazarama ile sektöre rekabet avantajı elde edilebilir. Günümüzde müşterilerin bu amaçla kullandıkları en yaygın platform ise sosyal medyadır. Aynı zamanda birçok işletme mevcut müşterileriyle iletişimde olmak, yeni müşteriler kazanmak, güven ortamı sağlamak ve marka imajlarını yenileyip geliştirmek için sosyal medyayı kullanmaktadır. Bu çalışma, Z kuşağının yiyecek ve içecek işletmelesi tercihilerine ilişkin kararlarında sosyal medyanın etkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırmanın sonuçları, Z kuşağının daha önce ziyaret ettikleri yeme-içme işletmeleri ile ilgili deneyimlerini, görüşlerini veya düşüncelerini paylaşmaktan çekindiklerini, bunun aksine yeme-içme işletmelerinin karar verme sürecinde sosyal medyadan etkilendiklerini göstermektedir.

Anahtar kelimeler: Z Kuşağı, Sosyal Medya, Yiyecek İçecek İşletmesi.

SEYAHAT DENEYİMİNDE GASTRONOMİNİN ETKİSİ

Muhammed TAŞ

Dr. Öğretim Üyesi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu

ORCID: 0000-0002-5789-2826

E-posta: muhammed.tas@erzincan.edu.tr

Gürkan ALAGÖZ

Dr. Öğretim Üyesi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu

ORCID: 0000-0002-7446-6220

E-posta: galagoz@erzincan.edu.tr

ABSTRACT

There are many reasons that lead people to travel. The tourism resources of the destinations have a very important place in the choice of a destination, in its revisit and in the intention of recommending it to people. One of these important sources is the gastronomic products of the destination. Therefore, the aim of the study is; To measure the effects of gastronomic items experienced during travel on attitudes and future behaviors. For this purpose, 540 samples were reached by the survey technique throughout Türkiye. Obtained results; The results show that gastronomic experiences are effective in overall travel satisfaction and positive gastronomic experiences increase the intention to revisit and recommend. Another important result is gastronomic elements in the travel experience differ according to gender, generations, and travel frequency. In addition, gastronomic products; It is understood that it is purchased as a gift or for pleasure at home, it is an important part of travel memories by creating a lasting effect, and it is ordered when travel is not possible**.**

Keywords: Gastronomy Tourism, Travel Experience, Intention to Recommendation, Satisfaction

ÖZET

İnsanları seyahate yönelten pek çok sebep vardır. Bir destinasyonun tercihinde, tekrar ziyaret edilmesinde ve insanlara tavsiye etme niyetinde destinasyonların sahip olduğu turizm kaynakları oldukça önemli yere sahiptir. Bu önemli kaynaklardan biri de destinasyonun sahip olduğu gastronomik ürünlerdir. Bu nedenle çalışmanın amacı; seyahat esnasında deneyimlenen gastronomik öğelerin tutumlara ve gelecekteki davranışlara olan etkilerini ölçmektir. Bu amaç doğrultusunda Türkiye genelinde anket tekniğiyle 540 örnekleme ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar; genel seyahat memnuniyetinde gastronomik deneyimlerin etkili olduğu ve olumlu gastronomik deneyimlerin tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyetini arttırdığını göstermektedir. Bir diğer önemli sonuç ise; seyahat deneyiminde gastronomik unsurların cinsiyete, kuşaklara ve seyahat sıklığına göre farklılık göstermesidir. Ayrıca gastronomik ürünlerin; hediye olarak veya evde keyif amacıyla satın alındığı, kalıcı etki oluşturarak seyahat anılarının önemli bir parçası olduğu ve seyahate çıkılamayan zamanlarda sipariş verildiği anlaşılmaktadır.

Anahtar Kelime: Gastronomi Turizmi, Seyahat Deneyimi, Tavsiye Etme niyeti, Memnuniyet

VEGANLARIN BESLENME ALIŞKANLIKLARI VE BİTKİSEL BAZLI SÜT TERCİHLERİNE YÖNELİK ARAŞTIRMA

Zülal BÜYÜK

Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

ORCID: 0000-0002-2488-9161

E-posta: 226248009@kocaeli.edu.tr

Selda UCA

Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-9308-9184

E-posta: selda.uca@kocaeli.edu.tr

Dilek DÜLGER ALTINER

Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-7043-2883

E-posta: dilek.dulger@kocaeli.edu.tr

ABSTRACT

The subject of our research is the plant-based dairy preferences of vegan individuals and the factors that affect these preferences. Although veganism is becoming more widespread, the variety of vegan dairy products is still not at the level of accessibility that consumers want. This study intends to determine the plant-based dairies that appeal to vegan consumers, their preferences, and their reasons. This endeavor will yield valuable insights conducive to developing plant-based products, concurrently augmenting the extant albeit restricted scholarly discourse in this domain. The study's scope encompasses individuals adhering to a vegan lifestyle. The study's participant cohort comprises 19 individuals affiliated with virtual vegan communities. During the interview phase, subject-matter experts curated a set of 10 inquiries that presents to the respondents within the framework of the study. The ensuing interview-generated dataset underwent analysis through the thematic analysis methodology. Scrutiny of the conclusions derived from the research outcomes reveals that the participants' adoption of veganism is motivated by health considerations, the ethical preclusion of animal exploitation, and ecological considerations. The investigation ascertained that almond milk is the preferred choice among vegan respondents. It unveiled the underlying rationales for this preference. In addition, the study yielded insights concerning participants' discernments and viewpoints regarding plant-based milk alternatives. These findings prompted participants to highlight specific issues and standpoints of significance, including additives, added sugars, pricing, availability, local sourcing, and the general lack of awareness concerning plant-based dairy alternatives. Addressing these pertinent issues underscored by participants is anticipated to facilitate the broader dissemination of plant-based dairy alternatives among wider audiences.

Keywords: Veganism, Functional Foods, Plant-Based Milks

ÖZET

Günümüzde veganlık giderek yayılmasına rağmen vegan süt ürünlerindeki çeşitlilik hala tüketicilerin istediği düzeyde ve ulaşılabilirlikte değildir. Çalışmanın konusu vegan bireylerin bitkisel bazlı süt tercihleri ve bu tercihleri üzerinde etkili olan faktörlerdir. Bu çalışmayla, vegan tüketicilerin hangi bitkisel bazlı sütleri tercih ettiği

ya da etmediği nedenleriyle birlikte tespit edilerek vegan ürün geliştirme çalıştırmalarına yol gösterici olmak, bunun yanında konuyla ilgili sınırlı olan literatüre katkı sağlamak amaçlanmıştır. Araştırmanın evrenini vegan olan kişiler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklem grubunu ise internet üzerindeki vegan gruplara dahil olan 19 kişi oluşturmaktadır. Görüşme sürecinde katılımcılara uzman görüşüyle hazırlanmış olan 10 soru yöneltilmiştir. Görüşme sonucunda elde edilen veriler tematik analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde katılımcıların, sağlık, hayvanların sömürülmesine engel olma ve ekolojik faktörlerden dolayı vegan oldukları görülmektedir. Ayrıca araştırma bulgularına göre vegan katılımcıların en çok tercih ettiği bitkisel bazlı sütün badem sütü olduğu nedenleriyle birlikte ortaya konulmuştur. Bunların dışında katılımcıların, bitkisel sütlerle ilgili hassasiyetleri vurgulamak istedikleri konular ve görüşleriyle ilgili bulgular da elde edilmiştir. Elde edilen bulgular sonucunda katılımcıların bitkisel bazlı sütler konusunda en çok katkı maddeleri, şeker ilavesi, fiyat, ulaşılabilirlik, yerel üretim ve bitkisel bazlı sütlerleler ilgili halkın yeterince bilinçlendirilmemesi gibi konulara dikkat çekmek istedikleri görülmüştür. Katılımcıların vurgulamak istediği konular hakkında gerekenler yapılabilirse, bitkisel bazlı sütlerin daha geniş kitlelere ulaşabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Veganlık, Fonksiyonel Gıdalar, Bitkisel Bazlı Sütler

COĞRAFİ İŞARETLİ GASTRONOMİ ÜRÜNLERİNİN BULUNDUKLARI DESTİNASYONUN GELİŞMESİNE KATKILARI: TRABZON İLİ ÖRNEĞİ

Didem BAYRAK

Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

ORCID: 0000-0003-3906-3431

E-posta: didembayrak5@gmail.com

Cavit YAVUZ

Prof.Dr., Ordu Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0001-9279-1740

E-posta: yavuzcavit@hotmail.com

ABSTRACT

Destinations aiming to secure a larger share of tourism revenue should focus not only on developing tourism products but also on preserving these products. Geographical indications contribute to the development, diversification, and protection of tourism products. A geographical indication is a form of registration, marking, or labeling that indicates the origin of a product, highlighting its distinct characteristics from others. It safeguards the producer, the product, and the region. Transferring culinary culture to future generations positively impacts tourists' culinary desires, leading them to choose the same destination again and creating awareness. This study aims to evaluate the geographical indication potential of Trabzon province in terms of gastronomic tourism. It is conducted through qualitative research and document analysis. Currently, Trabzon province has 12 products with geographical indications. However, the number of products registered with geographical indications, both in Turkey and in Trabzon province, has not yet reached the desired level.

Keywords: Geographical Indicated Products, Gastronomy Tourism, Destination, Trabzon

ÖZET

Turizm gelirlerinden daha büyük bir pay elde etmek isteyen destinasyonlar, turizm ürünleri geliştirmekle birlikte, bu ürünlerin korunmasına da önem vermelidir. Coğrafi işaretler, turizm ürünlerinin geliştirilmesi, çeşitlendirilmesi ve korunmasına katkı sağlamaktadır. Coğrafi işaret, bir ürünün menşeini gösteren, karakteristik özellikleriyle diğerlerinden farklı olduğunu gösteren tescil, işaret veya etiketleme yoluyla üreticiyi, ürünü ve bölgeyi koruma altına almaktadır. Yemek kültürünün gelecek nesillere aktarılması, turistlerin yeme arzusunu olumlu yönde etkileyerek aynı destinasyonu tekrar tercih etmelerine ve farkındalık yaratmaya yardımcı olmaktadır. Bu çalışma, Trabzon ilinin gastronomi turizmi açısından coğrafi işaret potansiyelini değerlendirmek amacıyla nitel araştırma ve doküman araştırmasına dayalı analizler kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Trabzon ilinde şu anda coğrafi işaret almış 12 adet ürün bulunmaktadır. Ancak, Türkiye genelinde ve Trabzon ilinde coğrafi işaret ile tescillenmiş ürün sayısı hala istenen düzeye ulaşmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaretli Ürünler, Gastronomi Turizmi, Destinasyon, Trabzon

COĞRAFİ İŞARETLİ AMASYA MİSKET ELMASI İLE SAĞLIKLI ATIŞTIRMALIK ÜRÜN GELİŞTİRİLMESİ

Melda GAZELCİ

Doktora Öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-5865-3843

E-posta: melda.gazelci@hbv.edu.tr

Semra AKAR ŞAHİNGÖZ

Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0001-6727-5277

E-posta: semra.sahingoz@hbv.edu.tr

ABSTRACT

In today's world, many people tend to eat healthy. In this process, the foods consumed are important and individuals are in search of alternative food products. This study aims to develop an alternative food product that can be consumed as a healthy snack. In the preparation of snack products, the Amasya muscatel apple, which is famous all around the world, was used from geographically indicated products so as to support especially local fruit producers and support sustainability. Amasya muscatel apple is important both in terms of cultural and gastronomic ways. With this type of apple, food products were prepared in order to develop healthy snack products and these products were evaluated by panellists. Evaluations of the products were made in the form of appearance, texture, smell, taste and general evaluation using the sensory analysis form. By the suggestion of the panellists, changes were made in the proportions of the ingredients used. As a result of the evaluations, the last product prepared using gelatin had the highest number of appreciation points, and the panellists named this product the apple dream because of the marketing potential of the product.

Keywords: Geographical Indication, Amasya, Healthy Snack, Product Development

ÖZET

Günümüzde artık birçok kişi sağlıklı beslenme eğilimindedir. Bu süreçte tüketilen besinler önem taşımakta ve bireyler alternatif gıda ürünleri arayışına girmektedirler. Bu çalışmada, sağlıklı atıştırmalık olarak tüketilebilecek alternatif bir gıda ürünü geliştirilmesi amaçlanmıştır. Atıştırmalık ürünlerin hazırlanmasında özellikle yerel meyve üreticilerinin de desteklenmesi ve sürdürülebilirliğe destek olmak amacıyla coğrafi işaretli ürünlerden dünya genelinde üne sahip olan Amasya misket elmasından yararlanılmıştır. Amasya misket elması hem kültürel açıdan hem de gastronomi açısından önem arz etmektedir. Bu elma türü ile sağlıklı atıştırmalık ürün geliştirmek amacıyla gıda ürünleri hazırlanmış ve bu ürünler panelistler tarafından değerlendirilmiştir. Ürünlerin değerlendirmeleri duyusal analiz formu kullanılarak görünüş, doku, koku, lezzet ve genel değerlendirme şeklinde yapılmıştır. Panelistlerin önerisiyle, kullanılan malzemelerin oranlarında değişiklikler yapılmıştır. Bu değerlendirmeler sonucunda jelatin kullanılarak hazırlanan son ürün en çok beğeni puanına sahip olmuştur ve panelistler ürünün pazarlama potansiyeli bulunması nedeniyle elde edilen bu ürüne elma rüyası adını vermişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaret, Amasya, Sağlıklı Atıştırmalık, Ürün Geliştirme

ÇİN MUTFAĞINDA ÇALIŞAN AŞÇILARIN YİN-YANG FELSEFESİ BAĞLAMINDA ÇİN MUTFAĞI HAKKINDAKİ BİLGİ DÜZEYLERİNİN ARAŞTIRILMASI

Berre Zeynep UÇAN KAYAALP

Öğr. Gör., İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Meslek Yüksek Okulu

ORCİD: 0000-0003-1180-3100

E-posta: berrezeynepucan@esenyurt.edu.tr

Düriye BOZOK

Prof.Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCİD: 0000-0002-3703-6918

E-posta: dbozok@balikesir.edu.tr

ABSTRACT

It is thought that it is important to measure the knowledge level of the cooks working in the Chinese cuisine about the Yin-Yang philosophy, which is the basis of the Chinese cuisine. This study was carried out to determine the level of knowledge of the cooks working in Chinese cuisine about Chinese cuisine in the context of Yin Yang philosophy. When the relevant literature is examined, it is seen that the studies that deal with the Yin-Yang philosophy in the gastronomic sense are in the minority; No study has been found that measures the level of knowledge of cooks working in Chinese cuisine about the Yin Yang philosophy, which forms the basis of Chinese cuisine. For this reason, it is thought that the study is important in terms of both considering the Yin-Yang philosophy in terms of gastronomy and measuring the knowledge level of the chefs working in the Chinese cuisine. To obtain data, the online survey was applied to 402 chefs working in restaurants serving Chinese cuisine. As a result of the analysis of the data obtained, the level of knowledge of the cooks participating in the research about Chinese cuisine is above the average; Their level of knowledge about Yin-Yang philosophy is low; It was determined that the level of knowledge about Yin-Yang philosophy was below the average.

Keywords: Chinese cuisine, Yin-Yang philosophy, gastronomy

ÖZET

Çin mutfağında çalışan aşçıların, Çin mutfağının temelini oluşturan Yin-Yang felsefesine yönelik bilgi düzeylerinin ölçülmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Bu çalışma Çin mutfağında çalışan aşçıların Yin-Yang felsefesi bağlamında, Çin mutfağı hakkındaki bilgi düzeylerinin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. İlgili alan yazın incelendiğinde Yin-Yang felsefesini gastronomik anlamda ele alan çalışmaların azınlıkta olduğu görülürken; Çin mutfağında çalışan aşçıların, Çin mutfağının temelini oluşturan Yin-Yang felsefesi hakkında bilgi seviyesini ölçen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bundan dolayı çalışmanın, hem Yin-Yang felsefesini gastronomi açısından ele alması hem de Çin mutfağında çalışan aşçıların, çalıştıkları mutfağa yönelik bilgi düzeylerini ölçmesi yönüyle önem arz ettiği düşünülmektedir. Veri elde etmek için, online olarak gerçekleştirilen anket, Çin mutfağı hizmeti veren restoranlarda görev yapan 402 aşçıya uygulanmıştır. Elde edilen verilerin analizi

sonucunda araştırmaya katılan aşçıların, Çin mutfağı hakkındaki bilgi düzeylerinin ortalamanın üzerinde; Yin-Yang felsefesi hakkındaki bilgi düzeylerinin düşük; Yin-Yang felsefesi hakkındaki bilgi düzeylerinin ise ortalamanın altında olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Çin Mutfağı, Yin-Yang felsefesi, gastronomi

COĞRAFİ İŞARETLİ KÖFTELERİN REÇETE FARKLILIKLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ: EGE BÖLGESİ KÖFTELERİ

Seren KAVAS

Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

ORCID: 0000-0002-8551-4443

E-posta: serenkavas@gmail.com

Turgay BUCAK

Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

ORCID: 0000-0002-4901-2673

E-posta: turgay.bucak@deu.edu.tr

Eylem Ezgi FADILOĞLU

Dr. Öğretim Üyesi, Yaşar Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

ORCID: 0000-0002-7887-298X

E-posta: ezgi. fadiloglu@yasar.edu.tr

ABSTRACT

As of July 2023, there are 48 meatballs with registered geographical indications in Turkey and 13 in the Aegean region. The study revealed a notable research gap concerning meatballs in Turkey, despite its extensive variety of meatball offerings compared to global cuisines. Upon querying online databases, the situation deteriorates further, revealing a marked absence of scholarly inquiries addressing the nuances of culinary culture, particularly in relation to the domain of meatballs. Conforming to the examined literature, no study has been found in this context. For this reason, it can be stated that the study is unique in terms of contributing to the literature The main objective of the study is to determine the recipe differences of meatballs with registered geographical indication belonging to the Aegean region. A qualitative study was conducted for this purpose. The data obtained in the qualitative analysis method were subjected to content analysis. Face-to-face interviews were conducted with a purposively sampled group of 20 participants. Semi-structured interview was preferred as the data collection method. In line with the findings, the rich diversity of the Aegean region's cuisine was emphasized, especially when differences in recipes between the Coastal Aegean provinces and the Inner Aegean provinces were identified.

Keywords: Aegean Region, Geographical Indication, Recipe, Meatball.

ÖZET

Temmuz 2023 itibariyle Türkiye genelinde 48 (adet) Ege bölgesinde ise 13 (adet) coğrafi işaret tescilli köfte bulunmaktadır. Dünya mutfaklarına kıyasla en çok köfte çeşidinin bulunduğu Türkiye'de köfteler ile ilgili literatürde önemli ölçüde eksiklik bulunduğu tespit edilmiştir. İnternet ortamında veri tabanları taratıldığında ise durum çok daha kötü olup, mutfak kültürü ve köfteleri kapsayan neredeyse hiç çalışma bulunmamaktadır. Coğrafi işaret tescilli köftelerin bölgesel çapta ele alındığı bir çalışmaya da rastlanmamıştır. Bu sebeple çalışmanın literatüre katkı sağlaması açısından özgün olduğu belirtilebilir. Çalışmanın temel amacı, Ege bölgesine ait olan coğrafi işaret tescilli köftelerin reçete farklılıklarının belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda nitel bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Nitel analiz yöntemiyle gerçekleştirilen çalışmada elde edilen veriler, içerik analizine tabi tutulmuştur. Amaçlı

örnekleme yöntemi ile seçilen 20 kişi ile yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış görüşme tercih edilmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda özellikle Kıyı Ege illeri ile İç Ege illeri arasında reçete farklılıkları tespit edilirken Ege bölgesi mutfağının zengin çeşitliliği vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ege Bölgesi, Coğrafi İşaret, Reçete, Köfte

SÖZLÜ VE YAZILI KÜLTÜRDE KÖFTELERİN YERİ

Seren KAVAS

Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

ORCID: 0000-0002-8551-4443

E-posta: serenkavas@gmail.com

Turgay BUCAK

Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

ORCID: 0000-0002-4901-2673

E-posta: turgay.bucak@deu.edu.tr

ABSTRACT

Food is a basic need that means not only to survive and physiologically feeding but also, in mental basis; cultural, social and emotional need. Food affects both life styles and cultures. Recipes, food stories, songs, epos and couplets; in sum all the verbal and written culture about food, which are derived from generation to generation undertake mediation role of reaching to kitchen culture, geographical effects on food culture, taste and table manners. Those verbal and written culture about food, which carries the role of intangible cultural heritage, have systematically been derived from generation to generation either in written or verbal form. The purpose of this study is to conceptually analyse about written and verbal products related to meatball in Turkish culture, which took its place as a main course.

Keywords: Verbal Culture, Written Culture, Meatball

ÖZET

Yemek, canlıların hayatlarını devam ettirebilmeleri için gerekli ve fizyolojik olarak beslenme anlamının yanı sıra ruhsal boyutuyla değerlendirildiğinde ise kültürel, sosyal ve duygusal bir gereksinimdir. Toplumların yaşam biçimini etkileyen yemek, toplumların kültürel yaşamlarına da etki etmiştir. Nesiller boyu aktarılan yemek tarifleri, yemek hikayeleri, yemeklerle ilgili şarkılar, destanlar, beyitler kısacası tüm sözlü ve yazılı kültür ürünleri toplulukların mutfak kültürü, coğrafyası, damak tadı ve sofra adabı gibi yemeğin kültürel boyutuna ilişkin bilgilere ulaşılmasında aracı rolü üstlenmişlerdir. Somut olmayan kültürel miras niteliği taşıyan tüm bu eserler sistematik biçimde yazılı veya sözlü olarak nesilden nesile ulaşmışlardır. Bu çalışmanın amacı Türk mutfağında bir yemek grubu olarak yer edinmiş olan köfteler ile ilgili yazılı ve sözlü kültürde yer alan ürünlerin kavramsal olarak incelenmesidir.

Anahtar Kelimeler: Sözlü Kültür, Yazılı Kültür, Köfte

YÖRESEL GASTRONOMİK ÜRÜNLERİN BUTİK ÜRETİM GERÇEKLEŞTİREN KAFELERDE KULLANIMI: EDREMİT YÖRESİ ÖRNEĞİ

Murat DOĞDUBAY

Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0001-5601-6931

E-posta: dogdubay@balikesir.edu.tr

Mehmet SARIOĞLAN

Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0003-4343-1225

E-posta: mehmets@balikesir.edu.tr

Bilal DEVECİ

Doç. Dr., Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0003-3125-6917

E-posta: bdeveci@klu.edu.tr

Necmettin ŞAHİN

Bilim Uzm., Balıkesir Üniversitesi

ORCID:0000-0002-2436-9158

E-posta: necmttnshn25@gmail.com

ABSTRACT

In this study, local gastronomic products in businesses producing boutique cafe service here is a study to determine the level of use. In the research, it will be examined whether local products are used or preferred in boutique cafe enterprises. What are the reasons for the preference of gastronomic products or what they are preferred according to what constitutes the content of the research. Qualitative research method was used in the research and questions were asked to the participants through a semi-structured interview form as a data collection tool. The data obtained were evaluated with the descriptive analysis technique. The universe of the research consists of business owners providing boutique cafe services in Edremit district of Balıkesir province. The interview was carried out with a total of 21 people and 10 questions were asked to the participants. Three themes were created according to the answers obtained.These themes are; The knowledge and use of local products by the operators, the demands and feedbacks of the consumers about the products, the advantages of the local products to the region.

Keywords: Gastronomy, Boutique Cafe, Gastronomic Product, Local Product, Service Production

ÖZET

Bu çalışmada yöresel gastronomik ürünlerin butik üretim gerçekleştiren kafelerde kullanım düzeyini belirlemeye yönelik bir araştırma söz konusudur. Araştırmada butik kafe işletmelerinde yöresel ürünlerin kullanılıp kullanılmadığı ya da tercih edilip edilmediğine yönelik incelemeler yapılmıştır. Gastronomik ürünlerin tercih edilme sebeplerinin neler olduğu ya da neye göre tercih edilip edilmediği araştırmanın içeriğini oluşturmaktadır. Çalışmada Nitel araştırma yöntemi kullanılmış olup veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu üzerinden katılımcılara sorular sorulmuştur. Elde edilen veriler betimsel analiz tekniği ile değerlendirilmiştir. Araştırmanın evrenini Balıkesir İli Edremit İlçesinde butik kafe hizmeti üreten işletme sahipleri oluşturmaktadır. Görüşme toplam 21 kişi ile gerçekleştirilmiş olup katılımcılara 10 adet soru sorulmuştur. Alınan cevaplara göre üç tema oluşturulmuştur. Bu temalar; İşletmecilerin yöresel ürünler hakkında bilgisi ve bu ürünlerin kullanma

durumları, tüketicilerin ürünlerle ilgili talep ve geri bildirimleri, yöresel ürünlerin yöreye sağladığı avantajlar şeklinde olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Butik Kafe, Gastronomik Ürün, Yerel Ürün, Hizmet Üretimi

GASTRONOMİ İÇERİKLİ ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Cevdet AVCIKURT

Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-9169-9763

E-posta: avcikurt@balikesir.edu.tr

Mehmet SARIOĞLAN

Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0003-4343-1225

E-posta: mehmets@balikesir.edu.tr

Necmettin ŞAHİN

Bilim Uzm., Balıkesir Üniversitesi

ORCID:0000-0002-2436-9158

E-posta: necmttnshn25@gmail.com

Yakup DİNÇ

Doç. Dr. Balıkesir Üniversitesi, Ayvalık M.Y.O.

ORCID: 0000-0002-6533-3987

E-posta: yakdin@hotmail.com

ABSTRACT

It is known that gastronomy-related studies have developed significantly, especially in national and international publications recently. In this context, it is important to examine scientific studies with gastronomy content bibliometrically and to determine their orientation. In this direction, the analyzes of academic studies will be made and it will be an important guide for those who will conduct research in this field by revealing the scientific development process and the current situation. Qualitative research method was used in the research and academic studies published in the field of gastronomy were examined with bibliometric analysis. A total of 67 projects in the "Scientific Research Projects Coordinatorship" database of Balıkesir University were handled, and academic studies in the field of gastronomy and food were examined and evaluated with bibliometric analysis.

Keywords: Gastronomy, Tourism, Bibliometric Analysis

ÖZET

Özellikle son zamanlarda ulusal ve uluslararası yayınlarda gastronomi içerikli çalışmaların önemli derecede gelişim gösterdiği bilinmektedir. Bu bağlamda gastronomi içerikli bilimsel çalışmaları bibliyometrik olarak incelemek ve yönelimlerini belirlemek önemli bir husustur. Bu doğrultuda yapılacak olan akademik çalışmaların analizleri gerçekleştirilecek olup, bilimsel gelişim sürecini ve mevcut durumunu ortaya koyarak ve bu alanda araştırma yapacak olanlar için önemli bir yol gösterici olacaktır. Araştırmada Nitel araştırma yöntemi kullanılmış olup gastronomi ile ilgili yayımlanmış akademik çalışmalar bibliyometrik analiz ile incelenmiştir. Balıkesir Üniversitesi, ‘‘Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü’’ veri tabanında yer alan toplamda 67 proje ele alınmış olup, gastronomi ve yiyecek ile ilgili akademik çalışmalar bibliyometrik analiz ile incelenmiş olup değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Turizm, Bibliyometrik Analiz

ZİLLMANN'IN UYARMA TRANSFERİ TEORİSİ KAPSAMINDA GASTRONOMİ

Burak MİL

Prof. Dr., İstanbul Kent Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi

ORCID: 0000-0002-7480-4584

E-posta: burak.mil@kent.edu.tr

Hilal KESKİN

Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Kent Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi

ORCID: 0000-0003-4366-8177

E-posta: hilal.keskin@kent.edu.tr

Münevver KAYA

Arş. Gör., İstanbul Kent Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi

ORCID: 0000-0003-4245-2673

E-posta: munevver.kaya@kent.edu.tr

ABSTRACT

The Excitation Transfer Theory, first described by Zillman (1971), focuses on the physiological manifestations of bodily arousal. Briefly, it expresses the effect of a previous arousal event on subsequent emotional reactions. The theory has been studied in many areas and supportive results have been obtained. This study aims to explain why particular food and beverage experiences are particularly memorable or emotionally impactful. At the same time, the theory, which can be used to make food products permanent in the minds of individuals, constitutes another purpose of the study since it can also be used in the field of gastronomic product marketing. With the help of content analysis in establishing a connection between theory and concepts, the results were presented and suggestions were developed.

Keywords: Excitation transfer theory, gastronomy, gastronomic product marketing

ÖZET

İlk olarak Zillman (1971) tarafından tanımlanan uyarma transferi, bedensel uyarılmanın fizyolojik belirtilerine odaklanmaktadır. Kısaca önceki bir uyarılma olayının sonraki duygusal tepkiler üzerindeki etkisini ifade etmektedir. Teori birçok alanda çalışılmış ve destekleyici sonuçlar elde edilmiştir. Bu çalışmanın amacı belirli yiyecek ve içecek deneyimlerinin neden özellikle unutulmaz veya duygusal olarak etkili olduğunu açıklamaktır. Aynı zamanda gıda ürünlerinin bireylerin aklında kalıcı hale gelmesi için de kullanılabilecek olan teori gastronomik ürün pazarlama alanında da kullanılabileceğinden çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Çalışmada nitel araştırma prensibi ile doküman incelenmiş, konu ile ilgili kaynak taraması yapılmıştır. Teori ve kavramlar arası bağlantı kurmada içerik analizinden yardım alınarak sonuç ortaya konarak öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Uyarma transferi teorisi, gastronomi, gastronomik ürün pazarlaması

TURİZM İŞLETMELERİ YÖNETİCİLERİNİN COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜN BİLGİSİ VE İŞLETME MENÜLERİNDE YER VERME DURUMLARI: SİLİVRİ ÖRNEĞİ

Orhan MUTU

Arş. Gör., İstanbul Rumeli Üniversitesi, Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi

ORCID: 0000-0001-5181-2533

orhan.mutu@rumeli.edu.tr

Ümit SORMAZ

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi ve

Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0001-7514-1500

usormaz@erbakan.edu.tr

Selman BAYRAKCI

Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0003-4012-0907

sbayrakci@erbakan.edu.tr

ABSTRACT

This research was conducted to determine whether tourism establishments serving in Silivri district of Istanbul province include gastronomy products with geographical indications in their menus. Hotel and restaurant managers/operators from tourism establishments operating in Silivri district of Istanbul province were included in the study. The data were collected from 25 volunteer hotel and restaurant managers/operators through face-to-face interviews conducted by the researchers. The collected data were evaluated using frequency analysis. As a result of the research, it was determined that the participants generally did not have information about the geographically marked products, the characteristics and production standards of these products, as well as the geographically marked products of Istanbul province. Nevertheless, those who participated in the research stated that the enterprises include geographically marked products in their menus, that they think that these products contribute more to the enterprise and the region and that the products are interesting for tourism. According to the results of the research, it is suggested that relevant institutions and organizations should provide training to tourism enterprises on the geographical indication system, geographically marked products, the characteristics and standards of these products and their importance for tourism, and the importance of tourism enterprises to present these products in their menus should be emphasized.

Keywords: Tourism, Gastronomy, Gastronomy tourism, Menu, Silivri.

ÖZET

Bu araştırma; İstanbul ili Silivri ilçesinde hizmet veren turizm işletmelerinin menülerinde coğrafi işaret almış gastronomi ürünlerine yer verme durumlarını belirlemek amacıyla yapılmıştır. Araştırmaya İstanbul ili Silivri ilçesinde faaliyet gösteren turizm işletmelerinden otel ve restoran işletmeleri yöneticisi/işletmecileri dahil edilmiştir. Veriler, gönüllü 25 otel ve restoran işletmesi yöneticisi/işletmecilerinden araştırmacılar tarafından yapılan yüz yüze görüşmeler sonucunda toplanmıştır. Toplanan veriler, frekans analizi kullanılarak değerlendirilmiştir. Araştırmanın sonucunda; genel olarak katılımcıların coğrafi işaretli ürünler, bu ürünlerin özellikleri ve üretim standartları hakkında bilgi sahibi olmadıklarının yanı sıra İstanbul ilinin sahip olduğu coğrafi işaretli ürünler hakkında

da bilgi sahibi olmadıkları belirlenmiştir. Buna rağmen araştırmaya katılım gösterenler, işletmelerin menülerinde coğrafi işaretli ürünlere yer verdiklerini, bu ürünlerin işletmeye ve bölgeye daha fazla katkı sağladığını düşündüklerini ve ürünlerin turizm açısından ilgi çekici olduğunu belirtmişlerdir. Araştırma sonucuna göre turizm işletmelerine coğrafi işaret sistemi, coğrafi işaretli ürünler, bu ürünlerin özellikleri ve standartları ile turizm açısından önemini belirten eğitimlerin ilgili kurum ve kuruluşlarca verilmesi gerektiği, turizm işletmelerinin bu ürünleri menülerinde sunmalarının öneminin vurgulanması gerektiği önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Gastronomi, Gastronomi turizmi, Menü, Silivri.

PELVERDİDEN LOKUMA: YÖRESEL BİR LEZZET OLAN KASTAMONU ELMA EĞŞİSİ İLE GLÜTENSİZ LOKUM GELİŞTİRİLMESİ

Demet GÜNER

Arş. Gör. Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0003-0691-5562

E-posta: demettas@kastamonu.edu.tr

Hakkı ÇILGINOĞLU

Dr. Öğretim Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-6787-3397

E-posta: hcilginoglu@kastamonu.edu.tr

Umut Turhan ARKUN

Lisans Öğrencisi, Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi

E-posta: umutturhanarkun37@gmail.com

ABSTRACT

The research aimed to develop a gluten-free Turkish delight variety with Kastamonu apple concentrate, a local flavor. The results of the trials based on the original recipe were examined in detail how it affected Turkish delight in terms of taste, texture, color, smell, and general impression. In the first trial, it was aimed to maintain the fluid property of the original recipe by reducing the amount of water. Date palm juice was added to balance the predominant taste, but this experiment gave negative results in terms of taste and texture. In the second experiment, more favorable results were obtained by using a diluted apple concentrate and erythritol (natural sweetener). For the Turkish delight trials, sensory analysis training was given to 15 volunteer students from Kastamonu University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts. A trained panelist group of 13 people have formed among the students who were successful in these trainings. These panelists have evaluated Turkish delight based on criteria such as color, shape, homogeneity, texture, and smell. In addition, the taste of Turkish delight was interpreted through an open-ended question. The quantitative data obtained were analyzed on the Radar chart of the Microsoft Excel Program and the qualitative data were analyzed on the hierarchical code subcode model of the MAXQDA program. The data obtained from sensory tests provide important information for product development and improvement. As a result, according to the panelists' evaluations, L1 Turkish delight was evaluated negatively, especially due to its sourness and dominant sour taste. L2 received more favorable results by reducing the amount of sourness. Although the L2 product gave more positive results in terms of flavor than L1, a perfect result could not be reached due to the research constraints.

Keywords: Gluten, Kastamonu Apple Concentrate, Turkish Delight, Sensory Analysis, Celiac

ÖZET

Araştırmada yöresel bir lezzet olan Kastamonu elma eğşisi ile glütensiz bir lokum çeşidinin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Orijinal reçete temel alınarak yapılan denemelerin sonuçları lokumları tat, doku, renk, koku ve genel izlenim açısından nasıl etkilediğini ayrıntılı bir şekilde incelemiştir. İlk denemede orijinal reçetenin su

miktarının azaltılması ile eğşinin akışkan özelliğinin korunması amaçlanmıştır. Hurma suyu eklenerek eğşinin baskın tadı dengelemeye çalışılmış, ancak bu deneme tat ve doku açısından olumsuz sonuçlar vermiştir. İkinci denemede sulandırılmış elma konsantresi ve eritrol (doğal tatlandırıcı) kullanılarak daha olumlu sonuçlar elde edilmiştir. Lokum denemeleri için Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünden gönüllü olan 15 öğrenciye duyusal analiz eğitimi verilmiştir. Bu eğitimlerden başarılı olan öğrenciler arasından 13 kişilik eğitimli bir panelist grubu oluşturulmuştur. Bu panelistler lokumları renk, şekil, homojenlik, doku ve koku gibi ölçütler üzerinden değerlendirmiştir. Ayrıca, lokumların tadı açık uçlu bir soru üzerinden yorumlanmıştır. Elde edilen nicel veriler Microsoft Excel Programının Radar grafiği üzerinde, nitel veriler ise MAXQDA programının hiyerarşik kod alt kod modeli üzerinde analiz edilmiştir. Duyusal testlerden elde edilen veriler, ürünün geliştirilmesi ve iyileştirilmesi için önemli bilgiler sunmaktadır. Sonuç olarak panelistlerin değerlendirmelerine göre, L1 lokumu özellikle ekşilik ve baskın eğşi tadı nedeniyle olumsuz değerlendirilmiştir. L2 ise ekşilik miktarının azaltılmasıyla daha olumlu sonuçlar almıştır. L2 ürünü L1'e göre lezzet açısından daha olumlu sonuçlar vermesine rağmen araştırma kısıtları gereği yine de tam olarak mükemmel bir sonuca ulaşılamamıştır.

Anahtar Kelimeler: Glüten, Kastamonu Elma Eğşisi, Lokum, Duyusal Analiz, Çölyak

GASTRONOMİ ÖĞRENCİLERİNİN ŞARAP DERSİNE BAKIŞ AÇILARINI DEĞERLENDİRME ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Sıla LAÇİN

Arş. Gör. Maltepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi

ORCID: 0000-0003-0401-9668

E-posta: silalacin@maltepe.edu.tr

İsmet Kutay SIRIKLI

Öğr. Gör. Topkapı Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi

ORCID: 0000-0002-3736-2721

E-posta: ismetkutaysirikli@topkapı.edu.tr

ABSTRACT

In recent years, it is seen that studies on gastronomy education and its scope have increased. Wine science courses, which are one of the basic courses in gastronomy education all over the world, are included in only 17 universities in Turkey. In this context, the aim of the study is to examine the perspectives of gastronomy students about wine lessons. In accordance with the purpose of the study, 16 students from the gastronomy and culinary arts department of a university that does not have a wine course in the curriculum were selected as a sample by stratified sampling method. Semi-structured interviews were conducted with the students. The interviews were deciphered and subjected to content analysis with an online qualitative data analysis program. As a result of the content analysis, it was revealed that the students had little or no knowledge of wine. In the findings related to the necessity and importance of wine lessons, it has been determined that wine lessons must be included in the curriculum and wine is important within the scope of gastronomy. In addition, it was revealed that the participants thought that receiving wine training was also necessary in terms of meeting the needs of the sector.

Keywords: Gastronomy student, Wine, Gastronomy education, Wine education, Wine lesson

ÖZET

Son yıllarda gastronomi eğitimine ve kapsamına dair yapılan çalışmaların arttığı görülmektedir. Tüm dünyada gastronomi eğitimi içerisinde temel derslerden olan şarap bilimi dersleri Türkiye'de üniversitelerin yalnızca 17 tanesinde yer almaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı gastronomi öğrencilerinin şarap dersleri ile ilgili bakış açılarını incelemektir. Çalışmanın amacına uygun olarak müfredatında şarap dersi olmayan bir üniversitenin gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerinden tabakalı örnekleme yöntemi ile 16 öğrenci örneklem olarak seçilmiştir. Öğrenciler ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler deşifre edilerek çevrimiçi nitel veri analizi programı ile içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizi sonucunda öğrencilerin şarap bilgisi az veya hiç yok şeklinde olduğu ortaya çıkmıştır. Şarap derslerinin gerekliliği ve önemi ile ilgili bulgularda şarap derslerinin müfredat içerisinde mutlaka bulunması gerektiği, şarabın gastronomi kapsamı içerisinde önemli

olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların şarap eğitimi almanın, sektör ihtiyaçlarını karşılama anlamında da gerekli olduğunu düşündükleri ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi öğrencileri, Şarap, Gastronomi eğitimi, Şarap dersi, Şarap eğitimi

KAPADOKYAYI ZIYARET EDEN YABANCI TURISTLERIN ŞARAP TURIZMI BAĞLAMINDA YÖRESEL YEMEK VE ŞARAP EŞLEŞTIRMELERININ INCELENMESI

İsmet Kutay SIRIKLI

Öğr. Gör. Topkapı Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi

ORCID: 0000-0002-3736-2721

E-posta: ismetkutaysirikli@topkapı.edu.tr

Sıla LAÇİN

Arş. Gör Maltepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi

ORCID: 0000-0003-0401-9668

E-posta: silalacin@maltepe.edu.tr

ABSTRACT

Research study on the preferences of foreign tourists visiting the Kapadokya region of Turkey in terms of local wine and food pairing. The aim of the research was to understand the sensory and taste preferences of tourists for local wines and their food choices. The study used a qualitative method of descriptive analysis and analyzed 60 restaurant businesses that offer wine and traditional Turkish cuisine. The research analyzed restaurant wine menus, conducted semi-structured interviews with restaurant staff and tourists, and collected tourist reviews from tripadvisor.com. The results showed that popular local wine brands, such as Emir, Kalecik Karası, Narince and Öküzgözü, are served in the restaurants. Tourists mostly consume main dishes, side dishes, and wine together. The most popular dishes paired with wine are testi kebabı, Nevşehir tava, Nevşehir mantısı, and various types of kebab. The findings of the study are discussed in the last section. Kapadokya is an important region in terms of both history and food and culture. It is one of the most visited destinations by foreign tourists in our country. The agricultural production and viticulture of the region have reflected its richness in food and wine culture from the past to the present. The aim of this study is to determine the preferences of foreign tourists visiting the Kapadokya region in terms of local wine and food pairing. Thus, it is attempted to understand the dimensions of food selection with the tourists' sensory and taste preferences for the local wines. Additionally, the gastronomy and wine potential assumed as a strong attraction factor of Nevşehir is evaluated in the context of a tourism destination. To reveal these dimensions, findings were collected through various methods. The research method used is qualitative analysis using descriptive analysis. 60 restaurant businesses were determined for the study. All restaurants have wine service and Turkish cuisine. Firstly, the wine menus of the restaurants were analyzed. Then, two-question semi-structured questionnaires were directed to one person responsible for the businesses and tourists about their wine and food preferences. Finally, foreign tourist comments related to food and wine recommendations on tripadvisor.com were collected from selected restaurants. The findings were presented in the form of themes and examined in the literature. It was seen that in the determined restaurants, high-frequency similar products of the same brands are served. These brands are produced in the region. The most popular wines served in the restaurants are Emir, Kalecik

Karası, Narince and Öküzgözü wines, which are all obtained from locally grown wines. Tourists mostly consume main dishes, side dishes, and wine together. They have paired wine with local dishes and various dishes from Turkish cuisine. The most prominent dishes are testi kebabı, Nevşehir tava, Nevşehir mantısı, and various kebab varieties. The findings of the study are discussed in the last section.

Keywords: Wine Tourism, Wine and Food, Wine Pairing

ÖZET

Kapadokya hem tarihi hem de yemek ve kültürü bakımından önemli bir bölgedir. Ülkemize yabancı turistlerin en çok ziyaret ettiği destinasyonların başında gelmektedir. Bölgenin tarımsal üretimi ve bağcılığı geçmişten günümüze zenginliği yemek ve şarap kültürüne yansımıştır. Bu araştırmanın amacı Kapadokya bölgesini ziyaret eden yabancı turistlerin yöresel şarap tercihleriyle birlikte yemek eşleştirmelerinin belirlenmesidir. Böylelikle bölge şaraplarının turistler tarafından duyusal ve lezzet açısından beğenileriyle birlikte yemek seçimlerindeki boyutlar anlaşılmaya çalışılmaktadır. Ayrıca Nevşehir'in güçlü bir çekici unsuru olarak varsayılan gastronomi ve şarap potansiyelinin turizm destinasyonu bağlamında değerlendirilmektedir. Bu boyutların ortaya çıkarılabilmesi için farklı yollarla bulgular toplanmıştır. Araştırma yöntemi olarak nitel araştırma seçilmiş olup veri analizinde betimsel analiz kullanılmıştır. Çalışma için 60 restoran işletmesi belirlenmiştir. Restoranların hepsi şarap servisi ve Türk Mutfağına sahip işletmelerdir. İlk olarak restoranların şarap menüleri analiz edilmiştir. Daha sonra işletmelerden sorumlu 1 kişiyle turistlerin şarap ve yemek tercihleri üzerine iki soruluk yarı yapılandırılmış soru yöneltilmiştir. Son olarak seçili restoranlara tripadvisor.com sitesi üzerinden yemek ve şarap önerileriyle ilgili yabancı turistlerin yaptıkları yorumlar toplanmıştır. Bulgular temalara halinde sunulmuş ve literatürde incelenmiştir. Sonuçlar belirlenen restoranlarda yüksek oranda aynı markaların benzer ürünleri sunulduğu görülmektedir. Bu markalar bölgede üretim yapmaktadırlar. Restoranlarda servis edilen en popüler şaraplar Emir, Kalecik Karası, Narince ve Öküzgözü şaraplarıdır. Hepsi yine bölgede yetiştirilen üzümlerden elde edilmektedir. Turistler en çok ana yemek, ara sıcak ve soğukla birlikte şarap tüketmektedir. Yöreye özgü yemekler ve Türk Mutfağına ait

çeşitli yemeklerle şarap eşleştirmeleri yapmışlardır. Ön plana çıkan yemekler ise testi kebabı, Nevşehir tava, Nevşehir mantısı, kebap çeşitleridir.

Anahtar Kelimeler: Şarap Turizmi, Şarap ve Yemek, Şarap Eşleştirme

AŞÇILIK ÖĞRENCİLERİNİN ONLİNE VE YÜZ YÜZE DERSLERDE SANAL KAYTARMA DAVRANIŞLARI İLE AKADEMİK BAŞARILARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ: AKSARAY ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

Çağla ÜST CAN

Dr. Öğretim Üyesi Aksaray Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0003-0615-5903

E-posta: caglaustcan@aksaray.edu.tr

Büşra ŞEN AVCU

Öğr. Gör. Aksaray Üniversitesi, Güzelyurt Meslek Yüksekokulu

ORCID: 0000-0001-7902-0394

E-posta: busrasen@aksaray.edu.tr

ABSTRACT

Cyberloafing behavior first emerged as a concept defined in workplaces, but then, with the spread of technological developments and the widespread use of internet-based technologies in educational activities, cyberloafing behavior began to emerge in educational institutions as well. As a result of wasting the time spent in educational institutions, which have an important place in building the future of young people, for non-purpose activities, it will cause both our youth and our country, which we will entrust to them, to face problems. With this in mind, the aim of our study is to determine the levels of cyberloafing behaviors of university students in online and face-to-face lessons, to examine the changes in these levels according to demographic characteristics, and to examine the relationship between students' cyberloafing levels and their academic achievements. For this purpose, the descriptive survey method was preferred in the research and the survey technique, one of the quantitative research methods, was used. The research sample consists of students from the Culinary program of the Hotel, Restaurant, and Catering Services Department at Aksaray University Güzelyurt Vocational School. In this context, 140 students actively enrolled in the 2022-2023 academic year were included in the study. The prepared questionnaire was sent online to 140 students included in the research sample, and the questionnaires of 107 students who participated on a voluntary basis were evaluated. The analysis of the data obtained within the scope of the research was made with the SPSS 25 package program, presented in tables and interpreted in line with the purpose of the research. As a result of the survey; When we examine the differences in cyberloafing behaviors according to gender, age and GPA; It was concluded that there were significant differences in cyberloafing behavior according to each variable.

Keywords; Cyberloafing, University Students, Academic Success

ÖZET

Sanal kaytarma davranışı ilk olarak iş yerlerinde tanımlanan bir kavram olarak ortaya çıkmıştır ancak daha sonra hem teknolojik gelişmelerin yaygınlaşması hem de eğitim öğretim faaliyetlerinde özellikle internet temelli teknolojilerin kullanımının yaygınlaşması ile sanal kaytarma davranışı eğitim kurumlarında da ortaya çıkmaya başlamıştır. Gençlerin geleceğini inşa etmelerinde önemli bir yeri olan eğitim

kurumlarında geçirilen zamanın amaç dışı faaliyetler için harcanması sonucu hem gençlerimizin hem de gençlere emanet edeceğimiz ülkemizin sorunlarla karşı karşıya kalmasına sebep olacaktır. Bu düşünceden hareketle çalışmamızın amacı üniversite öğrencilerinin online ve yüz yüze derslerde sanal kaytarma davranışlarının düzeylerinin belirlenmesi, bu düzeylerin demografik özelliklere göre değişimlerinin incelenmesi ve öğrencilerin sanal kaytarma düzeyleri ile akademik başarıları arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda araştırmada betimsel tarama yöntemi tercih edilmiş ve nicel araştırma metotlarından anket tekniği kullanılmıştır. Araştırma örneklemini Aksaray Üniversitesi Güzelyurt Meslek Yüksekokulu Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri bölümü Aşçılık programı öğrencileri oluşturmaktadır. Bu kapsamda 2022-2023 eğitim-öğretim yılında aktif kayıtlı olan 140 öğrenci araştırmaya dahil edilmiştir. Hazırlanan anket formu araştırma örneklemine dahil edilen 140 öğrenciye online olarak gönderilmiş ve gönüllülük esasına dayalı olarak katılım sağlayan 107 öğrencinin anketi değerlendirmeye alınmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizi SPSS 25 paket programı ile yapılarak tablolar halinde sunulmuş ve araştırmanın amacı doğrultusunda yorumlanmıştır. Anket sonucunda; katılımcıların genel sanal kaytarma davranış ortalamalarının online derste daha yüksek olduğu ve cinsiyet, yaş ve genel ağırlıklı not ortalamasına göre sanal kaytarma davranışlarındaki farklılıkları incelediğimizde; her bir değişkene göre sanal kaytarma davranışında anlamlı farklılıklar olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler; Sanal Kaytarma, Üniversite Öğrencileri, Akademik Başarı

FONKSİYONEL FESLEĞEN TOHUMU DOLGULU ÇİKOLATA

Kemal AKSU

Arş. Gör. Siirt Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

ORCID: 0009-0006-9758-7654

E-posta: kemal.aksu@siirt.edu.tr

Fügen DURLU ÖZKAYA

Prof. Dr. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0003-2893-9557

E-posta: fugen.ozkaya@hbv.edu.tr

ABSTRACT

Chocolate is a food that is enjoyed by a wide range of consumers. Functional nutrition, one of today's dietary habits, is one of the types of nutrition recommended both in preventive medicine and in the treatment of diseases. The flavanoids contained in dark chocolate, according to research, show that chocolate is good for heart health and has anti-cancer effects when consumed to the appropriate extent. This makes dark chocolate a functional product. Another functional product is basil seed. It is a highly effective product due to its herbal Omega 3, dietary fibers and alfalipoic acid. The seeds of this plant, which originates from Asia, have the ability to gel when combined with liquid due to its hydrocolloid structure. Utilizing these properties, kefir, whose functionality comes from its probiotic properties, was combined with basil seeds and prepared as a filling material to be used in chocolate filling. It was aimed to develop a functional chocolate by adding the filling to the dark chocolate coating. Three trials were conducted in total. After the product development studies, the accepted product was subjected to sensory analysis by nine trained panelists on the 1st, 7th, 14th and 21st day to determine its shelf life. In the results obtained from the scale consisting of 5 point bipolar and unipolar scales, it was seen that the general liking results on the first day were $\bar{x}$=4.56; $\bar{x}$=3.67 on the seventh day; $\bar{x}$=3.00 on the fourteenth day and $\bar{x}$=1.67 on the twenty-first day. In the light of these results, a consumer liking test consisting of eighty-one people was applied to the chocolate with the highest liking on the first day. On a 5 point hedonic scale, the highest value was appearance with 4.51 and the lowest was purchase intention with $\bar{x}$=3.98. Values that are very close to and above $\bar{x}$=4 indicate that the product is accepted. According to the results of the consumer liking test, it was seen that the demographic characteristics of the participants had no effect on the test results. At the end of the research, suggestions were made regarding the functionality of basil seed in gastronomy.

Keywords: Chocolate, Senory analyse, Basil seed, Functional, Product development

ÖZET

Çikolata, geniş tüketici kitlesi tarafından sevilerek tüketilen bir gıdadır. Günümüz beslenme alışkanlıklarından biri olan fonksiyonel beslenme, hem önleyici tıpta hem de hastalıkların tedavi sürecinde tavsiye edilen beslenme türlerindendir. Fonksiyonel

gıdalardan biri olan bitter çikolata, içeriğinde bulunan flavanoidler sayesinde uygun ölçüde tüketildiğinde kalp sağlığına iyi geldiği ve kanser önleyici etkileri olduğunu bilinmektedir. Bir başka fonksiyonel ürün ise fesleğen tohumudur. İçeriğinde bulunan bitkisel Omega 3, diyet lifleri ve alfalipoik asit sayesinde oldukça etkili bir üründür. Kökeni Asya olan bu bitkinin tohumlarının hidrokolloid yapısı sebebiyle sıvı ile birleştiğinde jelleşme özelliği bulunmaktadır. Bu özelliklerden faydalanarak fonksiyonelliği probiyotik oluşundan gelen kefir, fesleğen tohumuyla birleştirilip dolgulu çikolata yapımında kullanılmak üzere bir dolgu malzemesi olarak hazırlanmıştır. Bitter çikolata kaplamasına oluşturulan dolgu ilave edilip fonksiyonel bir çikolata geliştirilmesi amaçlanmıştır. Üç tekerrürlü yapılan ürün geliştirme çalışmaları sonrasında kabul gören ürün, duyusal olarak raf ömrünün belirlenmesi için 1, 7, 14 ve 21. günlerinde dokuz eğitimli panelist tarafından duyusal analize tabii tutulmuştur. 5'li bipolar ve unipolar skalalardan oluşan ölçekte elde edilen sonuçlarda, birinci gün genel beğeni sonuçları $\bar{x}$=4,56; yedinci gün $\bar{x}$=3,67; on dördüncü gün $\bar{x}$=3,0 ve yirmi birinci gün $\bar{x}$=1,67 ile azalan bir ivmede olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar ışığında beğenisi en yüksek olan birinci günkü çikolataya seksen bir kişiden oluşan tüketici beğeni testi uygulanmıştır. 5'li hedonik skaladan oluşan ölçekte en yüksek değer $\bar{x}$=4,51 ile görünüş, en düşük $\bar{x}$=3,98 ile satın alma niyeti olmuştur. 4'e oldukça yakın ve üzerinde olan değerlere bakıldığında ürünün kabul gördüğü anlaşılmaktadır. Tüketici beğeni testi sonuçlarına göre katılımcıların demografik özelliklerinin test sonuçlarına bir etkisi olmadığı görülmüştür. Çalışma sonunda fesleğen tohumunun gastronomideki işlevselliği ile ilgili önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Çikolata, Duyusal analiz, Fesleğen tohumu, Fonksiyonel, Ürün geliştirme

ISPARTA İLİ TÖREN YEMEĞİ "KABUNE"

Nilgün H. BUDAK

Prof. Dr. Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Eğirdir Meslek Yüksekokulu

ORCID: 0000-0003-2494-6370

E-posta: nilgunbudak@isparta.edu.tr

Fügen DURLU ÖZKAYA

Prof. Dr. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0003-2893-9557

E-posta: fugen.ozkaya@hbv.edu.tr

ABSTRACT

Isparta is an important transit center since it has hosted Lydian, Phrygian, Persian, Hellenic, Roman, Byzantine, Seljuk and Ottoman civilizations from ancient times to the present, and the reflections of the culinary cultures of these civilizations are still felt today. In this research, it is aimed to investigate in depth the "kabune" rice, which is one of the special day and ceremonial dishes that has a geographical indication, which is one of the rice types that every society loves. Kabune pilaf, which has the taste and flavor adopted by the people of Isparta, is cooked on the ground fire. Today, this pilaf continues to take its place in ceremonial meals. Today, although many dishes inspired by modern societies have entered our tables, some dishes still preserve their originality both in content, cooking methods and serving. Kabune continues to be cooked in copper cauldrons with its own special recipes and recipes, unchanged from past to present. In addition to locally grown chickpeas and onions, meat of animals fed with thyme and vetch grass grown in the mountainous region of the province are used in Kabune rice. Vine branches are definitely preferred as an energy source in the kabune pilaf, which is cooked over high heat in the ground fire. It is stated that the unique taste, smell and aroma of pilaf originate from the way the food is cooked and the skill of the cook who cooks it. Scientific research is needed to introduce these special flavors to local and foreign tourists, as well as to be recognized and consumed by the people of the region.

Keywords: Kabune, pilaf, traditional cooking techniques, Isparta ceremonial dinner

ÖZET

Isparta, antik çağlardan günümüze kadar Lidya, Frig, Pers, Helen, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı uygarlıklarına ev sahipliği yapması sebebi ile önemli bir geçiş merkezidir ve bu uygarlıkların mutfak kültürlerinin yansımaları günümüzde de hissedilmektedir. Isparta özel gün ve tören yemeklerinde de zengin mutfak kültürünün etkileri gözlenmektedir. Bu araştırmada her toplumun severek tükettiği pilav çeşitlerinden olan coğrafi işaret almış özel gün ve tören yemeklerinden bir tanesi olan “kabune” pilavının derinlemesine araştırılması hedeflenmiştir. Isparta halkı tarafından benimsenmiş tat ve lezzete sahip olan kabune pilavı yer ateşinde pişirilmektedir. Günümüzde de bu pilav, tören yemeklerinde yerini almaya devam etmektedir. Günümüzde, modern toplumların esintilerini taşıyan birçok yemek sofralarımıza girmiş

olsa da bazı yemekler hala hem içerik, hem pişirme yöntemleri ve hem de servis edilmesinde aslını korumaktadır. Kabune, geçmişten günümüze değişmeden, kendine özel tarif ve reçetelerle bakır kazanlarda pişirilmeye devam edilmektedir. Kabune pilavında bölgesel olarak yetiştirilen nohut, kuru soğanın yanı sıra ilin dağlık bölgesinde yetiştirilen kekik ve fiğ otu ile beslenen hayvanların etleri kullanılmaktadır. Yer ateşinde yüksek ateşte pişirilen kabune pilavında mutlaka enerji kaynağı olarak asma dalları tercih edilmektedir. Pilavın kendine has tat, koku ve aromasının yemeğin pişirilme şeklinden ve pişiren aşçının el melekesinden kaynaklandığı belirtilmektedir. Bu özel lezzetlerin sadece bölge halkı tarafından tanınması ve tüketilmesinin yanı sıra yerli ve yabancı turistlere tanıtılması için bilimsel araştırmalara ihtiyaç bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kabune, pilav, geleneksel pişirme teknikleri, Isparta tören yemeği

İNSAN KAYNAĞI GASTRONOMİ VE TURİZMDEN SİLİNECEK Mİ?: HİZMET ROBOTLARI VE ROBOT ŞEFLER

Duygu BAŞKAYA SEZER

Dr. Öğretim Üyesi, Amasya Üniversitesi, Amasya Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

ORCID: 0000-0003-2724-1923

E-posta: duygu.baskaya@amasya.edu.tr

ABSTRACT

Digitization is a process carried out by using digital data to facilitate operations with the help of technology. Robots, which are developed as a result of digitalization, are tools that automate the tasks defined for them, thanks to technology and software, in order to perform a specific job. Today, it is known that robots are used in many areas such as kiosk restaurants, mobile food delivery systems, waiters, bartenders, sushi chefs, customer relations and coordination unit, guest support staff, front desk staff, room service staff, cleaning staff. Robots, which are used in almost all fields of activity in the gastronomy and tourism sector, contribute to the development of gastronomy tourism because they attract guests. Service robots take part not only as service personnel but also as kitchen chefs in gastronomy tourism. For this reason, it is discussed whether the human resources in the sector will be withdrawn and replaced by these automation systems or whether they will support the human power. Robotization of guest experiences in gastronomic tourism is a process that must be managed correctly due to its positive and negative consequences. This process is briefly defined as the transition from human-human interaction to human-robot interaction. It is predicted that the closer the guest human-robot interaction is to the human-human interaction experience, the faster the negative aspects of this process will be resolved and service robots can support human resources. It is recommended to allocate high budgets to eliminate the problems in the transition process and to overcome possible technical difficulties. For this reason, it is not expected that robot systems will be permanent staff of gastronomy tourism enterprises that provide gastronomy services and create added value from this service.

Keywords: Robot, chef, gastronomy, tourism, automation

ÖZET

Dijitalleşme, teknoloji yardımı ile işlemleri kolaylaştırmak için sayısal verilerin kullanılması ile yürütülen bir süreçtir. Dijitalleşmenin bir sonucu olarak geliştirilen robotlar ise belirli bir işi yerine getirmek için teknoloji ve yazılım sayesinde kendisine tanımlanan görevleri otomatik yapan araçlardır. Günümüzde kiosk restoranlar, mobil yemek dağıtım sistemleri, garsonlar, barmenler, suşi şefler, müşteri ilişkileri ve koordinasyon birimi, misafir destek personeli, ön büro elemanı, oda servisi personeli, temizlik elemanı gibi birçok alanda robotlardan yararlanıldığı bilinmektedir.

Gastronomi ve turizm sektöründeki faaliyet alanlarının da neredeyse tamamında kullanılmaya başlanan robotların misafirleri cezbetmesi nedeni ile gastronomi turizminin gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Hizmet robotları gastronomi turizminde sadece servis personeli olarak değil aynı zamanda mutfak şefi olarak da görev almaktadır. Bu nedenle sektördeki insan kaynağının çekilerek yerini bu otomasyon sistemlerine mi bırakacağı yoksa insan gücüne destek mi vereceği tartışılmaktadır. Gastronomi turizmindeki misafir deneyimlerinin robotlaşması olumlu ve olumsuz sonuçları nedeni ile doğru yönetilmesi gereken bir süreçtir. Bu süreç kısaca insan-insan etkileşiminin insan-robot etkileşimine geçiş olarak tanımlanmaktadır. Misafir insan-robot etkileşimi ne kadar insan-insan etkileşimi deneyimlerine yakın olursa bu sürecin olumsuz yönlerinin o kadar hızlı çözüleceği ve hizmet robotlarının insan kaynağına destek olabileceği öngörülmektedir. Geçiş sürecindeki sorunların giderilmesi ve olası teknik zorlukların aşılması için yüksek bütçelerin ayrılması önerilmektedir. Bu nedenle, robot sistemlerin henüz gastronomi hizmeti veren ve bu hizmetten katma değer yaratan gastronomi turizmi işletmelerinin kalıcı personelleri olacağı beklenmemektedir.

Anahtar Kelimeler: Robot, şef, gastronomi, turizm, otomasyon

RESPONSIBLE GASTRONOMY ASPECTS IN GASTRONOMY TOURISM

Engin AKIN

E-posta: engin@enginakin.com

Filiz HÖSÜKOĞLU

ORCID: 0009-0004-3120-0264

E-posta: filizhosukoglu@gmail.com

ABSTRACT

This paper features some initiatives and its activities which contribute empowering the responsible gastronomy. The specific objective of this research is based on first analyzing some concepts of responsible gastronomy and discussing how these concepts are utilized by various initiatives to serve gastronomy tourism. The technique used is based on some research on success stories in the field, and the writers' personal experiences derived from their participation at international gastronomy conferences, events, and seminars. Findings are qualitative, and describes how initiatives' efforts are planned, implemented, evolved and transformed into a success story in gastronomy tourism with harmonizing responsible gastronomy components. The paper will recommend how different strategies are developed, how these strategies are transformed into policies to improve the existing potential and diversify gastronomic tourism activities by using different perspectives depending on the resources.

Keywords: Gastronomy, responsible, migration, tourism, esnaf lokantası (workingman's eats), traditional recipes

AFYON KAYMAKLI EKMEK KADAYIFININ RESTORANLARDA SUNUM DÜZEYİ: AFYONKARAHİSAR İLİ ÖRNEĞİ

Selin İDİZ

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

ORCID: 0000 0003 1712 4918

E-posta: selin247@hotmail.com

Aybike Nur ALBAYRAK

Öğr. Gör. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Söğüt Meslek Yüksekokulu

ORCID: 0000 0001 8956 036X

E-posta: aybikenur.albayrak@bilecik.edu.tr

Mustafa SANDIKCI

Prof. Dr. Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000 0002 1437 2484

E-posta: sandikcimustafa@hotmail.com

ABSTRACT

It is aimed to create a scientific framework within the scope of the study on whether Bread Kadayif with Afyon kaymak, which has geographical indication registration in restaurants offering local cuisine products, is included in the menus, how and at what standards it is presented. After the literature review on the subject, a semi-structured interview form was prepared and face-to-face interviews were conducted with the owner, supervisor or chef of 10 restaurants in Afyonkarahisar. In addition, some questions about the history of the product, how often it is included in the menus, by which audience it is consumed more, how it is supervised and how the visual counter presentation is made are also included. In the study, semi-structured interview technique, which is one of the qualitative research methods, was used as a data collection technique. The obtained data were analyzed by content analysis method. As a result of the interviews, it was determined that the production and presentation of Bread Kadayif with Afyon kaymak was carried out in accordance with the standards. It has been concluded that the enterprises do not have enough information about the history of Bread Kadayif with Afyon kaymak, which is regularly inspected, and that it is insufficient to visit the city deliberately in order to taste local flavors, except for the tourists who come to Afyonkarahisar because it is on the road intersection. Relevant suggestions were given to the relevant institutions in order to transfer the Bread Kadayif with Afyon kaymak, which is a registered local delicacy, to the next generations correctly.

Keywords: Geographical Indication, Food Presentation, Bread Kadayif With Afyon Kaymak, Afyonkarahisar.

ÖZET

Yöresel mutfak ürünleri sunan restoranlarda coğrafi işaret tescili alan Afyon Kaymaklı Ekmek Kadayıfının menülerde yer alıp almadığı, sunumunun nasıl ve hangi standartlarda gerçekleştiğine dair çalışma kapsamında bilimsel bir çerçeve oluşturulması amaçlanmıştır. Konuyla ilgili yapılan literatür incelemesinden sonra yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanarak Afyonkarahisar'da bulunan 10 adet restoranının işletme sahibi, sorumlusu veya aşçıbaşısı ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Ayrıca ürünün tarihçesi, menülerde hangi sıklıkta yer aldığı, hangi kitle tarafından tüketiminin daha çok yapıldığı, denetlenmesi ve görsel tezgâh

sunumunun nasıl yapıldığı ile ilgili bazı sorulara da yer verilmiştir. Çalışmada veri toplama tekniği olarak nitel araştırma yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda Afyon Kaymaklı Ekmek Kadayıfının standartlara uygun üretim ve sunumun gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Denetimleri düzenli olarak gerçekleştirilip tarihçesi hakkında işletmelerin yeterli bilgi sahibi olmadıkları ve Afyonkarahisar iline, yol kesişim güzergahı üzerinde olması sebebiyle gelen turistler haricinde kasti olarak yöresel lezzetleri tatmak amacıyla şehre ziyaretin yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tescillenmiş bir yöresel lezzet olan Afyon Kaymaklı Ekmek Kadayıfının gelecek nesillere doğru bir şekilde aktarılması için ilgili kurumlara konuyla ilgili öneriler verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaret, Yemek Sunumu, Afyon Kaymaklı Ekmek Kadayıfı, Afyonkarahisar.

TEMEL SANAT EĞİTİMİ DERSİNİN GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ÖĞRENCİLERİNİN ESTETİK ALGILARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

İkbal Ertuğrul DİKEÇ

Arş. Gör., Maltepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi

ORCID: 0000-0003-3834-3378

ikbaldikec@maltepe.edu.tr

Selda UCA

Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-9308-9184

selda.uca@kocaeli.edu.tr

ABSTRACT

Since the concept of gastronomy emerged, it has been associated with art. The cooking, which is in harmony with the general definition of art, has taken place in different positions against the philosophical interpretations of aesthetics. It is possible to talk about idealist aesthetics and pragmatist aesthetics as two aesthetic approaches. While idealist aesthetics sets more precise criteria for something to be art, pragmatist understanding adopts a more embracing attitude. Some pragmatists view art as an interactive experience. There are thinkers in the literature who claim that it is not possible to give a definition covering all works of art. Even if gastronomy is not within the scope of "fine arts", it is thought that it can be accepted as an art with a postmodern understanding. In this context, the effect of Fundamental Art Education courses given in Gastronomy and Culinary Arts programs on the aesthetic perceptions of students in practice was investigated. To measure the opinions and knowledge of Gastronomy and Culinary Arts students who have received Fundamental Art Education by revealing the relationship between Gastronomy and Art; this study aims to develop suggestions for a more effective art education based on these data. In the research, the aesthetic perceptions of Gastronomy and Culinary Arts students who received Fundamental Art Education were evaluated by using the interview technique, one of the qualitative research methods. As a result of the research, suggestions have been developed for the formation of Fundamental Art Education course syllabuses more effectively. After the correct and scientific foundation of the relationship between gastronomy and art in the literature, the effective transfer of this relationship within the scope of Gastronomy and Culinary Arts education is considered important in terms of raising more qualified “gastronomer”s.

Keywords: Gastronomy, Aesthetics, Fundamental Art Education

ÖZET

Gastronomi kavramı ortaya çıktığından bu yana sanatla ilişkilendirilmiştir. Sanatın genel tanımıyla uyum gösteren yemek yapma işi, estetiğin felsefi düzlemdeki yorumları karşısında farklı konumlarda yer almıştır. Temel olarak iki estetik yaklaşımı olarak idealist estetik ve pragmatist estetikten söz etmek mümkündür. İdealist estetik bir şeyin sanat olmasına daha kesin kriterler belirlerken pragmatist anlayış daha kucaklayıcı bir

tavır benimsemektedir. Bazı pragmatistler sanatı etkileşimli bir deneyim olarak görmektedirler. Literatürde tüm sanat eserlerini kapsayan bir tanım vermenin mümkün olmadığını iddia eden düşünürler bulunmaktadır. Gastronominin "güzel sanatlar" kapsamında olmasa dahi postmodern bir anlayışla sanat olarak kabul edilebileceği düşüncesine rastlanmaktadır. Bu kapsamda Gastronomi ve Mutfak Sanatları programlarında verilen Temel Sanat Eğitimi derslerinin pratikte öğrencilerin estetik algıları üzerine etkisi araştırılmıştır. Gastronomi ve sanat ilişkisini ortaya koyarak Temel Sanat Eğitimi almış olan Gastronomi ve Mutfak Sanatları öğrencilerinin bu ilişki hakkındaki görüş ve bilgilerini ölçmek; bu verilerden yola çıkarak daha etkin bir sanat eğitimi için öneriler geliştirmek bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılarak Temel Sanat Eğitimi alan Gastronomi ve Mutfak Sanatları öğrencilerinin estetik algıları değerlendirilmiştir. Araştırma neticesinde Temel Sanat Eğitimi ders izlencelerinin daha etkin oluşturulmasına ilişkin öneriler geliştirilmiştir. Literatürde gastronomi ve sanat ilişkisinin doğru ve bilimsel bir biçimde temellendirilmesinin ardından Gastronomi ve Mutfak Sanatları eğitimi kapsamında bu ilişkinin etkin biçimde aktarılması daha nitelikli "gastronom"ların yetişmesi açısından önemli görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Estetik, Temel Sanat Eğitimi

TÜRK MUTFAĞI HAFTASI ETKİNLİKLERİ: KASTAMONU LİSELİ ŞEFLER YARIŞIYOR ÖRNEĞİ

Serkan ÇALIŞKAN

Dr. Öğretim Üyesi Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-4996-8640

E-posta: serkancaliskan@kastamonu.edu.tr

ABSTRACT:

It is thought that food, which is a part of cultural identity, can be adopted by the local people and thus can be used as a powerful tool for the promotion of the region. Since 2022, Türkiye has been celebrating the last week of May as Türk Cuisine Week under the coordination of the Ministry of Culture and Tourism. The aim of this study is to evaluate the High School Chefs Competing event held in Kastamonu within the scope of Turkish Cuisine week activities within the framework of the concept of gastronationalism. For this purpose, the observation findings and the data obtained as a result of the document review regarding the period from the organization of the cooking competition, which was hosted by Kastamonu University Tourism Faculty in May 2023 with the participation of high school students, to the end of the event, were revealed. It has been concluded that this event, which is an example for high school students to learn, practice and adopt the food culture of the province they live in, can be organized in other provinces and this situation will also be supported in terms of gastronationalism.

Keywords: Turkish Cuisine week, high school chefs, gastronationalism, gastrodiplomacy, Kastamonu University

ÖZET

Kültürel kimliğin bir parçası olan yemeklerin öncelikle yerel halk tarafından benimsenmesi ve böylece bölgenin tanıtımı için güçlü araç olarak kullanılabileceği düşünülmektedir. Türkiye 2022 yılından itibaren Kültür Turizm Bakanlığı koordinesinde Mayıs ayının son haftasını Türk mutfağı haftası olarak kutlamaktadır. Bu çalışmanın amacı Türk Mutfağı haftası etkinlikleri kapsamında Kastamonu'da düzenlenen Liseli Şefler Yarışıyor etkinliğini gastromilliyetçilik kavramı çerçevesinde değerlendirmektir. Bu amaçla Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi ev sahipliğinde 2023 yılı Mayıs ayında lise öğrencilerinin katılımı ile düzenlenen yemek yarışmasının düzenlenme sürecinden etkinliğin bitiş sürecine kadar geçen süreye ilişkin gözlem bulguları ve doküman inceleme sonucu elde edilen veriler ortaya konmuştur. Lise öğrencilerinin yaşadıkları ilin yemek kültürünü öğrenmeleri, uygulamaları ve benimsemeleri açısından örnek olan bu etkinliğin başka illerde de

düzenlenebileceği ve bu durumun gastromilliyetçilik açısından da destekleneceği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Türk Mutfağı haftası, liseli şefler, gastromilliyetçilik, gastrodiplomasi, Kastamonu Üniversitesi

TRENDYOL'DA EN ÇOK DEĞERLENDİRİLEN GIDA ÜRÜNÜNÜN TÜKETİCİ YORUMLARI İNCELEMESİ

Elif ASLAN

Öğr. Gör., Kastamonu Üniversitesi, Daday Nafi ve Ümit Çeri Meslek Yüksekokulu

ORCID: 0000-0002-3860-3304

E-posta: edemirbilek@kastamonu.edu.tr

Burhan SEVİM

Doç. Dr., Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-3326-9642

E-posta: burhansevim@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the consumer comments of the most evaluated product in the food category in Trendyol. In this context, it has been determined that the best selling product in Trendyol is cocoa paste with special royal jelly, molasses, honey and vitamins, which is in the food category and produced for children under the brand of Zühre Ana Kids. This determined product is also the first product added to the most favorites in the Peanut Butter category. Content analysis was applied to the comments on the website. As a result of the analysis, five descriptive main themes were reached as positive experience, taste, consumer profile, online shopping opportunities and price. Interpretations are presented in the context of these themes and by giving place to direct quotations from the statements of consumers. According to the results of the research, it has been understood that there are positive comments as well as negative comments, and this is mostly due to the packaging of the food product and the problems experienced in the cargo. In line with this information, suggestions were made to businesses that offer online services.

Keywords: Online Shopping, Food, Consumer Reviews, Marketing

ÖZET

Bu çalışmanın amacı Trendyol'da gıda kategorisinde en çok değerlendirme yapılan ürünün tüketici yorumlarını incelemektir. Bu kapsamda Trendyol'da en çok satan ürünün gıda kategorisinde yer alan ve Zühre Ana Kids markasıyla çocuklar için üretilen özel-arı sütü, pekmez, bal ve vitamin katkılı kakaolu macun olduğu tespit edilmiştir. Belirlenen bu ürün aynı zamanda Fıstık Ezmesi kategorisinde de en çok favorilere eklenen birinci üründür. Web sitesinde yer alan yorumlara içerik analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda olumlu deneyim, lezzet, tüketici profili, çevrim içi alışveriş olanakları ve fiyat olarak beş tanımlayıcı ana temaya ulaşılmıştır. Yorumlamalar bu temalar bağlamında ve tüketicilerin ifadelerinden oluşan doğrudan alıntılara yer verilerek sunulmuştur. Araştırmanın sonuçlarına göre olumlu yorumlar olduğu gibi olumsuz yorumların da olduğu ve bunun sebebinin büyük oranda gıda ürününün paketlenmesi ve kargoda sıkıntı yaşanmasından kaynaklandığı anlaşılmıştır. Bu bilgiler doğrultusunda çevrim içi hizmet sunan işletmelere öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Çevrim İçi Alışveriş, Gıda, Tüketici Yorumu, Pazarlama

ANTALYA'NIN GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Boran TOKER

Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Serik İşletme Fakültesi

ORCID: 0000-0002-4658-1934

E-posta: borantoker@akdeniz.edu.tr

Merve BAŞAR DEĞER

Yüksek Lisans Öğrencisi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

ORCID: 0000-0002-3333-6681

E-posta: 202252071004@ogr.akdeniz.edu.tr

ABSTRACT

Gastronomy is a discipline that reflects the eating habits from the past to the present and the food culture and rituals of societies. Türkiye is a highly developed country in terms of gastronomy and culinary culture. However, the worldwide recognition of Turkish cuisine is to lag behind in terms of the development and potential of its cuisine. Gastronomy tourism is an important alternative tourism type for local and foreign tourists to get to know and experience gastronomy. In this direction, the aim of the research is to reveal the gastronomy of the city of Antalya in the Mediterranean region and the potential of gastronomic tourism. In the research, firstly, the literature on the term gastronomy was examined and it was aimed to introduce the concepts related to gastronomy. Afterwards, the place and recognition of gastronomy in Türkiye is explained. The gastronomic potential of Antalya, the tourism capital of Türkiye, has been researched, and the opportunities for local and foreign tourists to get to know and experience the local cuisine have been analyzed. As a result of the research, festivals held on a provincial basis, touristic products and restaurants that will contribute to gastronomic tourism have been compiled.

Keywords: Gastronomy, Gastronomy Tourism, Antalya

ÖZET

Gastronomi, geçmişten günümüze gelen beslenme alışkanlıklarını ve toplumların yemek kültür ve ritüellerini yansıtan bir disiplindir. Türkiye gastronomi ve mutfak kültürü açısından oldukça gelişmiş bir ülkedir. Ancak Türk mutfağının dünya genelinde tanınırlığı, mutfağının gelişmişliği ve potansiyeline göre geride kalmaktır. Gastronomi turizmi yerli ve yabancı turistlerin gastronomiyi tanımaları ve deneyimlemeleri açısından önemli bir alternatif turizm çeşididir. Bu doğrultuda araştırmanın amacı, Akdeniz bölgesinde bulunan Antalya şehrinin gastronomisini ve gastronomi turizminin potansiyelini ortaya çıkarabilmektir. Araştırmada öncelikle gastronomi terimi ile ilgili literatür incelenmiş ve gastronomiye ilişkin kavramlarının tanıtılması amaçlanmıştır. Devamında ise gastronominin Türkiye'deki yeri ve tanınırlığını açıklanmıştır. Türkiye'nin turizm başkenti olan Antalya ilinin gastronomik potansiyeli araştırılmış, Antalya'ya gelen yerli ve yabancı turistlerin yerel mutfağı tanıma, deneyimleme imkanları analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda il

bazında yapılan festivaller, gastronomi turizmine katkı sağlayacak turistik ürünler ve restoranlar derlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Antalya

GASTRONOMİ DENEYİMLERİNİN GASTRONOMİ TURİZMİ İÇİN ÖNEMİ

Mehmet POLAT

Dr. Öğretim Üyesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği

ORCID: 0000-0002-5591-5422

E-posta: polat.m@outlook.com

ABSTRACT

Interest in gastronomy tourism has grown in recent years. Many tourists around the world travel in search of new and unique food. Nowadays, gastronomic travel has become a common phenomenon. This means that new information is needed to better understand gastronomy tourists. Because this data is needed to understand and guide the behavior of gastronomy tourists. Gastronomy experiences are a new and important topic to understand food lovers. The aim of this study is to reveal the importance of tourists' gastronomy experiences for gastronomy tourism. In this context, gastronomy experiences are discussed theoretically within the framework of gastronomy tourism literature. Particular attention has been paid to ensure that the data is up-to-date. According to the information obtained from the literature, gastronomy experience is a new topic that has not yet completed its development. Tourists' gastronomy experiences continue to be researched from different angles. The results we know for now show that gastronomy experiences have positive effects on behavioral intentions, satisfaction, recommendation to others and revisit intention. In conclusion, tourists who are interested in food care about their food experiences. And experiences have a positive or negative impact on tourists' subsequent decision-making processes. In this respect, gastronomy tourism actors should make more efforts to enrich tourists' gastronomy experiences. For instance, supporting the dining atmosphere with cultural elements, including traditional dishes, focusing on different and unique designs and decorations can be useful. Similarly, continuously improving service quality can serve this purpose and contribute positively to the gastronomy experience. More organic products, environmental awareness and the use of collaborations with local producers as a marketing tool can also positively affect perceptions of the food experience. Finally, there is a need for more empirical studies to examine the gastronomy experience from different dimensions.

Keywords: Gastronomy, Tourism, Experience

ÖZET

Gastronomi turizmine olan ilgi son yıllarda giderek artmıştır. Dünyadaki birçok turist, yeni ve benzersiz yemek arayışıyla seyahat etmektedir. Günümüzde gastronomik seyahat artık sıradan bir olgu haline gelmiştir. Bu durum gastronomi turistlerini daha

iyi anlayabilmek için yeni bilgilere ihtiyaç duyulduğu anlamına gelmektedir. Çünkü gastronomi turistlerinin davranışlarını anlayabilmek ve onları yönlendirebilmek için bu verilere ihtiyaç duyulmaktadır. Gastronomi deneyimleri yemek tutkunlarını anlayabilmek için yeni ve önemli bir konudur. Bu çalışmanın amacı gastronomi turizmi için turistlerin gastronomi deneyimlerinin önemini ortaya koymaktır. Bu bağlamda gastronomi deneyimleri gastronomi turizmi literatürü çerçevesinde teorik olarak ele alınmıştır. Özellikle verilerin güncel olmasına dikkat edilmiştir. Literatürden elde edilen bilgilere göre gastronomi deneyimi gelişimini henüz tamamlamamış yeni bir konudur. Turistlerin gastronomi deneyimleri farklı açılardan ele alınarak araştırılmaya devam etmektedir. Şimdilik bildiğimiz sonuçlar bize gastronomi deneyimlerinin davranışsal niyetler, memnuniyet, başkalarına tavsiye etme ve tekrar ziyaret niyeti üzerinde olumlu etkilerinin olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak yemeğe ilgi duyan turistler yemek deneyimlerini önemsemektedir. Ve deneyimler turistlerin sonraki karar süreçlerinde olumlu veya olumsuz olarak etkili olmaktadır. Bu açıdan gastronomi turizmi aktörleri turistlerin yemek deneyimlerini zenginleştirmek için daha fazla çaba göstermelidir. Örneğin yemek atmosferinin kültürel öğelerle desteklenmesi, geleneksel yemeklere yer verilmesi, farklı ve özgün tasarımlar ve dekorasyonlara odaklanmak faydalı olabilir. Benzer şekilde hizmet kalitesinin sürekli olarak artırılması bu amaca hizmet ederek gastronomi deneyimine olumlu katkıda bulunabilir. Daha fazla organik ürün, çevreye duyarlılık ve yerel üreticilerle yapılan iş birliklerinin bir pazarlama aracı olarak kullanılabilmesi de yemek deneyimi algılarını olumlu etkileyebilir. Son olarak gastronomi deneyimini farklı boyutlardan ele alacak daha fazla ampirik çalışmaya ihtiyaç vardır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Turizm, Deneyim

TURİST REHBER ADAYLARI AÇISINDAN GASTRONOMİ TURİZMİNİNİN YERİ ve ÖNEMİ: BİR SWOT ANALİZİ

TUĞBA ERGENCİ

Yüksek Lisans Öğrencisi Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

E-posta: tugbaergenci@selcuk.edu.tr

ABSTRACT

Gastronomy tourism is a rapidly growing industry with significant influence on tourists' preferences worldwide. Countries like Turkey, with their rich cultural heritage, hold immense potential in gastronomy tourism. Tourist guide candidates' cultural awareness, language proficiency, and passion play a vital role in promoting and enhancing the country's tourism sector. Effective communication with international tourists allows them to promote local cuisines, thereby increasing interest in gastronomy and introducing the country's gastronomic diversity and rich cultural heritage to a wider audience. However, there are certain weaknesses and threats that the candidates face. Lack of specialized education may hinder their ability to provide in-depth insights and meet tourists' expectations. Inadequate awareness of food safety and hygiene can lead to difficulties in guiding tourists towards respectable and safe culinary experiences. These weaknesses and threats must be addressed by educational institutions and relevant authorities. Integrating gastronomy-related courses and workshops into tourism education programs at universities can help candidates become specialized gastronomy tour guides. The increasing demand in gastronomy tourism presents a significant opportunity for tourist guide candidates to differentiate themselves from competitors and contribute to the growth of gastronomy tourism. Collaborating with local producers and businesses allows them to offer authentic gastronomy experiences and help tourists create unforgettable memories. Effectively utilizing social media and online platforms is crucial for promoting themselves and attracting potential tourists interested in food experiences. However, challenges exist, including competition from experienced guides, inadequate infrastructure, and external factors affecting tourism demand. To succeed in this competitive environment, candidates should identify their areas of expertise and distinguish themselves. Limited state support may hinder the growth and recognition of gastronomy tourism. Increased investment and support from local and national authorities can improve working conditions and create more opportunities for tourist guide candidates. In conclusion, gastronomy tourism presents significant opportunities for tourist guide candidates to contribute to the growth of the sector. By addressing weaknesses and threats, and utilizing their strengths and opportunities, they can enhance their role in promoting gastronomy tourism in Turkey and strengthen the country's position in this field.

Keywords: Gastronomy tourism, Tour guide candidates, SWOT analysis,

ÖZET

Gastronomi turizmi, dünya genelinde turistlerin tercihlerini etkileyen hızla büyüyen bir sektördür. Türkiye gibi zengin kültürel mirasa sahip ülkeler, gastronomi turizmi açısından büyük potansiyele sahiptir. Turist rehber adaylarının kültürel farkındalığı, dil yeterlilikleri ve tutkusu, ülkenin turizm sektörünü tanıtmak ve geliştirmek için hayati bir rol oynar. Uluslararası turistlerle etkili iletişim kurmaları sayesinde, yerel mutfakları tanıtarak ve hikayelerini paylaşarak turistlerin gastronomiye olan ilgisini artırabilir ve ülkenin gastronomik çeşitliliğini ve zengin kültürel mirasını daha geniş bir kitleye duyurabilirler. Ancak, adayların karşılaştığı bazı zayıf yönler ve tehditler de vardır. Özelleşmiş eğitim eksikliği, derinlemesine bilgi sunma ve turistlerin beklentilerini karşılama yeteneklerini sınırlayabilir. Yiyecek güvenliği ve hijyen konusundaki yetersiz farkındalık, turistleri saygın ve güvenli yemek deneyimlerine yönlendirmede zorluklar yaşatabilir. Bu zayıf yönler ve tehditler, eğitim kurumları ve ilgili otoriteler tarafından ele alınmalıdır. Üniversitelerde gastronomi ile ilgili dersler ve atölye çalışmalarının turizm eğitim programlarına dahil edilmesi, adayların özel gastronomi tur rehberleri haline gelmelerine yardımcı olabilir. Gastronomi turizmindeki artan talep, turist rehber adayları için önemli bir fırsat sunar, rekabetten ayrışarak gastronomi turizminin büyümesine katkıda bulunabilirler. Yerel üreticiler ve işletmelerle iş birliği yaparak otantik gastronomi deneyimleri sunabilir, turistlerin unutulmaz anılar biriktirmelerine yardımcı olabilirler. Sosyal medya ve çevrimiçi platformları etkin bir şekilde kullanmak, kendilerini tanıtmak ve yemek deneyimlerine ilgi duyan potansiyel turistleri çekmek için önemlidir. Ancak, gastronomi turizmine yönelik bazı tehditler de vardır. Deneyimli rehberlerin rekabeti, yetersiz altyapı ve turizmi etkileyen dış faktörler, adayların karşılaştığı zorluklar arasındadır. Adaylar, uzmanlık alanlarını belirleyerek ve kendilerini farklılaştırarak bu rekabetçi ortamda başarıya ulaşabilirler. Sınırlı devlet desteği, gastronomi turizminin büyümesini ve tanınmasını engelleyebilir. Yerel ve ulusal düzeydeki otoritelerin artan yatırım ve destek sağlaması, turist rehberi adaylarının çalışma koşullarını iyileştirerek bu alanda daha fazla fırsat yaratılmasına yardımcı olacaktır. Sonuç olarak, gastronomi turizmi, turist rehber adaylarının sektöre katkı sağlayabileceği önemli fırsatlar sunmaktadır. Zayıf yönler ve tehditlerle başa çıkarak,

güçlü yönlerini ve fırsatlarını kullanarak Türkiye'deki gastronomi turizminin tanıtımında ve gelişiminde daha etkili bir rol oynayabilirler.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi turizmi, Tur rehberi adayları, SWOT analizi

KOCAELİ SIFIR ATIK FESTİVALİ'NE KATILAN KATILIMCILARIN GIDA ATIĞINA YÖNELİK FARKINDALIKLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Ayşenur AKÇAY

Doktora Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

ORCID:0000-0001-6912-8035

E-posta: aysenr.akcay@gmail.com

Selda UCA

Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-9308-9184

E-posta: selda.uca@kocaeli.edu.tr

ABSTRACT

Excluding foods from the scope of waste utilization brings about social, economic, and ecological issues. Especially with the rise of economic concerns and the rapid depletion of natural resources, people are placing more importance on environmental sustainability, leading to the prominence of global food waste issues. Zero waste is an approach aimed at promoting sustainable development by preventing waste generation, eliminating or recovering waste, and efficiently utilizing resources. In line with this approach, many countries, institutions, and organizations are working on initiatives related to food waste to reduce its impacts. This development goal forms the basis of the research, and the study aims to evaluate the awareness of participants attending a zero waste-themed festival regarding food waste and to determine the effects of this festival. To achieve this goal, a purposive (judgmental) sampling method was chosen in the research to reach participants of the Kocaeli Zero Waste Festival. Data was collected from 15 participants using qualitative research methods and the interview technique. The data were recorded using a voice recording device. The data obtained from the interviews were analyzed through thematic analysis, and multiple coders were employed in the data analysis process. Based on the findings from the analyses, it was observed that the participants had awareness regarding zero waste and food waste, and they approached food waste through various methods of evaluation. Additionally, it was revealed that the festival was believed to have positive effects on reducing and managing waste.

Key Words: Zero Waste Festival, Food Waste, Awareness

ÖZET

Gıdaların atık olarak kullanım kapsamının dışında kalması sosyal, ekonomik ve ekolojik sorunları beraberinde getirmektedir. Özellikle ekonomik kaygıların artmasına, doğal kaynakların hızla tükenmesiyle insanların çevresel anlamda sürdürülebilirliğe önem vermesine ve küresel çapta gıda atığı konusunun ön plana çıkmasına neden olmaktadır. Sıfır atık; israf oluşumunu önlemeyi, atıkların ortadan kaldırılmasını veya geri kazandırılmasını ve kaynakların verimli bir şekilde kullanılmasını amaçlamayan sürdürülebilir kalkınmayı hedefleyen bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım doğrultusunda birçok ülke, kurum ve kuruluş atık gıdalarla ilgili çalışmalar

yapmakta ve atıkların etkilerini azaltmaya çalışmaktadır. Bu kalkınma hedefi araştırmanın çıkış noktasını oluşturmakta ve araştırmada sıfır atık temalı festivale katılan katılımcıların gıda atığına yönelik farkındalıklarının değerlendirilmesi ve bu festivalin ne tür etkileri olduğunun ortaya koyulması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda Kocaeli Sıfır Atık Festivali'ne katılan katılımcılara ulaşılmak istenildiği için araştırmada amaçlı (yargısal) örnekleme yöntemi tercih edilmiş ve 15 katılımcı ile nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılarak veri toplanmıştır. Veriler ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Görüşmelerden elde edilen veriler tematik analiz ile çözümlenmiş ve verilerin analizinde birden fazla kodlayıcı kullanılmıştır. Analizlerden elde edilen bulgulara göre katılımcıların sıfır atık ve gıda atığına yönelik farkındalık sahibi oldukları ve gıda atıklarını farklı yöntemler ile değerlendirdikleri görülmüştür. Ayrıca festivalin atıkları azaltmak ve değerlendirmek adına olumlu etkileri olacağını düşündükleri ortaya koyulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sıfır Atık Festivali, Gıda Atığı, Farkındalık

FAST-FOOD RESTORANLARDAKİ GIDA İSRAFININ PLANLI DAVRANIŞ TEORİSİ KAPSAMINDA İNCELENMESİ: ANKARA ÖRNEĞİ

Erdem BAYDENİZ

Dr.,

ORCID: 0000-0003-1003-0521

E-posta: erdembydeniz@gmail.com

İsa YAYLA

Dr.,

ORCID: 0000-0002-6473-7904

E-posta: isa.yayla@ktb.gov.tr

Hakkı ÇILGINOĞLU

Dr. Öğretim Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-6787-3397

E-posta: hcilginoglu@kastamonu.edu.tr

ABSTRACT

Food waste is a global issue with severe environmental, economic, and social consequences. Developing effective solutions to achieve sustainable consumption and production goals is increasingly necessary. Food waste in fast-food restaurants, in particular, contributes significantly to total food waste and loss, thereby playing a crucial role in food safety and resource sustainability. The aim of this study is to investigate food waste in fast-food restaurants using the Theory of Planned Behavior (TPB) framework. The survey technique was used to collect data through a convenience sampling method of fast-food restaurant customers in Ankara. The surveys, collected online and face-to-face between July 10 and August 20, 2023, analyze 270 surveys. Smart PLS 4 statistical program tested hypotheses for the research variables, and the data was analyzed using a Structural Equation Model (SEM). In this context, the research determined that attitude towards food waste, subjective norms, and perceived behavioral control have a significant positive impact on the behavioral intention based on the individuals who participated in the study. Additionally, in line with the results of the research, various suggestions have been developed that are thought to contribute to the literature.

Keywords: Food Waste, Theory of Planned Behavior, Behavioral Intention, Gastronomy and Fast-food.

ÖZET

Gıda israfı, günümüzde küresel bir sorun haline gelmiş olup çevresel, ekonomik ve sosyal sonuçlara neden olan önemli bir mesele olarak öne çıkmaktadır. Sürdürülebilir tüketim ve üretim hedeflerine ulaşmak için bu soruna karşı etkin çözümler geliştirilmesi gerekmektedir. Özellikle fast-food restoranlarda gıda israfı, toplam gıda kaybı ve atığının önemli bir bileşeni olup hem gıda güvenliği hem de kaynak sürdürülebilirliği açısından önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışmanın amacı, fast-food restoranlarda meydana gelen gıda israfının Planlı Davranış Teorisi (PDT) kapsamında incelenmesidir. Araştırma evrenini Ankara'daki fast-food restoran müşterileri oluşturmaktadır. Verilerin elde edilmesinde kolayda örneklem metoduyla anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anketler 10 Temmuz - 20 Ağustos 2023 tarihleri arasında çevrim içi ve yüz yüze toplanmış ve elde edilen 270 anket analize tabi

tutulmuştur. Araştırmada değişkenlere yönelik hipotezlerin test edilmesi için Smart PLS 4 istatistik programı kullanılmış ve verilerin çözümlenmesinde Yapısal Eşitlik Modeli'nden (YEM) faydalanılmıştır. Sonuçlara göre araştırmaya katılan bireylerin gıda israfına yönelik tutumunun, öznel normunun ve algılanan davranışsal kontrolünün davranışsal niyet üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca araştırmanın sonuçları doğrultusunda literatüre katkı sağlayacağı düşünülen çeşitli öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gıda İsrafı, Planlı Davranış Teorisi, Davranışsal Niyet, Gastronomi, Fast-food.

YAPAY ZEKADAN GASTRONOMİ TURİZMİ SEYAHAT PLANI, TUR PROGRAMI VE DESTİNASYON ÖNERİLERİ: CHATGPT-4

Duygu BAŞKAYA SEZER

Dr. Öğretim Üyesi, Amasya Üniversitesi, Amasya Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

ORCID: 0000-0003-2724-1923

E-posta: duygu.baskaya@amasya.edu.tr

ABSTRACT

ChatGPT is an artificial intelligence system powered by large-scale language models. Thanks to the user-friendly version of ChatGPT-4, people can chat with ChatGPT to get information on any subject over the OpenAI platform and get answers in the format they want, with tables, comparatively or enriched with suggestions. Due to its ability to understand and answer complex questions, it can be used without any expertise, making ChatGPT increasingly popular. This artificial intelligence technology has an important potential in tourism and accommodation services as in all other sectors. This chat platform, which accelerates the decision-making process of tourism guests in particular, increases response satisfaction by providing comparative data and recommendations. At the same time, it is important to improve the management of gastronomy-based tourism, increase the visibility of the facilities by the guests, and attract the attention of potential customers, thanks to this platform. For these reasons, digital decision-making processes differ greatly from the traditional travel decision-making processes. Unlike traditional decision-making processes, it is important to determine the dynamics of these processes, to create output for future studies and to provide data for the positioning of the tourism sector. In this research, the role of ChatGPT as an assistant to gastronomy experiences, destination determinant and decision maker for tourism and gastronomy tourism is discussed. For this purpose, ChatGPT was asked to create a travel plan in which transportation, hotel, food and restaurant information is presented comparatively for gastronomic destinations abroad (France, Italy, Spain, Greece) and domestic (Kastamonu, Amasya, Gaziantep, Şanlıurfa, Adana). Finally, it was requested to make a gastronomy tour program for Gaziantep and Kastamonu then, suggestions were received to make a decision. In the travel plan made according to the budget, Greece-Athens was suggested for abroad, while domestic recommendations varied according to the types of food.

Keywords: Chatgpt, gpt, artifical intelligence, AI, gastronomy, tourism, destination

ÖZET

ChatGPT, büyük ölçekli dil modelleriyle desteklenen bir yapay zekâ sistemidir. Kullanıcı dostu olarak geliştirilen ChatGPT-4 sürümü sayesinde kişiler OpenAI platformu üzerinden herhangi bir konuda bilgi almak için ChatGPT ile sohbet edebilir

ve tablolar ile, karşılaştırmalı olarak ya da öneriler ile zenginleştirilmiş şekilde istediği formatta yanıt alabilir. Karmaşık soruları anlayabilme ve yanıt verebilme özelliğinden dolayı hiçbir uzmanlık gerektirmeden kullanılabilmesi ChatGPT'nin kullanımını giderek yaygınlaştırmaktadır. Bu yapay zekâ teknolojisi diğer tüm sektörlerde olduğu gibi turizm ve konaklama hizmetlerinde de önemli bir potansiyele sahiptir. Özellikle turizm misafirlerinin karar verme sürecini hızlandıran bu sohbet platformu, karşılaştırmalı veriler ve öneriler sunarak da yanıt memnuniyetini arttırmaktadır. Aynı zamanda bu platform sayesinde gastronomi temelli turizm yönetimini iyileştirmek, tesislerin misafirler tarafından görünürlüğünü arttırmak ve potansiyel müşterilerin dikkatini çekmek önemlidir. Bu nedenlerden dolayı da seyahat için dijital karar verme süreçleri geleneksel karar verme süreçlerinden büyük ölçüde ayrılır. Geleneksel karar verme süreçlerinden farklı olarak bu süreçlerin dinamiklerini belirlemek, gelecek çalışmalar için çıktı oluşturmak ve turizm sektörünün konumlanması için veri sağlamak açısından önemlidir. Bu araştırmada, ChatGPT'nin gastronomi deneyimlerine yardımcı, turizm ve gastronomi turizmi için destinasyon belirleyici ve karar verici rolü ele alınmıştır. Bu amaçla ChatGPT'den yurt dışı (Fransa, İtalya, İspanya, Yunanistan) ve yurt içindeki (Kastamonu, Amasya, Gaziantep, Şanlıurfa, Adana) gastronomik destinasyonlar için ulaşım, otel, yemek ve restoran bilgilerinin karşılaştırmalı olarak sunulduğu bir seyahat planı oluşturması istenmiştir. Son olarak Gaziantep ve Kastamonu için gastronomi tur programı yapılması istenmiş ardından karar vermek için öneriler alınmıştır. Bütçeye göre yapılan seyahat planında yurt dışı için Yunanistan-Atina önerilmiş, yurt içi önerileri ise yemek çeşitlerine göre değişiklik göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Chatgpt, gpt, yapay zekâ, YZ, gastronomi, turizm, destinasyon

TESCİLLİ GELENEKSEL ÜRÜN ADI OLAN ŞEVKETİ BOSTAN'IN GASTRONOMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Uğur LOKMAN

Öğr. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-3004-2303

E-posta: ugur.lokman@deu.edu.tr

Rıdvan SOLMAZ

Arş. Gör., Şırnak Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu

ORCID: 0000-0003-0138-0810

E-posta: solmaz.ridvan@hotmail.com

ABSTRACT

Edible wild plants represent the diversity and depth of Turkish cuisine, and efforts are made to ensure sustainability through breeding efforts. The diversity and richness of Turkish cuisine stands out as a reflection of the countrys cultural heritage. Geographical indications and traditional product names support the preservation of products and the maintenance of cultural values. These registrations protect the economic and cultural value of local products. In this study, the general characteristics of Şevket-i Bostan plant, its usage areas and its contribution to traditional cuisine are examined by document analysis method. It emphasizes the importance of these plants in terms of healthy nutrition, providing economic advantages to local producers, providing convenience in access to the plant and at the same time, realizing the production of these plants by cultivating them. It is stated that the contribution of edible wild plants to the local cultural heritage and their transfer from generation to generation will be ensured by supporting scientific studies in this field and raising awareness about their benefits.

Keywords: Cnicus benedictus, gastronomy, local food, edible wild plants

ÖZET

Yenilebilir yabanı bitkiler Türk mutfağının çeşitliliğini ve derinliğini temsil etmekte ve ıslah edilme çalışmalarıyla sürdürülebilirliği sağlanmaya çalışılmaktadır. Türk mutfağının çeşitliliği ve zenginliği, ülkenin kültürel mirasının bir yansıması olarak öne çıkmaktadır. Coğrafi işaretler ve geleneksel ürün adları, ürünlerin korunmasını ve kültürel değerlerin sürdürülmesini desteklemektedir. Bu tesciller, yerel ürünlerin ekonomik ve kültürel değerini koruma altına almaktadır. Bu çalışma, Şevket-i Bostan bitkisinin genel özellikleri, kullanım alanları ve geleneksel mutfağa katkısı doküman analizi yöntemi ile incelenmektedir. Bu bitkilerin kültüre alınarak üretiminin gerçekleştirilmesi ile birlikte yerel üreticiye ekonomik avantajlar sunduğu, restoranların bitkiye erişiminde kolaylık sağladığı ve aynı zamanda da sağlıklı beslenme açısından önemini vurgulamaktadır. Yenilebilir yabani bitkilerin yerel kültürel mirasa olan katkısını ve nesilden nesile aktarılması, bu alandaki bilimsel çalışmaların desteklenmesi ve faydaları konusunda bilinçlendirilmesi ile sağlanacağı belirtilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Şevket-i Bostan, gastronomi, yerel yemek, yenilebilir yabani bitkiler

GELENEKSEL TÜRK TATLILARINDA ŞEKER VE ŞEKERİN TÜRK KÜLTÜRÜNE YANSIMALARI

Halime KAVAS

Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Eskişehir

ORCID: 0009-0002-7072-4963

E-posta: i.halime@gmail.com

ABSTRACT

The values, lifestyles and social life of societies are developed and formed in a process. The culinary culture of the Turkish society was shaped as a result of the accumulations in Central Asia, the Seljuks, the Ottoman Empire and the Republican eras and afterwards has taken its current form. The sugar that is the subject of this study is the most important material of the Turkish dessert culture that has been included in Turkish traditions and rituals for many years. The history of desserts consumed for centuries on the territory of Anatolia for many years. However, the use of sugar good in Turkish culinary was appeared in the 14th century and was the manifestation of prestige because of its rarity. Sugar; it is a compound obtained from sugar cane, sugar beet or starchy cereals. It is a sweetener obtained by various methods from the natural structure of nutrients. In the academic sources, it is seen sugar was first exist in the 14th century at the time of Ottoman. However, it could not replace honey for many years. The widespread use of sugar began with the mass production and its price reduction in the Ottoman lands. After that, it has taken an important place in social life with its wide usage feature. It has become a great cultural value as a social function: such as being part of traditions with Turkish desserts, being served in special occasions, having a symbolic meaning during traditional holidays, weddings and ceremonies. This study has focused on importance of sugar as a dessert in Turkish society, its history, and its role in social life.

Key Words: Sugar, Cultural value, Turkish desserts

ÖZET

Toplumların değerleri, yaşam biçimleri ve sosyal hayatı, bir süreç içerisinde gelişmekte ve oluşmaktadır. Türk toplumunun yeme-içme kültürü de Orta Asya, Selçuklular, Osmanlı ve Cumhuriyet dönemindeki birikimler sonucunda şekillenmiş ve bugünkü halini almıştır. Bu çalışmaya konu olan şeker, yıllar boyunca Türk geleneklerinde ve ritüellerinde yer alan tatlı kültürünün en önemli malzemesidir. Anadolu topraklarında asırlar boyunca tüketilen tatlıların tarihi uzun yıllar öncesine dayanmaktadır. Ancak bu tatlılarda şekerin kullanımı ilk olarak 14. yüzyılda başlamış olup, ürünün az bulunması dolayısıyla adeta bir prestij manifestosu olarak tarihe damga vurmuştur. Şeker; şeker kamışı, şeker pancarı ve nişastalı tahıllardan elde

edilen bir bileşiktir. Besinlerin doğal yapısından çeşitli yöntemlerle elde edilen bir tatlandırıcıdır. Kaynaklarda şekerin ilk olarak 14. yüzyılda Osmanlı topraklarına girdiği ancak uzun yıllar balın yerini alamadığı bilinmektedir. Şeker kullanımının yaygınlaşması; Osmanlı topraklarında üretilmeye başlaması ve fiyatının düşmesiyle başlamıştır. Yüzyıllardır tatlılarda kullanılması ile bilinen ve yaygın kullanılan özelliğiyle, sosyal hayatta etkisini göstermiş önemli bir yere sahiptir. Türk tatlıları ile geleneklerin bir parçası olarak ikram edilmiş, özel günlere konu olmuş, bayramlarda, düğünlerde ve törenlerde simgesel anlamı gibi sosyal fonksiyonu olan kültürel bir değer haline gelmiştir. Bu çalışmada, şekerin Türk toplumundaki önemi, tarihi ve sosyal hayattaki görevi hakkında bilgiler verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Şeker, Kültürel değer, Türk tatlıları

GASTRONOMİDE YAPAY ZEKÂ UYGULAMALARI KONUSUNDA ChatGPT İLE YAPILAN BİR GÖRÜŞME VE SONUÇLARI

Mehmet ŞİMŞEK

Doç. Dr., Giresun Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-7558-5010

E-posta: mehmet.simsek@giresun.edu.tr

ABSTRACT

In the current technology and information age, artificial intelligence-based applications have become indispensable in the tourism sector and in the field of gastronomy, as in other sectors. Based on this idea, in this study, it is aimed to examine artificial intelligence applications in the field of gastronomy, the advantages and disadvantages of these applications, and the economic, social and environmental consequences of these applications. The study also focused on the legal and ethical problems that may arise as a result of artificial intelligence-based applications. In the research, which is a qualitative study in essence, an interview was held with ChatGPT, a popular artificial intelligence application of recent times, in the context of conversation theory, and suggestions were developed in line with the result of the interview. According to the results of the study, it has been revealed that artificial intelligence applications are widely used in gastronomy and will continue to be used. According to the results of the study, it was emphasized that artificial intelligence applications have some disadvantages as well as advantages, so a certain balance should be maintained when using artificial intelligence technologies. Finally, it was stated in the study that artificial intelligence applications may cause some legal and ethical problems and that it is important for practitioners, developers and users to cooperate and coordinate in order to avoid such negative consequences.

Keywords: Artificial intelligence, ChatGPT, Conversation theory, Gastronomy

ÖZET

İçinde bulunulan teknoloji ve bilgi çağında diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe ve gastronomi alanında da yapay zekâ tabanlı uygulamalar sektörün vazgeçilmezi haline gelmiştir. Bu düşünceden hareketle bu çalışmada gastronomi alanında yapay zekâ uygulamaları, bu uygulamaların avantaj ve dezavantajları ile söz konusu uygulamaların ortaya çıkardığı ekonomik, sosyal, çevresel sonuçların neler olduğunun incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada ayrıca yapay zekâ tabanlı uygulamalar sonucu ortaya çıkabilecek olan yasal ve etik sorunların neler olabileceği üzerinde de durulmuştur. Özü itibarıyla nitel bir çalışma olan araştırmada sohbet teorisi bağlamında son zamanların popüler yapay zekâ uygulaması olan ChatGPT ile bir görüşme gerçekleştirilmiş ve görüşme sonucu doğrultusunda öneriler

geliştirilmiştir. Yapılan çalışma sonucuna göre gastronomide yapay zekâ uygulamalarının yaygın olarak kullanıldığı ve kullanılmaya da devam edileceği ortaya çıkmıştır. Ayrıca yapay zekâ uygulamalarının avantajları yanında bazı dezavantajlarının da olduğu bu nedenle yapay zekâ teknolojilerini kullanırken belirli bir dengenin korunması gerektiği vurgulanmıştır. Çalışmada son olarak yapay zekâ uygulamalarının bazı yasal ve etik sorunlar doğurabileceği ve söz konusu olumsuz sonuçların ortaya çıkmaması için uygulayıcıların, geliştiricilerin ve kullanıcıların iş birliği ve eşgüdüm içerisinde bulunmalarının önemli olduğu dile getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yapay zekâ, ChatGPT, Sohbet teorisi, Gastronomi

YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNİN INSTAGRAM KULLANIMINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: ARDAHAN İLİ ÖRNEĞİ

Salih ÇAKICI

Öğr. Gör., Ardahan Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Ardahan

ORCID: 0000-0002-5861-6831

E-posta: salihcakici@ardahan.edu.tr

Rahman TEMİZKAN

Prof. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Eskişehir

ORCID: 0000-0002-9750-1543

E-posta: rtemizkan@ogu.edu.tr

ABSTRACT

Restaurants use social media for a wide variety of purposes. These purposes are to share information about the business, to advertise/promote, to follow other businesses, to advertise products and events, to recruit employees and to establish personal communication with guests. Restaurants should try to build their customer base by retaining the customer. In this direction, it is very important to use their social media accounts effectively. In this study, the social media accounts of 19 food and beverage businesses with Instagram accounts in Ardahan Center were discussed. Content analysis was applied to the obtained data. In this context, 190 photographs shared by businesses were evaluated with the Nvivo program. Sharing in this context; advertisement/promotion, discount/lottery, menu, concept, 8 themes were created: product construction, product presentation, personnel and special days. As a result of the research, most of the businesses use their Instagram account passively. However, it has been concluded that most businesses do not include important information such as menu, address, contact number, service type, service hours in their Instagram accounts. At the end of the research, suggestions for the use of Instagram by businesses were presented.

Key Words: Social Media, Food and Beverage Businesses

ÖZET

Restoranlar sosyal medyayı çok çeşitli amaçlar için kullanmaktadırlar. Bu amaçlar işletmeyle ilgili bilgiler paylaşmak, reklam/tanıtım yapmak, diğer işletmeleri takip etmek, ürün ve etkinliklerin reklamını yapmak, çalışanları işe almak ve misafirlerle kişisel iletişim kurmak en popüler amaçlardandır. Restoranlar müşteriyi elinde tutarak müşteri tabanlarını oluşturmaya çalışmalıdırlar. Bu doğrultuda sosyal medya hesaplarını etkili bir şekilde kullanmaları oldukça önemlidir. Gerçekleştirilen bu çalışmada Ardahan Merkez'inde yer alan Instagram hesabı olan 19 yiyecek içecek işletmesinin sosyal medya hesapları ele alınmıştır. Elde edilen verilere içerik analizi uygulanmıştır. Bu kapsamda işletmeler tarafından paylaşılan 190 adet fotoğraf Nvivo programı ile değerlendirilmiştir. Bu kapsamda paylaşımlar; reklam/tanıtım, indirim/çekiliş, menü, konsept, ürün yapılışı, ürün sunumu, personel ve özel günler olmak üzere 8 tema oluşturulmuştur. Araştırmadan sonuçla işletmelerin büyük bir

kısmı Instagram hesabını pasif bir şekilde kullanmaktadır. Bununla birlikte çoğu işletmenin Instagram hesaplarında menü, adres, iletişim numarası, servis şekli, hizmet saatleri gibi önemli bilgilere yer vermediği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma sonunda ise işletmelerin Instagram kullanımına yönelik öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Yiyecek ve İçecek İşletmeleri

HORECA SEKTÖRÜNDE ATILAN SÜRDÜRÜLEBİLİR BESLENME ADIMLARI

Eşmen TOYMAN

Diyetisyen, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beslenme ve Diyetetik Anabilim Dalı, Tezli Yüksek Lisans Programı, Yüksek Lisans Öğrencisi

ORCID: 0000-0002-5715-6845

E-posta: esmentoyman7126@outlook.com

Dilek ONGAN

Doç. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü, Toplu Beslenme Sistemleri Anabilim Dalı

ORCID: 0000-0001-8948-9057

E-posta: dilek.ongan@ikc.edu.tr

Ayşe Nur SONGÜR BOZDAĞ

Arş. Gör. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü, Toplu Beslenme Sistemleri Anabilim Dalı

ORCID: 0000-0001-6412-8650

E-posta: dytnur91@gmail.com

ABSTRACT

The environment is the place where living things continue their vital functions, biological, economic, social and cultural lives. Sustainability is the principle of consuming the natural environment and natural resources while reserving the right of future generations to use them. Prevention of food waste is one of the most basic goals in ensuring sustainability. In this regard, many planned policies are being developed globally and on a country basis. One of the most important elements that comes to mind when it comes to the HoReCa sector, which includes accommodation and tourism, restaurant chains and catering, is food systems. Food waste occurring in different branches of the HoReCa sector is a major obstacle to ensuring environmental sustainability. In order to overcome this obstacle, the attitudes and 3 behaviours of consumers, kitchen staff and managers that cause food waste are being investigated and various interventions are being implemented to prevent them. The purpose of this review is to examine the sustainable nutrition steps taken in the HoReCa sector from the perspective of consumers, personnel and management staff and to share solution suggestions.

Keywords: Sustainability, sustainable nutrition steps, food waste, HoReCa sector, food service systems

ÖZET

Çevre, canlıların yaşamsal işlevlerini, biyolojik, ekonomik, sosyal ve kültürel yaşamlarını devam ettirdiği ortamdır. Sürdürülebilirlik, doğal çevreyi ve doğal kaynakları, gelecek nesillerin kullanma hakkını saklı tutarak tüketme ilkesidir. Gıda israfının önlenmesi sürdürülebilirliğin sağlanmasındaki en temel hedeflerden biridir. Bu hususta küresel ve ülke bazında pek çok plan politika geliştirilmektedir. Konaklama ve turizm, restoran zincirleri ve catering alanlarını kapsayan HoReCa sektörü denildiğinde akla gelen en önemli unsurlardan birisi gıda sistemleridir. HoReCa sektörünün farklı kollarında meydana gelen gıda israfı çevresel sürdürülebilirliğin sağlanmasının önünde büyük bir engeldir. Bu engelin aşılması için gıda israfına sebep olan tüketici, mutfak personelleri ve yönetici tutum ve davranışları araştırılmakta ve bunları önlemek için çeşitli müdahaleler uygulanmaktadır. Bu derlemenin amacı HoReCa sektöründe atılan sürdürülebilir beslenme adımlarını

tüketici, personel ve yönetim kadrosu perspektifinde incelemek ve çözüm önerilerini paylaşmaktır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, gıda israfı, HoReCa sektörü, toplu beslenme sistemleri

GLÜTENSİZ BESLENMENİN YÜKSELİŞİ: TÜKETİM KÜLTÜRÜ VE GASTRONOMİ TRENDLERİNDEKİ DÖNÜŞÜM

İrem AYAN DANACILAR

Dr., Beykoz Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi

ORCID: 0000-0002-7253-1623

E-posta: iremayan@beykoz.edu.tr

Şafak Yüksel VURAL

Arş. Gör., Beykoz Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi

ORCID: 0000-0001-6698-7221

E-posta: safakyukselvural@beykoz.edu.tr

ABSTRACT

The emergence of the gluten-free diet movement has been one of the most intriguing phenomena in contemporary health and wellness. This dietary trend has gained immense popularity in recent years and is often embraced as a pathway to a healthier lifestyle. However, its intersection with mainstream consumer culture presents a complex dynamic, especially when access to gluten-free products is limited. This study explores the challenges faced by gluten-free dieters in environments where such products are not readily available, focusing on the perspectives of people with celiac disease who often face challenges due to misconceptions and misunderstandings. Within the scope of the study, in-depth interviews were conducted with individuals with celiac disease. After these interviews, the data were synthesized through content analysis and descriptive analysis methods. At this point, it is observed that the gluten-free diet trend, which is deeply intertwined with consumer culture, presents a complex landscape for both voluntary gluten-free eaters and individuals with celiac disease. The different perspectives on this phenomenon underscore the importance of raising awareness and understanding among all stakeholders. It is concluded that through purposeful holistic communication efforts, society can move towards a more inclusive and empathetic approach, recognizing the unique challenges faced by individuals with celiac disease and raising awareness about the realities of gluten-free diets in settings where accessibility is limited.

Keywords: Consumption Culture, Healthy Eating, Healthy Life Syndrome, Fashion, Nutrition Trends

ÖZET

Glütensiz beslenme hareketinin ortaya çıkışı, çağdaş sağlık ve zindelik alanındaki en ilgi çekici fenomenlerden biri olmuştur. Bu diyet trendi son yıllarda büyük bir popülerlik kazanmış ve genellikle daha sağlıklı bir yaşam tarzına giden bir yol olarak benimsenmiştir. Bununla birlikte, özellikle glütensiz ürünlere erişim sınırlı olduğunda, yaygın tüketim kültürü ile kesişmesi karmaşık bir dinamik sunmaktadır. Bu çalışma, bu tür ürünlerin kolaylıkla bulunamadığı ortamlarda glütensiz diyet yapanların karşılaştığı zorlukları araştırmakta, yanlış anlamalar ve yanlış anlaşılmalar nedeniyle sıklıkla zorluklarla karşılaşan çölyak hastalarının bakış açılarına odaklanmaktadır.

Çalışma kapsamında 2022 yılında çölyak hastası olan ve glüten hassasiyeti olmayan bireylerle derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmeler sonrasında veriler içerik analizi ve betimsel analiz yöntemleriyle sentezlenmiştir. Bu noktada tüketim kültürüyle derinden iç içe geçmiş olan glütensiz beslenme trendinin hem gönüllü glütensiz beslenenler hem de çölyak hastalığı olan bireyler için karmaşık bir manzara sunduğu gözlemlenmektedir. Bu olguya ilişkin farklı bakış açıları, tüm paydaşlar arasında farkındalık ve anlayış geliştirmenin öneminin altını çizmektedir. Amaca yönelik bütünsel iletişim çalışmaları yoluyla toplum, çölyak hastalığı olan bireylerin karşılaştığı kendine özgü zorlukları kabul ederek ve erişilebilirliğin sınırlı olduğu ortamlarda glütensiz diyetlerin gerçekleri hakkında bilinç uyandırarak daha kapsayıcı ve empatik bir yaklaşıma doğru ilerleyebileceği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tüketim Kültürü, Sağlıklı Beslenme, Sağlıklı Yaşam Sendromu, Moda, Beslenme Trendleri

KASTAMONU İLİ GASTRONOMİ ÜRÜNLERİ: TURİZME YÖNELİK HEDİYELİK EŞYA TASARIMI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Alev SÖKMEN

Doç. Dr., Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-2143-839X

E-posta: alevsokmen@kastamonu.edu.tr

Emine TÜRKARSLAN

Öğr. Gör., Kayseri Üniversitesi, Mustafa Çıkrıkçıoğlu Meslek Yüksekokulu

ORCID: 0000-0002-1844-5425

E-posta: emineturkarslan@kayseri.edu.tr

Ahmet Tuğrul KARAMUSTAFA

Arş. Gör., Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-2456-8616

E-posta: tkaramustafa@kastamonu.edu.tr

ABSTRACT

Gastronomy is a field related to the production, preparation, presentation, and consumption of food and beverages and directly or indirectly related to many different fields, such as sociology, history, anthropology, tourism, chemistry, agriculture, and design. Especially when the relationship between the concept of gastronomy and the field of design is examined, the importance of the gastronomic elements of a region in terms of contributing to marketing activities, especially promotion, by concretizing the gastronomic elements of a region and gaining a visual and portable feature without spoiling, which draws attention in terms of gastronomy tourism. Visitors to a destination can buy a local product designed for gastronomic elements and be given the status of a souvenir without leaving the region and returning to their hometown. Souvenirs with cultural value specific to a destination can often carry special meanings for individuals and can significantly contribute to the regional economys growth and development. Souvenirs containing gastronomic elements can be considered an item that helps reveal the sense of interest and curiosity, which is the driving force of touristic travel. In this context, this study aims to contribute to the relevant knowledge in the region and at the point of design imagination by presenting souvenir designs for the products that have come to the fore and received a geographical indication in Kastamonu Province within the scope of gastronomic elements and design of local products. As a method in the study, first of all, the foods specific to Kastamonu province were determined due to the review of the relevant literature. Then, the design ideas for these products were visualized through two-dimensional and three-dimensional design programs. In this context, ergonomic and portable products that can be produced in design ideas were preferred. Thanks to the products resulting from this, both the promotion of the region and local foods specific to the region can be provided. In addition, cooperation and studies to be carried out with the contributions of gastronomy and other related fields will contribute to the relevant literature and the sector. In this context, the study also emphasizes the importance of working with other fields of gastronomy, which is a multidisciplinary field.

Keywords: Gastronomy, Design, Souvenir, Kastamonu.

ÖZET

Gastronomi sadece yiyecek ve içeceklerin üretilmesi ve hazırlanması, sunumu ve tüketilmesi il ilgili bir alan olmayıp, sosyoloji, tarih, antropoloji, turizm, kimya, ziraat ve tasarım gibi birçok farklı alan ile de doğrudan veya dolaylı olarak da ilgilidir. Özellikle gastronomi kavramının tasarım alanıyla ilişkisi incelendiğinde, bir bölgeye ait gastronomik unsurların somutlaştırılarak görsel ve bozulmadan taşınabilir özellik kazanması ile başta tanıtım olmak üzere pazarlama faaliyetlerine katkı sunması açısından önemi ortaya çıkmaktadır ki bu da gastronomi turizmi açısından dikkat çekmektedir. Bir destinasyonu ziyaret edenlerin oradan bir gastronomik unsurlara ilişkin tasarımı yapılmış ve hediyelik eşya statüsü kazandırılmış yerel bir ürünü bölgeden ayrılmadan satın alması ve memleketine dönmesi gibi. Bir destinasyona özgü kültürel değer taşıyan hediyelik eşyalar bireyler için çoğu kez özel manalar taşıyabilmekte ve bölgesel ekonominin büyümesi ve kalkınma için de ciddi katkılar sağlayabilmektedir. Gastronomik unsurları içeren hediyelik eşyalar turistik seyahatin itici gücü olan ilgi ve merak duygusunun ortaya çıkarma konusunda yardımcı nitelikte bir öğe olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı yerel ürünleri gastronomik unsurlar ve tasarımlarının yapılması kapsamında Kastamonu İli özelindeki ön plana çıkmış ve coğrafi işaret almış ürünlere yönelik hediyelik eşya tasarımları sunarak bölge özelinde ve tasarım tahayyül etme noktasında da ilgili bilgi birikimine katkı sağlayabilme yönündedir. Çalışmada yöntem olarak öncelikle Kastamonu iline özgü yiyecekler ilgili literatürün taraması sonucunda belirlenmiş daha sonra bu ürünlere yönelik tasarım fikirleri eskiz çalışmalarından sonra olgunlaştırılan ürünler iki boyutlu ve üç boyutlu tasarım programları aracılığıyla görselleştirilmiştir. Bu kapsamda tasarım fikirlerinde üretilebilen, ergonomik ve taşınabilir ürünler tercih edilmiştir. Bunun sonucunda ortaya çıkan ürünler sayesinde hem bölge tanıtımına hem de bölgeye özgü yerel yiyeceklerin tanıtımına olan sağlanabileceği düşünülmektedir. Bununla beraber gastronomi alanı ile diğer ilişkili alanların katkılarıyla yapılacak iş birliği ve çalışmalar hem ilgili literatüre hem de sektöre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda multidisipliner bir alan olan gastronominin diğer alanlarla çalışılmasının öneminin vurgulanması açısından da çalışma yol gösterici niteliktedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Tasarım, Hediyelik Eşya, Kastamonu.

LONCA BİRLİĞİ VE AHİLİK TEŞKİLATININ GÜNÜMÜZE UYARLANMASI: GASTROSAHALAR

Oğuzhan TINMAZ

Öğr. Gör., İstanbul Aydın Üniversitesi, Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu

ORCID: 0000-0002-3734-5219

E-posta: oguzhantinmaz@aydin.edu.tr

Eren ALTUNBAĞ

Öğr. Gör., İstanbul Aydın Üniversitesi, Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu

ORCID: 0000-0001-5696-9775

E-posta: erenaltunbag@aydin.edu.tr

Özlem YILDIRIM

Öğr. Gör., İstanbul Aydın Üniversitesi, Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu

ORCID: 0000-0003-3807-4315

E-posta: ozlemyildirim@aydin.edu.tr

Hakan YILMAZ

Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-8512-2757

E-posta: hyilmaz5@anadolu.edu.tr

ABSTRACT

In this study, the possible contributions of the administrative functions and practices of guild unions and ahi-order organizations, which have existed in the past, to the development and sustainability of gastronomic tourism, which exists in cities when adapted to gastrofields, are discussed. The aim of the study is to increase satisfaction, to ensure the development and sustainability of local products, and to realize local development by creating gastronomy tourism within the scope of gastronomic tourism or by arranging existing ones by making necessary arrangements in line with the needs of local people and tourists. Applications that can provide development in this direction are discussed in this study and development-oriented suggestions that local governments can put into practice are made.

Keywords: Gastronomy tourism, gastrofield, guild union, ahi organization

ÖZET

Bu çalışmada, geçmişte varlığını sürdürmüş olan lonca birlikleri ve ahilik teşkilatlarının sahip olduğu yönetsel işlev ve uygulamalarının gastrosahalara uyarlandığında, şehirlerde varlığını sürdüren gastronomi turizminin gelişmesine ve sürdürülebilirliğine yönelik olası katkıları tartışılmıştır. Çalışmanın amacı gastronomi turizmi kapsamında gastrosahalar oluşturarak veya mevcut gastrosahaları düzenleyerek yerel halkın ve turistlerin ihtiyaçları doğrultusunda gerekli düzenlemeler yaparak memnuniyeti arttırmak, yerel ürünlerin gelişimi ile sürdürülebilirliğini sağlamak ve yerel kalkınmanın gerçekleştirilmesini sağlamak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda gelişimi sağlayabilecek uygulamalar bu çalışmada tartışılmakta ve yerel yönetimlerin uygulamaya koyabileceği gelişim odaklı önerilerde bulunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi turizmi, gastrosaha, lonca birliği, ahilik teşkilatı

GASTRODİPLOMASİ KAVRAMININ TÜRK MUTFAĞI ÜZERİNE ETKİSİ: TÖREN KEŞKEĞİ ÖRNEĞİ

Şeyma ANDAŞ

Arş. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

ORCID: 000-0002-8745-8641

E-posta: seyma.andas@deu.edu.tr

Gözde TÜRKÖZ BAKIRCI

Dr. Öğretim Üyesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

ORCID: 0000-0001-9910-3314

E-posta: gozde.turkoz@deu.edu.tr

ABSTRACT

In this study, examples of gastrodiplomacy conducted in our country and other countries within the framework of the concept of gastrodiplomacy, which can be considered as a soft power in promoting the cultures, prestige, and identities of nations on the international stage, are discussed. While explaining the concept of gastrodiplomacy, it incorporates public diplomacy, national identity, branding, culinary diplomacy, and culture concepts with which it is related. The study was developed through a review of the literature, one of the qualitative data collection methods. By examining the Ceremony Pilaf, which was included in the UNESCO list of intangible cultural heritage in 2011, other prominent products on the international stage are also highlighted. The importance of emphasizing and promoting internationally recognized products in the context of gastronomy tourism as an element of destination attractiveness, and conducting the process with a gastrodiplomacy perspective, is emphasized.

Keywords: Gastrodiplomacy, Keskek, Unesco, Soft Power.

ÖZET

Bu çalışmada, ülkelerin uluslararası alanda kendi kültürlerinin, saygınlıklarının ve kimliklerinin tanıtılmasında bir yumuşak güç olarak değerlendirilebilecek gastrodiplomasi kavramı kapsamında ülkemizde ve diğer ülkelerde yapılmış gastrodiplomasi örnekleri ele alınmıştır. Gastrodiplomasi kavramı açıklanırken, ilişkide olduğu kamu diplomasisi, ulusal kimlik, markalaşma, mutfak diplomasisi ve kültür kavramlarına yer verilmiştir. Çalışma nitel veri toplama yöntemlerinden alanyazın incelenerek oluşturulmuştur. Somut olmayan kültürel miras listesine UNESCO tarafından 2011 yılında dahil edilen Tören Keşkeği özelinde incelemeler yapılarak uluslararası alanda öne çıkan diğer ürünlere yer verilmiştir. Gastronomi turizminin destinasyonda çekicilik unsuru olarak kullanılabilirliğinde uluslararası marka değeri kazanmış ürünlerin ön plana çıkarılması ve gastrodiplomasi bakış açısıyla sürecin yürütülerek teşvik edilmesinin önemi ortaya koyulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Gastrodiplomasi, Keşkek, Unesco, Yumuşak Güç.

YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE MARKA KONUMLANDIRMA: YEREL GIDA KULLANIMI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Elif Zeynep ÖZER

Dr. Öğretim Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-1925-759X

E-posta: elifozer@kastamonu.edu.tr

Cihan CANBOLAT

Dr. Öğretim Üyesi, Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi Mühendislik, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi

ORCID: 0000-0002-1705-7025

E-posta: cihan.canbolat@istiklal.edu.tr

ABSTRACT

Food and beverage establishments carry out various activities for the purposes such as maintaining their existence, providing competitive advantage, creating brand identity and brand value. Brand positioning, on the other hand, is the actions that the establishment performs by comprehensively directing the place of its brand in the minds of customers. Various strategies are used in brand positioning. Food and beverage establishments have various studies on local food production and consumption for brand positioning. The aim of this research is to reveal which strategy is used by food and beverage establishments for brand positioning in their positioning studies on local food. In line with the purpose of the research, qualitative research method was used. The sample consists of food and beverage establishments with the highest brand value. The data to be obtained were compiled and analysed from the brand positioning studies that food and beverage establishments conveyed to customers through advertising. The research is important in terms of revealing the positioning strategies used in food and beverage establishments with the highest brand value. It has been determined that food and beverage establishments with high brand value use the "positioning for benefit" strategy in their studies on local food. In the next studies; it is thought that it will contribute to the field by analysing the data of quantitative and/or qualitative research methods by considering different dimensions such as brand image, value, identity in food and beverage establishments and revealing the business activities carried out for local food consumption.

Keywords: Brand, Brand Positioning, Food and Beverage Establishments, Gastronomy

ÖZET

Yiyecek içecek işletmeleri varlıklarını devam ettirmek, rekabet üstünlüğü sağlamak, marka kimliği ve marka değeri oluşturmak gibi amaçlara yönelik çeşitli faaliyetlerde bulunmaktadırlar. Marka konumlandırma ise işletmenin markasına ilişkin müşterilerin (tüketicilerin) zihnindeki yerini kapsamlı bir şekilde yönlendirmesiyle gerçekleştirdiği eylemlerdir. Marka konumlandırılırken çeşitli stratejilerden yararlanılmaktadır. Yiyecek içecek işletmelerinin marka konumlandırması için yerel gıda üretim ve tüketimine yönelik yaptığı çeşitli çalışmaları bulunmaktadır. Bu araştırmanın amacı,

marka konumlandırma yapan yiyecek içecek işetmelerinin yerel gıda üzerine ile ilgili konumlandırma çalışmalarında hangi stratejiyi kullandıklarını ortaya koymaktır. Araştırmanın amacı doğrultusunda nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Örneklem, marka değeri en yüksek yiyecek içecek işletmelerinden oluşmaktadır. Elde edilmek istenen veriler, yiyecek içecek işletmelerinin reklam yoluyla müşterilere (tüketicilere) aktardığı marka konumlandırma çalışmalarından derlenerek analiz edilmiştir. Araştırma, marka değeri en yüksek yiyecek içecek işletmelerinde kullanılan konumlandırma stratejilerini ortaya koyması bakımından önem taşımaktadır. Yüksek marka değerine sahip yiyecek içecek işletmelerinin yerel gıdaya yönelik yaptıkları çalışmalarda "faydaya yönelik konumlandırma" stratejisini kullandıkları tespit edilmiştir. Bir sonraki çalışmalarda; yiyecek içecek işletmelerinde marka imajı, değeri, kimliği gibi faklı boyutlar ele alınarak, nicel ve/veya nitel araştırma yöntemlerinin verileri analiz edilip yerel gıda tüketimine yönelik yapılan işletme faaliyetlerin ortaya konmasının alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Marka, Marka Konumlandırma, Yiyecek İçecek İşletmeleri, Gastronomi

EBEVEYNLERİN GÖZÜNDEN ÇİZGİ FİLMLERİN ÇOCUKLARIN YİYECEK VE İÇECEK SEÇİMİNE ETKİSİ: KONYA ÖRNEĞİ

Fatma KOÇ

Öğr. Gör., Siirt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

ORCID: 0000-0003-2500- 8028

E-posta: fatma.koc@siirt.edu.tr

Gülsevdi ÖZTÜRK

Arş. Gör., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-9540- 8978

E-posta: gulsevdi.ozturk@omu.edu.tr

ABSTRACT

In this study, the study conducted to determine the effect of cartoons on the nutrition of children over the age of 3 was carried out with 389 parents residing in the center of Konya. SPSS 21.0 (Statistical Package For Social Sciences) package software was used in the analysis of the collected data. The data were tested by means of frequency analysis and chi-square test, based on descriptive statistical techniques such as demographic characteristics and frequency distributions. It is possible to say that the findings obtained in the study are that children take at least one cartoon character as a role model, that boys demand the food they see in cartoons more, and that the frequency and duration of watching TV are effective in demanding food and beverages in cartoons. Considering the results of the study, cartoons have an effect on childrens food preferences and thus on childrens nutritional behavior. It is important to use cartoon content to encourage children to eat more consciously and healthier against obesity, which is the disease of the age.

Keywords: Cartoon, Food and Beverage Selection, Child Nutrition

ÖZET

Bu çalışmada 3 yaş üzeri çocukların beslenmesinde çizgi filmlerin etkisini belirlemek amacıyla yapılan çalışma Konya merkezde ikamet eden 389 ebeveyn ile gerçekleştirilmiştir. Toplanan verilerin analizinde SPSS 21,0 (Statistical Package For Social Sciences) paket yazılımı kullanılmıştır. Veriler demografik özellikleriyle, frekans dağılımları gibi betimleyici istatistik teknikleri esas alınmış frekans analizi ve ki- kare testi, aracılığı ile test edilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular, çocukların en az bir çizgi film karakterini rol model aldığı, erkek çocukların çizgi filmlerde gördüğü yiyecekleri daha fazla talep ettikleri ve TV izleme sıklığı ve süresinin çizgi filmlerde yer alan yiyecek ve içecekleri talep etmede etkili olduğunu söylemek mümkündür. Çalışma sonuçları göz önüne alındığında çizgi filmlerin çocukların yiyecek tercihine ve dolayısıyla çocukların beslenme davranışı üzerine etkisi mevcuttur. Çağın hastalığı olan obeziteye karşı çocukların daha bilinçli ve daha sağlıklı beslenmeye teşvik etmek için çizgi film içeriklerinin kullanılması önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Çizgi Film, Yiyecek İçecek Seçimi, Çocuk Beslenmesi

YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE YEŞİL TEDARİK SÜRECİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Merve ÖZGÜR GÖDE

Dr. Öğretim Üyesi, Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-7315-4284

E-posta: merveozgurgode@anadolu.edu.tr

Şeyma ÇAKIR

Doktorant, Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

ORCID: 0000-0002-4034-5105

E-posta: s_cakir@anadolu.edu.tr

ABSTRACT

Food and beverage businesses usually plan their activities on a daily basis. Therefore, it is necessary to identify the right suppliers for the supply of raw materials required for production. This process is called supply chain management. The concept of "green", which shows its effect in every field with sustainability, has also affected supply chain management. The basis of the green supply chain is to produce environmentally friendly products/services. The aim of this study is to define the green supply chain management process, to explain its characteristics, to examine its relations with sustainability and to conceptually evaluate the green supply process in food and beverage businesses. In this study, which is a conceptual review, the concept of green supply process management, which has been studied in other sectors in the literature, but its application in food and beverage businesses is not very common, is explained in detail. As a result of the study, it is emphasised that integrating "green" practices into the supply process of food and beverage businesses will be important in terms of sustainability. This study contributed to the literature by addressing green supply chain process management in food and beverage businesses. As a result of the literature review, it is predicted that empirical studies on the green supply process in food and beverage businesses will be useful in the future.

Keywords: Supply Chain, Green Supply Chain, Sustainability, Food and Beverage Businesses

ÖZET

Yiyecek içecek işletmeleri faaliyetlerini genellikle günlük olarak planlamaktadır. Bu nedenle üretim için gerekli hammaddenin tedarikinde doğru tedarikçilerin tespit edilmesi gerekmektedir. Bu sürece tedarik zinciri yönetimi denmektedir. Sürdürülebilirlikle her alanda etkisini gösteren “yeşil” kavramı tedarik zinciri yönetimini de etkilemiştir. Yeşil tedarik zincirinin temeline bakıldığında çevreye duyarlı ürün/hizmet üretme amacı bulunmaktadır. Bu çalışmanın amacı, yeşil tedarik zinciri ve yönetimine ilişkin süreci tanımlamak, özelliklerini açıklamak, sürdürülebilirlik ile ilişkilerini incelemek ve yiyecek içecek işletmelerinde yeşil tedarik sürecini kavramsal açıdan değerlendirmektir. Kavramsal bir inceleme olan bu çalışmada, literatürde başka sektörlerde üzerinde çalışmalar yapılmış olan fakat

yiyecek içecek işletmelerinde uygulamasına çok fazla rastlanmayan yeşil tedarik süreci yönetimi kavramı detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Çalışmanın sonucunda, yiyecek içecek işletmelerinin tedarik sürecine "yeşil" uygulamaları entegre etmesinin sürdürülebilirlik açısından önemli olacağına vurgu yapılmıştır. Bu çalışmayla yiyecek içecek işletmelerinde yeşil tedarik zinciri süreci yönetimi birlikte ele alınarak literatüre katkı sağlanmıştır. Yapılan literatür taraması sonucunda, ileride yiyecek içecek işletmelerinde yeşil tedarik sürecine ilişkin ampirik çalışmalar yapılmasının faydalı olacağı öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tedarik Zinciri, Yeşil Tedarik Zinciri, Sürdürülebilirlik, Yiyecek İçecek İşletmeleri.

KÖFTELERDE HETEROSİKLİK AROMATİK AMİN OLUŞUMUNDA ANTİOKSİDANLARIN ETKİSİ

Beril Su DEMİR

Diyetisyen, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi

ORCID: -

E-posta: beril.su.demiir@gmail.com

Dilek ONGAN

Doç. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi

ORCID: 0000-0001-8948-9057

E-posta: dilek.ongan@ikc.edu.tr

Ayşe Nur SONGÜR BOZDAĞ

Arş. Gör. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi

ORCID: 0000-0001-6412-8650

E-posta: dytnur91@gmail.com

ABSTRACT

Heterocyclic aromatic amines (HAAs) are compounds formed by cooking meat, poultry and fish and their products at 150°C and above. The International Agency for Research on Cancer (IARC) has added HAAs to the 2A and 2B classes of possible carcinogens. They are formed by the reaction of creatine, amino acids and sugar during cooking. Many factors such as temperature, pH, water activity, cooking method, temperature and duration are effective in its formation. In the studies, it has been found that the cooking temperature of the meat, the cooking method, equipment and time, the composition of the meat (carbohydrate, free amino acid and creatine amounts of the meat), pH and water activity play a role in the formation of HAA. There are many studies in the literature to prevent its formation. Adding spices, changing the oil ratio, changing cooking methods are the most common research methods for HAA prevention. There is a high risk of HAA formation in meatballs, which are often served in mass catering and foodservice systems, due to the traditional methods such as cooking at high temperatures for a long time and applying many cooking processes such as frying + baking. Turkish meatball dishes such as İzmir Meatballs, Hasan Paşa Meatballs, Kadınbudu Meatballs, Misket Meatballs, Grilled Meatballs are usually served in foodservice systems. While making these meatball dishes, it goes through many processes such as frying, baking and boiling. Meatballs are exposed to high temperature and long-time cooking. Therefore, it is thought that the HAA rate increases. As a matter of fact, there are also experimental intervention studies in the literature to reduce HAA rate during the preparation of meatballs. In particular, the effect of adding herbal or animal products with known antioxidant properties to meatballs, reducing the formation of HAA is investigated. In this review, the formation of HAA in meatball dishes, which are frequently served in the catering sector, is mentioned and applications to reduce HAA are examined.

Keywords: Heterocyclic aromatic amines, meatballs, antioxidant, foodservice systems.

ÖZET

Heterosiklik aromatik aminler (HAA'lar) et, tavuk ve balık ve bunların ürünlerinin 150°C ve üzerinde pişirilmesiyle oluşan bileşiklerdir. Uluslararası Kanser Araştırma Kurumu (IARC) HAA'ları 2A ve 2B sınıfı olası karsinojen gruplarına eklemişlerdir. Pişirme sırasında kreatin, aminoasit ve şekerin tepkimeye girmesiyle oluşurlar. Oluşumunda sıcaklık, pH, su aktivitesi, pişirme yöntemi, sıcaklığı ve süresi gibi birçok faktör etkilidir. Yapılan çalışmalarda etin pişirilme sıcaklığı, pişirme yöntemi ve süresi, ekipman, etin bileşiminin (karbonhidrat, serbest aminoasit ve kreatin miktarları), pH ve su aktivitesinin HAA oluşumunda rol oynadığı bulunmuştur. Kanserojen etkili bu bileşiklerin oluşumunu ve artışını önlemek için literatürde birçok çalışma yürütüldüğü görülmektedir. Baharat ekleme, yağ oranını değiştirme, pişirme yöntemlerini değiştirme HAA'ların önlenmesi için en sık karşılaşılan araştırma yöntemleridir. Toplu beslenme sistemlerinde sıklıkla servis edilen köftelerde de uzun süre, yüksek sıcaklıklarda pişirme veya kızartma+fırınlama gibi çok sayıda pişirme işlemi uygulama gibi geleneksel yöntemlerden dolayı HAA oluşma riski yüksektir. Toplu beslenme sistemlerinde İzmir Köfte, Hasan Paşa Köfte, Kadınbudu Köfte, Misket Köfte, Izgara Köfte gibi köfte yemekleri genellikle servis edilmektedir. Bu köfte yemekleri yapılırken kızartma, fırınlama, haşlama gibi çok sayıda işlemden geçmektedir. Köfteler, yüksek sıcaklık ve uzun süre pişirmeye maruz kalmaktadır. Dolayısıyla HAA oranının arttığı düşünülmektedir. Nitekim literatürde de köfte hazırlama aşamasında HAA oranını azaltmak amacıyla deneysel çalışmalar bulunmaktadır. Özellikle antioksidan özelliği bilinen bitkisel veya hayvansal ürünlerin köftelere eklenmesinin HAA oluşumunu azaltıcı etkisi incelenmektedir. Bu derlemede de yemek hizmetleri sektöründe sıklıkla sunulan köfte yemeklerinde HAA oluşumuna değinilmiş ve HAA azaltmak amaçlı uygulamalar incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Heterosiklik aromatik aminler, köfte, antioksidan, toplu beslenme sistemleri.

İNCİLİ GASTRONOMİ REHBERİ VE MICHELIN YILDIZI UYGULAMALARNIN TÜRKİYE EKONOMİSİNE OLASI ETKİLERİ

Raif BAKOVA

Öğr. Gör., İstanbul Kültür Üniversitesi

ORCID: 0009-0001-2120-6580

Şerif YÜKSEL

Arş. Gör., İstanbul Kültür Üniversitesi

ORCID: 0000-0002-2449-4477

E-posta: serif.yuksel@iku.edu.tr

ABSTRACT

The Gospel Gastronomy Guide and the Michelin Guide are highly prestigious guides and awards in the local and international gastronomy world. Michelin's award is the 'star', and the Gospel Gastronomy is the 'pearl'. The prestige these guides and awards provide to restaurants, cities and countries causes a significant increase in gastronomy tourism. Turkey has a great potential in this field with its rich culinary culture and diversity. In this article, the effects of the Gospel Gastronomy Guide and the Michelin Guide on the Turkish economy are examined. The contribution of the restaurants included in these guides or winning these awards to the Turkish economy has been evaluated with factors such as the increase in employment, the use of local products and the increase in the number of tourists. In addition, the income and recognition effects and expectations brought by these guides and awards were also mentioned. As a result, it was emphasized that the gastronomic potential of Turkey should be promoted and invested more through such prestigious guides and awards.

Keywords: Gastronomy, Tourism, Economy

ÖZET

İncili Gastronomi Rehberi ve Michelin Rehberi, lokal ve uluslararası gastronomi dünyasında büyük prestije sahip rehberler ve ödüllerdir. Michelin'in ödülü 'yıldız', İncili Gastronomi'nin ise 'inci' simgeleridir.Bu rehberlerin ve ödüllerin, restoranlara, şehirlere ve ülkelere sağladığı prestij, gastronomi turizminde önemli bir artışa neden olmaktadır. Türkiye, zengin mutfak kültürü ve çeşitliliği ile bu alanda büyük bir potansiyele sahiptir. Bu makalede, İncili Gastronomi Rehberi ve Michelin Rehberi'nin Türkiye ekonomisine olan etkileri incelenmiştir. Bu rehberlerde yer alan veya bu ödülleri kazanan restoranların Türkiye ekonomisine katkıları, istihdam artışı, yerel ürünlerin kullanımı ve turist sayısındaki artış gibi faktörlerle değerlendirilmiştir. Ayrıca, bu rehberlerin ve ödüllerin getirdiği sağladığı gelir ve tanınmışlık etkileri ile beklentilere de değinilmiştir. Sonuç olarak, Türkiye'nin gastronomik potansiyelinin bu tür prestijli rehberler ve ödüller aracılığıyla daha fazla tanıtılması ve yatırım yapılması gerekliliği vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Turizm, Ekonomi

FARKLI UNLAR (HİNDİSTAN CEVİZİ UNU, BADEM UNU VE KESTANE UNU) İLE YAPILAN GLUTENSİZ TARTOLETLERİN DUYUSAL DEĞERLENDİRMESİ

Esra DOĞU BAYKUT

Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCİD: 0000-0002-9441-927X

E-posta: esra.dogubaykut@medeniyet.edu.tr

Berrin ONURLAR

Öğr. Gör., İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCİD: 0000-0003-2552-4639

E-posta: berrin.onurlar@medeniyet.edu.tr

ABSTRACT

Grains have been a fundamental part of the human diet since the beginning of agriculture. Gluten is a food component found in some grains. Gluten consumption causes health problems such as celiac disease, gluten allergy and non-celiac gluten sensitivity in some people. These gluten-related health problems are increasingly being reported worldwide. In addition, in recent years, the number of people who are interested in gluten-free nutrition has increased with the increase of studies on the improvement of general health status of gluten-free nutrition. Many different flours or their mixtures are used in gluten-free bakery products: such as gluten-free grain flours such as rice and corn; flours of pseudocereals such as amaranth and quinoa; legume flours or nut flours. In this study, 3 different tartlets were prepared using coconut flour, almond flour or chestnut flour. Tartolets were evaluated by the panelists in terms of odour, color, taste, odor and overall acceptability by sensory evaluation. One-way analysis of variance (ANOVA) was used to understand whether there was a statistical difference between the scores of the tartlets and the Tukey test was applied to the groups with a $p<0.05$ difference according to the ANOVA results. It was observed that three tartolet samples did not differ from each other in terms of taste, smell and overall acceptability. While the panelists liked the tartlets made with coconut flour the most in the color evaluation ($p<0.05$), on the other hand, they gave higher scores to the texture of the tartlets made with almond flour ($p<0.05$). As a result of this study, it was seen that the addition of coconut flour, almond flour and chestnut flour to the tartlets was appreciated by the panelists in sensory evaluation and that these flour types could be used in the product diversification and enrichment of the tartlets.

Keywords: Gluten Free Tartlet, Sensory Analysis, Product Development

ÖZET

Tahıllar, tarımın başlangıcından bu yana insan beslenmesinin temel bir parçası olmuştur. Gluten, bazı tahıllarda bulunan bir gıda bileşenidir. Gluten tüketimi bazı kişilerde çölyak hastalığı, gluten alerjisi ve çölyak olmayan gluten duyarlılığı gibi sağlık sorunlarına neden olmaktadır. Glutenle ilişkili bu sağlık sorunları dünya çapında giderek daha fazla rapor edilmektedir. Ayrıca son yıllarda, glutensiz beslenmenin genel sağlık durumunu iyileştirdiği ile ilgili çalışmaların artmasıyla da glutensiz

beslenmeye ilgi duyan kişi sayısı artmıştır. Glutensiz fırıncılık ürünlerinde pirinç, mısır gibi glutensiz tahıl unları, amarant, kinoa gibi tahıl benzerlerinin unları, baklagil unları ya da sert kabuklu yemiş unları gibi birçok farklı un veya karışımları kullanılmaktadır. Bu çalışmada hindistan cevizi unu, badem unu veya kestane unu kullanılarak 3 farklı tartolet hazırlanmıştır. Tartoletler duyusal değerlendirme ile panelistler tarafından koku, renk, tat, koku ve genel beğenilirlik açısından değerlendirilmiştir. Tartoletlerin aldığı puanlar arasında istatistiki olarak fark olup olmadığını anlamak için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmış ve ANOVA sonuçlarına göre $p<0,05$ düzeyinde farklılık çıkan gruplarda ise Tukey testi uygulanmıştır. Üç tartolet örneğininde tat, koku ve genel beğenilirlik açısında birbirinden farklı olmadığı görülmüştür. Panelistler renk değerlendirmesinde en çok hindistan cevizi unu ile yapılan tartoletleri beğenirken ($p<0,05$), badem unu ile yapılan tartoletlerin ise dokusuna daha yüksek puanlar vermişlerdir ($p<0,05$). Bu çalışma neticesinde tartoletlere hindistan cevizi unu, badem unu ve kestane unu ilavesinin duyusal değerlendirmede panelistler tarafından beğenildiği ve bu un çeşitlerinin tartoletlerin ürün çeşitlendirilmesinde ve zenginleştirilmesinde kullanılabileceği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Glutensiz Tartolet, Duyusal Analiz, Ürün Geliştirme

TÜKETİCİLERİN ÜÇÜNCÜ NESİL KAHVE İŞLETMELERİNİ TERCİH ETME MOTİVASYONLARI: ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ

Sema EKİNCEK

Dr. Öğretim Üyesi, Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0001-9186-9323

E-posta: semaekincek@anadolu.edu.tr

Ebru BAL

Şef, Suna Sun Hotel, Antalya

ORCID: 0009-0005-7190-3324

E-posta: ebrubal26@outlook.com

ABSTRACT

Coffee is one of the drinks with a long history that has existed from the past to the present. With the change and development of societies, innovations and diversity are emerging in coffee. One of these innovations is coffee trends. Coffee trends have taken their current form as first generation, second generation and third generation. In this study, it is aimed to examine the motivations of consumers in Eskişehir to prefer third generation coffee businesses. In this study, qualitative research methods were used. Face-to-face interviews were conducted with 20 consumers. The interviews were analyzed descriptively. The motivations of consumers who prefer coffee businesses; It has been determined that there are values such as drinking good coffee, calmness of the place, exterior appearance-design of the place, trying different coffees and having boutique businesses. The reasons for the preference of third generation coffee businesses are; It has been seen that it offers a good experience, offers a different brewing method and different aromas, uses local style coffee, socializes, and has a large variety of coffee.

Keywords: Coffee culture, third generation coffee, consumer motivation, Eskişehir.

ÖZET

Kahve geçmişten günümüze kadar var olan köklü bir geçmişi olan içeklerden biridir. Toplumların değişmesi ve gelişmesiyle birlikte kahvede yenilikler ve çeşitlilikler ortaya çıkmaktadır. Bu yeniliklerden biri de kahve akımlarıdır. Kahve akımları birinci nesil, ikinci nesil ve üçüncü nesil olarak günümüzdeki halini almıştır. Yapılan bu çalışmada Eskişehir ilindeki tüketicilerin üçüncü nesil kahve işletmelerini tercih etme motivasyonlarının incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu çalışma doğrultusunda nitel araştırma yöntemlerinden faydalanılmıştır. 20 tüketici ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmeler betimsel olarak analiz edilmiştir. Kahve işletmelerini tercih eden tüketicilerin tercih etme motivasyonlarının; güzel kahve içmek, mekânın sakinliği, mekânın dış görünüşü-tasarımı, farklı kahveler denemek ve butik işletmelerin olması gibi değerler olduğu belirlenmiştir. Üçüncü nesil kahve işletmelerinin tercih edilme sebeplerinin ise; iyi bir deneyim sunması, farklı demleme yöntemleri ve farklı aromalar sunması, yöresel tarz kahve kullanılması, sosyalleşme, kahve çeşidinin fazla olması şeklinde olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Kahve kültürü, üçüncü nesil kahve, tüketici motivasyonu, Eskişehir.

ENDÜSTRİ 4.0 ÇAĞINA GASTRONOMİK BİR YAKLAŞIM OLARAK TRANSHÜMANİZM KAVRAMI

Nagihan BOZAL

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0009-0009-8360-438x

E-posta: nagihan.bozal00@gmail.com

Osman ÇAVUŞ

Doç. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-9815-4424

E-posta: osmancavus@ibu.edu.tr

ABSTRACT

Technological developments cause radical changes in every aspect of daily life. The concept of transhumanism, which is described as the Enlightenment movement, is a structure that aims to create the beyond by using all the abilities of the human mind. In this context, applications related to innovative structures in the field of gastronomy with the transhumanism movement are discussed. The aim of the purpose is the concept of transhumanism, which deals with an interdisciplinary structuring with only a concept, and the scope of the working discussions on the future of food and culinary culture, together with nutrition, which is the purpose of artificial intelligence dynamics. Although this main argument, which is within the scope of qualitative research, does not reach an absolute conclusion, the characteristics related to the dynamics revealed by the neurophysiological and sociocultural field effect of the human dimensions in the field of gastronomy of the transhumanism structuring are given in relation to the content.

Keywords: artificial intelligence, culinary culture, transhumanism, digital food culture

ÖZET

Teknolojik gelişmeler günlük yaşantının her alanında köklü değişikliklere sebep olmaktadır. Aydınlanma hareketi olarak nitelendirilen transhümanizm kavramı insan zihnine ait tüm yetilerin kullanılarak insan ötesini yaratmayı amaçlayan bir yapılanmadır. Bu çalışmada transhümanizm hareketiyle birlikte gastronomi alanındaki inovatif yapılanmalara ilişkin uygulamalar ele alınmaktadır. Çalışmanın amacı sadece felsefi bir kavram olmamakla birlikte disiplinler arası bir yapılanmayı ele alan transhümanizm kavramı ve alt sistemi olan yapay zekâ dinamiklerinin fizyolojik dürtü olan beslenmeyle birlikte yemek ve mutfak kültürünün geleceğine ilişkin soru ve tartışmaların sunulmasını sağlamaktır. Nitel araştırma kapsamında alan taraması yapılan bu çalışmada ana argüman olarak mutlak bir sonuç verilmemekle birlikte konuya ilişkin transhümanizm yapılanmasının gastronomi alanında insan türünü nörofizyolojik ve sosyo kültürel alanda etki edeceği dinamiklere ilişkin öneriler verilmektedir.

Anahtar kelimeler: yapay zeka, mutfak kültürü, transhümanizm, dijital yemek kültürü

AKDENİZ BÖLGESİ ANTİK KENTLERİNDE GASTRONOMİ: ARKEOLOJİK VERİLER IŞIĞINDA BİR DEĞERLENDİRME

Doğu Can GÜLER

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi

ORCID: 0000-0002-2499-9483

E-posta: Y205017006@subu.edu.tr

Oğuz TÜRKAY

Prof. Dr., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi

ORCID: 0000-0002-0752-6799

E-posta: turkay@subu.edu.tr

ABSTRACT

Our world has been home to many civilizations and societies. People belonging to these groups established cities within the framework of the conditions of their own period and produced and used various kitchen-related tools such as pots, plates, spoons and liquid carrying containers that were important for their survival. These tools have either survived to the present day - albeit with changes - or have disappeared due to natural and human causes. We learn about the period, civilization and culinary cultures of these tools through the remains that have survived to the present day. Understanding the development of culinary cultures is needed to illuminate the authenticity of today's cuisines and interactions between cuisines. In Turkey, one of the regions with a high potential to reflect inter-culinary interactions is the Mediterranean Region, as it is home to ancient cultures and is subject to intense commercial life. The aim of this study is to reveal the culinary characteristics of the Mediterranean Region in the ancient period through compilation and to create a holistic resource for the use of researchers. For this purpose, a literature review was conducted and archaeological studies were interpreted. As a result of the research, information on many subjects such as food products commonly used in the Mediterranean region in ancient times and their purposes of use, the place and importance of food in religious rituals, and the most traded food products in the region were presented.

Keywords: Gastronomy, Archaeology, Ancient City, Mediterranean Region

ÖZET

Dünyamız birçok medeniyete ve topluma ev sahipliği yapmıştır. Bu gruplara mensup kişiler kendi dönemlerine göre kentler kurmuş ve hayatta kalmaları açısından önemli olan tencere, tabak, kaşık ve sıvı taşıma kapları gibi mutfakla ilgili çeşitli aletler üretip kullanmışlardır. Üretilen ve kullanılan bu aletler ya -değişerek de olsa- günümüze ulaşmış ya da doğal ve beşerî nedenlerle ortadan kaybolmuştur. Günümüze ulaşan kalıntılar sayesinde bu aletlerin ait olduğu dönemi, uygarlığı ve mutfak kültürlerini öğrenmekteyiz. Mutfak kültürlerinin gelişiminin anlaşılmasına, bugünün mutfaklarının orijinalliği ve mutfaklar arası etkileşimleri aydınlatmak adına ihtiyaç duyulmaktadır. Türkiye'de de kadim kültürlerine ev sahipliği yapması yanında yoğun ticari hayata konu olduğundan mutfaklar-arası etkileşimleri de yansıtma potansiyeli

yüksek bölgelerden birisi Akdeniz Bölgesidir. Bu çalışmanın amacı, Akdeniz Bölgesi'nin antik dönemdeki mutfak özelliklerini derleme yolu ile ortaya koymaktır ve araştırmacıların kullanımı için bütünsel bir kaynak oluşturmaktır. Bu amaçla literatür taraması yapılarak ulaşılan arkeolojik incelemeler yorumlanmıştır. Araştırma sonucunda antik çağda Akdeniz bölgesinde yaygın olarak kullanılan gıda ürünleri ve bunların kullanım amaçları, dini ritüellerde gıdanın yeri ve önemi, bölgede en çok ticareti yapılan gıda ürünleri gibi birçok konuda bilgiler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Arkeoloji, Antik Kent, Akdeniz Bölgesi

RESTORANLARDA SIFIR ATIK YÖNETMELİĞİNİN UYGULANMASI

Eda Nur ÇALIŞKAN

İstanbul Aydın Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi

ORCID: -

E-posta: edanurr386@gmail.com

Elif Merve KAHRAMAN

Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi

ORCID: 0000-0002-6742-1817

E-posta: emervekahraman@aydin.edu.tr

ABSTRACT

With the effect of industrialization and urbanization, resources are used unconsciously, which increases the damage caused by the wastes to the environment. While some of the things that technology brings together return as a plus, there are many things that are difficult or even impossible to return from the environment. Disposal of wastes into nature, into the sea, unconscious use of irrigation methods in agriculture, and unconsciously used methods in animal breeding increase environmental problems even more. Food and beverage businesses are businesses that use both artifical and natural energy sources effectively. In order for the food and beverage businesses to maintain their continuity in the future, the Green Generation Restaurant movement has started. The activities of the Green Restaurants have been researched, the precautions they take and their work to protect nature are explained in this study. As a result of the researches, it has been determined that the Green Restaurant Movement does not continue in Turkey and that the businesses are insufficient in this regard.

Keywords: Zero Waste, Sustainability, Green Generation Restaurant, Sustainable Tourism.

ÖZET

Sanayileşme ve kentleşmenin etkisiyle birlikte kaynaklar bilinçsizce kullanılmakta olup artan atıkların çevreye verdiği zararlar artmaktadır. Teknolojinin bazı getirdikleri artı olarak dönerken çevreden de geri dönülmesi zor hatta mümkün olmayan birtakım şeyler almaktadır. Atıkların doğaya, denize atılması, tarımda bilinçsiz sulama yöntemlerinin kullanılması, hayvan yetiştiriciliğinde bilinçsizce kullanılan yöntemler çevre sorunlarını daha da arttırmaktadır. Yiyecek içecek işletmeleri yapay ve doğal enerji kaynaklarını etkili şekilde kullanan işletmelerdir. Bu işletmelerin ilerde devamlılığını sürdürebilmesi için Yeşil Nesil Restoran hareketi başlamıştır. Yeşil Restoranların faaliyetleri araştırılmış, aldıkları önlemler, doğayı korumak için yaptıkları çalışmalar bu çalışmada anlatılmıştır. Yapılan araştırmalar sonucunda Yeşil Restoran Hareketi'nin Türkiye'de devam etmediği ve işletmelerin bu konu ile ilgili yetersiz olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sıfır Atık, Sürdürebilirlik, Yeşil Nesil Restoran, Sürdürülebilir Turizm.

GASTRONOMİ VE SİNEMA: FRANSIZ MUTFAĞI İTALYAN MUTFAĞINA KARŞI

Büşra Meltem TÜRKMEN

Arş. Gör., Medipol Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi

ORCID: 0000-0001-9953-1749

E-posta: busra.turkmen@medipol.edu.tr

Hilal KESKİN

Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Kent Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi

ORCID: 0000-0003-4366-8177

E-posta: hilal.keskin@kent.edu.tr

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the differences and/or similarities revealed in movies that contain elements from French and Italian culinary culture. In this context, 20 films were watched. In the study, semiotic approach, one of the qualitative research methods, was used based on content analysis. As a result of the study, it was seen that the movie scenes carrying elements from the French culinary culture and the places where communal meals such as restaurants are generally dominated by individuality, while the dining environment is more dim and calm; In scenes with Italian culinary culture elements, it was observed that meals were eaten in crowds. Likewise, it was observed that the variety of food on the tables belonging to the French culture was low and the portions were minimal. While the tables are simple in the scenes of eating at home and when the meal is eaten with the family, French tables seem to be relatively dark and tense environments in scenes with Italian culinary culture elements.

Keywords: Gastronomy, Cinema, French Culinary Culture, Italian Culinary Culture

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, içerisinde Fransız ve İtalyan mutfak kültüründen öğeler barındıran sinema filmlerde ortaya konan fark ve/veya benzerlikleri incelemektir. Bu kapsamda 20 adet film izlenmiştir. Çalışmada, içerik analizini çatı analiz baz alarak, nitel araştırma yöntemlerinden semiyotik yaklaşım kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, Fransız mutfak kültüründen öğeler taşıyan film sahnelerinin, restoran gibi toplu yemek yenilen yerlerde genelde bireyselliğin hakim olduğu görülerken, yeme ortamının daha loş ve sakin olduğu görülmüş; İtalyan mutfak kültürü öğeleri taşıyan sahnelerde ise kalabalık şekilde yemek yendiği gözlenmiştir. Aynı şekilde, Fransız kültürüne ait sofralarda yemek çeşitliliği az ve porsiyonların minimal olduğu da göze çarpmıştır. Ev ortamında yemek yeme sahnelerinde, yemek aile ile yendiğinde de sofralar sadeyken, Fransız sofraları, İtalyan mutfak kültürü öğeleri taşıyan sahnelerde görece daha karanlık ve gergin ortamlar olarak gözükmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Sinema, Fransız Mutfak Kültürü, İtalyan Mutfak Kültürü

BİRİNCİ SINIF RESTORANLARDA HİZMET ALAN MÜŞTERİLERİN ÇEVRİMİÇİ DEĞERLENDİRMELERİNİN İNCELENMESİ

Aysu TÜRKMAN

Yüksek Lisans Öğrencisi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

ORCID: 0000-0002-0746-759X

E-posta: turkmanaysu@gmail.com

Perihan KENDİRCİ

Dr. Öğretim Üyesi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0003-2253-0064

E-posta: perihan.kendirci@ikcu.edu.tr

ABSTRACT

Consumers want to have information about the product before making a purchase and consult various sources of information. Word-of-mouth communication, which previously could only be done with the immediate environment, shows that consumers have a smaller sphere of interaction. Today, word-of-mouth communication takes place on the internet, visible to all consumers around the world. First class restaurants with ministry certificate are entitled to receive first class certificate according to various criteria. It is thought that useful findings will be obtained by examining the satisfaction and complaint categories of consumers who receive service from first-class restaurants. The aim of this study is to determine the satisfaction and dissatisfaction of consumers with the food and beverage service they buy by examining the Google comments of first class restaurants. As a result of the study, the comments obtained through Google were categorized and examined. It is seen that consumers have positive evaluations in the categories of food and taste, place and atmosphere, staff, general satisfaction in all restaurants, and negative evaluations are made in the categories of food and taste, service and service, place and atmosphere, general dissatisfaction in all restaurants.

Keywords: First-class retaurant, online reviews, content analysis

ÖZET

Tüketiciler satın alma davranışını gerçekleştirmeden önce ürün hakkında bilgi sahibi olmayı istemekte ve çeşitli bilgi kaynaklarına başvurmaktadır. Önceleri yalnızca yakın çevreyle yapılabilen ağızdan ağıza iletişim, tüketicilerin daha küçük bir etkileşim alanı olduğunu göstermektedir. Günümüzde ağızdan ağıza iletişim internet ortamında, dünyadaki tüm tüketicilerin görebileceği şekilde gerçekleşmektedir. Bakanlık belgeli birinci sınıf restoranlar, çeşitli kriterlere göre birinci sınıf belgesi almaya hak kazanmaktadırlar. Birinci sınıf restoranlardan hizmet alan tüketicilerin memnuniyet ve şikâyet kategorilerinin incelenmesiyle faydalı bulgulara ulaşılacağı düşünülmektedir. Bu çalışmanın amacı, birinci sınıf restoranların Google yorumlarının incelenerek, tüketicilerin satın aldıkları yiyecek-içecek hizmetinden memnuniyet ve memnuniyetsizliklerinin belirlenmesidir. Çalışmanın sonucunda Google üzerinden elde edilen yorumlar kategorilere ayrılmış ve incelenmiştir. Tüketicilerin tüm

restoranlarda yemek ve lezzet, mekân ve atmosfer, personel, genel memnuniyet kategorisinde olumlu değerlendirme yaptığı görülmektedir ve tüm restoranlarda müşterilerin yemek ve lezzet, servis ve hizmet, mekân ve atmosfer, genel memnuniyetsizlik kategorilerinde olumsuz değerlendirmesi bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Birinci sınıf restoran, Çevrimiçi yorumlar, içerik analizi

TÜRKİYE'DE COĞRAFİ İŞARETLİ GASTRONOMİ ÜRÜNLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: BÖLGELERARASI KARŞILAŞTIRMA

Cesim BEHREMEN

Dr. Öğretim Üyesi, Bitlis Eren Üniversitesi, Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

ORCID: 0000-0002-2025-3481

E-posta: cbehremen@beu.edu.tr

ABSTRACT

Geographical indication refers to the association of a product with a specific geographical region or origin. These marks indicate that the products come from a certain geographical area and have characteristics specific to that region. When the geographical indications are considered in terms of types, there are three types: "Direction Mark", "Name of Origin" and "Traditional Product Name". In this context, the main purpose of this study is to reveal the current situation of Turkey in the context of geographical indications and to make an interregional comparison. In this context, the official website of the Turkish Patent and Trademark Office was analyzed by content analysis. As a result of the research, it has been revealed that as of August 2023, there are 1,117 registered products and 535 products in the application process in Turkey. The region with the highest number of registered products belongs to the Central Anatolia Region and the Black Sea Region has the highest number of products in the application process.

Keywords: Geographical Indications, Gastronomy Products, Name of Origin, Geographical Indication

ÖZET

Coğrafi işaret, bir ürünün belirli bir coğrafi bölgeyle veya menşeiyle ilişkilendirilmesini ifade eder. Bu işaretler, ürünlerin belirli bir coğrafi alandan geldiğini ve o bölgeye özgü özelliklere sahip olduğunu gösterir. Coğrafi işaretler türleri bakımından ele alındığında “Mahreç İşareti”, “Menşe Adı” ve “Geleneksel Ürün Adı” olmak üzere üç türü bulunmaktadır. Bu kapsamda bu çalışmanın temel amacı coğrafi işaretler bağlamında Türkiye’nin mevcut durumunu ortaya çıkarmak ve bölgelerarası bir karşılaştırma yapmaktır. Bu bağlamda Türk Patent ve Marka Kurumu’nun resmi Web sitesi içerik analiziyle incelenmiştir. Yapılan araştırma sonucunda 2023 Ağustos ayı itibariyle Türkiye’de 1.117 adet tescilli ürün ve 535 başvuru sürecinde ürün olduğu ortaya çıkmıştır. En fazla tescilli ürüne sahip bölge İç Anadolu Bölgesi ve en fazla başvuru sürecinde bulunan ürün sayısı Karadeniz Bölgesi’ne aittir.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaretler, Gastronomi Ürünler, Menşe Adı, Mahreç İşareti

FARKLI YUMURTA İKAMELERİ KULLANILARAK 3D BASKI YÖNTEMİYLE ACIBADEM KURABİYESİ YAPIMI VE DUYUSAL ANALİZİ

Beyza GÜLMEZ

Bahçeşehir Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

ORCID: 0009-0009-8879-9059

E-posta: beyza.gulmez@bahcesehir.edu.tr

Merve ŞENTÜRK

Migros One Kitchen

ORCID: 0009-0003-2834-4366

E-posta: merve.senturk@bahcesehir.edu.tr

Zeynep TACER CABA

Doç. Dr., Bahçeşehir Üniversitesi, Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi

ORCID: 0000-0003-2811-6462

E-posta: zeynep.tacercaba@bau.edu.tr

ABSTRACT

One of the significant desserts in Turkish culinary culture is the bitter almond cookie, known as "acıbadem kurabiyesi". The bitter almond cookie takes on its cookie form thanks to the inclusion of egg white. In this study, attempts have been made to develop alternative recipes for the egg component in acıbadem kurabiyesi using substitute products. Recipes have been formulated incorporating soy milk, pea protein, flaxseed gel, and aquafaba. Sensory analysis tests were conducted using four different 3D-printed samples. The results revealed various outcomes in terms of appearance, texture, flavor, and overall liking parameters. Consequently, among all samples, those containing soy milk and pea protein exhibited the highest levels of quality and sensory attributes, garnering the most favorable evaluations.

Keywords: 3D food printing, pastry, egg replacer

ÖZET

Türk mutfak kültüründe önemli yere sahip olan tatlılardan biri de acıbadem kurabiyesidir. Acıbadem kurabiyesi, yumurta akı sayesinde kurabiye formuna gelmektedir. Bu çalışmada, acıbadem kurabiyesinin içeriğinde yer alan yumurtanın ikame ürünlerle reçeteleri geliştirilmeye çalışılmış ve reçetelerde soya sütü, bezelye proteini, keten tohumu jeli ve aquafaba kullanılmıştır. 3D gıda baskısı yöntemiyle basılmış dört farklı örnek kullanılarak yapılan duyusal analiz test sonucunda, görünüş, tekstür, lezzet ve genel beğeni parametrelerinde çeşitli sonuçlar ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak, tüm örnekler içerisinde soya sütü ve bezelye proteini içeren örnek kalite ve duyusal özellikler itibariyle en beğenilen örnek olmuştur.

Anahtar Kelimeler: 3D gıda baskısı, unlu mamüller, yumurta ikamesi

GIDA DEMOKRASİSİ VE BİRLİKTE DEĞER YARATMA TEORİSİNE YÖNELİK KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME

Ferzan AKTAŞ

Öğr. Gör., Kilis 7 Aralık Üniversitesi, TOMYO

ORCID: 0000-0002-7373-7471

E-posta: Ferzan.aktas@kilis.edu.tr

Günay EROL

Doç. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0001-8288-998X

E-posta: gunayerol@nevsehir.edu.tr

Emrah KESKİN

Doç. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0001-6565-4265

E-posta: ekeskin@nevsehir.edu.tr

ABSTRACT

Food includes many processes from production to table. The involvement of food consumers and its impact of this process has been a matter for a long time. The concept of food democracy advocates a fair system in all food-related variables, as a concept advocating that people are involved in the process at every stage of food and that that people affect food processes. Co-creation theory, which expresses common value creation and active participation of people, is also seen as an important variable, especially when considered together with people's participation in food. In this study, the concept of gastro-democracy is conceptually discussed with the theory of co-creation. In the study, also, the development of the concept of gastro-democracy, some practices and suggestions are also mentioned within the scope of food. And the relational features of gastro-democracy and co-creation theory are evaluated within the scope of nutrition, food, gastronomy and gastronomy tourism. In food; Along with the democratic understanding, a participatory, holistic and common understanding of value has been tried to be conceptually analysed and suggestions have been developed in this context.

Keywords: Food Democracy, Co-Creation Theory, Food, Gastronomy

ÖZET

Gıda, üretimden sofraya kadar birçok süreci içerisine alan bir kapsama sahiptir. Gıda tüketicileri olan insanların ise bu sürece dahil edilmesi ve bu sürece etkisi uzun zamandır tartışma konusu olmuştur. Gıda demokrasisi kavramı insanların gıdanın her aşamasında sürece dahil olmasını ve süreci etkilemesini savunan bir kavram olarak gıda ile ilgili tüm değişkenlerde adil bir sistemi savunmaktadır. Ortak değer yaratma ve aktif katılımı savunan birlikte değer yaratma teorisi de özellikle insanların gıda üzerindeki katılımı ile birlikte ele alındığında önemli bir değişken olarak görülmektedir. Bu çalışmada gastro demokrasi kavramı, birlikte değer yaratma teorisi ile birlikte kavramsal olarak ele alınmıştır. Çalışmada ayrıca gastro demokrasi kavramının gelişimine, bazı uygulamalara ve önerilere gıda kapsamında değinilmiştir. Bu kapsamda gastro demokrasi ve birlikte değer yaratma teorisinin ilişkisel özellikleri beslenme, gastronomi ve gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmiştir. Gıdada

demokratik anlayışla birlikte katılımcı, bütüncül ve ortak bir değer anlayışı kavramsal olarak çözümlenmeye ve bu kapsamda öneriler geliştirilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gıda Demokrasisi, Birlikte Değer Yaratma Teorisi, Gıda, Gastronomi

GASTRONOMİ TEMALI FİLMLERDE YER ALAN ŞEF KARAKTERLERİNİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ AÇISINDAN İNCELENMESİ

Yaşar Mert DEMİRAL

Arş. Gör., Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0001-8942-1247

E-posta: mert.demiral@kocaeli.edu.tr

Koray GÜZEY

Arş. Gör., Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-3138-1745

E-posta: koray.guzey@kocaeli.edu.tr

ABSTRACT

It is seen that gastronomy, which has existed in different fields since ancient times, also finds its place in films that have an important cultural place in today's world. The world of gastronomy is described in films with different genres and perspectives. This study was written so as to find out the personality traits of the chefs, who are frequently included in the gastronomy-themed films, which are discussed on the subject of different perspectives, subjects and genres. Within the scope of the study, the dimensions of "openness to innovation, neuroticism, extraversion, agreeableness and responsibility" of the five-factor personality model were determined as the theme. The determined themes were analyzed by content analysis so as to reveal the personalities of the 15 movie character chefs. One of the results study shows that most of the chief characters in movies are compatible with the "responsibility" theme.

Keywords: Gastronomy Themed Movies, Personality Traits, Food Movies, Chefs

ÖZET

Eski dönemlerden beri farklı alanlarda varlık gösteren gastronominin de günümüz dünyasında kültürel anlamda önemli bir yeri olan filmlerde de kendisine yer bulduğu görülmektedir. Gastronomi dünyası farklı tür ve bakış açılarıyla filmler içerisinde anlatılmaktadır. Bu çalışma farklı bakış açısı, konu ve tür bağlamında ele alınan gastronomi temalı filmlerin içerisinde sıklıkla yer bulan şeflerin kişilik özelliklerinin tespitini yapmak amacıyla kaleme alınmıştır. Çalışma kapsamında beş faktörlü kişilik modelinin “yeniliğe açıklık, nevrotiklik, dışadönüklük, uyumluluk ve sorumluluk” boyutları tema olarak belirlenmiştir. Belirlenen temalar 15 film karakteri şefin kişiliklerini ortaya çıkartmak amacıyla içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Çalışma sonuçlarından birisi, filmlerde yer alan şef karakterlerinin büyük bir kısmının “sorumluluk” temasına uyumlu olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Temalı Filmler, Kişilik Özellikleri, Yemek Filmleri, Şefler

WOS VERİTABANINDAKİ GASTRONOMİ TURİZMİ KONULU MAKALELERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Yaşar Asu TABANLI

Yüksek Lisans Öğrencisi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, Türkiye

ORCID: 0000-0002-0675-6672

E-posta: tabanli25@gmail.com

Alper IŞIN

Doç. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, İzmir, Türkiye

ORCID: 0000-0003-2232-0606

E-posta: alper.isin@ike.edu.tr

ABSTRACT

Gastronomy has become a popular research topic in both national and international literature, developing a new field in tourism. In the research, it is aimed to examine the articles published in the journals indexed in Social Sciences Citation Index (SSCI) on the subject of gastronomy tourism according to the bibliometric analysis method. For this purpose, as a result of the search made in the Web of Science database, 206 articles related to gastronomy tourism within the scope of SSCI were reached. The articles included in the research were examined in terms of publication years, countries, institutions, authors, publication titles, citations, categories and research areas, and a bibliometric analysis was made. The bibliographic data obtained from the Web of Science database were transferred to the VOSviewer bibliographic analysis program and mapped.

Keywords: Gastronomy, Tourism, VOSviewer, Bibliometric analysis, Gastronomy tourism

ÖZET

Gastronomi, turizm alanında yeni bir alan geliştirerek hem ulusal hem de uluslararası literatürde popüler bir araştırma konusu haline gelmiştir. Araştırmada temel olarak, gastronomi turizmi konusu ile ilgili Social Sciences Citation Index'te (SSCI) dizinlenen dergilerde yayınlanan makalelerin bibliyometrik analiz yöntemine göre incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, Web of Science veri tabanında yapılan tarama sonucunda, gastronomi turizmi konusu ile ilgili SSCI kapsamında 206 makaleye ulaşılmıştır. Araştırmaya dâhil edilen makaleler, yayınlanma yılları, ülkeler, kurumlar, yazarlar, yayın başlıkları, atıflar, kategoriler ve araştırma alanları açısından incelenerek bibliyometrik analizi yapılmıştır. Web of Science veri tabanından elde edilen bibliyografik veriler VOSviewer bibliyografik analiz programına aktarılarak haritalandırma yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Turizm, VOSviewer, Bibliyometrik analiz, Gastronomi turizmi

ACI ÇİKOLATA ROMANI BAĞLAMINDA GASTRONOMİ, EDEBİYAT VE FELSEFE İLİŞKİSİ

Ayşe BALKAN

Dr., İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi

ORCID: 0009-0003-1412-5250

E-posta: ayseyilmazbalkan@gmail.com

ABSTRACT

In this study, Laura Esquivel's novel Bitter Chocolate, which contains important information about Mexican culinary culture, was examined in terms of gastronomy, literature and philosophy relations. The aim of the study is to show that there can be close relationships between disciplines that seem distant from each other. As a result of close/deep reading on the novel, it was concluded that the "matchsticks within us" in the sixth chapter of the novel had a metaphorical meaning. Afterwards, the entire novel was re-read with this perspective and it was concluded that the work could be associated with existential philosophy. Then, the views of existential philosophy and Nietzsche, who can be considered its predecessor, were summarized using various sources. In addition, the relevant section of the novel is associated with Maslow's concept of self-actualization. The entire novel was re-read with the basic concepts of existential philosophy and the findings were based on supporting sections taken from the novel. As a result of the study, it was concluded that the novel is a text suitable for the basic features of existential philosophy and the importance of such interdisciplinary studies was emphasized.

Keywords: Bitter chocolate, Mexican, food, love, existansializm.

ÖZET

Bu çalışmada Laura Esquivel'in Meksika mutfak kültürüne dair önemli bilgiler içeren *Acı Çikolata* adlı romanı gastronomi, edebiyat ve felsefe ilişkileri bakımından incelenmiştir. Çalışmanın amacı, birbirine uzak gibi görünen disiplinler arasında yakın ilişkiler olabileceğini göstermektir. Roman üzerinde yapılan yakın /derin okuma neticesinde romanın altıncı bölümünde yer alan "içimizdeki kibrit çöpleri"nin metaforik bir anlam taşıdığı yargısına varılmış bunun ardından romanın tümü bu gözle yeniden okunmuş ve eserin varoluşçu felsefe ile ilişkilendirilebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Ardından varoluşçu felsefenin öncülü sayılabilecek Nietzsche'nin görüşleri de çeşitli kaynaklardan yararlanarak özetlenmiştir. Ayrıca romanın ilgili bölümü Maslow'un kendini gerçekleştirme kavramı ile de ilişkilendirilmiştir. Ardından romanın tümü varoluşçu felsefenin temel kavramları ile yeniden okunmuş ve elde edilen bulgular, romandan alınan destekleyici bölümler ile temellendirilmiştir. Yapılan çalışma sonucunda romanın varoluşçu felsefenin temel özelliklerine uygun bir metin olduğu sonucuna ulaşılmış bu tip disiplinlerarası çalışmaların önemi vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Acı Çikolata, Meksika, yemek, aşk, varoluşçuluk.

TOPRAKSIZ TARIM VE GASTRONOMİ ÜZERİNE BİR DERLEME

Emre ÖZTÜRK

Öğr. Gör., Beykent Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu

ORCID: 0000-0001-6162-101X

E-posta: emreozturk@beykent.edu.tr

Düriye BOZOK

Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-3703-6918

E-posta: dbozok@balikesir.edu.tr

ABSTRACT

In recent years, the rapid growth of the world's population has brought many challenges to the fore. One of these challenges is the gradual decrease in arable land per capita due to infertile soils. In addition, population growth in large cities creates problems such as the inability of the city to feed itself. At the same time, the transportation of agricultural products over long distances increases carbon emissions. In traditional agriculture, the inaccessibility of food products in all seasons or the inability to provide products of the same quality creates a very problematic situation for food and beverage companies. Under these critical conditions, it has become imperative to develop agricultural systems that can meet the demand for food. Hydroponic agriculture is seen as a system that is thought to be a solution to these problems. Since there are relatively few studies in the literature that examine hydroponic agriculture as a whole from a gastronomy perspective, a study was conducted through a systematic review; the aim of the study was to reveal the relationship with the field of gastronomy by addressing traditional agriculture and hydroponic agriculture systems in light of current information. Hydroponic agriculture provides cleaner food in terms of pests, weeds, and pesticides because it does not use soil. In addition, hydroponics is considered to be a more sustainable farming system. It uses less water and land, while producing higher yields than traditional agriculture.

Keywords: Hydroponic farming, Traditional agriculture, Gastronomy, Sustainability

ÖZET

Son yıllarda dünya nüfusunun hızla artmasına bağlı olarak birçok sorun ön plana çıkmıştır. Bu zorluklardan biri de verimsizleşen toprakların yarattığı kişi başına düşen tarım arazisi alanının giderek azalmasıdır. Ayrıca büyük şehirlerdeki nüfusun artması da şehrin kendi kendine yetememesi gibi sorunları beraberinde getirmektedir. Aynı zamanda daha uzun yol kat etmek zorunda kalan tarım ürünleri, ulaşım kaynakları olarak karbon salınımını arttırmaktadır. Geleneksel tarımda gıda ürünlerine yılın her zamanı ulaşılamaması ya da aynı kalitede ürün temin edilememesi yiyecek içecek işletmeleri açısından oldukça sıkıntılı bir durum oluşturmaktadır. Bu kritik koşullar altında, gıda ihtiyacını karşılayabilecek tarım sistemleri geliştirilmesi zorunlu hale gelmiştir. Topraksız (hidroponik) tarım bu sorunlara çözüm olacağı düşünülen bir

sistem olarak görülmektedir. Alan yazında topraksız tarımı gastronomi bakış açısıyla bir bütün olarak inceleyen çalışmaların görece az olması nedeniyle sistematik derleme aracılığıyla bir çalışma yapılmış; geleneksel tarım ve hidroponik tarım sistemlerini güncel bilgiler ışığında ele alarak gastronomi alanıyla ilişkisinin ortaya konulması çalışmanın amacı olarak belirlenmiştir. Hidroponik tarımda toprak kullanılmaması sebebiyle haşere, yabani ot ve pestisitler bakımından daha temiz gıda sunulmaktadır. Ayrıca topraksız tarım, daha az su tüketimi ve daha az alan kullanımı ile geleneksel tarıma oranla hem daha fazla verim elde edilirken hem de daha sürdürülebilir bir tarım sistemi olarak görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Topraksız tarım, Geleneksel tarım, Gastronomi, Sürdürülebilirlik.

YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİ YÖNETİCİLERİNİN SIFIR ATIK UYGULAMALARINA BAKIŞ AÇILARI VE FARKINDALIKLARI ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA: ISPARTA ÖRNEĞİ

Murat ÇUHADAR

Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü

ORCID: 0000-0003-0434-1550

E-posta: muratcuhadar@sdu.edu.tr

Mehmet Anıl KÜÇÜKYAMAN

Öğr. Gör., Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta Meslek Yüksekokulu, Otel-Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü

ORCID: 0000-0003-1379-7998

E-posta: mehmetkucukyaman@isparta.edu.tr

ABSTRACT

In the research, it was aimed to determine the perspectives and awareness of food and beverage business managers on zero waste practices. The study was planned as a qualitative case study. The research population consists of food and beverage businesses operating in the province of Isparta. In this context, semi-structured interviews were conducted with 14 managers working in food and beverage businesses in Isparta. Difficulties in preventing wastes generated in food and beverage businesses have been identified. In order to achieve the purpose of the research, the method of interviewing the managers of the food and beverage businesses operating in Isparta province was carried out and the results were interpreted. It has been determined that in order to minimize the wastes generated in the enterprises, the wastes are separated in the garbage, the oils used in the kitchen are accumulated and separated in the barrels, and some enterprises train their personnel on zero waste practices. . The research has limitations. Employees and managers of various food and beverage businesses can be included in future research.

Keywords: Waste, Zero Waste, Food and Beverage Businesses

ÖZET

Çalışmada yiyecek içecek işletmeleri yöneticilerinin sıfır atık uygulamalarına bakış açıları ve farkındalıklarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma nitel bir durum çalışması olarak planlanmıştır. Çalışma evreni Isparta'da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleridir. Bu kapsamda Isparta'da bulunan yiyecek içecek işletmelerinde çalışan 14 yönetici ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yiyecek içecek işletmelerinde oluşan atıkların engellemesindeki zorluklar tespit edilmiştir. Çalışmanın amacına ulaşmak için Isparta'da faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmeleri yöneticileri ile mülakat yöntemi gerçekleştirilmiş ve sonuçlar yorumlanmıştır. İşletmelerde meydana gelen atıkları en aza indirmek için atıkların çöplerde ayrıştırıldığı, mutfakta kullanılan yağların varillerde biriktirildiği ve sonrasında ayrıştırıldığı sıfır atık uygulamaları ile ilgili bazı işletmelerin personeline eğitimler verdiği belirlenmiştir. Araştırmanın sınırlılıkları bulunmaktadır. Gelecek çalışmalarda çeşitli yiyecek-içecek işletmeleri çalışanları ve yöneticileri dâhil edilebilir.

Anahtar Kelimeler: Atık, Sıfır Atık, Yiyecek İçecek İşletmeleri

GASTRO-TURİST TİPOLOJİSİ BELİRLENMESİNE YÖNELİK ÇALIŞMALAR ÜZERİNE SİSTEMATİK BİR LİTERATÜR TARAMASI (2002-2022)

Dorukan BOYACI

Doktora Öğrencisi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Araştırmaları Enstitüsü

ORCİD: 0000-0002-0920-4777

E-posta: dorukan.boyaci@gmail.com

Ebru GÜNEREN

Doç. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü

ORCİD: 0000-0003-2669-440

E-posta: ebruguneren@nevsehir.edu.tr

Ahmet Tuğrul KARAMUSTAFA

ORCİD: 0000-0002-2456-8616

Arş. Gör., Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

E-posta: tkaramustafa@kastamonu.edu.tr

ABSTRACT

Today, with the rapid development of transportation, it is observed that there is a significant increase in the participation of individuals in tourism activities. In particular, gastronomy tourism, which has recently become a vital destination attraction, has gained importance in this context. Individuals whose primary purpose of traveling is gastronomy tourism are referred to as gastro-tourists. Gastro-tourists may prefer destinations that appeal to their unique eating and drinking consumption. In this context, the differences between the reasons for traveling to a particular destination may be due to gastro-tourist typologies. In this context, this study aims to examine the studies on gastro-tourist typology through a systematic literature analysis. For this purpose, studies from different databases and search engines were analyzed. As a result of the review, 23 studies were identified to determine the gastro-tourist typology between 2002 and 2022, and the gastro-tourist typologies revealed by these studies are summarised in the findings section. As a result, it is pointed out that the number of studies on gastro-tourists could be higher. This study will likely make theoretical contributions to tourism and gastronomy literature and practical contributions to destination management.

Keywords: Gastro-Tourist, Gastro-Tourist Typology, Gastronomy Tourism, Destination, Systematic Literature Review.

ÖZET

Günümüzde ulaşımın hızlı bir şekilde gelişmesiyle beraber bireylerin turizm etkinliklerine katılımında da önemli oranda artış olduğu gözlenmektedir. Özellikle, son zamanlarda destinasyonlar için önemli bir çekim faktörü haline gelen gastronomi turizminin bu bağlamda önem kazandığı düşünülmektedir. Öncelikli seyahat amaçları arasında gastronomi turizmi olan kişiler gastro-turist olarak ifade edilmektedir. Gastro-turistler, kendilerine özgü yeme ve içme tüketimlerine hitap eden destinasyonları tercih edebilmektedir. Bu bağlamda, belirli bir destinasyona yönelik seyahat etme nedenleri arasındaki farklılıkların gastro-turist tipolojilerinden kaynaklanıyor olabileceği söylenebilir. Bu kapsamda çalışmanın amacı, gastro-turist tipolojisine ilişkin çalışmalarının sistematik literatür analizi yaparak incelemektir. Bu amaç doğrultusunda farklı veri tabanları ve arama motorundan çalışmalar

incelenmiştir. İnceleme sonucunda, 2002-2022 yılları arasında gastro-turist tipolojisi belirlemeye yönelik toplamda 23 çalışma belirlenmiş ve bu çalışmaların ortaya koyduğu gastro-turist tipolojileri bulgular kısmında özetlenmiştir. Sonuç olarak, gastro-turist konulu çalışmaların sayıca az oluşuna dikkat çekilmektedir. Bu çalışmanın, turizm ve gastronomi literatürüne yönelik teorik, destinasyon yönetimlerine ise uygulama açısından katkılarda bulunacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastro-Turist, Gastro-Turist Tipolojisi, Gastronomi Turizmi, Destinasyon, Sistematik Literatür Analizi

FOODSTAGRAMMİNG VE RESTORAN TÜRÜ TERCİHİNE ETKİSİ

Mehmet CAN

Dr. Öğretim Üyesi, Aksaray Üniversitesi, Güzelyurt Meslek Yüksekokulu

ORCID: 0000-0002-7985-4126

E-posta: mehmetcan@aksaray.edu.tr

İlhan AVCU

Öğr. Gör., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

ORCID: **:** 0000-0003-4961-4524

E-posta: iavcu@mehmetakif.edu.tr

ABSTRACT

The tendency to share photos of food on social media platforms is defined as foodstagramming behavior in the literature. Recently, foodstagramming, which has become an integral part of digital culture, has also emerged as an interesting topic in the field of behavioral sciences. In previous field studies, researchers have generally investigated the relationship between foodstagramming behavior and topics such as travel experience, purchasing behavior, conspicuous consumption behavior, self-perception, and communication experience. However, research on the relationship between foodstagramming behavior and restaurant type preference has been somewhat neglected. In this study, the underlying motivations of foodstagramming behavior and its impact on restaurant type preference are aimed to be comprehensively elucidated. The study utilized a qualitative research method and a phenomenology research design. Through purposive sampling, a total of 19 different individuals were engaged in semi-structured in-depth face-to-face interviews, and the collected interview data underwent content analysis. The results indicate that individuals exhibiting foodstagramming behavior tend to prefer restaurants with distinctive menus and presentations, as well as restaurants that cater to the social status and recognition needs. Foodstagramming behavior is perceived as a significant factor in enhancing the brand awareness and favorability of restaurants. Consequently, restaurants are advised to engage in frequent sharing on social media, create menus with original content, and develop innovative, creative, and aesthetically appealing food presentations to position themselves favorably.

Keywords: Foodstagramming, Motivation, Restaurant, Preference

ÖZET

Yemek fotoğraflarının sosyal medya platformlarında paylaşma eğilimi alan yazında foodstagramming davranışı olarak tanımlanmaktadır. Son zamanlarda dijital kültürün vazgeçilmez bir parçası haline gelmiş olan foodstagramming, davranış bilimleri alanlarında yapılan akademik çalışmalar açısında da ilgi çekici bir konu haline gelmiştir. Yapılan alan araştırmalarında genel anlamda araştırmacılar tarafından foodstagramming davranışlarının seyahat deneyimi, satın alma davranışı, gösterişçi tüketim davranışı, benlik algısı ve iletişim deneyimi gibi konularla olan ilişkisi

araştırıldığı görülmüştür. Ancak foodstagramming davranışı ile restoran türü tercihi arasındaki ilişkiye yönelik araştırmaların kısmen ihmal edildiği görülmüştür. Bu çalışmada, foodstagramming davranışının altında yatan temel motivasyon kaynaklarının ve bu davranışın restoran türü tercihine olan etkisinin tüm yönleriyle ortaya konulması amaçlanmıştır. Çalışmada nitel araştırma yönteminden ve fenomenoloji (olgubilim) araştırma deseninden yararlanılmıştır. Araştırmada amaçlı örnekleme yöntemi kullanarak toplamda 19 farklı kişiyle yarı yapılandırılmış derinlemesine yüz yüze görüşme yapılmış ve görüşmeden edilen veriler olan içerik analizine tabi tutulmuştur. Sonuç olarak foodstagramming davranışı sergileyen bireylerin özellikle menüsü ve sunumu açısından özellikli restoranları ve sosyal statü ve tanıma ihtiyacına yönelik fenomen olan restoranları daha fazla tercih ettikleri görülmüştür. Foodstagramming davranışı restoranların marka bilinirliğinin ve tercih edilebilirliğinin artmasında önemli bir etken olarak görülmektedir. Bu yüzden restoranların özellikle kendilerini sosyal medyada iyi bir yerde konumlandırmak için sıklıkla paylaşım yapmaları, özgün içerikli menüler oluşturmaları ve yenilikçi, yaratıcı ve estetik açıdan dikkat çekici yemek sunumları geliştirmeleri çalışmanın önemli çıkarımları arasındadır.

Anahtar kelimeler: Foodstagramming, Motivasyon, Restoran, Tercih

ONLİNE YEMEK SİPARİŞ PLATFORMLARINI KULLANAN YETİŞKİN BİREYLERİN YEME TUTUMLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Ayşe Nur SONGÜR BOZDAĞ

Arş. Gör. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi,

Beslenme ve Diyetetik Bölümü, Toplu Beslenme Sistemleri Anabilim Dalı

ORCID: 0000-0001-6412-8650

E-posta: dytnur91@gmail.com

Sultan CANDAN

Dyt., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi,

Beslenme ve Diyetetik Bölümü

ORCID:-

E-posta: sultannn.candan@gmail.com

Dilek ONGAN

Doç. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi,

Beslenme ve Diyetetik Bölümü, Toplu Beslenme Sistemleri Anabilim Dalı

ORCID: 0000-0001-8948-9057

E-posta: dilek.ongan@ikc.edu.tr

ABSTRACT

Online food services have grown significantly in popularity in recent years, and it is expected that this trend will continue as technology advances.There is also an increase in the number of studies investigating the different characteristics of consumers using the platforms where these services are offered. This research was conducted to determine the eating habits, eating attitudes of adults using online food ordering platforms and the factors affecting their use of these platforms. In this study, which was completed with 330 adults, it was determined that individuals with a higher frequency of ordering food online had higher Body Mass Index (BMI) ($p<0.05$). In addition, individuals prone to eating behavior disorder had higher BMI values and hedonic impulse scores ($p>0.05$). The increase in the frequency of online food ordering is among the prominent findings of this research, due to the effect of these platforms making life easier. In terms of the sustainability of public health, the characteristics of individuals using online food services should be further detailed with new studies, and necessary interventions should be made to minimize the negative effects of these platforms in terms of health.

Keywords: Online food service, eating attitude, health, nutrition.

ÖZET

Online yemek hizmetlerinin kullanımı son yıllarda oldukça artmıştır ve gelişen teknoloji ile birlikte artmaya devam edeceği öngörülmektedir. Bu hizmetlerin sunulduğu platformları kullanan tüketicilerin farklı özelliklerini araştıran çalışmaların sayısında da artış mevcuttur. Bu araştırma, online yemek siparişi platformlarını kullanan yetişkinlerin beslenme alışkanlıkları, yeme tutumları ve bu platformları kullanmalarını etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla yapılmıştır. 330 yetişkinle tamamlanan bu çalışmada, online yemek siparişi verme sıklığı daha fazla olan bireylerin Beden Kütle İndekslerinin (BKİ) daha yüksek olduğu ($p<0,05$) belirlenmiştir. Ayrıca yeme davranışı bozukluğuna yatkın bireylerin BKİ değerleri ve hedonik dürtü puanlarının da yüksek olduğu görülmüştür ($p>0,05$). Online yemek siparişi verme sıklığının artışı bu platformların hayatı kolaylaştırma etkisine bağlı olarak artması da bu araştırmanın öne çıkan bulguları arasındadır. Toplum sağlığının sürdürülebilirliği açısından online yemek hizmeti kullanan bireylere ait özellikler

yapılacak yeni çalışmalarla daha da detaylandırılmalı, bu platformların sağlık açısından yol açabileceği olumsuz en aza indirebilmek için gerekli müdahaleler yapılmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Online yemek hizmeti, yeme tutumu, sağlık, beslenme.

TURİSTLERİN TRABZON GASTRONOMİSİ HAKKINDAKİ GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ

Ayla Nur ÇAKIROĞLU

Ordu Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0009-0008-6126-0814

E-posta: cakirogluayla@yandex.com

Faruk YÜKSEL

Dr. Öğretim Üyesi, Ordu Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-4724-0007

E-posta: farukyuksel@odu.edu.tr

ABSTRACT

Gastronomy is the art of cooking in which food and beverages are prepared according to hygiene rules in a way that appeals to the eye and the palate. Gastronomy tourism, on the other hand, provides tourists with the opportunity to experience the culture of the relevant destination. Trabzon city has gastronomic value as well as natural and cultural values. This value makes the province of Trabzon the center of attention of tourists in terms of gastronomic culture as well as its natural and cultural characteristics. This study has been prepared to reveal the views of tourists about Trabzon gastronomy. A qualitative approach was adopted in the study and the phenomenology method was used. In the research, semi-structured interview form was used as a data collection tool and the data were analyzed by descriptive analysis method. From the results obtained in the study, it was concluded that Trabzon cuisine has a potential for gastronomic tourism. Still, this potential is not used enough as a touristic product, tourists visiting Trabzon generally visit the destination for highland and health tourism from within the country and have knowledge about Trabzon cuisine.

Keywords: Gastronomy, Trabzon Culinary Culture, Gastronomy Tourism.

ÖZET

Gastronomi, yiyecek ve içeceklerin hijyen kurallarına göre göz ve damak zevkine hitap edecek şekilde hazırlandığı yemek sanatıdır. Gastronomi turizmi ise turistlere ilgili destinasyonun kültürünü yaşama imkânı sağlamaktadır. Trabzon şehri doğal ve kültürel değerlerinin yanında gastronomik değere de sahiptir. Bu değer, Trabzon'u doğal ve kültürel özelliklerinin yanında gastronomi kültürü açısından da turistlerin ilgi odağı haline getirmektedir. Bu çalışma turistlerin Trabzon gastronomisi hakkındaki görüşlerini ortaya koymak için hazırlanmıştır. Çalışmada nitel bir yaklaşım benimsenmiş ve fenomenoloji (olgu bilim) yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmış ve veriler betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışmada elde edilen sonuçlardan, Trabzon mutfağının gastronomi turizmi potansiyeli olduğu, ancak bu potansiyelin turistik bir ürün olarak yeteri kadar kullanılmadığı, Trabzon'u ziyaret eden turistlerin

genel olarak yurt içerisinden yayla ve sağlık turizmi amacıyla destinasyonu ziyaret ettiği ve Trabzon mutfağı hakkında bilgi sahibi olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Trabzon Mutfak Kültürü, Gastronomi Turizmi.

GASTRONOMİ TURİZMİ CAZİBE UNSURLARININ GELİŞTİRİLMESİ: TÜRKİYE PEYNİR ROTASI ÖNERİLERİ

Esra BOZTEPE

Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

ORCİD: 0000-0003-3934-3847

E-posta: 22501705019@subu.edu.tr

Serkan ŞENGÜL

Doç. Dr., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0003-4615-1982

E-posta: serkansengul@subu.edu.tr

ABSTRACT

Turkey is an important gastronomy tourism destination with its rich culinary culture. Gastronomy tourism, which is a rapidly growing sector worldwide, offers a unique opportunity for Turkey to showcase its rich and unique cultural heritage. Gastronomy tourism attractions are the factors that determine the gastronomy tourism potential of a region. These attractions usually include elements such as a region's local cuisines, traditional dishes, local products, restaurants and other food and beverage venues, food and beverage festivals and gastronomy routes. In 7 different geographical regions of Turkey, there are many types of cheeses that differ from each other in terms of flavour, local production technique and the type of milk used. However, this diversity of Turkey has not been turned into an attraction factor for gastronomy tourism. In this study, Turkey's geographically marked cheeses were classified according to their regions and seven different cheese trails were created for each region, covering the provinces where the geographically marked cheese is located. This study aims to contribute to the development of gastronomy tourism in Turkey by creating cheese trails that give tourists the opportunity to discover, taste, buy new local cheeses and see the places where these cheeses are made.

Key Words: Gastronomy Tourism, Food Tourism, Cheese Trails, Cheese Tourism

ÖZET

Türkiye, sahip olduğu zengin mutfak kültürü ile önemli bir gastronomi turizmi destinasyonudur. Dünya genelinde hızla büyüyen bir sektör olan gastronomi turizmi, Türkiye'nin zengin ve eşsiz kültürel mirasını sergilemesi için benzersiz bir fırsat sunmaktadır. Gastronomi turizmi cazibe unsurları, bir bölgenin gastronomi turizmi potansiyelini belirleyen faktörlerdir. Bu unsurlar genellikle bir bölgenin yerel mutfakları, geleneksel yemekleri, yerel ürünleri, restoranları ve diğer yiyecek-içecek mekânları, yiyecek ve içecek festivalleri ve gastronomi rotaları gibi ögeleri içermektedir. Türkiye'nin 7 farklı coğrafi bölgesinde hem lezzeti hem yöresel üretim tekniği hem de kullanılan sütün cinsi bakımından birbirinden farklı, çok sayıda peynir çeşidi bulunmaktadır. Ancak Türkiye'nin sahip olduğu bu çeşitlilik, gastronomi turizmi için yeterince bir cazibe unsuru haline getirilememiştir. Bu çalışmada, Türkiye'nin coğrafi işaretli peynirleri bulundukları bölgelere göre sınıflandırılmış ve hemen her bir bölge için coğrafi işaret almış peynirin bulunduğu illeri kapsayan yedi farklı peynir rotası oluşturulmuştur. Bu çalışmayla turistlere, yeni yerel peynirler keşfetme, tatma, satın alma ve bu peynirlerin yapıldığı

yerleri görme fırsatı veren peynir rotaları oluşturarak, Türkiye'de gastronomi turizminin gelişimine katkıda bulunmak amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Turizmi, Peynir rotası, Peynir Turizmi

RESTORAN MÜŞTERİLERİNİN GIDA ATIKLARINA YÖNELİK TUTUMLARI: DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER VE KUŞAKLAR ARASI KARŞILAŞTIRMA

Mete GÖVCE

Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir Meslek Yüksekokulu

ORCID: 0000-0002-0542-1838

E-posta: mete.govce@deu.edu.tr

Aydan BEKAR

Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0001-5309-1389

E-posta: abekar@mu.edu.tr

Burhan KILIÇ

Prof. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-1136-5107

E-posta: bkilic@mu.edu.tr

ABSTRACT

The food and beverage industry is one of the areas where a significant amount of food waste is generated. Some of this waste occurs during purchasing, storage, preparation, and production, while the other part includes waste left on the plate by customers. This study was planned and conducted to compare the attitudes of restaurant customers towards food waste according to their sociodemographic characteristics and intergenerational comparisons. For this purpose, 418 participants who get service from restaurant businesses operating in Muğla in the last quarter of 2022 were included in the study. Data were collected through a questionnaire. Independent sample T-test, variance analysis, absolute and percentage values were used for data analysis. According to the research results, the attitudes of restaurant customers towards leaving food waste show significant differences according to sociodemographic variables. It is noteworthy that the sensitivity of participants from the baby boomer generation towards leaving food waste is higher than that of participants from other generations.

Key words: Food Waste, Restaurant, Generation

ÖZET

Yiyecek içecek sektörü önemli miktarda gıda atığının oluştuğu alanlardan biridir. Bu atıkların bir kısmı satın alma, depolama, hazırlık ve üretim aşamasında gerçekleşirken diğer kısmı ise müşteriler tarafından tabakta bırakılan atıkları kapsamaktadır. Bu çalışma restoran müşterilerin gıda atıklarına yönelik tutumlarını sosyo demografik özelliklerine ve kuşaklararası karşılaştırma amacıyla planlanmış ve yürütülmüştür. Bu amaçla 2022 yılının son çeyreğinde Muğla'da faaliyet gösteren restoran işletmelerinden hizmet alan 418 katılımcı çalışmaya dahil edilmiştir. Veriler anket ile toplanmıştır. Verilerin bağımsız örneklem T testi; Varyans analizi, mutlak ve yüzde değer kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre restoran müşterilerin gıda atığı bırakmaya yönelik tutumları sosyo demografik değişkenlere göre anlamlı farklılıklar göstermektedir. Özellikle baby boomers kuşağına ait katılımcıların gıda atığı bırakma yönünde hassasiyetleri diğer kuşaklara ait katılımcılara göre daha yüksek olduğu dikkati çekmektedir.

Anahtar kelimeler: Gıda atığı, Restoran, Kuşak.

ZİNCİR VE BAĞIMSIZ YİYECEK-İÇECEK İŞLETMELERİNİN ÇEVRESEL BİLİŞ VE ÇEVRESEL PERFORMANS DÜZEYLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

Bahar Sena YILMAZ

Arş. Gör., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-2472-7744

E-posta: baharsenayilmaz@mu.edu.tr

Aydan BEKAR

Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0001-5309-1389

E-posta: abekar@mu.edu.tr

ABSTRACT

The developing industrial order and changing consumption habits increase the importance of environmental practices. The food and beverage industry is one of the industries where this consumption is most intensely observed. Concerns about the possible effects of the environmental crisis create pressure and responsibility on food and beverage businesses to engage in environmental practices. Based on these impulses, businesses carry out activities on the basis of sustainable activities and implement their missions in this direction. The impact of environmental cognition and environmental performance levels on the implementation of environmental activities is quite powerful. However, some perceived differences may occur according to the franchise and independent status of the establishments.

This study examines the differences in the environmental cognition and environmental performance levels of food and beverage establishments according to their franchise and independent status. The research population consists of people working in managerial positions in independent and chain food and beverage establishments operating in Muğla. The data of the research were collected by the researchers both through face-to-face interviews and online via Google Forms in July-August 2023. The data of the research were evaluated with SPSS statistical program. First item and normality analysis, after reliability and independent sample t-test were applied to 102 data obtained through convenience sampling.

According to the results of the research, it was found that independent independent food and beverage establishments have higher levels of environmental cognition. It is a noteworthy finding that although Franchise establishments have more trainings to increase environmental awareness, independent establishments are more likely to attend in environmental practices. There is no statistically significant difference between the environmental cognition and performance levels of franchise and independent establishments ($p>0,05$).

Keywords: Franchise food and beverage establishments, independent food and beverage establishments, environmental performance, environmental cognition

ÖZET

Gelişen endüstriyel düzen ve değişen tüketim alışkanlıkları çevresel uygulamaların önemini artırmaktadır. Yiyecek ve içecek endüstrisi bu tüketimin en yoğun gözlemlendiği endüstrilerden biridir. Çevresel krizin olası etkilerinden kaynaklanan endişeler yiyecek-içecek işletmeleri üzerinde çevresel uygulamalarda bulunma baskısını ve sorumluluğunu yaratmaktadır. Bu dürtülerden hareketle işletmeler sürdürülebilir faaliyetler temelinde aktivitelerde bulunmakla birlikte misyonlarını bu doğrultuda uygulamaktadırlar. Çevresel faaliyetlerin uygulanmasında sahip olunan çevresel biliş ve çevresel performas düzeylerinin etkisi oldukça yüksektir. Ancak işletmelerin zincir ve bağımsız olma durumlarına göre algılanan bazı farklılıklar oluşabilmektedir.

Bu çalışmada yiyecek içecek işletmelerinin çevresel biliş düzeyleri ve çevresel performanslarının zincir ve bağımsız olma durumlarına göre gösterdikleri farklılık incelenmektedir. Araştırma evrenini Muğla'da faaliyet gösteren bağımsız ve zincir yiyecek içecek işletmelerinde yönetici pozisyonunda çalışan kişiler oluşturmaktadır. Araştırma verileri 2023 yılında 01 Temmuz – 20 Ağustos tarihleri arasında hem yüz yüze görüşme yöntemi ile hem de Google Forms aracılığı ile online olarak toplanmıştır. Araştırma verileri SPSS paket program aracılığı ile analiz edilmiştir. Kolayda örneklem ile ulaşılan 102 veriye madde ve normallik analizinin yapılmasının ardından güvenirlik ve bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre bağımsız işletmelerin çevresel biliş düzeylerinin daha yüksek olduğuna erişilmiştir. Zincir işletmelerin çevresel bilinci artırmaya yönelik eğitimlerinin daha fazla oluşuna rağmen bağımsız işletmelerin çevresel uygulamalarda bulunma durumlarının daha yüksek oluşu dikkat çekici bir bulgudur. Zincir ve bağımsız işletmelerin çevresel biliş ve performans düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farka erişilmemiştir ($p>0,05$).

Anahtar Kelimeler: Zincir yiyecek içecek işletmeleri, bağımsız yiyecek içecek işletmeleri, çevresel performans, çevresel biliş

MÜŞTERİ ŞİKAYETLERİ RESTORAN TÜRLERİNE GÖRE FARKLILIK GÖSTERİYOR MU? ONLINE YORUMLARDAN ELDE EDILEN KANITLAR

Mustafa ÜLKER

Res. Asst. Dr., Erciyes University, Faculty of Tourism

ORCID: 0000-0001-7824-605X

E-mail: mustafaulker@erciyes.edu.tr

Çağrı SÜRÜCÜ

Lecturer Dr., Bartın University, Bartın Vocational School

ORCID: 0000-0002-0454-9020

E-mail: csurucu@bartin.edu.tr

Pembe ÜLKER

Res. Asst. Dr., Erciyes University, Faculty of Tourism

ORCID: 0000-0002-1017-7200

E-mail: pembeulker@erciyes.edu.tr

ABSTRACT

In this study, it is aimed to evaluate the service failures experienced by foreign tourists according to different restaurant types. Document analysis was used as a data collection technique and content analysis was used as a data analysis method in this qualitative study. Within the scope of the study, negative customer comments with ratings (1) terrible and (2) poor made on the internet for fine-dining and casual restaurants in Antalya were evaluated. The findings show that service failures related to food, service, pricing and employees are experienced in both restaurant types. Service failures related to environmental factors are only experienced in fine-dining restaurants. Although most service failure categories are included in both restaurant types, the types of service failures in these categories differ.

Keywords: Service failure, Restaurant type, Online review, TripAdvisor

ÖZET

Bu çalışmada yabancı turistlerin yaşadıkları hizmet aksaklıklarının farklı restoran türlerine göre değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Nitel bir çalışma olan bu araştırmada veri toplama tekniği olarak doküman analizi, veri analiz yöntemi olarak ise içerik analizi kullanılmıştır. Çalışma kapsamında Antalya'daki fine-dining ve casual restoranlar için internet üzerinden yapılan (1) korkunç ve (2) zayıf derecelendirmeli olumsuz müşteri yorumları değerlendirilmiştir. Bulgular, her iki restoran türünde de yemek, servis, fiyatlandırma ve çalışanlarla ilgili hizmet hatalarının yaşandığını göstermektedir. Çevresel faktörlerle ilgili hizmet başarısızlıkları ise sadece fine-dining restoranlarda yaşanmaktadır. Hizmet başarısızlığı kategorilerinin çoğu her iki restoran türünde de yer almakla birlikte, bu kategorilerdeki hizmet başarısızlığı türleri farklılık göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet başarısızlığı, Restoran türü, Çevrimiçi değerlendirme, TripAdvisor

KASTAMONU'DA TIBBİ AROMATİK BİTKİLER ROTASI; ILGAZ DAĞLARI HACET ZİRVE

Hikmet HABERAL

Öğr. Gör., Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-6525-5288

E-mail: hikmethaberal@kastamonu.edu.tr

ABSTRACT

The collection and preparation processes of medicinal and aromatic plants consist of very important stages. Generally, plants are obtained by collecting from nature, which is one of the traditional ways. However, unconscious collection in nature causes serious losses in plant species, in order to minimize this, people should be made aware of this and the plants whose species are endangered should be cultivated and reproduced. Drying processes after collection should be carried out under appropriate conditions and the dosage of the plants should be adjusted in sufficient amounts, otherwise the plants that are considered useful will become harmful. Medicinal and aromatic plants are used in many fields such as food, cosmetics, paint, textile, medicine, agriculture. In this context, the aim of this study is to emphasize the importance of medicinal and aromatic plants used in different fields in the Western Black Sea Region. As a result, it is noteworthy that there are many kinds of products in this area rather than a single type of plants.

Keywords: Medicinal Aromatic Plants, Kastamonu, Hacet summit.

ÖZET

Tıbbi ve aromatik bitkilerin toplanma ve hazırlanma işlemleri oldukça önemli aşamalardan oluşmaktadır. Genellikle bitkiler geleneksel yollardan biri olan doğadan toplama yoluyla elde edilmektedir. Ancak doğada bilinçsizce yapılan toplamalarda bitki türlerinde ciddi anlamda kayıplar oluşmaktadır, bunu en aza indirgeyebilmek adına insanlar bilinçlendirilmeli ve türleri tehlikede olan bitkileri kültüre alıp çoğaltım yoluna gidilmelidir. Toplama sonrası kurutma işlemleri uygun koşullarda yapılmalı, bitkilerin kullanım dozu yeterli miktarda ayarlanmalıdır aksi halde faydalı sayılan bitkiler zararlı bir hal alacaktır. Tıbbi ve aromatik bitkiler günümüzde; gıda, kozmetik, boya, tekstil, ilaç, tarım gibi birçok alanda kullanılmaktadır. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı, Batı Karadeniz Bölge'sinde yer alan farklı alanlarda kullanılan tıbbı aromatik bitikilerinin önemini vurgulamaktır. Sonuç olarak bu alanda tek çeşit bitkilerden ziyade çok fazla çeşit ürünlerin olması göze çarpmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Tıbbi Aromatik Bitkiler, Kastamonu, Hacet zirve.

UNESCO YARATICI ŞEHİRLER AĞI GASTRONOMİ TEMASI KAPSAMINDA GERÇEKLEŞTİRİLEN ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Menekşe CÖMERT

Doç. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-1627-4343

E-posta: menekse.comert@hbv.edu.tr

Elanur ŞAHİN

Öğr. Gör., İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0001-9971-2566

E-posta: elanur.sahin@iste.edu.tr

ABSTRACT

The aim of the study is to analyze local publications on the gastronomy theme of UNESCO Creative Cities Network in terms of bibliometrics. The population of the research consists of gastronomy theses registered to the Council of Higher Education (YÖK) and gastronomy studies in ULAKBİM TrDizin and Google Scholar. The sample group consists of the articles in ULAKBİM TrDizin and Google Scholar, and the studies published on the gastronomy theme of UNESCO Creative Cities Network within the theses registered in YÖK. As a result of the browse, 55 studies, including 22 theses and 33 articles, were examined in terms of bibliometric criteria. In the analysis of the obtained data, descriptive analysis was preferred. As a result of the analyzes, it has been determined that there has been an increase in the number of studies as of 2020, and studies on Gaziantep, Hatay and Afyonkarahisar, which are the gastronomy cities selected from Turkey, are at the forefront.

Keywords: UNESCO Creative Cities Network, City of Gastronomy, Bibliometric Analysis

ÖZET

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı gastronomi temasına yönelik gerçekleştirilen yerli yayınların bibliyometrik açıdan analiz edilmesi, çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Araştırmanın evreni, Yüksek Öğretim Kurumuna (YÖK) kayıtlı gastronomi tezleri ile ULAKBİM Google Scholar ve TrDizin'de yer alan gastronomi çalışmalarından oluşmaktadır. Örneklem grubunu ise ULAKBİM TrDizin ve Google Scholar'da yer alan makaleler ile YÖK'te kayıtlı tezler içerisinde UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı gastronomi temasıyla ilgili yayınlanan çalışmalar oluşturmaktadır. Gerçekleştirilen taramalar sonucunda 22 tez ve 33 makale olmak üzere 55 çalışma belirlenen bibliyometrik kriterler açısından incelenmiştir. Elde edilen verilerin analizinde ise betimsel analiz tercih edilmiştir. Analizler sonucunda 2020 yılı itibarıyla çalışma sayılarında artış yaşandığı, Türkiye'den seçilen gastronomi şehirleri olan Gaziantep, Hatay ve Afyonkarahisar ile ilgili çalışmaların ön planda olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı, Gastronomi Şehri, Bibliyometrik Analiz

KONYA TİRİT YEMEĞİNDE DEKONSTRÜKSİYON TEKNİĞİ KULLANILARAK ÜRÜN GELİŞTİRME VE DUYUSAL ANALİZ ÇALIŞMASI

Ayşenur ERTEN

Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Entitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi

ORCID: https://orcid.org/0000-0002-6347-492X

E-posta: aysenurertenx@gmail.com

Nurten BEYTER

Dr. Öğretim Üyesi, Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

ORCID: https://orcid.org/0000-0001-6359-9469

E-posta: nbeyter@baskent.edu.tr

ABSTRACT

The aim of this study is to turn the “Tirit”, one of the most known and loved local dishes of Konya cuisine, into a new product with the deconstruction method, and to draw attention to the fact that this product with a new taste and presentation can gain added value both economically and gastronomically by entering the menus in restaurants in different segments. Within the scope of the study, new interpretations were brought to the appearance, texture, flavor and taste characteristics by using the deconstruction technique. The "gelling" technique from molecular gastronomy was used. The product, which has a completely new appearance and taste, has been evaluated by sensory analysis. In the sensory analysis stage, 8 semi-trained panelists and 10 trained panelists were asked to evaluate the criteria of taste, smell, appearance, crispness, taste of caviar, meat consistency, feeling of freshness, general taste using a 5-point Likert scale (1= very bad, 5= very good). According to the results after the first tasting, the product received an average appreciation. A new recipe was created by making changes in the product again and a second tasting was made. In the second taste, it received above average acclaim. The recipe was re-updated and retested by trained panelists, and received the highest appreciation at the last tasting. According to the results of the study, a standard recipe was developed. It has been transformed into a fine-dining presentation using the tirit deconstruction technique. It has become a product that can be included in the category of hot starters with a stylish appearance, leaving its main dish feature.

Keywords: Deconstruction, Sensory Analysis, Product Development, Tirit

ÖZET

Bu çalışmanın amacı Konya mutfağına ait, en çok bilinen ve sevilerek tüketilen yöresel yemeklerinden biri olan “Tirit” in dekonstrüksiyon yöntemi ile yeni ürüne dönüştürülmesi, yeni tat ve sunuma sahip bu ürünün artı değer kazanarak hem ekonomik açıdan hem de farklı segmentlerde yer alan restoranlarda menülere girerek gastronomik açıdan değer kazanabileceğine dikkat çekmektir. Çalışma kapsamında dekonstrüksiyon tekniği kullanılarak görünüm, doku, lezzet ve tat özelliklerine yeni yorumlamalar getirilmiştir. Moleküler gastronomi ’den ise “jelleştirme” tekniği kullanılmıştır. Tamamen yeni görünüm ve tada sahip olan ürüne duyusal analiz

değerlendirmesi yapılmıştır. Duyusal analiz aşamasında 8 yarı eğitimli panelist ve 10 eğitimli panelistten, 5'li likert ölçeği kullanarak (1= çok kötü, 5= çok iyi) tat, koku, görünüş, çıtırlık, havyarın tadı, etin kıvamı, ferahlık hissi, genel beğeni kriterlerini değerlendirmeleri istenmiştir. Yapılan ilk tadım sonrası sonuçlara göre ürün ortalama bir beğeni almıştır. Üründe tekrar değişikliklere gidilerek yeni reçete oluşturulmuş ve ikinci tadım yapılmıştır. İkinci tadımda ise ortalamanın üstünde beğeni almıştır. Reçete tekrar güncellenerek eğitimli panelistlere tekrar denetilmiş ve en yüksek beğeniyi son tadımda almıştır. Çalışma sonuçlarına göre standart bir reçete geliştirilmiştir. Tirit dekonstrüksiyon tekniği kullanılarak fine-dining bir sunuma dönüştürülmüştür. Ana yemek özelliğinden çıkarak, şık görünümlü ara sıcak kategorisinde yer alabilecek bir ürün haline gelmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dekonstrüksiyon, Duyusal analiz, Ürün geliştirme, Tirit

YEREL YİYECEK DENEYİMİ SUNAN İŞLETMELERE YÖNELİK ZİYARETÇİ DENEYİMLERİ: ŞANLIURFA MUTFAĞI

Selda KARAHAN

Doktora Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0001-7589-5732

E-posta: seldakarahan82@gmail.com

Selda UCA

Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-9308-9184

E-posta: seldauca@gmail.com

Emrah ÖZKUL

Prof. Dr., Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-7938-6916

E-posta: emrahozkul@hotmail.com

ABSTRACT

Due to the rapid rise of gastronomy and the increase in people's interest in the local, local foods are gaining more and more importance. In this direction, it is seen that the demand for businesses that offer local food in tourism is on the rise. The aim of this study is to present a netnographic analysis of tourists' local food experiences and examine tourists' perceptions of the local food experience. Within the scope of the study, the online reviews of five popular restaurants on the TripAdvisor platform, which offer local food experience in Şanlıurfa, were analyzed by thematic analysis method. In the analysis of the data, five main themes were obtained. According to the results obtained from the study, visitors mostly commented on businesses offering local dining experience; different experiences, social interaction, service quality, behavioral intentions and space themes.

Key Words: Yerel yiyecek, Şanlıurfa Mutfağı, Tripadvisor

ÖZET

Gastronominin hızlı yükselişi ve insanların yerele olan ilgilerinin artması sebebiyle yöresel yiyecekler giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Bu doğrultuda, turizmde de yerel yiyecek sunan işletmelere olan talebin yükseldiği görülmektedir. Bu çalışmanın amacı, turistlerin yerel yemek deneyimlerinin netnografik bir analizini sunmak ve yerel yemek deneyimine yönelik turistlerin algıları incelemektedir. Çalışma kapsamında, Şanlıurfa'da yerel yemek deneyimi sunan ve TripAdvisor platformunda popüler olan beş restoranının çevrimiçi yorumları içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Verilerin analizinde, beş ana tema elde edilmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, ziyaretçiler, yerel yemek deneyimi sunan işletmelere yönelik yorumlarında en fazla; farklı deneyim yaşamak, sosyal etkileşim, hizmet, atmosfer ve davranışsal niyetler temalarına yönelik görüşlerini dile getirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yerel yiyecek, Şanlıurfa Mutfağı, Tripadvisor

VEGAN KALBURABASTI TATLISI ÜRETİMİ

Kübra TOPALOĞLU GÜNAN

Öğr. Gör., Maltepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi

ORCID: https://orcid.org/0000-0001-9384-6862

E-posta: kubratopaloglu@maltepe.edu.tr

Tuğçe BOĞA

Öğr. Gör., Maltepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi

ORCID: https://orcid.org/0000-0003-2539-4176

E-posta: tugceboga@maltepe.edu.tr

İkbal Ertuğrul DİKEÇ

Arş. Gör., Maltepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi

ORCID: https://orcid.org/0000-0003-3834-3378

E-posta: ikbaldikec@maltepe.edu.tr

Perihan YOLCI ÖMEROĞLU

Doç. Dr., Uludağ Üniversitesi, Ziraat Fakültesi

ORCID: https://orcid.org/0000-0001-8254-3401

E-posta: pyomeroglu@uludag.edu.tr

ABSTRACT

There are traces and consequences of many different cultures and civilizations in traditional Turkish cuisine as we know it today - a rich cuisine. Being synchronized with the conditions of the changing world is of great importance for food scientists and gastronomy specialists, both in terms of increasing the possible positive effects of development and change and in answering many consumer questions. When it comes to traditional Turkish cuisine, many products that come to mind should not remain unchanged in the face of this change in the world. Vegan, gluten-free, low-calorie, sugar-free, etc., many products are produced and marketed in this way.

In this study, which was created while seeking an answer to the question of whether vegan production of a traditional dessert, kalburabastı, is possible, the production of vegan kalburabastı was carried out with different animal product substitutes. Kalburabastı samples were examined in terms of texture and sensory. According to the textural analysis carried out both with and without syrup, it was determined that although there were differences in terms of fracturability and hardness between the kalburabastı samples without syrup, there were no significant differences in terms of these parameters between the samples of kalburabastı with syrup to be consumed as the final product. The hardness values of the all vegan kalburabastı samples increased with the addition of aquafaba. It was seen from sensorial analysis that the general acceptability scores of the other samples were 7 (good) except for the klaburabastı using chickpea aquafaba (6,75), and green lentil aquafaba was liked the most after the control.

Keywords: Aquafaba, Traditional product, Kalburabastı, Vegan.

ÖZET

Geleneksel Türk mutfağının oldukça zengin bir mutfak olarak bugün bildiğimiz şekliyle günümüze taşınmasında birçok farklı kültür ve uygarlığın izi ve etkisi bulunmaktadır. Dünyanın değişen koşulları ile senkronize kalabilmek hem gelişimin ve değişimin olası pozitif etkilerini artırmak açısından hem de insanların bilgiye erişiminin kolaylaşması ile birlikte doğan birçok tüketici sorusunu yanıtlayabilmek açısından düşünüldüğünde gıda bilimcileri ve gastronomi uzmanları için büyük bir

öneme sahiptir. Geleneksel Türk mutfağı dendiğinde akla gelen birçok ürünün, dünyadaki bu değişim karşısında değişmeden kalmaması gerekmektedir. Artık tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de vegan, glutensiz, düşük kalorili, şekersiz, vb. şekilde üretilen ve pazarlanan birçok ürün bulunmaktadır.

Geleneksel bir tatlı olan kalburabastının vegan üretiminin mümkün olup olamayacağı sorusuna yanıt ararken oluşan bu çalışmada, vegan kalburabastı üretimi farklı hayvansal ürün ikamelerinin kullanımıyla gerçekleştirilmiştir. Üretilen örnekler tekstürel ve duyusal açıdan incelemeye tabi tutulmuştur. Hem şerbetli hem de şerbetsiz olarak yapılan tekstür analizine göre, şerbetsiz kalburabastı örnekleri arasında kırılganlık ve sertlik açısından farklılıklar olsa da nihai ürün olarak tüketilecek şerbetli kalburabastı örnekleri arasında bu parametreler açısından önemli farklılıklar olmadığı, yalnızca aquafaba ilavesi ile ürünlerin sertlik değerlerinin arttığı saptanmıştır. Duyusal analiz sonuçları incelendiğinde ise nohut aquafabası kullanılan örnek hariç (6,75) diğer örneklerin genel kabul edilebilirlik puanlarının 7 (iyi) olduğu ve kontrolden sonra en çok yeşil mercimek aquafabasının sevildiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Aquafaba, Geleneksel ürün, Kalburabastı, Vegan

COĞRAFİ İŞARETLİ YEREL GASTRONOMİ ÜRÜNÜ: ŞİLE KESTANE BALI

Cemre TOKATLI

Bilim Uzmanı

ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1597-2166

E-posta: cemre.tokatli94@outlook.com

Merve AKSOY

Bilim Uzmanı

ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1597-2166

E-posta: merve_aksoy1993@hotmail.com

Volkan ALTINTAŞ

Prof. Dr. İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi,

ORCID: https://orcid.org/0000-0002-2450-0347

E-posta: volkan.altintas@ikcu.edu.tr

ABSTRACT

Preserving the cultural heritage and local values of our country is of great importance for their transmission to future generations. Among the fundamental efforts to safeguard these values, obtaining geographical indication registration holds a significant role. Geographical indications are signs that indicate a product's origin from a specific region, area, zone, or country, based on distinctive qualities, reputation, or other characteristics. In other words, they are marks that identify the source of a product. Geographical indications, recognized worldwide as a successful method in preserving origin, enhance the value of a product and contribute to safeguarding its source. The concept of geographical indication, gaining increasing recognition, is an essential practice. Particularly, in the context of local cuisine, the registration, promotion, and transformation of local foods into tourism products are facilitated by geographical indication. Geographical indication legally protects local products against imitations.

Situated along the Black Sea coast, in the forests of the Şile district, characterized by a geographical location with a combination of Mediterranean and Black Sea climates, a unique local gastronomy product is produced – Şile Chestnut Honey. This research aims to investigate the characteristics of Şile Chestnut Honey, identify traditional production methods, contribute to its geographical indication through research, and provide recommendations for its preservation. The study involves conducting a SWOT analysis for Şile Chestnut Honey in consultation with relevant institution representatives. Consequently, suggestions and projects are presented to enhance the effectiveness of Şile Chestnut Honey with a geographical indication in regional, national, and international markets.The study indicates that preserving local gastronomic values is critical for destinations since they contribute to the Slow Food movement, the tourism industry, and rural development, and they improve destination promotion and image. Simultaneously, it is acknowledged that due to regional considerations, a lack of preservation and promotion may endanger its gourmet value, posing possible concerns. Recommendations are made in accordance with this.

Keywords: Geographical Indication, Local Products, Şile Chestnut Honey

ÖZET

Ülkemizin sahip olduğu kültürel mirasın ve yerel değerlerin korunması, gelecek nesillere aktarılması büyük önem taşımaktadır. Bu değerlerin korunması için temel çalışmalar arasında coğrafi işaret tescili yerel almaktadır. Coğrafi işaretler, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle kökeninin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretlerdir, başka bir deyişle ürünün kaynağını gösteren işaretlerdir. Bir ürüne ve ürünün ait olduğu yere katma değer kazandıran ve kökenini korumada başarılı bir yöntem olarak dünyada kabul gören coğrafi işaret kavramı gün geçtikçe bilinirliği artan bir uygulama olmaktadır. Bu kapsamda özellikle yerel yiyeceklerin tescillenmesi, tanıtılması ve turizm ürününe dönüştürülmesinde coğrafi işaretleme önemli bir araçtır. Coğrafi işaretleme yerel ürünleri tescilleyerek taklitlerine karşı yasal olarak korunmaktadır.

Karadeniz kıyısında yer alan Şile ilçesinde bulunan ormanlarında, Akdeniz ve Karadeniz iklimine sahip coğrafi konumda özel olarak üretilen yerel bir gastronomi ürünüdür. Bu araştırmanın amacı; Şile Kestane Balı'nın özelliklerini araştırmak, geleneksel üretim yöntemlerini tespit ederek coğrafi işaretlemeye katkıda bulunmak ve korunmasına yönelik öneriler sunmaktır. Çalışmada, ilgili kurum temsilcileriyle görüşmeler yapılarak Şile Kestane Balı'na yönelik SWOT analizi gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda coğrafi işarete sahip olan Şile Kestane Balı'nın bölgesel, ulusal ve uluslararası pazardaki etkinliğinin arttırılmasına ilişkin çözüm önerileri ve projeler sunulmuştur. Araştırma sonucunda yerel gastronomi değerlerinin korunmasının destinasyonlar için çok önemli olduğu, Slow Food akımında önemli yer aldıkları, turizm sektörün ve kırsal kalkınmaya katkı sağladıkları, destinasyonunun tanıtım ve imajına katkı sağladığı sonucunda varılmıştır. Aynı zamanda yeterince korunmadığında ve tanıtılmadığı taktirde, coğrafi sebeplerden ötürü de bu gastronomik değerin tehlike altına olabileceği sonucuna varılmış ve öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaret, Yerel Ürünler, Şile Kestane Balı

İSTANBUL İLİNDEKİ ÜNİVERSİTELERDE LİSANS ÖĞRENİMİ GÖREN GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ÖĞRENCİLERİNİN DUYGUSAL YEME DAVRANIŞLARININ ANALİZİ[1*]

Rabia Nur AKSU

Res. Asst., Istanbul Kent University, Fine Arts, Faculty of Art and Design, Türkiye

ORCID: 0000-0003-3049-9175

E-posta: rabianur.aksu@kent.edu.tr

Dr. Gül YILMAZ

Assoc. Prof., Istanbul Topkapı University, Fine Arts, Faculty of Design and Architecture, Türkiye

ORCID: 0000-0002-1882-867X

E-posta: gulyilmaz@ayvansaray.edu.tr

[1*] İstanbul İlindeki Üniversitelerde Lisans Öğrenimi Gören Gastronomi ve Mutfak Sanatları Öğrencilerinin Duygusal Yeme Davranışlarının Analizi' isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

ABSTRACT

It is known that food consumption is influenced by emotional states experienced. Emotional states are categorized as positive and negative. The type of emotional state is considered a significant determinant in the formation of eating behaviors. While non-clinical individuals often exhibit a decrease in appetite after experiencing negative emotions, individuals with emotional eating disorders frequently display an excessive eating response. Among adolescents, especially in high-risk groups for eating disorders such as those displaying behaviors like uncontrolled eating, conscious restriction, and sensitivity to hunger, there is a likelihood for the emergence of emotional eating behaviors. This study aims to identify eating disorders triggered by emotional eating among undergraduate students in the Gastronomy and Culinary Arts department, which is closely related to food and beverages. Additionally, the study aims to analyze the relationships between these eating disorders, each other, and the demographic characteristics of the participants. One of the sub-goals of the research is to understand the impact of being a student in Istanbul on eating behavior disorders. The "Three Factor Eating Questionnaire" (TFEQ) scale developed by Stunkard and Messick (1985) was utilized in the study. The research was conducted with 397 undergraduate students from the Gastronomy and Culinary Arts department using convenience sampling. The data obtained were analyzed using SPSS 25.0 and AMOS 18.0 programs. In the sample, 42.7% of participants were male and 57.3% were female. In terms of age distribution, 41.3% were in the group under 20 years old, while 58.7% were in the group of 21 years and above. When examining the sub-scores of the nutrition scale, it can be observed that participants obtained the highest score in the dimension of consciously restricting eating (3.05). Subsequently, the averages were calculated for the dimensions of sensitivity to hunger (2.56), emotional eating (2.5), and uncontrolled eating (2.36), respectively. Female participants had higher levels of emotional eating and uncontrolled eating compared to males. However, no significant difference based on gender was found in the levels of conscious restriction and sensitivity to hunger ($p>0.05$). In the analysis conducted based on age groups, a significant difference was only observed in the conscious restriction score ($p<0.05$). Students aged 20 and below displayed a higher incidence of conscious restriction behavior. For the sample of this study, emotional eating was found to be positively

associated with uncontrolled eating and sensitivity to hunger, while negatively associated with conscious restriction. Based on this, it can be inferred that for the sample of this study, the emotional eating disorder tends to result in excessive eating behavior.

Keywords: gastronomy, emotional eating, uncontrolled eating, conscious restriction, hunger sensitivity

ÖZET

Hissedilen duygu durumları karşısında gıda tüketiminin etkilendiği bilinmektedir. Duygu durumları olumlu ve olumsuz olarak kategorize edilmektedir. Yeme davranışlarının oluşmasında duygu durumunun türü önemli bir belirleyici olarak kabul edilmektedir. Duygusal yeme bozukluğu bulunmayan bireylerde olumsuz duyguların ardından iştahta azalma görülürken, duygusal yeme bozukluğu olan bireylerde aşırı yeme tepkisine sıklıkla rastlanmaktadır. Yeme bozuklukları açısından yüksek riskli gruplardan olan gençler arasında kontrolsüz yeme, bilinçli kısıtlama, açlığa duyarlılık ve duygusal yeme davranışının ortaya çıkma olasılığı bulunmaktadır. Bu çalışma, yiyecek ve içeceklerle yakından ilgili olan Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü lisans öğrencilerinin, duygusal yemeye bağlı gelişen yeme bozukluklarını belirlemeyi ve bu yeme bozukluklarının birbirleri ve katılımcıların demografik özellikleri ile ilişkisini analiz etmeyi hedeflemektedir. Araştırmanın alt amaçları arasında İstanbul'da öğrenci olmanın yeme davranışı bozukluklarına etkisinin anlaşılması da yer almaktadır. Çalışmada, Stunkard ve Messick tarafından (1985) geliştirilen "Üç Faktörlü Beslenme Anketi" (TFEQ - Three Factor Eating Questionnaire) ölçeği kullanılmıştır. Araştırma, örneklem hacmini elde etmek amacıyla kolayda örnekleme yöntemi ile 397 Gastronomi ve Mutfak Sanatları lisans öğrencisi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilerin analizi SPSS 25.0 ve AMOS 18.0 programları kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Örneklemdeki katılımcıların %42,7'si erkek ve %57,3'ü kadındır. Katılımcıların yaş dağılımına bakıldığında, %41,3'ü 20 yaş altı gruba, %58,7'si ise 21 yaş ve üzeri gruba aittir. Beslenme ölçeği alt puanları incelendiğinde, katılımcıların en yüksek puanını bilinçli olarak yemek yemeyi kısıtlama boyutunda (3,05) aldığı görülmektedir. Ardından sırasıyla açlığa duyarlılık boyutunun ortalaması (2,56), duygusal yeme boyutunun ortalaması (2,5) ve kontrolsüz yeme boyutunun ortalaması (2,36) hesaplanmıştır. Kadın katılımcıların duygusal yeme

seviyesi ve kontrolsüz yeme seviyesi puanlarının erkeklerinkinden daha yüksek olduğu görülmüştür. Ancak, bilinçli olarak yemeyi kısıtlama ve açlığa duyarlılık seviyesi puanlarında ($p>0,05$) cinsiyete göre anlamlı fark tespit edilmemiştir. Yaş gruplarına göre yapılan analizde ise sadece bilinçli olarak yemeyi kısıtlama puanında ($p<0,05$) anlamlı farklılık bulunmuştur. Yaşı 20 ve daha küçük olan öğrencilerde bilinçli kısıtlama davranışına daha fazla rastlanmıştır. Bu araştırmanın örneklemi için duygusal yeme; kontrolsüz yeme ve açlığa duyarlılık ile pozitif yönde anlamlı ilişkideyken bilinçli kısıtlama ile negatif yönde ilişkili bulunmuştur. Buradan hareketle, bu araştırmanın örneklemi için duygusal yeme bozukluğunun aşırı yeme ile sonuçlandığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: gastronomi, duygusal yeme, kontrolsüz yeme, bilinçli kısıtlama, açlığa duyarlılık

HAYVANSAL SÜTLERE ALTERNATİF BİTKİSEL SÜTLER

Aslı AKSOY

Dr. Öğretim Üyesi, Haliç Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi

ORCID: 0000-0002-7775-6514

E-posta: asliaksoy@halic.edu.tr

Zeynep BAKKALOĞLU

Dr. Öğretim Üyesi, Haliç Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi

ORCID: 0000-0002-8250-8478

E-posta: zeynepbakkaloglu@halic.edu.tr

ABSTRACT

In recent years, the changes in food resources with the increase in the world population have also affected the food consumption habits of individuals. Especially the interest in healthy, environmentally friendly, sustainable and affordable food products is increasing day by day. Animal milk, which is one of the important food sources, leaves its place to vegetable milk due to the environmental damage that occurs in its production. Plant based milks; It can be defined as beverages containing milk component obtained from various cereals, legumes, nuts, oil seeds, fruits and vegetables. The factors that are important in the preference of individuals for plant based milk are vegan diet preferences and milk allergy. Plant based milks, which are seen as an alternative protein source, are also used in the development of breast milk ingredients. Plant based milks, which have important effects on human health, have been used in the production of fermented milk products in pastry and industry. With this study, milk obtained from various plants around the world was compiled and it was underlined how important it is to conduct more studies on this subject.

Keywords: Cow's milk, vegan, milk allergy.

ÖZET

Son yıllarda dünya nüfusunun artması ile birlikte gıda kaynaklarında görülen değişiklikler, bireylerin gıda tüketim alışkanlıklarını da etkilemiştir. Özellikle sağlıklı, çevreye duyarlı, sürdürülebilir ve uygun fiyatlı gıda ürünlerine olan ilgi gün geçtikçe artmaktadır. Önemli besin kaynaklarından biri olan hayvansal sütlerde üretiminde ortaya çıkan çevresel zararlardan dolayı yerini bitkisel sütlere bırakmaktadır. Bitkisel sütler; çeşitli tahıl, baklagil, kuru yemiş, yağlı tohum, meyve ve sebzelerden elde edilen süt bileşeninde bulunan içeriğe sahip içecekler olarak tanımlanabilir. Bireylerin bitkisel sütleri tercihinde önemli olan faktörler ise vegan beslenme tercihleri ve süt alerjisidir. Alternatif protein kaynağı olarak görülen bitkisel sütler ayrıca anne sütü içeriklerinin geliştirilmesinde kullanılmaktadır. İnsan sağlığı açısından da önemli etkilere sahip olan bitkisel sütler pastacılıkta ve endüstride fermente süt ürünlerinin üretiminde kullanılmaya başlanmıştır. Bu çalışmayla da dünya üzerinde çeşitli bitkilerden elde edilen sütler derlenmiş ve bu konuda daha fazla çalışma yapılmasının ne kadar önemli olduğunun altı çizilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İnek sütü, vegan, süt alerjisi.

KELLEY'NİN KOVARYASYON MODELİ KAPSAMINDA ÇEVRİMİÇİ YEMEK SİPARİŞİNDE TÜKETİCİ DAVRANIŞINA ETKİSİ: YEMEKSEPETİ UYGULAMASI ÖRNEĞİ

Kübra ERBİL

Öğr. Gör., Amasya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

ORCID: 0000-0002-9343-4064

E-posta: kubra.erbil@amasya.edu.tr

ABSTRACT

Today, with the development of technology, the use of online platforms has increased day by day and the factors affecting the preferences of consumers in the process of using online food services have been emphasized. The effects of consumer behavior in ordering food, which is widely used in catering businesses, in terms of the Covariation (cube, co-exchange) model created by Harold Kelley were investigated. The research has progressed through the Yemeksepeti application, which has been in our lives longer than other online food service companies in our country. Based on the comments of consumers using Yemeksepeti application, the effect of changes in their decision making, purchasing and preferences on this application was investigated.

Keywords: Online food service, Gastronomy, Yemeksepeti, Consumer behavior.

ÖZET

Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle birlikte online platformların da kullanımı gün geçtikçe artmış ve tüketicilerin online yemek servislerini kullanmaları sürecinde tercihlerini etkileyen faktörler üzerinde durulmuştur. Tüketici davranışlarının, yeme içme işletmeleri açısından da oldukça kullanılan, yemek siparişi vermede tüketici davranışlarının Harold Kelley tarafından oluşturulan Kovaryasyon (küp, birlikte değişim) modeli açısından etkileri araştırılmıştır. Araştırma, ülkemizde diğer çevrimiçi yiyecek hizmet, sunan firmalarından daha uzun zamandır hayatımızda olan yemeksepeti uygulaması üzerinden ilerlemiştir. Yemeksepeti uygulamasını kullanan tüketicilerin yorumları baz alınarak onların karar verme, satın alma ve tercihlerindeki değişikliklerin bu uygulamadaki etkisi araştırılmıştır.

Anahtar Kelime: Çevrimiçi yiyecek hizmeti, Gastronomi, Yemeksepeti, Tüketici davranışı.

TURİZM PAYDAŞLARI TARAFINDAN BATMAN İLİNİN COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Hasan Önal ŞEYHANLIOĞLU

Dr.Öğr. Üyesi, Batman Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-9056-5237

E-posta: hasanonal.seyhanlioglu@batman.edu.tr

Hayriye DUMAN

Arş. Gör. Batman Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-1605-6418

E-posta: hayriye.duman@batman.edu.tr

Reşat ARICA

Doç. Dr, Batman Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0003-1238-7313

E-mail: resat.arica@batman.edu.tr

ABSTRACT

The aim of the research is to reveal the perspective of tourism stakeholders in Batman province on geographical marking. For this purpose, data were collected from 11 local stakeholders in the province of Batman by semi-structured interview method, which is one of the qualitative data collection techniques. The data of the research were obtained between 25.07.2023 and 05.08.2023. The data were analyzed with the help of the MAXQDA 2023 program. It was concluded that the participants had knowledge about the geographically marked products and regions of Batman. Another result of the research is that there are problems in the use, promotion and marketing of geographically indicated local cuisine products as touristic products. According to another result of the research, the most important obstacle to Batman's gastronomic potential and being a gastronomy city is product differentiation and promotion. In line with the results of the research, suggestions were developed for tourism stakeholders.

Key Words: Batman, Tourism Stakeholders, Geographical Indication, Local Cuisine, Gastronomy

ÖZET

Araştırmanın amacı, Batman ilindeki turizm paydaşlarının coğrafi işaretleme konusundaki bakış açısını ortaya koymaktadır. Bu amaç doğrultusunda Batman ilinde bulunan 11 yerel paydaştan nitel veri toplama tekniklerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi ile veriler toplanmıştır. Araştırmanın verileri 25.07.2023 ve 05.08.2023 tarihleri arasında elde edilmiştir. Veriler MAXQDA 2023 programı yardımıyla analiz edilmiştir. Katılımcıların Batman'ın coğrafi işaretli ürünleri ve bölgeleri hakkında bilgi sahibi oldukları sonucuna varılmıştır. Coğrafi işaretli yerel mutfak ürünlerinin turistik ürün olarak kullanımında, tanıtımında ve pazarlanmasında sorunlar olduğu araştırmanın bir diğer sonucudur. Araştırmanın bir diğer sonucuna göre Batman'ın gastronomi potansiyeli ve gastronomi kenti olmasının önündeki en önemli engel ürün farklılaştırması ve tanıtımıdır. Araştırma sonuçları doğrultusunda turizm paydaşlarına yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Batman, Turizm Paydaşları, Coğrafi İşaret, Yerel Mutfak, Gastronomi

YOGA VE BESLENME DAVRANIŞLARI ARASINDAKİ İLİŞKİDE FARKINDALIĞIN ROLÜ

Nebahat TARHAN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

ORCID: 0000-0001-6133-2082

E-posta: nebahat.tarhan@hotmail.com

Müesser KORKMAZ

Dr. Öğretim Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-9538-6254

E-posta: m.cesurkorkmaz@comu.edu.tr

Ferah ÖZKÖK

Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-7085-6117

E-posta: fozkok@comu.edu.tr

ABSTRACT

This research examines the relationship between yoga, which explores holistic awareness of body, mind and emotions, and nutritional behaviors. This research examines the relationship between yoga, a mindfulness-based intervention, and nutritional behaviors. The aim of the study is to determine the role of eating awareness in the relationship between yoga and nutritional behaviors. Eating Behaviors and Eating Awareness Scale used to collect data and 312 participants were reached across Turkey by using convenience sampling method. Normality, validity, and reliability analyzes, independent samples t-test and chi-square test were used for the analysis of the research data. As a result of the analysis, it is seen that the awareness of eating of the individuals who do yoga is higher than the individuals who do not do yoga. At the same time, it is seen that emotional eating, restrictive eating, external eating behaviors and BMI averages of individuals who do yoga are lower than those who do not do yoga. In this case, doing yoga regularly can lead individuals to exhibit healthier eating behaviors and individuals can have a healthier body mass index because of this practice.

Keywords: Yoga, Mindful eating, Nutrition behaviors

ÖZET

Bu araştırma, beden, zihin ve duyguların bütünsel olarak farkındalığının keşfedildiği yoga ile beslenme davranışları arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Araştırmanın amacı yoga ile beslenme davranışları arasındaki ilişkide farkındalığının rolünü belirlemektir. Veri toplamak amacıyla kullanılan Yeme Davranışları ve Yeme Farkındalığı Ölçeği ile kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak Türkiye genelinde 312 katılımcıya ulaşılmıştır. Araştırma verilerinin analizi için normallik, geçerlilik ve güvenilirlik analizleri ile bağımsız örneklemler t-testi ve ki-kare testi kullanılmıştır. Analiz sonucunda yoga yapan bireylerin yeme farkındalığının yoga yapmayan bireylere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Aynı zamanda yoga yapan bireylerin duygusal yeme, kısıtlayıcı yeme, dışsal yeme davranışlarının ve beden kitle indeksi (BKİ) ortalamalarının yoga yapmayan bireylere göre daha düşük olduğu görülmektedir. Bu durumda düzenli olarak yoga yapmak bireylerin daha sağlıklı beslenme davranışları sergilemesine ön ayak olabilir ve bireyler bu uygulamanın sonucunda daha sağlıklı bir beden kitle indeksine sahip olabilir.

Anahtar Kelimeler: Yoga, Yeme farkındalığı, Beslenme davranışları

GASTRONOMİ ALANINDA YAPAY ZEKÂ UYGULAMALARI: BING IMAGE CREATOR

Efe Kaan ULU

Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi

ORCID: 0000-0001-8008-2189

E-posta: efe.ulu@bilgi.edu.tr

ABSTRACT

The dishes, carefully designed by chefs and now frequently encountered in people's social media posts, go through a design process before being artfully arranged on the plate. The ability of plated and presented dishes to captivate individuals depends on the success of their design and the harmony of their ingredients. Chefs who adhere to the principles of food design and are skilled in this area can achieve success by impressing consumers. In today's world, where artificial intelligence is increasingly integrated into our lives, it's also possible to benefit from these AI tools in the field of gastronomy. One of the artificial intelligence models that chefs can utilize in their design processes is Bing Image Creator. In this study, different food images were created using Bing visual generator and these images were evaluated. It can be said that the overall performance of Bing Image Creator is quite satisfactory. However, it should be noted that there are aspects to consider while using it, as the performance of artificial intelligence can negatively impact the desired food images for chefs.

Keywords: artificial intelligence, image creator, presentation, plating

ÖZET

Aşçıların özenle tasarladığı ve insanların günümüzde sosyal medya paylaşımlarında da karşımıza çıkan yemekler tabağa özenle yerleştirilmeden önce bir tasarım sürecinden geçmektedir. Tabaklanan ve sunulan yemeklerin insanları etkilemesi bu yemeklerin tasarımının başarısına, malzemelerin harmonisine bağlıdır. Yemek tasarımı ilkelerine uyan ve bu konuda yetenekli aşçılar tüketicileri etkileyerek başarı sağlayabilir. Yapay zekanın giderek hayatımıza dahil olduğu günümüzde gastronomi alanında da bu yapay zekâ ürünlerinden faydalanmak mümkündür. Aşçıların tasarım süreçlerinde kullanabileceği yapay zekâ modellerinden biri Bing görsel oluşturucudur. Bu çalışmada Bing görsel oluşturucu kullanılarak farklı yemek görselleri oluşturulmuş ve değerlendirilmiştir. Bing görsel oluşturucunun genel performansının oldukça tatmin edici olduğu söylenebilir. Fakat kullanırken dikkat edilmesi gereken, aşçıların istediği yemek görseline ulaşım açısından yapay zekanın performansını olumsuz yönde etkileyebilen hususlar bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: yapay zekâ, görsel oluşturucu, sunum, tabaklama

İNOVATİF BİR YAKLAŞIM OLARAK YENİLEBİLİR ÇİÇEK VE FİLİZLERİN TÜRK MUTFAĞINDA AŞÇILAR TARAFINDA KULLANIMI

Elif ÇİLLİOĞLU

E-posta: elif_ersoy94@hotmail.com

ABSTRACT

It is seen that the interest in edible flowers and sprouts is increasing day by day. The consumption of edible flowers, which are generally used as decorations in meals, salads, desserts and beverages, is low in Turkish cuisine. In order to increase the rate of use of edible flowers and sprouts by cooks in Turkish cuisine, it has been predicted that which beverages they use most and in what ways they are used will contribute to the study. Reproducing edible flowers and sprouts, which are constantly consumed in daily life, frequently used by cooks in Turkish cuisine, easily accessible, with a high level of appreciation, and presenting them to the consumer, is considered as an important solution to the problem of low awareness of edible flowers. The study is important because edible flowers and sprouts, which have a low demand for consumption alone, can contribute to the development of new products and raising awareness of Turkish cuisine cooks. The study is important because edible flowers and sprouts, which have a low demand for consumption alone, can contribute to the development of new products and raising awareness of Turkish cuisine cooks. In the study, first of all, it was determined what edible flowers and sprouts are easy to access and can be produced in all seasons. Answers were sought to the questions asked about the storage conditions of the edible flowers and sprouts that were determined to be used later, and their deliberate placement on the plate. According to the data obtained as a result of the study, it is seen that the use of edible flowers and sprouts by the cooks in Turkish cuisine stands out for their harmony, liveliness and decorative use on the plate. The study concluded that the edible flowers and sprouts were preferred by the cooks for the visually good flowers and sprouts rather than the taste ratios. It was confirmed by the participants that clean, insect-free and contamination-free flowers and sprouts should be preferred among the results. It was suggested that storage conditions should be provided with a damp cloth so that they do not come into contact with each other. In the research, it is stated that plate presentation is at the forefront and it is used more in plates where appearance is important. It is concluded that while doing these, the cooks unconsciously and unconsciously create plates that lack knowledge. In the study, 10 semi-structured open-ended questions were created within the limited number of hotels related to edible flowers and sprouts, and 20 participants were interviewed. Qualitative data analysis was performed with a phenomenological

approach, and the data were analyzed with a qualified content analysis approach. Considering these results, it is concluded that the use of edible flowers and sprouts by the cooks in Turkish cuisine is applied only in terms of visuality and certain flowers.

Keywords: Edible Flower, Micro Sprout, Turkish Cuisine

ÖZET

Yenilebilir çiçekler ve filizlere olan ilgi her geçen gün artmakta olduğu görülmektedir. Genel olarak yemeklerde, salatalarda, tatlılarda ve içeceklerde süsleme aracı olarak kullanılan yenilebilir çiçeklerin tek olarak tüketimleri Türk mutfağında düşüktür. Yenilebilir çiçek ve filizlerin Türk mutfağında aşçılar tarafından kullanım oranını arttırmak için en çok hangi içeceklere yer verdikleri ve hangi şekillerde kullandıkları yapılan çalışmada katkı sağlayacağı ön görülmüştür. Gündelik hayatın içinde sürekli tüketilen, aşçıların Türk mutfağında sıklıkla yer verdiği ve kolay ulaşıla bilen, beğeni düzeyi yüksek olan yenilebilir çiçek ve filizlerin tekrar üretilerek tüketiciye sunulması yenilebilir çiçeklere olan farkındalığın düşük düzeyde olması probleminin giderilmesi aşamasında önemli bir çözüm yolu olarak değerlendirilmektedir. Çalışma tek olarak tüketilme talebi düşük olan yenilebilir çiçek ve filizlerin Türk mutfağı aşçılarının yeni ürün geliştirilmesine ve farkındalık yaratılmasına katkıda bulunabileceği için önem arz etmektedir. Çalışmada öncelikle ulaşımı kolay ve her mevsim üretilebilen yenilebilir çiçek ve filizlerin neler olduğu belirlenmiştir. Sonrasında kullanılacağı belirlenen yenilebilir çiçek ve filizlerin muhafaza koşulları ve bilinçli olarak tabakta yer verilmesi ile ilgili sorulan sorulara cevap aranmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen verilere göre yenilebilir çiçek ve filizlerin Türk mutfağında aşçılar tarafından kullanımı üzerine dikkat çekilecek nokta tabaktaki uyumu, canlılığı ve dekor amaçlı kullanımına ön plana çıktığı görülmektedir. Çalışma aşçılar için yenilebilir çiçek ve filizlerin tat oranlarından çok görseli iyi olan çiçek ve filizlerin tercih edildiği sonucuna varıldı. Sonuçlar arasında temiz, böceksiz ve bulaşma olmayan çiçek ve filizlerin tercih edilmesi gerektiği katılımcılar tarafından onaylandı. Birbirlerine temas etmeyecek şekilde nemli bez ile muhafaza koşulları sağlanması gerektiği ileri sürüldü. Araştırma tabak prezantasyonunun ön planda olduğu ve görünüşe önem verilen tabaklarda daha çok kullanıldığına yer verilmektedir. Bunları yaparken aşçıların bilinçsiz ve farkında olmadan bilgi birikiminden yoksun tabaklar ortaya koyduklarını sonucuna

varılmaktadır. Çalışmada yenilebilir çiçek ve filizlerle alakalı belirlenen sınırlı sayıdaki oteller dâhilinde yarı yapılandırılmış 10 adet açık uçlu soru oluşturularak 20 kişilik katılımcı ile görüşme sağlandı. Fenomenolojik yaklaşımla nitel veri analizi yapılarak veriler nitelikli içerik analizi yaklaşımı ile analiz edildi. Bu sonuçlar göz önünde bulundurulduğunda yenilebilir çiçek ve filizlerin Türk mutfağında aşçılar tarafından kullanımının sadece görsellik ve belli başlı çiçekler doğrultusunda uygulandığı sonucuna ulaşmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yenilebilir Çiçek, Mikro Filiz, Türk Mutfağı

SLOW FOOD: WOS VERİLERİNE DAYALI BİBLİYOMETRİK ANALİZ

Nurullah KART

Arş, Gör. Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-1568-0702

E-posta: nkart@aku.edu.tr

Turgut TÜRKOĞLU

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-9535-1908

E-posta: Turgut.turkoglu44@gmail.com

Sabri ÇELİK

Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0001-7505-5944

E-posta: scelik@aku.edu.tr

Mustafa SANDIKCI

Prof. Dr. Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi

ORCID: 0000-0002-1437-2484

E-posta: sandikcimustafa@aku.edu.tr

ABSTRACT

The Slow Food movement, which emerged in Italy and basically aims to support everyone's right to good, clean and fair food, has gained global recognition over time and has begun to be adopted by many countries. This situation has attracted the attention of many academics working on the field, and the subject of Slow Food has been the subject of different studies. In this direction, it is aimed to present the bibliometric analysis of academic studies on Slow Food in the Web of Science database within the scope of the study. As a result of the search made in the Web of Science database, it was determined that there were 458 studies as of 25 July 2023. Information about the related studies was visualized with the help of tables and graphs and with the VOSviewer bibliometric data analysis program. According to the research findings, it is seen that at least 20 studies have been published every year since 2011. In addition, the studies carried out in different disciplines reveal the scope of slow food and the richness of the subjects it is related to. The study findings, which provide valuable information for managers, practitioners and academics, are expected to contribute to the field.

Keywords: Bibliometric Analysis, Slow Food, Gastronomy

ÖZET

İtalya'da ortaya çıkan ve temel olarak herkesin iyi, temiz ve adil beslenme hakkını desteklemeyi amaçlayan Slow Food hareketi, zaman içerisinde küresel düzeyde bilinirlik kazanmış ve birçok ülke tarafından benimsenmeye başlamıştır. Bu durum alanla ilgili çalışmalar yapan birçok akademisyenin de ilgisi çekmiş ve Slow Food konusu farklı çalışmalara konu olmuştur. Bu doğrultuda, çalışma kapsamında Web of Science veritabanında yer alan Slow Food konulu akademik çalışmaların bibliyometrik analizini sunmak amaçlanmıştır. Web of Science veritabanında yapılan tarama neticesinde 25 Temmuz 2023 itibariyle 458 çalışmanın yer aldığı belirlenmiştir. İlgili çalışmalara ilişkin bilgiler tablolar ile grafikler yardımıyla ve VOSviewer bibliyometrik veri analizi programı ile görselleştirilmiştir. Araştırma bulgularına göre 2011 yılından itibaren her yıl en az 20 çalışmanın yayınlandığı görülmektedir. Ayrıca yapılan çalışmaların farklı disiplinlerde ele alınması, yavaş yemeğin kapsamını ve ilişkili olduğu konuların zenginliğini ortaya koymaktadır. Yöneticiler, uygulamacılar ve akademisyenler için değerli bilgiler sağlayan çalışma bulgularının alan katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bibliyometrik Analiz, Slow Food, Gastronomi

ISBN: