

# GASTROIA

Journal of Gastronomy and Travel Research

Vol. 2, Issue 1, 2018

*Published by Çanakkale Onsekiz Mart University Tourism Application and Research Center  
(TURAM)*

**Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi**  
**Gastroia: Gastronomi ve Seyahat Araştırmaları**  
**Dergisi**  
**(ISSN: 2602-4144)**

**Sahibi/Proprietor**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Uygulama ve Araştırma Merkezi  
(TURAM)

**Editör/Editor**

Doç. Dr. Ş. Okan MERCAN

**Yazı İşleri Müdürü/Editor-in-Chief**

Dr. Öğr. Üyesi Oğuz TAŞPINAR

**Yayın Kurulu/Editorial Board**

Prof. Dr. Ferah ÖZKÖK

Doç. Dr. Lütfi ATAY

Dr. Öğr. Üyesi Hacı Mehmet YILDIRIM

Dr. Öğr. Üyesi Oğuz DİKER

Dr. Öğr. Üyesi Serdar SÜNNETÇİOĞLU

**Dil/Language** Türkçe / Turkish İngilizce/ English

**Yayın Periyodu/Publication Period**

Yılda iki kere yayınlanır / Published twice a year

Nisan & Ekim / April & October

**Yazışma Adresi/Correspondence Address**

Turizm Fakültesi, Terzioğlu Yerleşkesi Merkez

Çanakkale 17100 Türkiye

Tel: +90 286 218 05 46

Fax: +90 286 218 05 47

E-mail: [gastroia@comu.edu.tr](mailto:gastroia@comu.edu.tr)

## **BİLİM KURULU-SCIENTIFIC BOARD**

**Prof. Dr. Akın Aksu**, Akdeniz Üniversitesi

**Prof. Dr. Asım Saldamlı**, Nişantaşı Üniversitesi

**Prof. Dr. Azize Hassan**, Gazi Üniversitesi

**Prof. Dr. Bahattin Özdemir**, Akdeniz Üniversitesi

**Prof. Dr. Celil Çakıcı**, Mersin Üniversitesi

**Prof. Dr. Cevdet Avcıkurt**, Balıkesir Üniversitesi

**Prof. Dr. Cihan Çobanoğlu**, South Florida Üniversitesi

**Prof. Dr. Daiva Zostautiene**, Kaunas University of Technology

**Prof. Dr. Derman Küçükaltan**, Arel Üniversitesi

**Prof. Dr. Düriye Bozok**, Balıkesir Üniversitesi

**Prof. Dr. Ferah Özkök**, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

**Prof. Dr. Fügen Durlu Özkaya**, Gazi Üniversitesi

**Prof. Dr. Füsun İstanbullu Dinçer**, İstanbul Üniversitesi

**Prof. Dr. İrfan Arıkan**, IMC University of Applied Sciences Krems

**Prof. Dr. İsmail Kızılrımk**, İstanbul Üniversitesi

**Prof. Dr. Levent Altınay**, Oxford Brookes University

**Prof. Dr. Mehmet Saruşık**, Sakarya Üniversitesi

**Prof. Dr. Muharrem Tuna**, Gazi Üniversitesi

**Prof. Dr. Mustafa Tepeci**, Celal Bayar Üniversitesi

**Prof. Dr. Necdet Hacıoğlu**, Balıkesir Üniversitesi

**Prof. Dr. Nilüfer Koçak**, Dokuz Eylül Üniversitesi

**Prof. Dr. Orhan Batman**, Sakarya Üniversitesi

**Prof. Dr. Öcal Usta**, Dokuz Eylül Üniversitesi

**Prof. Dr. Özcan Yağcı**, Başkent Üniversitesi

**Prof. Dr. Şule Aydın**, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

**Prof. Dr. Zeynep Aslan**, Adnan Menderes Üniversitesi

**Doç. Dr. Bayram Şahin**, Balıkesir Üniversitesi

**Doç. Dr. Burhan Kılıç**, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

**Doç. Dr. Cafer Topaloğlu**, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

**Doç. Dr. Dalia Susniene**, Kaunas University of Technology

**Doç. Dr. Gökhan Ayazlar**, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi  
**Doç. Dr. Hüseyin Çeken**, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi  
**Doç. Dr. Kamil Unur**, Mersin Üniversitesi  
**Doç. Dr. Lütfi Atay**, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
**Doç. Dr. Mehmet Sarıoğlan**, Balıkesir Üniversitesi  
**Doç. Dr. Muammer Mesci**, Düzce Üniversitesi  
**Doç. Dr. Murat Yeşiltaş**, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi  
**Doç. Dr. Oğuz Türkay**, Sakarya Üniversitesi  
**Doç. Dr. Ođuzhan İlban**, Balıkesir Üniversitesi  
**Doç. Dr. Osman Nuri Özdođan**, Adnan Menderes Üniversitesi  
**Doç. Dr. Serkan Bertan**, Pamukkale Üniversitesi  
**Doç. Dr. Şafak Ünüvar**, Selçuk Üniversitesi  
**Doç. Dr. Şefik Okan Mercan**, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
**Doç. Dr. Turgay Bucak**, Dokuz Eylül Üniversitesi  
**Dr. Öğr. Üyesi Ebru Zencir**, Anadolu Üniversitesi  
**Dr. Öğr. Üyesi Erkan Akgöz**, Kırgızistan Manas Üniversitesi  
**Dr. Öğr. Üyesi Gencay Saatçı**, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
**Dr. Öğr. Üyesi Göksel Kemal Girgin**, Balıkesir Üniversitesi  
**Dr. Öğr. Üyesi Gürkan Akdağ**, Mersin Üniversitesi  
**Dr. Öğr. Üyesi Hacı Mehmet Yıldırım**, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
**Dr. Öğr. Üyesi Halil Korkmaz**, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
**Dr. Öğr. Üyesi Murat Aksu**, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
**Dr. Öğr. Üyesi Oğuz Diker**, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
**Dr. Öğr. Üyesi Oğuz Taşpınar**, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
**Dr. Öğr. Üyesi Sabri Haluk Erdem**, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
**Dr. Öğr. Üyesi Serdar Sünnetçioğlu**, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
**Dr. Öğr. Üyesi Serkan Türkmen**, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
**Dr. Öğr. Üyesi Sinan Gökdemir**, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

## CONTENTS

A FIELD RESEARCH ON THE EFFECT OF EMPOWERMENT ON CREATING ORGANIZATIONAL COMMITMENT IN FIVE-STAR HOTEL.....1-10

*Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Personel Güçlendirmenin Örgütsel Bağlılık Oluşturmadaki Etkileri Üzerine Bir Alan Araştırması*

Şehnaz DEMİRKOL, Emel GÜRCÜ, Özgür Doğan GÜRCÜ

YEREL HALKIN YÖRESEL MUTFAK KONUSUNDA BİLİNÇLENDİRİLMESİ ÜZERİNE BİR AB PROJE DEĞERLENDİRİLMESİ.....11-21

*Evaluation of An EU Project on the Awareness of Local People about Local Cuisine*

Nurettin AYZAZ, Mehmet GÜLLÜ

YÖRESEL YİYECEKLERİ KONU ALAN LİSANSÜSTÜ TEZLERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ.....22-38

*Bibliometric Analysis of Post-Graduate Theses on Local Foods*

Nurettin AYZAZ, Büşra Meltem TÜRKMEN

EKMEK FIRINI ÇALIŞANLARI ÜZERİNE KEŞİFSEL BİR ARAŞTIRMA: MERSİN ÖRNEĞİ.....39-51

*An Exploratory Research on Bakery Employees: Mersin Case*

Kamil UNUR, Dilek ATÇI, SabahatCeylin ŞANLI, Zeynep ALBAYRAK

**A FIELD RESEARCH ON THE EFFECT OF EMPOWERMENT ON CREATING  
ORGANIZATIONAL COMMITMENT IN FIVE-STAR HOTEL**

*Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Personel Güçlendirmenin Örgütsel Bağlılık Oluşturmadaki Etkileri Üzerine Bir  
Alan Araştırması*

Asst. Prof. Dr. Şehnaz DEMİRKOL\*  
Ph.D. Student Emel GÜRCÜ\*\*  
Lect. Özgür Doğan GÜRCÜ\*\*\*

**ABSTRACT**

The aim of this research is to define relationship between perceived empowerment and organizational commitment of five-star hotel employees' and to define effect of empowerment on organizational commitment. The questionnaire used in this research consists of three parts. In the first part, there are demographic characteristics related to respondents. In second part, employee's perception of empowerment and third part employee's organizational commitment was measured. This scale was applied to 158 employees working in a five-star hotel. There is statistically significant and positively relationship between empowerment and organizational commitment. It has seen that the perception of empowerment has a significant positive effect on the level of organizational commitment (26%). The perception of empowerment and level of organizational commitment of employees' are related with working duration in organization.

**Keywords:** Empowerment, Organizational Commitment, Hotel, Tourism.

**ÖZET**

Araştırmanın amacı beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışanların personel güçlendirme algıları ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkiyi belirlemek ve personel güçlendirmenin örgütsel bağlılık oluşturmaya olan etkilerini ortaya koymaya yöneliktir. Araştırmada kullanılan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde cevaplayıcılara ilişkin demografik özellikler bulunmaktadır. İkinci bölümde çalışanların güçlendirmeye yönelik algıları, üçüncü bölümde ise çalışanların örgütsel bağlılıkları ölçülmektedir. Bu ölçek 158 beş yıldızlı otel çalışanına uygulanmıştır. Personel güçlendirme ile örgütsel bağlılık arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır. Personel güçlendirme algısının örgütsel bağlılık düzeyi üzerinde yaklaşık % 26 oranında etkili olduğu görülmüştür. Çalışanların personel güçlendirme algılamaları ve örgütsel bağlılık düzeyleri kurumdaki çalışma süreleri ile ilişkilidir.

**Anahtar Kelimeler:** Personel Güçlendirme, Örgütsel Bağlılık, Otel, Turizm.

**Yayın Bilgileri**

Kabul tarihi: 21.03.2018

Yayın tarihi: 15.04.2018

**Yazar Bilgileri**

\*ORCID: 0000-0002-2122-4551  
[sehnazdemirkol@gmail.com](mailto:sehnazdemirkol@gmail.com)

\*\*ORCID: 0000-0002-1447-056X  
[emelgurcu@hotmail.com](mailto:emelgurcu@hotmail.com)

\*\*\*ORCID: 0000-0002-6425-382X  
[ozgurgurcu@gmail.com](mailto:ozgurgurcu@gmail.com)

This study is supported with Project number 52549, by BAP ( Scientific Research Projects) Department of İstanbul University.

This paper was presented in 5th Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management (AHTMM) Conference, June 18-21 ,2015, p 304-311. Beppu, Japan.

## **INTRODUCTION**

The efficiency of human resources is the most discussed topic. With the importance of human resources, business institutions have begun to give importance to employees. At this point, empowerment has become an important administrative tool for business institutions. The business institutions aims to increase competition power with empowerment by adopting the changing conditions, increasing the productivity, be able to respond to problems more quickly. As a result, the concept of empowerment gains importance as one of the modern management and organizational practices.

Organizational commitment is employee's loyalty to company and his effort for success of company. The results of organizational commitments are employees stay in company for long time, limited job turnover, limited employee turnover and high level job satisfaction.

Identification of employee with work and organization, adoption of organizational goals and objectives, and harmonize them with employee's own goals and objectives take place on the basis of the concepts of empowerment and organizational commitment. It is important for hotel institutions that what extent empowerment effect the organizational commitment.

## **EMPOWERMENT**

Together with empowerment, companies handled and tried to apply empowerment tools like contribution, motivation, job enrichment and as a result of true distribution of power it is a very important fact for companies to show that in what rate can the level of organizational commitment be improved.

In this struggle of increasing competition conditions, the clients who wants more and many competitors that are ready to fulfill these needs, it can be possible the organizations to compete by most efficient and sufficient use of their sources. The traditional management techniques are underwhelming and insufficient in reaching to success in this competition. Nowadays business world that the competition grows every day and changes happen so fast, finding of new management techniques is unavoidable. One of the most important concepts in this innovation search is empowerment (Yıldırım, 2004).

To survive in the increasing competition conditions, companies want to provide client satisfaction by higher efficiency, diverted them to empowerment (Spreitzer et al., 1997).

The thought of making empowerment a life philosophy and great effort need of this, bring originality to empowerment (Tschohl, 1998).

Empowerment is not the ability of everybody to do what they want. The purpose of empowerment is to make the decision by the person who is the most close to decision and has the most knowledge (Kusy et al., 1997). The main point here is this: The person, who knows how to develop the job, is the person who actually does the job every day (Caudron, 1995). The empowerment approach came up as a result of the need to employee who can make accurate decisions on behalf of the company and can apply these decisions (Dalay et al., 2002).

Measurement of empowerment is only possible by defining the dimensions of this concept. Spreitzer has been examined the empowerment in four dimensions in his study

“Psychological Empowerment in The Workplace: Dimensions, Measurement, and Validation” (Spreitzer, 1995).

Meaning: the level of overlap between the requirements of the work carried out and the employees’ beliefs and values states the meaning level of work for that employee (Thomas et al., 1990).

Impact: It states the level of authority on the work that performed by the employee (Bandura, 1989).

Competence: It states the employee has the authority of perform their work and to intervene to work environment (Deci et al., 1989).

Autonomy: It states the employee can move freely within certain limit while doing his job during the work hours (Ashforth, 1989).

Empowerment is distribution of power and spreading between the workers. Thus, employees are given ability of control to perform their duties. Empowerment is an approach that supports employees to providing control on the work and being owners of their own works (Doğan, 2004).

### **Organizational Commitment**

Organization exists with its employees. Sustainability of organization depends on employees not to leave the organization. Because of that there is a relation between a long life of organization and employees’ organizational commitment. Organization tries to keep employees to continue its life. While doing that, it serves applications like raising wages, the possibility of ascension, presenting incentives (Çetin, 2004).

Meyer and Allen (1997), defined the organizational commitment as a psychological situation that states relations between the organization and employees and decisions of staying in the organization

In 1984, Meyer and Allen suggested the “emotional” and “continuance” commitment to conceptualize in two dimensions by depending on the studies about organizational commitment. In 1990, a third factor called “normative commitment” is added (Allen et al, 1990).

Emotional Commitment: In emotional commitment, employees’ deep commitment to organization means that he committed himself to the organization, he will be loyal and he stayed in the organization by his free will. With this thought committed employees will not avoid some extra work if necessary (Çetin, 2004).

Continuance Commitment: Continuance commitment represents the employees what is the cost after quitting. Person who has high Continuance Commitment, continuous to stay in the organization because they think they need it. Continuance Commitment occurrence can be possible as a result of an activity or occasion that increasing the cost of quitting from organization. Quitting from the organization can be perceived as quitting from the time employee spends, money or effort (Meyer et al., 1997).



Normative Commitment: It states the moral side of the commitment. In addition, normative commitment is a consequence of the employee's commitment to organization and his inclination to think that it is correct. It states a different dimension than the other two (Gül et al., 2008).

### **Empowerment's Effects On The Organizational Commitment**

Sustainability of activities of modern organization can be possible with the existence of the employees that are empowered and committed to the organization. By the cause of intense competition and organizational changes, existence of the employees that are going to work voluntarily for work processes, products and performing the client services and going to stay committed to the organization are gained importance. Empowerment is an understanding that provides freedom in changing duty behaviors and making their own decisions, also in this matter feel stronger about this subject. As it was stated in the first chapter, empowerment's four dimensions (meaning, effect, competence, autonomy) generates the basis of being connected to each other and every dimensions increases the sense of feeling powerful (Janssen, 2004).

Thurau and Hansen (2000) argued that organizational commitment was the result of the integration of employees with their superiors. Therefore empowerment effects organizational commitment by trust. Employee stays loyal to the organization when there is trust between the employee and organization and they put all skills and talent in order to apply their works successfully. In the studies of Bergman and the others (2002) examined various human sources and fixated that there is a powerful relationship between organizational commitment and development opportunities with empowerment. As it written, empowerment triggers the organizational commitment.

### **Purpose of Research**

Purpose of the research is to define the relationship between employees' empowerment sense who works at the five-star hotel corporations and present the effect on founding organizational commitment. And another purpose of this research is to define the relationship and effect between dimensions of empowerment and organizational commitment.

Despite the fact that especially in this last period, there is many studies about empowerment and organizational commitment but there is no such study about variables and relations between this variables in the sense of hotel institutions. With the performed study, will be discussed the relationship between empowerment and organizational commitment in the sense of hotel institutions.

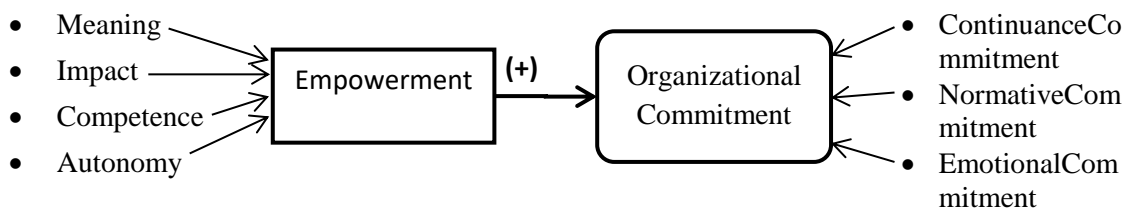
### **METHOD OF RESEARCH**

In this research Quantitative method is preferred. The data used in the research is collected by surveys. In this work primary data is used. Model of this research is a descriptive research model. By the reason of hotel employees' work in shift system, work intensity and time limit, probability sampling method is not used but convenience sampling has preferred. Surveys' feedback rate is 47,4 %.

In preparation of the questions of the survey related to empowerment, , the questions are used that Spreitzer (1995) generated in 1995 also many researchers used for measuring factors like meaning, impact, competence and autonomy that generates the perception of empowerment, This scale is formed from 12 expressions that measures every dimension of meaning, impact, competence and autonomy.

To measure the organizational commitment, 3 dimensional organizational commitment scale developed by Meyer and Allen (1990) is used. Components of 3 dimensional commitment scale, emotional, continuance and normative commitment state that the employees' organizational commitment purposes are different.

**Figure 1: Model of Research**



### Hypothesis

H1: Empowerment perception has a positive effect on organizational commitment.

### FINDINGS

In general, by considering alpha coefficients we can say that the perception of organizational commitment (0,908) and scales of empowerment (0,913) are highly reliable. When the factor analysis examined we can see the organizational commitment scale has 3 factors. The scale is coherent with the literature as factor dimension. And we can see empowerment scale has 3 factors, not 4 factors like in the literature. When factors are examined, we can see the autonomy and competence factors combined in one factor. This can be explained by the fact that the two related factors are very closely related to each other.

In general we can say hotel employees' perception of normative commitment (2,76) and continuance commitment (2,86) is medium and emotional commitment (3,84) perception is above medium. General commitment perceptions (3,15)) are moderate. In general hotel employees meaning (4,42), impact (4,70) and autonomy (4,27) perceptions are high and autonomy (3,86) perception is above medium. General empowerment perception (4,31) is high level.

Participants in this search are 49.4% male and 51.6% female. Distribution by marital status is 42.4% single, 51.3% married and 6.3% divorced. The perceived income level; 3.8% of low, 91.1% of medium with a great portion and 5.1% is high. Considering that educational status, we can see participants are mostly undergraduate 62% . 1.9 % are elementary school graduate, 12% high school graduate, 22.2% associate degree and 1.9% master degree graduate.

The large portion of the participants are between the ages of 28-33 (41.8%). 22.1% are between the 22-27 age range, 20.9% are between the 34-39 age range, 15.2% are 40 and above.

The distribution of employees according to working duration in existing institutions is like this: 38% are 0-3 years, 23.4% are 4-6 years, 11.4% are 7-9 years, 27.2% are 10 years and above. The distribution of employees according to working duration in profession is like this: 24.7% are 0-5 years, 32.9% are 5-10 years, 19% are 10-15 years, 23.4% are 15 years and above.

As we can see on the table, at 99% confidence interval, we can say that there is a meaningful relationship ( $p < 0.01$ ) between empowerment and organizational commitment level. This relationship is positive and medium ( $r = 0.516$ ). Findings have supportive quality for research hypothesis.

**Table 1:** Relationship of Perceived Empowerment and Organizational Commitment

Correlation Analysis		Organizational Commitment Level
Empowerment Perception	Pearson Correlation	,516*
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	158

\*  $p < 0,01$  (2-tailed).

**Source:** Authors' own calculations

To test the relationship between empowerment perception with its sub-dimensions and organizational commitment level with its sub-dimensions correlation analysis report is presented in the table 1.

When we look at the table below, we can see the perceived empowerment has an effect on the organizational commitment level approximately 26%. The power of the relationship between perceived empowerment and organizational commitment level is 0.516. The fact that the beta value is positive indicates that the relationship is correct. So when perceived empowerment increases, also organizational commitment level increases. Relation is moderate severity ( $R = 0,516$ ). The level of significance is  $p < 0.01$ .

**Table 2:** Regression Analysis of Perceived Empowerment and Organizational Commitment

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Estimated Std. Error	B	t	Sig.
1**	,516*	,266	,261	,70556	,516	7,522	,000

\* Predictor: Empowerment

\*\* Dependent Variable: Organizational Commitment

**Source:** Authors' own calculations

By these findings; H1 hypothesis (Perception of empowerment has contribution in positive direction to organizational commitment) is accepted.

The perception of empowerment and organizational commitment levels of employees' are examined by demographical qualities and no statistically significant difference founded.

**Table 3:** t-Test for Perception of Empowerment According to Working Duration in the Workplace

		Levene's Test		t-test	
		F	Sig.	t	Sig. (2-tailed)
Empowerment	Equal Variances Assumed	14,058	0,000	1,958	0,042
	Equal Variances Not Assumed			1,853	0,047

Source: Authors' own calculations

**Table 4:** Statistics for Perception of Empowerment According to Working Duration in the Workplace

	Working Duration in the Workplace	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Perception of Empowerment	5 years and more than 5 years	86	4,41	,417	,045
	Less than 5 years	72	4,20	,860	,101

Source: Authors' own calculations

Findings; states the perception of empowerment of the employees who worked 5 year or more (4,41) are higher than the employees who worked less than 5 years (4,20).

**Table 5:** t-Test for Level of Organizational Commitment According to Working Duration in the Workplace

Level of Organizational Commitment	Equal Variances Assumed	3,602	0,060	2,216	0,028
	Equal Variances Not Assumed			2,177	0,031

Source: Authors' own calculations

**Table 6:** Statistics for Level of Organizational Commitment According to Working Duration in the Workplace

Level of Organizational Commitment	5 years and more than 5 years	86	3,29	,732	,079
	Less than 5 years	72	3,00	,897	,106

Source: Authors' own calculations

Findings; states the organizational commitment levels of the employees who worked 5 year or more in institution (3,29) are higher than the employees who worked less than 5 years (3,00).

## CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

When the regression analysis results that are intended to define effects on the organizational commitment level of perception of empowerment and sub-dimensions are examined, we see that perception of empowerment has effect on organizational commitment by 26%. If we consider that the concept of organizational commitment is related to socio-psychological quality and many concepts, it can be said that this ratio is very important for one dimension.

It is known that the mistake made by the employee in the businesses where the customers are directly communicating with the employee, such as hotel institution, will lead not only to the income but also to the loss of reputation.

Customers and employees are racing with the time, and there will be important customer dissatisfaction when an employee has no authority or lack of self-confidence. Therefore this negativity can be prevented with empowerment, and even income increase can be achieved.

Emotional commitment of employees is the most desirable condition for the employer. When we look at the finding of the research, the most powerful relationship is the relationship between emotional commitment and empowerment stands out (0,613). This relationship is statistically significant and positive.

Hotel employees' organizational commitment level is above medium. This finding can be interpreted as empowerment is a "must be" condition to increase organizational commitment but it is not an "adequate condition". Then, in literature there is many concepts that are referred other than empowerment.

It is defended that from organizational commitment dimensions, employees' normative commitment and continuance commitment levels are medium and emotional commitment level is above medium. When we think about the participants' average work duration in institution is 7 years, and the thoughts of employees' that employees adapts to work environment as a family environment, and inexperienced new employees hired to get experience in this institution like a school, and employees think that between competitor institutions this institution is the possible best and best qualified can cause the perception of emotional commitment to be high.

The cause of perception of normative and continuance commitment is lower than the perception emotional commitment is that in a tourism city like Istanbul, there is so much alternatives to work and employees do not feel that they have to work in this institution.

Employee who is committed to his organization doesn't think to leave his work or to work in somewhere else. Also he looks for the ways how he can do his job better. In this perspective, committed employee who works in the hotel institutions contributes to decrease the circulation speed which is so high in hotel institutions. This will prevent the financial lose and time lose of finding a new personnel and training them. Another important point is that today the most important feature that distinguishes five-star hotels from each other is the quality of the services they offer. When employee circulation is fast, the flaws are unavoidable. Also in the hotel institutions that has a customer profile who serves luxury, wants to see familiar employees every time when they come and same quality service. For customers, meeting with other employees every time and specifying their demands from the beginning can lead to customer dissatisfaction in today's service sector.

It was determined that there is no statistically significant difference in the perception of empowerment according to gender, age, marital status, educational status and duration of work in the workforce. Significant differences were found only between the duration of the institution and the perception of empowerment ( $p < 0.05$ ). According to this, perception of empowerment of who works in a corporation for 5 or more years are (4,41) higher than who works less than 5 years (4,20). From this finding, it can be said that as the duration of work in the institution increases, the empowerment perception increases. If the empowerment is thought to be a trust-based practice, then this distinction can be understood.

There is no statistically significant difference in the level of organizational commitment of employees according to gender, age, marital status and educational status. However, there were significant differences between the duration of work and organizational commitment ( $p < 0.05$ ). Organizational commitment levels (3,29) for employees at 5 years or more in the organization were found to be higher than those who worked less than 5 years (3.00). It was also found that there are significant differences in the levels of emotional commitment and normative commitment from the sub-dimensions of organizational commitment. By these findings, it can be said that increase of the work duration in the organization, increases employees' commitments to the organization. Working in an organization for many years makes it a difficult to quit the organization.

The data obtained in this study is limited to the employees of a five-star hotel in Istanbul. The inclusion of other five-star hotels in the survey, other factors affecting organizational commitment or possible outcomes of empowerment are considered to be more inclusive in the research model.

## REFERENCES

- Allen, N. J. and Meyer, J. P., (1990), "The Measurement and Antecedent of Affective, Continuance and Normative Commitment to The Organization" *Journal of Occupational Psychology*, 63, pg. 1-18.
- Ashforth, E. B., (1989), "The Experiences of Powerlessness in Organizations" *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 43, pg. 207-247.
- Bandura, A., (1989), "Human Agency in Social Cognitive Theory" *American Psychologist* , 44, pg. 1175-1184.
- Bergman, T. J., Scott W. L., Kenneth P. M. and Joyce L. G.(2002). "Integrating The Three Domains of Employee Commitment: An Explanatory Study" *The Journal of Applied Business Research*, 16, pg. 15-26.
- Caudron, S., (1995), "Create An Empowering Environment" *Personel Journal*, 74, (9), pg. 28-36.
- Çetin, M., (2004), "Örgüt Kültürü ve ÖrgütselBağlılık", Ankara: Nobel.
- Dalay, İ., Altunışık R. and Coşkun, R., (2002), "Stratejik Boyutuyla Modern Yönetim Yaklaşımları", İstanbul: Beta.
- Deci, L. E., Connel, J. P. And Ryan, R. M., (1989), "Self-Determination in a Work Organization" *Journal of Applied Pyschology*, 74, pg. 580-590.
- Doğan, S., (2006), "Personel Güçlendirme: Rekabette Başarının Anahtarı", İstanbul: Kare.

- Gül, H., and Oktay, E., (2008), “İş Tatmini, Stres, Örgütsel Bağlılık, İşten Ayrılma Niyeti ve Performans Arasındaki İlişkiler: Sağlık Sektöründe Bir Uygulama” *Akademik Bakış*, 15, pg. 1-11.
- Janssen, O., (2004), “The Barrier Effect of Conflict with Superiors in the Relationship between Employee Empowerment and Organizational Commitment” *Work & Stres*, 18, (1), pg. 56-57.
- Kusy, M. and McBain, R., (1997), “The Human Side of Leadership Promotes The Bottom Line of Organizations” *Manager Update*, 9, (1), pg. 19-31.
- Meyer, J. P. and Allen, N. J., (1997), “*Commitment In The Workplace: Theory, Research, and Application*”, London: Sage.
- Spreitzer, M. G., (1995), “Psychological Empowerment in The Workplace: Dimensions, Measurement, and Validation” *Academy of Management Journal*, 38, (5), pg. 1442-1465.
- Spreitzer, M. G., Kizilos, M. A. and Nason, S. W., (1997), “A Dimensional Analysis of the Relationship Between Psychological Empowerment and Effectiveness, Satisfaction and Strain” *Journal of Management*, 23, (5), pg. 679-704.
- Thomas W. K. and Velthouse, B. A., (1990), “Cognitive Elements of Empowerment: An "Interpretive" Model of Intrinsic Task Motivation” *The Academy of Management Review*, 15, (4), pg. 666-681.
- Thurau, H. and Hansen, U., (2000), “*Relationship Marketing: Gaining Competitive Advantage Through Customer Satisfaction and Customer Retention*”, Berlin: Springer.
- Tschohl, J., (1998), “Empowerment: The Key to Customer Service” *Managing Service Quality*, 8, (6), pg. 421-425.
- Yıldırım, H., (2004), “Personel Güçlendirme - Empowerment: Çağdaş Bir Yönetim Yaklaşımı.” Bakan İ. (Ed.), *Çağdaş Yönetim Yaklaşımları*, (pg. 93-111). İstanbul: Beta.

## YEREL HALKIN YÖRESEL MUTFAK KONUSUNDA BİLİNÇLENDİRİLMESİ ÜZERİNE BİR AB PROJESİ DEĞERLENDİRMESİ\*

*Evaluation of An EU Project on the Awareness of Local People about Local Cuisine*

Dr. Öğr. Üyesi Nurettin AYAZ\*  
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet GÜLLÜ\*\*

### ÖZET

Türkiye'nin adaylık süreciyle birlikte AB projeleri gündemde sıkça yer alır hale gelmektedir. Birliğe üye veya aday ülkelerdeki hedef bölgelerin ekonomik ve sosyal kalkınmasına katkı sağlamak amacıyla yürütülen bu projeler ile bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmak, hedef bölgelerde kapasite geliştirmek, yaşam koşulları ve çevre kalitesini artırmak ve bölgelerde bulunan kültürel değerlerdeki bozulmayı minimuma indirmek hedeflenmektedir. Bu çalışmada kültürel değerler kapsamında Zile ilçesindeki yöresel yemeklerin sürdürülebilirliği ve somut kültürel miras öğelerine dönüştürülmesi bağlamında yürütülen bir AB projesinin genel değerlendirilmesine yer verilmektedir. Çalışmanın amacı, Türkiye'nin farklı bölgelerinde gerçekleştirilecek benzer AB projelerine yol göstermektir. Çalışmanın sonuçları göstermiştir ki yöresel yemeklerin ticarileştirilmesi bağlamında büyük porsiyonlarda hazırlanması konusunda yerel halk gerekli bilgi donanımına ve teknik beceriye sahip bulunmamaktadır. Bu anlamda yerel halka yöresel yemekler konusunda gerekli olan bilgi ve teknik becerilerin kazandırılmasında AB projeleri önemli bir fırsattır.

**Anahtar Kelimeler:** AB destekli kalkınma programları, yöresel mutfak eğitimi, Zile.

### ABSTRACT

An EU Project with Turkey's membership process has begun to take part more frequently on the agenda. The main objectives of the Projects carried out to contribute to the economic and social development of the target regions in the member or candidate countries of the EU are to reduce inter-regional differences in terms of development, to improve capacity in the regions, to increase living conditions and environmental quality and to minimize cultural degeneration. This study includes the general evaluation of the EU Project carried out the sustainability of local foods in the Zile and transforming of these foods into intangible cultural heritage assets in the context of cultural values. The aim of this study is to lead the way similar projects will be carried out in different regions of Turkey. The results reveal that local people do not have enough idea and technical skill about preparing large portions of foods in the context of commercialization of local food. EU projects are an important opportunity in order to bring local people in necessary knowledge and technical skills about local foods.

**Keywords:** EU development programs, local kitchen training, Zile.

\*Bu çalışma, "2. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler" kapsamında sunulan bildirden hazırlanmıştır.



## GİRİŞ

Türkiye, dünyada ziyaret edilen destinasyonları sıralamasında altıncı ve elde edilen turizm gelirleri sıralamasında onbirinci sırada yer alan önemli bir turizm ülkesidir (UNWTO, 2014). Bununla birlikte Türkiye’de turizme yönelik potansiyel kaynaklar, tam olarak kullanılmakta, kıyı bölgelerinde yakalanan turizm başarısı, Anadolu’da kendini göstermektedir. Bu çerçevede “Anadolu Turizmi” çalışmaları kapsamında tarihi devirlere ait bilim, din, sanat, dil, mimari ve yöresel mutfak objelerinden oluşan kültürel çeşitlilikler üzerine çalışmaların yapılması (Anadolu Turizm İşletmecileri Derneği, 2006) ve her düzeydeki kişi ve kurumun bu çalışmalara destek sağlaması, turizmde önemli kazanımlar olabilecektir.

Günümüzde başarılı turizm bölgelerinin oluşturulması, o bölgelerde keşfedilmeyi bekleyen bölgeye özgü değerleri bulma, sunma ve hazırlamayla ilişkilendirildiği (Kotler vd., 1999) bir ortamda AB tarafından finansal olarak desteklenmekte olan projeler turizm gelişmişinde önemli bir fırsat olarak görülebilir. Bununla birlikte bu projelerin başarı performansı göstergeleri üzere bilimsel alanda pek fazla bilimsel çalışmaya rastlanmamaktadır.

Bu çalışmada Avrupa Birliği (AB) destekli TR82 Düzey 2 Bölgeleri Kalkınma Programı çerçevesinde bir turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokulu ile bir belediye ortaklığında hazırlanmış ve uygulanmış olan “Zile İlçesinin Turizm Destinasyonuna Dönüştürülmesinde Girişimcilere ve Yerel Halka Mesleki Turizm Eğitimi Verilmesi Projesi” kapsamında, ev kadınlarına yönelik olarak verilmiş olan yöresel mutfak eğitiminin genel performansı üzerine bir bakış açısı oluşturulması ve gelecekteki benzer projelere destek olunması amaçlanmaktadır. Zile ilçesinin turizme açılma sürecine yerel halkın katılımı ve desteğini sağlamak düşüncesiyle hazırlanmış olan bu proje kapsamında verilen yöresel mutfak eğitiminin bölge düzeyinde kazanımları ve kültürel değerlerinin bir parçası olan yöresel mutfağa yönelik eğitimin, benzer çalışmalara örnek bir uygulama olabileceği düşünülmektedir.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### AB Destekli Kalkınma Programları

AB destekli olarak hayata geçirilen yerel kalkınma programları, birliğine üye veya aday ülkelerdeki hedef bölgelerin ekonomik ve sosyal kalkınmasına katkı sağlamak amacıyla yürütülen programlardır. Bu programların hedefleri şu şekilde sıralanmaktadır (www.cfcu.gov.tr):

- Bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmak,
- Hedef bölgelerde kapasite geliştirmek,
- Yaşam koşulları ve çevre kalitesini artırmak,
- Bölgelerde bulunan kültürel değerlerdeki bozulmayı minimuma indirmek.

AB yerel kalkınma programlarında özellikle, yerel halkın yukarıda sıralanan konulara sahip çıkması ve yöredeki her kişi ve kurumun katılımının sağlanması temel unsurlar olarak görülmektedir. AB kalkınma programları kapsamında hazırlanan projelerinin bütçelerinin %90’ı AB tarafından, %10’u ise proje sahibi tarafından karşılanmaktadır.

## Zile

Tarih boyunca Anziliya, Zela ve Silay isimleri çağırılan Zile ilçesi 4000 yıllık tarihe sahip bir yerleşim bölgesidir. İlçe, Karadeniz Bölgesi sınırları içinde Tokat iline bağlı merkez nüfusu 34.100, köyleri ile toplam nüfusu 56.185 kişi olan bir yerleşim merkezidir (www.zile.gov.tr). M. Ö. 1500'lü yıllarda Hitit İmparatorluğu'nda Zelitis adı verilen bölgede "Anziliya" olarak çağırılan bir kentin varlığından ve bu kent sınırları içinde yer alan "Tapigga" adıyla çağırılan önemli bir federasyondan söz edilmektedir. Bu federasyon bugün Maşat Höyük olarak adlandırılmaktadır. Tarihi Zile ilçesi 4000 yıllık tarihi geçmişi ile yiyecek-içecek kültürü bakımından zengin mirasa sahip bir bölgedir. Bölgenin yöresel yemek kültürü, Hitit medeniyetine kadar uzanmaktadır. Hitit tabletlerinde 180 civarında ekmek, börek, çörek ve unlu mamül türüne rastlanmaktadır. Özellikle, hamurun içine ya da üzerine bezelye, susam nar, salatalık ve bira konularak çeşitli ekmekler üretilmekteydi. Hititlerin iştah açıcı yemeklerden birisi günümüzün şiş kebabına benzemektedir. Ekmeklerin aralarına koyun yağı konularak şişlere dizilir ve ateşte pişirildi. Ekmek parçaları yağı iyice emdikten sonra ekmeklerin aralarına yine şişte pişirilmiş bir yaban keçisinin ciğer, boyun ve yüreğinden hazırlanmış etlerle servise sunuluyordu (Koç, 2006: 32). Hititlere özgü bu özellikler Zile ilçesinde hazırlanan yemeklerde hala uygulanmaktadır. Türk mutfakının kendine özgü nitelikler kazanmasında ve zengin bir mutfak olmasında; tarihsel yaşam, gelenekler, yaşanan coğrafya ve çevredeki olanakların etkili olduğu bilinmektedir (Akman ve Mete 1988: 13).

Roma Kralı Jules Sezar, ordularıyla Zile'ye ve Altağaç denilen yerde Amiral Triarius'u yenilgiye uğratmıştır. Bu zaferini Zile Kalesi'nde ilahi bir törenle kutlayan Sezar; mektubunda yazdığı "Veni-Vidi-Vici" (Geldim-Gördüm-Yendim) sözlerini bir taşa yazdırmıştır. Tarihi Kentler Birliği üyesi olan Zile ilçesinde şu an itibariyle 3500 ahşap ev 150 nitelikli konak ve 15 adet tarihi sokak bulunmaktadır. Zile ilçesi; kaybolmaya yüz tutmuş eski Türk elişi sanatlarından olan mazmanlık, demircilik, semercilik, çarıkcılık, küpçülük alalarında varlığını sürdürmektedir. Beyaz pekmez, sadece Zile'de üretilmekte ve "Meşhur Beyaz Zile Pekmezi" adı altında satışı yapılmaktadır. Zile pekmezi; diğer pekmezlerle oranla daha hoş ve aromatik lezzette olması, beslenme değerinin yüksek, zengin vitamin ve mineraller içermesinden dolayı gelişme çağındaki çocukların, hamile ve emzikli kadınların, ağır işte çalışanların, sporcuların, askerlerin aradığı bir gıda olma özelliğini taşımaktadır. Zile Pekmezinin şöhreti sadece Zile ve Türkiye sınırları içinde kalmayıp Almanya, Fransa, Hollanda, İngiltere, Avustralya ve Yeni Zelanda gibi ülkelerde de kendisinden söz edilen ve aranılan bir gıda maddesi olarak kendini tanıtmaya başlamıştır.

## Yöresel Mutfak Eğitimi

Eğitim, personele işini daha iyi yapabilmesi için gerekli olan bilgileri sistematik biçimde kazandırarak personelin teorik, pratik, davranışsal ve yönetsel becerilerini arttırmayı amaçlayan bir süreçtir (Finch, 1976: 265; Thomason, 1981: 372). Bu süreç, okul veya işletme ortamında gerçekleşebilir. Özellikle, işletme ortamında verilen eğitimin önemi büyüktür. Bir eğitim sürecinin, personelin yapacağı işe dönük olması eğitimde ilgiyi artırdığı yönündedir. Bireylerin eğitimi ve eğitim geliştirme hem zaman hem de para gerektiren önemli bir durumdur (Body ve Buchanan, 1986: 193). Özellikle, eğitim ortamında kullanılan araçlar ile personelin işbaşında kullandığı araçların benzerliği son derece önemlidir. Kullanılan eğitim araçlarının eğitim ortamından iş ortamına geçişinde önemi büyüktür (Plunkett, 1980: 280).

Yeme ve içme faaliyetini, bilim ve sanata dönüştürmeyi öngören "gastronomi" ve yerele özgü yemeklerin sunulduğu destinasyonlara yapılan ziyaretlerle ilişkili "gastronomi turizmi"

önemli bir çekicilik unsuru olmaya devam etmektedir (Aydoğdu ve Duman, 2017). Bu anlamda yerel mutfak (bir ülkenin veya spesifik bir bölgenin tarzı ve stili ile yiyeceklerin hazırlanması) önem kazanmaktadır (Scanlon, 1993: 56). Bu anlamda mutfak eğitimlerine olan ilgi artmaktadır.

Mutfak eğitiminde temel amaç, pişirme ve yemek hazırlama sanatı ve bilimini katılımcılara aktarmak ve onların kendileri veya misafirleri için lezzetli yemekler hazırlama becerisi kazandırmaktır. Bu anlamda dünya genelinde pek çok farklı okul ve kurslar bulunmaktadır. Bu okul ve kurslar; öğrencileri, amatör meraklıları ve şefleri eğitme amaçlıdır. Bu nedenle bu okullarda iyi bir mutfak eğitimi için kullanılacak eğitim yöntem ve araçlarının çalışma hayatına benzerliği önem arz etmektedir. AB Kalkınma Programları çerçevesinde sağlanan finansal destekler, yerel mutfak eğitimi programları yürütülmesine yönelik uygun eğitim ortamının hazırlanmasında ve eğitim verilmesinde bir fırsat olarak görülebilir.

Batı ülkelerinde, nitelikli mutfak elemanı yetiştiren okullar olmasına rağmen, yemek pişirme sanatının gerçekte mutfakta öğrenilebileceği olgusu göz ardı edilmektedir. Mutfak; bu meslekte ilerlemek isteyenlerin okuludur. Bu okulda başarının şartı ise verilen her görevi asla küçümsemeden ve yadırgamadan yerine getirmek, mesleğe ve bu mesleği öğretenlere karşı saygılı ve dürüst olmaktır. Doğrudan doğruya insan sağlığı ile ilgili olan yemek hazırlamada çalışanların kendilerine, işyerlerine ve ürettiklerini yiyen konuklarına karşı sorumlulukları oldukça büyüktür. Bu nedenle çalışanların görev ve sorumluluklarını en iyi biçimde yerine getirmek zorundadırlar (Mussmann ve Pahalı, 1997:48-49).

Mutfak personelini eğitimlerinde en pratik ve çabuk fayda sağlayan yol olarak öğrenmede zaman testi metodu olarak görülmektedir. Bu metod; anlatma, kursiyerlere gösterme ve daha sonra da bu işleri kursiyerlere yaptırma olarak ifade edilmektedir. Zaman testi metodu, yöntem olarak eğitimde geri bildirim kolaylaştırdığı için kursiyerin ve başka nerelerde eğitime ihtiyaç duyduğu görülmesinde oldukça faydalıdır. Bu metodla birlikte spesifik uygulamalı bir mutfak eğitiminde aşağıdaki konuların eğitim programlarına dahil edilmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir ([www.argbilisim.com](http://www.argbilisim.com)).

- Mutfak planlama ve mutfağın fiziksel özellikleri,
- Mutfak ekipmanları, araçları,
- Mutfak organizasyonu, görev tanımları, personel seçimi ve eğitimi,
- Mutfak hijyeni, sanitasyonu,
- Mutfakta güvenlik önlemleri ve ilk yardım,
- Mutfakta satın alma ve depolama standartları,
- Temel beslenme ilkeleri,
- Menü,
- Mutfakta kullanılan otlar ve baharatlar,
- Mutfakta doğrama şekilleri, yiyecek kesimleri
- Garnitürler,
- Soslar,
- Temel pişirme yöntemleri,

- Yemek hazırlama uygulamaları,
- Kokteyl parti hazırlıkları,
- Soğuk büfe hazırlığı, büfe tazmini,
- Diyet mutfağı,
- İçecek bilgisi,
- Sunum,
- Servis teknikleri,
- İletişim,
- Diksiyon,
- Kişisel gelişim,
- Zaman yönetimi.

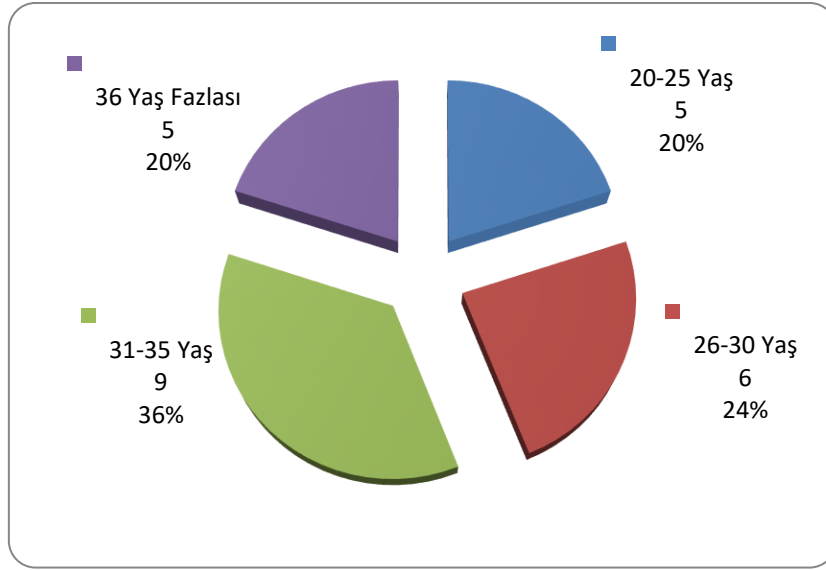
## **YÖNTEM**

Bu çalışma, bir alan araştırması olup, Tokat ili Zile ilçesinde turizm sektörünün gelişimine katkıda bulunmak amacıyla tasarlanan bir AB eğitim projesi kapsamındaki gözlem, mülakat ve doküman incelemesi sonucunda toplanan verilerin analizini kapsamaktadır. Hazırlanan bu çalışmada işsiz ev kadınlarına yönelik olarak verilen “yöresel mutfak eğitimi” üzerine değerlendirmelere yer verilmektedir.

Verilerin toplanmasında örneklem alanı olarak görülen bu proje uygulaması kapsamında, Zile ilçesinde yaşayan 25 ev kadınına yöresel mutfak eğitimi mesleki verilerle ilçede turizm işletmelerinin ihtiyaç duyacağı nitelikli kalifiye eleman ihtiyacının karşılanması hedeflenmiştir. Proje için 84.443 Avro hibe desteği sağlamıştır. Proje, TR82 Düzey 2 Bölgeleri Kalkınma Programı çerçevesinde Zile Dinçerler Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu ve Zile Belediyesi ortaklığında “Zile İlçesinin Turizm Destinasyonuna Dönüştürülmesinde Girişimcilere ve Yerel Halka Mesleki Turizm Eğitimi Verilmesi Projesi” adıyla uygulanmıştır. Proje kapsamında yöresel mutfak eğitimine kursiyer olarak kayıt yaptıran ev kadınlarına 6 aylık dönemde (24 hafta) 384 ders saati yöresel mutfak eğitimi verilmiştir. Eğitimler, Cumartesi ve Pazar günlerinde olmak üzere 8 ders saatini kapsayan periyotlarda uygulanmıştır.

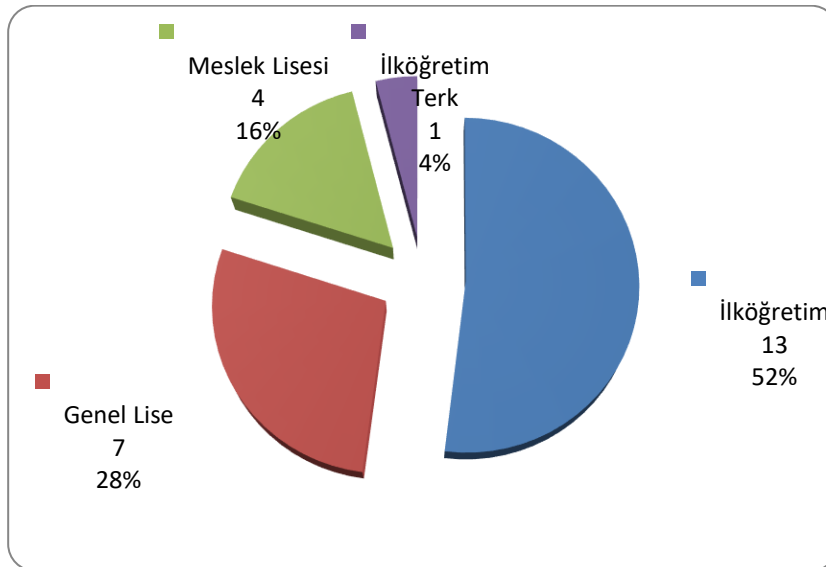
## **BULGULAR**

Araştırma kapsamında yöresel mutfak eğitimine katılan kursiyerlerin demografik özellikleri kapsamında yaşlarının dağılımı, Şekil 1’de gösterilen biçimde tespit edilmiştir. Kursiyerlerin yaş dağılımlarında 20-25 yaş arası birey sayısı 5 kişi, 26-30 yaş arası birey sayısı 6 kişi, 31-35 yaş arası birey sayısı 9 kişi ve 36 yaştan büyük birey sayısı 5 kişi olarak şekillenmiştir.



Şekil 1. Yerel Mutfak Eğitimine Katılan Kursiyerlerin Yaş Dağılımı

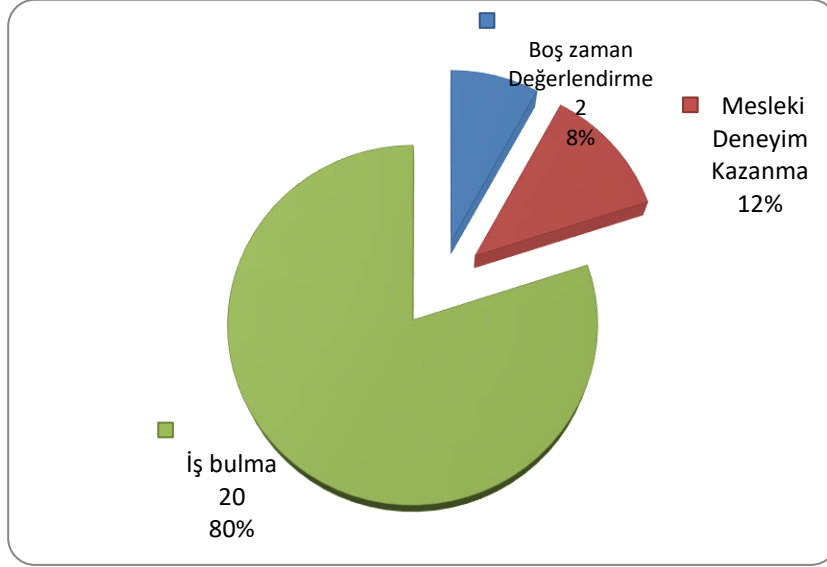
Yöresel mutfak eğitimine katılan kursiyerlerin demografik özellikleri kapsamında eğitim durumları, Şekil 2’de gösterilen biçimde dağılmıştır. Kursiyerlerin eğitim durumlarında ilköğretim mezunu birey sayısı; 13 kişi, genel lise mezunu birey sayısı; 7 kişi, meslek lisesi mezunu birey sayısı; 4 kişi ve ilköğretim terk birey sayısı ise 1 kişi olarak oluşmuştur.



Şekil 2. Yerel Mutfak Eğitimine Katılan Kursiyerlerin Eğitim Durumu

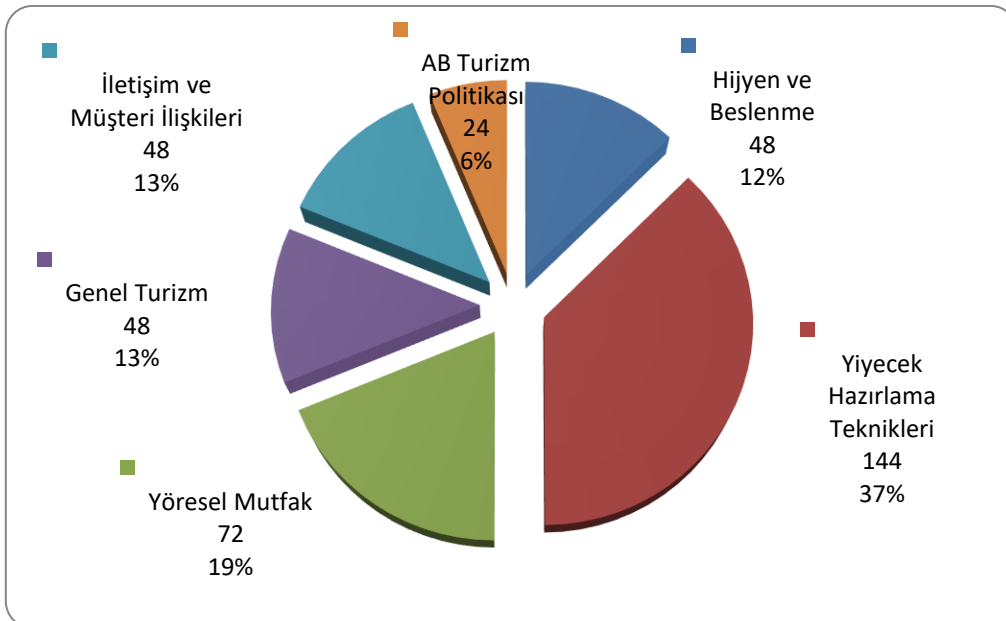
Yöresel mutfak eğitimine katılan kursiyerlerin eğitim programlarına katılım amaçlarına yönelik yüzdesel dağılım grafiği Şekil 3’te gösterilen biçimdedir. Proje eğitimine boş zamanı değerlendirme amacıyla katılan birey sayısı; 2 kişi, mesleki deneyim kazanma amacıyla

katılan birey sayısı; 3 kişi ve iş bulma amacıyla eğitime katılan birey sayısı ise 20 kişi olarak tespit edilmiştir.



Şekil 3. Yerel Mutfak Eğitimine Katılan Kursiyerlerin Kursa Katılım Amacı

Proje kapsamında kayıt yaptıran ev kadınlarına 6 aylık dönemde (24 hafta) 384 ders saati yöresel mutfak eğitim programı süresince; beslenme ve hijyen kapsamında 48 ders saati, yiyecek hazırlama teknikleri kapsamında 144 ders saati, yöresel mutfak kapsamında 72 ders saati, iletişim ve müşteri ilişkileri kapsamında 48 ders saati, genel turizm kapsamında 48 ders saati ve AB turizm politikası kapsamında 24 ders saati olmak üzere teorik ve uygulamalı ders verilmiştir. Kursiyerlerin verilen dersler ve saat dağılımlarına yönelik yüzdesel dağılım grafiği Şekil 4'te gösterilen biçimde oluşmuştur.



#### Şekil 4. Yerel Mutfak Eğitimi Kapsamında Verilen Dersler

Şekil 4’te gösterilen derslerin uygulamalı eğitimler proje kapsamında oluşturulan mutfak, servis ve bar laboratuvarlarında verilmiştir. Ayrıca ilgili derslere yönelik ders kitapları proje kapsamında temin edilerek kursiyerlere dağıtılmıştır. Her hafta sonunda kursiyerler, uygulama mutfağında bir yöresel yemeği turistik sunum için olarak hazırlamışlar ve hazırladıkları yöresel yemekleri öğretim elemanlarına ve diğer kursiyerlere servis laboratuvarında sunmuşlardır.

Kurs eğitimleri kapsamında Zile ilçesine özgü yöresel yemeklerin (Tablo1) tamamı büyük porsiyonlarda hazırlanması test edilerek üretimi yapılmıştır. Bu yemeklerin ev ortamından daha ziyade ticari amaçlı sunumuna yönelik çalışmalara yer verilmiştir. Kursiyerlerin aldıkları bu eğitim ile iş hayatına hazırlanmaları öne çıkartılmıştır. Ayrıca, kursiyerlerin aldıkları kurs eğitimin gerçek yaşamda tatbiki kapsamında Zile Belediye Başkanlığı tarafından tarihi Zile panayırında stant açılmış ve yöresel yemekler ziyaretçilerin beğenisine sunulmuştur. Bununla birlikte kursiyerlerin aileleri ile buluşmaları sağlanarak hazırladıkları yöresel yemekleri sunum yapma imkânı sağlanmış ve toplum düzeyinde farkındalık oluşturulmuştur. Kurs eğitimleri kapsamında gerçekleştirilen teknik geziler ve seminerler yöresel mutfak eğitimini zenginleştiren unsurlar olmuştur.

Kurs eğitimleri çıktıkları kapsamında köklü bir tarihi geçmişe sahip bulunan Zile ilçesine özgü yemeklerin envanteri Tablo 1’de gösterilen biçimde şekillendirilmiştir. Soyut kültürel miras kapsamında yer alan bu yöresel yemekler için standart reçete kartları oluşturularak somut kültürel mirasa dönüşümleri sağlanmıştır.

**Tablo1:** Zile İlçesine Özgü Yöresel Yemekler

Çorbalar	Ana Yemekler	Garnitürler	Tatlı ve Hamur İşleri
Toyga Çorbası Tarhana Çorbası Düğü Çorbası Helle Çorbası Tutmaç Çorbası Çir (Komposto)	Bat Keşkek Bakla Dolması Sarma Baldırcan Tavası Etlı Yaprak Sarması Yeşil Mercimekli Pilâv Düğü Pilâvı Mimbar Dolması Gatıklı Aş Haşıl Çılbr Ayvalı Yahni Patlıcanlı Pehli Turşulu Madımak Şipsi Basta	Üzüm Turşusu Kelem Turşusu Kelek Turşusu	Zile Pekmezi Kuşburnu Pekmezi Köme (Cevizli Sucuk) Tatlı Tarhana Ramazan Çöreği Kete Cevizli Çörek Haşhaşlı Çörek Un Helvası İşgefe Külleme Bişi Gatmer Hasuda Uğut Guguk (Öküz) Helvası

Tablo 1’de görüldüğü üzere Zile ilçesine özgü 6 adet çorba türü, 19 adet ana yemek, 3 adet garnitür ve 16 adet tatlı ve hamur işi yiyecek grubu oluşmuştur.

## SONUÇ

Bu araştırmada AB yerel kalkınma programları kapsamında ev kadınlarına yöresel yemek eğitimi verilmesi için gerçekleştirilen “Zile İlçesinin Turizm Destinasyonuna Dönüştürülmesinde Girişimcilere ve Yerel Halka Mesleki Turizm Eğitimi Verilmesi Projesi” için proje sonrası genel değerlendirmenin alan yazına taşınması ve gelecekte gerçekleştirilecek benzer projelere yol gösterici olunması amaçlanmıştır.

Yöresel mutfak eğitimi, Zile ilçesi başta olmak üzere Tokat ili ve ilçeleri için bir rol model oluşturmuş ve il genelinde önemli bilinç değişikliği yaratmıştır. Öncelikle ilçe kamu idareleri yöneticileri konuyu sahiplenmeye başlamışlar, konu ile ilgili planlama süreci başlatma kararı almışlardır. Ayrıca, proje kapsamında yayınlanan basın haberleri, proje web sitesi ve projeye yönelik hazırlanan görsel ve işitsel ürünler Zile ilçesinin yurt içinde ve yurt dışında tanınır hale gelmesinde önemli rol oynamıştır. Ayrıca, gerçekleştirilen proje; “İtovizyon” dergisinin kırk altıncı sayısında örnek proje olarak seçilmiştir.

Kurs eğitimini başarı ile tamamlayan kursiyerlerden bazıları Zile ilçesinde bulunan kamu işletmelerinde aşçı olarak çalışmaya başlamıştır. Bununla birlikte kursiyerler oldukça yüksek motivasyonla kurstan ayrılmışlar ve iş hayatına başlamada özgüven kazanmışlardır. Projenin en önemli çıktısını ev kadınların toplum hayatına kazandırılmaları ve topluma örnek olmaları olmuştur. Bununla birlikte yöresel yemeklerin turistik sunumunda yaşanan zorluklar şu şekilde gözlemlenmiştir.

- Yerel halk tarafından büyük miktarlarda hazırlanan yöresel yemekler; tat, lezzet ve estetik açıdan yetersiz bir görünüm sergileyebilmektedir. Bu durumun temel nedeni olarak yöresel yemeklerin ticari amaçlı sunumunun düşünülmemesi ve sadece ev mutfakları ile sınırlı kalması gösterilebilir.
- Yöresel yemeklerin hazırlanmasında beslenme, hijyen ve sanitasyon kuralları konusunda yerel halkın yeterince bilinçli olmadığı gözlemlenmiştir.
- Yöresel yemekleri hazırlayan yerel halk yemeklerin sunumundaki estetik ve görünümünden daha ziyade tadı ve lezzetine özen göstermektedirler.
- Yöresel yemeklerin hazırlanmasında standart reçete kartları kullanılmamakta, yemekler göz kararı olarak hazırlanmaktadır.
- Yiyecek ve içecek hizmetlerinde kalite; yiyecek ve içeceklerin protokol ve görgü kuralları çerçevesinde devamlı ve düzenli bir faaliyet halinde sunulmasına karşın yerel halk yemeğin müşterilere sunulmasıyla ilgili servis hizmetleri konusunda bilgi ve uygulama becerisi yönlerinden yetersizdir.

Tarihsel olarak çok köklü bir mirasa sahip olan Anadolu mutfağının turizm amaçlı ticari sunumuna yönelik bu tür eğitimlerin artırılması, yemeklerin ticari amaçlı sunumu için menüler düzenlenmesi ve yemeklerin standart reçete kartlarının oluşturulması, Anadolu’da turizminin gelişimine önemli katkılar sağlayabilecektir.

AB Kalkınma programları; finansal destek, kurumlar arası işbirliği ve medya vasıtasıyla Anadolu mutfağının yurt içinde ve yurt dışında tanınır hale gelmesinde önemli bir fırsat olarak görülebilir. Uygun proje teklifleri ile yöresel mutfağı geliştirebilir. Bununla birlikte klasik favori Türk yemeklerin modern yorumlarla ve modern mekânlarda sunumu canlandırmak büyük önem arz etmektedir. Bu süreçte yerel halka verilecek “yöresel mutfak



eğitimi” önemli kazanımlardır. Bu eğitime dahil olacak kursiyerlerin önceden sahip oldukları yanlış bilgi ve uygulamaların eğitimlerle terk etmesi ve olumlu yönde gelişimleri sağlanabilir. Bu tür eğitime katılan kursiyerlere dünya mutfaklarında kabul gören temel yemeklerinde öğretilmesi, turizminin sürdürülebilirliği açısından büyük önem arz etmektedir. Yöresel yemekler, gününbirlik konaklamasız misafirler için bir farklılık olarak görülse de uzun süreli konaklamalı gelen turistler için diyet, tat ve estetik açılardan talep etmemeleri de olasıdır.

Bu araştırma sonuçları sadece tek bir AB projesi üzerinden sağlanmıştır. Gelecekte bu araştırmaya benzer çalışmalarda birden fazla AB projesinin karşılaştırmalı olarak incelenmesi önerilebilir. Bununla birlikte yöresel mutfaklar, çağımızın önemli bir sorunu olan yeme davranışı bozukluğu olarak da adlandırılabilen obzite (Altundağ ve Tayfur, 2016: 71) çalışmaları ile ilişkilendirilebilir ve bu yönde eğitim programları geliştirilebilir.

## KAYNAKÇA

- Akman, M. ve Mete, M. (1988). *Türk ve Dünya Mutfaqları*. Konya: Selçuk Üniversitesi Basımevi.
- Altundağ, Ö. (2016). Obezitede Ağırlık Yöntemi ve Diyet Yaklaşımları. M. Tayfur ve B. Çiçek (editörler), *Beslenme ve Diyetetik* (s.71-82), Ankara: Hatipoğlu Basım ve Yayım San. Tic. Ltd. Şti.
- Anadolu Turizm İşletmecileri Derneği (2006). *Anadolu Turizmi Araştırması*. Ankara.
- Aydoğdu, A. ve Duman, S. (2017). Destinasyon çekicilik unsuru olarak gastronomi turizmi: Kastamonu örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 6(1), 1-23.
- Boddy, D. & Buchanan, D. A. (1986). *Managing New Technology*. Oxford: Basil Blackwell Ltd.
- Finch, F. (1976). *A Concise Encyclopedia of Management Techniques*. London: William Heinemann Ltd.
- Koç, İ. (2006). *Hititler*. Ankara: ODTÜ Yayıncılık.
- Kotler, M., Thomas, A. and Monroe, J. (1999). *Destination Marketing in the United States: Benchmarks and Best Practices*. White Paper. Kotler Marketing Group.
- Mussmann, K. D. ve Pahalı, C. (1997). *Konaklama Tesislerinde Mutfak Hizmetleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi A.Ö.F. Yayınları, Yayın No: 397.
- Plunket, R. W. (1980). *Supervision: The Direction of People at Work*. Homewood (Illinois): Wm.C. Inc.
- Thomason, G. A. (1981). *Textbook of Personnel Management*. London: Institute of Personnel Management.
- Scanlon, N. (1993). *Restaurant Management*. New York: Van Nostr and Rein hold.
- UNWTO (2014). UNWTO Tourism High lights. [Online] <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416226>. [Erişim Tarihi: 28.03.2018].

## İnternet Kaynakları

- <http://www.argbilisim.com/ik/mutfakegitim.html> [Erişim Tarihi: 11.03.2008].
- <http://www.cfcu.gov.tr> [Erişim Tarihi: 10.03.2008].
- <http://www.zile.gov.tr/nufus> [Erişim Tarihi: 28.03.2018].

## YÖRESEL YİYECEKLERİ KONU ALAN LİSANSÜSTÜ TEZLERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

### *Bibliometric Analysis of Post-Graduate Theses on Local Foods*

Dr. Öğr. Üyesi Nurettin AYAZ\*  
Büşra Meltem TÜRKMEN\*\*

#### ÖZET

Son yıllarda coğrafi açıdan bir bölge ya da bir yöreye özgü olan ve üretimi, pişirmesi, tüketimi, sunumu ve tadı farklı olan yöresel yiyeceklere talep artışı yaşanmaktadır. Bu anlamda yöresel yiyeceklere yönelik bilimsel çalışmaların önemi her geçen gün artmaktadır. Bu çalışmanın amacı, yöresel yiyecekler konusunda 1999-2017 yılları arasında yapılan Ulusal Tez Merkezi internet sitesinde yayınlanan lisansüstü tez çalışmalarını sınıflandırılarak analiz etmektir. Araştırma kapsamında 45 adet lisansüstü tez; yıl, üniversite, ana bilim dalı, yazım dili, tez türü, çalışma konusu, anahtar kelimeler ve araştırma yöntemi gibi değişkenler ele alınarak bibliyografik açıdan incelenmiştir. Araştırma sonuçlarında görülmüştür ki yöresel yiyecekleri konu alan tezlerin çoğunluğu 2016 yılında yoğunlaşmakta ve yüksek lisans tezlerinden oluşmaktadır. Anahtar kelimeleri “yemek kültürü” ve “yöresel ürün” olarak öne çıkan tezlerin en fazla Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı kapsamında üretildiği belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Yöresel yiyecek, yöresel ürün, yemek kültürü, bibliyometrik analiz, lisansüstü tezler.

#### ABSTRACT

In recent years, there has been a rapid increase in the demand for regional foods that are geographically specific to a region and that are different in terms of production, cooking, presentation, and taste. In this sense, the importance of scientific studies on local foods is increasing each passing day. The aim of this study is to classify and analyze post graduate thesis on local foods published in the National Thesis Centre web site, which was made between 1999 and 2017. In the scope of there search, 45 theses in terms of some variables such as year, university, department, language, theses type topic, key words and research method were investigated from bibliographical perspective. The results reveal that theses on local foods were written mostly in 2016 and they consisted of post graduated theses. It has been determined that theses whose key words are "food culture" and "local product" are mostly produced within the scope of Tourism Management Department.

**Keywords:** Local foods, local products, food culture, bibliometric analysis, post-graduate theses.

#### Yayın Bilgileri

Kabul tarihi: 20.03.2018

Yayın tarihi: 15.04.2018

#### Yazar Bilgileri

\*ORCID: 0000-0003-2117-2015

[nurettinayaz@karabuk.edu.tr](mailto:nurettinayaz@karabuk.edu.tr)

\*\*ORCID: 0000-0001-9953-1749

[mltmturkmen@gmail.com](mailto:mltmturkmen@gmail.com)

## GİRİŞ

Bir bölgede yetiştirilen ürünlerin ve o bölgenin kültürüne özgü pişirme şekli, tüketim ve sunumu ile bir araya getirilerek oluşturulan, yöreye has olan ve o yörede gelenek haline gelmiş yiyecekler, yöresel yiyecek ya da yöresel yemek olarak adlandırılmaktadır (Büyükşalvarcı, vd., 2016: 166). Yöresel yiyecekler, ait oldukları kültürün önemli bir parçası olması ve bölge kültürünün tanınması için önemli araçlardır (Zağralı ve Akbaba, 2015: 6633). Aynı zamanda belirli bir yöreye özgü mutfak kültürü oluşması, tarihi derinlik, bilgi, yeme alışkanlığı ve gelenekler açısından da oldukça önem arz ederler (Şengül ve Genç, 2016: 82). İnsanların yöresel yiyecekleri tercih etme nedenleri; taze ve lezzetli olmaları, bilinen üreticiler tarafından üretilmesinin sağladığı güven ve yerel ekonominin sürdürülebilirliğine sağladığı katkıyla ilişkilendirilmektedir (www.extension.umn.edu). Ayrıca yöresel yiyecekler; turizm ürünü geliştirme ve turistler için bir pazar oluşturma özelliğiyle de öne çıkartılmaktadır (Şengül ve Türkay, 2016: 90).

Bibliyometri, sayım yapmaya dayalı bir inceleme alanı olup, yayınlanmış kitap, dergi, makale çıktıların matematiksel ve istatistiksel tekniklerle incelenmesidir. Belgelerin/yayınların dergi, konu, yazar sayısı, yayınlandığı yayın bilgisi gibi belirli özelliklerinin analizi ise bibliyometrik analiz olarak açıklanmaktadır (Al ve Coştur, 2007; Yılmaz, 2017b: 66). Belirli bir alana yönelik yapılan çalışma ve araştırmaların özelliklerini niceliksel analizlerle inceleyen bir araştırma yöntemi olan bibliyometrik analizin turizm alanındaki kullanımı giderek artmaktadır (Özel ve Kozak, 2012: 715). Bibliyometri analiz yönteminin turizm araştırmalarında artış göstermesi, bilginin nicel yönlerinin incelenmesi; bilimsel ölçüm, bilgi ve iletişim süreçlerinin ölçümü, bilimdeki etkinlikler, politikalar ve bilimsel bilginin toplumsal etkileri göz önüne alındığında önem kazanmasına zemin oluşturmaktadır (Hall, 2011: 16).

Türkiye ölçeğinde turizm literatürde turizm pazarlaması, sürdürülebilir turizm, turist rehberliği, kültürel miras, yiyecek ve içecek işletmeciliği, seyahat işletmeciliği, turizm alanında yazılan lisansüstü tezler bibliyometri yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Bununla birlikte lisansüstü tezlere konu olan “yöresel yiyecek”, “yemek kültürü”, “yöresel mutfak” ve “yöresel ürün” konu başlıklarında çok fazla çalışmaya rastlanılmamaktadır. Bu araştırma, lisansüstü tezlere yöresel yiyecekler perspektifinden bir bakış açısı oluşturulması, gastronomi turizminin gelişimine katkı sağlaması ve kırsal bölgelerde turizme dinamizm kazandırma yönleriyle farklılık arz etmektedir.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Yöresel yiyecekler; yerel kültürün bir parçası, güçlü bir tanıtım aracı, yerel tarımsal ve ekonomik kalkınmanın önemli bir unsuru olmaları yönüyle küresel eğilimler arasında önemli bir güç haline gelmekte, turizm ve yiyecek endüstrisi arasında güçlü bir sinerji oluşturmaktadırlar (Šimić ve Pap, 2016: 10). Turist profillerinin değişmesi, destinasyon seçim kararlarında deniz-kum-güneş üçlüsü üzerinde durmak yerine alternatif turizm türlerinin turistler üzerindeki etkisi ve bu kararlarında önemli unsur olarak barınan yöresel yiyecekleri

yerinde tatma arzusunu ön plana çıkmaktadır (Sünnetçioğlu vd., 2017: 346). Yöresel yiyecekler gastronomi turizmi kapsamında yerele ait ürünlerin ön plana çıkarılması, özgünlüğü, yörenin elverdiği şartlarda ortaya çıkması gibi özellikleri barındırması çoğu araştırmacı tarafından ortak bir düşünce olgusu yaratmaktadır (Aydoğdu ve Mızrak, 2017; Toksöz ve Aras, 2016; Kesici, 2012; Serçeoğlu, 2014).

“Yöresel yiyecek”, “yöresel mutfak”, “yemek kültürü”, “yemek turizmi” ve “gastronomi” akademik olarak da oldukça ilgi çeken bir çalışma alanıdır. Literatürde (Albayrak, 2013; Aslan, Güneren ve Çoban, 2014; Akdağ vd., 2015; Şengel vd., 2015; FeldmannandHamm, 2015; Toksöz ve Aras, 2016; Ayaz ve Çobanoğlu, 2017; Bekar ve Sürücü, 2017; Feagan, 2017) bu konularla ilgili farklı çalışmalar bulunmaktadır. Ancak bibliyometrik yöntem kullanılarak incelenen sınırlı çalışma (Altaş, 2017; Aydın, 2017; Güzeller ve Çeliker, 2017; Sünnetçioğlu vd., 2017; Yılmaz, 2017a; Yılmaz, 2017b;) bulunmaktadır

Altaş (2017), 1998 ve 2017 yılları arasında Türkçeye tercüme edilerek satışı sunulan gastronomi alanı ile ilgili kitaplar hakkında, çeşitli parametreler çerçevesinde bibliyometrik analiz yapmak amacıyla hazırlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Türkiye’de kitap satışı yapan iki büyük internet sitesine içerik analizi yapılmıştır. Araştırma çerçevesinde elde edilen 90 adet gastronomi alanında satışı sunulan kitapların yayın yılı, yayın evleri, yazar adı, çevirmen adı ve sayfa sayısı bibliyometrik analiz kapsamına alınmıştır. Araştırma sonucunda, Türkçeye çevrilen kitapların en çok İş Bankası Kültür Yayınları ve Çekmece yayınları tarafından yayınladığı, Carla Bardi’ye ait kitaplarının en fazla çevrildiği ve mevcut kitapların konusunun en fazla yemek tarifleri üzerine olduğu tespit edilmiştir.

Aydın (2017) tarafından incelenen yiyecek içecek işletmeciliği alanında kayıtlı bulunan lisansüstü tezlerin incelendiği çalışmada, lisansüstü tezlerin yiyecek içecek literatürünün önemli bir özelliğini gösterdiği ve literatürün gelişmişlik seviyesi hakkında önemli bilgiler sağladığını düşünmektedir. Yapılan araştırmada, ticari yiyecek içecek alanına yönelik hazırlanan lisansüstü tezler bibliyometrik açıdan incelenmiştir. Araştırma kapsamında 1988 ve 2013 yılları arasında mevcut konu ile alakalı toplam 179 tez incelenmiştir. Belirtilen yıllar arasında en fazla tezin 2010 yılında yazıldığı ve yüksek lisans tezi olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Anabilim dallarından en fazla turizm işletmeciliği ve en çok Gazi Üniversitesi’nde hazırlandığı elde edilen diğer sonuçlar arasında yer almaktadır.

Güzeller ve Çeliker (2017), gastronomi alanında 1970-2017 yılları arasında yayımlanan 703 çalışmayı bibliyometrik açıdan inceleyerek, disiplinde son 48 yıldaki eğilim ve trendleri ortaya koymaktadırlar. Araştırmaya dâhil edilen çalışmaların, yıllara göre yayın sayıları, yayın türleri, yayın dilleri, atıf analizleri, ülke iş birliktelikleri, kavram-konu yönelimleri bağlamında inceleme yapmışlardır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgularda konu ile ilgili en fazla çalışmanın yapıldığı yıl aralığının 200 yılından sonra arttığı, ağırlıklı olarak makale ve bildiri türünün kullanıldığı ve genel olarak İngilizce dilinde gerçekleştirildiği sonuçları görülmüştür.

Sünnetçioğlu vd., (2017), turizm alanında yazılmış olan gastronomiye ilişkin tezlerin bibliyometrik profillerini ortaya koymayı amaçlamışlardır. Yüksek Öğretim Kurumu'nun Ulusal Tez Merkezi internet sitesinde lisansüstü tezler “gastronomi” anahtar kelimesi ile taranmış ve 33 adet teze ulaşılmış ve 7 adet teze yayın kısıntısından ötürü ulaşılamamışlardır. Araştırma kapsamına dahil edilen tezler, yayın yılı, yayın türü, tez dili, danışman akademik unvan vb. özelliklere göre incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, turizm alanında söz konusu çalışma ile alakalı tezlerin genellikle yüksek lisans tezi olduğu, pazarlama alanını içerdiği, örneklem grubunun yabancı turistler olduğu, yöntem olarak nicel araştırma yöntemlerini kullandıkları sonuçlarına ulaşılmıştır.

Yılmaz (2017a), Ulusal Turizm Kongrelerinde 2009 ve 2015 yılları arasında gastronomi ve mutfak sanatları alanı ile ilgili yayınlanan bildirilerin bibliyometrik analizlerini belirli parametreler çerçevesinde 63 bildiri üzerinden analiz gerçekleştirmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgularda, gastronomi ve mutfak sanatları alanında en fazla bildirinin 16. Ulusal Turizm Kongresinde yayınlandığı, en fazla katkıyı sağlayan yazarların Mersin Üniversitesi bünyesinde çalıştığı ve birim olarak da Turizm Fakültesi'nde görev yapan akademisyenlerin sayısının fazlalığı dikkat çekmektedir.

Yılmaz (2017b) tarafından yazılan bir başka çalışmada ise, 1978 ve 2015 yılları arasında restoranlarda bahşiş ile ilgili uluslararası alanyazında yayınlanan makalelerin belirli parametreler çerçevesinde bibliyometrik analizi yapılmıştır. Çeşitli veri tabanları kullanılarak ulaşılan toplam 201 makale incelenmiş olup, bahşiş ile alakalı uluslararası kavramlar kullanılarak makalelere ulaşılmaya çalışılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular arasında, en fazla makalenin 2004 ve 2015 yılları arasında yayınlandığı, görgül çalışmaların ağırlıklı olduğu, tek yazarlı makalelerin daha fazla olduğu ve bahşiş artırma teknikleri üzerinde daha fazla makale yayınlandığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

## YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, 1999-2017 yılları arasında Türkiye'deki yöresel yiyecek/yemek/ürünlerle ilgili lisansüstü tezlerin çeşitli parametreler çerçevesinde bibliyometrik analizlerinin yapılmasıdır. Bu bibliyometrik analiz sonuçları kapsamında gelecekte yapılacak benzer çalışmalara ve gastronomi turizmüne destek sağlanması hedeflenmektedir.

Araştırma kapsamında Ulusal Tez Merkezi veri tabanı üzerinden tarama terimi yazılan girdi bölümüne konu ile ilişkin çeşitli Türkçe ve İngilizce dilinde kelimeler yazılmıştır. Tarama terimleri; “yöresel yiyecek”, “localfood”, “yerel mutfak”, “yemek turizmi”, “culinarytourism”, “yöresel ürün”, “yemek kültürü”, “yerel yemek” ve “yerel yiyecek” olarak belirlenmiş ve bu terimler üzerinden veri tabanı üzerinden inceleme yapılmıştır.

Çalışmada Yüksek Öğretim Kurumu Ulusal Tez Merkezinin web adresinden ulaşılan kayıtlar ve 25.12.2017 ve 09.01.2017 tarihleri arasında yapılan taramaların sonuçları temel alınmıştır. Ulaşılan tez çalışmalarının bibliyometrik analizlerinin yapılması için tez künyelerinde

bulunan “yayımlandığı yıl”, “tezin dili”, “tez türü”, “yayımlandığı üniversite”, “yayımlandığı anabilim dalı”, “tezin çalışma konusu” ve “sıklıkla kullanılan ana kelimeler” şeklinde parametreler belirlenmiştir. Tezlere ilişkin verilerin değerlendirilmesinde yüzde ve frekans analizi kullanılmıştır. Ayrıca tezlere yönelik çıkarımsamalarda içerik analizi yöntemine başvurulmuştur.

Yöresel yiyecek/yemek/ürün terimlerini içeren Türkiye ölçeğinde 2009-2017 yılları arasında yapılan tarama sonucunda 35 adet yüksek lisans ve 10 adet doktora tezi olmak üzere toplam 45 lisansüstü teze ulaşılmıştır. Ulaşılan lisansüstü tezlerden 11 tanesinde yayın kısıtlı olduğu için sadece anahtar kelimeler yönüyle incelenebilmiştir.

## BULGULAR

Araştırma bulguları kapsamında ilk olarak Ulusal Tez Merkezi içerisinde yöresel yiyecek/yemek/ürünü konu alan lisansüstü tezlerin dağılımı Tablo 1’de gösterilen biçimde belirlenmiş ve lisansüstü tezlerin %77,8’inin yüksek lisans, %22,2’sinin doktora tezinden oluştuğu tespit edilmiştir.

**Tablo 1.** Lisansüstü Tezlerin Türlerine İlişkin Dağılımı

Tez Türü	n	%
Yüksek Lisans	35	77,8
Doktora	10	22,2
Toplam	45	100

Tezlerin yıllara göre kronolojik dağılımında 2016 yılı öne çıkan yıl olmuştur (Tablo 2). Bu yılda 11 adet yüksek lisans (%24,4), 3 adet doktora (%6,7) olmak üzere toplam 14 adet tez (%31,1) hazırlanmıştır. Tez türü toplamında 35 adet (%77,8) teze yüksek lisans tezlerinin çalışıldığı görülmektedir. Yöresel yiyecek/yemek/ürünü konu edinen ilk doktora tezinin 2009 yılında yayımlandığı görülmektedir.

**Tablo 2.** Lisansüstü Tezlerin Yıllara Göre Dağılımı

Yayımlandığı Yıl	Tez Türü				Toplam	
	Yüksek Lisans	Doktora	n	%	n	%
1999	1	2,2	-	-	1	2,2
2003	1	2,2	-	-	1	2,2
2006	1	2,2	-	-	1	2,2
2007	1	2,2	-	-	1	2,2
2009	3	6,7	1	2,2	4	8,9
2010	1	2,2	1	2,2	2	4,4
2011	4	8,9	-	-	4	8,9
2012	1	2,2	1	2,2	2	4,4
2013	2	4,4	1	2,2	3	6,7
2014	3	6,7	-	-	3	6,7
2015	2	2,2	1	2,2	3	6,7

2016	11	24,4	3	6,7	14	31,1
2017	4	8,9	2	4,4	6	13,3
<b>Toplam</b>	<b>35</b>	<b>77,8</b>	<b>10</b>	<b>22,2</b>	<b>45</b>	<b>100</b>

Yöresel yiyecek/yemek/ürünü konu alan lisansüstü tezlerin türlerine göre yayınlandığı dil dağılımında 34 adet tez Türkçe (%93,3) ve 3 adet tezin İngilizce (%6,7) olarak dağılımı Tablo 3'te gösterilen biçimdedir.

**Tablo 3.** Lisansüstü Tezlerin Türlerine Göre Yayınlandığı Dil Dağılımı

Tez Türü	Dil				Toplam	
	Türkçe		İngilizce			
	n	%	n	%	n	%
Yüksek Lisans	34	75,6	1	2,2	35	77,8
Doktora	8	17,8	2	4,4	10	22,2
<b>Toplam</b>	<b>42</b>	<b>93,3</b>	<b>3</b>	<b>6,7</b>	<b>45</b>	<b>100</b>

Yöresel yiyecek/yemek/ürünü konu alan yüksek lisans tezlerinin hazırlandığı üniversitelerin türlerine göre dağılımı Tablo 4'te biçimde tespit edilmiştir. Üniversiteler içerisinde en fazla lisansüstü tez çalışan üniversitenin Akdeniz Üniversitesi olduğu görülmektedir. Akdeniz Üniversitesinde yayımlanan lisansüstü tezler ilk sırada yer almakta ve tüm tezlerin %8,9'unu oluşturmaktadır. İkinci sırada Gazi ve Mersin Üniversitesi %6,7'lik oranla yer almıştır.

**Tablo 4.** Lisansüstü Tezlerin Üniversitelere Göre Dağılımı

Hazırlandığı Üniversite	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Anadolu Üniversitesi	2	4,4	-	-	2	4,4
Mersin Üniversitesi	3	6,7	-	-	3	6,8
Dokuz Eylül Üniversitesi	-	-	1	2,2	1	2,2
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	2	4,4	-	-	2	4,4
Erciyes Üniversitesi	1	2,2	1	2,2	2	4,4
Akdeniz Üniversitesi	2	4,4	2	4,4	4	8,9
Bahçeşehir Üniversitesi	1	2,2	1	2,2	2	4,4
İstanbul Üniversitesi	1	2,2	-	-	1	2,2
Selçuk Üniversitesi	2	4,4	-	-	2	4,4
Trakya Üniversitesi	1	2,2	-	-	1	2,2
İstanbul Teknik Üniversitesi	-	-	1	2,2	1	2,2
Yeditepe Üniversitesi	-	-	1	2,2	1	2,2
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	1	2,2	-	-	1	2,2
Sakarya Üniversitesi	1	2,2	1	2,2	1	2,2
İzmir Katip Çelebi Üniversitesi	2	4,4	-	-	2	4,4
Gaziantep Üniversitesi	1	2,2	-	-	1	2,2
Gazi Üniversitesi	3	6,7	-	-	3	6,8
Mustafa Kemal Üniversitesi	2	4,4	-	-	2	4,4
Çukurova Üniversitesi	1	2,2	-	-	1	2,2
Yüzüncü Yıl Üniversitesi	1	2,2	-	-	1	2,2



Nuh Naci Yazgan Üniversitesi	1	2,2	-	-	1	2,2
Necmettin Erbakan Üniversitesi	1	2,2	-	-	1	2,2
Düzce Üniversitesi	1	2,2	-	-	1	2,2
Marmara Üniversitesi	1	2,2	1	2,2	1	2,2
Ondokuz Mayıs Üniversitesi	1	2,2	-	-	1	2,2
Atatürk Üniversitesi	1	2,2	-	-	1	2,2
Ankara Üniversitesi	-	-	1	2,2	1	2,2
İstanbul Bilgi Üniversitesi	1	2,2	-	-	1	2,2
Hacettepe Üniversitesi	1	2,2	-	-	1	2,2
<b>Toplam</b>	<b>35</b>	<b>77,8</b>	<b>10</b>	<b>22,2</b>	<b>45</b>	<b>100</b>

Araştırma kapsamında incelenen tezlerin büyük çoğunluğunu (35 adet) sosyal bilimler enstitüsü tarafından kabul edilmiştir. 5 adet lisansüstü tez ise fen bilimleri enstitüsü tarafından yayınlandığı elde edilen sonuçlar arasında yer almaktadır. Tablo 5'te yöresel yiyecekleri konu alan lisansüstü tezlerin anabilim dallarına göre dağılımında turizm işletmeciliği (%31,8) ilk sırada yer almaktadır. Turizm işletmeciliği anabilim dalındaki bu tezlerden %25'i yüksek lisans, %6,8'ini doktora tezleri oluşturmaktadır. İkinci sırada ise işletme anabilim dalı %9,1 oranla yer almaktadır. Bu iki anabilim dalının yanı sıra turizm işletmeciliği ve otelcilik, aile ekonomisi ve beslenme eğitimi ve tarım ekonomisi anabilim dallarından yayınlanan toplam 2şer lisansüstü tez bulunmaktadır. Yayınlanan tezlerin %13,6'sının yüksek lisans tezi olduğu ve %4,5'inin doktora tezi olduğu görülmektedir. Yayınlanan lisansüstü tezlerden bir tanesinin anabilim dalının mevcut olmaması sebebiyle analize tabi tutulmamış ve bu nedenle, toplam 44 adet tez üzerinden frekans analizi yapılmıştır.

**Tablo 5.** Lisansüstü Tezlerin Enstitü Anabilim Dallarına Göre Dağılımı

Anabilim Dalı	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Turizm İşletmeciliği	11	25,0	3	6,8	14	31,8
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik	1	2,3	1	2,3	2	4,5
İşletme	3	6,8	1	2,3	4	9,1
Gastronomi ve Mutfak Sanatları	1	2,3	-	-	1	2,3
Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi	2	4,5	-	-	2	4,5
Çocuk Gelişimi ve Ev Yönetimi Eğitimi	2	4,5	-	-	2	4,5
Gıda Mühendisliği	1	2,3	-	-	1	2,3
Kimya	1	2,3	-	-	1	2,3
İktisat	-	-	1	2,3	1	2,3
Tarım Ekonomisi	1	2,3	1	2,3	2	4,5
Seramik Anasanat Dalı	1	2,3	-	-	1	2,3
Endüstri Ürünleri Tasarımı	-	-	1	2,3	1	2,3
Sosyoloji	1	2,3	-	-	1	2,3
İslam Tarihi ve Sanatları	1	2,3	-	-	1	2,3
Medya Çalışmaları	-	-	1	2,3	1	2,3
İletişim Bilimleri	-	-	1	2,3	1	2,3
Coğrafya	1	2,3	-	-	1	2,3
Türk Tarihi	1	2,3	-	-	1	2,3

Radyo Televizyon ve Sinema	1	2,3	-	-	1	2,3
Müzecilik	1	2,3	-	-	1	2,3
Antropoloji	1	2,3	-	-	1	2,3
Kültürel İncelemeler	1	2,3	-	-	1	2,3
Tarih	1	2,3	-	-	1	2,3
Amerikan Kültür ve Edebiyatı	1	2,3	-	-	1	2,3
<b>Toplam</b>	<b>34</b>	<b>76,7</b>	<b>10</b>	<b>23,3</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

Tablo 6’da yöresel yiyecekleri konu alan lisansüstü tezlerin künyelerinde bulunan çalışma konularına göre analizi görülmektedir. Tabloya göre turizm konulu lisansüstü tezlerin %28,9’unu yüksek lisans tezleri, %8,9’unu ise doktora tezleri oluşturmaktadır. Konuya ilişkin lisansüstü tezlerin çalışma konularında ağırlıklı olarak turizmin olması beklenen sonuçlar arasında yer almaktadır. İletişim ve sosyoloji konulu tezlerin ise %6,7 orana sahip olduğu görülmektedir.

**Tablo 6.** Lisansüstü Tezlerin Çalışma Konularına Göre Dağılımı

Çalışma Konusu	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Turizm	13	28,9	4	8,9	17	37,8
İşletme	1	2,2	1	2,2	2	4,4
Radyo-Televizyon	1	2,2	-	-	1	2,2
Beslenme ve Diyetik	2	4,4	-	-	2	4,4
Mikrobiyoloji	1	2,2	-	-	1	2,2
Ekonomi	-	-	1	2,2	1	2,2
İletişim	2	4,4	1	2,2	3	6,7
Ziraat	1	2,2	1	2,2	2	4,4
Kimya	1	2,2	-	-	1	2,2
Güzel Sanatlar	2	4,4	-	-	2	4,4
Endüstri Ürünleri	-	-	1	2,2	1	2,2
Sosyoloji	2	4,4	1	2,2	3	6,7
Ev Ekonomisi	2	4,4	-	-	2	4,4
Din	1	2,2	-	-	1	2,2
Coğrafya	1	2,2	-	-	1	2,2
Tarih	2	4,4	-	-	2	4,4
Müzecilik	1	2,2	-	-	1	2,2
Antropoloji	1	2,2	-	-	1	2,2
Amerikan Kültürü ve Edebiyatı	1	2,2	-	-	1	2,2
<b>Toplam</b>	<b>35</b>	<b>77,8</b>	<b>10</b>	<b>22,2</b>	<b>45</b>	<b>100</b>

Tablo 7’de araştırma kapsamında incelenen lisansüstü yöresel yiyecekleri konu alan tezlerde bulunan sıklıkla tekrar edilen anahtar kelimelere yer verilmektedir. Tablo incelendiğinde anahtar kelimelerde en çok “yemek kültürü” ve “yöresel ürün” terimlerinin kullanıldığı görülmektedir. “Yerel (yöresel) yiyecek” anahtar kelimesinin ise “Yöresel ürün” kelimesinden sonra en çok kullanılan anahtar kelime olduğu görülmektedir.

**Tablo 7.** Lisansüstü Tezlerde Kullanılan Anahtar Kelimeler

<b>Tez Tema Kodu</b>	<b>Anahtar Kelimeler</b>
<b>Yöresel Ürün</b>	Yöresel lezzetler, yerel yiyecek deneyimi, destinasyon imajı, destinasyon sadakati, Mersin.
	Coğrafi işaretler, menşe işareti koruması, mahreç işareti koruması, yöresel ürünler, Rokfor ve Ezine peynirleri, çelişkili meta biçimi.
	Yöresel gıda ürünleri, maya, izolasyon, tanımlama, probiyotik.
	Van, Doğal radyo aktivite, besin, toplam alfa, toplam beta.
	E-ticaret, yöresel ürünler, tüketici davranışları.
	Yöresel ürün, e-ticaret.
	Yöresel ürün, beslenme, besin, besin saklama, Halk Eğitim Merkezi.
	Bölgesel kalkınma, yöresel ürün, Tulum peyniri, likert ölçeği, proje değerlendirme
<b>Yerel Yiyecek</b>	Yerel yiyecek, yerel mutfak, gastronomi turizmi, Anamur.
	Yerel yiyecek, gastronomi, gastronomik deneyim, tüketim miktarı, tüketimin içeriği, davranış değiştirme eğilimi.
	Yerel yiyecek, yiyecek tüketimi, seyahat güdülleri, yerli ziyaretçi, Beypazarı.
	The local food movement, sustainable agriculture, food security, GMO, heirloom seeds, Community Supported Agriculture, industrial agriculture,
	Yerel yiyecek-içecek tüketimi, kırsal turizm, yerellik, özgünlük, yerel mutfak, ekonomik sürdürülebilirlik, sürdürülebilir tarım, Kazdağı.
<b>Yemek Kültürü</b>	Yemek kültürü, seramik yemek kapları, Osmanlı.
	Yemek kültürü, batılılaşma, Osmanlı Sarayı, mobilya.
	Yemek sosyolojisi, küreselleşme, yemeğin küreselleşmesi, toplumsal değişim, toplumsal ayırım, basın.
	Yemek kültürü, yemek, kaplar, ticaret.
	Yemek kültürü, yemek, Çamlıhemşin.
	Yemek kültürü, sofrada, Türk modernleşmesi, gündelik hayat, küreselleşme-globalleşme, hızlı yemek, Pera, İstanbul-Beyoğlu.
	Turkish food culture, nationality publicity, acculturation, content analysis, critical discourse analysis, Turkish airlines, gastronomy.
	Yemek kültürü, Bulancak yöresi, kültür coğrafyası, doğal şartlar, yöresel yemekler.
	Yemek kültürü, beslenme kültürü, Selçuklu mutfağı, Selçuklu Anadolu'sunda yemek çeşitleri, içecek ve tatlılar.
	Yemek kültürü müzesi, Antalya.
Yemek kültürü, yemek, kültür endüstrisi.	
Türkmen, yemek, kültür	
<b>Yemek Turizmi</b>	Yemek turizmi, yemek turisti, planlı davranış teorisi, nedensel davranış teorisi.
	Culinary turizm, food, food consumption, food involvement scale, food neophobia scale, gastronomy, nomological network.
	Turist, destinasyon pazarlaması, mutfak turizmi, Türk mutfağı.
	Mutfak turizmi, gastronomi, yiyecek-içecek turizmi.
Mutfak turizmi, İzmir yarımadası, destinasyon çekiciliği	
<b>Yerel Yemek</b>	Yerel yemek motivasyonu, turist motivasyonu, tekrar ziyaret niyeti, yerli turist, Gaziantep.
	Yerel yemek tüketimi, gastronomi, turist motivasyonu, İspanya.

	Gastronomi, turizm, yerel yemek, restoran, nitel araştırma, Alanya.
<b>Yöresel Mutfak</b>	Yöresel mutfak, pazarlama, gastronomi, yiyecek-içecek işletmeleri.

Tablo 8’de lisansüstü tezlerde kullanılan yöntemler ele alınmıştır. Araştırma genelinde toplam 26 yüksek lisans ve 8 doktora tezi incelenmektedir. Fakat 9 yüksek lisans tezi ve 2 doktora tezinin kısıtlı yayın olmaları sebebiyle 11 tezin araştırma yöntemi incelenememiştir. Tablo incelendiğinde yöresel yiyecekleri konu alan lisansüstü tezlerin %41,2’sinde nicel, %58,8’inde ise nitel yöntem kullanılmıştır. Nicel yöntemin en fazla uygulandığı tez türü yüksek lisans olarak görülürken, nitel yönteminde aynı şekilde yüksek lisans tezlerinde sıklıkla kullanıldığı görülmektedir.

**Tablo 8.** Lisansüstü Tezlerin Araştırma Yöntemlerine Göre Dağılımı

Araştırma Yöntemi	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Nicel	12	35,3	2	5,9	14	41,2
Nitel	14	41,2	6	17,6	20	58,8
<b>Toplam</b>	<b>26</b>	<b>76,5</b>	<b>8</b>	<b>23,5</b>	<b>34</b>	<b>100</b>

Tablo 9’da araştırma kapsamında incelenen ve kısıt bulunmayan lisansüstü tezlerde yöresel yiyeceklere yönelik ulaşılan bulgular sıralanmaktadır.

**Tablo 9.** Yöresel Yiyecekleri Konu Alan Lisansüstü Tez Bulguları

Yazar	Tez Türü	Yöntem	Bulgular
Erkoyuncu (2006)	Yüksek Lisans	Nitel	Türkmen yemekleri ve yemek kültüründe değişimler yaşanmakta, bazı yemekler günümüzde hiç yapılmamakta ya da çok nadir yapılmaktadır.
Ak (2007)	Yüksek Lisans	Nitel	Osmanlı yemek kültüründeki kapların zengin çeşitliliği ve değişmeyen formların güncel tasarımlarıyla yeni ürünler tasarlanabilir.
Demir Akgün (2007)	Yüksek Lisans	Nitel	Cahiliye döneminde (Arap toplumunun İslam öncesi dönemi) yenilen yemekler ve bu yemeklerin yenildiği kaplara sınırlandırmalar getirilmiş ve yapılan ticari faaliyetler, yeme alışkanlıklarının bir kısmını değiştirmiştir.
Dokur (2009)	Yüksek Lisans	Nitel	Yemek öğün sayısı Çamlıhemşin ilçesinde 3’tür. Yaz ve kış aylarında sabah, öğlen ve akşam öğünlerinde tüketilen besinler farklılık göstermemektedir.
Orkun (2009)	Doktora	Nitel	Beyoğlu’nda küreselden yerele doğru bir akışın varlığı ve yerel olanın yutulmak yerine dönüştürülmüş olarak karsımıza çıktığı gözlenmiştir.
Yalçın (2009)	Yüksek Lisans	Nicel	İnternet sitesi üzerinden satış yapmayı düşünen ve düşünmeyen kuruluşların yöresel ürünlerin pazarlamasına bakış açıları arasında belirgin bir fark olduğu tespit edilmiştir.
Yaşar (2009)	Yüksek Lisans	Nicel	Yöresel bir ürün olan Divle tulum peynirinin bölgesel kalkınmadaki rolü ve yöresel bir ürün olan peynirin yapım aşamasındaki hatalardan meydana gelen rahatsızlıklara dikkat

			çekmiştir.
Demirer (2010)	Doktora	Nitel	Yöresel ürün ve coğrafi işaret sistemi, kendinde barındırdığı özellikler nedeniyle yöre kalkınmasına olumlu yönde katkı yapabilen bir iktisadi düzenleme sistemi olmadığı yönünde sonuçlanmıştır.
Yurdigül (2010)	Yüksek Lisans	Nitel	Kültürün her alanında olduğu gibi yemek kültüründe de değişimin en önemli sebebi kültür endüstrisidir. İletişim teknolojileriyle de yemek kültürünün yerelliğini ve doğallığını yok ederek uluslararası, para karşılığı alınıp satılabilen, küreselleşmiş bir yemek kültürü yaratmıştır.
Demir (2011)	Yüksek Lisans	Nicel	Turistlerin Türk mutfağı ile diğer mutfaklara ilişkin görüşlerinin kıyaslandığı ve sonuç olarak Türk mutfağının diğerlerine göre daha başarılı olduğu düşünülmektedir.
Erdek (2011)	Yüksek Lisans	Nitel	İşletmelerin pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirirken hedef pazarın etnik ve yerel kültürünü göz önüne almalıdır. Yöresel Türk Mutfağının tarihsel gelişimini korumak ve gelecek nesillere aktarımını sağlamak amacıyla sahip çıkılmalıdır.
Eren (2011)	Yüksek Lisans	Nitel	Mutfak şeflerinin, otel yöneticilerinin ve departman yöneticilerinin Türkiye’de mutfak turizminin uygulanabilir olduğuna kuvvetli bir biçimde inandıkları sonucu elde edilmiştir.
Zağralı (2011)	Yüksek Lisans	Nicel	İzmir Yarımadası’nda yerel yemekleri turistlerin genellikle beğendiği fakat yerel yemeklerin tanıtım ve pazarlamasının yeterli olmadığı düşünülmektedir.
Arıburun (2012)	Doktora	Nitel	Osmanlının batılılaşmasında özellikle yemek yeme biçimlerindeki dönüşüm ile şekillenmiştir.
Dere Yağar (2012)	Yüksek Lisans	Nitel	Antalya kentinin kültürel zenginliğini, doğasını, ekonomisini ve tarih boyunca gelişimini mutfak ve yemek unsurları kullanılarak anlatılacak bir müze önerilmiştir.
Akkuş (2013)	Doktora	Nicel	Kişilerin davranışa yönelik tutumlarının ve özel normların, yemek amaçlı seyahat etme niyetleri üzerinde etkilidir.
Kodaş (2013)	Yüksek Lisans	Nicel	Yerli ziyaretçilerin yerel yiyecek tüketim güdeleri; kültürel, fiziksel, bireylerarası ve psikolojik rahatlama olarak gösterilmiştir.
Öter (2013)	Yüksek Lisans	Nitel	Yöresel ürünlerde doğal radyoaktivitelerden kaçınmak mümkün değildir.
Bayrakçı (2014)	Yüksek Lisans	Nicel	Yerel yemek tüketim motivasyonunun hem bir bütün halinde hem de alt boyutları itibarıyla turistlerin tekrar ziyaret niyetine olumlu etki ettiği görülmektedir.
Benli (2014)	Yüksek Lisans	Nicel	Turistlerin yöresel lezzet deneyimleme başarısı, destinasyona yönelik davranışsal eğilimi ve destinasyon imajını önemli ölçüde artırmaktadır.
Uzunağaç (2014)	Yüksek Lisans	Nitel	Alimlerinin beslenmenin ve perhizin önemi vurgulamakta ve dönemin mutasavvıflarının da bu konular hakkında değerlendirmelerinin olduğu tespit edilmiş ve karşılaştırmalı olarak sunulmuştur.
Mouhammadd (2015)	Yüksek Lisans	Nitel	Yöresel ürünlerde, probiyotik özellik gösteren maya türlerinin farklı çalışmalarda izole edilen mayalardan farklılıkları genetik çalışmalarda ortaya çıkarılmıştır.
Tonga	Yüksek	Nitel	Yerel beslenme hareketinin bir parçası haline gelmek ve çevreyi

(2015)	Lisans		korumak için bireysel seçimler yapmak, bu üç doğa yazarının öne sürdüğü gibi günümüzde büyük önem taşımaktadır.
Yıldız (2015)	Doktora	Nitel	Görüşme ve gözlemler için kullanılan şablonlar sonucunda, Kazdağı'na çekim gücünü yerel yiyecek-içecek üretimin oluşturduğu turistik ürünün orta seviyede sürdürülebilirlik özelliği göstermektedir.
Bingör (2016)	Yüksek Lisans	Nitel	Avrupa ve Amerika'daki "en son" zevk ve beslenme biçimi eğilimlerinin hem orta ve üstü gelir grubundan toplum kesimlerine hem de bu kesimlere hizmet vermesi beklenen yeme-içme sektörüne tanıtılması misyonu gazete yazılarına yansımıştır.
Göller (2016)	Yüksek Lisans	Nitel	Kültürel farklılıklar çerçevesinde yerel yiyecek tüketim motivasyonunun değiştiği, turistlerin sahip olduğu toplumlararası kültürel farklılıklar çerçevesinde ihtiyaçları ile motivasyonlarının farklı olduğu sonuçları elde edilmiştir.
Kart Gölgeli (2016)	Yüksek Lisans	Nitel	Gastronomi turizmi için önemli potansiyele sahip Anamur turizmde komşu il ve ilçelerden geri kalmışlığını, sahip olduğu farklı mutfak kültürünü kullanarak farklı turistlere hitap ederek farklı bir konumlamayla değiştirebilir.
Nebioğlu (2016)	Doktora	Nitel	Gastronomik kimliğe göre yerel mutfağın nasıl şekillendiği, yerel ürün ve yerel yemek arasındaki farkı açıkladığını ve yerel yemeklerin restoranlarda yer almasındaki faydanın dikkat çekici bir unsur olduğu elde edilmiştir.
Sünbül (2016)	Yüksek Lisans	Nicel	Farklı sebeplerle internetten yöresel ürün alanların bu ürünlerin internetten pazarlanması hakkındaki birbiriyle aynı şekilde düşünmediği ve farklı demografik özellikteki yöresel ürün alan tüketicilerin farklı yollarla alışveriş sitelerine ulaştıkları ve alışveriş sitesinin farklı özelliklere önem verenlerin, alışveriş beklentilerinin farklı olduğu sonucuna varılmıştır.
Şenol (2016)	Yüksek Lisans	Nicel	Kadınlar ve tüm bireyler beslenme eğitimi konusunda bilinçlendirilmeli, pişirme ve saklama yöntemlerinin uygulamalarına yönelik eğitimler düzenlenmeli, uzman kişiler tarafından seminer ve konferanslar verilmelidir.
Gürbaşıkan Akyüz (2017)	Doktora	Nicel	Yöresel yiyecek tüketimi motivasyonu ile ilişkili spesifik değişkenlerin, yeni deneyimlere açıklık ve gıda neo-fobisi olduğunu göstermiştir. Katılımcıların yöresel yiyecek tüketimine gıda ilişkisi ve motivasyonu, özellikle yöresel yiyecekler tatmak için bir destinasyona gitme isteğiyle bağlantılıdır.
Kılıç (2017)	Yüksek Lisans	Nicel	Yerel yiyeceklerin tüketim motivasyonunu artırmak için yerel yiyeceklerin tazeliği ve besin değeri hakkında bilgi verilmesi, büfelerde daha çok yer alması sağlanmalıdır.
Süngü (2017)	Doktora	Nitel	Türk Hava Yolları'nın Skylife dergisinin mutfak sayfalarında Türk mutfağı kültürünü kapsadığı tanıtım uğruna önemli bir faktör olmakla birlikte gerek yurtiçi gerekse yurtdışı turistlerin hedef seçimleri yönlendirilmektedir.
Usta (2017)	Yüksek Lisans	Nicel	Yemek kültüründe ulaşımın gelişmesi, insanların sosyo-ekonomik durumunun iyileşmesi, fındık tarımının yaygınlaşması, kırdan ilçeye göçler, teknolojinin gelişmesi

			değişime neden olmaktadır.
--	--	--	----------------------------

## SONUÇ

Bu araştırmada Yüksek Öğretim Kurumu Ulusal Tez Merkezi internet sitesi üzerinden ulaşılan yöresel yiyecekleri konu alan lisansüstü tezlere yer verilmiştir. Yayınlanan lisansüstü tezler; yayınlandığı yıl, yayınlandığı üniversite, tez türü, anabilim dalı, yazım dili, çalışma konusu ve kullanılan anahtar kelimeler gibi çeşitli parametreler kullanılarak bibliyometrik analizleri yapılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda konu ile ilişkin tarama yapıldığında yöresel yiyecekleri konu alan lisansüstü tezlerin çoğunlukla yüksek lisans tezleri olduğu ve doktora düzeyinde yapılan çalışmaların sınırlı kaldığı görülmektedir.

Çalışmada zaman aralığı olarak belirlenen 1999-2017 yılları arasında en fazla tezin yayınlandığı yıl “2016” yılı olarak görülmekte ve mevcut yılda yüksek lisans ve doktora tezleri yönünden diğer yıllara oranla yüksek rakamlar görülmektedir. 2016 yılına kadar lisansüstü tezlerde bu denli yüksek yayınların görülmemiş olmasında son yıllarda turizm eğitimine verilen önem ve özellikle gastronomi ve yiyecek-içecek alanına verilen önemin arttığını göstermektedir. Yayınlanan tezlerde kullanılan dil genel çoğunlukta Türkçedir. Yöresel yiyecekleri konu alan lisansüstü tezlerin yayınlandığı üniversitelerde ise “Akdeniz Üniversitesi”, “Mersin Üniversitesi” ve “Gazi Üniversitesi” diğer üniversitelere göre daha ön plandadır. Anabilim dalları incelendiğinde “Turizm İşletmeciliği” ve “İşletme” ön plana çıkmaktadır. Araştırma kapsamında ulaşılan 45 lisansüstü tezden toplam 11 tanesinde kısıt olması sebebiyle; yöntem ve bulgu sonuçlarına ulaşılamamıştır. Yayınlanan lisansüstü tezlerin %37,8’inin çalışma konusunu “turizm” oluşturmaktadır. Bununla birlikte Türkiye’de yöresel yiyeceklere yönelik bilimsel çalışmalarda farklı disiplinlerde hazırlanmış tezlerden yola çıkılarak turizme yönelik farklı fikir ve öngörülere ulaşılabilir.

## KAYNAKÇA

- Ak, K. (2007). Osmanlı’dan Günümüze Türk Yemek Kültüründe Seramik Yemek Kapları. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Akdağ, G., Akgündüz, Y., Güler, O. ve Benli, S. (2015). “Bir Seyahat Motivasyon Aracı Olarak Gastronomi: Hatay’ı Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Seyahat Motivasyonları, Yiyecek-İçecek Deneyimleri ve Seyahat Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma”. I. Eurisia International Tourism Congress: Current Issues, Trends and Indicators (EITOC-2015), 28-30 Mayıs, Konya/Türkiye.
- Akkuş, G. (2013). Yemek Turizmine Katılma Niyeti: Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Bir İnceleme. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Al, U. ve Coştur, R. (2007). Türk Psikoloji Dergisi’nin Bibliyometrik Profili. Türk Kütüphaneciliği, 21 (2), 142-163.

- Albayrak, A. (2013). Farklı Milletlerden Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Saptanması Üzerine Bir Çalışma. *Journal of Yaşar University*, 30 (8), 5049-5063.
- Altaş, A. (2017). Türkçe'ye Tercüme Edilen Gastronomi Kitaplarının Bibliyometrik Analizi. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 103-117.
- Arıburun, L. N. E. (2012). 19. Yüzyıl Osmanlı Saray Mobilyaları: Batılılaşma Etkisi ve Biçimsel Açından Yemek Kültüründeki Değişim Süreci. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Aslan, Z., Güneren, E. ve Çoban, G. (2014). Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yöresel Mutfağın Rolü: Nevşehir Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2 (4), 3-13.
- Ayaz, N. ve Çobanoğlu, S. (2017). Ev Kadınlarının Turizm Amaçlı Yöresel Yemek Üretimine Bakış Açıları: Bartın İli Örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (1), 413-427.
- Aydın, B. (2017). Yükseköğretim Kurulu Tez Merkezinde (Yöktez) Yiyecek İçecek İşletmeciliği Alanında Kayıtlı Bulunan Tezlerin Bibliyometrik Analizi. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 2 (1), 23-38.
- Aydoğdu, A. ve Mızrak, M. (2017). Yöresel Yemeklerin Sürdürülebilirliğinde Standart Reçetelendirmenin Önemi: Kastamonu Mutfağı Örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (20), 366-394.
- Bayrakçı, S. (2014). Yerel Yemek Tüketim Motivasyonlarının Turistlerin Tekrar Ziyaret Niyetlerine Etkisi: Gaziantep'i Ziyaret Eden Turistler Üzerine Bir Araştırma. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Benli, S. (2014). Yöresel Lezzet Deneyiminin Destinasyonun İmajı ve Destinasyon Sadakati Üzerine Etkisi: Mersin'i Ziyaret Eden Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Bekar, A. ve Sürücü, Ç. (2017). Mutfak Personellerinin Türk Mutfağı Uygulamalarına İlişkin Görüşleri. *The Journal of Academic Social Science*, 5 (39), 576-586.
- Bingör, B. (2016). Küreselleşmenin Yemek Kültürüne Etkileri. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Büyükşalvarcı, A., Şapçılar, M. C. ve Yılmaz, G. (2016). Yöresel Yemeklerin Turizm İşletmelerinde Kullanılma Durumu. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4 (4), 165-181.
- Demir Akgün, S. (2007). Hz. Peygamber Döneminde Yemek Kültürü. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Demirer, H.R. (2010). Yöresel Ürün ve Coğrafi İşaretler; Fransa ve Türkiye Üzerine Bir İnceleme. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.



- Dere Yağar, H. (2012). Antalya Mutfak ve Yemek Kültürü Müzesi Tasarımı. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Dokur, N. (2009). Rize İli Çamlıhemşin İlçesi Köylerinin Yemek Kültürü Üzerine Bir Çalışma. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Eren, D. (2011). Alternatif Bir Turizm Çeşidi Olarak Mutfak Turizminin Değerlendirilmesine İlişkin Sektör Temsilcilerinin Görüşlerinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.
- Erkoyuncu, N. (2006). Konya İli Çumra ve Karapınar İlçelerinde Türkmen Yemekleri ve Yemek Kültürü Üzerine Bir Araştırma. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Feagan, R. (2007). The place of food: mapping out the “local” in local food systems. *Progress in Human Geography*, 31 (1), 23-42.
- Feldmann, C. ve Hamm, U. (2015). Consumers’ perceptions and preferences for local food: A review. *Food Quality and Preference*, (40), 152-164.
- Göller, V. (2016). Yerel Yemek Tüketiminin Turist Motivasyonuna Etkisi: İspanya Örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Gürbaşkan Akyüz, B. (2017). Culinary Tourism: Factors That Influence Local Food Consumption Motivation and Their Effects on Travel Intentions. (Unpublished Phd. Thesis), Social Sciences Institute of Bahçeşehir University, İstanbul.
- Güzeller, C. O. ve Çeliker, N. (2017). Geçmişten Günümüze Gastronomi Bilimi: Bibliyometrik Analiz. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5/Special Issue2, 88-102.
- Hall, C. M. (2011). Publisher Perish? Bibliometric Analysis, Journal Ranking and The Assesment of Research Quality in Tourism. *Tourism Management*, 32 (1), 16-27.  
<https://www.extension.umn.edu/rsdp/community-and-local-food/introduction/what-is-local-food/> [Erişim Tarihi: 09.01.2017].
- Kart Gölgeci, Ü. (2016). Yerel Yiyeceklerin Gastronomi Turizmindeki Yeri ve Önemi: Anamur Örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi, Mersin.
- Kesici, M. (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 33-37.
- Kılıç, G.D. (2017). Turistlerin Her Şey Dahil Otellerde Yerel Yiyecek Tüketim Davranışları: Antalya’da Bir Araştırma. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

- Kodaş, D. (2013). Yerli Ziyaretçilerin Yerel Yiyecek Tüketim Gdülelerinin Belirlenmesi: Beypazarı Örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Mouhammad, F. (2015). Hatay'ın Bazı Yöresel Ürünlerinden Mayaların İzolasyonu ve İzole Edilen Mayaların Bazı Probiyotik Özelliklerinin Araştırılması. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mustafa Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Hatay.
- Nebioğlu, O. (2016). Yerel Gastronomik Ürünlerin Turizmde Kullanılmasını Etkileyen Faktörler. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Orkun, N. D. (2009). Küreselleşmenin Değiştirdiği Yemek Kültürü: İstanbul Beyoğlu: 2002-2009. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Öter, Ç. (2013). Van ve Çevresinde Yetiştirilen Bazı Yöresel Ürünlerde Doğal Radyoaktivite Seviyelerinin Belirlenmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Yüzüncü Yıl Fen Bilimleri Enstitüsü, Van.
- Özel, Ç. H. ve Kozak, N. (2012). Turizm Pazarlaması Alanının Bibliyometrik Profili (2000-2010) ve Bir Atıf Analizi Çalışması. Türk Kütüphaneciliği, 26 (4), 715-733.
- Serçeoğlu, N. (2014). Yöre Halkının Mutfak Kültürünü Tanıma Durumunun Tespit Edilmesi: Erzurum İli Örneği. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 4 (2), 36-46.
- Šimić, M. L. ve Pap, A. (2016). Can food be a competitive advantage of Croatian tourism? Ekonomski Vjesnik/Econviwes, (1), 9-20.
- Sünbül, Ö. (2016). Yöresel Ürünlerin Pazarlanmasında E-Ticaret: Facebook'ta Bir Uygulama. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Nuh Naci Yazgan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Süngü, E. (2017). Turkish Food Culture As a Strategic Means In Turkey's National Publicity: An Analysis Of Turkish Airlines' Sky life Magazine. (Unpublished Phd. Thesis), Social Sciences Institute of Yeditepe University, Istanbul.
- Sünnetçioğlu, A., Yalçınkaya, P., Olcay, M. ve Okan, Ş. (2017). Turizm Alanında Yazılmış olan Gastronomiye İlişkin Tezlerin Bibliyometrik Profili. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 5/Special Issue 2, 345-354.
- Şengel, T., Karagöz, A., Çetin, G., İstanbullu Dinçer, F., Mugan Ertugral, S. ve Balık, M. (2015). Tourists' Approach to Local Food. Procedia – Social and Behavioral Sciences (195), 429 – 437.
- Şengül, S. ve Genç, K. (2016). Festival Turizmi Kapsamında Yöresel Mutfak Kültürünün Destekleyici Ürün Olarak Kullanılması: Mudurnu İpekyolu Kültür Sanat ve Turizm Festivali Örneği. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (23), 79-89.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Akdeniz Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 4/Special Issue1, 86-99.

- Şenol, M. (2016). Ankara İlinde Yöresel Besinlerin Pişirilme ve Saklanma Yöntemlerinin Araştırılması (Çamlidere Örneği). (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Toksöz, D. ve Aras, S. (2016). Turistlerin Seyahat Motivasyonunda Yöresel Mutfağın Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4/Special Issue1, 174-189.
- Tonga, H. G. (2015). The Local Food Movement in The Works of Three American Nature Writers: Wendell Berry, Gary Paul Nabhan and Barbara Kingsolver. (Unpublished Master's Thesis). Social Sciences Institute of Hacettepe University, Istanbul.
- Usta, S. (2017). Bulancak (Giresun) Yöresinde Yemek Kültürünün Doğal Çevre İle İlişkisi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Samsun.
- Uzunağaç, Ö. (2014). Selçuklu Anadolu'sunda Beslenme ve Yemek Kültürü. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yalçın, B. (2009). Yöresel Ürünlerin Pazarlanmasında E-Ticaretin Etkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Yaşar, Z. (2009). Bölgesel Kalkınmada Yöresel Ürünlerin Kullanımı: Divle Tulum Peyniri Örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana.
- Yıldız, Ö. (2015). Turistik Çekim unsuru olarak yerel yiyecek-İçecek üretiminin ekonomik sürdürülebilirliği: Kazdağı Örneği. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Yılmaz, G. (2017a). Ulusal Turizm Kongrelerinde Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Alanı İle İlgili Yayınlanan Bildiriler Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Research*, 6 (1), 24-39.
- Yılmaz, G. (2017b). Restoranlarda Bahşiş İle İlgili Yayınlanan Makalelerin Bibliyometrik Analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14 (2), 65-79.
- Yurdigül, A. (2010). Kültür Endüstrisi Bağlamında Yemek Kültürü Eleştirisi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Zağralı, A. ve Akbaba, A. (2015). Turistlerin Destinasyon Seçiminde Yöresel Yemeklerin Rolü: İzmir Yarımadası'nı Ziyaret Eden Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Yaşar University*, 10 (40), 6633-6644.

## Ekmek Fırını Çalışanları Üzerine Keşifsel Bir Araştırma: Mersin Örneği

*An Exploratory Research on Bakery Employees: Mersin Case*

Doç. Dr. Kamil UNUR\*  
Doç. Dr. Dilek ATÇI\*\*  
SabahatCeylin ŞANLI\*\*\*  
Zeynep ALBAYRAK\*\*\*\*

Yayın Bilgileri

Kabul tarihi: 10.03.2018

Yayın tarihi: 15.04.2018

Yazar Bilgileri

\*ORCID: 0000-0003-2992-7427  
[kunur@yahoo.com](mailto:kunur@yahoo.com)

\*\*ORCID: 0000-0002-5541-9584  
[dilek-tetik@hotmail.com](mailto:dilek-tetik@hotmail.com)

\*\*\*ORCID: 0000-0001-7339-0538  
[ceylin\\_sanli@hotmail.com](mailto:ceylin_sanli@hotmail.com)

\*\*\*\*ORCID: 0000-0002-7752-5425  
[zeyneppalbayrak@gmail.com](mailto:zeyneppalbayrak@gmail.com)

### ÖZET

Araştırmanın amacı ekmek fırını çalışanlarının iş-yaşam dengeleri, iş tatminleri ve işten ayrılma niyetlerini incelemektir. Bu amaçla Mart-Haziran 2017 tarihleri arasında Mersin il merkezinde faaliyet gösteren ekmek fırını çalışanlarına anket uygulanmıştır. Kullanılabilir 370 anket üzerinden frekans analizi ve betimsel analiz yapılmıştır. Analizler sonucunda ekmek fırını çalışanlarının iş yaşamlarının özel yaşamlarını etkilediği, ancak buna rağmen çalışanların işlerinden tatmin oldukları ve ayrılmayı düşünmedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** *İş-yaşam dengesi, iş tatmini, işten ayrılma niyeti, ekmek fırınları.*

### ABSTRACT

The aim of the research is to examine the work-life balance, job satisfaction and intention to leave the job of bakery employees. For this purpose, a questionnaire was applied to the employees of the bakery in Mersin province between March-June 2017. Frequency analysis and descriptive analysis were performed on 370 available surveys. As a result of the analysis, it has been found that the bakery employees' private lives affect their business life, but even so the employees are satisfied with their work and do not consider leaving.

**Key words:** *Work-life balance, job satisfaction, intention to leave, bakery.*

## GİRİŞ

Sosyal ve ekonomik koşulların günümüze göre daha kötü olduğu dönemlerde insanların “çalışmak için yaşamak” anlayışı yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte “yaşamak için çalışmak” anlayışına dönüşmüştür. Klasik yönetim anlayışında işgörenler sadece bir üretim unsuru olarak değerlendirilirken; neoklasik yönetim anlayışında ise işgörenlerin bir makina olmadığı, duygu ve düşüncelere sahip olduğu ele alınarak çalışanların tutum ve davranışlarına da önem verilmeye başlanmıştır. Günümüzde işgörenlerin sadece performansları değil, psikolojik ve duygusal yeterlilikleri de dikkate alınmaya başlanmış ve bireylerin iş yaşamı kadar özel yaşamlarına da zaman ayırmaları konusunda düzenlemeler yapılarak iş yaşam dengesi gözetilmiştir (Akın, Ulukök ve Arar, 2017: 116). İş yaşam dengesi çalışanların işlerinden duyabileceği tatminsizliği azaltmada önemli bir rol oynamaktadır. İş-yaşam dengesi yüksek olan çalışanların işlerine yönelik olumlu tutum ve davranışlarının artması ve olumsuz tutum ve davranışlarının azalması beklenmektedir (Gökkaya, 2014: 2). Bu bağlamda işgörenlerin iş-yaşam dengelerindeki değişimlerin iş tatmini ve işten ayrılma niyetlerini de etkileyeceği düşünülmektedir. Bu çalışma da bu düşünce üzerine kurgulanmıştır.

Literatür incelendiğinde hem geçmişte hem de günümüzde insanoğlu için önemli bir yere sahip olan ve kutsal sayılan ekmeğin üretiminin yapıldığı fırınlara ve fırın çalışanlarına akademik anlamda gerekli önemin verilmemesi ve ekmek fırınları çalışanları üzerine yapılan çalışma sayısının oldukça sınırlı olduğu görülmüştür (Unur vd., 2017: 369). Bu çalışmanın amacı ekmek fırını çalışanlarının iş-yaşam dengeleri, iş tatminleri ve işten ayrılma niyetlerine yönelik görüşlerini incelemektir. Bu açıdan bu çalışmanın sonuçlarının alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### İş-Yaşam Dengesi

İş yaşam dengesi kavramı 1980’ lerde işle ilgili yükümlülüklerin yerine getirilmesi ve aile ile geçirilen zamanın düzenlenmesi konusunda denge sağlanmasında sorunların yaşanmaya başlamasıyla ortaya çıkmıştır. (Kaliannan ve diğerleri, 2015: 342). 1986 yılında iş yaşamının aile yaşamını olumsuz yönde etkilemesinin farkına varılması ve insan unsurunun da dikkate alınmaya başlanması ile iş yaşam dengesi literatürde yer almaya başlamıştır (Choudhary ve Singh, 2016: 49).Başlangıçta iş yaşam dengesi kavramı ile ilgili yapılan düzenlemelerde çocuklu ve çalışan kadınlar üzerinde yoğunlaşılırken; günümüzde iş yaşam dengesi düzenlemelerinde tüm işgörenler üzerinde yoğunlaşmıştır (Dhas ve Karthikeyan, 2015: 11).

İş yaşam dengesi kavramı ile ilgili birçok tanımlama söz konusudur. İş yaşam dengesi, minimum rol çatışması ile iş ve iş dışı yaşamdan tatmin olmak olarak tanımlanmaktadır (Sturges ve Guest, 2004:6). İş yaşam dengesi, kişilerin işleri ile aile, seyahat, sanat gibi sosyal yaşam içerisindeki aktiviteler arasındaki dengeyi özgürce sağlayabilmesidir (Saif, Malik ve Awan, 2011:608). Sree ve Jyotbi (2012:35), iş yaşam dengesi kavramını işgörenlerin iş yaşamları ve sosyal yaşamlarını özgürce kontrol edebilmesi şeklinde tanımlamaktadır (Pekdemir ve Koçoğlu, 2014: 314). Bir başka tanıma göre iş yaşam

dengesi; bireyin iş ve özel yaşam ile ilgili aktiviteler arasında denge kurarak iki alanda da doyumuna ulaşabilmesidir (Dilek ve Yılmaz, 2016: 38).

İşletmelerin iş dünyasında rekabet üstünlüğü sağlayabilmeleri için işgörenlere performansları karşılığında maddi imkanlar sağlamakla birlikte; yaşamlarını kolaylaştıracak birtakım maddi olmayan hizmetler de sağlamaları gerekmektedir. Bu imkanlardan biri olarak değerlendirilebilecek iş yaşam dengesinin oluşmasını sağlayacak esnek çalışma saatleri, iş paylaşımı, evden çalışma imkanı gibi düzenlemeler ile işletmeler, işgörenlerin iş ve yaşam faaliyetlerini daha etkin yöneterek işgören performansı, iş tatmin düzeyi ve örgütsel bağlılık düzeylerinde olumlu sonuçlar elde edebilecektir (Gökkaya, 2014: 2). İş yaşam dengesine önem verilmesi, işletmelerin işgörenler tarafından tercih edilmesini ve işletme performansını olumlu yönde etkileyen işgörenlerin işletmede tutulmasını sağlayabilecektir (Akın, Ulukök ve Arar, 2017: 116). Fakat işgörenlerin uzun süre çalışmak zorunda olmaları iş yaşam dengesinin sağlanmasını zorlaştırmaktadır. İş yaşam dengesinin sağlanamaması iş ve aile yaşantısı arasında uyumsuzluk ve çatışma halinin ortaya çıkmasına yol açmaktadır (Küçükusta, 2007: 245).

Bir işgörenin iş yerinde geçirdiği süre ile iş yeri dışındaki zaman arasında denge kurulması, çalışanların moralinin ve tatmin düzeylerinin yükselmesiyle işe yönelik stresi azalmaktadır (Gerçek, Atay ve Dünder, 2015: 72). İş yaşam dengesinin sağlanması işletmeler açısından, işgörenenin işletmeye bağlılığını sağlamak, verimliliklerini arttırmak, değişime dirençlerini ve işten ayrılma niyetlerini azaltmak gibi olumlu sonuçlar doğurabilecektir (Küçükusta, 2007: 263). Bu nedenlerle iş yaşam dengesinin sağlanması, hem işgören hem de örgüt bazında büyük önem arz etmektedir.

### **İş Tatmini**

İş tatmini kavramı ilk defa 1920'li yıllarda incelenmeye başlanılmış ancak konunun önemli 1940'lı yıllara kadar tam olarak anlaşılammıştır (Eğinli, 2009: 36). Literatürde iş tatmininin sistematik olarak ilk kez incelenmesi motivasyon kuramları ile ele alınmasıyla olmuştur. Maslow' un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Yaklaşımı, Herzberg' in Çift Faktör Teorisi ve Vroom' un Beklenti Teorisi iş tatminini inceleyen başlıca çalışmalardır (Yüksel, 2005: 294). İş tatmini "Bir çalışanın iş durumunun genel olarak duygusal değerlendirilmesi" dir (Bettencourtve Brown, 1997: 42). Bu duygusal değerlendirmenin olumlu olması iş tatminini ortaya çıkartırken, olumsuz olması iş tatminsizliğiyle sonuçlanmaktadır (Yeşilyurt ve Koçak, 2014: 274). Bir başka deyişle çalışanların iş ve çalışma ortamından beledikleri ile algıladıkları durum arasındaki fark iş tatmini olarak kabul edilmektedir (Tengilimoğlu, 2005: 27). İş tatmin düzeyi, çalışanların işe dönük beklentileri ile yakından ilgilidir (Biçkes, Yılmaz, Demirtaş ve Uğur, 2014: 100).İşin özellikleri ile çalışanların istekleri birbirileri ile uyumlu olduğunda iş tatmini gerçekleşmektedir (Davis, 1982: 96' dan aktaran Akgündüz, 2013: 182). İş tatmini özellikle işin kendisi veya yönetimin tutumu gibi iş şartları ile işten elde edilen ücret, iş güvenliği gibi iş sonuçlarının kişisel bir değerlendirilmesi olarak ortaya çıkmaktadır (Çekmecelioglu, 2005: 28).

Drummond ve Stoddard (1991) iş tatminini genel tatmin ve belirli (özel) tatmin olmak üzere iki kategoriye ayırmıştır (Petty, Brewerve Brown, 2005: 59). Genel tatmin, bir kişinin işine olan duygusunun genel bir değerlendirilmesi olarak kabul edilirken belirli tatmin işin çeşitli yönlerinin değerlendirilmesidir. Çalışma koşulları, ücret, iş arkadaşları ve yöneticiyle ilişkiler, örgüt politikaları ve işin kendi doğası belirli tatmine örnek gösterilebilir.

İş tatminini etkileyen unsurları genel olarak bireysel (kişisel) faktörler ve örgütsel faktörler olarak sınıflandırmak mümkündür (Eğnli, 2009: 38). Bireysel faktörler kişinin doğuştan getirdiği özellikler ve yaşamı boyunca elde ettiği deneyimleri kapsamaktadır. Yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, kişinin işteki pozisyonu bireysel faktörlerin birkaç örneğidir. Örgütsel faktörler ise ücret, işgücü devir oranı, iş ortamı, örgütteki çalışma süresi, örgüt büyüklüğünü kapsamaktadır.

İş tatmini veya tatminsizliğinin doğurduğu olumlu ve olumsuz sonuçlar örgütler açısından büyük önem arz etmektedir. Örgütlere karşı olumlu duygular besleyen, işinden tatmin olmuş çalışanların örgütlerin karşı gösterdikleri olumsuz örgütsel davranışları azalacaktır ve olumlu örgütsel davranışlar gösterme eğilimleri artacaktır (Biçkes, Yılmaz, Demirtaş ve Uğur, 2014: 101). Yapılan araştırmalar iş tatmini ile devamsızlık (Scottve Taylor, 1985; Sagie, 1998), işten ayrılma niyeti (IgbariaveGuimaraes, 1993; Lu, Lin, Wu, Hsieh ve Chang, 2002) ve iş stresi (Davisve Wilson, 2000; Yüksel, 2003) arasında negatif; örgütsel bağlılık (IgbariaveGuimaraes, 1993), işe bağlılık (Yüksel, 2003; ChiuveChen, 2005), örgütsel vatandaşlık davranışları (Batemanve Organ, 1983; ChiuveChen, 2005), iş performansı (Judge, Thoresen, Bono vePatton, 2001), motivasyon (Davisve Wilson, 2000), iletişim (Eğnli, 2005), yaşam doyumu ve özyeterlilik (Akgündüz, 2013) ve iş anlamlılığı (ChiuveChen, 2005) arasında pozitif ilişkiler olduğunu göstermiştir.

### **İşten Ayrılma Niyeti**

İşten ayrılma niyeti, örgütlerdeki işgörenlerin mevcut iş koşullarından tatminsiz olmaları neticesinde sergilemiş oldukları aktif ve yıkıcı eylemlerdir (Rusbult, Farrell, RogersveMainous, 1988: 599). İşten ayrılma niyeti, işgörenlerin işi bırakma yönünde bilinçli tutum ve davranışlarını ifade etmektedir (Avcı ve Küçükusta, 2009: 37) ve işten ayrılma davranışının en büyük habercisidir (TettveMeyer, 1993: 259).

Düşük nitelikli işgörenin işinden ayrılması her ne kadar istenen bir durum olsa da, eğitilmiş ve nitelikli işgörenin işinden ayrılması da o ölçüde istenmeyen bir durumdur (Arı, Bal ve Bal, 2010: 146). Ayrıca işten ayrılmalar sonucunda yeni işgörenlerin yetiştirilmesi için harcanan zaman ve para örgütler için büyük bir maliyet unsuru oluşturmaktadır (Kitapçı, Kaynak ve Ökten, 2013: 53). Bu nedenle henüz niyet aşamasındayken gerekli önlemler alınarak işten ayrılmaların önüne geçilmesi gerekmektedir (Arı, Bal ve Bal, 2010: 146).

Bireyler çevrelerindeki birçok iş alternatifi içerisinde bir tanesini seçip örgüte girip işe başlarlar ve işgören ile örgüt arasında etkileşim başlar. Bu etkileşim sonucunda belli bir düzeyde iş motivasyonu, algılanan başarı, iş tatmini, örgütsel bağlılık oluşur. Bunlardan biri veya birkaçının düşük olması durumunda işgörende işten ayrılma niyeti oluşabilir. Buna bağlı olarak işgören başka iş fırsatlarını aramaya başlar ve uygun bir iş alternatifinin bulunması durumunda da örgütten ayrılabilir. İşgörenin mevcut örgütten ayrılıp yeni bir örgütte işe başlamasıyla aynı süreç tekrar başlamaktadır (StumpfveHartman, 1984: 309).

İşten ayrılmalar gönüllü işten ayrılma ve zorunlu işten ayrılma olarak iki şekilde ortaya çıkabilmektedir (Price, 1997: 532). İş bırakma gönüllü işten ayrılma niyetinin en sık karşılaşılanıdır. Zorunlu işten ayrılma ise bireyin kendi iradesi dışında gerçekleşmektedir. İşten çıkarılma, kovulma ve ölüm zorunlu işten çıkarılmanın örneklerindedir.

İşgören davranışları ve bu davranışların bağlı olduğu faktörler araştırılıyor olmasına rağmen işgörenlerin işten ayrılması örgütler için hala önemli bir sorundur (Çekmecelioğlu, 2005: 28). Yapılan araştırmalar özellikle işten ayrılma niyeti ile iş tatmini ve örgütsel

bağlılık (TettveMeyer, 1993; Chen, 2006; Poyraz ve Kama, 2008) arasında güçlü ilişkiler olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca işten ayrılma niyeti ile algılanan örgütsel destek (Turunç ve Çelik, 2010), algılanan yönetici desteği (Maertz, Griffeth, CampbellveAllen, 2007), örgütsel adalet (Örücü veÖzafşarlıoğlu, 2013), iş performansı (Hui, WongveTjosvold, 2007; Çelik ve Çıra, 2013), işe bağlılık (SjöbergveSverke, 2000; Çakar ve Ceylan, 2005), tükenmişlik (Kim ve Lee, 2009; Arı, Bal ve Bal, 2010)arasında negatif yönde anlamlı; iş-aile çatışması (Çarıkçı ve Çelikkol, 2009), rol belirsizliği (Jaramillo, Mulkiye Solomon, 2013) arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler bulunmaktadır.

## YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı ekmek fırını çalışanlarının iş-yaşam dengelerini, iş tatminlerini ve işten ayrılma niyetlerini incelemektir. Bu amaç doğrultusunda Mersin il merkezinde faaliyet gösteren ekmek fırını çalışanlarına 2 kısımdan oluşan bir anket uygulanmıştır. Soru formunun ilk kısmında katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik ifadeler yer alırken, ikinci kısımda ölçekler yer almaktadır. Bu ölçekler Fisher-McAuley vd. (2003) tarafından geliştirilen (akt. Hayman, 2005) iş yaşam dengesi ölçeği; Brayfield ve Rothe (1951) tarafından geliştirilen (akt. Alan, 2011) iş tatmini ölçeği ve Wayne, Shore ve Linden (1997) tarafından geliştirilen işten ayrılma niyeti ölçekleridir. Ölçeklerin yanıt kategorileri “1= Kesinlikle Katılmıyorum”, “2=Katılmıyorum”, “3=Kararsızım”, ”4=Katılıyorum” ve “5=Kesinlikle Katılıyorum” olarak belirlenmiştir.

Çalışmada iş-yaşam dengesi ölçeğinin sadece işin özel yaşama etkisini belirlemeye yönelik olarak hazırlanan soru maddeleri kullanılmıştır. Bunun sebebi fırın çalışanlarının işlerinde çok yoğun olarak çalıştıklarını ve özel yaşamlarının kesinlikle olmadıklarını belirtmiş olmalarıdır (Unur vd., 2017).

Bu araştırmanın evrenini Mersin il merkezinde faaliyet gösteren ekmek fırını çalışanları oluşturmaktadır. Ancak faaliyet gösteren ekmek fırını sayısına erişilemediği için net çalışan sayısı belirlenememiştir. Bu nedenle sınırsız evren formülü uygulanarak 384 asgari örneklem sayısına ulaşmak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda veriler kolayda örnekleme yöntemi ile Mart-Haziran 2017 tarihleri arasında ulaşılabilen ekmek fırınlarına gidilerek toplanmıştır. Toplamda 398 adet ekmek fırını çalışanına anket formu yüz yüze görüşülerek uygulanmıştır. Analizler 370 kullanılabilir anket üzerinden yapılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen verilere frekans analizi ve betimsel analiz yapılmıştır.

## BULGULAR

Araştırmaya katılanların %83,8’ i erkek (310 kişi), %65,7’ si evli (243 kişi), %46,2’ si 36 yaş ve üzerinde (171 kişi) ve %46,8’ i lise mezunudur (173 kişi). Bu katılımcıların %51,7’ si 10 yıldan az (189 kişi) fırıncılık tecrübesine sahip olduğunu belirtmiştir. Tablo 1’ de katılımcıların demografik özelliklerinin dağılımı sunulmuştur.

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Değişken	Frekans	%	Değişken	Frekans	%
<b>Cinsiyet</b>			<b>Yaş grubu</b>		
Kadın	59	15,9	25 yaş ve altı	95	25,7
Erkek	310	83,8	26-35 yaş	102	27,6
Eksik Veri	1	0,3	36 yaş ve üstü	171	46,2
<b>Medeni Durum</b>			Eksik Veri	2	0,5
Evli	243	65,7	<b>Fırıncılık Tecrübesi</b>		



Bekar	124	33,0	10 yıldan az	189	51,1
Eksik Veri	5	1,4	11-20 yıl arası	82	22,2
<b>Eğitim seviyesi</b>			21 yıl ve üzeri	99	26,8
İlköğretim	154	41,5	Eksik Veri	2	0,
Lise	173	46,8			
Ön Lisans	25	6,8			
Lisans ve üzeri	4	1,1			
Eksik Veri	14	3,8			

**Tablo 2.** Ekmek Fırını Çalışanlarına Yönelik Diğer Demografik Özellikler

Değişken	Frekans	%	Değişken	Frekans	%
<b>Pozisyon</b>			<b>Ücret Durumu</b>		
Usta	161	43,7	Asgari Ücretten Az	47	12,7
Kalfa	44	11,9	Asgari Ücret	155	41,9
Çırac	50	13,6	Asgari Ücretten Fazla	157	42,4
Tezgahtar	66	17,9	Eksik Veri	11	3,0
Fırın sahibi	39	10,6	<b>Sosyal Güvence</b>		
Şoför	3	0,8	Evet	295	79,7
Eksik Veri	7	1,5	Hayır	75	20,3
<b>Vardiyalı Çalışma Durumu</b>			<b>Haftalık İzin</b>		
Evet	106	28,6	Evet	194	52,4
Hayır	261	70,5	Hayır	174	47,0
Eksik Veri	3	0,8	Eksik Veri	2	0,5
<b>Çalışma Süresi</b>			<b>Yıllık İzin</b>		
8 saat	31	8,4	Evet	85	23
9-12 saat	215	58,1	Hayır	281	75,9
13-18 saat	121	32,7	Eksik Veri	4	1,1
Eksik Veri	3	0,8			

Katılımcıların %43,7' si (161 kişi) ekmek fırınlarında usta olarak çalışmaktadır. Fırın çalışanlarının %42,4'ü (157 kişi) asgari ücretten fazla ücret aldıklarını belirtmişlerdir. %79,7' si (295 kişi) sosyal güvenceye sahip olduklarını; %70,5' i vardiyalı çalışmadıklarını ve %58,1'i ise (215 kişi) 9-12 saat arasında çalıştıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların %52,4' ü haftalık izinleri bulunurken; % 75,9' u ise yıllık izinleri bulunmamaktadır. Ekmek fırını çalışanlarına yönelik demografik özellikler tablo 2' de sunulmuştur.

İş-yaşam dengesi ölçeğinin işin özel yaşama olan etkisi boyutuna betimsel analiz yapılmıştır. Buna göre genel ortalama 3,3865 olarak bulunmuştur. Madde ortalamaları 3,8660 ile 2,3104 arasında değişmektedir. Ortalamalara ilişkin veriler Tablo 3' te sunulmuştur.

**Tablo 3. İş-Yaşam Dengesi Ölçek Ortalamaları**

	<b>Ortalama</b>
<b>İşin Özel Yaşama Etkisi (6 Madde)</b>	<b>3,3865</b>
İşim nedeniyle özel yaşamımı erteliyorum.	3,8660
İşim nedeniyle kişisel faaliyetlere zaman ayıramıyorum.	3,8533
İşim nedeniyle kişisel ihtiyaçlarımı ihmal ediyorum.	3,7859
İşim yüzünden özel yaşamım aksıyor.	3,7040
İş yaşamımı ve özel yaşamımı dengelemekte zorlanıyorum.	2,7977
Özel yaşamıma yeterli zaman ayırabiliyorum.	2,3104

Fırın çalışanlarının iş tatminlerine yönelik ifadelerle ilişkin ortalamalar Tablo 4'te sunulmuştur. Genel ortalama 3,8401 olarak bulgulanmıştır. Madde ortalamaları 3,9233 ile 3,6741 arasında değişmektedir.

**Tablo 4. İş Tatmini Ölçek Ortalamaları**

	<b>Ortalama</b>
<b>İş Tatmini Ölçeği (3 Madde)</b>	<b>3,8401</b>
İşimi yaparken mutluyum.	3,9233
İşimi severek yaparım.	3,9230
Mevcut işimden memnunuz.	3,6741

Fırın çalışanlarının işten ayrılma niyetlerine verdikleri yanıtlara uygulanan betimsel analiz sonucunda genel ortalama 2,4936 olarak belirlenmiştir. Madde ortalamaları 2,8547 ile 2,2356 arasında değişmektedir. Ortalamalara ilişkin veriler Tablo 5' te sunulmuştur.

**Tablo 5. İşten Ayrılma Niyeti Ölçek Ortalaması**

	<b>Ortalama</b>
<b>İş Ayrılma Niyeti Ölçeği (3 Madde)</b>	<b>2,4936</b>
İşimi bırakmayı ciddi olarak düşünüyorum.	2,3907
Daha iyi bir iş bulur bulmaz bu işten ayrılacağım.	2,8547
Şu an başka iş arıyorum.	2,2356

## SONUÇ

Araştırma kapsamında Mersin il merkezinde faaliyet gösteren ekmek fırını çalışanlarına demografik sorular yöneltilmiştir. Alınan cevaplara frekans analizi uygulanmıştır. Katılımcıların %15,9' u kadın, %83,8' i ise erkektir. Toplumda her ne kadar “Elinin hamuru ile erkek işine karışma” deyi mi olsa da fırıncılık sektöründe erkeklerin daha yoğun olarak çalıştığı sonucuna ulaşılmıştır.

Ekmek fırını çalışanlarının % 65,7' si evlidir. Katılımcıların %73,8'inin 26 yaş ve üzeri olduğu düşünüldüğünde evlilik oranlarının bu kadar yüksek çıkması normal kabul edilebilir.

Analizlerin bir diğer sonucu fırın çalışanlarının eğitim düzeyi ile ilgilidir. Verilerden yola çıkıldığında fırın çalışanlarının %54,7' sinin lise ve üzeri eğitim düzeyine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç her ne kadar bu sektör çalışanlarının eğitim düzeylerinin yüksek olduğunu gösterse de, çalışmaya veri toplama sürecinde okur yazar olmayanlar anketleri okuyamadıkları için dahil edilememeleri nedeniyle oran yüksektir. Araştırmacılar okuryazar olmayanlara soruları okumayı teklif etse de fırın sahipleri çok zaman alacağı gerekçesiyle buna izin vermemiştir.

Çalışanların %12,7' sinin asgari ücretten düşük bir ücretle çalışıyor olması çalışmanın ilginç bir bulgusudur. Bu sonuç, en azından Mersin özelinde fırıncılık sektöründe devletin koyduğu sınırın altında ücretle çalışıldığını, yani asgari ücretin %100 uygulanmadığının bir göstergesidir.

Fırın çalışanlarının yalnızca %8,4' ünün 8 saat çalışıyor olması araştırmanın bir başka ilginç bulgusudur. Çalışanların %32,7' sinin 13 saatten daha fazla çalışıyor olması ise çalışanların özel yaşamları için zaman kalmamasının önemli bir sebebi olarak düşünülebilir. Fırın çalışanlarının ücretli yıllık izin kullanamıyor olması, uzun çalışma saatleri ve düşük ücretle birleştirildiğinde fırıncılık sektörünün çalışma koşullarının ne kadar ağır olduğunun göstergesi olarak yorumlanabilir.

Araştırmacıların bir diğer gözlemi her fırında en az bir Suriyeli sığınmacının çalışıyor olmasıdır. Bu çalışanların çoğu yeterli Türkçeye sahip olmadığı için anket dolduramamıştır.

Çalışma kapsamında fırın çalışanlarına iş yaşamlarının özel yaşamlarına etkisi ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Bu doğrultuda alınan cevaplara betimsel analiz uygulanmıştır. Analiz sonucunda genel ortalama 3,3865 olarak bulgulanmıştır. Bu bulgu fırın çalışanlarının işlerinin özel yaşamlarına etkisi konusunda kararsız oldukları şeklinde yorumlanabilir. En yüksek ortalamaya sahip olan madde 3,8660 ortalama ile “İşim nedeniyle özel yaşamımı erteliyorum.” maddesidir. En düşük ortalamaya sahip olan madde ise 2,3104 ortalama ile “Özel yaşamıma yeterli zaman ayırabiliyorum.” maddesidir. Demografik özelliklerde de belirtildiği üzere ekmek fırınlarında vardiya sisteminin ve yıllık izinin bulunmaması, uzun çalışma saatlerinin olması ve dolayısıyla çalışanların özel yaşamlarına ayıracak yeterli vakitlerinin kalmaması ve çalışanların, özel yaşamlarının olmadığı düşüncesine sahip olmalarının bu sonuçta etkili olduğu söylenebilir.

İş tatmini ölçeğinin genel ortalaması 3,8401 olarak bulgulanmıştır. Ölçeğin en yüksek ortalamaya sahip olan maddesi 3,9230 ortalama ile “İşimi severek yaparım” maddesi iken en düşük ortalamaya sahip olan madde 3,6741 ortalama ile “Mevcut işimden memnunum” maddesi olmuştur. Bu sonuç fırın çalışanların her ne kadar uzun çalışma saatlerine sahip

olsalar da işlerinden memnun oldukları şeklinde yorumlanabilir. Bu sonuçta çalışanların ekmeği kutsal saymaları ve yaptıkları işi anlamlı bulmaları etkili olduğu düşünülmektedir (Unur vd., 2017).

İşten ayrılma niyeti ölçeğinin genel ortalaması ise 2,4936 olarak bulgulanmıştır. Ölçeğin en yüksek ortalamaya sahip olan maddesi 2,3907 ortalama ile “İşimi bırakmayı ciddi olarak düşünüyorum” ifadesi iken en düşük ortalamaya sahip olan madde 2,2356 ortalama ile “Şu an başka iş arıyorum” ifadesi olmuştur. Bu sonuç çalışanların işlerinin kutsal bir amaca hizmet ettiklerini düşündükleri için işlerinden tatmin oldukları ve dolayısıyla işlerinden ayrılmayı düşünmedikleri şeklinde yorumlanabilir.

Yapılan alanyazın taramasında fırıncılık sektöründe yapılmış sınırlı sayıda çalışmaya ulaşılabilmektedir. Bu çalışmaların sayısının artırılması ekmeğin fırını çalışanlarının mesleklerine yönelik algılarının belirlenebilmesi konusunda fayda sağlayacaktır. Daha sonraki araştırmalar için çalışmaların farklı bölgelerde ve farklı değişkenlerle tekrarlanması önerilebilir.

## KAYNAKÇA

- Akgündüz, Y. (2013). Konaklama işletmelerinde iş doyumu, yaşam doyumu ve öz yeterlilik arasındaki ilişkinin analizi. *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 180-204.
- Akın, A., Ulukök, E. & Arar, T. (2017). İş-yaşam dengesi: Türkiye’de yapılan çalışmalara yönelik teorik bir inceleme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(1), 113-124.
- Arı, G. S., Bal, H., & Bal, E. Ç. (2010). İşe bağlılığın tükenmişlik ve işten ayrılma niyeti ilişkisindeki aracılık etkisi: Yatırım uzmanları üzerinde bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3), 143-166.
- Avcı, N., & Küçükusta, D. (2009). Konaklama işletmelerinde örgütsel öğrenme, örgütsel bağlılık ve işten ayrılma eğilimi arasındaki ilişki. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(1), 33-44.
- Bateman, T. S. & Organ, S. (1983). Job satisfaction and the good soldier: The relationship between affect and employee “citizenship”. *Academy of Management Journal*, 26(4), 587-595.
- Bettencourt, L. A. & Brown, S. W. (1997). Contact employees: Relationships among workplace fairness, job satisfaction and prosocial service behaviors. *Journal of Retailing*, 73(1), 39-61.
- Biçkes, D. M., Yılmaz, C., Demirtaş, Ö. & Uğur, A. (2014). Duygusal emek ile iş tatmini arasındaki ilişkide psikolojik sermayenin aracılık rolü: Bir alan çalışması. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 9(2), 97-121.

- Chen, C. (2006). Job satisfaction, organizational commitment, and flight attendants' turn over intentions: A note. *Journal of Air Transport Management*, 12, 274-276.
- Chiu, s. & Chen, H. (2005). Relationship between job characteristics and organizational citizenship behavior: The mediational role of job satisfaction. *Social Behavior and Personality*.33(6), 523-540.
- Choudhary, N & Singh, N., K. (2016). Work-family balance as per life stage and total experince: an empirical study among officers of defense (Central public sector enterprises) in Bangalore. *Journal of Organizational Behavior*, 15(1), 49-70.
- Çakar, N. D. & Ceylan, A. (2005). İş motivasyonunun çalışan bağlılığı ve işten ayrılma eğilimi üzerindeki etkileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6(1), 52-66.
- Çarıkçı, İ. H.,& Çelikkol, Ö. (2009). İş-aile çatışmasının örgütsel bağlılık ve işten ayrılma niyetine etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(9), 153-170.
- Çekmecelioğlu, H. G. (2005). Örgüt ikliminin iş tatmini ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi: Bir araştırma. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(2), 23-39.
- Çelik, M. & Çıra, A. (2013). Örgütsel vatandaşlık davranışının iş performansı ve işten ayrılma niyeti üzerine etkisinde aşırı iş yükünün aracılık rolü. *Ege Akademik Bakış*, 13(1), 11-20.
- Davis, J. & Wilson, S. M. (2000). Principals' efforts to empower teachers: Effects on teacher motivation and job satisfaction and stress. [\*The Clearing House: A Journal of Educational Strategies, Issues and Ideas\*](#), 73(6), 349-353.
- Dhas, D., B. & Karthikeyan, P. (2015). Work-life balance challenges and solutions: overview. *International Journal of Research in Humanities and Social Studies*, 12(2), 10-19.
- Dilek, A., S. & Yılmaz, K. (2016). Öğretmenlerin işkoliklik eğilimleri ve iş-yaşam dengeleri. *E-Kafkas Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 36-55.
- Eğinli, A. T. (2009). Çalışanlarda iş doyumunu: kamu ve özel sektör çalışanlarının iş doyumuna yönelik bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(3), 35-52.
- Gerçek, M. Elmas Atay, S. & DüNDAR, G. (2015). Çalışanların iş-yaşam dengesi ile kariyer tatmininin, işten ayrılma niyetine etkisi, *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(11), 67-86.

- Gökkaya, Ö. (2014). Yerel yönetimlerde iş-yaşam dengesi ve çalışan davranışı ilişkisinin incelenmesi-Kocaeli belediyeler örneği, *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 2-18.
- Hui, C., Wong, A. S. H. & Tjosvold, D. (2010). Turn over intention and performance in China: The role of positive affectivity, Chinese values, perceived organizational support and constructive controversy. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 80, 735-751.
- Igbaria, M. & Guimaraes, T. (1993). Antecedents and consequences of job satisfaction among information center employees. *Journal of Management Information Systems*9(4), 145-174.
- Jaramillo, F., Mulki, J. P. & Solomon, P. (2006). The role of ethical climate on salesperson's role stress, job attitudes, turn over intention, and job performance. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 26(3), 271-282.
- Judge, T. J., Thoresen, C. J., Bono, J. E. & Patton, G. K. (2001), The jobsatisfaction-job performance relationship: A qualitative and quantitative review. *Psychological Bulletin*, 127(3), 376-407.
- Kaliannan, M., Perumal, K. & Dorasamy, M. (2016). Developing a work-life balance model towards improving job satisfaction among medical doctors across different generations. *The Journal of Developing Areas*, 50(5), 343-351
- Kim, H. & Lee, S. Y. (2009). Supervisory Communication, Burnout, and Turn over Intention Among Social Workers in Health Care Settings. *Social Work in Health Care*, 48(4), 364-385.
- Kitapçı, H. Kaynak, R. & Ökten, S. S. (2013). Güçlendirmenin iş tatmini ve işten ayrılma niyetine etkisi: Kamu ve özel sektörde mukayeseli bir araştırma. *International Review of Economics and Management*, 1(1), 49-73.
- Küçükusta, D. (2007). Konaklama işletmelerinde iş-yaşam dengesi sorunları ve çözüme yönelik yaklaşımlar. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(3), 243-268
- Lu, K., Lin, P. Wu, C., Hsieh, Y. & Chang, Y. (2002). The relationships among turn over intentions, Professional commitment, and job satisfaction of hospital nurses. *Journal of Professional Nursing*, 18(4), 214-219.
- Maertz, C. P., Griffeth, R. W., Campbell, N. S. & Allen, D. G. (2007). The effects of perceived organizational support and perceived supervisor support on employee turn over. *Journal of Organizational Behavior*, 28(8), 1059-1075.

- Örücü, E. & Özafşarlıoğlu, S. (2013). Örgütsel adaletin çalışanların işten ayrılma niyetine etkisi: Güney Afrika Cumhuriyetinde bir uygulama. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(23), 335-358.
- Pekdemir, I. & Koçoğlu, M. (2014). İşkoliklik ile iş-yaşam dengesi arasındaki ilişkide kişilik özelliklerinin aracı rolü üzerine bir araştırma. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1), 309-337.
- Petty, G. C., Brewer, E. W. & Brown, B. (2005). Job satisfaction among employees of a youth development organization. *Child & Youth Care Forum*, 34(1), 57-73.
- Price, L. (1997). Handbook of organizational measurement. *International Journal of Manpower*, 18(4,5,6), 305-558.
- Poyraz, K., & Kama, B. (2008). Algılanan iş güvencesinin, iş tatmini, örgütsel bağlılık ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkilerinin incelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2), 143-164.
- Rusbult, C. E., Farrell, D., Rogers, G., & Mainous, A. G. (1988). Impact of exchange variables on exit, voice, loyalty, and neglect: An integrative model of responses to declining job satisfaction. *The Academy of Management Journal*, 31(3), 599-627.
- Sagie, A. (1998). Employee absenteeism, organizational commitment, and job satisfaction: Another look. *Journal of Vocational Behavior*, 52, 156-171.
- Saif, M., I., Malik, M., I. & Awan, M., Z. (2011). Employee work satisfaction and work-life balance: a Pakistani perspective. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(5), 606-617.
- Scott, K. D. & Taylor, G. S. (1985). An examination of conflicting findings on the relationship between job satisfaction and absenteeism: A meta-analysis. *The Academy of Management Journal*, 28(3), 599-612.
- Sjöberg, A. & Sverke, M. (2000). The interactive effect of job involvement and organizational commitment on job turn over revisited: A note on the mediating role of turn over intention. *Scandinavian Journal of Psychology*, 41, 247-252.
- Stumpf, S. A., & Hartman, K. (1984). Individual exploration to organizational commitment with drawal. *The Academy of Management Journal*, 27(2), 308-329.
- Sturges, J. & Guest, D. (2004). Working to live or living to work? Work/life balance early in the career. *Human Research Management Journal*, 14(4), 5-20.

- Tengilimoğlu, D. (2005). Hizmet işletmelerinde liderlik davranışları ile iş doyumunu arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 23-45.
- Tett, R. P., & Meyer, J. P. (1993). Job satisfaction, organizational commitment, turn over intention, and turn over: Pathanalyses based on meta-analytic findings. *Personnel Psychology Personnel Psychology*, 1(46), 259-293.
- Turunç, Ö., & Çelik, M. (2010). Algılanan örgütsel desteğin çalışanların iş-aile, aile-iş çatışması, örgütsel özdeşleşme ve işten ayrılma niyetine etkisi: Savunma sektöründe bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1), 209-232.
- Unur, K., Atçı, D., Albayrak, Z., & Şanlı S. C. (2017). *Fırıncılıkta ekmek var mı? Fırıncılar üzerinde bir araştırma*. VI. Ulusal II. Uluslararası Dođu Akdeniz Turizm Sempozyumu, 14-15 Nisan 2017, Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep
- Yeşilyurt, H., Koçak, N. (2014). İş doyumunu ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkinin otel işletmeleri açısından incelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2), 303-324.
- Yüksel, İ. (2003). İş stresi, işe bağlılık ve iş doyumunu arasındaki ilişkinin analizi (Teknisyenlere yönelik bir uygulama). *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 17(1-2), 213-224.