

T.C.

**İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

Gastronomi Anabilim Dalı

Gastronomi Bilim Dalı

**GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI
ÖĞRENCİLERİNİN LİSANS SONRASI KARIYER
BEKLENTİLERİ DOĞRULTUSUNDA GİRİŞİMCİLİK
EĞİLİMLERİ: İSTANBUL' DAKİ VAKIF
ÜNİVERSİTELERİ ÜZERİNE ARAŞTIRMA**

Yüksek Lisans Tezi

Şenol KARADENİZ

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Özgür KIZILDEMİR

İstanbul-2021

TEZ TANITIM FORMU

- YAZAR ADI SOYADI** : Şenol KARADENİZ
- TEZİN DİLİ** : Türkçe
- TEZİN ADI** : Gastronomi ve Mutfak Sanatları Öğrencilerinin Lisans Sonrası Kariyer Beklentileri Doğrultusunda Girişimcilik Eğilimleri: İstanbul'daki Vakıf Üniversiteleri Üzerine Araştırma
- ENSTİTÜ** : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
- ANABİLİM DALI** : Gastronomi
- TEZİN TÜRÜ** : Yüksek Lisans
- TEZİN TARİHİ** : 28.07.2021
- SAYFA SAYISI** : 173
- TEZ DANIŞMANLARI** : Dr. Öğr. Üyesi Özgür KIZILDEMİR
- DİZİN TERİMLERİ** : Gastronomi, Kariyer Beklentileri, Girişimcilik Eğilimleri
- TÜRKÇE ÖZET** : Bu çalışmada ülkemizdeki vakıf üniversitelerinin gastronomi ve mutfak sanatları bölümlerinin akademik anlamda lisans seviyesinde hangi düzeyde olduğu ve bölümlerden mezun olan öğrencilerin sektörde kariyerlerine ne şekilde yön verecekleri araştırılmıştır. Bu şekilde öğrencilerin kariyer beklentilerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Örneğin özel sektör, aile işi, kamu veya kendi işlerini yapmayı düşünen öğrencilerin

kariyer beklentilerini girişimcilik eğilimleriyle kombine ederek kariyer planlarını hangi yönde şekillendirecekleri hakkında öngörü sahibi olunmuştur. Bu çalışma sonucunda öğrencilerin gastronomi ve mutfak sanatları bölümünü isteyerek seçtikleri ve bu bölümden mezun olan öğrencilerin sosyo-demografik ve gastronomik açıdan kariyer hedefleri doğrultusunda kariyer beklentilerinin girişimcilik eğilimlerini olumlu yönde etkilediği saptanmıştır.

DAĞITIM LİSTESİ

- : 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

İmzası

Şenol KARADENİZ

T.C.

**İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

Gastronomi Anabilim Dalı

Gastronomi Bilim Dalı

**GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI
ÖĞRENCİLERİNİN LİSANS SONRASI KARIYER
BEKLENTİLERİ DOĞRULTUSUNDA GİRİŞİMCİLİK
EĞİLİMLERİ: İSTANBUL' DAKİ VAKIF
ÜNİVERSİTELERİ ÜZERİNE ARAŞTIRMA**

Yüksek Lisans Tezi

Şenol KARADENİZ

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Özgür KIZILDEMİR

İstanbul-2021

BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının ederlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez olarak sunulmadığını beyan ederim.

Şenol KARADENİZ

...../...../2021



İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Şenol KARADENİZ'in Gastronomi ve Mutfak Sanatları Öğrencilerinin Lisans Sonrası Kariyer Beklentileri Doğrultusunda Girişimcilik Eğilimleri: İstanbul'daki Vakıf Üniversiteleri Üzerine Araştırma adlı tez çalışması, jürimiz tarafından Gastronomi Anabilim dalı, Gastronomi Bilim dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

İmza

Başkan

Dr. Öğr. Üyesi Özgür KIZILDEMİR

(Danışman)

Üye

İmza

Dr. Öğr. Üyesi. Nevruz Berna TATLISU

İmza

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Salim İBİŞ

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.

... / ... / 2021

İmzası

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ

Enstitü Müdürü

ÖZET

Gastronomi ve mutfak sanatları denildiğinde ilk akla gelen yemeklerin üretilerek servis edilmesi olarak düşünülse de bu konu sadece bu fikirden ibaret değildir. Gastronomi ve mutfak sanatları birçok bilimle ilişkili olduğundan ve farklı bakış açılarına ışık tuttuğundan çok yönlü incelenmelidir. Bu çalışmada gastronomi ve mutfak sanatları kelime anlamı olarak ayrı ayrı araştırılmıştır. Bunun dışında tarihsel anlamda gelişimi anlatılmıştır. Daha sonra ülkemizde akademik manada lisans seviyesinde hangi düzeyde olduğu ve öğrencilerin bölümden mezun olduktan sonra sektörde kariyerlerine ne şekilde yön verecekleri araştırılmıştır. Bu sayede öğrencilerin kariyer beklentileri ortaya çıkarılmıştır. Örneğin özel sektör, aile işi, kamu veya kendi işlerini yaparak kariyer beklentilerini girişimcilik eğilimleriyle kombine etmeyi planlayan öğrencilerin kariyer planlarının hangi yönde şekilleneceği hakkında öngörü sahibi olunmuştur. Araştırma nicel yöntem şeklinde uygulanarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket uygulaması tarayıcı tabanlı kelime işlemcisi yardımıyla internet üzerinden sosyal medya platformlarından ve e-posta aracılığıyla katılımcılara link gönderilerek uygulanmıştır. Çalışmada ulaşılan veriler SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 25.0 yazılım programı uygulanarak incelenmiştir. Veri bilgileri analiz edilirken açıklayıcı istatistiğe dayanan yöntemler (sayı, yüzde, ortalama ve standart sapma) tercih edilmiştir. Analizde t testi, Anova, Pearson korelasyon ve Post-Hoc testi olan Bonferroni yöntemi kullanılıp sonuca gidilmiş, öneriler bildirilerek çalışma tamamlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Eğitim, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Kariyer, Girişimcilik

SUMMARY

Considering that the first thing that comes to mind when it comes to gastronomy and culinary arts, the food is produced and served, this issue does not consist of only this idea. Since gastronomy and culinary arts is related to many sciences and shed light on different points of view, it should be studied in many ways. In this study, gastronomy and culinary arts was investigated separately in terms of word meaning. Apart from that, the historical development was explained. Then the academic level in our country at the undergraduate level and how the students will direct their careers in the sector after graduating from the department were investigated. By this way, the career expectations of the students were revealed. For example, a foresight about the direction of the career plans of students who plan to combine their career expectations with entrepreneurial tendencies by doing private, family, public or self-employed business was acquired. The research was applied as a quantitative method and the survey technique was applied. The survey application was applied by sending a link to the participants via social media platforms and e-mail with the help of a browser-based word processor. The data obtained in the study were analysed using the SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 25.0 program. Descriptive statistical methods (number, percentage, mean and standard deviation) were used while evaluating the data. In the analysis, the t test, Anova, Pearson correlation and Bonferroni method, which is the Post-Hoc test, were used, and the study was completed by making the conclusion and giving suggestions.

Keywords: Gastronomy, Education, Gastronomy and Culinary Arts, Career, Entrepreneurship

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
SUMMARY	ii
İÇİNDEKİLER	iii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	viii
EKLER LİSTESİ	ix
ÖNSÖZ.....	x
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI VE EĞİTİM

1.1. Beslenme, Eğitim, Mutfak, Gastronomi Mutfak Sanatları Kavramları.....	4
1.1.1. Beslenme	4
1.1.2. Eğitim	5
1.1.3. Mutfak	7
1.1.3.1. Mutfak Ortamı ve Kültürü	8
1.1.3.2. Mutfağın Tarihsel Gelişimi	9
1.1.4. Gastronomi	12
1.1.4.1. Gastronomi Kavramı	15
1.1.4.2. Gastronomi Kavramları.....	17
1.1.4.2.1. Gastronom	17
1.1.4.2.2. Gurme	18
1.1.4.2.3. Degüstatör	20
1.1.4.2.4. Gurman	20
1.1.4.2.5. Moleküler Gastronomi.....	20
1.1.4.2.6. Füzyon Mutfak.....	22
1.1.4.2.7. Fast Food (Ayakta Yeme).....	23
1.1.4.2.8. Slow Food	24
1.1.4.2.9. Epikür.....	26
1.1.4.2.10. Gastronomi Yazarı	26
1.1.4.3. Gastronominin Tarihsel Gelişimi	27
1.1.4.4. Gastronominin Sınıfları.....	31
1.1.5. Mutfak Sanatları	32

1.1.5.1. Mutfak Sanatları Kavramı.....	32
1.1.5.2. Mutfak Sanatları Tarihsel Gelişimi.....	33
1.1.5.2.1. Mutfak Sanatlarının Dünyadaki Gelişimi.....	33
1.1.5.2.2. Mutfak Sanatlarının Avrupa'daki Gelişimi.....	34
1.1.5.2.3. Mutfak Sanatlarının Türkiye'deki Gelişimi.....	35
1.1.6. Gastronomi ve Mutfak Sanatları Arasındaki İlişki.....	40
1.1.7. Gastronomi ve Mutfak Sanatlarının Farklı Bilimlerle İlişkisi.....	41
1.1.8. Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimi.....	42
1.1.8.1. Dünya'da Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimi.....	43
1.1.8.2. Türkiye'de Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimi.....	44

İKİNCİ BÖLÜM

GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI KARIYER VE GİRİŞİMCİLİK

2.1. Kariyer.....	51
2.1.1. Kariyer Kavramı.....	51
2.1.2. Kariyer Kavramının Tarihsel gelişimi.....	52
2.1.3. Kariyer Kavramının Tanımı, Kapsamı ve Önemi.....	53
2.1.4. Kariyer ile İlgili Temel Kavramlar.....	55
2.1.4.1. Kariyer Tutumu.....	55
2.1.4.2. Kariyer Planlama.....	55
2.1.4.3. Kariyer Geliştirme.....	57
2.1.4.4. Kariyer Yönetimi.....	58
2.1.4.5. Kariyer Boyutları.....	59
2.1.4.5.1. İçsel Boyut.....	59
2.1.4.5.2. Dışsal Boyut.....	59
2.1.4.6. Kariyer Aşamaları (Devreleri).....	60
2.1.4.6.1. Keşif.....	60
2.1.4.6.2. Kurma (Başlangıç).....	61
2.1.4.6.3. Kariyer Ortası.....	62
2.1.4.6.4. Kariyer Sonu.....	63
2.1.4.6.5. Emeklilik.....	64
2.2. Girişimcilik.....	65
2.2.1. Girişim ve Girişimcilik Kavramları.....	69
2.2.1.1. Girişimciliğin Tarihçesi.....	72
2.2.1.2. Dünyada ve Türkiye'de Girişimcilik.....	75
2.2.1.3. Girişimci Kişilik Özellikleri.....	77

2.2.1.4. Girişimciliği Etkileyen Faktörler	79
--	----

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM VE BULGULAR

3.1 Tezin Yöntemi	82
3.1.1. Araştırmanın Problemi	82
3.1.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	82
3.1.3. Araştırmanın Önemi	82
3.1.4. Araştırmanın Evren ve Örnekleme	83
3.1.5. Veri Toplama Yöntemi.....	83
3.1.6. Pilot Çalışma	86
3.1.7. Hipotezler	86
3.1.8. Varsayımlar	88
3.1.9. Sınırlılıklar.....	88
3.2. Tezin Bulguları	89
3.2.1. Verilerin Değerlendirilmesi.....	89
3.2.2. Verilerin Analizi.....	90
3.2.3. Araştırmanın Bulguları.....	90
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	107
KAYNAKÇA	121
EKLER.....	150
ÖZGEÇMİŞ.....	156

KISALTMALAR

M.Ö	: Milattan Önce
ÖSYM	: Öğrenci Seçme Yerleştirme Merkezi
TDK	: Türk Dil Kurumu
MG	: Moleküler Gastronomi
M.S	: Milattan Sonra
YY.	: Yüzyıl
K.K.T.C	: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti
YÖK	: Yüksek Öğretim Kurumu
TÜSİAD	: Türkiye Sanayi İş Adamları Derneği
YO	: Yüksek Okul
İÖ	: İkinci Öğretim
GMS	: Gastronomi Mutfak Sanatları
E-POSTA	: Elektronik Posta
TOBB	: Türkiye Odalar Borsalar Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
SBMYO	: Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu
DOU	: Doğu Üniversitesi
TOJET	: The Turkish Online Journal of Educational Technology Türk Çevrimiçi Eğitim Teknolojileri Dergisi
OPUS	: Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İş birliği Örgütü
CÜ	: Cumhuriyet Üniversitesi
USET	: Ürgüp Sebahat ve Erol Toksöz
ED	: Editör
SBE	: Sosyal Bilimler Enstitüsü
İİBF	: İktisadi İdari Bilimler Fakültesi
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
SPSS	: Statistical Package for the Social Sciences Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paketi
TÜRSAB	: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. 2020 verilerine göre YÖK tarafından kabul edilen Türkiye'deki GMS bölümleri.....	46
Tablo 2. Girişimcilik puanları değerlendirme tablosu.....	85
Tablo 3. Araştırmaya katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre dağılımı.....	90
Tablo 4. Katılımcıların gastronomi ile ilgili sorulara verdikleri cevapların dağılımı.....	92
Tablo 5. Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenirlik analizleri sonuçları.....	94
Tablo 6. Araştırmada kullanılan ölçeklerin tanımlayıcı istatistikleri.....	94
Tablo 7. Araştırmada kullanılan ölçeklerin normallik analizleri.....	95
Tablo 8. Araştırmaya katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının karşılaştırılması.....	95
Tablo 9. Araştırmaya katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre girişimcilik ölçeğinin puanlarının karşılaştırılması.....	98
Tablo 10. Katılımcıların gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre kariyer beklentisi ölçeği puanlarının karşılaştırılması.....	100
Tablo 11. Katılımcıların gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre girişimcilik ölçeği puanlarının karşılaştırılması.....	103
Tablo 12. Araştırmada kullanılan ölçekler arası ilişki.....	105
Tablo 13. Kariyer beklentisinin girişimcilik üzerindeki etkisi.....	105

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Mutfağın Gelişimi.....	11
Şekil 2. Gastronomi Kavramıyla İlişkili Kelimelerin Gösterildiği Kelime Bulutu...17	
Şekil 3. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi.....	28
Şekil 4. Türk Mutfak Kültürüne Etki Eden Faktörler.....	36
Şekil 5. Gastronominin Diğer Bilim Dalları ile İlişkisi.....	42
Şekil 6. Türkiye Genelinde Gastronomi Eğitimi veren Üniversitelerin Dağılımı....	49
Şekil 7. Kariyer Planlama Modeli.....	57
Şekil 8. Kariyer Devreleri.....	60
Şekil 9. Girişimcilik Süreci.....	69
Şekil 10. Girişimciliğin Gelişim Süreci ve Girişimcilik.....	73
Şekil 11. Girişimcilik Kavramının Tarihsel Gelişimi.....	74
Şekil 12. Girişimcilikte Dört Önemli Yetenek.....	78

EKLER LİSTESİ

EK-A Katılımcıları Bilgilendirme Yazısı.....	150
EK-B Demografik Özelliklere İlişkin Sorular.....	151
EK-C Okuduğunuz Bölüm ve Aldığınız Eğitim ile İlgili İfadeler.....	152
EK-D Kariyer Beklentileri ile İlgili İfadeler.....	153
EK-E.1. Üniversite Öğrencileri Girişimcilik Ölçeği.....	154
EK-E.2. Üniversite Öğrencileri Girişimcilik Ölçeği.....	155
EK-F. Özgeçmiş.....	156



ÖNSÖZ

Lisansüstü yüksek lisans eğitimimde ve tez dönemi müddetince her durumda destek, yardım, yol göstericiliğini ve mevcudiyetini hissettiğim tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Özgür KIZILDEMİR hocama sonsuz teşekkürlerimi arz ederim.

Çalışma müddetince anketime dahil olan katılımcılara, araştırmama desteklerini esirgemeyen ve her an yanımda olduklarını düşündüğüm tüm mesai arkadaşlarıma ve dostlarıma teşekkürlerimi sunmayı bir borç bilirim.

Sonuç olarak, beni bu günlere getiren maddi ve manevi anlamda güçlü bir biçimde yetiştiren, başarılarımın temel dayanakları olan annem Emine KARADENİZ'e sadece bu süre içerisinde değil bu ve bundan sonraki bütün dönemlerde yanımda hissettiğim sevgili eşim Bengü KARADENİZ'e, canım kızım Buket KARADENİZ'e sonsuz teşekkür ve minnetlerimi bir borç bilirim.

Şenol KARADENİZ

GİRİŞ

Hayatın ilk döneminde önce yalnızca fizyolojik bir gereksinim olan beslenme, ateşin keşfedilmesi, evcil hayvanların yetiştirilmesi ve nihayetinde yerleşik hayata geçilip tarım etkinliklerinin harekete geçirilmesiyle beraber sanayileşme sürecine fiilen ilk adımı atmıştır. Yükselen nüfus ile beraber üretim miktarının da artması ve ateşin denetlenebilmesi için keşfedilen sobanın mutfaklarda yer bulmasıyla beraber bu alanda eğitilmiş ve kabiliyetli olan mutfak personeline gereksinim ortaya çıkmıştır (Gisslen, 2009, s. 2).

Yiyecek içecek olgusu temel bir gereksinimdir ve bu ihtiyacı temin etmekte yiyecek içecek endüstrisinin ciddi bir yardımı bulunmaktadır. İnsanların, yemek gereksinimlerini karşılama yükümlülüğünü üzerine alan yiyecek içecek işletmeleri en nitelikli biçimde bu faaliyeti ifa etmek durumundadır (Semint, 2020, s. 1).

Eğitim insanın kendi davranış biçiminde ve yaşam tarzında maksatlı bir biçimde değişiklikleri keşfetme süreci olarak tarif edilmektedir. Eğitim her şeyden önce hizmet sektörünün ihtiyaç duyduğu bilgi ve donanıma uygun vasıflı işgücünü geliştirerek iş görenin randımanını daha da yükseltecek şekilde ekonomik büyümeye ciddi katkı ortaya koymaktadır. Eğitimde ana hedef bireylerin bilgi ve yeteneklerini geliştirmek, kişilerin topluma iyi bir insan olarak kazandırılmasına imkân sağlamaktır (Alyakut ve Küçükkömürler, 2018, s. 7).

İşletmeler, nitelikli hizmet arz edebilmek için eğitilmiş iş görenlere gereksinim duymaktadır. Fakat sektöründe donanımlı, vasıflı, çözüm odaklı düşünebilen personel işletmelere rantabilite ve sürdürülebilirlik sağlamaktadır. Bugünkü dönemde yiyecek içecek kavramları gastronominin faaliyet alanında kendini göstermektedir. Bu nedenle, gastronomi ve mutfak sanatları bölümü adı altında birçok üniversitede eğitim ve öğretim gerçekleştirilmektedir. Yiyecek içecek endüstrisi için hayati önem taşıyan insan gücünün vasfı, bilgisi ve donanımı gastronomi eğitimiyle temin edilmektedir (Semint, 2020, s. 1).

Gastronomi eğitimi, sektörel anlamda eleman yetiştirme diğer taraftan geleceğe, insana, kültüre yapılan bir yatırım olarak ifade edilmektedir. Gastronomi bilimi pratik yapmayı gerektiren bir mecra olduğundan hem eğitimciler hem de kurumlar için açıklanması zor bir bilim dalı olarak açıklanmaktadır. Akademide yeni bir alan olan GMS eğitimi dünyanın birçok yerinde değişik düzeylerde verilmektedir. Günümüzde

tanınırlığı artan gastronomi alanı oldukça fazla rağbet görmekte bunun yanında bu alanda eğitim alan öğrencilerin de sayısı günden güne çoğalma göstermektedir (Sezen, 2018, s. 25).

Ayrı olarak gastronomi, ekonomik ve kültürel manada dünya çapında saygınlığa sahip olan ve bu önemini her geçen gün yükselten önemli bir disiplindir. Bu nedenle, söz konusu disiplindeki gelişmelerden mümkün olduğunca faydalanmak için nitelikli iş gücüne ve bu iş gücünün, yani öğrencilerin eğitimi için de nitelikli eğitim kurumlarına gereksinim vardır (Güdek ve Boylu, 2017, s. 490).

Kalifiye bir eleman yetiştirmenin elzem yolunun nitelikli bir eğitimden geçtiği göz önünde bulundurulduğunda Türkiye’de gastronomi eğitiminin yeterlik bakımından rehabilite edilmesi gerektiği düşünülmektedir. Gastronomi eğitiminde hedeflenen, sektöre faydalı elemanın özelliklerinden birisi de gördüğü teorik ve uygulama eğitiminin, çalıştığı sektöre uyumunu başarılı bir şekilde yerine getirebilmesidir. Ulaşılan noktada muhtemel durum, gastronomi eğitimi veren kurumların sayısal manada artmasından başka bu kurumların niteliksel olarak da artan bir değer haline gelmesi olmaktadır. Bu şekilde gastronomi eğitiminde hedeflenen amaçlar hayata geçirilmiş olacaktır (Kaya, 2020, s. 18).

Dünya ve Türkiye’de turizm aralıksız ilerlemesini devam ettiren bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Turist sayısının da ilerleyen dünya yapısı paralelinde büyüme göstermesi, mevcut ve örgün eğitim kurumlarının turizm eğitimine itibar etmesi zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır. Bu kurumlar, sektördeki kalifiye iş gören ihtiyacını karşılamak üzere öğrencilerini eğitmektedir (Solmaz ve Erdoğan, 2013, s. 557).

Bu çalışmada, nitelikli ve kalifiye gastronomi personelinin yetişmesi için gayret gösteren üniversitelerin gastronomi ve mutfak sanatları bölümlerindeki öğrencilerin mezuniyet sonrası gelecekleriyle ilgili yapmış ve yapacak oldukları kariyer planlarının ne olduğu ve bununla ilgili olarak planlarıyla bağlantılı kariyer beklentilerinin oluşmasıyla özel sektör, kamu, aile işi ya da kendi kuracakları şahsi organizasyonlarla girişimcilik eğilimlerini ne yönde ve nasıl etkileyeceği araştırılmıştır.

Mevcut tez çalışması, dört bölümden oluşmaktadır. Tezin birinci bölümünde, literatür taraması yapılarak, kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Bu kapsamda; birinci alt başlıkta beslenmenin tanımı, eğitimin ne olduğu, tanımı ve önemi, mutfak

kavramının ne olduğu ve mutfağın tarihsel gelişiminin nasıl gerçekleştiği, gastronominin ne ifade ettiği, gastronomi kavramı denildiğinde ne anlaşılması gerektiği ve gastronomi kavramlarının neler olduğu, tarihsel gelişimi ve sınıflarının ne olduğu, mutfak sanatları denilince ne anlamamız gerektiği kavramı, dünyadaki, Avrupa'daki, Türkiye'deki tarihsel gelişimi, gastronomi ile mutfak sanatları arasındaki ilişki, GSM'nin farklı bilimlerle ilişkisi, GMS eğitimi, dünyadaki ve Türkiye'deki eğitimin kapsamı anlatılmıştır. Tezin ikinci bölümü iki alt başlıktan oluşmaktadır. İlkinde kariyerin ne anlattığı, kariyer kavramı, kariyerin tarihsel gelişimi, tanımı, kapsamı, önemi, kariyer ile ilgili temel kavramların ne olduğu anlatılmıştır. İkinci alt başlıkta ise girişimcilik nedir, girişimci ve girişimcilik kavramları, girişimciliğin tarihçesi, Dünya'da ve Türkiye'de girişimcilik, girişimci kişilik özellikleri, girişimciliği etkileyen faktörler konularıyla ilgili alan yazın taramasına yer verilmiştir.

Tez çalışmasının üçüncü bölümünde, araştırmanın yöntem ve bulgularına yer verilmiştir. Birinci alt başlıkta araştırmanın problemi tanımlanmakta ve beraberinde araştırmanın amacı ve kapsamı anlatılmaktadır. Daha sonra sırasıyla araştırmanın önemi, evren ve örnekleme, yöntemi, hipotezleri, varsayımları ve sınırlılıklarına yer verilerek bölüm sonlandırılmıştır. İkinci alt başlıkta bulgular bölümüne yer verilerek tezin anket çalışmasında verilerin değerlendirilmesi, analizi ve araştırmanın bulguları yer almaktadır. Ayrıca analiz sonrasında elde edilen demografik bilgilerle, kariyer beklentileri leği ve girişimcilik ölçekleriyle elde edilen araştırma verilerinin, bulgulara ne şekilde dönüştüğü ve bu bulguların tablo ve grafiklerle desteklenerek ne ifade ettiği anlatılmıştır. Çalışmanın dördüncü ve son bölümünde, ulaşılan veriler ve sonuçlar neticesinde araştırmanın gelecek dönemlerdeki araştırmacılara fikir vermesi ve fayda sağlaması amacıyla sonuç ve öneriler kısmına yer verilmiş, kaynakça ve özgeçmişle çalışma tamamlanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI VE EĞİTİM

1.1. Beslenme, Eğitim, Mutfak, Gastronomi Mutfak Sanatları Kavramları

1.1.1. Beslenme

Beslenme, insanların hayata ilk gözlerini açtıkları andan itibaren hayatının her döneminde önemlidir (Bozkurt, 2001, s. 4). Beslenme insanların ana ihtiyaçlarının ilk sırasında gelmektedir (Özdemir, 2001, s. 14). Beardsworth ve Keil (2011), Genel anlamda, insanlar çokça şeyi yiyebilir. Fakat yemek yeme faaliyetinin olağan bir hareket, yemeğin de sıradan hayatın problemsiz yönlerinden birisi olabilmesi için mühim bir ayrıntının uygulanması gerekmektedir. Gıda kaynağının sağlıklı olması odaklanılması gereken en önemli mevzudur, şeklinde ifade etmiştir. İnsanlığın yaşamını idame ettirebilmesi için ihtiyaç duyduğu en elzem şey yemektir (Güler, 2007a, s. 19). “Yemek” ilk insandan bugüne kadar insanlığın en ciddi gündemini meydana getirmiştir. Lakin, yemek yeme ve beslenme biyolojik olarak canlıların ömürlerini sürdürebilmesi ile yaşayabilmesi sosyal ilişkilerin sürekliliğinin sağlanması için de elzem bir durumdur (Saatçi, 2016, s. 14).

İnsanoğlu, tarihin her evresinde yaşamlarını sürdürebilmek için beslenmesine ihtimam göstermiştir (Batu, 2017, s. 26). Beslenme faaliyeti insanlar için vaz geçemeyecekleri derecede önemli olan bir konudur. Hayatın idame ettirilebilmesi için insanların beslenmesi gerekmektedir (Doğdubay ve Yiğit, 2017, s. 162). Baysal (2015), Beslenme; temel olarak insan sağlığını muhafaza ederek, yaşamın devam ettirebilmesi amacıyla besinlerin kullanılmasıdır şeklinde ifade etmiştir.

Ancak beslenme, diğer ifadeyle çeşitli yiyecek ve içeceklerle beslenme eylemleri yalnızca bedensel gereksinimlerin karşılandığı bir hareketler toplamı olarak kabul edilmemelidir. Günümüzde yemek yeme eylemi, her insanın yaşamını sürdürebilmesi bakımından elzem olarak düşünülen somut ve fiziki gereksinimlerinden daha çok ehemmiyet taşımaktadır (Chapple ve Sokol, 2013, s. 161; Aymankuy ve Sarioğlan, 2007, s. 9).

Beslenme, insanoğlunun hayatlarını sürdürebilmeleri için büyümesi ve gelişmesine olanak sağlayan besinleri yeteri kadar ve dengeli bir biçimde vücuda

alması faaliyetidir. Besin ise, vücudun hayatını devam ettirdiği sürece gereksinim duyduğu yakıttır (Gündoğdu, 2017, s. 5).

Beslenme ihtiyaçlarını öncelikle avcılık, toplayıcılıkla karşılayan ilk insanlar izleyen süreçte tarımla meşgul olmaya başlamışlardır. İlk insanlar, avladıkları vahşi hayvanlar, balıklar, tabiatta kendi kendine büyüyen yemişler, doğada bulunan odunsu nebatların yeşil kısımları ve nebatların toprak altında kalan kısımlarıyla beslenmişler ve yenmeye elverişli olan şeyleri bulacak, üretecek mevkilere göç etmişlerdir (Maviş, 2003, s. 2). Özdemir, (2001, s. 14)'in ifadesiyle; Tarihten önceki dönemlerde insanlar topladıkları nebat kökleri, meyve, bal, avladıkları ve yakaladıkları hayvanların etleriyle beslenmişlerdir. Ateşin bulunmasından itibaren ise insanlar gıda maddelerini pişirmeyi öğrenmişlerdir. Böylelikle, ilk pişirme şekli de keşfedilmiştir.

Sabit yaşama alıştıktan sonra insanoğlu açısından beslenme işi karın doyurmaktan çok sofraya hazırlama ve sofrada farklı yemeye elverişli olan şeyleri bir araya getirmede ilerleme kaydetmiştir (Merdol, 1998, s. 137). Bir toplumun beslenme kültürü; coğrafya, iklim, tarım, hayvancılık, sanayileşme ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması gibi çok çeşitli faktörlerden etkilenerek gelişir ve değişir (Karaca, 2014, s. 1).

İnsanlığın, bütünüyle diğer canlılardan ayrı bir biçimde esas gereksinimlerinden bir tanesi olan yeme içme faaliyetini yaratıcılığa çevirdiği söylenmektedir (Baysal ve Küçükaslan, 2007, s. 4). Beslenme, yalnız damak zevki düşünülerek veya açlık duygusunu bastırmak için yapılan fiziksel bir etkinlik değildir. Beslenme, kişinin yaşına, cinsiyetine ve içerisinde bulunduğu pozisyona göre değişiklik göstermektedir (Bozkurt, 2001, s. 4).

1.1.2. Eğitim

İnsanlığın varoluşu, binlerce yıl evvelinden günümüze kadar süre gelen bir macera olarak izah edilmektedir (Tunç, 2017, s. 173). Eğitim fikrinin önceki asırlardan günümüze kadar birçok probleme çözüm üretme aracı olarak çeşitli kapsamlarla ele alındığı görülmektedir (Büyükdüvenci, 1983, s. 229).

Eğitim etkinlikleri insanın hayatı boyunca ailenin etkisiyle harekete geçer, devamında toplumsal ortamın da katılımıyla süreklilik arz eder. Gelişen olaylar sonucunda eğitim öğretim süresini içine alarak, meslek yaşamını da kapsayarak

insanın hayatı süresince eğitim hakkında konuşmak olası bir durumdur (Aydemir, 2018, s. 11).

Eğitim, fonksiyonel bakımdan pek çok görev yüklenirken, toplumda oluşan istekler için de farklı bir mesuliyet yüklenmektedir. Bundan ötürü pek çok filozof, eğitim biliminin önemini göz ardı etmeyerek değişik bakış açılarıyla yorumlamalar yapmıştır. Durkheim'in bakış açısından eğitim; kişi açısından hem somut ahlâka uygun tutumların haricinde sosyal yüksek ve yararlı niteliklerin kişiye aktarılma aşaması olarak ifade edilirken, Kant'ın bakış açısıyla toplumu oluşturan kişilerin kusursuzlaştırılması biçiminde tanımlanmaktadır (Afşar, 2011, s. 42).

Eğitimle alakalı genel ve çok yönlü tariflerden bazıları şu şekildedir (Kaya, 2006, s. 3).

- Genel anlamda, kişinin tutumlarında değişiklik meydana getirme sürecidir.
- Kişinin topluma ilişkin herkesçe kabul edilmiş, fikirleri ve hayat yollarını elde etmesinde etkiye sahip olan tüm toplumsal süreçlerdir.
- Kişinin ait olduğu toplumda önemi bulunan, beceri, tutum ve diğer hareket şekillerini geliştirdiği süreçlerin tamamıdır.
- Kişinin ait olduğu toplum içinde kullanım değeri olan yetenek, yönelme biçimi ve diğer tavır örüntüleri elde ettiği süreçlerin tamamıdır.

Eğitim olgusunun, toplumsal önemi ve evrimi üzerinde birçok yararı olduğu bilinmektedir (Afşar, 2011, s. 49). Eğitimin, toplumsal fonksiyonu kişinin şahsi gelişimi, toplum için yararlı olması amaçlanırken, aynı zamanda toplumun hayat ölçü ve niteliğini artırmasında önemli bir tesire sahip olduğu bilinmektedir (Türkmen, 2002, s. 58). Eğitim kişinin ilerlemesini bedensel, zihinsel ve hassas olarak etkilediği gibi kişiye iletilmek istenen tutumlar ve adetler üzerinde de ciddi ölçüde rol oynamaktadır (Doğan, 2015, s. 7).

Bu bağlamda, insan hayatının elzem bir ögesi haline gelen eğitime, süreç içerisinde çeşitli görevler yüklenmektedir. Bu tarihsel süreç zarfında değişik devirlerle anlatılmaktadır. Bu açıdan eğitimin tarihi esasları; Eski çağdaki uygarlıklar döneminde eğitim, bu dönem sonrasındaki eğitim, sanayileşme dönemi öncesi eğitim ve aydınlanma dönemi eğitimi şeklinde dört sınıfta değerlendirilmektedir (Çeken, 2006, s. 16).

Eğitim, ilmi anlamda yorumlanmasına karşın, eğitimle alakalı fikirler insanoğlunun varoluğuyla benzer devire denk gelmektedir. İlk devirlerdeki eğitim fikri hayatını idame ettirme m¼cadelesine özđü ve b¼t¼n topluluğu onaylayan pop¼list bir prensibe uzanırken izleyen devirlerde, özel olarak yazının keşfedilmesiyle bazı çevre ve şehirlerin kişisel eğitim biçiminin şekillendiği anlaşılmaktadır (Aytaç, 1998, s. 17). G¼n¼m¼z eğitim y¼nteminde ise øđrenenler araştırıcı, sorgulayan, uygulayarak yaşayarak bilgilenen ve øđrendiđi bilgileri øz¼mseyerek yalın anlamlandırmalar meydana getiren bireyler haline getirilmeye uğraşılmaktadır (Alakoç, 2003, s. 768).

Eğitimin g¼revi, b¼t¼n¼yle toplumun hedefi y¼n¼nde gelişip ¼lkeden ¼lkeye değişiklik g¼stermektedir. Fakat, eğitimin ana g¼revleri b¼t¼n toplumlarda bu farklılığı g¼stermemektedir. Bilhassa muhafazakâr ve reformcu olarak adlandırılan bu fonksiyonların toplumsal yenilikler ¼zerinde önemli etkileri g¼r¼lmektedir (Sağ, 2003, s. 13).

Eğitim; kişileri kendi yaşamlarında tasarlanmış biçimde istenilen y¼nde değişiklik yapmaktır ve belirli hedefler ile özel olarak oluşturulmuş ortamlarda y¼r¼t¼lmektedir (şanal, G¼ler ve Erdem, 2018, s. 408). Eğitim bilimi ve øđretim programları hareketli yapılar olup amaçlar, önem, eğitim g¼r¼řleri, bilim hayatları ve yorumlama biçimindeki ilkelerden meydana gelmektedir (Hotaman, 2010, s. 29). Eğitim, kişinin ait olduğu toplumda yeteneğini, tutumlarını ve olumlu diğer davranış t¼rlerinin şekillendirdiği s¼reçlerin tamamıdır. Kişinin toplumsal becerisinin ve kişisel gelişiminin g¼z øn¼ne serilmesi için tercih edilmiş olan ve disiplinli bir ortamı içinde barındıran sosyal bir s¼reçtir (Tezcan, 1996, s. 3).

1.1.3. Mutfak

Mutfak kavramını “beslenme ihtiyacını karşılayan yemek, yiyecek, içecek çeşitleri ve ¼r¼nlerin pişmeye hazır hale getirilmesi, ¼retim, muhafaza ve t¼ketim aşamasını; buna bağlı mekân ve araç gereci, yeme içme alışkanlıklarıyla bu bağlamda ilerleyen inanç ve pratiklerden meydana gelen b¼t¼nsel ve kendine has bir k¼lt¼rel oluşum” şeklinde ifade eden (Maviş, 2003, s. 58)’den farklı olarak Gvion ve Trostler (2008, s. 950)’de mutfağı, yemeğin hazırlanmasında kullanılan malzemeler, ¼retim, sunum ve yeme şekillerinin bir b¼lge ve halkla øzdeřleşmiş olan bileşimi olarak ifade etmiştir.

Mutfak kavramı en eski zamanlardan bugüne kadar uzanan, tüm toplumlarda farklı kültürel yapı ile yüzleştığımız kişilerin duygu ve hazlarına bağlı olarak büyüyen, bilime dayanan sanatsal durumdur (Ciğerim, 2001, s. 49). Mutfaklar, maziden bugüne kadar uzanan bir hayli öneme sahip kültür halkalarıdır. Mutfak kültürü kolay değişmeyen ve ulusların kültürleriyle ilgili değerlerini en uzun müddet içerisinde bulunduran mühim bir faktör olma niteliğini içinde barındırmaktadır (Düzgün ve Özkaya, 2015, s. 44).

Mutfak kavramı ile milletlerin sadece mutfaklarına dair yiyecek ve içecekleri değil diğer taraftan bu yiyecek ve içeceklerin hazırlanışı, pişirilmesi, yenilmesi, muhafaza ve servisine mahsus kurallar, servis sırasında seçilen ekipmanlar, mutfağın yeri, yapısı, toplu yemek merasimleri ve bu mahalde büyüyen inanış ve kullanımları 'da içine alan, yalın kültürel model hatırlanmalıdır (Özkaya ve Kızılkaya, 2009, s. 266).

Mutfak kavramı, fiziksel bir mekânı da anlatmaktadır. Bu ifadeyle mutfak yiyecek içecek malzemelerinin muhafaza edildiği, pişirerek yemek için üretildiği pişirildiği ve gerekli olduğunda da hazırlanan yemeklerin yenildiği mekân olabilmektedir. Bu mekân ev mutfağı veya otel mutfağı; (Özdemir, 2001, s. 7), ya da restoran mutfağı olabilir.

1.1.3.1. Mutfak Ortamı ve Kültürü

Yeme içme insanlığın mevcudiyetinden bu yana çok ehemmiyet gösterilen, yaşamın devamlılığını tesis eden, en ciddi gereksinimlerden olduğu düşünülen bir eylem olarak gün yüzüne çıkmıştır (Düzgün ve Özkaya, 2015, s. 44).

Moltay (1995), ifadesiyle mutfak, iki manada kullanılabilen bir görüşür şeklinde yorumlamıştır. Hem fiziki yer anlamında hem de medeniyetle ilişkilendirilerek ifade edilmektedir. Gözle görülen bir yer olarak tasvir edildiğinde, yeme içme eyleminin düzenlendiği yerler toplamı şeklinde tarif edilmektedir. İşletme açısından mutfak “her çeşit yemeğin hazırlandığı, üretildiği ve kimi zaman da işyerinin yapısı nedeniyle harcandığı mekandır” (Kaya, 2000, s. 52).

Mutfağı farklı bakış açıları ile de düşünebiliriz. Bunlar bilimsel, sanatsal ve sosyolojik anlamda karşımıza çıkabilir. Bu düşünceyle; İnsanlık tarihinin birincil kimyasal yöntemi insanlar yakaladıklarını, avlandıklarını ve imal ettiklerini pişirerek başarmıştır. Gıdalarda meydana gelen biyokimyasal değişimleri tat ve aroma

değişimleri sayesinde yaratmışlardır. Tabiata bağımlı olmadan arzu ettikleri zamanda, kontrolünün kendilerinde olduğu ateş yardımıyla diledikleri ortamda yemek sanatını icra ederek birbirlerine olan ilgilerini yükseltmişlerdir. Çünkü, yemek pişirmek emek bölüşümü gerektiren bir olgudur (Armesto, 2007, s. 23).

Mutfak, milletlerin yeme içme ile alakalı medeniyetlerine bahsedilen isimdir. Mutfak, yemeklerin hazırlanması için yararlanılan ekipmanları, yemek üretim yeteneğinin hassas ve önemli noktalarını, yemek merasimini anlatan bir kültürdür (Mussman ve Pahalı, 1994, s. 4). Dünyada bulunan toplumlar sahip oldukları mutfak kültürüne ve beslenme tarzına sahiptir. Mutfak kültürünü, içinde oldukları coğrafyanın şekli, dini, dili, yaşam biçimi, örf, adet ve ananeleri biçimlendirmektedir (Bucak ve Taşpınar, 2014, s. 553; Serçeoğlu, 2014, s. 37). Dünyadaki toplumlardan daha küçük ölçekli düşünüldüğünde; Mutfak, bir bölge ve toplumla özdeşleşmiş bulunan yemeğin hazırlanmasında yararlanılan ürünler, üretim, sunum ve yeme içme faaliyetlerinin bileşimi olarak açıklamıştır (Gvion ve Trostler, 2008, s. 950).

1.1.3.2. Mutfağın Tarihsel Gelişimi

Besin ve içecek gereksinimi bireylerin yaşamını sürdürebilmesi için Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi piramidinde en mühim gereksinimlerden biri olan karşılanması gerekli olan ilk basamaktır (Aymankuy ve Sarıoğlu, 2007, s. 8). Tarihin geçmişinde bilginlerin üzerinde durduğu araştırmalar ve keşifler insanoğlunun mağara döneminde dahi beslenmesi için mağaralarında mutfak anlamında farklı bir mekân ve alet edevat kullandıklarını ispat etmektedir. Mutfak, fazlasıyla ilkel de olsa ilk insanla başlamıştır (Dereli, 1989, s. 2).

Mutfak kavramı, farklı devirler içinde değişik aşamalardan geçen insanoğlunun ilk hayat emarelerini göstermeye başladığı andan itibaren mecburi gereksinim biçiminde yüzleştığımız gıda gereksinimi ve bu gereksinimi temin etmeye özgü olarak büyüyen bir fikirdir (Düzgün ve Özkaya, 2015, s. 42). İnsanların tarih süresince karşı karşıya kaldıkları gelişmeler, icatları, hayatlarını, medeniyetlerini, belki de tavırlarını etkilemiştir. Bütün bu gelişim, insanların kültürlerinin belli bölümü olan mutfağa da etkide bulunmuştur. Bu sebeple mutfak; teknolojik, ekonomik ve sosyolojik dönüşümlerin en ciddi faaliyet alanlarından biri haline gelmiştir (Özdemir, 2001, s. 13). Özellikle tarihteki ilk toplulukların avlanma, yakalama ve toplayıcılıkla harekete geçmiş olduğu meşguliyet, taşın araçların ve ateşin bulunuşu ile sürmüştür. Fakat, ilk insanlar mutfaklarındaki ustalıklarını Neolitik dönemde elde etmişlerdir. Neolitik

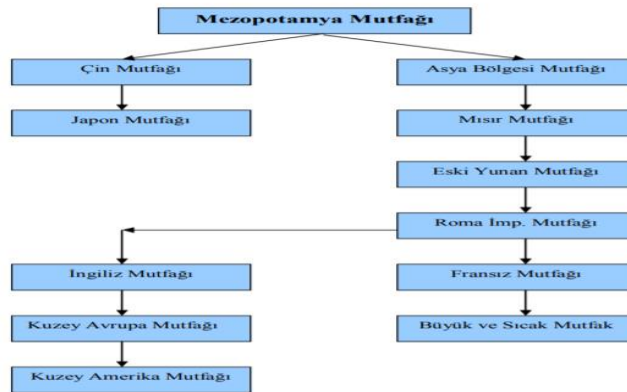
dönemde insanoğlu avcı-toplayıcılığın haricinde ziraat ve yetiştiriciliğe de merak sarmıştır. Bu sebeple, imalat keşfedilmiş ve o dönemde yaşayan toplumlar ekip biçtikleri bu ürünlerin hasadını beklemek adına güncel şehir yaşamının kaynaklarını meydana getiren oturmuş yaşamı tercih etmişlerdir. Bu devirde, insanlık yalnızca proteine bağlı yemek yemeyi terk ederek farklı nebatları, hayvan temelli üretimleri ve aroma tat arttırıcılarla bir araya getirerek yemek pişirmeyi öğrenmişlerdir. Neolitik devirde bilhassa Mezopotamya ve Anadolu ciddi görev üstlenmiştir (Düzgün ve Özkaya, 2015, s. 44).

Başlangıç yeri Mezopotamya olan mutfak kùltürü toplumların yemek medeniyetlerini meydana getirmiş ve çeşitlerini de arttırmıştır. Mutfak kùltür ve medeniyetine ilişkin sayısız bulgusunda M.Ö. 10 binli senelerde toplumların kocaman mutfaklarda birlikte yemek yediklerine dair bulgular ortaya çıkmıştır. (Gürsoy, 2013, s. 27). Yerleşik yaşama başladıktan sonra insanlar için beslenme, karın doyurmaktan çok sofrta hazırlama ve sofrada değişik yemekleri bir arada kullanma da ilerleme göstermiştir (Merdol, 1998, s. 137). Mezopotamya bölgesinde ortaya çıkan o döneme ait eski kaynaklarda bilhassa günümüz Güneydoğu Anadolu'sunda şanlıurfa şehir sınırlarının içinde yer alan Göbeklitepe bu konu bakımından son derece ciddi örneklerdendir. İleriki devirlerde meydana gelen iyi anlamdaki değişikliklerin yeryüzüne bu coğrafyadan dağılması Anadolu'nun verimliliğini bariz bir biçimde yükseltmiştir. Anadolu'nun etkinliği Türk mutfağının önemini ortaya koymuştur. Bunu kanıtlayabilmek için; Çin ve Fransız mutfaklarıyla beraber yerkürenin en önemli üç mutfağından biri olarak işaret edilen Türk mutfağının, dünya mutfakları çerçevesinde konumunu belirleyebilmek adına farklı mutfak medeniyetlerine ve bu mutfak medeniyetlerinin mazilerine inmek zorunludur. Tarımın ilk yapıldığı ve bununla birlikte medeniyetlerin merkezi olan Mezopotamya bölgesi, hava şartlarının zengin yelpazesi ve birçok kùltürün mirasını elinde bulundurması gibi nedenlerle varlıklı ve bereketli bir mutfağı mülkiyeti altına almıştır. Yemek pişirme sanatı, ilk defa bu çevrede meydana çıkmış, daha sonra Çin ve Asya mutfakları olarak dünya bütününde ikiye ayrılmıştır. Çin mutfağı daha sonra çoğunlukla mutfak medeniyetleri açasından birbirlerini anımsatan Japon mutfağının esasını meydana getirmiştir. Başka acağan ise Asya mutfağının evrim hikayesi ortaya çıkmış, bir bakıma bu da Mısır mutfağına yardımda bulunmuştur. Aynı biçimde Eski Yunan (Grek) mutfağının Mısır mutfağından etkilendiği, bu mutfağın da Roma ve Fransız mutfaklarını meydana

getirdiği; Fransız mutfağının ise yüksek ve sıcak mutfağın ortaya çıkmasına yardımcı olduğu ifade edilebilir. Diğer taraftan, Eski Yunan mutfağının İngiliz mutfağıyla da karşılıklı olarak birbirlerini etkilediği, bu etkileşimin Kuzey Avrupa ve Kuzey Amerika mutfaklarını bile etkilediği ifade edilebilir (Düzgün ve Özkaya, 2015, s. 44-45).

Bu dönemden orta çağa ulaşıldığında farklı ihtiyaçlar ortaya çıkmaya başlamıştır; Orta çağın ilk senelerinde yaşam daha çok hayatta kalmayla alakalı olmuştur (Özdemir, 2001, s. 14). Orta çağda, mutfakla alakalı olarak yaşanan değişimler Avrupa devletlerinin özellikle Fransız mutfağının gelişimi bakımından kaynak meydana getirmiştir (Özdemir, 2001, s. 15). Fransız mutfak kültürünün gelişimi yalnızca Avrupa mutfağını etkisi altına almamış tüm dünya mutfaklarına literatür anlamında yol göstericilik yaparak günümüz mutfak yapısının temelini ortaya koymuştur.

Günümüzde, insanlar yemek yeme ihtiyaçlarını giderebilmek için ilk insanlar gibi çok zaman harcayarak emek vermek zorunda değillerdir. Ne ava çıkmak ne de avlamış olduklarını muhafaza etmeleri önemini kaybetmiştir. Teknolojinin ilerlemesi insani yaşamı her manada basitleştirmiştir. Gelişmelerin bilhassa yemek hazırlamaya dair yaşamı rahatlatması, emek gerektiren yemeklerin giderek akıldan çıkmasına sebep olmuştur. Teknolojik ilerlemelerle beraber; doğal süt yağının yerine endüstriyel yağların kullanılması, mamul endüstriyel besinlerin mutfakta boy göstermeye başlaması, mutfakta ihtiyaç duyulan ekipmanlarının değişmesi gibi hususlar bile besinlerin lezzet ve tatlarının başka boyutlara taşınmasına sebebiyet vermiştir (Baysal, 1993, s. 39).



Şekil 1. Mutfağın Gelişimi

Kaynak : Çetin, (1993, s. 14).

Şekil 1’de mutfağın gelişimini gösteren şekil bulunmaktadır.

1.1.4. Gastronomi

Kaynağında Yunanca Gaster (mide) ve Nomos (yasa) kelimelerinden gastronomi terimi oluşmuştur. Gastronomi kelimesi, Yunanca’ da “mideyi düzenleme sanatı ya da kuralı” anlamına gelir. Öncelikle Antik Yunan devrinde söylenmiştir (Santich, 2004, s. 16). Kivela ve Crotts (2006)’a göre, gastronomiyi deyim olarak mide ve yasa kelimelerinden oluşan, ulus veya bölge mutfaklarını birbirinden ayrı olarak düşünen, ulusların veya bölgelerin yemeklerini, yeme içme adetlerini ve yemek hazırlama yöntemlerini açıklamaktadır; (Keskin, Örgün ve Akbulut, 2017, s. 256).

Genç (2014, s. 427)’e göre; Kelimenin köken bilimine bakıldığında Fransızca’ da “gastronomie” sözcüğüyle alakalı olup ağız tadı ustası, lokantacı benzeri manasında ifade edilebilir şeklinde belirtmiştir. Gastronomi kelimesi ilk olarak Joseph Berchoux’un “gastronomi ya da tarladan sofraya insan” (1801) isimli kitabında kullanılınca literatüre girmiş, sonradan 1835 senesinde Fransız Akademisi “gastronomi” kelimesini lügatına alarak resmi hale getirmiştir (Gürsoy, 2014, s. 12). Gastronomi terimi “iyi yemek yeme sanatı” bakımından da 1835 senesinde Fransız mutfak yazınına girmiştir. Ancak başka taraftan Yunan Archestratus’un M.Ö. Akdeniz bölgesini içine alan yemek ve içilebilen her türlü malzeme ile alakalı yol göstericilik adına kaleme aldığı “Gastronomia” adlı kitaba göre gastronomi sözcüğünün asırlar önce kullanıldığı düşünülmektedir (Kaşlı, Cankül, Köz ve Ekici, 2015, s. 31).

Gastronomi konusunda müşterek bir tarif yoktur. Gastronominin ansiklopedik anlamdaki tariflerinde ortak fikirde bulunduğu nokta “iyi yemenin sanatı ve bilimi” şeklinde adlandırılmasıdır. Kültürün veri, ihtisas, tecrübe ile bir araya gelmesiyle iyi yemek yemenin bilimi zaman içinde oluşmaktadır (Şener, 2016, s. 83). Bir başka tarife göre ise gastronomi, içerisinde bulundurduğu bütün sanatsal ve bilimsel faktörlerle yiyecek ve içeceklerin tarihsel evrim aşamalarından itibaren bütün niteliklerinin detaylı bir şekilde anlaşılması, kullanılması ve iyileştirilerek bugünkü koşullarına adapte çabalarını içine alan bir bilim kolu şeklinde tarif edilebilir (Eren, 2007, s. 74). Bir başka ifadeyle gastronomi, yemekten alınan lezzet ve istek benzeri doyum nedeni ile tecrübe ve hatanın, tarihi tecrübenin, medeniyetin, adetlerin, becerinin, çabanın, özenin, kazanılmış zevklerimize elverişli olarak, uyumlu bir biçimde, toplanmasıdır (Hatipoğlu, Batman ve Sarıışık, 2009, s. 1; Hatipoğlu, 2010, s. 5- 6). Diğer taraftan gastronomi, yemek kültürünün bilim ve sanata dönüştürülmesi şeklinde adlandırılabilir (Bucak ve Aracı, 2013, s. 207). Kısaca gastronomi, güzel yemek yeme

ve içme sanatını tüketilebilir bütün yiyecek ve içecek maddeleriyle kültür arasındaki bağlantıyı araştıran bir otorite biçiminde ifade edilebilir (Cömert ve Özkaya, 2014, s. 63).

Olabilecek en yararlı beslenme şekliyle insanlığın gözetim altına alınması ve yaşamdan keyif almanın sağlanması gastronominin amacını oluşturmaktadır (Hatipoğlu, Batman ve Sarıışık, 2009, s. 1; Kemer, 2011, s. 5). Gastronomiyi “yeni” bilim alanı olarak düşünen Brillat Savarin’e göre, gastronominin amacı, olabilecek en güzel bir beslenme ile insanın yaşamını devam ettirmesini sağlamaktır. Gastronominin hedefi ise, yemeğin yapılması için gereken muhteviyatı arayan, tedarik eden ve üretenlere belli kurallara göre yol gösterici olmaktır (Scarpato, 2004, s. 54).

Diğer taraftan gastronomi sözcüğü, mutfakla alakalı bir anlam bildiren “culinary” ve mutfak kültürü manasına gelen “cuisine” sözcükleriyle de benzerlik gösterdiği düşünüldüğünden, birlikte biri diğerine karşılık olarak tercih edildiğinde mana karışıklığına neden olmaktadır (Çifçi, 2019, s. 5). Bu nedenle; gastronominin çalışma konusu, besin içerikli bütün öğelerin temiz olan fakat sağlığa elverişli olması beklenmeyen yiyeceklerden alınan maksimum lezzet ve gözü tatmin hedeflenerek masaya, yenilecek duruma hazırlanmasına kadar geçen hareketler dizisidir (Kaşlı, Cankül, Köz ve Ekici, 2015, s. 31).

Genel anlamıyla gastronomi; insanoğlunun mutluluğu ve besini hakkında her zeminde ortak görüş tesis edilmiş çok yönlü veriler bütünüdür (Altınel, 2009, s. 2; Hatipoğlu, Batman ve Sarıışık, 2009, s. 1). Multidisipliner bir yapı içerisinde olan gastronomi bir bilim dalıdır (Wilkins ve Hill 1994, s. 21). Fonksiyonel bakımdan gastronomi; temel esasların meydana getirdiği konsantrasyonla, yemek şekline getirilebilecek bütün materyali araştıran, makul değerden tedarik eden ve organize eden ilgililere danışmanlık yapar. Bu biçimde bir bütünlükle çizgilerini açan gastronomi; antropoloji, sosyoloji, ekonomi, kimya, ziraat, çevrebilim, tıp, klasik değerler ve güncel teknolojilerle bağlantılar geliştirilerek; yalnızca yiyecek içecek bağlamında olmadığını da kanıtlamıştır (Altınel, 2009, s. 2). Kısacası, gastronominin disiplinler arası bir alan olduğu ekseriyetle kimyadan antropolojiye birçok bilim çeşidi ile alakalı olduğunu söylemektedir (Kivela ve Crotts, 2006, s. 355). Gastronomi kavramının sayısız bilim dalıyla bağlantısının bulunması sebebiyle yemek işini çoğu alanla kombine ederek yemek yeme durumunu başka boyutlara aktarmaktadır (Aksoy ve Sezgi, 2015, s. 80).

Yiyecek ve içeceklerle alakalı her şey gastronominin konusudur, dolayısıyla odak noktası insandır (Gillespie ve Cousins, 2001, s. 2). Bu anlatımla da gastronominin çalışma çevresini, nerede, ne zaman, nasıl, ne kadar, ne şekilde ve ne ile beraberce ne yenip ne içileceği hakkında referans ve yol gösterici olarak düşünülmesi olasıdır (Santich, 2004, s. 16). Sadece bu sözcükler yemeği yararlanılacak duruma getirerek pişirme safhalarını tanımlamaya çabalarlarken, gastronomi daha yaygın manada yiyecek ve içeceklerin üretilmesi ve tüketilmesi, yiyecek ve içecekten edinilen zevki, estetiği, kaliteli bir hayat biçimini ifade etmeye gayret eder (Ignatov ve Smith, 2006, s. 236). Bu anlatımdan da anlaşılacağı üzere; gastronomi de yeme içme kültürünü meydana getiren, her bir öğeyi detaylıca inceleyen multidisipliner bir mecradır (Hatipoğlu, 2014, s. 10).

Başka birçok farklı ifadeye bakıldığında değişik öngörüler mevcuttur:

Gastronomi, yalnızca yeme içme sanatı değildir, yiyecek ve içeceklerle alakalı bütün öğelerin bilim, sanat ve kültürle olan etkileşiminden meydana gelmektedir (Çalışkan, 2013, s. 39). Gastronomi süreci, ziraat, gıdanın üretimi, pazarlama ve tüketimini içine alan tüm toplumsal, ruhbilimsel, kültürel ve siyasal unsurlarla alakalıdır (Öney, 2013, s. 164). De Silva (2003); Mil (2009) , günümüzde gastronomi sözcüğü anlam açısından “iyi yeme sanatı” ve “belirli bir bölgedeki mutfak alışkanlıkları ve stilleri” şeklindeki ifadelerinin onaylandığını beyan etmişlerdir. Dolayısıyla, yiyecek içeceklerin görsel, işitsel, tatsal estetiğinin ve tatlarının keşfedilmesi gastronominin sanatsal yaratıcılığıdır. Bu sebeple, üretilen her türlü yemeğin servisi için gerekli sunum tabağının ve içeceğin servis edildiği bardağın, estetiği ve güzelliği birer sanat yapıtı olarak takdim edilmelidir (Öney, 2013, s. 161).

Yeme içme bilimi anlamına gelen gastronomi, araştırmacılar eliyle literatürde sürekli kullanılan “yaşamın sanatı” şeklinde bilinen gastronomi sayısız insan için hayatın keyfe açılan kapısı şeklinde anlaşılmakta, bazı araştırmacılar içinse insanoğlunun olmazsa olmazı olan sağlık öğesinin temel taşı olarak onaylanmaktadır. Gastronominin bu büyük önem taşıyan faktörlerin geçiş çizgisi olması onu insanlık tarihi açısından kuşaktan kuşağa ulaştıracak bir bilim haline getirmiştir. Gastronomi konusunda gerçekleştirilen araştırmaların yoğunlukla mutluluk ve güdülerin saptanmasına dair olması gastronominin daha görülmemiş bir bilim kolu olduğunu gösterebilir. Bu noktada gastronomi bilimi için elde edilecek her bir bilgi, konunun

daha belirgin olarak algılanabilmesi açısından kazanım olacaktır (Zengin, Uyar ve Erkol, 2015, s. 1).

Akademik olarak düşünül­düğü de ise bu çoklu bilim dalı alanı hala tam anlamıyla gün yüzüne çıkarılamamıştır. Farklı açıdan, gastronominin akademik çevrelerce bir bilim dalı olup olmadığı da henüz tartışılmaya devam edilmektedir (Maberly ve Reid, 2014, s. 557).

1.1.4.1. Gastronomi Kavramı

Ana gereksinim sayılan yemek yeme, ateşin bulunması ve oturmuş sisteme geçilmesiyle daha çok süre ve gayret isteyen bir meşguliyet haline gelmiş, zamanla konu ile ilgili anlaşmazlıkların olduğu, farklı özellikleriyle çalışmalara konu olan bir bilim dalı olarak tanınmıştır (Şener, 2016, s. 82-83). Tanımı nispeten zor olan gastronomi kelimesi, ilk defa 1801 senesinde hayatımıza girmiştir (Scarpato, 2003, s. 139). Dünden bugüne gastronomi ifadesi güç bir görüş olmuştur. Üstelik gastronomi kavramı eskiden genellikle bir değeri tarif etmek amacıyla kullanılırken (gastronomik kişi, gastronomik ürün vb.) bugün daha detaylı ifadeleri kendi kendine açıklayan ancak henüz izah edilmesi güç bir görüş olarak kullanılmaktadır. Çağdaş ifadeyle gastronomi ise bir referans ve kılavuz vasfında olup, insanoğlunun yiyip içtiklerinin ne, ne kadar, nasıl, nerede, neden ne zaman ne biçimde ve hangi düzen ile olması gerekliliğini ifade etmeye destek olur (Santich, 2004, s. 16). Gastronomi, ana hatlarıyla “yemek sanatı” şeklinde düşünülse de gerçekleştirilen incelemeler neticesinde ve alan yazında pek çok yazara göre gastronomi çok kapsamlı bir ifadedir ve bu kavramın kesin olarak tarifinin olanaklı olmadığı müdafaa edilmektedir (Çifçi, 2019, s. 4).

“Diğer taraftan gastronomi sınıflandırıldığı takdirde; üretim, tüketim, her iki fonksiyon ve kültür boyutu üzerinden düşünül­düğünde şu özellikleri ile karşımıza çıkar (Baysal ve Küçükaslan, 2007, s. 7-10; Kemer, 2011, s. 5-6; Akgöl, 2012, s. 18; Hatipoğlu, 2014, s. 13).

Gastronominin Üretim Boyutu:

- İyi yemek hazırlama, pişirme, sunma ile güzel masa kurma bilim ve sanatı
- İyi yemek yeme ile ilgili faaliyetler ve bilgi birikimi
- Yemek pişirme-aşçılık ile ilgili prensip ve uygulamalardır

Gastronominin Tüketim Boyutu:

- İyi yiyecek ve içecekten hoşlanma
- İyi yemek yeme konusunda abartılı davranma
- Lüks ve lezzetli yiyeceklere düşkünlük ve tutkudur

Üretim ve Tüketim Boyutu ile Gastronomi:

- Yiyeceklerin hazırlanma, pişirilme ve servis edilme süreci
- Yemeği uygun kural ve araç gereç kullanarak sunup yenilmesi sanatı
- Menüde bulunan yemeklerin ne kadar satıldığı
- Belirli bölge ve ülkelerle ilgili mutfak gelenek ve göreneklerini de içeren iyi yiyecek yeme bilim ve sanatı
- Damak tadı ve iştah gibi zevklerin, tarihsel bilginin, kültürün, alışkanlığın, yeteneğin, emeğin ve ihtimamın beğenimize uygun olarak ahenkle bir araya gelmesidir

Kültürel Boyutu ile Gastronomi:

- Gastronomi somut özelliklerinin yanı sıra gidilen bölgenin geçmişi hakkında bilgi edinme imkânı sunan soyut bir araçtır
- Gastronomi bir tabak içerisine konulmuş olan yemeğin ötesinde kültürel izlere sahip bir nesne niteliği taşımaktadır
- Gastronomi ziyaret edilen yörede yaşayan insanlar ile kültür etkileşimi sağlaması açısından fırsat yaratır
- Gastronomi deneyiminin gerçekleştiği aşamada insanlar farkında olmadan da kültürel etkileşim başlar (Baysal ve Küçükaslan, 2007, s. 7-10; Kemer, 2011, s. 5-6; Akgöl, 2012, s. 18; Hatipoğlu, 2014, s. 13).



Şekil 2. Gastronomi Kavramıyla İlişkili Kelimelerin Gösterildiği Kelime Bulutu

Kaynak: Keskin, vd., (2017, s. 260); Sezen, (2018, s. 11).

Şekil 2’de gastronomi kavramıyla ilişkili kelimelerin gösterildiği kelime bulutu bulunmaktadır.

Gastronomi, yalnızca yiyecek ve içeceklerin düzenlenerek üretilip ve tüketilmesi açısından bir aşama anlamına gelmediği bununla beraber ideolojik, kültürel, ekonomik, sosyal ve politik yapı içerisinde adına statü edindiğini belirtmekte yarar bulunmaktadır. Gastronominin sınırlarını, yiyecek ve içecek türleri, yiyecek ve içeceklerin imalatı, sunum şekli ve tüketimi, besinlerin fizyolojisi, mikrobiyolojisi, beslenme, yeme içme adetleri ve yatkınlıkları ve restoran işletmeciliği meydana getirmektedir (Çalışkan, 2013, s. 40). İnsanoğlunun leziz ve hoş yemeği belirleme, üretebilme ve yeme sanatı anlamında ifade edilen gastronomi alanı ulusların mutfak kültürlerinin araştırılması ve tanınması için uygulanması gerekli meseleleri de içermektedir (Gök, Sezgi ve Yıldırım, 2017, s. 61).

Ülkemizde son senelerde gastronomi bilimine duyulan merak bu mecranın yalnızca gereksinimi telafi etmek adına yeme içme etkinliklerinden meydana gelmediği, ayrıca bu nedenle hayata geçirilmiş olan esnaf restoranları şeklindeki işyerlerinin gerçekte yöresel geleneklerin bir bölümünü yansıttığı görüşlerinin benimsenmesiyle gastronomi kavramının çizgileri, bu kavramdan anlaşılan manaları yaygın hale getirmiştir. Bu sebeple, gastronomi içerisinde bulunan esas işgücü olanaklarının sınırlı prensipler dahilinde elverişli biçimlerde uygulanmasını da mecbur eden, bu alandaki insanların da uygunluklarını ifade eden başka manaları da içine alan bir duruma evrilmiştir (Çifçi, 2019, s. 1).

1.1.4.2. Gastronomi Kavramları

Gastronomi bilimi, kendi otoritesi içerisinde bazı kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu kavramlar içinde en fazla konuşulan üçü gastronom, gurme ve degüstatör kavramlarıdır (Akgöl, 2012, s. 41). Fakat, gastronomi kavramları yalnızca bu üç kavramdan oluşmamaktadır. Belli bir süre geçtikten ve gastronomi bilimi gelişmeye ve popüler olmaya başladıktan sonra bunlara yenileri ilave olmaya başlamıştır.

1.1.4.2.1. Gastronom

Gürsoy (2014)’e göre; gastronom (gastronome) kavramı ilk defa 1803 tarihinde insanlığın karşısına çıkmıştır. Gastronomun anlattığı fikir gastronomi uzmanıdır. Bu kimse, bir tabak sıradan yemekte bile hoş bir taraf keşfetmekte, ondan zevk almaktadır.

Üzerinde konuşulan uzmanların bulmaya çalıştığı şey gerçekte abartılı tatlardan çok kendilerine farklı ve harika lezzetler servis edilmesidir. Gastronomların başka bir vasfı ise araştırmacı taraflarıyla çevrelerinde öğretici bir görev yüklenmeleridir. Bu öğretici görevleri gastronomları gurmelerden farklı kılmaktadır. Gurmeler, tecrübelerini kendilerine saklayarak keyifleri için yerken, gastronomlar ise tecrübelerini öğrenmek isteyen insanlarla bölüşmekte ve bu şekilde daha önce anlatıldığı şekilde onları yetiştirmektedirler şeklinde ifade etmiştir.

Gastronomide; mutfak ve servis sanatları hususunda ustalaşmış insanlara gastronom (Altınel, 2009, s. 2) tanımı yapılırken, TDK (2021)'na göre; “damak zevki olan, ağzının tadını bilen, iyi yemekten anlayan kimse” tanımı görülmektedir. Farklı bir anlatımla gastronom, yiyecek üretim artisti ya da sanatçısıdır. Güzel yemek hususunda üne sahip, bir restoranın ya da bir evin malikidir. Mutfak ve servis sanatları ustası, gastronomi alanında yetişmiş kimsedir (Hatipoğlu, 2010. s. 7). Mennell (1996, s. 106), gastronomları “aşçılıkla ilgili lezzetlerin propagandacıları” olarak tarif etmektedir. Gastronom için farklı yazarlar farklı tariflerde bulunmuşlardır. Tarifler arasında tam bir uyum olduğunu söylemek olanaklı gözükmemektedir Açıklamalardan da anlaşılacağı üzere bazı yazarlar gastronomun yemek yapması gerektiğini ifade ederken, kimi yazarlar da gastronomu yemek yapması gerekmeyen fakat yeme içmeyi iyi bilmesi gereken kişiler olarak ifade etmişlerdir. Gerçek gastronom, mutfak sanatının en rafine üretimlerini bilmekte ve bilgisini özenle kullanmaktadır. Gündelik olanı daha basit fakat kusursuz olanı araştırmaktadır (Hatipoğlu, 2014, s. 20).

1.1.4.2.2. Gurme

Düzenli bir meslekte belirli bir konuda bilgi fikir ve ustalığı çok olan insanlar uzman olarak düşünülmektedir. Günümüzde uzmanlık her platformda olduğu gibi gastronomi sektöründe de önemlidir. Gastronomi sektöründe işinde yetkin denildiğinde akla “gurme” kavramı ve gurmeler gelmektedir. Gurme kavramı yalın anlatımla yiyecek içecek ustası şeklinde adlandırılmakta ve alakalı çeşitli görüşlerle paralellik meydana gelmektedir. Gerçekten yazında gurme kavramının değişik bakış açılarıyla değerlendirildiği ve bu nedenle tek ve kesin bir tarifinin olmadığı anlaşılmaktadır. Gurme kavramı son dönemlerde toplumsal yaşamda değişik birçok fırsatta karşı karşıya geldiğimiz bir kavram olmuştur. Çünkü, yeme içme dürtüsü bütün insanların devamlı olarak yaşadığı bir sonuçtur. Gurmelik hissini herkes kendine yakıştırmakta, herkesin içinde bir gurmelik dürtüsü bulunmaktadır. Fakat kavramın

içine girildiğinde çeşitli insanların yeterli kriterleri taşımadığı halde kendilerini gurme (sonradan gurme) şeklinde niteledikleri görülmektedir. (Yılmaz ve Ekincek, 2016, s. 115).

Sahip oldukları toplumsal rol dolayısıyla gastronom ve gurme kavramları birbirlerinden farklılık göstermektedirler (Akgöl, 2012, s. 42). Gürsoy (2014), Büyük Mutfak Lügati'nı yazan Alexandre Dumas (1802-1870), ağzının tadının farkında olanlar hem lezzetin peşinden koşarlar hem de yediklerinin miktarı azdır. Ağzının tadını bilen olarak adlandırılan gurmeler ayrıcalığı takip ederler biçiminde yorum yapmıştır. Işın (2010), için gurme tanımı çok yönlü olarak hangi yemeğin yanında hangi şarabın içilebileceğini anlayan, yemeğin tadına kritik yapabilen ve yediği yemeğin içerisinde bir tutam bile kullanılan baharatın ne olduğunu söyleyebilen kişi için kullanılmaktadır şeklinde ifade etmiştir. Mennell (1996, s. 106)' e göre; gurme vasfını kazanabilmek için insanın bizzat gastronomi meselesine gönül vermek, isteyerek vakfetmesi ve gastronomiyi merak olarak gözetmesi istenmektedir. Kaliteli yemek, oldukça hesaplı tüketilebildiği gibi lezzetleri denetleyebilmek için yalnızca eğitim, kültür ve alâka mecburidir. Bu nedenle gurmeliğin gelir düzeyi ile ilgisi bulunmamaktadır şeklinde ifade etmiştir.

Gurme; yemek ve içmek hususlarında ayrıntıları, bir yemeğin üretiminde kullanılan malzemelerinin egzotizmi ve ahengi, üretilmesindeki titizlikleri, üretilirken ona verilen ruhu tanıyan ve kıymet veren kimseyken (Öney, 2013, s. 162), damak zevkini elinde bulundurup, ağız tadıyla kaliteli yemekten hoşlanan ve az da olsa mutfak bilgisi olanlara ise gurme denir (Altınel, 2009, s. 2). Başka bir bakış açısına göre gurme; yemek ve içmek meselelerinde ayrıntıları, bir yemeğin hammaddelerindeki yöresel görüşleri yansıtmaya ve uyumu, pişirilirken ona katılan ruhu bilen ve takdir eden kimsedir (Öney, 2013, s. 162).

Günümüzde ise bir gurme, yiyeceğin ve içeceğin lezzeti konusunda fikir sahibi olan, diğer kişilerden ayrı biçimde bir yemeği yorumlayabilen “tadım ustası” kimse biçiminde tanımlanabilir (Dilsiz, 2010, s. 5).

Sonuç olarak gurme, değişikliklere itiraz olmadan yemek ve tatları ayırmadan test eden, gıdaların topraktan sofralarımıza gelene kadar geçen zaman ve damak lezzeti hakkında geniş bir bilgiye sahip bulunan, koku ve lezzetleri seçebilen, mutfak ekipmanlarını tanıyan, yemeğin tarihini, temel gıdalar haricinde yerel lezzetleri de

bilen, bunu hayat şekli haline getirerek değişik tatların takibinde olan insan olarak açıklanabilir. Gurme, aynı zamanda yemek bileşenlerini iyi bilmeli, hazırlama ve üretimden başlayan zaman içinde karşılıklı olan ahengine hâkim olmalı, menü oluşturabilmeli, bunun haricinde başta şarap kültürü olacak şekilde içeceklerle ilgili olarak da yetkinliğe sahip olmalıdır (Yılmaz ve Ekincek, 2016, s. 121-122).

1.1.4.2.3. Degüstatör

Degüstatör kavramı düşünüldüğünde ilk akla gelmesi gereken alt kavram degüstasyondur. Buradan yola çıkarak degüstasyon; bir ürünün mahiyetini, tatma eylemi fiiliyle değerlendirmektir (Gastronomique, 2005, s. 1039).

Özellikle, şarap tadımı gerçekleştirildiği için degüstatör düşünüldüğünde ilk düşünülen kişiler şarap tadımcıdır. Şarap degüstasyonunda sadece tat alma algısı kullanılmaz. Gözlem ile harekete geçen degüstasyon faaliyeti koku almakla sürüp neticede tadımla son bulur (Akgöl, 2012, s. 43). Fakat kavram anlamıyla en çok kullanıldığı şekliyle; dünya genelinde daha çok şarap tadımı yapan tat alma yetisine sahip kişiler için degüstatör kavramı kullanılmaktadır (Hatipoğlu, 2010, s. 7).

Gastronomide farklı bakış açısıyla düşünüldüğünde degüstatör; bir yiyecek ya da içeceğin kalitesini değerlendiren bilirkişidir (Gastronomique, 2005, s. 229).

1.1.4.2.4. Gurman

Gürsoy (2014)'a göre, boğazına düşkünlük olarak adlandırılan “gurman”, hem tat peşinde koşmayı hem de fazlaca yemeyi ifade etmektedir şeklinde belirtmiştir. Diğer bir ifadeyle, yaşamını sürdürmek için yemek yeme düşüncesiyle faydasız ürünler tüketen, yemek kültürüyle ilgili fikri olmayan, yemeğin sunumu, görüntüsü, tadı, sağlıklı ve temiz olduğu gibi kriterlere ehemmiyet vermeden önüne konanı yiyen pisboğaz şahıs şeklinde ifade edilebilir (Dilsiz, 2010, s. 5). Bu sözcük gastronominin gelişimini kötü etkileyen bir kavram olarak belirtilmiştir. Amacı sadece doymak olup, yemek sunumu, lezzeti, hijyeni önemsemeyen bulduğu her şeyi yiyen obur kişilerdir (Aksekili, 2008, s. 2).

1.1.4.2.5. Moleküler Gastronomi

Teknolojinin süratle yükselişe geçmesi birçok mecrada olduğu gibi gastronomi alanında da değişik araç gereç ve yöntemlerin değerlendirilmesine olanak sağlamıştır. Moleküler gastronomi tekniklerinden yalnızca şeflerin faydalanmadığı bu

yöntemlerden gıda sektörü, bilim insanları ve öğrencilerin olduğu sayısız insanın da yararlandığı anlaşılmaktadır. Moleküler gastronomi yöntemlerinin, bugün bile dünyanın seçkin aşçıların yardımıyla durmadan iyileştirilerek uygulandığı da ortaya çıkmaktadır. Moleküler gastronomi tekniklerini tatbik eden aşçıların en değerli şefler içinde oldukları ifade edilmektedir. Bu aşçıların pek çoğunun gastronomi alanında eğitilmiş olduğu tespit edilmektedir (Cömert ve Çavuş, 2016, s. 118).

Buradan yola çıkarak moleküler gastronomi ile yemeklerin besin değeri ve insan sağlığına kattığı faydaları şeklindeki hususların araştırılması benzeri kesin bir bakış açısı yerine, fiziksel ve kimyasal incelemelerle güçlendirilen değişik güncel tatların ortaya çıkmasına sebep olan etkinliklerde bulunmaktadır (Dilsiz, 2010, s. 6).

This (2009); Burke, This ve Kelly (2016)'ye göre şeflerin pişirme stillerine dair uyguladıkları güncel eşsiz usuller, besin mevzuuyla uğraşan bilim adamlarının yerine getirdiği incelemeler yeryüzünün değişik konumlarında fazla miktarda yeme içme mekanlarının ve laboratuvarların oluşmasına sebebiyet vermiştir. Ayrıntılı biçiminde MG şeklinde aşına olduğumuz bu ilerleme, üretim sırasında besinlerin içeriğinde oluşan değişiklikleri inceleyen bir otoritedir şeklinde ifade etmektedir.

This (2006); Burke vd., (2016), moleküler gastronominin hedeflerini başlangıçta aşağıdaki biçimde anlatmıştır:

1. Klasik mutfığa ve pişirmeye dair gerçekliği kanıtlanmamış inanışları bir araya getirmek ve gerçekliklerini denemek,
2. Var olan tarifleri planlayarak kapsamlı bir şekilde çözümlenmek,
3. Son üretim teknikleri, ekipmanlar ve ürünler iyileştirmek,
4. Baştaki üç hususta bulunan faaliyetler sonucunda ulaşılan veriler ile güncel yiyecekler üretmek,
5. Bilim adına yapılan faaliyetleri özendirme maksatlı yemeğin çekiciliğini kullanmak.

Rısbo, Mouritsen, Frøst, Joshua, Evans ve Reade (2013, s. 117) ise moleküler gastronomiyi tarif etmenin kilit noktasının, moleküler gastronominin, beslenme ve yeme ile alakalı hırslı heyecanları elinde bulundurması hakikatinden başlayarak bir dönüm noktası olması gerekliliğine olan kararlılığı olduğunun anlatılmasına razı olmak gerektiğini ifade etmiştir

Moleküler Gastronominin “Haute Cuisine” sınırları içinde yorumlanacağı açıklanmakta, şeflerin de mevcut olan boyutta üretimde fiziki ve kimya konulu prosesleri önemseyerek reformcu, aydın ve algısal tecrübeleri destekleme düşüncesinde oldukları belirtilmektedir (Vega ve Ubbink, 2008, s. 375). Standart ve bilinen yemeklerin tersine MG yemekler azami seviyede haza erişmeyi amaçlayan sanat anlamında faaliyetler biçiminde adlandırılmaktadır (Mielby ve Frost, 2010, s. 214).

Güncel tarihimizde, moleküler gastronomi gıdaların topraktan masaya değişim basamaklarını bilimler arası bakış açısıyla belirlenmiş olan aşağıdaki problemlere yanıt bulmaya çalışmaktadır (Vega ve Ubbink, 2008, s. 376).

- Pişirme şekilleri yemeklerin kesin tat ile yapılarına ne şekilde tesir etmektedir?
- Gıdaların muhteviyatı değişik üretim şekilleriyle ne şekilde bir değişime maruz kalırlar?
- Beynimiz yemeğin tadıyla alakalı bütün duylardan gelen sinyalleri nasıl değerlendirmektedir?
- Ender ve modern tatları elde edebilmek için modern pişirme şekilleri kullanılabilir mi?

1.1.4.2.6. Füzyon Mutfak

Scarpato ve Daniele (2003); Kırım (2005); Doğdubay ve Saatçı (2014, s. 42); Sarıoğlan (2014, s. 64), Kelime manası “erime, birleşme, bir araya gelme, birleştirme” olan füzyon; değişik toplumlara ait mutfak medeniyetlerinin, yöntemlerinin ve hammaddelerin tek tabakta bir araya gelmesi sağlanarak, fakat neticede tabakta ayrıcalıklı milli bir niteliğin meydana gelmemesidir. Diğer taraftan, söz konusu kavram, üretilen yemeğin ve yerin “globalleşmesi” manasında ifade edilebilir. Kültürler arasındaki münasebetin süratle çoğalmasıyla beraber değişik mutfaklara ait haylice fazla usul, malzeme ve reçete aynı mutfaklarda kullanılır duruma gelmiştir şeklinde yorumlamışlardır.

Uyar ve Zengin (2015, s. 360); Newman (2013); Adlam (2012); Tomita ve Sectar (2002); Can, Sünnetçioğlu, Durlu- Özkaya (2012, s. 877); Brown (2010); Gonca (2009, s. 28); Mil(2009, s. 5); Sandıkçı ve Çelik (2007), Füzyon mutfağı; en az iki değişik ulus mutfak kültürünün, inançlı bir gayret neticesinde ve aynı anda bir mutfak

kültürünün başka mutfak kültürüne üstünlüğü belirgin olmayacak şekilde güncel, değişik ve orijinal lezzetler keşfetmek niyetiyle tek tabakta kombine edilmesidir şeklinde ifade etmişlerdir.

80'li senelerde batıdaki yöntemlerle Uzak Doğu yöntem ve ekipmanlarının bir araya getirilmesi biçiminde meydana geldiği açıklanan füzyon mutfağı (Sandıkçı ve Çelik, 2005, s. 42; Doğdubay vd., 2007, s. 39), 3 değişik teknikle gruplandırılabilir. İlki, değişik medeniyetlerden ulaşan komşu toprakların besinlerinin birleştirilmesidir. Seçmecî biçimde isimlendirilen ikinci teknik bir besin tarihi saptayıcısı anlamına gelmekle beraber farklı mutfaklarda uygulanan yöntemler, ekipman ve malzemeler de değerlendirilmektedir. Üçüncü yöntem, bütün yeryüzündeki mutfaklardan tesadüfî bir mutfağı tespit etmeksizin bir araya getirmektir (Sarıoğlan, 2014, s. 64).

Füzyon mutfak diye bir fikrin doğmasıyla, evrensel ve çok yönlü bir ruhun da meydana geldiği iddia edilebilir (Richards, 2003, s. 3). Sonuçta, başka ülke mutfaklarının benzer mutfak hikayesi düşüncesiyle bütünleşerek füzyon mutfak akımı doğmuştur (Aksoy ve Üner, 2016, s. 10).

1.1.4.2.7. Fast Food (Ayakta Yeme)

Bugünkü çağda, besin sarfiyatı oyununda rol alan muhtelif öğeler (toplumsal, ruhsal, medeni, demografik, yöresel) neticesinde, acele, oturmadan yemek yeme durumları ortaya çıkmıştır. Çıkış noktası 1940'lı senelere uzanan ayakta yemek yeme kültürünün yayılma merkezi Amerika Birleşik Devletleri olmuştur. Bu yemek yeme sistemi, zamanla tüm dünyaya nüfuz etmiş ve ülkemize de 1986 senesinde ulaşarak, iş yaşamının zorlu ilerleyişinden ötürü bu faaliyete saatlerce zamanını ayıramayan toplumun uzun olmayan bir sürede ulaştığı bir beslenme yapısı durumuna dönüşmüştür. Gerçekten, ayakta yemekler hızlı üretilip satışa hazırlanabilen ve satın alan kişiyi doyuran yemeklerdir. Hamburger, pizza ve patates kızartması gibi yemekler açlık hissini bastıran ve de uzun olmayan zaman içerisinde tedarik edilebilen ayakta bile yenebilen gıda maddeleridir (Schlosser, 2004, s. 216).

Ayakta yeme biçimi, Amerika ve Avrupa'da kabul edilebildiği şekilde Türkiye'de de geniş bir hüviyet elde etmiştir. Anlatılan yemek yeme biçimleri, yufka ya da ekmeğe içine şeklinde yapılan kullanışlı yiyecekler, bir bakıma vaktindeki yemek yeme olayını atlatabilmek için pide, kebab, muhallebici şeklindeki işyerlerinin mevcudiyetiyle Türklerin tarihinde yerini almıştır. Son senelerde farklılaşan tek konu;

sütlü tatlıların yerine pastanın, pidenin yerine pizza, kebabın yerine hamburger almış olmasıdır (Baysal, 1993, s. 16).

Ayakta yemek biçiminde yenen yemeklerin, bilhassa 5 ile 25 yaş arasındaki bireyler tarafından benimsenmesi, yaşı genç olan bireylerin sınırlı, dengeli olmayan ve kötü besin tüketimine sebep olmaktadır. Ayakta yemek yeme şeklindeki ürünlerin genel olarak hayvanlardan üretilen katı yağlar kullanılarak üretildiği ve gıda hammaddelerinin yapılarında doymuş yağ asidi muhteva ettiği belirlenmektedir. Ancak ayakta yemek yeme konseptinin hesaplı oluşu kolaylığı ve çekici görünüşünün arkasında sağlıksız bir bağımlılık biçimine döndüğü yetkin insanlar aracılığıyla açıklanmaktadır (Dilsiz, 2010, s. 7).

1.1.4.2.8. Slow Food

Gastronomi, son dönemler de gittikçe gelişen bir önem arz etmektedir. Dünyanın tamamına yakınında ananevi yiyeceklerin ve pişirme şekillerinin yerini hızlı servis yapan restoranların alması, obezitenin ve sağlıklı beslenmeye bahsedilen değerlerin artmasıyla son bulmuştur. Bu husus slow food akımının oluşmasında önder olmuştur (Yılmaz ve Şenel, 2016, s. 43). Slow food hareketi açık bir biçimde fast food tüketim şekline karşıdır (Güldemir, 2016, s. 201). Jones, Shears, Hillier, Comfort ve Lowell (2003), bu tüketim şekline tepki olarak: “Carlo Petrini, 1986 yılında Roma Piazza di Spagna’da açılan McDonalds restoranına reaksiyon için, Langhe-Cuneo’da yavaş yemek (slow food) hareketini başlattı” söyledikleri bilinmektedir. Atalarımız, kentlere göç ederek toprakla bağlantısını kaybettikçe süratli bir dönem içerisinde fast food düşüncesini zaman içerisinde kabullendiler. Yaşam çabuklaştıkça insanlar meskenlerinde de fast food konforunu tatbik etmeye başlamışlardır. Bundan sonra, yemeklerin satılmasında pişirme zamanı ciddi bir öge olmaya başlamıştır (Honore, 2008, s. 57-58).

Slow food, milletlerarası ölçüde olmasına karşın kişileri ve toplulukları toplumsallaştırarak, gıda çeşitliliği için yeni yöntemler meydana getirerek mikro ölçekteki alışkanlıkları sürdürmektedir. Slow food, yemekle olan münasebetimizden itibaren modern yaşam pratiklerimizi en başından tekrar biçimlendirecek esaslar hedeflemektedir. İnsanların arzularını temin edebilmek, sürdürülebilirliği ve yediğimiz yiyecekten haz duyabilmeyi sağlayacak gıda politikasında, üretimde ve piyasa güçlerinde bir dönüşüme esin kaynağı olmak ana amaçlar içerisinde. Bu hedefler, yalnızca mahsulün hasadı ve satışı ile alakalı değildir. Ayrıca aile hayatının

yapısı, toplum eğitimi, sivil iştirak, ekosistemin idaresi, ekonomik hareketlilik ve serbest zaman için genel kapsamlı çözümleri de vardır (Güldemir, 2016, s. 194).

Yurtseven (2007); Dunlap (2012)'ın ifadesiyle slow food, gıda ve gastronomik alışkanlıkların bağlı bulunduğu kültürel etiketlerin sürdürülebilirliğinin temin edilmesine çalışmaktadır. Gıda ve tarım alanında klasik üretim yöntemlerini incelemekte reklam ve sürdürülebilirliğine özgü faaliyetler sürdürmektedir ifadelerini kullanmışlardır. Bu düşünceyle slow food hareketinin iki ana fonksiyonu vardır. Bütün bunlar için slow food aşağıdaki fonksiyonlara sahip çıkmaktadır.

Koruma Fonksiyonu: Nesli tükenme tehlikesiyle karşı karşıya olan floral ve faunal zenginlikleri, klasik tarım alışkanlıklarını ve yiyecek içecek hazırlama tekniklerini koruma olarak tanımlanmaktadır. Bu fonksiyonu bilime dayalı incelemeler, üreticileri desteklemeler, yöresel ve mahalli sorumluları desteklemelerle meydana getirmektedir.

Eğitim Fonksiyonu: İnsanların uygun gıdayı ve tatları keşfedebilmeleri amacıyla yemek noktasında kendini geliştirmek ve tecrübelerini çoğaltmak isteyen insanları yetiştirmeyi amaçlamaktadır. Bu fonksiyonu faaliyet düzenlemeleri, lezzet eğitimleri ve bilimsel eğitimler ile yerine getirmektedir.

Slow food akımı, bir yaşam biçimi olarak düşünüldüğünde ütöpik açıdan tarımsal, gerçek ve asıl olan bir beslenme şeklini önermektedir. Klasik tekniklerle harcayan değil, meydana getiren insan düşüncesiyle tabiat ile uyumuyla beraber kolay tüketilebilen gıdaların kullanımını uyumlu hale getirmiştir (Güldemir, 2016, s. 201). Petrini (2007); Schneider (2008, s. 395); Yurtseven, Kaya ve Harman (2010), slow food hareketi, paylaşılan deneyimlere ve üç unsurla ilgili kalite prensiplerini önerir; iyi, temiz ve adil şeklinde ifade etmişlerdir.

İyi; gıdanın doğru bir lezzet, hoş koku ve görüntüyü içeriğinde bulundurma özelliğini bünyesinde barındırır. Gıdanın bu nitel özelliğinin anlaşılması algılar harekete geçirildiğinde, farklı gıda maddeleri kıyaslandığında ve daha hoşnut edici olan seçildiğinde kavranılabilir.

Temiz; devamlılık niteliğini içine alır. Bunun ifade ettiği; çevresel düzene kötülük yapmayan üretim tarzlarının uygulanması, biyolojik yelpazeye saygılı olmak ve sağlıklı insan profilini devam ettirmek için güvenilir olmasına imkân vermektir.

Adil; toplumsal devamlılık durumudur. Bu husus; gıdaların ahlaki anlamda devamlılık arz etmesini, iş görenleri istismar etmeyen üretim şekillerinin uygulanmasını ve kaliteli malzemelerin göz ardı edilmemesini zorunlu kılmaktadır. Bu husus diğer taraftan, tüketenler ve üretim yapanlar açısından eşitlikçi değer tatbikini kazanabilmek anlamına gelir (Yurtseven ve Kaya, 2011, s. 57-58).

1.1.4.2.9. Epikür

Yunanlı filozof Epikür'e (Epikuros-M.Ö. 341-270) izafeten ifade edilen epikürizm, zevk ve lezzet işi olarak da bilinmektedir (Yıldırım, 2012, s. 2702). Antik Yunan, iyi yemek ve iyi hayat ideolojisini kabul eden ve hayatını bu felsefeyi yaygın hale getirmeye adanmış Epicurus'un ana yurdudur. Bu felsefeye yakın bir biçimde Asur Kralı Sardanapalus'da "ey yolcu, ye iç keyfine bak, çünkü başka hiçbir şey bu kadar önemli değildir" söyleminde bulunmuştur (Gürsoy, 2013, s. 18). Gürsoy (2014), Fransızlar, becerileriyle kendisine toplumda sağlam bir yer bulmuş olan kaliteli yemek yemekle birlikte nefis bir şeyler içmeyi seçkin bir rahatlama, bir merak veya özgünlük olarak düşünen kimseleri de epikür olarak ifade etmiştir. Sonuç olarak epikür kavramı, damak hazzına sahip, yemek ve içmeyi seven zevkine düşkün kimseler için kullanılır (Hatipoğlu, 2014, s. 24).

1.1.4.2.10. Gastronomi Yazarı

19. yüzyılda Almanach des Gourmands'ın liderliğindeki gastronomi literatürü, restoranların ve pasta şeflerinin tiyatro müteşebbisleriyle ve oyun yazarlarıyla emsal tutulduğu bir yüzyıldır ve Alexandre Balthasar, Laurent Grimod, de la Reyniere'de, restoran eleştirisini keşfeden, çağda gastronomi tezinin kurucusu olarak kabul edilen kişi olarak bilinmektedir (Spang, 2007, s. 170-172). Restoran eleştirisi konusunun başlangıç noktasıyla birlikte gastronomi yazarlığı denilen kavram ortaya çıkmıştır. Yılmaz ve Şenel (2016, s. 43)'in ifadesiyle mutfağın kültürün en ciddi unsurlarından oluşu sebebiyle ve insanın yeme içmeye yaradılışı nedeniyle hissettiği yakınlık, gastronomi konulu eser ve yayınlara olan rağbeti arttırmıştır.

Bir süre öncesinde Türkiye' de de ortaya çıkan gastronomi yazarlığı, gazete ve dergilerin kadın sayfalarında yemek tarifleri vermekle başlamış, son yıllarda medya sektöründe lider konumda gelen her gazete bu işi bünyelerinde bir yemek yazarına sahip olunmasına kadar vardırırmıştır (Hatipoğlu, 2014, s. 24). Gazete ve dergiler, kolay taşınır ve düşük maliyetli kolay ulaşılabilirliği ve okuma yazma haricinde farklı

yetenek istememesi bakımından okuyuculara erişim ve kullanım rahatlığı sunmaktadır. Gazetelerin eğitim, kültür ve bilgi ulaştırma fonksiyonlarını sağlayan farklı yayın içeriği, gastronomiye özgü hususlardır (Yılmaz ve Şenel, 2016, s. 47-48). Hürriyet (2021), örneğin, Türkiye'nin önemli gazetelerinden Hürriyet, Kelebek ilavesinde "Gurme" manşetli bir bölümü sadece yeme içmeye ayırmış bölümde değişik yazarların, ünlü şef gurmelerin yazılarına yer verilmiştir.

Fakat dergilerin gazetelerden farklı bir pozisyonu vardır, bu da mevzuyu özel olarak yayınlamasıdır (Yılmaz ve Şenel, 2016, s. 47). Food in Life (2021); Gastronomi (2021); Yemek ve Kültür (2021); Food and Travel (2021); Gourmet Styling (2021); Sofra (2021), bu tür yaklaşımlar; gastronomi temalı eserler, gastronomi konulu dergiler ve e-dergilerde de yer bulmaktadır. "Food in Life", "Gastronomi", "Yemek ve Kültür", "Food and Travel", "Gourmet Styling", "Sofra", bütün bu yayınlar işaretlenmiş Türkiye'de basılan gastronomi ana konulu dergilerden bazılarıdır.

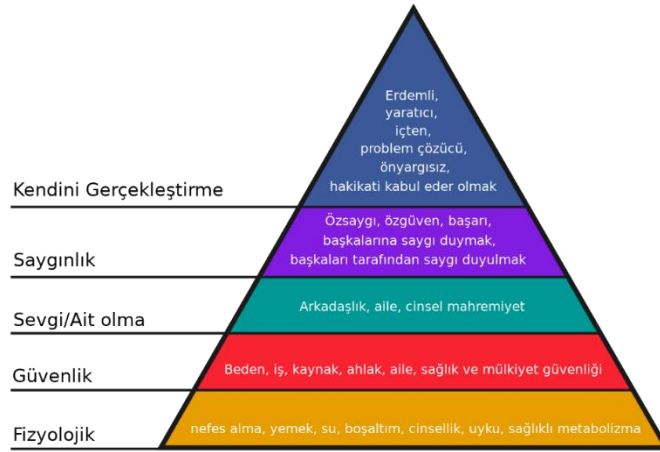
Gastronomi kalemleri, gastronomi rehberlerinde ise belirledikleri otel ve restoranları açıkladıkları, çoğunlukla senelik neşriyatlarda harika masalarla alakalı değerlendirmelerini paylaşırlar (Gastronomique, 2005, s. 395).

1.1.4.3. Gastronominin Tarihsel Gelişimi

Gastronomi kavramının algılanabilmesi için tanımlarından öncesinde tarihesine gözden geçirmek gerektiği belirtilmektedir (Göynüşen, 2011, s. 5).

Amerikalı bir psikolog olan Abraham Maslow, 1943 yılında bastırıldığı bir kitabında ihtiyaçlar teorisi başlıklı insan psikolojisini ifade eden bir kuram oluşturdu. Bu teoride insanların ihtiyaçları önem sırasına göre aşağıdan yukarı doğru beşli bir basamakta sıralanmıştır. Teoriye göre alt seviyedeki bir gereksinim belirli miktarlarda tedarik edilmedikçe, kişi bir sonraki ihtiyacını telafi etmeye ihtiyaç duymaz (Koçel, 2003, s. 639).

Aşağıdaki şekilden anlaşıldığı gibi, insanların hayatlarını sürdürebilmesi adına ihtiyaçların birinci sırasında fizyolojik ihtiyaçlar bulunmaktadır. Fizyolojik ihtiyaçların en önemlilerinden biri de yemek yeme faaliyetidir.



Şekil 3. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi

Kaynak: tr.wikipedia.org

Şekil 3'te Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi piramidi bulunmaktadır.

Gastronominin bilinmeyen bir yerde doğmuş olduğu veya oluşturulduğu ifade edilemez. Geçmiş zamanlardan bu yana bütün toplumların açlığını gidermek, tören düzenlemek, inanç şekillerini ifade etmek niyetiyle büyüttüğü veya imal ettiği mahsullerin varlığı ve bu mahsullere dair bir medeniyet inşa ettiği belirtilebilir (Çifçi, 2019, s. 9). Gastronomi, gerçekte ister güncel ister eski kültürle ilişkili mirasın yarınlarla irtibat sağlanmasında bağlantı yükümlülüğünü kabullenen mecralardan bir tanesidir. Üstelik yalnızca beslenme mirası haricinde farklı orijinal faktörleri de kavramaya destek olabilir. Bu nedenle, bu faaliyet alanının merak duyacak bireylerin belli bir tecrübe, deneyim ve uzmanlık temeliyle donatılmış olması zorunludur. Neticede yeme içme esasen yaşam tarzlarını, coğrafyayı bir de toplulukların ileriki döneme doğru yönünü çevirdiği tarafı işaret eder. Günümüzde, Göbeklitepe'nin ilk oturmuş yaşama transfer yeri olduğu, o çağlarda yetiştirilen mahsullerin izleri aracılığıyla varsayıldığı sayısız mecrada anlatılmaktadır. Doğrusu, gastronomi gerçekte belirsiz bir çağda ve mekânda hayatını sürdürmüş özellikleri iyice bilinmeyen bir çeşit ve onun yaşam şekline ilişkin oldukça fazla yol gösterici fikir verebilir. (Çifçi, 2019, s. 1).

Yunanlı edebiyatçı Arcestratus ile ilgili olan varsayımlara dair gastronominin bilindik kullanım şekliyle en eski yiyecek ve şarap kitabı olan Gastronomia'dır (Wilkins ve Hill, 1994, s. 35). Eski çağ Yunan şeflerinin, kişisel olarak yemek pişirmeyi sanatsal boyuta taşımasının yanında şefler arasında yaşanan yarış,

gastronominin gelişimine müspet anlamda tesir etmiştir. Şeflerin daha güzel yemek üretebilmek amacıyla hazır mamule sahip olmak adına, yemeğin yapılmasında ihtiyaç duyulan ürünü aynı bir icat eden gibi gözlememesi, zirai düzeyde araştırması ve bunu elverişli muhafaza koşulları ile mutfağına iletmesi ile beraber yemek pişirme fiili yalnızca malzemelerin üretilmesinden çok daha ileriye götürerek masaya gelene kadar bütün aşamayı etkisi altına almış ve çağdaş gastronominin ilgi duyduğu bilim dallarının çeşitlenmesini temin etmiştir. Diğer taraftan yemeğin geçirdiği aşamayı, üretim biçimini kaydeden şefler sürekliliğin temin edilmesine destek olmuşlardır (Gillespie ve Cousins, 2001, s. 38). Aşçılığa yaratıcılık gözüyle bakan eski çağ Yunan toplumu kendini izleyen sayısız uygarlığa da menşe olmuşlardır. Dünyanın en önemli medeniyetlerinden biri olan Roma İmparatorluğu da Eski Çağ Yunanlıların düşünceleriyle benzer mesafe kat etmişlerdir. Bu devirde, Marcus Gavius Apicius'ın notlarında sayısız yemeğin üretilmesi ile alakalı haberler iletildiğinden ötürü dünyanın başlangıç yemek kitabı şeklinde tanımlanabilmektedir (Gillespie ve Cousins, 2001, s. 39).

Romalılar dönemine ulaşıldığında, şölenlerin saygınlığının sürdüğü izlenmektedir. Zafer kutlamalarında, merasimlerde kalabalık zümrelere yiyecek ve içecek şölenlerinin tertiplendiği bilinmektedir. Ayrıca kimi imparatorlar, bu şölenler sebebiyle ülkeyi iflasın sınırına bile getirmiştir. Romalılar devrinde “taberna” olarak adlandırılan içecek benzeri ve yiyecek servisi yapan (Bugün İtalya’da “trattoria” şeklinde ifade edilen küçük lokantaların ataları) yeme içme mekanlarının mevcudiyeti fark edilmekle beraber “taverna” adının bu devirden ulaştığı da bilinmektedir. Apicius isminde bir Romalı, tarihteki ilk yemek kitabını yazdığı bilinmektedir (Altınel, 2009, s. 5). Matz (2002), Roma’nın yıkılışı ve orta çağın ortaya çıkmasıyla beraber yükselen vandallık neticesinde gastronomi kendini manastırlara hapsetmiştir. Evrim açısından sınırlı ilerleme elde eden gastronomi manastır hudutları içinde bulunan topraklarda büyütülen mahsullerin çeşitliliğine tabi olmuştur. Bilhassa, şarap ve bira üretimi ve tüketimi hususunda ihtisas sahibi manastırların yapım yöntemleriyle asırlardır faaliyet gösteren içki işletmeleri bugünkü dönemde bile faaliyet göstermektedir şeklinde ifade etmiştir. Her ne kadar orta çağ gastronominin ilerlemesini durdurma sınırına getirse de bu çağda hayatını sürdüren ve aristokrat toplulukların hayatını devam ettirdikleri hisar ve şatolar, sahip oldukları toprakların lütuflarından yararlanmış ve farklı topluluklarla

alışveriş yaparak değişik mahsullerle yemeğin güzellik duygusuna uygun olan gereksinimlerini telafi etmektedir (Söylemez, 2015, s. 34).

Öney, (2013, s. 160); Oxforddictionaries (2021), Uzak Doğu’da ise M.Ö. 5. asırdan başlayarak Çinlilerin de varlıklı medeniyet olmaları nedeniyle gastronomi hakkında önderler listesinde oldukları söylenebilir. Uzak Doğu’da gastronomi hakkında bir temel görüş üzerinde konuşulan olsa da son senelerde özel olarak Avrupa ve Amerika’da görülmüş olan gastronomik kıymetler, Fransa ve İtalya’da Rönesans Devri’nde büyüyerek yükselmiştir şeklinde ifade etmiştir.

Santich (2004), gastronomi teriminin gün yüzüne çıkışına M.Ö. 4. asırda hayatını sürdürmüş olan Sicilyalı Yunan Arcestratus’un bir eserinde rastlandığı beyan edilir. Bu eser, olasılıkla Akdeniz Bölgesi’ndeki antik yemek ve şarap el kitabıdır. M.S. 2. asırda Athenaus Archesratus’un eserinden kısım kısım aktarımları gün yüzüne çıkarmıştır şeklinde ifade etmiştir. Athenaus’un peşinden Avrupa’nın lügatinde bir daha görülmemiş olan kelime takriben 15. asırdan başlayarak Fransız edebiyatçı Joseph Berchoux aracılığıyla bir şiir ismi biçiminde tekrar hayata geçirildi; “La Gastronomie”. Berchoux’un çalışması ilk çalışma olarak yazında yer bulsa da (Aydemir, 2018, s. 6), kavram olarak gastronomiyle ilgili alakalı ilk onaylanmış eser 1755 ile 1826 seneleri içerisinde Fransız uyruklu Jean Anthelme Brilliant Savarin eliyle hazırlanmıştır. 1825 senesine ulaşıldığında ise “La Physiologie du gout” isimli eseri basılarak dağıtılmıştır. Ayrıca “Tat Fizyolojisi” değişik lisanlara tercüme edilmiştir (Kivela ve Crotts, 2006, s. 354-355).

Dünya mutfağının komutanı şeklinde adından bahsedilen Escoffier, yalnızca hükümdar, prenslerin ve asilzadelerin baş aşçısı olarak hizmet etmemiş, Avrupa’nın en nitelikli otel ve restoranlarının idaresini üstlenmiştir. Bunların içinde Paris’te “The Place Vendome” ile Londra’da Savoy ve Carlton Oteli söylenebilir. Escoffier büyük mutfağın kıymetini yükseltmiş, sunum ve mutfak düzeninde kalıcı yenilikler ortaya koymuş, mutfakta ustalığa vurgu yaparak yemek listelerini yalın hale getirerek ürettiği yemekleri düzenli bir sistem haline getirmiştir. Saray mutfağının oldukça gösterişli, mübalağalı hayli karmaşık olan liste yemeklerini çok daha yalın şekilde uygulamıştır. Ayrıca saray mutfağının oldukça farklı, karmaşık durumdaki soslarını basitleştirmiş, birkaç ürünle yemeklerde kusursuz bir ahenk oluşturmuştur. Escoffier Büyük Mutfak Devri’nin yemeklerini yalınlaştırdığı ve de kolaylaştırdığından güncel bir mutfak tarzı meydana getirmiş, bu tarzın ismi “Cuisine Clasique” adıyla anılmıştır. Bunlara ilave

olarak Escoffier de geleneksel mutfağı ortaya çıkaran kişi sıfatıyla döneme adını yazdırmıştır. Londra’da bulunan Reform Kulübü Şefliğini’de üstlenen Escoffier, meşhur otel işletmecisi Cesar Ritz ile beraber bir takım meydana getirerek Avrupa’nın çok saygın otellerini çalıştırmıştır. Escoffier, modern yemekler üretme hususunda da önemli bir sanatkardı. O devrin meşhur sahne sanatçısı Nelly Melba adına ürettiği “Peşmelba” adında tatlı bugünkü birçok popüler aşçının yemek kartında boy göstermiştir. Bilinen en meşhur eseri “Aşçılığın Rehberi” (Guide Culinaire)’nde geleneksel mutfak sanatına dair beş bini aşkın yemek ve mezenin reçetesinin yer verilmesine imkân sağlamış; üretim yöntemleri, yiyecek hazırlama yöntemleri ve yemek yapımında faydalanılan ürün ve ekipmanlar hususunda fikirlerini beyan etmiştir. Devrin başbakanı olan Eduard Herriot, 1920 yılında Fransız mutfak sanatını yeryüzünde en güzel şekilde sunan ve kıymetini yükselten insan olarak Escoffier’i Fransa’nın en önemli madalyası Legion D’Honneur (lejyon donnör) ile mükafatlandırmıştır. (Maviş, 2008, s. 10-11).

O dönemden yirmi birinci yüzyılın ilk çeyreğine geldiğimiz bu günlerde çok farklı yaklaşımlarla çeşitli akımlar ortaya çıksa da gastronominin ana temel hatlarında değişiklik olmadan günümüz gastronomisi yoluna farklı bakış açılarıyla devam etmektedir.

Halihazırda gastronomi ile alakalı çok farklı faaliyetler yürütülmektedir. Joel Robuchon aracılığıyla 2005 senesinde basılarak gastronomi biliminin hizmetine sunulan “Larousse Gastronomique” dünyanın en büyük mutfak ansiklopedisidir (Göker, 2011, s. 29).

1.1.4.4. Gastronominin Sınıfları

Günümüzde hatları kesin olarak çizilmiş bir gastronomi sınıflandırılması olmamakla birlikte, çeşitli kaynaklara dayanarak gastronomiyi sınıflara ayırmaya çalışmak mümkündür (Hatipoğlu, 2014, s. 15).

Harrison (1982), gastronomiyi “Uygulamalı Gastronomi”, “Teorik Gastronomi”, “Teknik Gastronomi” ve “Gıda Gastronomisi” şeklinde dört bölüme ayırmıştır. Teorik gastronomi, yemeklerin tarifleri ile uğraşırken; teknik gastronomi, tariflerin ne şekilde bitmiş mamul durumuna dönüştürüleceği; gıda gastronomisi üretilen tariflerin besin değerleriyle uğraşmaktadır. Bu çeşitlendirme dahilinde en geniş boyutlu olarak düşünülen uygulamalı gastronomidir. Uygulamalı gastronomi;

mutfak sanatlarında, bütün yerkürede çeşitli yiyecek ve içeceklerin üretim için organize edilmesi, üretimi ve sunumuyla uğraşmaktadır. Diğer taraftan uygulamalı gastronomi; estetik bakımdan, milli ve yöresel nitelikler ile tüm medeniyetlerin yemeklerinin pişirilmesini ham/pişmemiş halinden başlayarak tekniklerle ve standartlarla ele almaktadır. Bu farkın dışında, son senelerde büyük bir inceleme sahası açısından alan bulan gastronomi türü ise “moleküler gastronomidir” ve teknoloji ile ilgili gelişmelerle beraber gastronomi sahnesine adım atmıştır, şeklinde ifade etmiştir.

Öney (2013, s. 165-166)’e göre, teorik gastronomi yemeklerinin tariflerinin hazırlanması, demode ve ananevinin tekrar hayata geçirilmesi meselelerindeki özgünlük de teorik gastronomi anlayışında incelenmektedir. Teknik gastronomi, uygulamalı gastronominin alt kolunda ve onunla beraber konum almaktadır. Tariflerin ne şekilde bitmiş ürün biçimine dönüştürüleceği, reçetelerin üretimi ve özellikle verilerin ekipmanlar vasıtasıyla başarılmasından çok, reçetelerin üretimi ve sunumu ne biçimde etkilediğiyle alakalıdır. Teknik gastronomi çabuk yemek, üret soğut, üret dondur, vakumlama gibi güncel üretim şekil ve teknikleri geliştirilirken sağlanması gereken gıda güvenliği konularını da içermektedir. Bilimsel gastronomi, besin değerleri ve psikolojik olarak insanların yediklerinden ne şekilde etkilendiklerini incelemektedir.

1.1.5. Mutfak Sanatları

Mutfak sanatları, yalnız yemek üretildiği iddia edilen bir gastronomi mecrası olarak düşünülemez. Ticaretle ilgili endişelerin de ortaya koyulduğu fakat bir taraftan toplumsal, kültür ve sanatla ilgili manaları da içine alan bir çalışma sahasıdır (Çifçi, 2019, s. 2). Cheng, Ogbeide ve Hamouz (2011, s. 17) mutfak sanatları bölümlerinin hedefi menü kartlarını organize eden, yemek mal ediş bedellerinin denetimini yapan, otelcilik liderleri eğitmek ve sağlam güven duygusu veren gıda üretimi hususlarında becerileri şekillendirmektir şeklinde ifade etmiştir.

1.1.5.1. Mutfak Sanatları Kavramı

Vücudumuzla ilgili ihtiyaçların alt yapısını oluşturan yemek yeme işlevi, hayatı devam ettirebilme uğraşında her zaman en önde gelen bir düşünce olmuştur. Avlanmayı basitleştiren ekipmanların üretimi, ateşten düzenli bir biçimde yararlanılması, yabani hayvanların evcil hale getirilmesi ve zirai çalışmaların hayata geçirilmesiyle beraber oturmuş yaşama adapte olunması şeklindeki insanoğlunun

yaşamındaki en önemli değişikliklerin nedeni yemek yeme gereksinimine cevap vermesine dair olmuştur. İnsanoğlunun şahit olduğu bütün teknoloji, sanat, kültür, toplumsal deneyim ile ilgili ve bunun dışında yemek yemenin yalnızca gereksinim olmasının haricinde güzellik duygusuyla ilgili bir kıymet biçiminde anlaşılmış ve bugünkü insanlık adına fiziki gereksinim haricinde kültür ile ilgili olan, para kazanılan bir mamul, toplumsal bir anlatım ve iletişim biçimine doğru evrilmiştir (Aksoy ve Üner, 2016, s. 2).

Ülkemizde ve dünyada bu denli mühim bir sahada hayata geçirilecek faaliyetlerin, mutfaklarda canlandırılacak pratiklerin hatasız oluşu, kazanılacak yararların en üst seviyesi alanla ilgili eğitim gören kişilerin vasıflarına bağlıdır (Çifçi, 2019, s. 1).

1.1.5.2. Mutfak Sanatları Tarihsel Gelişimi

Mutfak sanatlarının tarihe geçmiş gelişimi, alt başlıklarda açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırmanın boyutları içerisinde mutfak sanatlarının hem dünyadaki hem Avrupa'daki hem de Türkiye'deki ilerlemesi tek tek araştırılmak istenmiştir (Çifçi, 2019, s. 19).

1.1.5.2.1. Mutfak Sanatlarının Dünyadaki Gelişimi

Mutfak sanatları hakkında incelemeyi başlatan ve bu fikri ustalık şeklinde açıklayan ilk toplum Antik Yunandır (Dalby, Grainger ve Avunç, 2001, s. 7).

İnsanlık tarihinin ilk çağlarından başlayarak, elzem bir gereksinim olarak oluşan yiyecek ihtiyacı, bu gereksinimi telafi etmek adına ilerleyen mutfak kavramı, farklı devirlerde çeşitli aşamalara maruz kalmıştır (Düzgün ve Özkaya, 2015, s. 42). İnsanlar, ateşin bulunmasıyla yemeklerini üretmede ister lezzet ister çiğneme ve muhafaza bakımından farklı usulleri iyileştirmeyi denemişlerdir. İnsanlık, avcı toplayıcı durumundayken diğer taraftan etraflarındaki doğada kendiliğinden yetişen bitkileri de dikip, hasat etmeye ve bunları evcilleştirmeye başlamışlardı (Ciğerim, 2001, s. 50). Doğayı hakimiyeti altına almayı bulan insanlık, gıda gereksinimlerini oldukları konumdan da temin ettiklerini, kavradıklarının ve yetiştirdiklerinin ürününü elde edebilmek adına oturmuş yaşamı benimsemişlerdir (Sevin, 2003, s. 45).

İnsanlığın esas gereksinimi olarak düşünölen vücut için gerekli besin maddelerinin ortaya çıkardığı bir fenomen olarak düşünölen mutfak kültürü tarihi bakımdan araştırıldığında mutfak kültürleri, medeniyetlerin adet, törelerine, sosyokültürel niteliklerine, zenginliklerine benzer olarak birbirinden değişik biçimde

evrim geçirmişlerdir. Diğer taraftan, toplumların gerçekleştikleri göçebe yaşamlar ve savaşlar da mutfak medeniyetlerine ciddi anlamda etki etmiştir (Düzgün ve Özkaya, 2015, s. 42).

1.1.5.2.2. Mutfak Sanatlarının Avrupa'daki Gelişimi

Rao, Monin ve Durand (2003), 476 senesine değin dünyada egemen otorite pozisyonunda olan Roma İmparatorluğu'nun dağılışıyla ortaya çıkan orta çağ Avrupa mutfaklarının biçimlendiği devir haline gelmiştir şeklinde ifade etmiştir.

Avrupa orta çağda yokluk ve darlıkla sıkıntı içinde, diğer taraftan sosyal kategorilere bölünmüş durumdaydı. Değişik insan grupları arasındaki kesin çizgiler mutfak medeniyetlerinin de etki altında kalmasına neden olmuş, kazanç ve mevki pozisyonlarına uygun olarak mutfak medeniyetleri meydana gelmiştir. Orta çağ Avrupası'ndaki Hristiyanların ibadet mekânı olan kilisenin sınırsız otoritesi toplulukların yaşam biçimlerini dolayısıyla mutfak medeniyetine de ciddi anlamda etki etmiştir. Değerli besinler olduğuna dair hemfikir olunan et ve et mamullerinin aristokrat gruplarında bulunmayanlara yasaklanması, insanların meslek, yaş, cinsiyet açısından çeşitliliklerine bağlı olarak öğün miktarları ve kullanılmasında problem olmayan besinlerin saptanması, kilisenin mutfak medeniyetine tesirinin belirtisidir (Scully, 1995, s. 61).

Rao, Monin ve Durand (2003)'ün ifadesiyle ayrıca; bu devirde, tarihte toplu göçler devri olarak adlandırılmaktaydı. Orta çağın ilk dönemlerinde Anglo-Saksonlar, Slavlar, Bulgarlar, Avarlar, Hunlar, Vikingler, Vandallar ve Kumanlar benzeri birçok toplum kıtaya göçmüştür. Göç eylemleri daha sonradan da sürüp gitmiş, Yahudi ve Müslüman gruplar da kıta popülasyonuna girmiştir. Yaşanan aşırı göç hareketi, Haçlı Seferleri, Doğu ile para kazanmak için yapılan temaslar sebebiyle Avrupa mutfakları öteki mutfaklardan hatırı sayılır oranda etkiye uğramış, titiz bir vafsa sahip olmuştur. Bilhassa Bağdat-Trabzon-İstanbul yolundan Venedik'e kadar, oradan Po Nehri vasıtasıyla Alpler, Almanya ve Kuzey Fransa'ya değin uzanan ticaret yolu yardımıyla ciddi bir kültürel etkileme amacı yaşanmıştır şeklinde ifade etmiştir.

Mutfak Sanatlarının Avrupada'ki gelişimi Careme ve yetiştirdiği insanlar aracılığıyla harekete geçmiş ve Aguste Escoffier vasıtasıyla da sanayi anlamında ahenkli biçimde gerçekleşmiştir. Escoffier sos ile alakalı faaliyetler gerçekleştirmiş ve sosun yemeğin lezzetini maskeleyerek değil tadını ortaya koyacak bir faktör olduğunun

altını çizmiştir. Eskiden de tüketilen belli başlı Fransız soslarını (Beşamel, Espanyol, Hollandez, Velute, Domates) saptamış ve klasmanlara ayırmıştır. Bu gayretleri takiben aşçılar ustalıklarını iyileştirmek sonuca ulaştırmak ve normları belirlemek adına Careme ve Escoffier 'i ardı sıra takip etmişlerdir. Bugün de kullanılan endüstriyel mutfak bu sayede meydana gelmiş ve daha yalın, daha çekici yiyecekler bir ustalık yapıtı şeklinde gün yüzüne çıkarılmıştır. Escoffier mutfağı ayrıca farklı kısımlara bölmüş, iş bölümleri planlanmış ve meslekte ustalaşmaya imkân vermiştir. Mutfak iş organizasyonları bu sebeple ortaya çıkmış, yüksek randıman meydana gelmiş ve personel, ürün ve çalışma saati savurganlığını önlemeye gayret edilmiştir (Beague, 2012, s. 9).

Sanayi devriminin büyük etkisi ile birlikte 20. ve 21. yüzyıllarda tüketim endüstrisi gelişmiştir. Tüketim merakının artması ülkelerin ekonomik sistemlerinin buna uymasını sağlamıştır. Bu ilerlemeden etkilenmiş gastronomik ürünler ve dünya devletleri mutfak medeniyetlerini gösteren yiyecek ve içecek şirketlerinin sayılarını yükseltmiştir. Ziyaret için seyahat eden insanlara gerçekleştirilecek olan sunumla daha fazla getiri, daha fazla farkındalık yaratılması amaçlanmıştır (Gürsoy, 2013, s. 44).

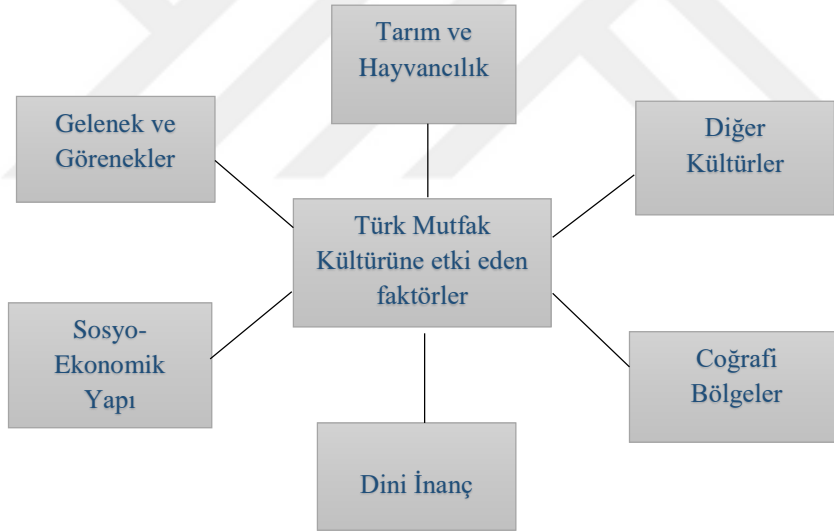
1.1.5.2.3. Mutfak Sanatlarının Türkiye'deki Gelişimi

İnsanlığın yaradılışından itibaren, en ciddi olay şüphesiz yeme içme davranışı olmuştur. Eski devirlerden itibaren insanlığın beslenme gereksinimini giderecek birçok hammadde ve pişirme usulleri denenmiş, yaşanan coğrafya, egemen olunan kültür ve sahip olunan imkanlara bağlı olarak değişik mutfak kültürleri çoğalmaya başlamıştır. Her ulusun kendine has bir mutfak kültürü vardır. Mutfaklar, o ulusun adıyla hatırlanır hale gelmiştir. Fransız mutfağı, İtalyan mutfağı, Türk mutfağı gibi (Önçel ve Göde, 2016, s. 99).

Turkish-Cuisine (2021), Türk toplumu, yemek türleri lezzeti niteliği bakımından başka toplumlara göre değişiklikler gösterir. Türkler, tarih sahnesinde yer almaya başladıktan sonra beslenmeye çok fazla ehemmiyet vermişlerdir (Talas, 2005, s. 275). Abdurrezzak (2014), Türk mutfağı düşünüldüğünde, Türkiye'de yaşamını sürdüren bireylerin gıda ihtiyacını karşılayan ürünler, ürünlerin hazır hale getirilmesi, üretilmesi, saklanması, bu faaliyetler için gerekli ekipman ve yöntemlerle beslenme, adet ve mutfak ortamında ilerleyen bütün pratikler ve kanaatler düşünülmelidir şeklinde ifade etmiştir.

Türk mutfağı, eskiden bugüne farklı aşamalardan geçmiş Orta Asya Devri, Selçuklu ve Beylikler Devri, Osmanlı saray mutfağı ve Cumhuriyet Dönemi mutfağı şeklinde değişik tarihe geçmiş oluşumlara şahit olmuştur (Toygur, 2001, s. 54). Yöneticileri aracılığıyla temel prensip açısından vatandaşını yemeksiz ve açıkta koymamayı prensip haline getiren Türkler, yeme içmeye fazlasıyla ehemmiyet verip, yemeği toplumsal yaşamlarının bir bölümü olarak şekillendirmişlerdir (Talas, 2005, s. 275).

Tarih podyumuna göçebe bir toplum olarak giren Türkler, eskiden bugüne kadar yeme içmeye özel alaka göstermişlerdir. Göç eden Türk boylarının Asya'dan Anadolu'ya kadar olan seyahatleri esnasında şekil almaya başlayan Türk mutfağı uzun bir tarihi büyüme sürecinde oluşmuştur (Sarıışık, 2016, s. 8). İlerleyen tarihsel süreç içerisinde, Türklerin hayat biçimleri, hayatlarını sürdürdükleri coğrafya ve medeniyetlerin yapmış olduğu etkiler ve kültürler, yeme içme adetlerini ve yemek medeniyetlerini etkisi altına almıştır (Kızıldemir, Öztürk ve Sarıışık, 2014, s. 191).



Şekil 4. Türk Mutfak Kültürüne Etki Eden Faktörler

Kaynak: Güler, (2010, s. 26); Kızıldemir, vd. (2014, s. 205); Önçel, (2015, s. 36)

Şekil 4'te Türk mutfak kültürüne etki eden faktörler verilmiştir.

Türk mutfağı, bileşenlerindeki kısımlar devletlerden temin edilen ürünlerle bereketlenmiş ve bu ürünler büyük bir maharetle mamul hale getirilmiştir. Anadolu'ya ikamet Türk mutfak medeniyeti açısından bir başlangıçtır. Lakin Anadolu'nun kendisi uygarlıkların toplamıdır (Sarıışık, 2016, s. 8).

Türk mutfağı, Türkler Anadolu'ya göç etmeden de var olma durumunu devam ettirmektedir. (Doğdubay ve Giritlioğlu, 2008, s. 437). Aragem (2021)' de beyan edildiği şekliyle tamamıyla bir mozaik gibi Türkiye'nin atalarının miras bıraktığı kültürel varlığı yaşamaktadır. Beslenme şekilleri, mevcut olunan kültürel, coğrafi, ekolojik, ekonomik pozisyona ve tarihi sürece göre biçimlenmektedir.

Türk mutfak kültürü Orta Asya'dan Anadolu'ya değişime uğrayan ve ilerleyen Türk mutfağının devamıdır (Bilgin, 2010, s. 229). Orta Asya'dan Anadolu'ya göçebe hayat yaşayan Türkler büyük tarihi mazileri sebebiyle fazlaca gösterişli ve ihtişamlı mutfak kültürlerine sahiptir. İncelemeler neticesinde, Türkiye'de hayatlarını devam ettirmiş farklı medeniyetlerin tesiriyle ilerleyen ve gösterişli hale gelen Türk mutfağı dünyanın en varlıklı üç mutfağından biri olması ve bununla beraber dünyanın besin değeri en yüksek mutfağı olma niteliğini de elinde bulundurmaktadır (Serçeoğlu, 2014, s. 37). Bundan dolayıdır ki, Çin ve Fransız mutfaklarıyla birlikte Türk mutfağı yerkürenin önde gelen üç mutfağından biri şeklinde onaylanır (Arlı, 1981, s. 19; Baysal, 1997, s. 49; Akman, Şeker, Çetinkaya, Kozak, Yardımcı, 2001, s. 11; Araz, 2009, s. 93).

Baysal (1993, s. 12); Güler, (2007b), daha önce de belirtildiği üzere; Türk mutfağının biçimlenmesinde Orta Asya Türkleri, Selçuklu ve Osmanlı İmparatorluğu devrinin izleri fazladır. Orta Asya'dan Anadolu'ya göç eden Türkler gösterişli bir maziye ellerinde bulundurmaları sebebiyle, günümüz Türk mutfağının meydana gelişinde çok etkili olmuşlardır şeklinde ifade etmişlerdir. Büyük imparatorluklar, bu bölgelere kendine has medeniyetleri ve deneyimleriyle ulaştıklarında mutfak kültürlerini de beraberlerinde taşımışlardır. Orta Asya'nın gösterişsiz yemeklerinden, gösterişli Selçuklu ve Osmanlı mutfağına fırsat verilmiş, gösterişli ve çeşidi çok olan Türk mutfağı meydana gelmiştir (Gökçe, 1981, s. 1).

Tarım ve ziraatın doğduğu alanlar olarak nitelendirilen Anadolu'ya göçmen sifatiyle ayak basan Selçuklular oturmuş yaşama adım atmış, Anadolu topraklarında onlardan önce hayatını devam ettirmiş toplulukların deneyimlerinden faydalanarak ve etrafındaki farklı toplumlarla bilgi alışverişi yaparak zirai etkinliklere daha çok alaka göstermeye başlamışlardır (Şahin, 2008, s. 45). Türk mutfak kültürü içinde Selçuklular yemek türleri, yemek üretimi ve saklama yöntemleri ile kendilerine özgü mutfak kültürü yaratmışlardır (Gülal ve Korzay, 1987, s. 103). Orta Asya Türkleri, ziraat ve evcil hayvanlara bakma ve yetiştirmeyle meşgul olmuşlardır. Fakat göç ettikleri

bölgelerdeki zirai yaşamları sadece yabancı bitkileri ekip biçmekle sınırlıydı (Şavkay, 1998, s. 45). Buradan anladığımız üzere; hayvancılık Türklerin tarihin ilk dönemlerinden beri kullandıkları, en ciddi ve hatta bazen de yegâne ekonomik kaynak olmuştur. Türkler, Orta Asya'da Anadolu'da ve sabit yaşamı seçtikten sonra bile hayvancılığı terk etmemişlerdir (Ögel, 1981, s. 15). Bu da özellikle evcilleştirilmiş hayvanlardan elde edilen sütten, tarihçilerden edinilen bilgiler doğrultusunda göçebe toplulukların geliştirmiş oldukları yöntemlerle özellikle mayalandırma işlemiyle yoğurt yapımını öğrenmiş olmalarıdır (Baysal, 2002). Türk mutfuğı, yaygın yorumlar içinde, önceki Türklerden ulaşan ziraat ve hayvancılıkla ilgili ilerlemesini Anadolu topraklarının yelpazesinin genişliğiyle zenginleştirmiştir. Farklı açıdan İslamiyet, Selçuklu ve Osmanlı saray mutfuğının tesiri Türk mutfuğının ayrıcalıklı bir sisteme evrilmesine sebep olmuştur (Çelik, 2010, s. 128-129).

Osmanlı İmparatorluğu ile beraber Türk mutfak kültüründe ciddi gelişmeler sağlanmıştır. Selçukluların yalın yaşamına göre şekillenen Türk mutfak kültürü, Osmanlı Dönemi'nde daha göz alıcı bir biçime girmiştir (Tuncel, 2000, s. 50). Tarihsel süreçte, diğer kültürlerle yaşanan etkileşim, iki büyük imparatorluğun sağlamış olduğu renk çeşitliliği ve Türkiye'nin coğrafi pozisyonu gibi etkenler Türk mutfuğının çeşitliliğini sağlayan faktörlerdir (Güler ve Olgaç, 2010, s. 2).

Osmanlı Devri Türk mutfak medeniyeti, ülkenin ilk günlerinden başlayarak devamlı evrim geçirmiştir. Coğrafi ve politik değişiklikler de mutfak kültürlerine de tesir etmiştir (Öztürk, 1999, s. 12). İstanbul zaferi ile beraber, Türk mutfak medeniyetinde ciddi farklılıklar meydana gelmiştir. Deniz mahsullerinin kullanımı çoğalırken Türk mutfak kültüründe ilk kez Fatih Kanunnamesi ile birlikte yemek kanunlarının kullanılmasının kararı verilmiştir (Ünver, 1952, s. 42).

Özel olarak, İstanbul Zaferi ile beraber saray ve havalisi mutfak kültürünü biçimlendirmiş, mutfaklarda yararlanılan malzeme ve araç gereçlerden, üretim tekniklerine, yiyeceklerin cinslerinden, sofraya adetlerine ve prensiplerine, mutfak yapısına değin sayısız faktör biçimlenmiştir (Yerasimos, 2007, s. 12). Osmanlı İmparatorluğu'nun büyümesiyle benzerlik gösteren Türk mutfuğı ciddi evrim geçirmiştir. 15. yy.da yiyecekler tür açısından oldukça az ve gösterişsizken; 16. yy.da Türk mutfuğı en şatafatlı senelerini geçirmiştir. Bu gösteriş 17. ve 18. yy.da da sürüp gitmiş fakat 19. yy.da Osmanlı İmparatorluğu'nun yoksulluk durumuna sürüklenmesi mutfak kültüründe de etkili olmuştur (Güler, 2007a, s. 20; Tuncel, 2000, s. 50).

Asya ve Anadolu coğrafyasının tanıtmış olduğu farklılık ve kronoloji süresince değişik medeniyetlerle yaşanan birbirini etkileme, inşa edilen ülke ve imparatorlukların saray mutfaklarındaki başarılı lezzetler ve mutfak kültürünün kaynağı farz edilen Mezopotamya medeniyetinin etrafında oluşu gibi faktörler Türk mutfağının canlı ve farklı bir düzene sahip olmasına imkân sağlamıştır (Güler, 2010, s. 24-25). Türk mutfağının yeryüzünün en zengin mutfakları içinde olduğunu söylemek olasıdır. En önemli mutfaklar içinde Türk mutfağının bulunmasının sebepleri yiyecek ve içecek hammadde potansiyelinin yüksek ve tür bakımından bereketli oluşudur. Türk milletinin köklü bir maziye elinde bulunduran ve sayısız medeniyetle iç içe hayat sürmüş olması diğer bir nedendir (Güler, 2007a, s. 18).

Gastronomi üstatlarına göre, dünyanın mühim mutfakları içinde bulunan Türk Mutfağının sınıf verimliliğini çokça faktöre mal etmek olasıdır. Asya ve Anadolu ortaya koyduğu mamullerin çeşit bolluğu, tarihi oluşum müddetince farklı medeniyetlerle diyalog, birbirlerini etkileme, Selçuklu ve Osmanlı saraylarında modern evrimleşen lezzetlerin mevcudiyeti, Mezopotamya'dan doğan Anadolu mutfağının mevcudiyeti gibi etmenler Türk mutfağının niteliklerini ve tür çeşitliliğini temin eden unsurlardır (Güler, 2007a, s. 19).

Türk mutfağının genel ifadeyle nitelikleri anlatılmak istenirse (Güler, 2007a, s. 21).

- Tarım ve hayvansal ürünler Türk yemeklerinde kullanılmaktadır.

Türkler, Orta Asya ve Anadolu'ya göçünden itibaren ziraat ve hayvancılıkla ilgilenmişlerdir. Ziraat ve hayvancılıkla ilgilenmeleri natürel anlamda beslenme şekillerini de etkilemiştir. Türk yemekleri ekseriyetle hayvansal malzemelerden meydana gelmektedir. Bu konum Türk yemeklerinin tadını müspet anlamda etkisi altına almıştır (Toygar, 1981, s. 153).

- Halkımızın hayatını sürdürdüğü coğrafi bölgeler açısından yemeklerimiz farklılık arz etmektedir.

Türkiye'nin sayısız yerinde farklı yemek türleri mevcuttur. Fakat her bir çevrenin kendine has, beslenme kültürü ve üretim yöntemleri bulunmaktadır (Maviş, 2003, s. 58). Türkler yaşamlarını sürdürdükleri çevrelerindeki yararlı maddelerden istifade etmesini öğrenmişlerdir. Yerleşim çevresinin fiziki, beşerî ve iktisadi pozisyonu yemeklerimizin tadına ve yaygınlığına tesir etmiştir (Güler, 2007a, s. 21).

- Tarihsel evrimi içinde toplumsal sisteme bağılı olarak Türk yemekleri farklılık oluşturmaktadır.

Medeniyet tarihimiz araştırıldığında, görkemli kentler ve kasabalar da yemek yelpazesinin ve varlığının ilerlemiş olduğu anlaşılmaktadır (Güler, 2007a, s. 22).

- Ayrıcalıklı günler ve merasimlere uygun olarak Türk yemekleri farklılık oluşturmaktadır.

Türk mutfağının büyümesinde ayrıcalıklı günler nedeniyle pişirilen yemekler ciddi bir önem teşkil etmektedir. Ayrıcalıklı günler, normal hayattan daha değişik etkinlikleri içine alan zaman aralığıdır. Çekirdek ailelere mahsus ayrıcalıklı günler ve sosyal ayrıcalıklı günler adına yapılan yemekler yöreden yöreye değişiklik oluşturmaktadır. Bireylerin yaşamındaki mutlu ve hüzünlü anların başka bireylerle paylaşılmasında yemek ciddi bir alan oluşturmaktadır. Bu ayrıcalıklı zamanlarda pişirilen yemekler Türklerin ziyafet ve ağırlama hususunda oldukça yüce gönüllü davrandıklarını anlatmaktadır (Güler, 2007a, s. 22).

- Dini inanç, gelenek ve görenekler yemek türlerini etkisi altına almıştır.

Birtakım gıdaların seçilmesinde bazılarının da seçilmemesinde bilhassa dinle ilgili inanışlarımızın gücü anlaşılmaktadır (Merdol, 1998, s. 140).

Yaygın anlamda Türk yemeklerinin nitelikleri:

Tarihe dair deneyim ve çeşitlilik, bulunulan toprakların bereketliliği, nitelikli mahsuller Türk mutfağının yapı taşı meydana getiren ana unsurlardır. Bu öğelerin kazandırdığı olanaklar Türk mutfağının niteliklerini yükseltmiştir (Güler, 2007a, s. 22).

1.1.6. Gastronomi ve Mutfak Sanatları Arasındaki İlişki

Çoklu bir disiplin yapısını elinde bulunduran gastronomi, sayısız bilim dalıyla ilişki içinde olup mutfak sanatları ile olan ilişki bunlardan bir tanesidir (Wilkins ve Hill, 1994, s. 21). Santich (2007), gastronomi ile en çok bağlantı içinde olan aşçılık ve mutfak sanatlarıdır şeklinde ifade etmiştir.

Fransızca 'da "cuisine", İngilizce 'de "culinary", Türkçe 'de ise "mutfak sanatları" kavramları, "gastronomi kavramı", çoğunlukla yanlış anlaşılakta ve diğerlerinin adına yararlanılması ile beraber mana karışıklığına neden olmaktadır. Bir yemeğin hazırlanması, üretilmesi ve sunumu şeklindeki gerçek meseleler mutfak

sanatlarının ilgi alanına girerken, gastronomi daha umumi manada ürünlerin tohumdan-tabağa biçimdeki teorik bütün aşamalarıyla uğraşarak daha çok bir yol gösterici vasfındadır (Ignatov ve Smith, 2006, s. 5).

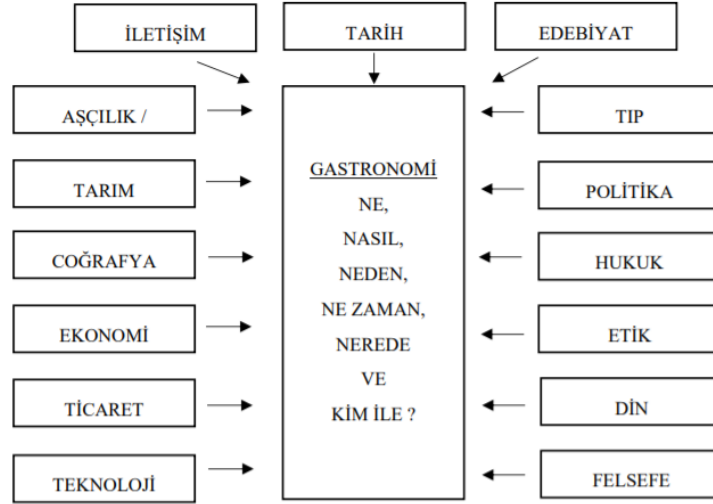
1.1.7. Gastronomi ve Mutfak Sanatlarının Farklı Bilimlerle İlişkisi

Gastronomik mahsulün mamul hale gelebilmesi için, coğrafya, ziraat, iktisat, ticaret, teknoloji vb. mecralardan yararlanılması zaruriyken mahsulün her evresinde, mahsulü mamule dönüştüren ve harcayan birey ögesinin de araştırılmasıyla psikoloji, sosyoloji ve eğitimden de yararlanır (Santich, 2007, s. 54).

Gastronominin ilişki içinde olduğu insanın en temel ihtiyaçlarından olan yiyecek içeceklerle birlikte; kimya, tarih, fizik, coğrafya, ekonomi gibi birçok bilim dalı bulunmaktadır (Kivela ve Crotts, 2006, s. 354).

Farklı bilim dalları, gastronomiye değişik bir ölçüde yol göstererek gastronomi biliminin algılanması, konuya hâkimiyet katması açısından ise gastronom ve gurmelere faydalı olmaktadır (Belpınar, 2014, s. 11).

Psikoloji biliminin araştırma alanına giren konular, insanların yemek yeme nedenleri, tercihleri, beğenileri ve bunları etkileyen faktörlerdir. Gastronominin araştırma alanını sosyolojik ve ekonomik açıdan yiyecek ve içeceğin bölüşülmesi, sosyal iletişimdeki önemi, evde ve evin dışında yemek yeme sebepleri ve motivasyonu gibi geniş mecralar oluşturmaktadır. Bununla beraber, mutfakta kullanılan ekipmanların gelişimi kavranılmaya çalışıldığında tarih bilimine, insan kültürünün en mühim faktörü olan yöresel yemek listelerini insanlara tanıtmaya teknikleri araştırırken pazarlama bilimine, gerçeğe uygun bir mamul projelendirilirken halk bilimlerine müracaat edilmektedir. Başka disiplinler, gastronominin değişik bir niteliğine yol göstererek, gastronominin doğasının kavranılabilmesine ve meseleye hâkim olma anlamında gastronom ve gurmelere destek vermektedir (Akgöl, 2012, s. 22-23).



Şekil 5. Gastronominin Diğer Bilim Dalları ile İlişkisi

Kaynak: : (Santich, 2007, s. 55); (Zahari, Jalis, Zulfifly, Radzi ve Othman, 2009, s.71).

Şekil 5'te gastronominin diğer bilim dalları ile ilişkisi bulunmaktadır.

1.1.8. Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimi

En kıymetli, en kutsal yatırım insana ve onun eğitimine yapılan yatırımdır. Çünkü eğitim kalkınmanın kaynağıdır ve yükselme aracıdır (Hergüner, Arslan ve DüNDAR, 2002, s. 45).

Eğitim, kişiler açısından kaliteli bir hayat seviyesi kazanmanın, toplumlar için de büyüme ve yükselmenin, modern devletler için de yer bulmanın başta gelen yoludur. Eğitim iyileşmenin temelidir (Kaya, 1993, s. 4).

Kişinin davranışında sürekli izli değişiklik meydana getiren eğitim bu yönüyle (Ertürk, 1972, s. 12), iş gücüne ayrıcalık kattığı gibi, üretimde harcanan eforun randımanının yükselmesine fayda sağlar (Ünlüöner ve Boylu, 2005, s. 160). Branş eğitimi, bir işkolunun hizmetlilerinin yaygın ve mesleki bakımdan gereksiniminin olduğu işbaşı eğitimlerinin temin edilerek zihniyet, tavır ve iş yatkınlıklarının yaratılması için tertiplenen bir etkinliktir (Ercan ve Çelikdoğan, 1988, s. 1). Ferguson ve Berger (1985); Van Landingham (1995); Santich (2007); Horng ve Lee (2009); Hegarty (2011); Wang ve Tsai (2017), bu durumda, gastronomi mecrasında eğitim alan öğrenciler yiyecek üretimi (donanım ve ekipmanları tanıma, bıçak kullanma yetenekleri, pişirme usulleri, temizlik ve sanitasyon gibi), yemek teknolojisi, yemek kültürü, menü idaresi, besin değeri, tüketici tutumu, işletme ve idarecilik benzeri

alanlarla alakalı tecrübe ve ustalık elde edebilmekte veya ilerletebilmektedir şeklinde ifade etmişlerdir.

Gün geçtikçe değişmekte olan yeme ve içme işkolu kendini revize ederek yolculuğunu sürdürmektedir. Bu farklılaşmaya en çok destek verenlerse yemekte güncelliği kabul eden mutfak çalışanlarıdır (Doğdubay ve Yiğit, 2017, s. 163).

Güzel, (2009, s. 29)'e göre küreselleşmeyle beraber gelişen rekabet ortamında, farklı olmak başarıyı getirmektedir. Gastronomi gibi az sayıda kişinin ihtisaslaştığı bir kapsamda eğitim almak ve tecrübe elde etmek insanı ayrıcalıklı bir pozisyona ulaştırmıştır. Bugün gastronominin ustalığa ihtiyaç duyulan bir alan ve gelişen bir kıymet oluşuyla hem sayısız ülkede hem de Türkiye'de gastronomi alanında eğitim sağlayan üniversiteler ders programlarını revize ederek gastronomi bölümleri kurmuşlardır şeklinde ifade etmiştir.

Gastronomi mecrasının aşırı rekabete dayalı, aşırı emeğin kullanıldığı bir hizmet sektörü olması, gastronomi eğitimi sağlayan eğitim kurum ve kuruluşlarının işkolunun gereksinimlerini gözeterek elverişli vasıflı çalışan adayları yetiştirmeleri lazımdır. Sözü edilen eğitim kurum ve kuruluşlarını bitiren vasıflı adayların sektörün halihazırdaki temsilcileri olacağı varsayıldığında sektörde ilk işe alımı ve yıllarca hizmet vermesini temin etmek için sektör ile alakalı idrak ve tavırlarını araştırmanın mühim bir mesele olduğu anlaşılmaktadır. Bu sebeple çalışmanın hedefi, lisans seviyesinde eğitim gören “Gastronomi ve Mutfak Sanatları” bölümü öğrencilerinin bu işkolunda çalışmaya yönelik düşüncelerini ortaya çıkarmaktır (Akoğlu, Cansızoğlu, Orhan ve Özdemir, 2017, s. 146).

Gastronomi eğitimine olan merakın çoğalması, bu eğitimin niteliğinin, pratik ile bağdaşp bağdaşmadığının, elverişli koşullarda tatbik edilip edilmediğinin de zaman içerisinde araştırılmasına neden olmaktadır (Çifçi, 2019, s. 1). Gastronomi konusunda eğitim veren kurum ve kuruluşlar çoğaldıkça kaç tanesinin vasfının çalışma alanına uygun olduğu da tartışma konusu haline gelmiştir (Çifçi, 2019, s. 2).

1.1.8.1. Dünya’da Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimi

Gastronomi eğitimi yapısında, sanat ve bilimi barındıran bir disiplin olarak düşünüldüğünden dolayı yalnızca sanatsal bakış açısıyla değil, bilimsel fikirlerle desteklenmiş kaliteli bir eğitim sonucunda adaylara yol göstermektedir. Başka bir açıdan, gastronominin sanatsal ve yaratıcılık boyutu da bu sanatın kullanıcısı olan

aşçıların kaliteli bir eğitim almasıyla ve mutfağın bilimsel yönünü anlamalarıyla anlaşılması ile sağlanmaktadır. Gastronomiyi bilim olarak düşünen ve onu sanatsal bakış açısıyla tatbik edici olarak gören mutfak sanatlarını tarihsel olarak incelediğimizde gastronomi biliminin başlangıcı mutfak sanatlarına göre daha sonradır. Nedeni ise gastronominin bir üretimin yol göstericiliğini yapan bir bilim dalı olması mutfak sanatlarının ise bir pratiğin neticesinde meydana gelmesidir (Santich, 2007, s. 52-53).

Yemek pişirme fiili, insanlığın doğuşuyla eski tarihlerden beri tatbik edilirken, gastronomi insanlık tarihinin daha çok son senelerini etkisi altına alan fakat ilk zamanlarını da inceleyebilen bir bilim dalıdır. Kullanım alanının ekseriyeti, mutfak sanatları olan gastronominin eğitim bakımından da mutfak sanatları eğitiminin verilmesinden itibaren kendini göstermiştir (Kinton ve Ceserani, 1987, s. 26). Gastronomi akımıyla aşçılık mesleğine olan itibar aynı zamanlarda artmıştır. Grimod de la Reyniere Paris'te yaşayan insanlara en kaliteli yemeğin ne zaman, nerede yenilmesi gerektiği, nasıl üretilmesi veya nasıl hazırlanması gerektiğini dergilerinde açıklamada bulunmaya başlamasıyla (Reyniere, 1808, s. 22-23). Çağdaş manada ilk restoran, Fransız İhtilali'nin meydana gelmesiyle işini kaybeden saray ustalarının Paris ve Fransa'nın farklı gelişmiş şehirlerinde restoran kurulması ile başlamış ve endüstriyel manada aşçılık çok fazla önem kazanmıştır (Kinton ve Ceserani, 1987, s. 27). Barrows, Shapleigh ve Blitz (1915), aşçılığın bir sanat dalı olarak düşünülmesi ilk defa İngiltere'de bu dönemde onaylanmıştır. Bu zamana değin yemeğin miktarına dikkat edilirken, yemeğin tadı ve görüntüsü de ehemmiyet kazanmıştır şeklinde ifade etmiştir.

Esnaf toplulukları aracılığıyla sağlanan iş eğitimleri farklılaşan dünya düzeniyle beraber endüstri devrimine kadar devlet yükümlülüğü kapsamına sokulmuştur (Smith ve Keating, 1997, s. 52). Scarrow (1982), ilk olarak mutfak sanatları eğitimi Amerika da 1946 yılında Connecticut Restoran Enstitüsü'nde verilmeye başlamış olduğunu ifade etmiştir.

1.1.8.2. Türkiye'de Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimi

Gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi günümüzde sürekli eğitim şeklinde ortaöğretim, ön lisans, lisans seviyesinde uygulanmaktadır. Ayrıca halk eğitim merkezi, mesleki eğitim merkezi, açık öğretim meslek lisesi, turizm eğitimi merkezi,

kamu ve özel kuruluşlarca verilen yaygın eğitim şeklindeki eğitimler olmak üzere beş değişik şekilde verilmektedir (Çifçi, 2019, s. 38).

Bu kadar kalıcı bir mutfak medeniyetinin devamlılığının sağlanıyor olabilmesi ve ileriki kuşak adına uygulanmasına ihtiyaç duyulan faaliyetler mevcuttur. Uygulanmasına ihtiyaç duyulan faaliyetlerin birincisi eğitimi ilerletmek olmalıdır (Güzel, 2009, s. 29).

Fakat, bu ilerleme hayli kısıtlı olup 1950’li senelere değin usta çırak sistemi süregelmiş bu zamandan itibaren de İstanbul, İzmir, Ankara Meslek Odaları ve Belediyeleri eliyle bugünkü adıyla workshoplar yani kısa süreli kurslar ve iş başı eğitimleri uygulayarak mutfak sanatları eğitimi uygulanması tesis edilmiştir (Çetin, 1993, s. 23).

Türkiye’de mutfak eğitimi 1960’lı senelerden başlayarak yaygın ve orta öğretim, 1980’den itibaren ön lisans, 2000’li senelerin başında lisans seviyesinde yapılmaya başlamıştır (Görkem ve Sevim, 2011, s. 977-978). Yiyecek-içecek iş kolunda lazım olan veri, tecrübe ve kalite sahibi olan faaliyet kolunda seçkin mezunların faaliyetleri sadece etkili ve nitelikli gastronomi eğitimi ve öğretimi ile başarılabilir. Bugün nitelikli eleman gereksinimi sebebiyle üniversitelerde gastronomi programları faaliyete geçmektedir (Akoğlu, Cansızoğlu, Orhan ve Özdemir, 2017, s. 155)

2003 senesinde bir vakıf üniversitesi olan Yeditepe Üniversite’sinde yükseköğretim seviyesinde gastronomi eğitimi hayata geçirilmiş olup (Görkem ve Sevim, 2011, s. 80), devlet üniversitelerinde ise 2010’dan başlayarak ilerleme sürmüştür (Güdek ve Boylu, 2017, s. 491). YÖK ATLAS (2021), 2020-2021 öğretim yılına gelindiğinde 52 devlet üniversitesindeki 35 turizm fakültesi ayrıca bu turizm fakültelerinin 7’sinde İ.Ö olmak üzere ve 12 yüksek okul seviyesinde örgün eğitim, 1 yüksek okul seviyesinde İ.Ö eğitimi veren gastronomi ve mutfak sanatları ve yiyecek içecek işletmeciliği adı altında lisans programı eğitim ve öğretim programına devam etmektedir. Ayrıca, Türkiye sınırları içinde 32, KKTC sınırları içinde 7 ve ayrıca yabancı ülkelerde 1 adet olmak üzere vakıf ve özel üniversite statüsü lisans seviyesinde eğitim veren fakülte ve Y.O bulunmaktadır.

Tablo 1. 2020 verilerine göre YÖK tarafından kabul edilen Türkiye’deki GMS bölümleri

1. Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO.	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
2. Aydın Adnan Menderes Ün.	Turizm Fakültesi	Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği
3. Afyon Kocatepe Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
4. Ağrı İ. Çeçen Üniversitesi	Turizm İşl. Ve Otelcilik Y.Okulu	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
5. Akdeniz Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
6. Akdeniz Üniversitesi	Turizm Fakültesi (Manavgat)	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
7. Alanya Alaaddin Key. Ün.	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
8. Alanya Hamdullah Paşa Ün.	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
9. Altınbaş Üniversitesi	Uygulamalı Bilimler Y.Okulu	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
10. Anadolu Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
11. Ank. Hacı Bayr. Veli Ün.	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
12. Ank. Medipol. Üniversitesi	Güzel San. Tas. ve Mimarlık Fak.	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
13. Antalya Akev Üniversitesi	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
14. Antalya Bilim Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
15. Atatürk Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
16. Avrasya Üniversitesi	Uygulamalı B.Y.Okulu	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
17. Bahçeşehir Üniversitesi	Uygulamalı Bilimler Y.Okulu	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
18. Balıkesir Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
19. Başkent Üniversitesi	Güzel S. Tasarım ve Mim. Fak.	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
20. Beykent Üniversitesi	Uygulamalı Bilimler Y.Okulu	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
21. Beykoz Üniversitesi	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
22. Burdur M. Akif Ersoy Ün.	Turizm İşl. ve Otelcilik Y.Okulu	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
23. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi	Turizm İşl. ve Otelcilik Y.Okulu	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
24. Çanakkale Onsekiz Mart Ün.	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
25. Çanakkale Onsekiz Mart Ün.	Gökçeada Uygulamalı B.Y.Okulu	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
26. Doğu Akdeniz Üniversitesi	Turizm ve Otelcilik Y.Okulu	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
27. Doğu Üniversitesi	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
28. Dokuz Eylül Üniversitesi	Reha Midilli Foça Turizm Fak.	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
29. Dokuz Eylül Üniversitesi	Seferihisar Fevziye Hepkon U.B.Y.O.	Gastronomi ve Mutf. Sanatları

30. Düzce Üniversitesi	Akçakoca Tur. İşl. Ve Otelcilik Y.O.	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
31. Erzurum Binali Yıldırım Ün.	Kemaliye Hacı Ali Akın U.B.Y.O	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
32. Eskişehir Osmangazi Üni.	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
33. Gaziantep Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
34. Tokat Gaziosmanpaşa Ün.	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO.	Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği
35. Giresun Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
36. Girne Amerikan Üniversitesi	U.S.B.Y.O.	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
37. Gümüşhane Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
38. Haliç Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
39. Hatay Mustafa Kemal Ün.	Turizm İşl. ve Otelcilik Y.Okulu	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
40. Iğdır Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
41. İskenderun Tek. Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
42. İstanbul Arel Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
43. İstanbul Aydın Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
44. İstanbul Ayyıldız Ün.	Uygulamalı Bilimler Y.Okulu	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
45. İstanbul Bilgi Üniversitesi	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Y.O.	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
46. İstanbul Galata Üniversitesi	Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
47. İstanbul Gedik Üniversitesi	Güzel Sanatlar ve Mimarlık Fak.	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
48. İstanbul Gelişim Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
49. İstanbul Gelişim Üniversitesi	Uygulamalı Bilimler Y.Okulu	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
50. İstanbul Kent Üniversitesi	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
51. İstanbul Medeniyet Ün.	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
52. İstanbul Medipol Üniversitesi	Güzel Sanatlar Tasarım ve Mim. Fak.	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
53. İstanbul Rumeli Üniversitesi	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
54. İstinye Üniversitesi	Güzel San. Tas. Ve Mimarlık Fak.	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
55. İzmir Ekonomi Üniversitesi	Uygulamalı Yönetim Bilimleri Y.O.	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
56. İzmir Kâtip Çelebi Ün,	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
57. Kafkas Üniversitesi	Sarıkamış Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
58. Kapadokya Üniversitesi	Uygulamalı Bilimler.Y.Okulu	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
59. Karabük Üniversitesi	Safranbolu Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları

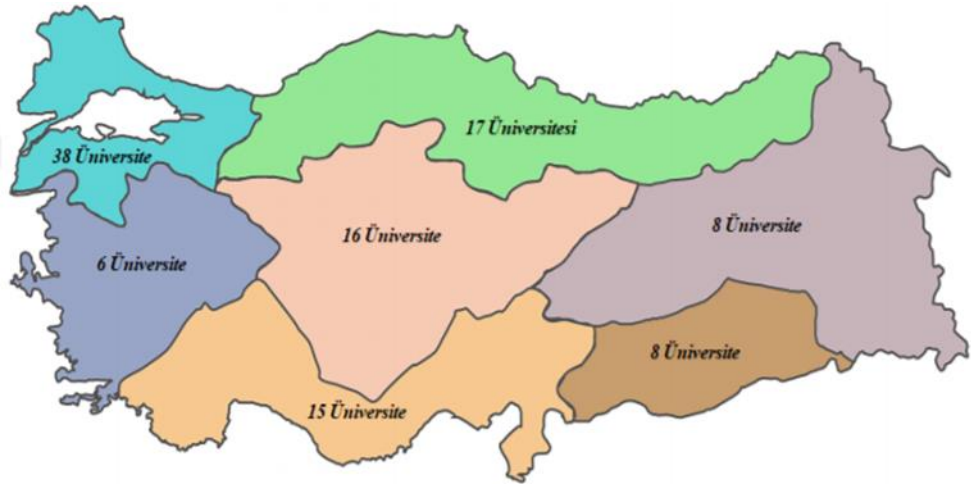
60.Karamanoğlu Mehmetbey Ün.	Uygulamalı Bilimler Y.Okulu	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
61. Kastamonu Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
62. Kıbrıs İlim Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
63.Kırgızistan-Türkiye Manas Ün.	Turizm ve Otelcilik Y.Okulu	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
64. Kırklareli Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
65. Kocaeli Üniversitesi	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO.	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
66. Kütahya Dumlupınar Ün.	Tavşanlı Uygulamalı Bil. Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
67. Lefke Avrupa Üniversitesi	Turizm ve Otel İşl. Y.Okulu	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
68. Maltepe Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
69. Mardin Artuklu Üniversitesi	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO.	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
70. Burdur Mehmet A.Ersoy Ün.	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO.	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
71. Mersin Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
72. Muğla Sıtkı Koçman Ün.	Turizm Fakültesi	Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği
73. Munzur Üniversitesi	Güz. San. Tasarım ve Mimarlık Fak.	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
74. Necmettin Erbakan Ün.	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
75. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Ün.	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
76. Nişantaşı Üniversitesi	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
77. Okan Üniversitesi	Uygulamalı Bilimler Y.Okulu	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
78. Osmaniye Korkut Ata Ün.	Kadirli Uygulamalı B.Y.Okulu	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
79. Özyeğin Üniversitesi	Uygulamalı Bilimler Y.Okulu	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
80. Pamukkale Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
81. Recep Tayyip Erdoğan Ün.	Ardeşen Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
82. Sakarya Uyg. Bil. Y.Okulu	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
83. Selçuk Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
84. Sinop Üniversitesi	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO.	Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği
85. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
86. Şırnak Üniversitesi	Turizm ve Otel İşletmeciliği Y.O.	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
87. Tokat Gaziosmanpaşa Ün.	Zile DinçerlerTur.İşl.ve Otelcilik Y.O.	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
88. Uluslararası Fırat Üniversitesi	Turizm ve Mutfak Sanatları Y.O.	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
89. Uluslararası Kıbrıs Ün.	Turizm ve Otel İşl. Y.Okulu	Gastronomi ve Mutf. Sanatları

90. Yakın Doğu Üniversitesi	Turizm ve Otelcilik Y.Okulu	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
91. Yaşar Üniversitesi	Uygulamalı Bilimler Y.Okulu	Gastronomi ve Mutf. Sanatları
92. Yeditepe Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Gastronomi ve Mutf. Sanatları

Kaynak: YÖKATLAS (2021)

Tablo 1’de 2020 verilerine göre YÖK tarafından kabul edilen Türkiye’deki GMS bölümleri

Türkiye genelinde, gastronomi eğitimi veren üniversitelerin sayısal oranları şu şekildedir. Gastronomi eğitimi veren üniversitelerin %35’i Marmara Bölgesi’nde yer almaktadır. Bu bölgede gastronomi eğitimi veren üniversitelerin fazlalığı bölgedeki vakıf (özel) üniversitelerinin sayısının daha çok olmasıyla ifade edilebilir. Marmara Bölgesi’nde en çok üniversiteyi sınırları içinde barındıran il ise %74 oranla İstanbul’dur. İkinci il ise %8 oranla Balıkesir’dir. Karadeniz Bölgesi’nin üniversite açısından bölgesel dağılım oranı ise %16, İç Anadolu Bölgesi %15, Akdeniz Bölgesi %14, Doğu Anadolu Bölgesi %7, Güneydoğu Anadolu Bölgesi %7, Ege Bölgesi %6 şeklindedir. Aktif bir biçimde eğitim veren üniversitelerin oranı %63 tür. 2020-2021 eğitim öğretim yılında %37’sinin eğitime başlaması tasarlanmaktadır (Semint, 2020, s. 28-29).



Şekil 6. Türkiye Genelinde Gastronomi Eğitimi Veren Üniversitelerin Dağılımı

Kaynak: (Semint, 2020, s. 29).

Şekil 6’da Türkiye genelinde gastronomi eğitimi veren üniversitelerin dağılımı bulunmaktadır.

Üniversitelerdeki gastronomi eğitimlerinin, öğrenciler üzerindeki pozitif faydalarının yansımaları olarak eğitim ve öğretim dönemlerindeki aldıkları derslerle ileriki dönemlerde diğer taraftan üyesi olacakları organizasyonlarda öğrendikleri veri ve ustalıklarını iş yaşamlarına nakledeceklerdir. Okulu bitirenler, kültür elçisi olarak yeni tecrübeler, buluş ve değişikliklerin içinde yer bulacaklardır. Bu açıdan, gastronomi eğitiminin bir taraftan kültürün gelişimini sağlamak ve ilan etmek gibi bir fonksiyona sahiptir. Globalleşmeye karşı, kültürü korumak ve yaymak, kimliklerin kabul edilmesi ve yiyecek içecek üretim etkinliklerinin her basamağında nitelikli personel eğitilmesi için gastronomi iş kolunda gereksinimlere cevap veren bilgi ve deneyiminin temin edilmesi zorunludur (Öney, 2016, s. 198).



İKİNCİ BÖLÜM

GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI KARIYER VE GİRİŞİMCİLİK

2.1. Kariyer

2.1.1. Kariyer Kavramı

İnsanlar çoğunlukla, ilerideki hayatları için hedefledikleri çeşitli çözümlere erişmek için hareket ederler. Bu sebeple onları şimdiden bu neticelere yönlendirecek birtakım projelere özendirerek çeşitli gayelere gereksinim duyarlar. İçinde bulunduğumuz zamandan ileri dönemlerdeki ümit edişlere uzanan bu süreç, çeşitli amaçların saptanması bireyin geçmiş zaman içinde kişisel ilerlemesini bu amaçlara bağlı olarak yorumlanmasıyla gerçekleşir (Selengil, 2004, s. 41).

Dündar (2013), günümüzde, kişiler birçok etmenin etkisiyle bir iş alanına yönelip bu alanda eğitim ve deneyimle profesyonelleşmeyi hedeflemiştir. Önceki yıllarda rekabetteki üstünlüğü teknolojinin karşıladığı kabul edilirken, günümüzde bu anlayış insan faktörü olarak değişmiştir şeklinde ifade etmiştir. İçinde bulunduğumuz küreselleşme sürecinde ihtiyaç duyulan bilgiye sahip olma olgusu, stratejik olarak fark yaratmaya neden olacak en önemli faktörlerden biri haline gelmiştir. Kişinin işi ya da mesleği bir başka insanınki ile aynı olabilirken, kariyeri tamamen kendine mahsustur (Ünsal, 2014, s. 3). Kişilerin kendilerinin tercih ettikleri meslekte gelişmeleri ve o meslekte buldukları süreç zarfında deneyim edinerek kabiliyetlerini geliştirmeleri olarak bilinmektedir (Bayraktaroğlu, 2003, s. 117). Bugünkü iş dünyasında meydana gelen değişim ve yenilikler işletmeleri de tesiri altına almış ve derin rekabet durumunun meydana gelmesine sebep olmuştur. Bugünkü işletmelerin bu değişim ve yeniliklere ayak uydurabilmesi, sahip oldukları insan gücünü en güzel biçimde yönetebilmeleri; başka bir deyişle çalışanların parasal doyumunun yanında manevi ve psikolojik doyumunu da temin etmekle mümkün olabilmektedir. Bu husus “kariyer” kavramının doğmasına sebep olmuştur (Saruhan ve Yıldız, 2012, s. 419).

Aytaç (2005), kariyer, sözcüğü Türk diline Fransızca “carrierre” kelimesinden geçmiştir şeklinde ifade etmiştir. Aydemir (1995); Bektemür, Demiray ve Ürkmez, (2016, s. 8)’in ifadesiyle kariyer, örgütsel ve bireysel hedeflerle aracısız ilişki kurmuş, kişinin hayatı boyunca kısmen kontrolünde tutacağı iş pratikleri ve çalışma faaliyetleri ile ilgili bir süreçtir şeklinde ifade etmişlerdir

Geniş açıdan kullanımına bakıldığında ise hayat ve meslek kavramlarını ele alırken (Tunç ve Uygur, 2001, s. 3), bireylerin hayatlarında belirledikleri ve takip ettikleri bir yol veya başarılması gereken mesleki bir süreç olarak kullanılmaktadır (Şimşek, Çelik ve Akatay, 2004, s. 10). Bu tanımlar, bütün tanımlamaları içine almakla birlikte kariyere genel bir bakış açısıyla bakmamıza da imkân tanımaktadır. Çünkü, aslına baktığımızda öğrencilikten meslek tercihinine kadar dayanan ve hayat boyunca yaptığımız başarılarımızla birlikte adlandırılan kariyer olgusu kişinin yaşamı boyunca yaptığı tüm işlerin tamamını ifade etmektedir. Böylece, günümüzdeki bir terim olarak düşündüğümüz kariyer kavramı; kişilerin yükümlülükleri ile birlikte şekillendirilen, yanında örgütlerin de bireylere destek olduğu bir olgu olarak tarif edilebilmektedir (Acar ve Özdaşlı., 2017, s. 304).

Yeşilyaprak (2012); Amil, (2015, s. 9), iş sahibi kişiler için kariyer hem iş hayatında hem de hayatlarının her döneminde ortaya koydukları rollerin gerektirdiği etkinliklerin tamamını içine almaktadır şeklinde ifade etmiştir.

2.1.2. Kariyer Kavramının Tarihsel gelişimi

Şimşek vd., (2004)'e göre kariyer kavramı 16. asırdan bu yana bulunmuş olmasına karşın, insanoğlu ve meslek hayatı adına bilimle ilgili olarak, öncelikle Anne Roe'nun 1956 senesinde kaleme aldığı "Meslekler Psikolojisi" adlı eseri ile kullanılmaya başlamıştır. Kariyer mevzusu, sonradan 1957 senesinde Donald E. Supper'in kaleme aldığı "Kariyer Psikolojisi", 1963 senesinde Tiedeman ve Ohara'nın "Kariyer Gelişimi, Seçimi ve Uyarlanması ile Bireysel Kariyer Gelişim Teorisi" ve bunlara ek olarak da 1966 senesinde John Holland'ın kaleme almış olduğu "Meslek Tercihi Teorisi" ile birlikte tartışmaya açık biçime dönüşmüştür şeklinde ifade etmiştir.

Kariyer kavramı, belli zaman aralıklarında farklı biçimlerde değerlendirile hale gelmiştir.

II. Dünya Savaşının ardından, kariyer yönetimine özgü ortak değerler dizisinin biçimlendiği ortaya çıkmıştır. Bu devirde, Amerika ve başka endüstrileşmiş uluslarda anlaşılabilen bir iktisadi büyüme meydana gelmiştir. Bu gelişme neticesinde, sayısız yeni işletme tesis edilmiş ve bu nedenle insan varlığına daha çok ihtiyaç duyulmuştur. Fakat kişiler, genel olarak kariyerlerini tek bir örgüt kaynağı üstünde düşünmüşler ve örgütsel kariyer kavramı doğmuştur (Ünver, 2005, s. 11). Şimşek vd., (2004); Bakan,

Büyükbeşe ve Bedestenci, (2004, s. 115), kariyerin ve insan hayatının ne şekilde bir ilerleme ve gelişme gösterdiği, 1970'li senelerden itibaren bilim insanlarının derin bir şekilde odak noktası haline gelmiştir. Küreselleşmenin bir neticesi şeklinde doğan güncel, idaresel bakış açısı ise 1980'li senelerden itibaren kariyer meselesini ön plana yerleştirmiştir şeklinde ifade etmişlerdir.

Fakat, 1990'lı yılları takiben yaşanan değişimler neticesinde daha çok kişi merkezli kariyer kavramından bahsedilmektedir. Demek ki bundan sonra yalnızca teşkilatların değil, kişilerin bizzat kendi menfaatleri ve ilerlemeleri için şahsi kariyerlerini icra etmeleri zorunludur (Ünver, 2005, s. 11).

2.1.3. Kariyer Kavramının Tanımı, Kapsamı ve Önemi

Kariyer ile alakalı olarak literatürde değişik kavram ve tarifler geliştirilmiştir (Ata, 2006, s. 20).

Kariyer, İngilizce “career” Fransızca “carrière” kelimesinin anlamı olarak Türkçe’ye aktarılmıştır. Kariyer kavramı TDK sözlüğünde, “Bir meslekte zaman ve çalışmayla elde edilen aşama, başarı ve uzmanlıktır.” şeklinde açıklanmıştır. Bu tanımlamadan hareket ederek, kariyer kavramının genel manasıyla belli bir mevki elde etme, meslekte yükselme, ilerleme ve arzu edilen bir mesleğe sahip olma manasında kullanıldığını açıklamak da mümkündür. Kariyerin bu şekliyle ifade edilmesi, uzmanlaşma üzerine vurgu yapılarak bu şekilde bir meslek biçiminde algılanmasına neden olmuş ve uzmanlık istemeyen meslekler de iş biçiminde değerlendirilmiştir (Sabuncuoğlu, 2005, s. 32).

Kariyer kavramı için dört ayrı tanımdan söz edilebilir. Birincisi, kariyeri işyerinde yükselme olarak (terfiler, yükselmeler gibi); ikincisi, mesleki açıdan farklı bir anlatımla belli bir iş alanında (doktor, akademisyen, avukat) yükselme olarak; üçüncüsü, hayat boyu sürdürülecek işler dizisi ve işlerin tamamı olarak; dördüncüsü ise iş hayatında üstlenilen rol ve tecrübeler olarak tarif edilmektedir (Raymond, 2009, s. 400).

İş yaşamına başladığı ilk dönemden itibaren, insanlar birtakım ihtiyaçlarını giderebilmek, istek ve beklentilerini doyumak için, geleceğe dair planlar yaparak hiyerarşik yapıda yükselmek, işinde ileriye gitmek ve başarılı olmak isterler. Bu noktada kariyer, iş ve sosyal hayatın devamını sağlayabilmesi için ihtiyaç duyulan

maddi gücü kazanmaya uygun aktif bir araçtır. Kariyer kavramının merkez noktasını, ihtiyaçların giderilmesi oluşturur (Çalık ve Ereş, 2006, s. 32).

Gündelik konuşmalarda da sürekli sözünü ettiğimiz kariyer; seçilen bir meslek yaşamında ilerlemek ve bunun neticesinde daha fazla kazanç elde etmek, daha fazla mesuliyet üstlenmek, daha fazla mevki, otorite ve itibar elde etmek şeklinde tanımlanabilir” (Şimşek vd., 2004, s. 11). Bununla beraber kariyer kavramı üzerine yapılan çalışmalarda, bu kavramın tarifine yakıştırılan manalar üzerinde bir uygunluk olmadığı görülmektedir. Kariyerin bakış açısı çeşitliliği sebebiyle, araştırmacıların değişik bakış açılarına göre farklı tanımlandığı görülmektedir. Bu çerçevede, bu kavramla ilgili olarak yapılmış farklı açıklamalar üzerinde durmak gerekmektedir. Kariyer ilk olarak, kişilerin hayatları süresince yüklendikleri ücretli veya ücretsiz iş rollerinin sırası ve çeşitliliği ile alakalıdır. Aynı zamanda, kişilerin kıymetli iş fırsatlarını, manalarını ve iş rollerinin daha yaygın hayat rolleriyle bağlantılarını hazırlayan yapıdır (Canman, 2000, s. 121).

Bingöl (2013), kariyer, çalışanların yalnızca üst mevkilere doğru yükselmesi ve gelişmesi olarak değil bununla birlikte yatay biçimde gelişim göstererek iş çevreleriyle etkileşimine bağlı kişisel büyüme ve gelişmesini sağlayacak şekildeki değişikliklerini de içine almaktaysa da (Sümer, 1999, s. 62) “Kariyer, bir bireyin iş hayatındaki etkinlik, sorumluluk, tavır ve tutumlarının gelişimi” olarak ifade edilebilir demiştir. Farklı bir ifadeyle kariyer, bir bireyin iş hayatı boyunca elde etmiş olduğu ve mesleğe dair tecrübe ve faaliyetlerle alakalı olarak anladığı tavır ve tutumlar, bununla birlikte hedeflediği ustalık ve meslek başarısı, ilaveten tercih edilen bir meslek çizgisinde gelişmek, daha çok parasal kazanç, mesuliyet, mevki, iktidar ve itibar kazanmak biçimindeki tanımların bir bileşimidir (Seymen, 2003, s. 92; Herdem, 2020, s. 2). Şeklinde ifade edilse de kariyer, insanın iş hayatı süresince yer aldığı kademeler, benzer mesleki statüler, bulunduğu konum, bulunduğu konumun getirdiği iş rolüne bağlı ümit ve amaçlarını gerçekleştirebilmesi için çalıştığı örgütte yükselme sürecidir. Kariyer, kişinin çalıştığı örgütte zaman içindeki kariyerine mahsus maharetlerini, gelişimini, kazanımlarını, ilerlemeleri ve bunların yanı sıra eğitim, gelir ve çalıştığı örgütteki hiyerarşik konumunu ifade eder (Carson ve Bedeian, 1994, s. 303).

Kariyer iş görenin bir örgütte mevki alması, yükselmesi, itibar kazanabilmesinin haricinde;

Stoner (1982), kişinin sahip olduğu işlerle birlikte elde ettiği role ilişkin beklentileri karşılayabilmesi ve aynı zamanda hedef ve arzularını gerçekleştirebilmesi için kendini geliştirerek yükselmesi gerekir. Kariyer, kişinin sadece işini değil hobilerini, ailesini, boş zaman etkinliklerini ve sosyal aktivitelerini de kapsar şeklinde ifade etmiştir.

Bu da kariyerin, kişinin sosyal ve toplumsal hayatıyla bağlantısının olduğunu gösterir. Sosyal hayatında mutlu ve dinamik olmayan iş görenin statü, mevki ve başarı kazanmasında muvaffak olamayacağını farkına varması gerekir.

2.1.4. Kariyer ile İlgili Temel Kavramlar

2.1.4.1. Kariyer Tutumu

Dobie, Carlne ve Laskowski (1997), kariyer seçim süreci kişinin ehil olduğu tavır, kıymet ve olabileceği toplumsal yardım faktörlerinin birbirlerini etkilemesinin bir neticesidir. Kişinin rastgele bir kariyer seçiminde bulunmak gibi bir tutum şeklini kabul etmesi, kuşkusuz onun bu tutumuna özgü bir bütünlük göstermesi ve yorumlamasının bir neticesidir. Herhangi bir tutum veya tercihe özgü yapmış olduğu tavır kişinin bu tutum veya seçimlerinin neticesine yüklediği kıymet ve ona özgü düşüncelerinin neticesinde gelişme göstermektedir şeklinde ifade etmiştir.

Kariyerleri konusunda uygun olmayan tercihler yapan, eğitim ve karakteri ile uyuşmayan işlerde çalışan kişiler hem kendi ortamlarında mutluluğu temin edememekte hem de toplumun ruh sağlığını menfi açıdan etkisi altına alarak bu sahada yapılmış yatırımların savurganlıkla harcanmasına sebep olmaktadır. Böylelikle, günde hemen hemen 8-10 saatlik uğraşıyla yaklaşık 35 senelik kariyer hayatını içine alan bu hatırı sayılır ömür bölümünün kısmetle karşılaşılan rastlantılara ya da “keşke” lere bırakılmayıp tesirli bir şekilde yönetilmesi ehemmiyet arz etmektedir (Yaylacı, 2006, s. 86-87).

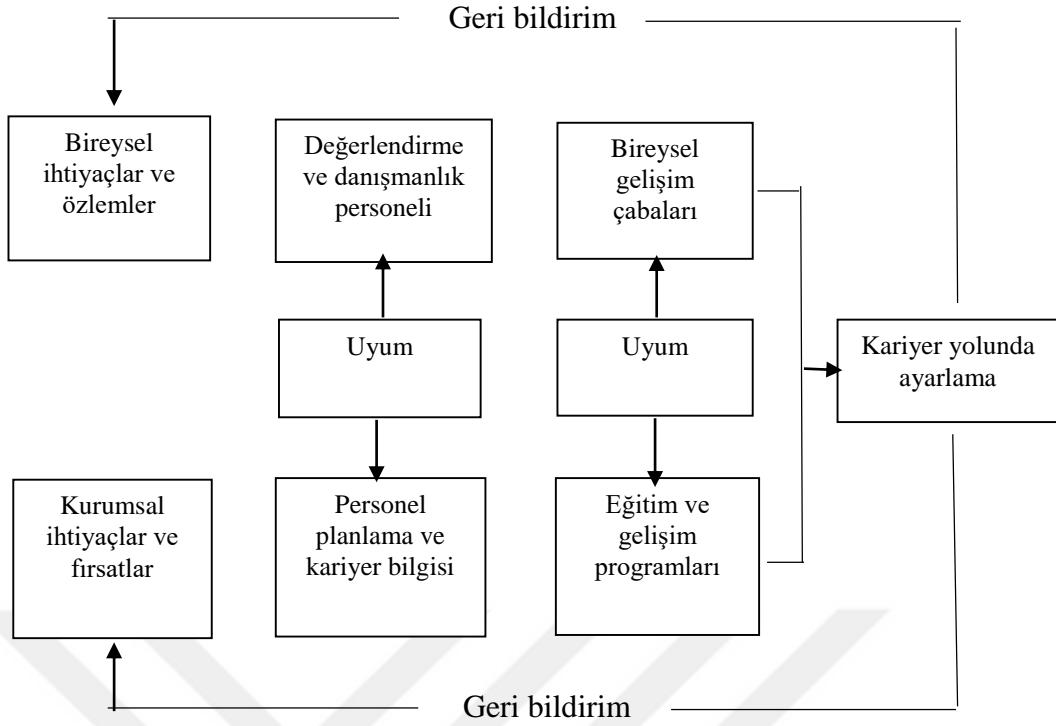
2.1.4.2. Kariyer Planlama

Kariyer planlama; kişinin kendine ait bilgi, ustalık ve ilgilerini, etkili ve verimsiz taraflarını değerlendirmesi, örgüt içindeki ve haricindeki şansları tanımlaması, kısa, orta ve uzun dönemli hedeflerini belirlemesi ve bunlarla ilgili projeler yapmasıdır (Bolat ve Seymen, 2003, s. 7).

Erdoğmuş (2003); Sabuncuoğlu (2008), Bu planlama, kişisel ve örgütsel bakımdan incelenmelidir. Kişisel bakımdan bireyin kendisi, sahip olduğu fırsatlar ve sınırlılıklar ile seçtiği tercihleri anlayarak kendi adına amaç tanımlayarak ve bu hedeflerine erişmek için lazım olabilecek iş, eğitim ve gelişimi için zorunlu planlamadan meydana gelen bir yapıdır. Örgütsel bakımdan ise; bir meslek üyesinin donatılmış olduğu beceri, bilgi, kabiliyet ve arzularının sağlanması ile çalıştığı örgütteki ilerleyişinin ve yükselmesinin planlaması olarak tarif edilmektedir şeklinde ifade etmişlerdir. Aytaç (2005), kariyer planlamaya örgüte kazandırdığı faydalar açısından bakıldığında ise, tarafsız ve objektif mesleğe seçme yerleştirme ile alakalı politikaları ile denk iş fırsatı kazandırma, personel ölçümlemede nesnel bir kriter sağlama, örgütte verim değeri ile eşit iş görenlere eşit ücret ödenmesini mümkün kılma yer almaktadır şeklinde ifade etmiştir.

Farklı bir ifadeyle; birliğin gelecekle ilgili amaçlarıyla iş görenlerin şahsi amaçları arasında eşgüdüm tesis ederek, iş görenin gelecekte yetkilendirileceği konumların olması gereken yeterliliklerle hazırlanması için yapılan faaliyetler toplamıdır (Özer, Sökmen, Akçakaya ve Özaydın, 2017, s. 170). Bu faaliyetler, kariyer planlaması açısından hem teşkilat hem de kişiler için, iş dünyasının gerekleri doğrultusunda günden güne daha çok önem taşıyan bir kavram haline gelmiştir. Kariyer planlama konusunda yapılan farklı tanımları inceleyecek olursak (Uğurlu, 2020, s. 20), çalışanların hâkim olduğu tecrübe, yeterlik, ustalık ve dürtülerinin yükseltilmesiyle iş hayatını devam ettirdiği teşkilattaki terfi edilmesinin ya da yükselmesinin tasarlanmasıdır (Sabuncuoğlu, 1995, s. 70).

Boone ve Kurtz göre kariyer planlamayı, “çalışan birinin kariyer yolunun belirlenmesindeki kişisel kararıdır” (Boone ve Kurtz, 1992, s. 556), şeklinde yorumlasada; Barutçugil (2004, s. 320-321), iş görenlerin değeri, ümitleri ve ihtiyaçlarıyla mesleki tecrübeleri ve şansları arasında en uygun bağlantıyı geliştirmeyi hedef gören kariyerle alakalı problem giderme ve karara bağlama aşamasıdır. Kariyer planlaması, diğer taraftan gelecekteki durumunu kestirebilen, neyle karşılaşabileceğinin farkına varan, niyetini mevcut şartlara göre saptayan, üst seviyede güdülenmeyle donatılmış, kendini çalışmaya vakfeden iş görenler oluşturma amacının gerçekleşmesini sağlar şeklinde ifade etmektedir.



Şekil 7. Kariyer Planlama Modeli

Kaynak: (Antoniou, 2010, s. 14).

Şekil 7’de kariyer planlama modeli verilmiştir.

2.1.4.3. Kariyer Geliştirme

Kariyer gelişimi, iş ve topluma aktif bir biçimde katılmak için öğrenmeyi, çalışmayı ve transferleri yöneten her şahıs için hayat boyu devam eden bir süreçtir. Başarılı kariyer gelişimi, bireylerin kişisel ve ekonomik zenginliği, toplumsal etkinlik, ekonomik verimlilik ve toplumsal adalet bakımından önem taşımaktadır. Kariyer çalışmalarının ulusal politika, düzenleme uygulamaları ve kişisel ümitler arasında bağ meydana getiren hassas bir rol oynadığı vurgulamaktadır. (Canman, 2000, s. 121).

Yeşilyaprak (2016), yirminci yüzyılın sonunda ivmesi artan global değişimle beraber kariyer yardımlarına duyulan isteğin büyüdüğünü, global değişimlerin yeni tavır, maharet ve davranışlar gerektirdiğini, kişilerin kariyerlerini uygulayabilmeleri için:

- Modern yetenekleri öğrenmeye devam etmeleri
- Kararsızlık ve değişime karşı yüksek hoşgörü sahibi olmaları
- Verimli iletişim yeteneklerine sahip olmaları

- İş dünyasının ihtiyaçlarını anlayıp uyum göstermeleri
- Meslekle ilgili tecrübeleri kazanıp aralıksız geliştirmeleri gibi başlıkların önemini anlatmıştır şeklinde ifade etmiştir.

Gysbers (2007), kariyer gelişim organizasyonlarıyla dört temel hedef gerçekleştirilmek istenmektedir. Bunlar: kişisel temel görüşün artırılması, mesleki bilincin yükseltilmesi, kariyer projelerinin hayata geçirilmesi ve karar verme yeteneklerinin meydana getirilmesidir. Bu sınırlar içerisinde, kariyer gelişim programları kariyer gelişimi için kariyer danışmanlığı altında ciddi bir alt kullanım alanı olarak öne çıkmıştır şeklinde ifade etmiştir.

2.1.4.4. Kariyer Yönetimi

Kariyer yönetimi; kişinin kendi kendine veya birliğin kariyer modeliyle koordineli biçimde yüklendiği kariyer düşüncelerinin ve taktiklerinin inşa edilmesi, şekillendirilmesi, kullanımı ve takibine özgü kesintisiz bir aşamalar bütünüdür (Adekola, 2011, s. 102). Kariyer yönetim süreci hakkında en iyi anlayış, kişilerin şahsi kariyerlerini icra yükümlülüğünü üstlenmesi, ümitlerinin patronları tarafından temin edilmesi ve dolayısıyla örgütsel imkanların uygulanmasıdır (Sturges, Conway, Guest ve Liefoghe., 2005, s. 821-822). Kariyer yönetimi, kariyer planlaması ve kariyer geliştirme faaliyetlerini içine alan ve örgüt tarafından tasarlanıp tatbik edilen bir süreçtir. Örgütler için kariyer yönetimi faaliyetlerinin temelinde insan gücünden en üst seviyede fayda sağlamak ve insan kaynağını depolamak söz konusudur. İşletme ileriki dönemlerde lüzum hissedeceği bilgili, becerikli, yetenekli insan gücünü örgüt içinden tedarik etmiş olur (Güney, 2015, s. 166).

Örgütlerin personel ihtiyaçlarını karşılayabilmek ve kişilerin kariyer hedeflerine erişebilmesini sağlamak amacıyla hazırlanan bireysel ve örgütsel etkinlikler bütünü kariyer yönetiminin esasını oluştururken, çalışanların örgütün gereksinimleri doğrultusunda zorunlu nitelikleri elde etmeleri için kişisel gelişimlerinin idare aracılığıyla desteklenmesi, kariyer yönetiminin gerçek amacıdır. Örgüt ve kişi birbirlerini destekleyici bir rolü üzerlerine alırlar (Uğurlu, 2020, s. 19).

“Kariyeri yönetmek; örgütün ve iş görenlerin kariyer planlarının, kariyer hedeflerinin uyumlu hale getirilmesi süreci olmakla beraber, bu uyum çalışanlar bakımından kariyer amaçlarına erişmesine yardım eder. Örgütsel açıdan ise örgütsel gaye ve hedeflere varmada katkı sağlar. Çalışanlar, kariyer hedeflerine ne şekilde

varacaklarını öğrenirken örgütlerde kalifiye personelin kariyer gelişimine destek vererek onların örgütsel bağlılığını sağlayarak örgütsel gaye ve hedefleri başarırken kilit personeli elde tutmuş olurlar” (Halıcı, 2020, s. 1).

2.1.4.5. Kariyer Boyutları

2.1.4.5.1. İçsel Boyut

Kariyerin içsel boyutu, kişinin iş yaşamındaki evrim ve atılımları kendine has bir şekilde anlamasıdır. İçsel boyut yalın bir olgudur. Bu görüşte, kişilerin tutum ve fiillerini yönlendiren kariyerlerine ait kazanç ve ümitlerdir. Kişiler kariyerlerine ait kazanç ve isteklerine cevap verebilmek için proje ve yorumlar ortaya koymaktadır (Şimşek, Çelik ve Akatay, 2007, s. 16).

Örgüt iç işleyişindeki büyümenin sübjektif yönünü anlatan kariyerin içsel boyutu, bireyin karakterinde oluşmaktadır. Bununla beraber dış kariyerin esası, bireyin örgütle ilgili ve mesleki durumları anlamasıdır. Kişiler bu kapsamla çalışma hayatındaki, işletme ortamındaki pozisyonunu meydana getirmekte, gelecekle alakalı olarak ileride hangi pozisyonda olmak istediğini belirlemektedir. Bunun hayata geçebilmesi bakımından bireylerin aralıksız bir biçimde bir sorgulama sürecinde bulunması gerekmektedir. Bu sorgulama “Hedeflerim nedir”, “Ben ne arzu ediyorum”, “Amaçlarıma erişebilmek için ne yapmalıyım” gibi sorularla sorgulanmaktadır. Bu sorularla bireyler hem kişisel temel beklentileri ile yüzleşmekte hem de gelecekteki durumuyla ilgili bakış açısını belirlemek ve saptamaktadır. Bu sorgulama olayı, örgütsel davranış terminolojisinde “kendini gerçekleştirme” olgusu şeklinde ifade edilmektedir. Olası bir biçimde, bireyler büyümelerini arttırdıkça bu olguya göre tasarladığı hedefe erişebilmek için daha çok performans gösterir hale gelmektedir. Bununla beraber bu girişimler, yalnızca kariyer hedeflerinin kişinin bireysel vasıflarıyla ayrı düşmediği hususlarda hedefine erişebilmektedir (Soylu, 2002, s. 6).

2.1.4.5.2. Dışsal Boyut

Bu boyut, bireyin dahil olduğu örgütlerden oluşmuştur ve bireyin içinde bulunduğu örgüt tarafından yorumlanmalı, birey bu doğrultuda yönlendirilmelidir. Bireysel kariyerin örgüt bakımından gözlemlenmesi ve bireylerin yönlendirilmesi gerekmektedir (Atay, 2006, s. 8). Diğer bir bakış açısına göre; kariyerin dışsal boyutunu, iş görenin üyesi olduğu örgüt meydana getirmektedir. Örgütler, iş görenlerin amaçları ile işletmenin amaçlarını ahenkli biçime dönüştürmelidir. Bu

sebeple, örgütlerin farklı yönetimsel pratiklere itibar etmesi zorunludur. İş görenlerin, kariyer ümit ve amaçlarını hayata geçirmek niyetiyle idarenin yardımı, teşkilatın randımanını etkisi altına alacaktır. Bu merkezde, teşkilatların kariyerin dışsal boyutuna itibar ve itina göstermesi gerekmektedir (Kaynak, Adal, Ataay, Uyargil, Sadullah, Acar, Özçelik ve Dündar, 2008, s. 315-316).

2.1.4.6. Kariyer Aşamaları (Devreleri)

Kişinin mesleki kariyerinde, kayda değer olarak düşünülebilecek çeşitli evreler bulunmaktadır. Bireylerin zamanla fiziki niteliklerinin farklılaşması ile birlikte meydana gelen müspet ve menfi olarak yorumlanan birçok durum iş görenlerin kariyerlerini etkilemektedir. Kariyer aşamalarında, ferdi ve örgütsel değişiklikler belirleyici olmaktadır (Aktaş, 2014, s. 197).

Yaş ve çalışma süreleri temel alınarak kariyer aşamalarıyla alakalı olarak fazlasıyla model oluşturulmuştur (Aytaç, 1997, s. 61).



Şekil 8. Kariyer Devreleri

Kaynak: Klatt, Murdick ve Schuster, (1985, s. 391).

Şekil 8'de kariyer devreleri şeması verilmiştir.

2.1.4.6.1. Keşif

Bu aşama, kişinin olgunluk ve ergenlik çağına ulaştığı andan kendini fark etmeye başladığı ve potansiyelini bulduğu zamana kadar geçen süre olarak ifade edilebilir.

Diğer bir ifadeyle; iş için hazırlık evresi, bireyin dünyaya geldiği andan tahminen yirmi beş yaşına kadar olan süreçte veya farklı bir anlatımla işbaşı yapana dek geçen aşamaları içermektedir. Üzerinde konuşulan bu evre, arzu duyulan mesleği

gerçeğe dönüştürme ve gerçekleştirme ile alakalıdır. Şüphesiz, arzu edilen meslek, çocukluk, gençlik ve erişkinliğin ilk senelerine değin şekillendirilmektedir (Sabuncuoğlu, 2000, s. 150; Kılıç, 2008, s. 21; Bingöl, 2010, s. 290; Can, Kavuncubaşı ve Yıldırım, 2009, s. 213). Ergenlik döneminde bireyler, gerçeğe uygun bilgileri farklı meslekler ile ilgili olarak edinirler. Bu dönem kişisel kariyer yönetimi bakımından son derece önemlidir. Birçok genç, mesleki açıdan eğitim veren liselere bu dönem başlarlar. Kişinin bu süredeki tercihleri çok kısıtlı olmakla beraber aile ve yakın çevresi tesiri sonucunda uygulanmaktadır. İlk yetişkinlik döneminde, birey artık mesleklerle ilgili olarak tecrübe sahibi olmaya başlamıştır. Bu aşamada, birey yüksek öğrenimine veya çalışma hayatına başlamaktadır (Kurtoğlu, 2010, s. 9). Aynı zamanda, bu devirde kariyeri tespit etmede bireyin şahsi erdemi, karakteri, özel zevkleri, talepleri ve umutları kariyer tercihinin tesir eden dikkate değer etkenlerdendir (Sabuncuoğlu, 2000, s. 150; Kılıç, 2008, s. 21; Bingöl, 2010, s. 290; Can, Kavuncubaşı ve Yıldırım, 2009, s. 213). Bu devirde birey, mesleği ile alakalı arama ve bulma etkinliklerini gerçekleştirir. Bu dönemde, ileriki dönemlerde yapacakları iş tayin edilmiş olsa bile bu hedef daha sonraki zamanlarda farklılık gösterebilir. Benzer durum, meslek hayatına başlayan bir kişi için de geçerlidir. Kişi iş hayatına başladıktan sonra aynı teşkilatta değişik bir birime ya da başka bir örgüte de transfer olabilir. (Çalık ve Ereş, 2006, s. 54).

Bu evre, kişinin kendini anladığı bir süreçtir. Bu süreçte, kişinin ilk profesyonel onurunun tezahürü oldukça önemlidir. Bu süreçte hayat bulan onur, kişinin çalışmaya başladığı konumda becerilerini şekillendirmesiyle ve mensubu olduğu kurumdaki mesai arkadaşları aracılığıyla benimsenmesi ile gerçekleşmektedir. Bu evrede, kişinin bilgi, destek ve direktif düşüncesiyle amirine tabi olması sebebiyle tepe konumda iş görenlerle ve mesai arkadaşlarıyla olan münasebetleri kişinin kendini bulma aşamasındaki gelişimi bakımından epeyce önemlidir (Özgür, 2015, s. 23).

Bunların haricinde, finansal imkanlar da kariyer tercihi anlamında aşırı ölçüde ciddi bir faktör haline gelmektedir (Sabuncuoğlu, 2000, s. 150; Kılıç, 2008, s. 21; Bingöl, 2010, s. 290; Can, Kavuncubaşı ve Yıldırım, 2009, s. 213).

2.1.4.6.2. Kurma (Başlangıç)

Kurma (başlangıç) dönemi, kişilerin içinde olduğu teşkilatın nasıl daha uyumlu olacağını ve yapılan işte nasıl daha randımanlı olacaklarını öğrendikleri dönemdir (Bayram, 2010, s. 59).

Kariyerde kurma (başlangıç) kademesi, değişik yollardan iş arayışı ile hayata geçmektedir. İş yaşamında, başarı veya başarısızlıkların olduğu ilk işe ulaşmak, işe yerleşme, ustalık elde etmek, işin algılanması ve diğer iş görenlerin kabullenilmesi aşamaları bulunmaktadır. Bu basamak, en az 5 senelik bir zaman dilimini içine alır. Kişi bu aşamada güvenlik gereksinimine itibar etmektedir. Bu aşamada, belirsizlik ve psikolojik sorunlar ortaya çıkar. Bu basamakta, kişi iki problemle karşı karşıya kalabilir. Bunlar; konum bulma ve örgüt içinde kendini ispatlamaktır (Aytaç ve Keser, 2017, s. 33).

Bu kademedede önemli olan, bireyin kariyer seçiminin arzu ettiklerini karşılayıp karşılamadığının yorumlamasıdır. Birey, kariyer beklentileri ile mevcut durumu sürekli bir biçimde karşılaştırmaktadır. Bu aşamada kişi, en verimli durumdadır ve kariyer gelişimi çok hızlı bir biçimde gerçekleşmektedir. Bireyin kendine olan inancı arttıkça ve kendini kanıtladıkça ilgisi çalışma emniyetinden daha çok saygınlık, başarı ve gereksinimlerine doğru yönelim eğilimine girmektedir. Bu aşama çerçevesinde birey, mesuliyeti üzerine almaya başlayarak kendini kanıtlama yoluna yönelecektir. Özgür bir biçimde karar almaya başlamış, kendi becerilerini harekete geçirerek, organizasyonun hedefleri arasında bir bağlantı kurma eğilimine girmiştir (Şimşek, Çelik, Akgemici ve Soysal, 2009, s. 18).

Çalıştığı işe ve iş çevresine adapte olan kişi için artık mühim olan konu, hali hazırdaki pozisyonunu pekiştirmek ve mesleğinde yükselmektir. Bu dönemde, kişi mesleğinde uzmanlaşmış, çalıştığı teşkilatı iyice tanımıştır. Kişi işine konsantre olarak başarı elde etmek adına bütün enerjileriyle hizmet verirken, diğer taraftan da meslekle ilgili tecrübesini yükseltmek durumundadır (Aydemir, 2011, s. 5).

2.1.4.6.3. Kariyer Ortası

Kariyer ortası aşaması hem kişilerin buldukları mevkiyi muhafaza hem de değişen şartlarla birlikte gelişmesini zaruri hale getiren dönemdir (Özden, 2001, s. 35). Başka bir yazarın ifadesiyle; 36 ile 50 yaş aralığını içine aldığı kabul edilen bu dönem aralığı, kariyerde artık bilinen bir evreye gelmiştir. İtibarın, özgürlüğün, başarıların ve ihtiyaçların ilk sıralarda olduğu dönemdir (Okakın, 2009, s. 136). Kişinin kariyerinin tesis aşamasından birkaç yıl sonraki basamak olup kişinin en verimli olduğu kademedir. Bu adımda, kişinin öğrenci olmaktan çok üreten olması beklenmektedir. Bu aşamada, güvenlik taleplerinin önemi azalmakta, başarı, itibar, özgürlük ihtiyaçları birincil plan olarak karşımıza çıkmaktadır (Aydın Balta, 2007, s. 20).

Bu yıllar, kişinin kariyer hayatında önemli bir zaman aralığıdır. Bu evrede, kişi mesleğinde belli bir deneyim ve tecrübe sahibi olmuş, konusunda yorumlar yapabilir pozisyona gelmiştir. Bu bakımdan daha fazla mesuliyet alabilir, vakti geldiğinde inisiyatif kullanabilir durumdadır. Kısacası artık branşında ustalaşmıştır. Fakat, bu evrede bile kişi kariyerini yeniden analiz ederek farklı kariyer ortamlarına yönelebilir (Güney, 2015, s. 149).

Kariyer ortası aşamasında, kişi psikolojik ve fiziksel bakımdan kendisini güdülenme açısından zihinsel ve bedensel tavırlar içerisine girmelidir ve sağlıklı iş ve insan ilişkileri geliştirmelidir (Barutçugil, 2004, s. 329). Birey için bu evrede sağladığı başarıları devam ettirme ve koruma zamanı olarak görülebilir (Cron, 1984, s. 44). Hafif hafif düşmekte olan bir iş doyumunu ve verimi, kariyer ortasına ulaşmış çalışanı bekleyen bir sondur. İş görenler, işe olan bağlılıklarını belirli bir yaştan sonra yitirmektedir. Fizyolojik ve psikolojik süreçlerdeki yavaşlama sebebiyle verimi eksilebilir. Teşkilatlar, bu pozisyondaki çalışanlara unvanlar vererek sadakatlarını elde etmek isteyebilir veya daha az konsantrasyon isteyen faaliyetlere yönlendirebilir ya da emekliye sevk edebilir. Bu dönemde, personel kariyer buhranları geçirebilir. Kriz örgütte ya da örgüt dışında hastalık, boşanma gibi bir sebepler de ortaya çıkabilir. (Aydın, 2010, s. 104).

2.1.4.6.4. Kariyer Sonu

Bu aşamada bireyin bilgi alımı hafiflemiş, buna karşılık güçlü bir deneyim birikimine sahip olmuştur. Bu aşamada, birey daha eğitici konumdadır. Bu pozisyonu ile bulunduğu ortamından hürmet görür. Orta yaş problemlerinden kurtulan kişi, hayatına yeni bir mana vermiştir ve bu bağlamda hayatını devam ettirmektedir (Cenzo ve Robbins, 1996, s. 275).

Geç kariyer düzeyi adı verilen bu evrede kişi çoğunlukla deneyimli bir personel gibi hareket etmeye başlar. Bu evrede kişi, eskiden düşündüğü gibi dünyayı değiştiremeyeceği veya ebediyen verimli bir biçimde kalamayacağı hakikatini görmeye başlar (Tunçer, 2012, s. 218). Bireyler bu dönemde, verimlerinin düştüğünü ve olasılıkla bugünkü mesleklerinde verimli olamadıklarını anlarlar. Kişinin fiziki açıdan yaş aldığı bu dönemde öğrenme hızının azalmasına rağmen ciddi bir deneyim birikimine sahip olduğu görülmektedir. Bu dönemde daha çok eğitici pozisyonda olan kişi bu pozisyonu ile de çevresinden hürmet görür (Bayraktaroğlu, 2003, s. 132).

Bu aşamada, bireyler daha evvelki evrelerde elde ettikleri kazanımlarını muhafaza etmeye yönelir. Birey, daha önceki aşamalarda birçok kazanım elde ettiği için bu evrede ve bu evreden sonra yeni kazanımlar elde edemez. Kariyerlerindeki gelişme bu evrede sona erdiği için verimlilik yüzdeleri düşmekte, yaptığı işler ise kişileri eskisi gibi mutlu etmemektedir (Can, Akgün ve Kavuncubaşı, 2001, s. 160).

Bu basamakta, bireyler kariyerlerini tamamlama noktasına gelmişlerdir. Birtakım bireyler içinse çalışma hayatlarının en üst düzeyine ulaştıkları bir aşamadır. Kariyer sonu aşaması 50-65 yaş aralığında olmaktadır. Bireyler bu aşamada iş hayatında buldukları konumu korumaya çalışırlar. Başarı, saygı görme ve kendini ispatlama, özgürlük gibi önemli gereksinimler bu aşama da sürmektedir. Bu aşamada çalışanların verimlerinde eksilmeler meydana gelmektedir (Bayram, 2008, s. 62).

Son kariyer dönemi, kişilerin tecrübe sebebiyle verimliliğini devam ettirebildiği ancak farklı bakış açısıyla meslek hayatını bırakmak adına son hazırlık üzerine çalışılan zamanı içine almaktadır. Diğer bir anlatımla son kariyer, orta kariyer döneminin son basamağına doğru bireyin çıkış aşamasına katılamaması, tersine gidişin ortaya çıktığı dönemdir. Bu pozisyonda, kişinin değişik fizyolojik, psikolojik veya bedensel işlevlerinin zayıfladığı anlaşılmakta diğer taraftan kişi gerilemeye dönen bir kariyer grafiği göstermektedir (Sabuncuoğlu, 2000, s. 151).

2.1.4.6.5. Emeklilik

Kişi, bu pozisyon için teşkilat tarafından değişik projelerle destek görmemiş ve kendini hazır hissetmemiş ise bütünüyle edinilmiş kimliğe karşın kendisini reddedilen ve faydasız bir kişiymiş şeklinde algılayabilir. Diğer taraftan kişi; yaşlılığa karşı negatif reaksiyonlar üretebilir, aile hayatında güncel ekonomik problemlerin ağırlığını yaşayabilir. Fakat, birtakım iş görenler emekliliği daha müspet bir biçimde görebilirler. Bu müspet bakış açısında teşkilatın yardımı ve kişi etkin durumdadır. Örneğin; çeşitli kişiler açısından emeklilik, kişinin iş baskısını üzerinden attığı bir sükûnet dönemidir. Çalışma döneminde vakit bulup gerçekleştirilemeyen özel zevklere ve merak alanlarına vakit ayırma şansıdır. Bunun için modern eğitimlere ve modern kariyer arayışlarını hedef alırlar. Bunun neticesinde emekli olsalar dahi danışman olarak yeni bir meslek hayatı sürecine girerler. Ayrıca, emeklilik döneminin müspet ya da menfi olarak düşünülmesinde devletlerin refah seviyesi, emeklilik yaşı, emeklilikte kişilere verilen imkanların uygunluğu, teşkilatın ve kişinin bakış açısı etkili olmaktadır (Özdemir, 2005, s. 64).

Emeklilik evresinde, bireylerin 55 veya 65 yaşlarında olmalarına karşın bazı iş görenler açısından bu husus bir bunalımdır. İşten soğuma kişileri bir yetersizliğin içine atar. Birey kendisinin psikolojik açıdan eskimiş ve yetersiz olduğunu düşünür. Burada, bireyin iş memnuniyeti yaşlılık açısından farklılık göstermektedir (Eryiğit, 2007, s. 22).

Emeklilik, diğer açıdan kişinin hayatında güncel bir kariyer yolu ve güncel amaçların hayata geçtiği, güncel görevlerin iyileştirilmesini içine alan zaman aralığıdır. Emeklilik evresinde, iş görenin kişisel kimliğe sahip olması ile beraber mesleki kimliğini yitirmesi sebebiyle kendini yetersiz ve işe yaramaz hissedebilir. Burada, kişi seçmiş olduğu kariyer ve hayat alternatiflerinden hoşnut olma gereksinimi içerisindeydir. Fakat, doyuma ulaşma hissi yaş ilerledikçe farklılık gösterebilir. Bu kademedede, iş doyum düzeyinin düştüğü görülmektedir (Şimşek vd., 2007, s. 21). Bu dönemde, bireyler çalışırken uygulamaya şans bulamadıkları faaliyet alanlarına, hobilerine, eğilimlerine yönelebilir ya da emeklilikten sonra çalıştıkları teşkilatta veya iş yaşamı içinde farklı bir statüde kalarak iş görenlere danışmanlık yaparak yaşamlarına devam edebilmektedirler (Öge, 1998, s. 46; Taşçıoğlu, 2006, s. 14).

2.2. Girişimcilik

Girişimci, modern kavramların oluşturulması, nüfuz etmesi ve tatbikini hızlandırır, üstelik yeni endüstrilerin ortaya çıkmasına neden olur, teknolojileri kullanan iş kollarında getiriye artırır ve süratle gelişen iş kolları ortaya çıkardığı için iktisadi gelişmeye ivme kazandırır. Günümüzde, iktisadi iyileşme ve büyüme; ürün, bilgi, teknoloji ve hizmet sahasında üretimin yükseltilmesiyle ilgilidir. Bu durumda ekonomik sistem de girişimcilikle temin edilebilir. Girişimciliğin ekonomideki bu itibarına karşın, iktisatçılar tarafından bütünüyle algılanamayan bir olgu olarak sürmektedir (Çöğür, 2016, s. 66).

İnsan yaşamını bir nebze daha yaşanılabilir hale getirmek ve kolaylaştırabilmek için ekonomik, teknolojik ve sosyal alanda gelişmeler ve değişimler yaşanmaktadır. Bir ülkede gerçekleşen yenilikçi faaliyetler, o ülkenin gelişme düzeyine etki etmekte ve diğer ülkeler için önemli bir örnek oluşturmaktadır. Gelişme yolunda atılan her yenilikçi adım, girişim yolunda yapılan bir yenilik olarak görülebilir. Girişimcilik, temelde ekonomi, teknoloji, eğitim, çevre ve sosyal yaşam gibi birden fazla alanda faaliyet göstermektedir. Bununla beraber, girişimciliğin temelinde yatan belirleyici unsurlar ve özellikler de bulunmaktadır. Bunlar; risk alma, başarı odaklı olma,

fırsatları değerlendirme, yenilikçilik, bağımsızlık, kararlı olma ve kaynakları etkin olarak kullanma gibi özelliklerdir. Girişimcilik olgusu, pek çok kişi tarafından ekonomik kazanç sağlama ve iş kurmak gibi algılansa da bir taraftan da sosyal yönden fayda sağlamak gibi bir hedefi vardır. Toplumun ihtiyaçlarının giderilmesi için bireyler, düşüncelerini hayata geçirerek girişimci faaliyetlerde bulunurlar. Bu bağlamda, bireyler ve toplum arasındaki ilişki bağlarının güçlenmesinde girişimcilik önemli bir rol oynamaktadır (Eroğlu, 2019, s. 7-8).

Wagner (2008), 21. yüzyılda ortaya çıkmış olan gelişmeler bilim, sanat, ekonomi ve daha birçok farklı alanda büyük değişimler yaşanmasına neden olmuştur. Bu gelişen sebeplerden ötürü, insanların farklı farklı becerilere sahip olması zorunlu bir durum haline gelmiştir. 21.yüzyıl becerileri olarak da bilinen bu beceriler Wagner'e göre; eleştirel düşünce ve sorun çözme, iş birliği ve önderlik, hızlı uzlaşma, girişkenlik ve girişimcilik, sözlü ve yazılı iletişim, merak ve hayal gücü olarak ifade edilmiştir. Tüm bu beceriler arasında, girişimcilik kavramı son dönemlerde çok yaygın kullanılmıştır şeklinde ifade etmiştir. Varol ve Güler (2005), girişimciliğin köken olarak orta çağda kullanılan "entreprenere" kelimesinden gelmektedir. Girişimcilik bir işi yapan anlamı taşımaktadır. Zaman içerisinde gelişerek 20. yüzyılda yenilikleri araştırma, risk alma, fırsatları değerlendirme ve bu durumların hayata geçirilmesi olarak ifade etmiştir.

Casson (1995); Swedberg (2000); Çetindamar, (2002, s. 33), orta çağda girişimci yüksek kapasiteli imalat planlarını işleten bir oyuncu veya idareci kimliği benimsenmiş ve kabullenilmiştir. O dönemlerde girişimci riske girmemekte, yalnızca ayrılan sermayeden yararlanarak projenin başında olan ve uygulayan şahsiyettir. 17. yy.da girişimcilik kavramı ile risk arasında ilk defa ilişkiler tesis edilmiş, girişimci kazanç ve kaybetme riskini üzerine alarak, devletle sözleşme yapmak şartıyla ürün ve hizmet tedarik eden birey şeklinde tarif edilmiştir. Girişimcilik kelimesi ilk kez iktisat alan yazınında 1730'lu senelerde Fransız Richard Cantillon aracılığıyla kullanılmıştır şeklinde ifade etmiştir. Foss ve Klein (2002); TÜSİAD (2002); Çetindamar, (2002, s. 33), ise girişimcilik kelimesini John Stuart'ın 19. yy.da da İngiliz literatürüne soktuğunu ifade etmişlerdir. Yapılan tanıma bakıldığında girişimci; " daha ortaya çıkmamış bir değerle devretmek amacıyla imalat girdilerini ve faaliyetlerini bugünden temin eden ve mamul hale getiren insan " olarak tanımlanmıştır (Çetin, 1996, s. 29).

Girişimcilik ve girişimci günümüz dünyasında hayat kalitesini arttırmak amacıyla bütün sahalarda ciddi bir öge biçiminde karşımıza çıkmaktadır. Buna bağlı

olarak yenilik, riske girme, bilinmeyen şartlara hoşgörü, gerçekleştirme arzusu ve kontrol merkezi gibi kavramlar da sürekli duyulmaktadır. Girişimcilik kavramı, bütün alanlarda birden iyileşme ve büyümenin ana değişkeni şeklinde değerlendirilmektedir (Bozkurt, 2006, s. 94).

Top (2006, s. 7), ifadesiyle girişimcilik kavramını şu şekilde ifade etmektedir: “Girişimcilik mesleğe, hayata katma değer yaratma, adalet, amaç ve ümitlerle diğer kişiler arasında yalın bir ayırım gerçekleştirmektir.” Girişimcilik hayatın birçok yerinde etkili ve hâkim olan bir olgudur. Herhangi bir konu veya durumda liderlik ederek kişilere öncü olmakla ve seçenekler içerisinde en uygun olanını tercih ederek karar vermek girişimciliğin esas temelini oluşturmaktadır. Bunlarla beraber girişimci kişilerin, verilen kararların tüm sorumluluğunu üzerlerine alma ve sonuçlarına katlanma gibi konularda da yetenekli olduklarını söylemek mümkündür demiştir.

Akpınar (2009, s. 14), girişimcilik olgusunu “Gerekli süre ve emek vererek ekonomik, fiziksel ve sosyal açıdan riske girerek, kişisel doyum ve ekonomik mükafatlar kazanmayı konusu haline getiren değişik bir nitelik yaratma süreci” şeklinde açıklamıştır. Bu bağlamda, girişimcilik ekonomik olgusu ile beraber yaşantının farklı yerlerinde kendisini göstermektedir. Risk almak ve cesaret göstermek sadece iş yönünden değil hayatımızda her zaman karşımıza çıkabilecek bir durumdur. Kişiler herhangi bir karara ulaşmadan evvel tüm süreçleri gözden geçirerek ayrıntılı düşünme aşamasının önemini ve yararını anlamaktadırlar. Düşünme süreci ne kadar ayrıntılı ele alınırsa alınacak risklerin büyüklükleri de o kadar az olmaktadır, girişimciliğin altın kuralı budur ifadesiyle anlatmıştır.

Son yıllarda büyüme, kalkınma, istihdam, değişim ve inovasyon kavramları gerek ekonomik gerekse sosyal yaşam anlamında artık sıklıkla kullanılmakta ve yer almaktadır. Teknolojinin gelişmesi ile beraber bilgiye ve kaynaklara erişim kolaylaşmış ve rekabet de hız kazanmıştır. Ülkeler eğer ki dünyada ekonomik anlamda söz sahibi olmak ve üstünlük kazanmak istiyorlarsa büyümenin ve kalkınmanın yollarını aramak her devirde gerekli olmuştur. Bununla beraber, gelişme hızının korunması ve ekonomik büyümenin gerçekleşmesi için toplum içindeki girişimci sayısının artırılması ve ekonomide katma değer yaratılması da çok önemlidir. Genel olarak bakıldığında, gelişmiş ülkelerde girişimcilik sayıca oldukça fazladır. Gelişmekte olan ülkeler pozisyonunda olan Türkiye’de ise girişimcilik potansiyeli oldukça yüksektir (Sönmez ve Toksoy, 2014, s. 46).

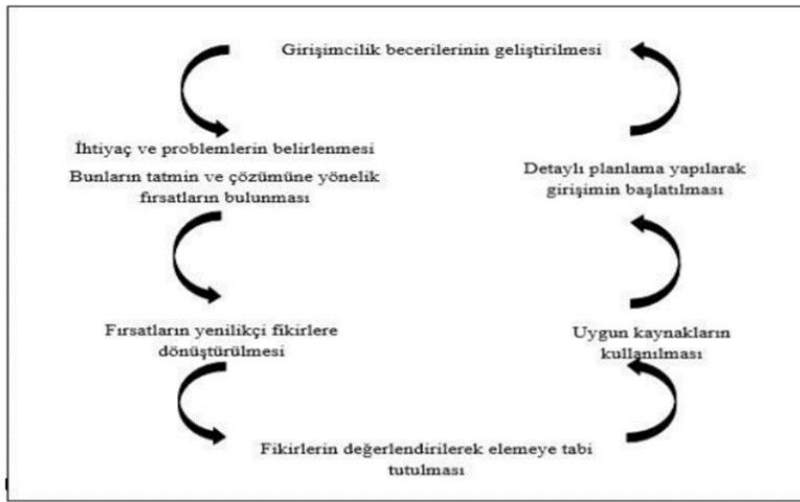
Küresel rekabet ortamlarında, girişimcilerin faaliyetleri ne kadar artarsa, ülkelerin çağı yakalama ve diğer ülkeler görünümünde saygın konuma yükselme ihtimalleri de o derecede artmaktadır. Bu sebeple, özellikle de gelişmekte olan ekonomilerde girişimci sayısını arttırmak önem arz etmektedir. Yeni girişimlerin, özellikle sürdürülebilir girişimlerin teşvik edilmesi ve öncü olunması toplumun refah düzeyinin artmasında önemli bir yere sahiptir. Kurulan yeni işletmelerin, uzunca süreler boyunca hayatta kalabilmesi orada çalışan kişiler ve sermayedarlar için ne kadar önemliyse ülke ekonomisi için de oldukça öneme sahiptir. Yeni kurulan işletmelerin birçoğu ise iki yıl içerisinde veyahut beş yıl dolmadan ne yazık ki kapanmaktadır Bartelsman, Scarpetta ve Schivardi, (2005, s. 3); TOBB, (2011, s. 62).

Ramaswamy ve Özcan (2014), bu durumun önüne geçmek için ise doğru zamanlarda doğru yatırımlar yapılması çok önemlidir. Bu sebeple, yeni girişimlerden önce mutlak ve mutlak sektör bilgisi, tecrübe, deneyim paylaşımı ve fizibilite hazırlamak önem arz etmektedir. İnsanlar, sektör bilgisi ve işletme sermayeleri olmadan girişimde bulduklarından kurdukları işletmelerin ömürleri de maalesef kısa olmaktadır. Girişimcilik, son yılların en popüler ve gözde konularından birisi olmuştur. Küresel etkileşim ve enformasyon teknolojilerindeki ilerlemenin etkisi ile bireyler ve çevreleri arasındaki etkileşimlerin nitelikleri çok çabuk değişerek iş yaşamı, ekonomi ve toplumda değer yaratma süreçlerini sürekli olarak dönüşüme uğratmaktadır. E-ticaretin yaygın kullanımı, mobil teknolojilerin ilerleyişi ile beraber, kişisel ve kolektif aktörlüğün merkezi nitelik kazanması ile beraber veri alışverişi hızlanmış ve değer yaratmayı küresel boyutlara çıkarmıştır şeklinde ifade etmiştir.

Girişimcilik, hayatın devam ettirildiği ortamda belirlenen şansları hissederek tasarımlar oluşturabilen, tasarımları insan hayatına adapte ederek varlık üretme ve hayatı biraz daha kolay hale getirme deneyimini kazanmaktır. Girişim sürecinde ise, kişisel bağımsızlıktan, doyum gibi psikolojik; para ve servet gibi ekonomik bir ödül; saygınlık ve sosyal konum şeklindeki sosyolojik kazançlara sebep olan, onun için kişisel bir emek isteyen değer oluşturma aşamalarıdır (İlter, 2008, s. 65). Girişimciliğin itibarının bu kadar artmasında temel sebep, devletlerin büyümesinde ciddi bir güç kaynağı oluyor olmasıdır. Girişimcilikle, ülkede sağlanan iktisadi büyüme, politik gücü, teknolojik ve bilimsel büyümeyi de döngüsel biçimde yükseltmekte ve dünya arenasında devletler arası yarışta üstünlük yaratmaktadır. Diğer bir yandan, ülkenin tamamına yayılmış olan girişimsel çalışmalar bölgeler arası gelişmişlik farklarını

durdururken, merkez ve çevre arasındaki uzaklığı kısaltmakta ve sonucunda ulusun tamamında gelişme beraberinde iyileşme sağlanmaktadır. Bir ülkede girişimcilik ile alakalı olan her gelişme en ciddi hazinelerden birisidir (İrmiş ve Barutçu, 2012, s. 1-2).

Girişimciliği açıklamanın çeşitli nitelikler çerçevesinde bir araya geldiği görülmektedir. Bunlar risk üstlenmek, fırsat oluşturmak, fırsatları kullanmak, yenilikçi olmak, özgün olmak, kıymet yaratmak ve belirsiz olma durumunda karar vermek olarak derlenebilir. Bu tanımlar sonucunda Müftüoğlu ve Haliloğlu (2013), girişimciliği bir döngü olarak anlatmaktadırlar.



Şekil 9. Girişimcilik süreci

Kaynak: Müftüoğlu ve Haliloğlu, (2013, s. 12).

Şekil 9’da girişimcilik süreci şeması bulunmaktadır.

Ekonomik anlamda tıkanmış ülke ekonomisinin, dengeli bir şekilde ekonomik canlılığa kavuşabilmesi, yer yer ülkemizde ve dünyada gerçekleşen ekonomik sıkıntılardan sarsılmamanın veya bu krizlerden kurtulmanın stratejik bir çözümü de girişimciliğdir. Girişimcilik, ekonominin büyümesi adına hareketli bir unsur olduğundan ötürü yaşamsal bir özelliğe de sahiptir. Bir işletmeyi hayata geçirmek, onu sürdürülebilir duruma getirmek oldukça zordur. Girişimcilerin hepsinde cesaret, yetenek ve yaratıcılık bulunması gerekmektedir (Bozkurt ve Erdurur, 2013, s. 57).

2.2.1. Girişim ve Girişimcilik Kavramları

Toplumların istekleri de kişilerininki gibi sonsuz ve sınırsızdır. Toplumlar sürdürülebilirliklerini devam ettirebilmek için bu sonsuz istekler çerçevesinde kendisi için en makul olanı karşılamak ile yükümlüdür. Aksi halde toplumsal sorunlar ve

problemler çözümsüz hale gelip başka sorunların da kaynağı olabilir. Bu manada, toplumsal teşebbüsler toplumların çeşitli isteklerini temin etmek üzere organize edilmiş kurum ve kuruluşlardır. Toplumsal girişimciler bu kuruluşların oyuncularındır. Bu denli büyük bir organizasyon oluşturulması ise toplumsal girişimcilik şeklinde isimlendirilir. Toplumsal girişimcilik kavramı güncel bir yaklaşım olmasına rağmen toplumsal girişimciler asırlardır faaliyettedir. Toplumsal girişimcilerin hayata geçirdiği sosyal girişimler fahri olarak bir ulusun sosyal, ekonomik, kültürel ve çevresel faaliyetlerin büyümesinde fayda sağlar (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009, s. 82).

20. yy.da kendini gösteren girişimcilik kuramına uygun olarak girişimci kişi; fırsatların tümünü takip eden ve onları temin ettiğinde zorunlu riskleri üstlenerek girişimcilik faaliyetleri oluşturmaya gayret eden şahıstır. Girişimci, feodal sistemden endüstri toplumuna geçişte toplumun lokomotifini meydana getiren itici kuvvet unsuru haline gelmiştir. Girişimcilik; modern iş olanakları oluşturması, olumlu değişikliğin önderi olması, rekabetin yükselmesine fayda sağlaması, istihdam oluşturması ve iktisadi yükselmelerin çok ciddi bir ögesi olmuştur. Girişimcilik etkinliklerinin icra edilmesinden yükümlü girişimci birey; modern fikirlerin doğmasını, yayılması ve kullanımını hızlandırırken, modern sanayilerin ortaya çıkmasına yardımcı olur. Tüm bu görevleri üstlenen girişimciler; azim, kararlılık, kendine güven, hesaplı risk alma ve problemleri kısa sürede çözüme gibi görevleri vardır. Tüm bu özelliklerin incelenmesi hem ekonomik hem sosyal anlamlarda girişimciliğin daha iyi anlaşılmasını, incelenmesini ve gelişmesini sağlayacaktır (Timuroğlu ve Çakır, 2014, s. 120).

Girişimcilik, ekonomik gelişim için etkin bir güç olmasından ötürü büyük önem taşıyan bir özelliklerle donatılmıştır. Bir işletmeyi faaliyete geçirebilmek ve onu sürdürmek kolaylıkla yapılacak bir iş değildir. Girişimcilerde atılganlık, kapasite ve yaratıcılık beraber olması gereken faktörlerdir. Bu da nihayetinde bu unsurları yapısında bulunduran girişimcilerden dolayı mümkün olabilmektedir (Bozkurt ve Erdurur, 2013, s. 59). Buradan yola çıkarak; Karadeniz (2010, s. 42), girişimciyi, hayatını geçirdiği ortamın neden olduğu şansları değerlendiren ve buna göre projeler hayata geçiren, bunları başararak kazanç sağlayan birey şeklinde ifade etmiştir. Bayrakdar (2011, s. 246-247); Duran, Büber ve Gümüştekin, (2013, s. 34-35), ise yönlendirme kabiliyeti olan, esnek, özgün, tarafsız, problemleri çabuk sonuca

bağlayan ve kazanma hedefi olan bireylerin girişimci olarak kabul edildiğini ifade etmiştir.

Girişimcilik, ne kadar da olsa son senelerde en çok konuşulan ve saygınlığı gün geçtikçe yükselen ve yeni bir bölümmüş şeklinde bir imaja neden olan endüstri devrimiyle beraber hayata geçen sanayi toplumunun yerini globalleşmeyle beraber bilgi toplumuna terk etmesiyle gittikçe de itibar elde eden bir araştırma alanıdır. Gerçekten, üretim faktör düzenlemesi uygulandığında doğal kaynaklar, kapital ve personelin arkasından ilk sırada girişimcilik hatırlanmaktadır. Bugün, rekabetin de büyümesi sonucunda üretim unsurlarının kalifiye personel ve girişimciliği süratle öbürlerinden daha çok vitrine çıkartmaktadır. Girişimcilik, güncel iş sahaları oluşturmakta ve girişimcilik çalışmaları yaygınlaştıkça ilerlemiş olan çevrelerde sosyal ve iktisadi dengenin sürmesi, geri kalan çevrelerde ekonominin güçlendirilmesi, ekonomik ve toplumsal faaliyetlerin canlanması söz konusu olmaktadır (Efeoğlu, Pekkan, Ciritci ve Çanşali, 2016, s. 18-19). Girişimcilik, eğitim planlarının hedefleri, kişilerin kendilerine ait işletmelerini kurma becerilerinin gelişmesi adına, temelde olan girişimcilik ve işletmecilik eğitimlerinin kişilere verilmesi ve özel sektörde kendi işlerini başarılı bir şekilde yürütmeleri için zemin hazırlamaktadır (Tekin, 2005, s. 447).

Girişim faaliyeti, bir veyahut iki kişi tarafından gerçekleştirildiğinde bu kişilere girişimci, birden fazla kişi veya grup tarafından gerçekleştirilse eğer bu faaliyet grup girişimciliği olarak ifade edilir. Çoğunlukla girişimcilik, bir kişinin bir girişimi kurmasını ve bu girişimi hayata geçirme sürecinde göstermiş olduğu hareketleri ve tavırları tanımlamaktadır. Girişimcilik aşamasında en önemlisi, girişim faaliyetinin kurulma ve sürdürülmesi sürecinde kolektif girişimcilik kavramlarından bahsediliyor olması durumudur. Girişimcilik süreçlerinde; yenilikçi yönetim biçimi ve örgütlenme şekli ile oluşabilecek riskleri minimuma indirmek hizmet tefahür, üretimin bir veya birkaç kişi tarafından hedeflendiği süre içinde gerçekleşmesini amaçlamaktadır (Gürol, 2006, s. 5).

Daha önceki araştırmalarda girişimcilikle alakalı tariflere bakıldığında girişimciliğin daha fazla kazanç elde etme sebebiyle kendine ait bir işletme sahibi olabilme ve geliştirme şeklinde açıklandığı anlaşılmaktadır . Büyüyen ve dönüşüme uğrayan dünya düzeniyle beraber girişimciliğe ilgi de değişmiş ve artık bugün girişimcilik daha fazla riske girme, olumlu olan değişiklikleri keşfetme, şansları

değerlendirme ve bunları aktifleştirme aşaması şeklinde açıklanmaktadır (Çetinkaya, 2011, s. 5).

Bu açıdan bir devletin iktisadi ve sosyal gelişmişlik seviyesiyle sahip olduğu girişimcilik gücü arasında nispeten kuvvetli bir bağlantı olduğu ifade edilebilir. Girişimcilik, güncel iş kolları hayata geçirerek iktisadi kalkınma ve gelişime destek sağlamaktadır. Bunların haricinde, devleti iktisadi yaşamına katmış olduğu olumlu değişikliklerle ekonominin rekabet etkinliğini geliştirerek devletin dünya ekonomisindeki konumunu saptamaktadır (Karadeniz, 2010, s. 43).

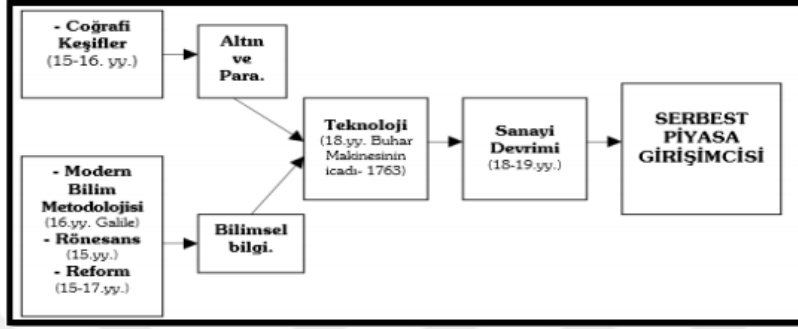
2.2.1.1. Girişimciliğin Tarihçesi

İnsanlık geçmişi kadar eski ve ayrıntılı olan girişimcilik olgusu toplumların da gelişmesinde ve değişmesinde önemli rol oynamıştır. İnsanların ilk çağlardan günümüze değin yaşamlarını sürdürebilmek adına icra ettikleri avcılık, çiftçilik, hayvancılık, ticaret biçimindeki eylemler, tarihin ilk çağlarında da girişimcilik olgusunun yavaş yavaş baş gösterdiğinin göstergesi olmuşlardır. Girişimcilikle alakalı olan yenilikler, çağdaş üretim ve idarecilik yöntemlerine gelene kadar çeşitli ve yönlendirici aşamalardan geçmişlerdir (Aşkın, Nehir ve Vural, 2011, s. 56).

İlkel toplumların birçoğunda insanlar geçimlerini doğanın sunduğu kaynaklardan sağlamak ve sahip oldukları kaynakları takas ile ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde değerlendirmişlerdir (Lajugie, 1968, s. 17). Her ne kadar modern zamanlarda diğer zamanlara nazaran farklı olarak kendini göstermiş olsa da girişimciliğin ilk ve orta çağlardaki başarıları hem risk hem de sınırlandırmaların üstesinden gelmelerine bağlıydı. Geçmişten günümüze kadar birçok ekonomik sistem dünyada yer almış ve ilk, orta çağ döneminden şu an günümüze kadar insanlar farklı şekillerde olsa bile bir ekonomik sistemin içerisinde bulunmuşlardır. Batı Avrupa'da kilise ve feodalitenin güç kaybetmesi sonrasında çağdaş kapitalizmin ilk aşaması olarak bilinen merkantilizm doğmasına ortam hazırlanmıştır. Merkantilistler zenginliğin altın, gümüş ve madeni para ile mümkün olduğunu benimsemişlerdir (Aydemir ve Güneş, 2006, s. 137).

Merkantilizm, ülkelerin hazinelerinin altın ve gümüş mevcutlarını artırmak için ihracata ağırlık vermesini ve devletin ekonomiye olan müdahalesini savunan bir düşünce akımıdır (Kibritçioğlu, 1996, s. 51). Bu akım 17. ve 18. yüzyıllarda var olan ülkelerce kendi aralarında benimsenmiş ve uygulamaya konuşmuştur. Sanayi devrimi

ile beraber de geçerliliğini yitirmiştir. Tabloda da görüldüğü gibi coğrafi keşifler ile altın ve para gibi ticaretin en önemli unsurları bulunmuş ve Rönesans Dönemi'ndeki bilgi ile bütünleşerek ticaret hız kazanmıştır. 18. yüzyıl ve sonrasında teknolojiadaki değişim dünyada yeni bir hareket başlatmıştır. Sanayi devrimi ile ticaretin tüm dünyaya yayılmış olduğu dönemde girişimciler için de yeni pazar arayışları başlamıştır (Aydın, 2020, s. 24-25).



Şekil 10. Girişimciliğin Gelişim Süreci ve Girişimcilik

Kaynak: Ercan ve Gökdeniz, (2009, s. 62).

Şekil 10'da girişimciliğin gelişim süreci ve girişimcilik şeması bulunmaktadır.

Endüstrileşme aşamasıyla beraberinde girişimci insan, çok farklı özellikler sahip olmaya başlamıştır. Girişimci bireylerin özelliklerindeki bu değişim aşaması, bir taraftan girişimcinin iktisadi kıymetini ve toplumdaki saygınlığını da üst seviyeye çıkarmıştır. Bu ilerlemenin doğal neticesi anlamında girişimcilik bir üretim ögesi biçiminde algılanmaya başlanmıştır. Diğer taraftan, 19. yüzyılın ikinci yarısından başlayan süreçte işletme sahipliği ve idarenin bölümlerinin tasnif edilmesi, girişimci konumunun tekrar değerlendirilmesinde ve iktisadi yaşamda daha büyük bir değerle mevki edinmesine sebep olmuştur (Küçük, 2005, s. 32-33).

Tarihsel süreçte meseleye baktığımızda, girişimci ve girişimcilik 1930'lu senelerde yaşanmış olan ağır iktisadi buhran ve 2. Dünya Savaşı çalışmalarından oldukça fazla etkilenmiştir (Aytaç, 1999, s. 28). 1929 bunalımında, esasta Amerika'da para piyasalarının yıkılışına adanmış olsa da o senelerde dünyadaki iktisadi koşullar ve buhranın genişliği göz önüne alındığında "Büyük Dünya Bunalımı" biçiminde isimlendirilmeye layık olduğu görülmüştür. Buhran, dünyada 50 milyon kişinin işini ve evini kaybetmesine, toplamda dünyadaki üretimin %42 oranında ve dünya ticaretinin de %65 oranında düşmesine sebebiyet vermiştir. 1929 yılına değin dünyada oluşmuş olan farklı buhranlara bakıldığında zaman dünya ticaretinin en çok %7 oranında

azaldığı farz edilirse, 1929 buhranının ne düzeyde şiddetli ve yıkıcı sonuç içerdiği anlaşılmaktadır (Halilçolar, 2003, s. 1).



Şekil 11. Girişimcilik Kavramının Tarihsel Gelişimi

Kaynak: Sönmez ve Toksoy, (2014, s. 42).

Şekil 11’de girişimcilik kavramını tarihsel gelişimi şeması yer almaktadır.

Bu devirde, işletmelerin gelişmesi durma seviyesine gelirken, bireylere ilişkin olan sosyal güvenceyi ön plana çıkaran devletçi yaklaşımlar uygulanmıştır. Farklı bir ifadeyle bu süreçte sosyo-politik çoğunluğu oluşturan iktisadi tedbirler uygulanmaya başlanmıştır. Özel olarak savaş dönemleri ve takiben kaynaklardan doğru yararlanıldığında devlet ekonomisi, toplumun temel gücü halini almıştır. Kamunun ekonomide artan pay değeri ve buna paralel kamu masrafları, toplum yapısını aynı zamanda oluşan işletme yapısında merkezden yönetilme durumuna neden olmuştur. Bu süreçte “devlet güçlü olduğunda, toplumsal hayat daha güzeldir” mantığı egemen olmuştur (Aşkın vd., 2011, s. 60-61).

1960’lı yılların neredeyse sonuna kadar etkisini arttıran bolluk devleti uygulaması, merkezden yönetimi, işletme biçimi olarak ölçek ekonomisini ve güçlü işletmeyi ön planda tutmuştur. 1970’li senelerde ise birinci ve ikinci petrol krizi sonrasında meydana gelen krizler, işletmelerin idaresinde merkezden yönetilmeyen oluşumları gündem konusu yaparken, bununla beraber Keynesci düşüncelerin tatbik edilmesiyle problemlerin giderilemeyeceği fikrine inanmışlardır. Halihazırdaki düzen, üretimde gittikçe büyüyen problemler ile beraber işlevlerini kaybetmiştir. Bu alanlarda meydana gelen değişimlere rağmen bilimde genetik icatlar, bilişim devrimi, bilişim

teknolojisi ve yenilikçi oluşumu kabul etmiştir. Dünya ekonomisinde meydana gelen gelişmeler, sosyal yapı ve şirket yapılarını farklılaştırmıştır (Aytaç, 1999, s. 27-28).

2.2.1.2. Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik

Girişimcilik, endüstri reformuyla ortaya çıkmış sanayi toplumunun yerini bilgi toplumuna terk etmesiyle beraber gitgide ehemmiyet kazanan bir konudur. Ekonomik iyileşme, sosyal gelişme ve istihdam meydana getirmenin hatırı sayılır öğelerinden biri pozisyonundadır. Başarılı girişimler, yalnızca toplumun istihdam imkanlarını yükseltmekle kalmaz. Bununla birlikte, o ulusun dünyadaki konum ve pozisyonunu tanımlar. Girişimciler ülkenin gereksinimlerinden yola çıkar, bu gereksinimlerin tedarik edilebilmesi adına zaruri olan maddi ve maddi olmayan değerleri temin edip çıkar ve kazanç elde edebilmeyi tesis eder, iş hayatını ve toplum yapısının davranışa dönüşmesine imkân sağlar. Bu sebeple istihdam ve gelir seviyesinin yükselmesiyle beraber toplumun refah düzeyi de yükselebilir. Özetle; girişimcilik ülke ekonomilerinin canlanması, istihdam imkanlarının çoğalması, refah seviyesinin düzeyi şartlarında üzerinde emek harcanması ve plan yapılması gereken önemli bir fenomendir (Uğur, 2015, s. 1).

Girişimcilik kavramının tarihsel gelişimi temelde iki dönem halinde incelenmektedir. Bu iki dönemi birbirlerinden ayıran iki önemli kıstas sanayi devrimi öncesi ve sanayi devrimi sonrası olan süreçlerdir. Sanayi devrimi öncesinde sermaye birikim zamanını hazırlayan gezgin tüccarların dönemi “ticari dönemdeki girişimcilik”; sanayi devrimi sonrasında yerleşik düzende faaliyetlerine devam eden ve sermaye elde eden yerleşik tüccarların dönemine ise “sanayi dönemindeki girişimcilik” denildiği bilinmektedir. Sanayi devriminin öncesinde “girişimci” ticareti yapan kişi olarak adlandırılıyordu. Değiş tokuş ticaretinin ve sonrasında nakit olarak yapılan ticaretin sık görüldüğü 7. yy.dan beri tacirler değişik ve uzaktaki bölgelere mal ve hizmetlerini iletmeye başlamışlardır. Bunun sonucunda, sermaye birikimleri artmış, kurumsallık başlamış ve insanların kendilerine ait olmayan bölgelere geçişleri düşünce ve değer yapılarında değişikliği doğurmuştur. Bu devirde, tacirler esasen istemsizce endüstri devrimi için ciddi değişikliklere neden olmuşlardır. Girişimciler, bu dönemde iktisadi, politik, kültürel ve hukuki gelişmelere yol açmışlardır (Çakmak, 2003, s. 64).

Osmanlı-Türk döneminde ise toplumda, vatandaşın geçmişten bu yana bilinen toplumsal ve kültürel yapı, idarecilerin anlayışından ötürü önemli anlamda toprak alanı sahipliği hayata geçirilememiştir. Ekonomik alanlarda büyük toprak sahiplerinin

yerlerini, Osmanlı’ da yönetime ait arazileri ekip biçerek temin ettikleri mahsulün bir bölümünü yönetime vergi Şeklinde geri ödeyen küçük üreticiler almıştır. Bu davranış ise, halkın içinden insanların bireysel olarak ekonomik etkinliklerini iyileŐtirip, güncel ticari anlayıŐları hayata geçirmesine belli bir süre engel olmuştur. Girişimcilik hususunda, Türk halkı hakkında gerçekleştirilen incelemelerden anlaşılacağı üzere, devletin girişimci düşünce yetersizliğinin Osmanlı’dan itibaren Türk toplumunun içinde olduğu toplumsal konumdan dolayı gerçekleştiği ortaya çıkmaktadır (Akın, 2003, s. 32).

Türkiye’de parasal serbestlik davranıŐlarının evvelinde kapalı iktisadi model ve ekonomide yürürlükteki ithal ederek yerine koyma pratiği, iŐ dünyasını küresel yariŐ alanından uzaklaŐtırarak, i pazarda hkimiyetin sağladığı rahatlıkla kazançlarını ellerinde tutmaya gayret eden politik ve iktisadi deđiŐkenlikler içinde riske girmekten endiŐe duyan bir alan hazırlamıŐtır. Bugün ise, gitgide küreselleşen dünya ve sınır çizgilerinin silindiği ekonomik düzende rakip olmaktan uzaklaŐmak hemen hemen hiçbir Şirket veya iŐ kolu adına mümkün değildir. Meydana gelen olumlu değişiklikler, Türkiye ekonomisi adına da yerinde olup, son senelerde girişimciliğin kıymeti anlaşılmış ve hem devlet hem de özel sektördeki kurumların destekleriyle, girişimcilik hususunda güncel faaliyetler uygulanmaya başlamıştır (Sönmez ve Toksoy, 2014, s. 45).

1929 ekonomi buhranı ile tüm dünyada egemenlik gösteren Keynesyen yöntemlerle bir dönem liberal girişimciliğin haricinde devletin de ekonomiye katılması ve dahil olmasını olumlu karşılayan bir görüş gün yüzüne çıkmıştır. İkinci dünya savaŐından sonra ekonomi yöntemlerinde yeniden serbest girişimcilik düşüncesine doğru yönelim görmek mümkün olmuştur. Fakat, Avrupa’nın bu deđiŐimi ABD ile mukayese edildiğinde tam olarak gerçekleŐemediđini ifade eden ve inanan araştırmacılar vardır (Candan, 2011, s. 161).

nc dünya uluslarında ise, ekonomik büyüme meselesindeki yöntemler farklılık göstermişlerdir. Genellikle, otorite yanlış idarelerin yönetimde bulunduğu ülkelerde ekonomi yöntemleri bakımından serbest görüŐten bahsetmek çok zordur. Bu noktada, ifade edilen uluslarda yetersiz olanın girişimciler değil de pazar hedefli kuruluşların yetersizliğidir. Doğu Avrupa ve Rusya, Afrika, Latin, Amerika, Güney Asya ve Orta Doğu’daki yoksulluk sorununun gerisinde olan problemi bu alanda aramak olasıdır (Akın, 2007, s. 102).

2.2.1.3. Girişimci Kişilik Özellikleri

Girişimci şahsi nitelikleri anlamında şimdiye kadar fazlaca inceleme gerçekleştirilmiştir. Fakat, son dönemlerde girişimciliği yalnızca şahsi niteliklere yüklemenin kâfi gelmediğini ve girişimciliğe tesir eden belirli öğeler bulunduğu da incelemelerin teması durumuna gelmiştir. Bir insanın girişimcilik özelliklerine haiz olduğu için girişimci olmasına ihtimal vermek olanaklı değildir. Şüphesiz bu yönelimi etkisi altına alan belli sosyokültürel ve iktisadi etkenler bulunmaktadır. Örnek olarak, aile, nitelikli eğitim, ekonomik şartlar ve örnek alınan insan bir şahsın girişimcilik yönelimine tesir edebilir (Ubuz, 2019, s. 30).

Kişilik, bir insanın sezgi, zihniyet, tutum yöntemlerini etkileyen faktörlerin kendine has görüntüsüdür. Sürekli biçimde içerden ve dışardan gelen uyanların tesirinde kalan kişilik, kişinin biyolojik ve psikolojik, genetik ve kazanılmış tüm becerilerini, dürtülerini, sezgilerini, arzularını, huylarını, tüm tavır ve tutumlarını kapsar (Tınar, 1999, s. 93).

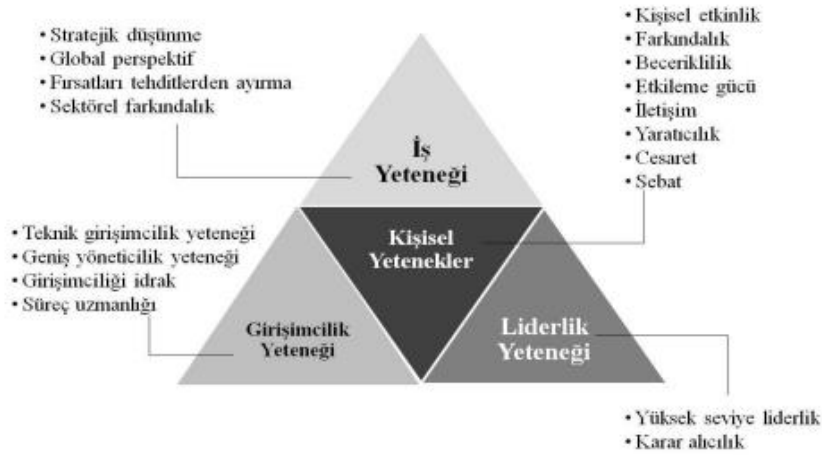
Psikolog ve davranış bilimci profesörlerin birçoğu kişilik kelimesini, bireylerin kişilik niteliklerinin ve bu nitelikler bağlamındaki yakınlıkların, kişinin farklı insanlarla olan ilişkilerindeki ahenkli olma yollarını inceleyen kapsamlı bir kavram olarak düşünmüşlerdir. Böyle bir yaklaşım, kişilik kavramının ortaya çıkış tarihinden beri vardır. Dolayısıyla kişilik kavramı ile kişinin karakter özelliklerinin belirli yönleri ve kişilerarası farklılık anlatılmaktadır. Belirli bir grup içerisinde yer alan bireylerin karakteristik özelliklerinden bahsedildiğinde bazılarının bireycil, sosyal, başarılı ve ekonomik olarak kişilerin değerlendirilmesi yapılmaktadır. Bu özelliklerin her birisi de kişilik özelliklerinin bir sonucu veyahut bir bölümü olarak düşünülmektedir. Kişiliği ortaya çıkaran faktörlerin neler olduğu karakter dediğimiz vakayı hangi fikrin meydana getirdiği sorusunu sorduğumuzda, kişiliği meydana getiren birden fazla tutarsızlık olduğu ve farklı teorisyenlerin düşüncelerine bakıldığında bu tutarsızlıkların sayısının ve değişmesinin önemini anlarız. Bu doğrultuda, kişiliği meydan getiren unsurları; genetik ve bedensel unsurlar, aileye bağlı unsurlar, sosyal ve kültürel unsurlar, sosyal sınıf unsuru, coğrafi unsurlar ve diğer unsurlar şeklinde gruplandırılmaktadır (Türkel, 1992, s. 27- 28).

Kişilik kavramı, bireyin toplumsal hayatının bir bölümü olarak asırlar boyunca rağbet ve alaka görmesine karşın bilime dayanan ilerleyişine 1930'lu senelerde kişilik

psikolojisi ve düzeninin farklı tüm sosyal bilim alanlarından ayrı olarak bilimsel bir otorite biçiminde ortaya çıkması ile hayata geçmiştir (Yelboğa, 2006, s. 198).

Bugünün bilgi toplumunda kişinin emeği üretim faktörlerinde düşerken, bilgi altyapılı eylemin üretim faktöründe gün geçtikçe değeri yükselmektedir. Bu durumda ise girişimciliğin kıymetinin; değişiklik, özgünlük ve idari etkinliklerin bir parçası ve bütünüleyicisi şeklinde meydana geldiği söylenebilir. Günümüzde, global boyutta ekonominin daha da rekabetçi olması da girişimciliğin saygınlığını ve değerini arttıran bir faktördür (Özkul, 2007, s. 344).

Girişimcilerin haiz olmaları gerekli dört önemli kabiliyet ise iş becerileri, kişisel beceriler, liderlik becerisi ve girişimcilik becerisi biçiminde düzenlenebilir (Sönmez ve Toksoy, 2014, s. 43).



Şekil 12. Girişimcilikte Dört Önemli Yetenek

Kaynak: <http://turtleinvestor888.blogspot.com/2009/07/entrepreneurship-requires-four-areasof.html>

Şekil 12’de girişimcilikte dört önemli yetenek şeması yer almaktadır.

Girişimci, satılabilir ürün ya da hizmet elde etmek, pazarlama adına üretim elemanlarını kendi içlerinde sistemli bir şekilde toparlayan, kazanç elde etmeyi düşünen ve kendi girişimleri başta olmak üzere kefil olduğu girişimlerin de gelebilecek tüm risklerini karşılaması gereken kişilerdir. Belirtilen bu tanımlardan girişimci kişilerin kişilik özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Organizasyon becerisine sahip olma
- Risk alması
- Fırsatları görebilmesi ve değerlendirebilmesi

- Değer yaratması

- Girişimciler olabilecek tüm olasılıkları görebilen ve bu olasılıklara göre elindeki fırsatları biçimlendiren ve fırsata dönüştüren değişim ajanlarıdır ve bu girişimcilerin kişiliklerine yansımaktadır (Odabaşı, 2004, s. 4).

Değişik bir bakış açısıyla; girişimci üretim etkenlerini toplayarak, ekonomik emtia ve hizmet elde etmek için lazım olan atılımı hayata geçiren, diğer taraftan üretim için lazım olan mal ve para kaynaklarını ve ürettiği ürünü pazarlayabileceği piyasaları keşfeden insandır. Girişimci çoğunlukla önder, idareci, işveren, kapital koyan, sahip gibi niteliklerle karıştırılmaktadır. Bir bireyin girişimci olarak kabul edilebilmesi için risk alabilme ve hesap verebilme, etkin ve öncü olma ve kalkınma isteği şeklinde belli vasıflarla donanmış hale gelmek zorunludur (Müftüoğlu ve Durukan, 2004, s. 15).

2.2.1.4. Girişimciliği Etkileyen Faktörler

Devletler hem girişimle ilgili şanslara hem de bu şansları ölçümleyebilecek rasyonel ve pratik düşünceli girişimlere her zaman ihtiyaç duymaktadır. Bu duruma dayanarak bireylerin, girişimcilik özelliklerini ilerletebilmek adına girişimciliğe tesir eden öğeleri ve faktörleri öğrenmeleri gerekmektedir. Girişimciliği tesir eden en önemli unsurlardan birisi bireylerin kişisel niteliklerdir. Ciddi güdülenme, kişisel inanç, güç, yenilik ruhu, dahili otorite, tahammül, risk yüklenme, fırsatları değerlendirme vb. kişisel özellikler, karakter ve davranış biçimleri girişimciliği etkileyen en önemli unsurlardır. Yaş, cinsiyet ve eğitim gibi nüfus bilimiyle ilgili nitelikler de ikinci önemli sırada yer almaktadır (Özdevecioğlu, 2014, s. 24).

Girişimcilik gücü kalıtımsal biçimde elde edilecek olsa da aile, ortam, eğitim, kazanç vs. şeklindeki farklı öğelerin de girişimcilik gücünün artmasında dikkate değer unsurlar olduğu anlaşılmaktadır (Arslan, 2002, s. 1). Ayrıca, kişisel bir sorunu ele alış biçimi mümessillerinden Hisrich, Peters ve Shephend (2002) de girişimciliği etkileyen unsurlar arasında aile, eğitim, bireysel değerler, yaş, meslek deneyimi ve görev biçimlerini dikkate almıştır. İlaveten, cinsiyet, köy ya da şehirde oturmak şeklindeki unsurların da girişimcilik isteği üstünde etken olduğu göz önünde bulundurulmaktadır şeklinde ifade etmiştir. Eksiksiz olarak bunlar dikkate alınarak, girişimci karakteri etkileyen öğelerin altı grupta araştırılması olasıdır (Kök, 2007, s. 42).

Akın (1996, s. 44)' nın ifadesiyle girişimcinin geliştiği ve bulunduğu ekonomik ortam onun ekonomik koşullarını; aile düzeni, aile soyu, eğitimi, yaşı, vs. onun

sosyolojik koşulları ve sonunda şahsına dair yalın bilinci, mesleğine gönül vermesi, iş düzeni vs. nitelikleri de psikolojik koşullarını meydana getirmekte ve girişimcilik bu üç unsurun farklı değişik biçimlerin bir ürünü biçiminde şekillenmektedir.

Girişimcilik üzerinde etkili olan faktörleri Hisrich ve Peters, (1995, s. 55-58) şu biçimde tanımlamaktadır:

Aile: Maziden bugüne değin yapılmış olan sayısız inceleme girişimcilerin aile ortamı, dünyaya gelişin zamanı, ailenin mesleği, toplumsal konum ve akraba münasebetleriyle meşgul olmuştur. Ailenin girişimci kimliği, bilhassa babanın kendi işinin patronu oluşu, girişimciliğe tesir eden ciddi bir faktördür. Erkek girişimcilerde de kadın girişimcilerde de mülkiyeti kendine ait işletme sahibi babalar girişimcilik adına ciddi bir harekete geçirici şekilde karşımıza çıkmaktadır.

Eğitim: Girişime başlarken ortaya çıkan sıkıntıları bertaraf edebilmek için eğitim çok ciddi bir basamaktır. Devletin öngördüğü yöntemle yapılan eğitim zorunlu olmasa da , meslek de başarılı olmak adına lüzumlu bir faktör şeklinde gün yüzüne çıkmaktadır. İster kadın ister erkek girişimcilerin, para, mal, şartlara uygun proje, pazarlama ve idare alanlarında eğitime gereksinimleri bulunmaktadır. Üstelik girişimcilikte, iletişimdeki kaleme alma ve söyleşi yeteneğine haiz olma niteliği ciddi bir konudur.

Kişisel değerler: Bu ana fikirde fazlaca inceleme olduğu halde bunlar genellikle genel nüfus ve idareci arasındaki değişiklikler üstünde yoğunlaşmıştır. Bunlar girişimciyi verimli idareciden veya önder olan kişiden ayırt edememiştir. Başarılı girişimcileri çoğunlukla kazanç sağlamak adına mesleğe başlıyorlar biçiminde ayırt etmişlerdir.

Yaş: Yaş aralıklarıyla girişimcilik yatkınlığı arasında ciddi bir bağlantı olduğu gerçekleştirilen faaliyetlerle başarılı bir biçimde ispatlanmıştır. Genellikle 22-55 yaş aralığı, girişimcilik kariyerinde harekete geçme şeklinde adlandırılmıştır. Bu yaş aralığı haricinde , kariyere hayatına başlamak olanaklı olsa da girişimcilikte kazanmak için güçlü enerji ve parasal yardım zorunlu olmaktadır.

İş Tecrübesi: Bazı faaliyet alanlarında ustalık gerçekten çok ciddi bir konudur. Finans (özellikle risk sermayesi), dağıtım yollarının iyileştirilmesi, seçkin ürün ya da hizmet iyileştirmesi, pazar faaliyet alanı geliştirme gibi konularda bireyin deneyim ve iş becerisi kişi için yeni bir meslekte yola çıkarken ciddi basitleştirici faktördür.

Rol Modelleri: Örnek alınan kişiler girişimcilerin kariyerlerini tesis eden ciddi bir unsurdur. Örnek alınan kişi; aile, kardeş ya da farklı başarı göstermiş akrabalar veya ülke içinde çalışan farklı girişimciler olabilir. Örnek olunan kişiler hem işe giriş aşamasında hem de işin ilk gününden itibaren destekleyici bir düzen meydana getirir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM VE BULGULAR

3.1 Tezin Yöntemi

3.1.1. Araştırmanın Problemi

İnsan, kendini yetiştirip geliştirebilmek için bağımsız veya belli bir eğitim kurumuna bağlı olarak yaşamının belli bir döneminden itibaren hayatının kendi istediği bir dönemine kadar öğrenmeye devam eder. Bu dönemlerden biri de, üniversite eğitimidir. Araştırmamızın konusunu oluşturan GMS öğrencilerinin eğitim aldıkları bölümlerinden mezun olduktan sonra hayatlarına yön verebilmek için kariyerlerini nasıl organize edecekleri, beklentilerinin ne olduğu ve bunları nasıl hayatlarına adapte edecekleri ilgili kişiler açısından önem arz etmektedir. Kariyer beklentileri, düşüncelerinin içerisinde genel olarak bir firmaya bağlı olarak örneğin bir otel veya yiyecek içecek işletmesinde çalışmak varken, diğer yandan kendi işletmesini kurarak veya fikirlerini bir işletmeye pazarlayarak girişimcilik anlamında eğilimlerinin olup olmayacağı tezin problemini ortaya koymaktadır.

3.1.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Yapılacak akademik araştırmada, GMS öğrencilerinin lisans sonrası kariyer beklentilerini ve girişimcilik eğilimlerini ölçerek katılımcı öğrencilerin demografik nitelikleri bakımından kariyer beklentileri ile girişimcilik eğilimleri açısından istatistiksel anlamda farklılığın varlığı araştırılacaktır.

3.1.3. Araştırmanın Önemi

Kurumlar, gündelik ve ileriye dönük amaçlarını gerçekleştirmek için kurulmuş işletmelerdir. Bu kurumların hedeflerine ulaşabilmeleri için genel ve özel olarak iki çeşit misyonu bulunmaktadır. Her kurumun kendine özgü genel bir misyonu varken özel misyonlar da kurumların içinde bulunduğu sektöre göre farklılık göstermektedir. Bu açıdan, gastronomik anlamda kurumların küçük bir şekli olan işletmelerin, insanların yeme içme faaliyetlerini en iyi şekilde gerçekleştirmek özel misyonları içinde yer almaktadır. Fakat, gastronomik amaçlı işletmeler hizmet sektörü içinde bulunan emek yoğun bir şekilde faaliyet gösteren işletmelerdir. Gastronomik işletmeler herkes tarafından bilindiği üzere emek yoğun bir işletmeler olduklarından uzman ve yetişmiş elemana ihtiyaç duyarlar. Bu ihtiyaçlar doğrultusunda ülkemizde

aşçılık ve bizim ana konumuz olan GMS bölümlerinin sayıları hızla artmaktadır. ÖSYM tarafından gerçekleştirilen üniversite sınavı sonucunda GMS bölümüne yerleşen öğrencilerin alacakları eğitimle lisans sonrası kariyer beklentilerinin ve buna bağlı olarak girişimcilik eğilimlerinin nasıl şekilleneceğinin öğrenilmesi konusunda öğrenciler, üniversitelerin ilgili birimleri ve gastronomi sektörü işletmelerinin yöneticileri için iyi bir referans oluşturacağı umut edilmektedir.

3.1.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

İstanbul ili araştırmanın evrenini, örneklemini ise İstanbul'da faaliyet gösteren vakıf üniversitelerinde GMS alanında lisans düzeyinde eğitim alan öğrenciler oluşturmaktadır. YÖKATLAS (2021), verilerine göre; araştırmanın yapıldığı dönemde İstanbul'da GMS bölümünde lisans seviyesinde eğitim ve öğretim veren 22 vakıf üniversitesi belirlenmiştir. Ancak bu üniversitelerden araştırmamızın evrenini oluşturan 7'si 2017- 2018 öğretim yılında öğrenci almamış olup, bu sayı 2018-2019 senesinde 4'e, 2019-2020 senesinde 3'e düşmüş , 2020-2021 öğretim yılında ise daha önce bahsetmiş olduğumuz 22 üniversite sayısına ulaşılmış olarak aktif biçimde eğitim verilmektedir. ÖSYM (2021), verilerinde 2017 senesinde 15 vakıf üniversitesi genel kontenjan olarak 943 öğrenci alacağını beyan etmiş yerleştirme sonrası 840 öğrenci GMS bölümüne yerleştirilmiştir. Bu sayı 2018'de 1093 kontenjan 1042 yerleştirme, 2019'da 1257 kontenjan 1224 yerleştirme, 2020 senesinde ise 1484 kontenjan 1405 yerleştirmeye ulaşılmıştır. Bu verilerden yola çıkarak araştırmamızın örneklemini oluşturan katılımcı aday sayımız 4511 olmuştur.

3.1.5. Veri Toplama Yöntemi

Araştırma soruları hazırlanırken çalışma ile ortak yönleri olan akademik tez ve makalelerden yararlanılmıştır. Araştırmamızı gerçekleştirirken nicel araştırma metodlarından olan veri toplama aracı olarak anket tekniği yöntemi uygulanarak veri ve sonuçlara ulaşılmıştır.

Anket tekniği, geniş bir alanda ve çok sayıda bireye uygulanabildiği için daha geniş bir evreni temsil etme gücüne de sahiptir. Ayrıca geniş örneklem grubu üzerinde çalışmaya olanak sağlamaktadır. Anketler araştırmacıya zaman, maliyet ve enerji tasarrufu gibi avantajlar sağlarken, yanıtlayıcılarla yüz yüze olunmaması, derinlemesine bilgi sağlanmaması, geri dönüş oranlarının düşük olması gibi

dezavantajları bulunmaktadır (Odabaşı, 1999, s. 81; Saldamlı, 2013, s. 45; Ural ve Kılıç, 2013, s. 49; Kozak, 2017, s. 65).

Bu araştırmada anket yapılmak amacıyla ulaşılmaya çalışılacak olan katılımcı aday sayımız 4000-4500 aralığında olup minimum 384 kişiye anket uygulamasının gerçekleştirilmesi hedeflenmektedir. Tez çalışmasında bulunan anketteki soruların yanıtları öğrencilere online anket, sosyal medya duyurusu ve linkedin duyurusu ile sorulacak cevapları alınacaktır. Alınan cevaplar ilgili programlar ile analiz edildikten sonra sonuçları değerlendirilecektir.

Araştırmamızı gerçekleştirmek amacıyla katılımcı adaylarımıza ulaşabilmek için öncelikle bazı bölüm başkanı hocalarımızla mail veya telefon görüşmeleriyle, diğer taraftan bölümlerdeki hocalarımızla telefon görüşmeleriyle ve sosyal medya üzerinden bölümlerdeki öğrenci gruplarına ulaşılarak araştırma anketine yardımcı olup olamayacakları sorulmuş bazıları olumlu yanıt verirken bazıları da yöneticilerinden ve hocalarından olumsuz cevap alacaklarını beyan ederek ankete iştirak edemeyeceklerini beyan etmişlerdir. Anket formu e-posta yoluyla veya sosyal medya üzerinden ilgililere ve katılımcılara direkt olarak gönderilmiş ve katılımları sağlanmıştır. Bu bağlamda örneklem çerçevesinde geri dönen anket sayısı 423'tür. Örneklemdeki katılımcıların 5'i analiz yapısına uymadığından örneklem 418 kişi üzerinden devam ederek çalışma tamamlanmıştır.

Araştırma anket formu dört bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde, Aydemir (2018, s. 90) tarafından kullanılan öğrencilerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulara dört adet ekleme yapılarak ve ailelerinin gelir durumlarına ilave seçenekler yerleştirilerek kullanılmıştır şeklinde ifade etmiştir.

Anketin ikinci bölümünde, katılımcıların öğrenim gördükleri bölüm ve aldığı eğitim ile ilgili fikirlerini saptamak amacıyla, Buyruk (2009) aracılığıyla geliştirilen Aydemir (2018, s. 89) tarafından tercih edilen ölçek kullanılmıştır. Ölçek, 9 ifadeyi içine alan tek boyuttan meydana gelmektedir. Katılımcıların ifadelerine (1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum) şeklinde beşli Likert tipi ölçek kullanılarak cevap vermeleri istenmiştir.

Anketin üçüncü bölümünde, katılımcıların kariyer beklentilerini saptamak amacıyla Buyruk (2009) ve Ilgaz (2011, s.151-152) tarafından geliştirilen Aydemir

(2018, s. 89-90)'in araştırmasında uyguladığı ölçekten yararlanılmıştır. Ölçek, 14 ifadeyi içine alan tek boyuttan meydana gelmektedir. Katılımcıların ifadelerine (1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum) şeklinde beşli Likert tipi ölçek kullanılarak cevap vermeleri istenmiştir.

Anketin dördüncü bölümünde, Yılmaz ve Sünbül (2009, s. 198), tarafından geliştirilen ölçek katılımcıların girişimci niteliklerini saptamak amacıyla geliştirilmiştir. Üniversite lisans seviyesinde eğitim gören toplam 90 öğrenciye ölçeğin ifadelerini hazırlamadan önce girişimcilik konulu kompozisyon yazdırılmıştır. Paragraflarda bakış açısı, düşünce, duygu ve görüşler öğrencilerin yazdıklarından çıkarılarak cümleler şekline çevrilmiştir. 43 maddelik ölçek hazırlayabilmek için bu ifadelerin haricinde, araştırmacılar tarafından girişimcilik konusundaki alan yazın taranmış ve ölçek ona göre hazırlanmıştır. Ayrıca uzman fikirlerine müracaat edilmiş ve onların fikirleri doğrultusunda ölçeğin ilk testi uygulanmış görüşler doğrultusunda ölçekteki cümleler tekrar düzenlenerek hazırlanmış ve bazı maddeler ölçekten çıkartılarak madde sayısı 36 maddeye indirilmiştir. “ok Sık” (5)’ dan “Hiçbir Zaman” (1) arasındaki ifadeler şeklinde düzenlenen beşli Likert tipinde ölçek geliştirilmiştir. Araştırmada anlam bütünlüğünü bozmayacağı düşünülerek bu ifadeler beşli aralıklı ölçek şeklinde “Kesinlikle katılıyorum” (5)’dan “Kesinlikle katılmıyorum” (1)’a uzanan şekilde yeniden düzenlenerek kullanılmıştır. Yılmaz ve Sünbül, (2009, s. 200), test pratiği sonrasında sağlanan veriler üzerinde Cronbach alfa güvenilirlik analizleri ile faktör analizi (geçerlik analizi) gerçekleştirilmiştir. Güvenirlik analizleri neticesinde ölçeğin Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı 0,90 bulunmuştur. Bütün maddelerin tek boyutta bir araya geldiği, temel bileşenler analizi ile yapılan faktör analizi neticesinde saptanmıştır.

Aşağıdaki kriter tablosu öğrencilerin girişimcilik seviyelerinin değerlendirilmesi için geliştirilmiştir.

Tablo 2. Girişimcilik puanları değerlendirme tablosu

36-64	çok düşük girişimcilik
65-92	Düşük girişimcilik
93-123	Orta düzeyde girişimcilik
124-151	Yüksek girişimcilik
152-180	çok yüksek girişimcilik

Kaynak. Yılmaz ve Sünbül, (2009, s. 198).

Tablo 2’de Girişimcilik puanları değerlendirme tablosuna yer verilmiştir.

3.1.6. Pilot Çalışma

Gastronomi ve mutfak sanatları bölümünde öğrenim gören öğrencilerin okudukları bölüm, sahip oldukları eğitim ve kariyer beklentileri ifadeleriyle ilgili anket formunun kesin şeklini meydana getirebilmek için tesadüfi olarak belirlenen 40 öğrenciye araştırmacının görev yaptığı devlet üniversitesinde pilot araştırma yapılmıştır. Araştırmaya dahil olan katılımcı öğrencilerden anket ifadelerinin kavranmadığı veya yanlış beyan edildiği yönünde bir dönüt bildirim gelmemiştir. Bunun neticesinde anket formunda bulunan ifadelerin anlaşılmasının olası olduğu kanaatine varılmıştır (Aydemir, 2018, s. 57).

(Yılmaz ve Sünbül, 2009, s. 198), tarafından üniversite öğrencileriyle ilgili girişimcilik ölçeğinin şekillendirilmesi için öğrencilerin girişimci özelliklerini belirlemek amacıyla geliştirilmiştir. Üniversite lisans seviyesinde 90 öğrenciden ölçeğin maddelerini belirlemeden önce ana fikri girişimcilik olan kompozisyon yazmaları istenmiştir. Öğrenciler tarafından kaleme alınan parçalarda yargı, görüş, sezgi, düşünce ve izlenimleri maddeler biçimine dönüştürülmüştür. Beyanların haricinde, araştırmacılar tarafından girişimcilik ana fikrindeki alan yazın incelenmiş ve toplamda 43 maddelik bir ölçek meydana getirilmiştir. Bu ölçeğin ilk tecrübesi pratik edilmeden önce bilirkişi fikir, düşüncelerine müracaat edilmiş ve ilgililerin bakış açıları doğrultusunda ölçekteki maddeler revize edilerek yeniden hazırlanmış ve madde sayısı 36 adete düşürülmüştür.

3.1.7. Hipotezler

H_1 : Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre kariyer beklentisi puanları arasında fark vardır.

• $H_{1,1}$: Katılımcıların cinsiyetlerine göre kariyer beklentisi puanları arasında anlamlı fark vardır.

• $H_{1,2}$: Katılımcıların sınıflarına göre kariyer beklentisi puanları arasında anlamlı fark vardır.

• $H_{1,3}$: Katılımcıların yaşlarına göre kariyer beklentisi puanları arasında anlamlı fark vardır.

• $H_{1,4}$: Katılımcıların aile aylık gelirlerine göre kariyer beklentisi puanları arasında anlamlı fark vardır.

• $H_{1,5}$: Katılımcıların aile ikamet bölgesine göre kariyer beklentisi puanları arasında anlamlı fark vardır.

• $H_{1,6}$: Katılımcıların öğrenci aylık gelirlerine göre kariyer beklentisi puanları arasında anlamlı fark vardır.

H_2 : Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre girişimcilik puanları arasında fark anlamlı vardır.

• $H_{2,1}$: Katılımcıların cinsiyetlerine göre girişimcilik puanları arasında anlamlı fark vardır.

• $H_{2,2}$: Katılımcıların sınıflarına göre girişimcilik puanları arasında anlamlı fark vardır.

• $H_{2,3}$: Katılımcıların yaşlarına göre girişimcilik puanları arasında anlamlı fark vardır.

• $H_{2,4}$: Katılımcıların aile aylık gelirlerine göre girişimcilik puanları arasında anlamlı fark vardır.

• $H_{2,5}$: Katılımcıların aile ikamet bölgesine göre girişimcilik puanları arasında anlamlı fark vardır.

• $H_{2,6}$: Katılımcıların öğrenci aylık gelirlerine göre girişimcilik puanları arasında anlamlı fark vardır.

H_3 : Katılımcıların gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre kariyer beklentisi puanları arasında anlamlı fark vardır.

• $H_{3,1}$: Katılımcıların gastronomi ve mutfak sanatları ile ilgili ortaöğretim düzeyinde eğitim alma durumuna göre kariyer beklentisi puanları arasında anlamlı fark vardır.

• $H_{3,2}$: Katılımcıların gastronomi ve mutfak sanatları alanında staj yapma durumuna göre kariyer beklentisi puanları arasında anlamlı fark vardır.

• $H_{3,3}$: Katılımcıların ailelerinde okunulan bölüm ile ilgili bir alanda çalışan olma durumuna göre kariyer beklentisi puanları arasında anlamlı fark vardır.

• $H_{3,4}$: Katılımcıların birinci derece yakınının girişimci olma durumuna göre kariyer beklentisi puanları arasında anlamlı fark vardır.

• $H_{3,5}$: Katılımcıların daha önce iş kurma deneyimi olma durumuna göre kariyer beklentisi puanları arasında anlamlı fark vardır.

• $H_{3,6}$: Katılımcıların kariyer hedefine göre kariyer beklentisi puanları arasında anlamlı fark vardır.

H_4 : Katılımcıların gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre girişimcilik puanları arasında anlamlı fark vardır.

• $H_{4,1}$: Katılımcıların gastronomi ve mutfak sanatları ile ilgili ortaöğretim düzeyinde eğitim alma durumuna göre girişimcilik puanları arasında anlamlı fark vardır.

• $H_{4,2}$: Katılımcıların gastronomi ve mutfak sanatları alanında staj yapma durumuna göre girişimcilik puanları arasında anlamlı fark vardır.

• $H_{4,3}$: Katılımcıların ailelerinde okunulan bölüm ile ilgili bir alanda çalışan olma durumuna göre girişimcilik puanları arasında anlamlı fark vardır.

• $H_{4,4}$: Katılımcıların birinci derece yakınının girişimci olma durumuna göre girişimcilik puanları arasında anlamlı fark vardır.

• $H_{4,5}$: Katılımcıların daha önce iş kurma deneyimi olma durumuna göre girişimcilik puanları arasında anlamlı fark vardır.

• $H_{4,6}$: Katılımcıların kariyer hedefine göre girişimcilik puanları arasında anlamlı fark vardır.

H_5 : Kariyer beklentisi ile girişimcilik arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_6 : Kariyer beklentisinin girişimcilik üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

3.1.8. Varsayımlar

Hipotez araştırmacının uyguladığı eylem sınırları dahilinde araştırdığı konu ile alakalı olarak incelemesinin başında ileri sürdüğü, doğru veya yanlış biçimde onay görmeyen ifadelerden denir (Saruhan ve Özdemirci, 2013, s. 20).

Araştırmanın örneklem grubunun mevcut evreni temsil ettiği, katılımcıların anket sorularına doğru yanıt verdikleri ve araştırmada kullanılan ölçeklerin elde edilmiş verileri ölçtüğü varsayılmıştır.

3.1.9. Sınırlılıklar

Çalışmanın ana sınırlılığı, evren büyüklüğü normal olarak düşünülse de yeterince geniş evren hacmine sahip olunmadığı ve örneklem çerçevesinin dar kapsamlı tutulmuş olduğudur. Bu da evrenin daha geniş ve hacimli tutularak daha geniş örnekleme ulaşılamamış olduğudur. Bundan ötürü çalışmanın sonucu örneklemin büyüklüğüyle doğru orantılı olarak sınırlıdır.

Çalışmanın alt sınırlılıklarından biri öğrenciler üzerine yapılmış olmasıdır. Genelde üniversite öğrencilerinin anket çalışmalarına bakış açıları, birçok öğrenci tarafından angarya ve gereksiz olarak düşünüldüğünden ve öğrenciler üzerinde çok sayıda anket uygulaması yapıldığından dolayı öğrenciler anket doldurmakta isteksiz davranmaktadırlar. Bu da katılımcıların anket sorularını cevaplandırırken gerçek bakış açılarıyla sorulara cevap vermedikleri ve bunun da araştırmanın sonuçlarını olumsuz yönde etkileyeceği bu nedenle de ileriki dönemlerde çalışma yapacak araştırmacıların yorumlarını menfi açıdan etkileyeceğinden, daha sonraki çalışmalarda başka tez yazarlarının veya araştırmacıların bu olumsuz durumları dikkate almasında yarar vardır. Bir diğer alt sınırlılık ise Corona (Korona) Virüs Pandemisi nedeniyle evrenin daha dar kapsamda tutulması örneklemin sınırlandırılması bunun yanında pandeminin devam edeceği varsayıldığından üniversitelerde eğitimin yüz yüze olmaması durumunda örneklemlere uygulanacak anketler internet üzerinden yapılacağı için örneklemdaki katılımcıların anketlerdeki soruları dürüstçe cevaplayacakları umut edilmektedir. Araştırmanın evren ve örneklemini dar kapsamlı olarak tutulmuştur. Araştırmanın veri ve sonuçlarına ulaşabilmek için yapılan anket uygulaması ile erişilen örneklem sayısının evreni temsil ettiği farz edilmiştir. Çalışmanın kapsamı araştırma anketinde yer alan ifadeler ile erişilen sonuçlarla sınırlıdır.

3.2. Tezin Bulguları

3.2.1. Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırmada elde edilen veriler SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 25.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metotlar (sayı, yüzde, ortalama ve standart sapma) kullanılmıştır.

3.2.2. Verilerin Analizi

Araştırmada, katılımcılara yönelik uygulanan anketten elde edilen verilerin öncelikle frekans ve yüzdeleri hesaplanmıştır.

Daha sonra araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenirlik analizleri için Cronbach's alfa değeri hesaplanmıştır. Sonuçlar neticesinde ölçeklerin iyi derecede güvenilir oldukları tespit edilmiştir.

Çalışmada hazır ölçek kullanıldığı için açıklayıcı faktör analizi yapılmamıştır. Açıklayıcı faktör analizi ölçek geliştirme ve uyarlama aşamalarında yapılması gereken bir analizdir. Hazır ölçekler, başka yazarlar tarafından geçerliliği güvenirliliği yapılmış ve yapısı ortaya koyulmuş ölçeklerdir. Bu ölçeklerin tekrar yapısını bozmamak için tercih edilmemelidir. Ölçeğin yapısını görmek adına açıklayıcı faktör analizi yapıldığında, yapının ciddi anlamda bozulduğunu ve boyutların gerçek ölçekle örtüşmediği görülmüş, bu yüzden de çalışmada kullanılmamıştır.

Çalışmanın tamamlayıcı istatistik sonuçları analiz edilerek kariyer ve girişimcilik düzeyleri ölçülmüştür. Kullanılan verilerin normal dağılıma uygunluğu test edilmiştir.

Araştırmaya katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre kariyer beklentisi ölçeğinin ve girişimcilik eğilimleri ölçeğinin puanlarının karşılaştırılması yapılarak analiz edilmiştir. Araştırmaya katılan katılımcıların gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre kariyer beklentileri ve girişimcilik ölçeğinin puanlarının karşılaştırması yapılarak analiz edilmiştir.

Araştırmada kullanılan ölçekler arasındaki ilişkiyi test etmek için Pearson korelasyon analizi uygulanmıştır. Kariyer beklentisinin girişimcilik üzerindeki etkisi inceleyebilmek içinde regresyon analizi yapılarak verilerin analizi tamamlanmıştır.

3.2.3. Araştırmanın Bulguları

Araştırmaya katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre sorulara verdikleri cevapların dağılımı

Tablo 3. Araştırmaya katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre dağılımı

	Değişkenler	n	%
Cinsiyet	Kadın	227	54.3
	Erkek	191	45.7

Sınıf	1.sınıf	120	28.7
	2.sınıf	123	29.4
	3.sınıf	96	23.0
	4.sınıf	79	18.9
Yaş	<18	13	3.1
	19-21	232	55.5
	22-24	139	33.3
	>25	34	8.1
Aile Aylık Geliri	2000 TL	13	3.1
	2001-4000 TL	70	16.7
	4001-6000 TL	83	19.9
	6001-8000 TL	105	25.1
	8001 TL ve üzeri	147	35.2
Aile İkamet Bölgesi	İç Anadolu Bölgesi	27	6.5
	Marmara Bölgesi	267	63.9
	Ege Bölgesi	31	7.4
	Akdeniz Bölgesi	40	9.6
	Karadeniz Bölgesi	35	8.4
	Doğu Anadolu Bölgesi	10	2.4
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	8	1.9
Öğrenci Aylık Geliri	1000-1500 TL	247	59.1
	1501-2000 TL	61	14.6
	2001-2500 TL	66	15.8
	2501-3000 TL	44	10.5
Toplam	418	100.0	

Tablo 3'te araştırmaya katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre dağılımına yer verilmiştir.

Katılımcıların cinsiyet seçeneğine verdikleri cevapların dağılımı:

Katılımcıların %54.3'ünün kadın, %45.7'sinin erkek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların sınıf seçeneğine verdikleri cevapların dağılımı:

Katılımcıların sınıflarına göre dağılımları incelendiğinde, katılımcıların %28,7'si 1.sınıf, %29.4'ü 2.sınıf, %23'ü 3.sınıf ve %18.9'u 4.sınıf öğrenci olduğu görülmektedir.

Katılımcıların yaş seçeneğine verdikleri cevaplar:

Katılımcıların yaşlarının dağılımları incelendiğinde %3.1'inin 18 yaş ve altında, %55.5'inin 19-21 yaş aralığında, %33.3'ünün 22-24 yaş aralığında ve %8.1'inin 25 yaş ve üstünde olduğu görülmektedir.

Katılımcıların aile aylık gelir seçeneğine verdikleri cevaplar:

Katılımcıların yaşlarının dağılımları incelendiğinde %3.1'inin 18 yaş ve altında, %55.5'inin 19-21 yaş aralığında, %33.3'ünün 22-24 yaş aralığında ve %8.1'inin 25 yaş ve üstünde olduğu görülmektedir.

Katılımcıların ailelerin ikamet bölgeleri seçeneğine verdikleri cevaplar:

Katılımcıların ailelerinin ikamet bölgeleri incelendiğinde %6.5'inin İç Anadolu Bölgesi, %63.9'unun Marmara Bölgesi, %7.4'ünün Ege Bölgesi, %9.6'sının Akdeniz Bölgesi, %8.4'ünün Karadeniz Bölgesi, %2.4'ünün Doğu Anadolu Bölgesi ve %1.9'unun Güneydoğu Anadolu Bölgesi olduğu görülmektedir.

Katılımcıların öğrencilerin aylık gelirleri seçeneğine verdikleri cevaplar:

Katılımcı öğrencilerin aylık gelirlerine göre dağılımları incelendiğinde, %59.1'inin 1000-1500 TL, %14.6'sının 1501-2000 TL, %15.8'inin 2001-2500 TL, %10.5'inin 2501-3000 TL olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Katılımcıların gastronomi ile ilgili sorulara verdikleri cevapların dağılımı

Değişkenler		n	%
Gastronomi ve Mutfak Sanatları ile İlgili Ortaöğretim Düzeyinde Eğitim Alma Durumu	Evet	106	25.4
	Hayır	312	74.6
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Alanında Staj Yapma Durumu	Evet	129	30.9
	Hayır	289	69.1
Ailende Okunulan Bölüm ile İlgili Bir Alanda Çalışan Olma Durumu	Evet	130	31.1
	Hayır	288	68.9
Birinci Derece Yakınının Girişimci Olma Durumu	Evet	178	42.6
	Hayır	240	57.4
Daha Önce İş Kurma Deneyimi Olma Durumu	Evet	55	13.2
	Hayır	363	86.8
Kariyer Hedefi	Özel Sektör	201	48.1
	Kamu	29	6.9
	Aile İşi	39	9.3
	Kendi	149	35.6
Toplam		418	100.0

Tablo 4'te katılımcıların gastronomi ile ilgili sorulara verdikleri cevapların dağılımı yer verilmiştir.

Katılımcıların %25.4'ü GMS ile ilgili ortaöğretim düzeyinde eğitim almış ve %74.6'sı GMS ile ilgili ortaöğretim düzeyinde eğitim almamıştır. Katılımcıların %30.9'u GMS alanında staj yapmış ve %69.1'i GMS staj yapmamıştır. Katılımcıların %31.1'inin ailelerinde okudukları bölüm ile ilgili bir alanda çalışan bulunurken,

%68.9'unun ailelerinde okudukları bölüm ile ilgili bir alanda çalışan bulunmamaktadır.

Katılımcıların %42.6'sının birinci derece yakınlarında girişimci bulunurken, %57.4'ünün birinci derece yakınlarında girişimci bulunmamaktadır. Katılımcıların %13.2'sinin daha önce iş kurma deneyiminin olduğu, %86.8'inin daha önce iş kurma deneyiminin olmadığı görülmektedir. Katılımcıların kariyer hedefleri incelendiğinde %48.1'inin özel sektör, %6.9'unun kamu, %9.3'ünün aile işi ve %35.6'sının kendi işe olduğu görülmektedir.

Katılımcı öğrencilerin gastronomi ve mutfak sanatları ile ilgili ortaöğretim düzeyinde eğitim alma durumuna verdikleri cevaplar:

Katılımcıların %25.4'ü GMS ile ilgili ortaöğretim düzeyinde eğitim almış ve %74.6'sı GMS ile ilgili ortaöğretim düzeyinde eğitim almamıştır.

Katılımcı öğrencilerin gastronomi ve mutfak sanatları alanında staj yapma durumuna verdikleri cevaplar:

Katılımcıların %30.9'u GMS alanında staj yapmış ve %69.1'i GMS staj yapmamıştır.

Katılımcı öğrencilerin ailede okunulan bölüm ile ilgili bir alanda çalışan olma durumuna verdikleri cevaplar:

Katılımcıların %31.1'inin ailelerinde okudukları bölüm ile ilgili bir alanda çalışan bulunurken, %68.9'unun ailelerinde okudukları bölüm ile ilgili bir alanda çalışan bulunmamaktadır.

Katılımcı öğrencilerin birinci derece yakınının girişimci olma durumuna verdikleri cevaplar:

Katılımcıların %42.6'sının birinci derece yakınlarında girişimci bulunurken, %57.4'ünün birinci derece yakınlarında girişimci bulunmamaktadır.

Katılımcı öğrencilerin daha önce iş kurma deneyimi olma durumuna verdikleri cevaplar:

Katılımcıların %13.2'sinin daha önce iş kurma deneyiminin olduğu, %86.8'inin daha önce iş kurma deneyiminin olmadığı görülmektedir.

Katılımcı öğrencilerin kariyer hedefi durumuna verdikleri cevaplar:

Katılımcıların kariyer hedefleri incelendiğinde %48.1'inin özel sektör, %6.9'unun kamu, %9.3'ünün aile işi ve %35.6'sının kendi işe olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenirlik analizleri sonuçları

Ölçek	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha
Kariyer Beklentisi Ölçeği	23	0.826
Girişimcilik Ölçeği	36	0.941

Tablo 5'te araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenirlik analizlerine yer verilmiştir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenirliği değerlendirildiğinde, kariyer beklentisi ölçeği için 0.826, girişimcilik ölçeği için 0.941 olarak bulunmuş ve iyi derecede güvenilirliğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Cronbach alfa değerlerinin 0.6'tan büyük olması, kullanılan ölçeklerin güvenilir olduğunu göstermektedir. Bu da çalışmada kullanılan ölçeğin içsel tutarlılıklarının iyi olduğunu göstermektedir.

Tablo 6. Araştırmada kullanılan ölçeklerin tanımlayıcı istatistikleri

Ölçek	Min	Maks	\bar{X}	SS
Kariyer Beklentisi Ölçeği	55.00	109.00	82.86	10.23
Girişimcilik Ölçeği	101.00	180.00	148.53	16.50

Tablo 6'da araştırmada kullanılan ölçeklerin tanımlayıcı istatistik sonuçlarına yer verilmiştir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin tanımlayıcı istatistikleri tabloda verilmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda katılımcı öğrencilerin yüksek kariyer ve girişimcilik düzeyine sahip oldukları ortaya çıkmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin normallik analizlerine ilişkin sonuçlar:

Kullanılan verilerin normal dağılıma uygunluğu test edilmiştir. Normal dağılıma uygunluk Q-Q Plot çizimi ile incelenebilir (Chan, 2003, s. 280-285). Ayrıca, kullanılan verilerin normal dağılım göstermesi çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 3 arasında olmasına bağlıdır (Shao, 2002). Aykırı değerler, hata varyansının değerini arttırdığından istatistiksel testlerin güçleri üzerinde de etkili olmaktadır. Bu nedenle istatistiksel testlerden önce aykırı değerlerin incelenen veri setlerinde mevcut olup olmadığına bakılmıştır. Normal dağılıma sahip veriler için istatistik değerlendirmelerde parametrik testler kullanılmıştır.

Tablo 7. Araştırmada kullanılan ölçeklerin normallik analizleri

Ölçek	Çarpıklık	Basıklık
Kariyer Beklentisi Ölçeği	0.293	-0.535
Girişimcilik Ölçeği	0.023	-0.755

Tablo 7’de araştırmada kullanılan ölçeklerin normallik analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Verilerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 3 arasında olması normal dağılıma sahip olduğunu göstermektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının karşılaştırılması:

Araştırmaya katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanları normal dağılıma sahip verilerde de niceliksel verilerin karşılaştırılması için iki grup karşılaştırmasında bağımsız t testi, ikiden fazla grup karşılaştırılmasında tek yönlü varyans analizi (Anova) uygulanmıştır. Nümerik değişkenler arasındaki ilişkiyi test etmek için Pearson korelasyon analizi , fark yaratan grubu bulmak için bir ikişerli karşılaştırma yani Post-Hoc testi olan Bonferroni yöntemi uygulanmıştır.

Tablo 8. Araştırmaya katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının karşılaştırılması

Değişkenler	\bar{X}	SS	Test Değeri	p	Bonferroni	
Cinsiyet	Kadın	83.84	10.48	2.143**	0.033*	
	Erkek	81.70	9.84			
Sınıf	1.sınıf (1)	88.77	8.76	35.599***	0.000*	1>2, 1>3, 1>4, 2>3, 2>4
	2.sınıf (2)	84.32	11.01			
	3.sınıf (3)	77.55	6.39			
	4.sınıf (4)	78.08	9.42			
Yaş	<18 (1)	88.46	12.70	20.317***	0.000*	1>3, 1>4, 2>3, 2>4
	19-21 (2)	85.77	10.19			
	22-24 (3)	78.50	8.19			
	>25 (4)	78.68	9.39			
Aile Aylık Geliri	2000 TL (1)	80.08	9.73	2.614***	0.035*	2>4, 2>5
	2001-4000 TL (2)	84.73	11.83			
	4001-6000 TL (3)	83.24	11.67			
	6001-8000 TL (4)	80.45	9.09			
	8001 TL ve üzeri (5)	83.73	9.09			
Aile İkamet Bölgesi	İç Anadolu Bölgesi (1)	80.81	10.88	4.251***	0.000*	1>6, 1>7, 2>6, 2>7, 3>6, 3>7,
	Marmara Bölgesi (2)	83.66	9.81			

	Ege Bölgesi (3)	83.35	10.70				
	Akdeniz Bölgesi (4)	82.25	10.57				4>6, 4>7, 5>6, 5>7
	Karadeniz Bölgesi (5)	84.29	11.35				
	Doğu Anadolu Bölgesi (6)	72.60	3.24				
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi (7)	71.00	5.50				
Öğrenci Aylık Geliri	1000-1500 TL (1)	84.17	10.01	10.742***	0.000*	1>3, 2>3, 4>3	
	1501-2000 TL (2)	83.64	11.02				
	2001-2500 TL (3)	76.53	8.03				
	2501-3000 TL (4)	83.93	10.14				

*p<0.05, **Bağımsız t testi, ***Tek yönlü varyans analizi

Tablo 8’de araştırmaya katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının karşılaştırılması sonuçlarına yer verilmiştir.

Araştırmaya katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre kariyer beklentileri ölçeğinin puanlarının cinsiyet değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların cinsiyetlerine göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir (p<0.05). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmiştir.* Kadın katılımcıların kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının, erkek katılımcılarına göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Sosyo-demografik özelliklerine göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının sınıf değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların sınıflarına göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir (p<0.05). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmiştir.* Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. 1. sınıf katılımcıların kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının, 2., 3. ve 4. sınıf katılımcılarına göre daha fazla olduğu görülmektedir. 2. sınıf katılımcıların kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının, 3. ve 4. sınıf katılımcılarına göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Sosyo-demografik özelliklerine göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının yaş değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların yaşlarına göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir (p<0.05). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmiştir.* Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni

uygulanmıştır. Yaşı 18 ve altı ve 19-21 yaş aralığında olan katılımcıların kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının, yaşı 22-24 yaş aralığında ve 25 yaş üstü olan katılımcılarına göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Sosyo-demografik özelliklerine göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının aile aylık geliri değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların ailelerinin aylık gelirlerine göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmiştir.* Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Ailelerinin aylık geliri 2001-4000 TL arası olan katılımcıların kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının, ailelerinin aylık geliri 6001-8000 TL arası ve 8001 TL ve üzeri olan katılımcılarına göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Sosyo-demografik özelliklerine göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının aile ikamet bölgesi değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların ailelerinin ikamet bölgelerine göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmiştir.* Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Ailelerinin ikamet bölgesi İç Anadolu Bölgesi, Marmara Bölgesi, Ege Bölgesi, Akdeniz Bölgesi ve Karadeniz Bölgesi olan katılımcıların kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının, ailelerinin ikamet bölgesi Doğu Anadolu Bölgesi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi olan katılımcılarına göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Sosyo-demografik özelliklerine göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının öğrenci aylık geliri değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların öğrenci aylık gelirlerine göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmiştir.* Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Öğrenci aylık geliri 1000-1500 TL, 1501-2000 TL ve 2501-3000 TL arası olan katılımcıların kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının, öğrenci aylık geliri 2001-2500 TL arası olan katılımcılarına göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre girişimcilik ölçeğinin puanlarının karşılaştırılması:

Araştırmaya katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre girişimcilik ölçeğinin puanlarını karşılaştırmak için iki grup karşılaştırılmasında bağımsız t testi, ikiden fazla grup karşılaştırılmasında tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır.

Tablo 9. Araştırmaya katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre girişimcilik ölçeğinin puanlarının karşılaştırılması

Değişkenler		\bar{X}	SS	Test Değeri	P	Bonferroni
Cinsiyet	Kadın	149.52	16.82	1.3430	0.180	
	Erkek	147.35	16.08	**		
Sınıf	1.sınıf (1)	148.26	17.73	3.7970	0.010*	2>3, 4>3
	2.sınıf (2)	150.59	17.73			
	3.sınıf (3)	144.03	13.93			
	4.sınıf (4)	151.22	14.47			
Yaş	<18 (1)	156.15	19.05	3.1380	0.025*	1>3, 1>4, 2>3
	19-21 (2)	150.08	16.83			
	22-24 (3)	145.94	15.88			
	>25 (4)	145.65	13.94			
Aile Aylık Geliri	2000 TL (1)	154.15	16.62	20.489	0.000*	2>4, 2>5, 3>4, 3>5
	2001-4000 TL (2)	155.81	15.62			
	4001-6000 TL (3)	157.90	13.54			
	6001-8000 TL (4)	143.60	16.39			
	8001 TL ve üzeri (5)	142.80	14.72			
Aile İkamet Bölgesi	İç Anadolu Bölgesi (1)	148.59	13.69	3.1650	0.005*	2>5, 3>5, 4>5
	Marmara Bölgesi (2)	148.88	16.67			
	Ege Bölgesi (3)	153.81	16.74			
	Akdeniz Bölgesi (4)	150.43	17.15			
	Karadeniz Bölgesi (5)	137.97	14.61			
	Doğu Anadolu Bölgesi (6)	150.50	13.88			
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi (7)	150.63	11.36			
Öğrenci Aylık Geliri	1000-1500 TL	148.19	17.42	0.6700	0.571	
	1501-2000 TL	149.00	16.77			
	2001-2500 TL	147.33	13.63			
	2501-3000 TL	151.59	14.81			

*p<0.05, **Bağımsız t testi, ***Tek yönlü varyans analizi

Tablo 9’da araştırmaya katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre girişimcilik ölçeğinin puanlarının karşılaştırılması sonuçlarına yer verilmiştir.

Sosyo-demografik özelliklerine göre girişimcilik ölçeğinin puanlarının cinsiyet değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların cinsiyetlerine göre girişimcilik ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olmadığı görülmektedir (p<0.05). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmemiştir.*

Sosyo-demografik özelliklerine göre girişimcilik ölçeğinin puanlarının sınıf değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların sınıflarına göre girişimcilik ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmiştir.* Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. 1. ve 4. sınıf katılımcıların girişimcilik ölçeğinin puanlarının, 3. sınıf katılımcılarına göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Sosyo-demografik özelliklerine göre girişimcilik ölçeğinin puanlarının yaş değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların yaşlarına göre girişimcilik ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmiştir.* Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Yaşı 18 ve altı olan katılımcıların girişimcilik ölçeğinin puanlarının, yaşı 22-24 yaş arası ve 25 yaş ve üzeri olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Yaşı 19-21 yaş aralığında olan katılımcıların girişimcilik ölçeğinin puanlarının, yaşı 22-24 yaş arası olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Sosyo-demografik özelliklerine göre girişimcilik ölçeğinin puanlarının aile aylık geliri değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların ailelerinin aylık gelirlerine göre girişimcilik ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmiştir.* Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Ailelerinin aylık geliri 2001-4000 TL ve 4001-6000 TL arası olan katılımcıların girişimcilik ölçeğinin puanlarının, ailelerinin aylık geliri 6001-8000 TL arası ve 8001 TL ve üzeri olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Sosyo-demografik özelliklerine göre girişimcilik ölçeğinin puanlarının aile ikamet bölgesi değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların ailelerinin ikamet bölgelerine göre girişimcilik ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmiştir.* Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Ailelerinin ikamet bölgesi Marmara Bölgesi, Ege Bölgesi ve Akdeniz Bölgesi olan katılımcıların girişimcilik ölçeğinin puanlarının, ailelerinin ikamet bölgesi Karadeniz Bölgesi olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Sosyo-demografik özelliklerine göre girişimcilik ölçeğinin puanlarının öğrenci aylık geliri değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların öğrenci aylık gelirine göre girişimcilik ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olmadığı görülmektedir ($p < 0.05$). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmemiştir.*

Araştırmaya katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre girişimcilik ölçeğinin puanları karşılaştırıldığında *cinsiyet ve öğrenci aylık geliri değişkenine göre hipotez desteklenmemiştir.*

Araştırmaya katılan katılımcıların gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının karşılaştırılması:

Araştırmaya katılan katılımcıların gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarını karşılaştırmak için iki grup karşılaştırılmasında bağımsız t testi, ikiden fazla grup karşılaştırılmasında tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır.

Tablo 10. Katılımcıların gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre kariyer beklentisi ölçeği puanlarının karşılaştırılması

Değişkenler		\bar{X}	SS	Test Değeri	p	Bonferroni
Gastronomi ve Mutfak Sanatları ile İlgili Ortaöğretim Düzeyinde Eğitim Alma Durumu	Evet	80.87	9.20	-2.333**	0.020*	
	Hayır	83.54	10.49			
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Alanında Staj Yapma Durumu	Evet	80.20	9.72	-3.600**	0.000*	
	Hayır	84.05	10.25			
Ailende Okunulan Bölüm ile İlgili Bir Alanda Çalışan Olma Durumu	Evet	82.54	10.06	-0.433**	0.665	
	Hayır	83.01	10.33			
Birinci Derece Yakınının Girişimci Olma Durumu	Evet	84.86	10.12	3.483**	0.001*	
	Hayır	81.38	10.09			
Daha Önce İş Kurma Deneyimi Olma Durumu	Evet	78.98	10.81	-3.046**	0.002*	
	Hayır	83.45	10.03			
Kariyer Hedefi	Özel Sektör (1)	82.62	9.79	20.405***	0.000*	1>2, 1>3, 4>1, 4>2, 4>3
	Kamu (2)	76.93	5.85			
	Aile İşi (3)	74.64	7.03			

Kendi 86.49 10.42
(4)

* $p < 0.05$, **Bağımsız t testi, ***Tek yönlü varyans analizi

Tablo 10’da katılımcıların gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre kariyer beklentisi ölçeği puanlarının karşılaştırılması sonuçlarına yer verilmiştir.

Gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre kariyer beklentisi ölçeği puanlarının GMS ile ilgili ortaöğretim düzeyinde eğitim alma durumu değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların GMS ile ilgili ortaöğretim düzeyinde eğitim alma durumuna göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p < 0.05$). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmiştir.*

GMS ile ilgili ortaöğretim düzeyinde eğitim almayan katılımcıların kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının, eğitim alan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre kariyer beklentisi ölçeği puanlarının GMS alanında staj yapma durumu değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların GMS alanında staj yapma durumuna göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p < 0.05$). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmiştir.* GMS alanında staj yapmayan katılımcıların kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının, staj yapan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre kariyer beklentisi ölçeği puanlarının ailede okunulan bölüm ile ilgili çalışan olma durumu değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların ailede okunulan bölüm ile ilgili bir alanda çalışan olma durumuna göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olmadığı görülmektedir ($p < 0.05$). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmemiştir.*

Gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre kariyer beklentisi ölçeği puanlarının birinci derece yakınının girişimci olma durumu değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların birinci derece yakınının girişimci olma durumuna göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmiştir.* Birinci derece yakını girişimci olan katılımcıların kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının, olmayan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre kariyer beklentisi ölçeği puanlarının daha önce iş kurma deneyimi olma durumu değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların daha önce iş kurma deneyimi olma durumuna göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmiştir.* Daha önce iş kurma deneyimi olmayan katılımcıların kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının, olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre kariyer beklentisi ölçeği puanlarının kariyer hedefi değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların kariyer hedefine göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmiştir.* Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni kullanılmıştır. Kariyer hedefi özel sektör olan katılımcıların kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının, kariyer hedefi kamu ve aile işi olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Kariyer hedefi kendi işi olan katılımcıların kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının, kariyer hedefi özel sektör, kamu ve aile işi olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre kariyer beklentisi ölçeğinin puanlarının karşılaştırılması sonucunda *Ailende okunulan bölüm ile ilgili çalışan olma durumu değişkenine göre hipotez desteklenmemiştir.*

Araştırmaya katılan katılımcıların gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre girişimcilik ölçeğinin puanlarının karşılaştırılması:

Araştırmaya katılan katılımcıların gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre girişimcilik ölçeğinin puanlarını karşılaştırmak için iki grup karşılaştırılmasında

bağımsız t testi, ikiden fazla grup karşılaştırılmasında tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır.

Tablo 11. Katılımcıların gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre girişimcilik ölçeği puanlarının karşılaştırılması

Değişkenler		\bar{X}	SS	Test Değeri	P	Bonferroni
Gastronomi ve Mutfak Sanatları ile İlgili Ortaöğretim Düzeyinde Eğitim Alma Durumu	Evet	151.16	15.31	1.905**	0.058	
	Hayır	147.64	16.82			
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Alanında Staj Yapma Durumu	Evet	149.40	15.66	0.715**	0.475	
	Hayır	148.15	16.88			
Ailende Okunulan Bölüm ile İlgili Bir Alanda Çalışan Olma Durumu	Evet	145.29	15.34	-2.716**	0.007*	
	Hayır	149.99	16.82			
Birinci Derece Yakınının Girişimci Olma Durumu	Evet	150.71	15.18	2.335**	0.020*	
	Hayır	146.92	17.27			
Daha Önce İş Kurma Deneyimi Olma Durumu	Evet	152.80	12.02	2.067**	0.039*	
	Hayır	147.88	17.00			
Kariyer Hedefi	Özel Sektör (1)	148.22	17.58	7.168***	0.000*	1>2, 3>2, 4>2
	Kamu (2)	136.07	13.46			
	Aile (3)	149.18	11.57			
	Kendi (4)	151.21	15.59			

*p<0.05, **Bağımsız t testi, ***Tek yönlü varyans analizi

Tablo 11’de katılımcıların gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre girişimcilik ölçeği puanlarının karşılaştırılması sonuçlarına yer verilmiştir.

Gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre girişimcilik ölçeği puanlarının GMS ile ilgili ortaöğretim düzeyinde eğitim alma durumu değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların GMS ile ilgili ortaöğretim düzeyinde eğitim alma durumuna göre girişimcilik ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olmadığı görülmektedir ($p<0.05$). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmemiştir.*

Gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre girişimcilik ölçeği puanlarının GMS alanında staj yapma durumu değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların gastronomi ve mutfak sanatları alanında staj yapma durumuna göre girişimcilik ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olmadığı görülmektedir ($p<0.05$). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmemiştir.*

Gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre girişimcilik ölçeği puanlarının ailede okunulan bölüm ile ilgili çalışan olma durumu değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların ailede okunulan bölüm ile ilgili bir alanda çalışan olma durumuna göre girişimcilik ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmiştir.* Okunulan bölüm ile ilgili bir alanda çalışmayan katılımcıların girişimcilik ölçeğinin puanlarının, bölüm ile ilgili çalışan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre girişimcilik ölçeği puanlarının birinci derece yakınının girişimci olma durumu değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların birinci derece yakınının girişimci olma durumuna göre girişimcilik ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmiştir.* Birinci derece yakını girişimci olan katılımcıların girişimcilik ölçeğinin puanlarının, olmayan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir

Gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre girişimcilik ölçeği puanlarının daha önce iş kurma deneyimi olma durumu değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların daha önce iş kurma deneyimi olma durumuna göre girişimcilik ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmiştir.* Daha önce iş kurma deneyimi

olan katılımcıların girişimcilik ölçeğinin puanlarının, olmayan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre girişimcilik ölçeği puanlarının kariyer hedefi değişkenine göre karşılaştırılması:

Katılımcıların kariyer hedefine göre girişimcilik ölçeğinin puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). *Bu sonuç neticesinde hipotez desteklenmiştir.* Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni kullanılmıştır. Kariyer hedefi özel sektör, aile işi ve kendi işi olan katılımcıların girişimcilik ölçeğinin puanlarının, kariyer hedefi özel sektör olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların gastronomi ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre girişimcilik ölçeğinin puanlarının karşılaştırması sonucunda *GMS ile İlgili Ortaöğretim Düzeyinde Eğitim Alma Durumu ve GMS Alanında Staj Yapma Durumu Değişkenine göre hipotezler desteklenmemiştir.*

Tablo 12. Araştırmada kullanılan ölçekler arası ilişki

	Kariyer Beklentisi Ölçeği	Girişimcilik Ölçeği
Kariyer Beklentisi Ölçeği	1.000	0.433**
P	-	0.000*
Girişimcilik Ölçeği		1.000
P		-

* $p<0.05$, **Pearson korelasyon

Tablo 12’de araştırmada kullanılan ölçekler arası ilişki sonuçlarına yer verilmiştir.

Araştırmada kullanılan ölçekler arasındaki ilişkiyi test etmek için korelasyon analizi uygulanmıştır. Bunun sonucunda, kariyer beklentisi ile girişimcilik arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki vardır ($r=0.433$, $p<0.05$).

Tablo 13. Kariyer beklentisinin girişimcilik üzerindeki etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	Standart Hata	Beta	T	p	F	Model (p)	R2
Girişimcilik	Sabit	90.671	5.948	-	15.244	0.000	96.073	0.000*	0.188
	Kariyer Beklentisi	0.698	0.071	0.433	9.802	0.000*			

* $p<0.05$

Tablo 13’te kariyer beklentisinin girişimcilik üzerindeki etkisi sonuçlarına yer verilmiştir.

Yapılan regresyon analiz sonucuna göre, F değerine karşılık gelen anlamlılıkseviyesine bakıldığında kurulan modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($F=96.073$; $p<0.05$). Bağımsız değişkene ait beta katsayı değerine, t değerine ve anlamlılık seviyesine bakıldığında kariyer beklentisinin girişimcilik üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir ($t=9.802$, $p<0.05$). Girişimcilik üzerindeki değişimin %18.8'ini açıkladığı görülmektedir ($R^2=0.188$). Kariyer beklentisindeki 1 birimlik artış, girişimcilik üzerindeki 0.698'lik artışa neden olmaktadır ($\beta=0.698$).



SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, GMS lisans eğitimi alan öğrencilerin kariyer beklentileri ve girişimcilik eğilimleri anket yöntemi ile düzenlenen veri setinden başlayarak analiz edilmiştir.

Araştırma sonuçları hakkında bilgi vermeden önce çalışmanın konusunu içine alan ana kütleli oluşturan gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi hakkında sayısal bilgi verilmiştir.

Araştırmada katılımcıların %87'si GMS sektörüne hizmet etmek için eğitim görmenin lâzım geldiğini göz önünde bulundurmalarına rağmen, okulda uygulanan eğitimin sektörün beklentilerine cevap vereceğini düşünenlerin yüzdesi %29.4 olarak saptanmıştır. Bu oran, öğrencilerin eğitim aldıkları bölümlerde verilen derslerden memnuniyet duymadıkları biçiminde değerlendirilebilir. 2015 yılında Türkiye Aşçılar Federasyonu önderliğinde, sektörden, kamudan ve eğitim kuruluşlarından 50 iştirakçi ile düzenlenen Gastronomi Eğitimi Arama Konferansı sonuçlarına göre; Türkiye'de GMS eğitiminin problemleri incelenmiştir. Gastronomi eğitiminin problemlerinin çözüm ve görüşlerinin derinlemesine görüşüldüğü bu konferansta; ders programı, sektör uzmanlarının gastronomi eğitimine katkı sağlamada istekli olmasalar da üniversitelerle sektör çalışma ortaklığı, yetişmiş akademik kadro kalitesi, uygulama alanlarının fiziki yapısı (kaynak ve bütçe), gastronominin algılanmasının yalnızca yemek pişirme olmadığı biçiminde beş ana problem belirlenmiştir (Öney, 2016, 193-194; Aydemir, 2018, s. 72).

Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğunun %92.8 GMS bölümünü isteyerek seçtiği tespit edilmiştir. Bulgular Aydemir (2018), Akoğlu, Cansızoğlu, Orhan ve Özdemir, (2017) ve turizm öğrencilerine yönelik olarak Buyruk (2009), Kuşlivan ve Kuşlivan (2000), Sarıışık (2007), Zengin, Şen ve Taşar, (2011) araştırmalarıyla tutarlı olduğunu işaret etmektedir. Bu tarz akademik çalışmalar neticesinde her geçen gün GMS bölümüne ilginin artarak devam ettiği anlaşılmaktadır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyet anlamında erkek %45.7, kadın %54.3 oranında GMS bölümünü seçtikleri buradan hareketle kadın katılımcıların bölümlerini erkeklere oranla biraz daha fazla tercih ettikleri belirlenmiştir. Aydemir (2018)'in araştırmasında kız öğrenci oranı %58, Akoğlu, vd., (2017), tarafından yapılan çalışmada kız öğrenci oranı %63.5, Cihangir ve Özer, (2016)'nın yaptığı araştırmadaki

kız öğrenci oranı ise %51 olarak gerçekleşmiştir. Bu araştırmalar neticesinde ortaya çıkan rakamlar GMS bölümünün kadın öğrenciler tarafından tercih ediliyor olduğunun bir göstergesi olsa da sektörel anlamda zorluk derecesi açısından çalışma koşulları, uzun mesai saatleri, mobbing, erkek çalışanların düşünceleri doğrultusunda güçsüz ve zayıf olduklarına inanış bu mesleğin kadın çalışanlar açısından ne denli zor olduğunu gösterir. GMS bölümlerinden mezun olduktan sonra sektörel anlamda kadın çalışanların çalışma şartlarının iyileştirilerek kadın gözüyle sektöre bakış açılarından faydalanmak önem arz etmektedir.

Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre kariyer beklentileri çerçevesinde sorulara verilen cevapların karşılaştırılması:

Araştırmada GMS öğrencileri cinsiyet değişkeni açısından incelendiğinde kariyer beklentileri açısından farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç; Buyruk (2009) ile tutarlılık gösterse de Aydemir (2018) ile tutarlı değildir. Yılmaz ve Akay, (2020, s. 81), toplumsal cinsiyet eşitliği amacı doğrultusunda belirtilen hedefler ve ekonomiyi yönlendiren işletmelerin, bu hedefler istikametinde yüklenebileceği eylemler bulunmaktadır. İşletmelerin yüklenebileceği bu eylemlerin haricinde, kadınların eğitim ve iş hayatında daha etkin olması gerekmektedir. Bilhassa, erkek istihdamı yüksek olan yiyecek içecek sektöründe kadınların etkin olmasına özgü tavır, davranış ve tutumlar tatbik edilmelidir.

Araştırmada GMS öğrencileri, sınıf değişkeni açısından incelendiğinde kariyer beklentileri açısından anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçta Aydemir, (2018); Aymankuy ve Aymankuy, (2013), çalışmasıyla tutarlılık göstermektedir. Aydemir, (2018), çalışmasında ikinci sınıfta okuyan öğrencilerin kariyer beklentileri farklı sınıflarda öğrenim gören öğrencilere nazaran daha yüksektir. Bu netice öğrencilerin okudukları sınıf yükseldikçe kariyer beklentileri düşmektedir biçiminde de ifade edilebilir. Araştırma 1. sınıf katılımcıların kariyer beklentisi puanlarının, 2., 3. ve 4. sınıf katılımcılarına göre daha fazla olduğu görülmektedir. Bu sonuç neticesinde bölüme yeni başlayan yani 1. sınıf öğrencilerinin kariyer beklentileri yüksek iken üst sınıflara doğru beklentileri azalmaktadır.

Araştırmada GMS öğrencileri yaş değişkeni açısından incelendiğinde kariyer beklentileri açısından anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçta Aydemir (2018)'in çalışmasıyla tutarlılık göstermektedir. Araştırmada 18 yaş ve altı ve 19-21

yaş aralığındaki öğrencilerin kariyer beklentilerinin, 22-24 ve 25 yaş üstü öğrencilerin kariyer beklentilerinden daha yüksek olduğu saptanmıştır. Bu sonuç doğrultusunda yaşlarıyla uyumlu sınıflarda okuyan öğrencilerin, özellikle bölüme yeni başlamış öğrencilerin kariyer beklentileri daha yüksektir.

Araştırmada, GMS öğrencileri aile aylık geliri değişkeni açısından incelendiğinde kariyer beklentileri açısından anlamlı farklılıklar vardır. Çalışmada öğrenci ailelerinin aylık geliri ile kariyer beklentileri arasında ilişki tespit edilmiştir. Bu çalışma, Aydemir, (2018), çalışmasıyla tutarlılık göstermektedir. Çalışma her ne kadar konu ve sektör anlamında uyuşmasa da istatistiksel anlamda Üzüm ve Uçkun, (2015), çalışmasıyla tutarlılık göstermemektedir. Sonuç olarak bakıldığında, orta gelir grubu altında olan (2001-4000) olan ailelerin öğrenci olan çocuklarının kariyer beklentileri daha yüksektir denilebilir.

Araştırmada, GMS öğrencileri aile ikamet bölgesi değişkeni açısından incelendiğinde kariyer beklentileri açısından anlamlı farklılıklar vardır. Bu sonuç Aydemir, (2018), çalışmasıyla tutarsızlık göstermiş olsa da Pelit ve Öztürk, (2010), çalışmasıyla örtüşmekte olup bunun sonucu olarak büyük işletmelerin ve iş imkanlarının bulunduğu bölgelerdeki öğrencilerin gastronomi sektöründe de iş bulabilmelerinin daha kolay olabileceği şeklinde yorumlanabilir. Çalışmada, katılımcıların ailelerinin ikamet bölgeleri faktörlerinin kariyer beklentilerini etkilediği tespit edilmiştir. Özellikle batı bölgeler Marmara ve Ege olmak üzere Akdeniz bölgesinde ikamet eden ailelerin çocukları kariyer beklentilerini daha geniş perspektiften gördükleri söylenebilir.

Araştırmada, GMS öğrencileri aylık gelir değişkeni açısından incelendiğinde kariyer beklentileri açısından anlamlı farklılıklar vardır. Bu sonuçlar, Çatır ve Karaçor, (2016), çalışmasıyla tutarlılık göstermemektedir. Bu durumda yapılan analizler sonucu kişisel aylık gelir ile kariyer beklentileri arasında anlamlı fark tespit edilmemiştir. Analiz sonucunda, düşük kişisel gelire sahip öğrencilerin aile desteğiyle kişisel gelir elde ettikleri, en yüksek kişisel gelire sahip öğrencilerin ise ailelerin gelir skalasının yüksek oluşu veya bölümde yüksek sınıfların sektöre tecrübe açısından daha yakın olduklarından ekstra, part-time veya devamlı işlere gidebilmelerinin kişisel gelirlerini arttırdığını bunun da kariyer beklentileriyle ilişkisi olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Katılımcıların gastronomi ile ilgili sorulara kariyer beklentileri çerçevesinde verdikleri cevapların karşılaştırılması:

Araştırmada, GMS öğrencileri gastronomi ve mutfak sanatları ile ilgili ortaöğretim düzeyinde eğitim alma durumu değişkeni açısından incelendiğinde kariyer beklentileri açısından anlamlı farklılıklar vardır. Bu sonuç, Aydemir, (2018); Aymankuy ve Aymankuy, (2013), ile tutarlı değildir. Bu da araştırmada öğrencilerin alan ile ilgili ortaöğretim düzeyinde eğitim almaları ile kariyer beklentileri arasında bir ilişki tespit edildiğini göstermektedir. GMS ile ilgili ortaöğretim düzeyinde eğitim alma durumu, almayan katılımcıların kariyer beklentisinin puanlarının, eğitim alan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Bu sonuç doğrultusunda, ortaöğretim düzeyinde eğitim almayan katılımcılar bölüme başladıktan itibaren hiç bilmedikleri ve bunun yanında isteyerek girdikleri bölüm hakkında hayallerinin kariyer beklentilerini olumlu etkilediği şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmada, GMS öğrencileri GMS alanında staj yapma durumu değişkeni açısından incelendiğinde kariyer beklentileri açısından anlamlı farklılıklar vardır. Bu sonuç, staj yapmayan öğrencilerin staj yapan öğrencilere göre kariyer beklentilerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiş olup Aydemir (2018)'in çalışmasıyla örtüşmemektedir. Çetin (2005) araştırmasında, stajyerlerin staj döneminde karşı karşıya kaldıkları negatif durumlarda, sektörde ileride kariyer yapmaya olumlu bakmadıkları beyan edilmiştir. Bu çalışma, yapılan incelemeler sonucunda, öğrencilere üniversite hayatı müddetince verilen teorik bilgileri staj sırasında faydalı bulmuşlardır. Aynı zamanda, staj eğitiminin, bilgi ve ustalık kazandırdığına, ilaveten iş hayatını tanımak bakımından fayda sağladığına inanmaktadırlar. Cizrelioğulları ve Altun, (2019, s. 2460), stajın önemsenmeyecek bir mevzu olmadığı ve hem eğitim yaşamlarına hem de geleceklerine büyük katkılarını kavramaları açısından çok verimli olacaktır şeklinde ifade etmiştir. Ayrıca, sektör idarecilerinin de stajyer öğrencilere gerekli önemin ve kıymetin verilmesi ve onları geçici işgücü olarak görmemeleri gerekmektedir. Stajyer öğrencilerin kendilerine kıymet verildiğini hissetmeleri, işlerinde var güçleriyle emek vermelerinde etkili olabilir.

Araştırmada, GMS öğrencileri ailede okunulan bölüm ile ilgili bir alanda çalışan olma durumu değişkeni açısından incelendiğinde kariyer beklentileri açısından anlamlı fark olmadığı anlaşılmıştır. Bu çalışma, Şengel, Zengin ve Işkın, (2020),

çalışmasıyla tutarlı değildir. Çalışmada, ailede okunulan bölümle ilgili bir alanda çalışan olma durumu ile kariyer beklentileri arasında bir ilişki tespit edilmemiştir.

Araştırmada, GMS öğrencileri birinci derece yakınının girişimci olma durumu değişkeni açısından incelendiğinde kariyer beklentileri açısından anlamlı fark vardır. Birinci derece yakını girişimci olan katılımcıların kariyer beklentisi puanlarının, olmayan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Bu sonuçta, ailesinde girişimci olan katılımcıların kariyer beklentilerinin yüksek olduğu bu nedenle de kariyer beklentilerini planlamada daha korkusuzca davrandıkları söylenebilir.

Araştırmada, GMS öğrencileri daha önce iş kurma deneyimi olma durumu değişkeni açısından incelendiğinde kariyer beklentisi açısından anlamlı fark vardır. Daha önce iş kurma deneyimi olmayan katılımcıların kariyer beklentisi puanlarının, olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Bu sonuçta, iş kurma deneyimi olmayan katılımcıların olanlara nazaran kariyer beklentilerinin daha yüksek olduğu, bu sonuç doğrultusunda da gelecekte iş kurma deneyimlerine sıcak baktıkları düşünülebilir.

Araştırmada, GMS öğrencileri kariyer hedefi değişkeni açısından incelendiğinde kariyer beklentisi açısından anlamlı fark vardır. Kariyer hedefi özel sektör olan katılımcıların kariyer beklentisi puanlarının, kariyer hedefi kamu ve aile işi olan katılımcılara nazaran daha fazla olduğu anlaşılmaktadır. Kariyer hedefi kendi işi olan katılımcıların kariyer beklentisi puanlarının, kariyer hedefi özel sektör, kamu ve aile işi olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Bu sonuç, araştırmaya katılan katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda öğrencilerin lisans sonrası kariyer hedeflerinin GMS alanında kendi işini kurmak ve kariyerlerini sermayeleri ölçüsünde yiyecek içecek sektörü, gastronomi sektörüne tedarik anlamında toptancılık, gastronomi alanında magazinsel anlamda dergi sahipliği vb. şekilde müteşebbislik icra edebilirler.

Alan yazın tarandığında, gastronomi ve turizm alanındaki çalışmalarda kariyer beklentileri açısından araştırmacıların yaptıkları çalışmalarda ulaşılan sonuçlar:

Aydemir (2018)'in çalışmasında araştırmaya dahil olanların %84,7'si gastronomi ve mutfak sanatları alanında istihdam için eğitim almanın gerekliliğini göz önünde bulundurmalarına rağmen, okulda alınan eğitimin iş kolunun ihtiyaçlarına cevap vereceğini anlayanların yüzdesi %16,2 olarak belirlenmiştir. Araştırmada,

öğrencilerin okuduğu bölüm ve yaptığı eğitimle alakalı fikirleri müspet anlamda yükseldikçe, kariyer beklentilerinin de yükseldiği saptanmıştır. Bu netice, Buyruk (2009); Cihangir ve Özer (2016); İnce ve Kendir (2016), aracılığıyla yürütülen çalışmalar ile tutarlı sonuç vermektedir. Sonuç olarak GMS öğrencilerinin bu bölümü isteyerek tercih ettiği, öğrencilerin kariyer beklentileri arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Davras ve Alili (2019, s. 50)'in çalışmasında bölümlerini isteyerek seçen öğrencilerin hayat ve istihdama yönelik beklentilerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Bunun sebebi, istediği bölümü seçen öğrenciler geleceğe daha inanç ve umutla bakmaktadır. Bölüm seçimleri yapılırken doğru ve bilinçli hareket etmek gençlerin geleceklerini ve umutlarını etkileyen anlamlı bir hamle biçiminde karşımıza çıkmaktadır. Bu da son senelerde etkin bir öneme sahip olan GMS bölümlerinin doluluk oranlarını açıklamaktadır. Özellikle bu sektördeki istihdam ihtiyacı gençlerin beklentilerini yukarılara taşımaktadır.

Akoğlu vd., (2017, s. 155)'nin çalışmasında bölümlerini tercih etme aşamasında öğrencilerin hemen hemen tamamının bölümü kendi arzularıyla seçtikleri saptanmıştır. Bölümü bitirdikten sonra hizmet etmek istedikleri sahaların mutfak ve öğretmenlik olduğu tespit edilmiştir. İşin temel hatları ve çalışma şartları değişkeni tetkik edildiğinde ise önemli bir ekseriyetin gastronomi sektöründeki işleri merak uyandırıcı gördükleri ve gastronomi sahasında her gün değişik ve güncel bilgiler edinebileceklerini akıllarına getirdikleri tespit edilmiştir.

Özdemir, Ak ve Önçel (2019, s. 955), araştırma çalışmasının sektöre yapacağı katkıların haricinde gastronomi öğrencilerinin kariyer beklentilerini saptamaya özgü gerçekleştirilen faaliyetlerin de ölçülebilir miktarda olması, ilgili alan yazına fayda sağlayabileceğini akıllara getirmektedir. İlaveten ilgili bölüm öğrencilerinin lisans eğitimlerini sürdürme sırasında ve eğitimlerini bitirdikten sonraki kariyer yapma arzularına yönelik düşünceleri saptanabilir ve muhtemel değişimin ne seviyede olduğu ortaya konulabilir şeklinde saptamada bulunmuşlardır.

Araştırmaya girişimcilik eğilimleri açısından bakacak olursak aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır;

Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre girişimcilik çerçevesinde sorulara verilen cevapların karşılaştırılması:

Araştırmada, GMS öğrencileri cinsiyet değişkeni açısından incelendiğinde girişimcilik açısından anlamlı fark olmadığı bunun da kadın öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin erkeklerden daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Bunun yanında, gastronomi alan yazınında olmasa da farklı akademik branşlardaki, cinsiyet açısından girişimcilik eğilimlerine bakıldığında literatürde (Büyükyılmaz, Karakaya ve Yıldırım, (2015); Dolu, Temucin ve Özkan, 2016), çalışma sonuçlarına benzer sonuçlar bulunsa da, çeşitli araştırma sonuçları incelendiğinde erkek öğrencilerin kız öğrencilere nazaran daha yeniliğe açık, dışa dönük ve daha üst seviyede girişimci kişilikle donanmış oldukları anlaşılmıştır (Akçakanat, Mücevher ve Çarıkçı, 2014, s. 147; Gemlik ve Kıraç, 2013, s. 167; Yılmaz ve Sünbül, 2009, s. 200; Türkmen ve İşbilir, 2014, s. 21; Örucü, Kılıç ve Yılmaz, 2007, s. 33; Kılıç, Keklik ve Çalış, 2012, s. 431; Solmaz, Aksoy, Şengül ve Sarıışık, 2014, s. 49; Yılmaz ve Sözcan, 2019), çalışmalarında sonuç açısından farklılık saptanmıştır.

Araştırmada, GMS öğrencileri sınıf değişkeni açısından incelendiğinde katılımcı öğrencilerin sınıflarına göre girişimcilik açısından anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Bu sonuç Kavşur, (2015); Bozça, (2019); Yalçın, (2018), çalışmasıyla tutarlılık göstermemektedir. Araştırmanın bulguları incelendiğinde 1. ve 4. sınıf öğrencilerinin girişimcilik eğilimi puanlarının yüksek olduğu tespit edilmiş olup bu da bölüme yeni başlayan ve bölümden mezun olmaya namzet öğrencilerin girişimcilik yatkınlıklarının güçlü olduğu biçiminde açıklanabilir.

Araştırmada, GMS öğrencileri yaş değişkeni açısından incelendiğinde girişimcilik açısından anlamlı fark olduğu saptanmıştır. Bu sonuçta, bölüme yeni başlamış öğrenci grubunun yani 18 yaş ve altı grubun öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin yüksek olduğu saptanmıştır. Bu saptamaya göre tecrübesizlik, yaşam şartlarının kolay olduğunun düşünülmesi ve hayata atılma açısından heyecanlı olma hali bu yaş grubundaki öğrencileri bu düşünceye yöneltmiş olabilir. Mirza ve Dağdeviren, (2016), çalışmasında girişimcilik eğiliminin yaş değişkeni açısından belirleyici bir bağlantı olmadığı tespit edilmiştir. Aydeniz ve Akkuş, (2017, s. 173), çalışmasında ise yaş değişkeni açısından 24-26 yaş topluluğunun en güçlü girişimcilik yatkınlığıyla donanmış olduğu tespit edilmiştir. Bu yaş grubundakilerin derhal yaşama katılmak hususunda daha arzulu ve istekli oldukları söylenebilir.

Araştırmada, GMS öğrencileri aile aylık geliri değişkeni açısından incelendiğinde girişimcilik açısından anlamlı fark olduğu ortaya çıkmıştır. Bu da

2001-4000, 4001-6000 TL aralığında aile gelirine sahip ailelerin çocuklarının girişimcilik yatkınlıklarının farklı gelir grubundaki öğrencilere nazaran daha güçlü olduğu anlaşılmıştır. Bu sonuçta, Köse, (2019), ile o tarihte yapmış olduğu çalışmada aile geliri değişkeni açısından girişimcilik eğilimleri anlamında tutarlılık göstermektedir. Karataş, (2018), çalışmasındaki sonuçlara bakıldığında en yüksek aile gelirine sahip öğrencilerin girişimcilik yatkınlıklarının daha güçlü olduğu ve bunun da çalışmamızın sonucuyla örtüşmediği görülmüştür. Araştırmamızı aile geliri değişkeni açısından yorumladığımızda orta gelir grubuna mensup daha açık anlamıyla (asgari ücret ve üstü ile devlet memuru) gelirine sahip ailelerin çocuğu olan öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Araştırmada, GMS öğrencileri aile ikamet bölgesi değişkeni açısından incelendiğinde girişimcilik açısından anlamlı fark olduğu ortaya çıkmıştır. Bu da batı bölgeleri ve ülkemizin güneyinde ikamet eden ailelerin çocuğu olan öğrencilerin diğer bölgelerde ikamet eden ailelerin çocuğu olan öğrencilere kıyasla girişimcilik eğilimlerinin daha güçlü bulunduğu tespit belirlenmiş olup bu netice Kavşur, (2015), ile örtüşmemektedir. Araştırmada çıkarılan sonuçlar doğrultusunda Batı bölgelerinde ve Akdeniz Bölgesi'nde ikamet eden ailelerin çalışmaya katılan çocukları girişimcilik eğilimlerinin yüksek oluşu hayata bakış açıları ve gelişmişlik düzeylerinden kaynaklanabilir.

Araştırmada, GMS öğrencileri öğrenci aylık geliri değişkeni açısından incelendiğinde girişimcilik açısından anlamlı fark olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Bu sonuçta, Kaya, (2019), ve Karataş, (2018), çalışmalarıyla benzerlik göstermemektedir. Araştırmadan çıkarılan sonuçlar doğrultusunda, düşük aile gelirine sahip öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, yüksek aile gelirine sahip öğrencilerden daha yüksektir denilebilir. Bunun sonucunda, kişisel geliri yükselen öğrencilerin girişimcilik eğilimi artmaktadır.

Katılımcıların gastronomi ile ilgili sorulara girişimcilik çerçevesinde verdikleri cevapların karşılaştırılması:

Araştırmada, GMS öğrencileri gastronomi ve mutfak sanatları ile alakalı ortaöğretim seviyesinde eğitim görme durumu değişkeni bakımından incelendiğinde girişimcilik açısından anlamlı bir fark olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç, Tekin, Özkul ve Demir, (2014), çalışmasıyla örtüşmektedir. Yaptıkları çalışma

neticesinde, ortaöğretim düzeyinde eğitim alma durumu açısından önemli bir fark olmadığı saptanmıştır. Yalnızca öğrencilerin iş kolu tecrübesine sahip olup olmamaları açısından girişimcilik seviyelerinin sayısal olarak ciddi seviyede değişime uğradığı ve kendi sektörlerinde tecrübeye sahip öğrencilerin girişimcilik seviyesinin iş kolu deneyimine sahip olmayan öğrencilere nazaran daha güçlü olduğu tespit edilmiştir. Tespit edilen sonuçların, üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini araştıran farklı incelemelerin sonuçları ile de belli derecede tutarlılık gösterdiği saptanmıştır.

Araştırmada, GMS öğrencileri gastronomi ve mutfak sanatları alanında staj yapma durumu değişkeni açısından incelendiğinde girişimcilik açısından anlamlı bir fark olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Bu sonuçta Ulama, (2016), ile tutarlılık göstermemektedir. Ulamanın çalışmasında staj yapma değişkenine göre girişimcilik eğilimi boyutunda farklılıklar saptanmıştır. Bu durum, belli zaman aralığında staj yaparak veya çalışarak tecrübe sahibi olan öğrencilerin, bu tecrübeyi deneyimlemeye oranla güçlü kazanma dürtüsü ve iç kontrol merkezine haiz oldukları gözlemlenmiştir. Sektör tecrübesinin, öğrencilerde okulda öğrendiklerini pratik yapma şansına sahip olarak, başarıya azmini ve kendine güvenmeyi sağlamlaştırdığı söylenebilir şeklinde belirtmiştir.

Araştırmada, GMS öğrencileri gastronomi ve mutfak sanatları alanında ailede okunulan bölüm ile ilgili bir alanda çalışan olma durumu değişkeni açısından incelendiğinde girişimcilik açısından anlamlı fark olduğu saptanmıştır. Çıkan sonuçlar incelendiğinde ailede okuduğu bölüm ile ilgili bir alanda çalışan olan öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin o sahada çalışmayan öğrencilere nazaran daha güçlü olduğu anlaşılmaktadır. Bu nedenle, ailesinde sektörde çalışan olması açısından öğrencilerin sektörle alakalı daha fazla görüşe sahip olduğu biçiminde düşünülebilir.

Araştırmada, GMS öğrencileri birinci derece yakınının girişimci olma durumu değişkeni açısından incelendiğinde girişimcilik açısından anlamlı fark olduğu saptanmıştır. Bu sonucun Karataş, (2018), ile tutarlı olduğu saptanmış olup, katılımcı öğrencilerin “Ailelerinde girişimci var” ve “Ailelerinde girişimci yok” topluluklarının girişimcilik yaklaşık değerleri arasında sayısal açıdan mantıklı bir değişikliğin olduğu kavranmış olup bu farklı olma durumunun “Ailelerinde girişimci var” topluluğun lehinde olduğu saptanmıştır. Bu bulgu, yorumlandığında katılımcı öğrencilerin ailelerinde girişimci olanların girişimcilik seviyelerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır. Araştırma sonucunun Kavşur, (2015), çalışmasıyla tutarlılığı

saptanmamış olup bu durumda bir kişinin ailesinin işletmeci olması o kişinin girişimcilik eğilimini etkilemediği şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmada, GMS öğrencileri daha önce iş kurma deneyimi olma durumu değişkeni açısından incelendiğinde girişimcilik açısından anlamlı fark olduğu saptanmıştır. Bu sonucun Yılmaz ve Sözcan, (2019), çalışmasıyla tutarlılık göstermiş olup buna göre eskiden herhangi bir girişimcilik eylemini icra eden katılımcı öğrencilerin girişimcilik yatkınlıklarını aksiyona dönüştürmeyen katılımcı öğrencilere nazaran güçlü olduğu düşünülebilir. Araştırmanın sonucunun Mirza, (2019), çalışmasıyla tutarlılık göstermemiştir. Çalışmada “Lisansüstü öğrencilerinin daha önce girişimci eylemde bulunmalarının girişimcilik yatkınlıkları üstünde tesiri bulunmaktadır” sonucuna varılmıştır. Araştırmaya dahil olan öğrencilerin daha önceden girişimci faaliyette bulunma durumlarının girişimcilik eğilimlerine etkisi yoktur.

Araştırmada, GMS öğrencileri kariyer hedefi değişkeni açısından incelendiğinde kariyer hedefi ile girişimcilik eğilimleri açısından anlamlı fark olduğu saptanmıştır. Bu sonuç Bozça, (2019), çalışmasıyla tutarlı değildir. Çalışmasında, öğrencilerin okulu bitirdikten sonraki kariyer hedefleri ile girişimcilik yatkınlığı puan ortalaması arasında açıklayıcı bir farklılığın olmadığı saptanmıştır. Bu netice, çalışmanın uygulandığı kitle ve sektör incelendiğinde katılımcıların kariyer hedeflerinin kamuda çalışmak olduğunu ve bu sonucun özel sektörde çalışma isteğine yakın olması istatistiksel anlamda normal sayılabilir. Yine benzer şekilde Kavşur, (2015), çalışmasında katılımcıların girişimcilik eğilimi ve kariyer tercihleri arasında da anlamlı bir fark görülmemiştir. Bu sonuçta, kitle ve sektörel anlamda Bozça, (2019), ile benzerlik gösterdiğinden sonuçlar tutarlı çıkmıştır.

Alan yazın tarandığında GMS alanında girişimcilik konulu akademik çalışmaya rastlanmadığından turizm ve farklı alanlardaki çalışmalarda girişimcilik konusunda araştırmacıların yaptıkları çalışmalarda ulaşılan sonuçlar;

Kılıç, Keklik ve Çalış (2012, s. 433), girişimci kişiler yetiştirmek için; bireylere risk almalarında bir sıkıntı olmadığı riske girme gereğinin üstlenilmesinin öğretilmesi gerektiği, en fazla ihtiyaç duyacakları korkularının temelini oluşturan girişimin ana faktörü olan nakit sermayeyi elde etmeleri için lazım olan ekonomik desteklerin temin edilmesi gerekmektedir şeklinde yorum yapmıştır.

Korkmaz (2012, s. 224), girişimcilik günümüzde üniversiteden mezun olmuş kişiler için ciddi bir kariyer şansı şeklinde düşünülmektedir. Girişimcilik eğitimi kişinin içinde saklı olan arzuyu farklı zamanlarda dışarı vurmasına neden olmaktadır. Girişimcilik arzusunun başarılı bir biçimde eyleme evrilmesinde girişimcilik eğitimi ciddi bir görev üstlenmektedir. Üniversiteler, bu girişimcilik arzusunun oldukça etkili ve öncü şekilde hayata geçmesini temin eden kurumlardır demiştir.

Alan yazınındaki araştırma sonuçları ve Uygun ve Güner (2016, s. 54)'in bu araştırmasından sağlanan sonuçlar, girişimcilik eğilimlerinin değerlendirilmesinde genç yaşlardan itibaren değişik eğitim düzeylerinde ve çeşidinde sağlanacak girişimcilik eğitimlerinin önemine işaret etmesi bakımından dikkat çekicidir. Bu manada, konuyla alakalı karar alıcılara bunu hayata geçirmeye özgü üretecekleri etkili politikalar bakımından büyük vazifeler düşmektedir şeklindedir.

Ulama (2016, s. 749)'in ifadesiyle öğrencilerin eğitim öğretim süresi arttıkça başarıma dürtüleriyle özgünlük ve bağımsızlık seviyeleri de yükselmektedir. Bu husus, eğitimin girişimcilik yatkınlığına müspet anlamda etki ettiğine işaret etmektedir. İleri dönemlerde iş kurma düşüncesine sahip olanlar olmayanlara nazaran riske girmeye daha çok yönelim göstermektedirler. Risk yüklenmenin girişimcilik yatkınlığı bakımından ciddi bir nitelik olması ve iş kurma düşüncesine sahip bulunanların risk yüklenmeye daha çok iştirak etmeleri bireylerin iç tutarlılığa sahip olduklarını belirtmektedir.

Aksoy ve Yalçınsoy (2017, s. 353-354), araştırmalarında, çalışmaya iştirak genç girişimci temsilcilerinin girişimcilik etkilerinin kâfi seviyede olduğu ifade edilebilir. Bununla beraber, mesele ile alakalı değişik ölçekler uygulanarak, öğrencilerin girişimcilik nitelikleri ve yönelimleri, demografik nitelikler, aile, sosyo-ekonomik çevre, kültürel çevre vb. değişik değişkenler açısından yorumlanabilir. Buna ilave olarak, uygulanacak farklı bir araştırmayla öğrencilerin girişimcilik seviyeleri vakıf ve devlet üniversiteleri tarafından mukayese edilebilir. Çalışma neticeleri uygulanması beklenen farklı kamu üniversitelerinin çalışma neticeleriyle mukayese edilirse daha etkili neticeler meydana gelebilir. Diğer taraftan çalışma sonuçları değişik analiz yöntemleri ile incelenerek değerlendirilebilirse değişik sonuçlara ulaşılabilir demişlerdir.

Bilge ve Bal (2012, s. 145-146), okullar incelendiğinde ön lisans öğrencileri lisans öğrencilerinden daha yüksek bir girişimciliğe yakın olma ortalamasına sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Bunun sebebi ise lisans öğrencilerinin ön lisans öğrencilerine nazaran daha devlet merkezli veya özel sektörde iş bulma imkanlarının daha fazla olma bilincine sahip olmalarıdır. Ön lisans öğrencilerinin girişimciliğe hevesli olmalarının bir manada gönüllü olmaktan çok zorunluluk sebebiyle olduğu söylenebilir. Araştırma sonuçları, öğrencilerin genel ifadeyle girişimcilik düşüncelerinin düşük seviyede olduğunu göstermektedir. Özellikle riske girme, fırsatları değerlendirme, istikrarlı olma ve dış etkilere yönelik kişisel enerji gibi girişimciliğin alt boyutları bakımından öğrencilerin girişimciliğe eğilimleri az çıkmıştır. Bu düşüncelerin önlenemesinin soyut eğitimle alakalı olmadığı açıktır.

Keleş, Özkan, Doğaner ve Altunoğlu, (2012, s. 115), araştırmanın genel sonuçları, öğrencilerin girişimcilik seviyelerinde girişimciliği tanımlayan faktörlerin; sosyal sınıf, ailenin iktisadi mazisi, meslek tecrübesi, eğitim ve farklı çevrelerle ilgili sosyo-kültürel faktörler bulunduğu fikrini destekler vasıftadır.

Ballı ve Ballı, (2014, s. 119), girişimcilik eğilimi ile demografik özellikler arasındaki ilişki incelendiğinde girişimcilik yatkınlıklarıyla üst gelir gurubundaki öğrencilerin güçlü girişimcilik eğilimine sahip oldukları anlaşılmaktadır. Bu görüş yüksek geliri olan bireylerin, girişimcilik için ihtiyaç duyulan kapital temin etme beklentisinin yüksek olması ile ifade edilebilir. Akademik başarısı düşük olan öğrenciler, ileri girişimcilik eğilimi ortaya koymaktadırlar. Akademik manada başarı gösteremeyen bu gençlerin gelecek planlarında izleyecekleri yolu belirlemiş olmaları muhtemeldir.

Tekin ve Hancıoğlu, (2018, s. 238), bu biçimde bir sonucun çıkması esasen Türk kültürü açısından bakıldığında olasıdır. Çünkü, Türk toplumunun ataerkil bir toplum olduğu düşünüldüğünde kızların çalışma yaşamında bulunmasının daha düşük düzeylerde olması muhtemel bir durumdur. Son zamanlarda kadınlara yönelik girişimcilik yardım ve desteklemelerinin iyileştirilmesiyle bu oranın yükseleceği tahmin edilmektedir.

Yalçınsoy ve Aksoy, (2018, s. 907), neticede üniversite öğrencilerinin girişimcilik yatkınlıkları nüfus bilimiyle ilgili değişkenler açısından araştırıldığında bu çalışmada demografik değişkenlerin öğrencilerin girişimcilik yatkınlıkları açısından

ciddi bir sonucunun olduğu söylenebilir. Bununla beraber, konu ile ilgili değişik ölçeklerden yararlanılarak, öğrencilerin girişimcilik nitelikleri ve yatkınlıkları, nüfus bilimiyle ilgili nitelikler, aile, sosyo-ekonomik çevre, kültürel çevre vb. farklı değişkenler bakımından değerlendirilebilir. Araştırma sonuçları yapılması olası farklı kamu üniversiteleri araştırma sonuçlarıyla kıyaslanırsa daha etkili sonuçlar ortaya çıkabilir.

Toylan, Ertürk ve Çekiç, (2020, s. 105), çalışma yabancı literatürde ve ülkemiz alan yazınında öğrencilerin girişimcilik yatkınlıkları ile yetenek yönetimi arasındaki bağlantıları hayata geçiren nadir araştırmalar içinde bulunmaktadır. İlaveten turizm öğrencileri çerçevesinde bu yakınlığı araştıran başka bir çalışmayla karşılaşılmamıştır. Bu sebeple bu araştırma, sektördeki ihtiyacı karşılaması ve yapılması gereken farklı araştırmalara model olması nedeniyle önem taşımaktadır.

Literatür tarandığında girişimcilik eğilimleriyle ilgili GMS alanında çalışmaya ulaşamazken turizm ve farklı alanlarda girişimcilik eğilimleriyle ilgili çalışmalar mevcuttur. Diğer taraftan alan yazın GMS alanında incelendiğinde öğrencilerin kariyer beklentileri ve işkolu yönünden görüşlerini belirlemek için çalışılmış bir adet örneğe rastlanırken, turizm ve farklı alanlarda çok fazla araştırma olduğu tespit edilmiştir.

Bunun yanında her akademik araştırmada olduğu gibi bu araştırmada da belirli sınırlılıklar mevcuttur. Çalışmanın ana sınırlılığının yanında onu destekleyecek alt sınırlılıklar bulunmaktadır. Çalışmanın ana sınırlılığı olan İstanbul'daki GMS bölümünde okuyan vakıf üniversitesi öğrencilerinin yanı sıra bu dönemde global anlamda hayatımıza giren corona virüs pandemisinin meydana getirdiği sınırlılık mevcuttur. Sınırlılıklar çerçevesinde eğer evren ve buna bağlı olarak örneklem daha geniş tutulmuş olsaydı farklı analiz sonuçlarına ulaşılabilirdi. Bunun yanında pandemi nedeniyle öğrenciler ile yüz yüze anket yapılabilmiş olsaydı daha gerçekçi cevaplar alınacaktı. Bu araştırmalar sonucunda GMS öğrencilerinin lisans sonrası kariyer beklentilerinin girişimcilik eğilimleriyle arasında nasıl bir bilimsel ve sayısal ilişki olduğu belirlenecek bu da gelecekte yapılacak akademik çalışmalara örnek ve yol gösterici olacaktır.

Doğal olarak çalışmanın analiz ve bulguları incelendiğinde katılımcıların kariyer beklentileriyle girişimcilik istekleri arasında önemli ve pozitif yönde bir

bağlantı olduğu saptanmıştır. Buda kariyer beklentilerinin girişimcilik eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar çerçevesinde katılımcıların GMS bölümünü isteyerek seçtikleri, okudukları bölümden memnun oldukları ve GMS sektöründe hizmet etmek için bu konuda eğitim alınmasının gerekli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sebepten ötürü de her geçen sene bu alana artan ilgi neticesinde üniversiteler bünyelerine bu bölümü de dahil etmektedirler. Bu doğrultuda uygulamalı bir alan olan severek ve isteyerek seçtikleri gastronomi ve mutfak sanatları bölümünden mezun olan öğrencilerin sosyo-demografik ve gastronomik açıdan kariyer hedefleri doğrultusunda kariyer beklentilerinin girişimcilik eğilimlerini olumlu yönde etkilediği saptanmıştır.

Yurt dışında özel ya da kendi işleri olsa da kariyer yapma düşüncesi açısından yabancı dil derslerine önem verilebilir.

Üniversite bölüm yöneticilerinin sektör uzmanları ve yöneticileriyle sürekli ilişki halinde kalıp öğrencilerin eğilimleri doğrultusunda kariyerlerine yön vermeleri sağlanabilir.

Eğitim süresince staj olanakları üst seviyede temin edilip öğrencilerin sektörle olan ilişkileri sıcak tutularak, öğrencilere kariyer beklentilerinin girişimcilik eğilimlerini nasıl etkilediğini gözlemleyebilme şansı verilebilir.

Öğrencilerin bölümlerinde aldıkları teorik derslere kariyer ve girişimcilik dersleri ilave edilebilir.

Bölümlerde uygulama dersi verecek akademisyenlerin özellikle sektör deneyimleri en yüksek düzeyde olanlardan seçilerek bu alanda kariyer yapacak öğrencilere olumlu ve olumsuz tecrübelerinin aktarılması sağlanabilir.

Okulun sadece diploma vermeyeceği sektörün kalitesinin artırılması anlamında gerek teorik gerekse uygulama anlamında bölüm eğitiminin gerekliliği anlatılarak kafa karışıklığı giderilebilir.

KAYNAKÇA

- Abdurrezzak, A. O. (2014). İşlevsel Teori Bağlamında Yemek Kültürünün İletişimsel Yönü. *Electronic Turkish Studies*, 9(11). Erişim adresi: <https://web.b.ebscohost.com/>.
- Acar, R., ve Özdaşlı, K. (2017). Bireysel Kariyer Planlama Yapmanın Öğrenci Başarısı Üzerindeki Etkisi: SBMYO Öğrenci Üzerine Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(21), 301-314, <https://doi.org/10.20875/makusobed.316449>
- Adekola, B. (2011). Career Planning and Career Management as Correlates for Career Development and Job Satisfaction a Case Study of Nigerian Bank Employees. *Australian Journal of Business and Management Research* 1 (2): 100-112. Erişim adresi: <http://rozup.ir/download/2135923>.
- Adlam, E. V. (2012). Fusion Cuisine Goes Global: *Linkage of Continents Through Food*. USA: Create Space Company.
- Afşar, M. (2011). Eğitimin Ekonomik Temelleri ve Ekonomik Büyüme, 1. Baskı *Anadolu Üniversitesi Yayınları*, Eskişehir.
- Akçakanat, T., Mücevher, M.H., ve Çarıkçı, İ.H. (2014). Sözel, Sayısal, Eşit Ağırlık Bölümlerinde Okuyan Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Bazı Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi: SDÜ Örneği. *AKÜ İİBF Dergisi*, 16(2), 137-154. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/akuiibfd/issue/1616/20237>.
- Akgöl, Y. (2012). Gastronomi Turizmi ve Türkiye’yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı*, Mersin, <https://tez.yok.gov.tr/>, (Erişim No: 322350).
- Akın, B. (1996). “Küçük Ölçekli İşletmelerde Stratejik Planlama ve Yönetim”, *Mpm Verimlilik Dergisi*, Sayı 1996/1, s.43–56
- Akın, H. B. (2003). Türkiye’de Girişimcilik ve Memurluk Üzerine Mustafa Suphi ve Prens Sabahattin’den Mülhem Bir Analiz. *Piyasa*, 6-7, 29-51. Erişim adresi: <http://libertedownload.com/Piyasa/6-7>.
- Akın, H. B. (2007). “Görünen Elden Görünmeyen Ele” Girişimcinin Dönüşü: İnternet Çağında Kapitalizm ve Girişimcilik Üzerine Bir Değerlendirme. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 93-107. Erişim adresi: <http://acikerisim.lib.comu.edu.tr:8080/xmlui/handle/COMU/966>.
- Akman, M., Şeker, E., Çetinkaya, A. Ş., Kozak, İ., ve Yardımcı, P. (2001). Silifke Yöresi Geleneksel Yemeklerinin Tespiti ve Türk Mutfağına Kazandırılması. *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar. Türk Kültürü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları. Yayın*, (29), 9-54.

- Akoğlu, A., Cansızoğlu, S., Orhan, N. ve Özdemir, Z. (2017). Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimi Alan Öğrencilerin Sektörde Çalışmaya. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 146, 159, DOI:[10.21325/jotags.2017.74](https://doi.org/10.21325/jotags.2017.74).
- Akpınar, S. (2009). Girişimciliğin Temel Bilgileri. Kocaeli: *Umuttepe Yayınları*
- Akseki, S. (2008). “Ziftin Pekini Yiyin”, *Derki Dergisi*, Sayı 33, s.2
- Aksoy, M., ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89. <https://www.jotags.org/Articles/2015>.
- Aksoy, M., ve Üner E. H. (2016). Rafine Mutfağın Doğuşu ve Rafine Mutfağı Şekillendiren Yenilikçi Mutfak Akımlarının Yiyecek İçecek İşletmelerine Etkileri. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(6): 1-17. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/gusbd/issue/26626/298960>.
- Aksoy, C., ve Yalçınsoy, A. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Business Research Turk. İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(4), 341-359. DOI:[10.20491/isarder.2017.335](https://doi.org/10.20491/isarder.2017.335).
- Aktaş, H. (2014). “Kariyer Safhaları ile Demografik Değişkenler Bağlamında Kariyer Memnuniyeti ve Mesleki Bağlılık İlişkisi: Büro Yöneticileri, Yönetici Asistanları ve Sekreterler Üzerinde Bir Araştırma” *International Journal of Social Science*, Number: 26, s. 195-212, DOI:[10.9761/JASSS2236](https://doi.org/10.9761/JASSS2236).
- Alakoç, Z. (2003). Matematik Öğretiminde Teknolojik Modern Öğretim Yaklaşımları. *The Turkish Online Journal of Educational Technology (TOJET)*, 2(1),7 Erişim adresi: <http://tojet.net/articles/v2i1/217.pdf>.
- Altınel, H. (2009). Gastronomide Menü Yönetimi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İstanbul.
- Alyakut, Ö. ve Küçükkömürler, S. (2018). Gastronomi Eğitimi Alan Üniversite Öğrencilerinin Mesleklerine Yönelik Metafor Algılarının Değerlendirilmesi, *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 2-30. Erişim adresi: <https://doi.org/10.26466/opus.452139>
- Amil, O. (2015). Çalışanların Algılanan Kariyer Engelleri ile Algılanan Performansları Arasındaki İlişkinin Çeşitli Değerşkenler Açısından İncelenmesi. *OPUS-Türkiye Sosyal Politika ve Çalışma Hayatı Araştırmaları Dergisi*, 5(9): 7-26. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/opus/issue/22698/242307>.
- Antoniou, E. (2010). Planning Process and Its Role in Human Resource Development. *Annals of the University of Petroşani, Economics*, 10(2), 13-22. Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/profile/Maria-Otil-2/publication/49966022>.
- Aragem, (2021). Erişim adresi: <https://aregem.ktb.gov.tr/TR-12761/geleneksel-turk-mutfagi.html>.

- Araz, N. (2009). Osmanlı Mutfağı, İçinde Hünkâr Beğendi, 700 Yıllık Mutfak Kültürü. Ankara: *Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları*.
- Arlı, M. (1981). Türk Mutfağına Genel Bir Bakış, Türk Mutfağı Sempozyum Bildirileri, *Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları*: 41, s. 19-33, s. 19.
- Armesto, F. (2007). Yemek İçin Yaşamak. İstanbul: *İletişim Yayınları*.
- Arslan, K. (2002). “Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri”, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 2002/6, Erişim adresi: <http://journal.dogus.edu.tr/index.php/duj/article/view/189>.
- Aşkın, A., Nehir, S., ve Vural, S. Ö. (2011). Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi, *Journal of Entrepreneurship and Development, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* (6:2). Erişim adresi: <http://acikerisim.lib.comu.edu.tr:8080/>.
- Ata, N. (2006). Bilgi Çağında Kariyer ve Liderlik, Yüksek Lisans Tezi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Konya, <https://tez.yok.gov.tr/> (Erişim no:189420).
- Atay, S. (2006). Kariyer Yönetiminin Örgütsel Bağlılığa Etkisi. Yüksek Lisans Tezi, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Afyon, <https://tez.yok.gov.tr/> (Erişim no: 187488)
- Aydemir N. (1995). 2000’li Yıllara Doğru Özel Sektör İmalat Sanayiinde İnsan Kaynakları Yönetimi ve Kariyer Arayışları. İstanbul: *Simge Ofis Matbaacılık*; 1-101.
- Aydemir, C., ve Güneş, H. H. (2006). Merkantilizmin Ortaya Çıkışı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, www.e-sosder.com 136-158. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/>.
- Aydemir, D. A. (2018). Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimi Alan Üniversite Öğrencilerinin Kariyer Beklentileri: Lisans Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma (Master's Thesis), *Hacı Bektaş Veli Üniversitesi*, Nevşehir. <https://tez.yok.gov.tr/>. (Erişim no: 523645).
- Aydemir, G. (2011). Kariyer Aşamaları, Erişim adresi: <https://ggizemaydemir.wordpress.com/2011/01/14/kariyer-asamalari/>.
- Aydeniz, N., ve Akkuş, B. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Munzur Üniversitesi Örneği. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(13), 162-177. Erişim tarihi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/374237>.
- Aydın, A. (2010). İzmir’deki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Kariyer Yönetimi Uygulamaları ve Ekonomik Krizin Otel Çalışanlarının Kariyer Planlarına Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, *Dokuz Eylül Üniversitesi, SBE*, İzmir. Erişim adresi: <http://hdl.handle.net/20.500.12397/10753>.

- Aydın Balta, E. (2007). Örgütlerde Kariyer Yönetimi, Kariyer Planlaması, Kariyer Geliştirmesi ve Bir Kariyer Geliştirme Programı Olarak Koçluk Uygulamaları, Yüksek Lisans Tezi, *Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı*, Denizli. <https://tez.yok.gov.tr/> (Erişim no:215110).
- Aydın, E. (2020). Girişimcilik Eğitimi Alan Üniversite Öğrencilerinin, Girişimci Kişilik Özellikleri ve Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki; Batı Karadeniz Bölge Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama. Doktora Tezi, *Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı*. Karabük <https://tez.yok.gov.tr/>, (Erişim no: 627908).
- Aymankuy, Y. ve Aymankuy, Ş. (2013). Turizm İşletmeciliği Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm Sektöründeki İstihdamla İlgili Görüşleri ve Sektördeki Kariyer Beklentileri (Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği), *Akademik Bakış Dergisi*, 35, 1-21. Erişim adresi: <http://www.ajindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423867849.pdf>.
- Aymankuy, Y., ve Sarıoğlan, M. (2007). Yiyecek-İçecek Felsefesi ve Beslenme Alışkanlığının Geliştirilmesine Yönelik Bir Model Önerisi. *1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu*, 4-5, Erişim adresi: <http://www.tgyd.net/?Syf=5&Id=78129>.
- Aytaç, K. (1998). Avrupa Eğitim Tarihi Antik Çağdan 19. Yüzyılın Sonlarına Kadar, 1Baskı, *Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları*, İstanbul.
- Aytaç, R. (1999). Elazığ'da Girişimcilik ve Girişimci Kültür Elâzığ Sanayi ve Ticaret Odasına Kayıtlı İş Adamları Üzerine Sosyolojik Bir İnceleme, Yüksek Lisans Tezi, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı*. Elâzığ <https://tez.yok.gov.tr/>, (Erişim no: 89517).
- Aytaç, S. (1997). Çalışma Yaşamında Kariyer Yönetimi Planlaması Geliştirilmesi Sorunları, *Epsilon Yayıncılık*, İstanbul, 1997.
- Aytaç, S. (2005). Çalışma Yaşamında Kariyer. *Ezgi Kitapevi*, Bursa.
- Aytaç, S., ve Keser, A. (2017). Çalışma Yaşamında Kariyer, *Umuttepe Yayınları*, 3. Baskı, Kocaeli.
- Bakan, İ., Büyükbeşe, T., ve Bedestenci H, Ç. (2004). Örgüt Sırlarının Çözümünde Örgüt Kültürü, *Alfa Akademi*, İstanbul.
- Ballı, E., ve Ballı, K. A. İ. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Bireysel Değerleri ve Girişimcilik Eğilimleri. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1). Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/cuiibfd/issue/4141/54389>.
- Barrows, A., Shapleigh, B. E., ve Blitz, A. D. (1915). An Outline on The History of Cookery: Teachers College, *Columbia University*.
- Bartelsman, E., Scarpetta, S., ve Schivardi, F. (2005). Comparative Analysis of Firm Demographics and Survival: Evidence From Micro-Level Sources in OECD

Countries. *Industrial and Corporate Change*, 365-391.
<https://doi.org/10.1093/icc/dth057>.

- Barutçugil, İ. (2004). Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi, *Kariyer Yayınları*, İstanbul.
- Batu, A. (2017). Moleküler Gastronomi Bakış Açısıyla Gıdaların Tat ve Aroma Algıları, *Aydın Gastronomy*, 1(1), 25-36. Retrieved from Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/aydingas/issue/31743/348000>.
- Bayraktar, S. (2011). Avrupa Birliği Mesleki Eğitim Programlarında Girişimcilik Eğitimlerinin Ekonomik Kalkınmadaki Önemi, C.Ü. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 12, Sayı1, Erişim adresi: <https://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423875078.pdf>.
- Bayraktaroğlu, S. (2003). İnsan Kaynakları Yönetimi, *Sakarya Kitabevi*, 1.Baskı
- Bayram, C. (2008), Kariyer Planlama ve Yönetimi. 1. Baskı, *Kum Saati Yayıncılık*, İstanbul.
- Bayram, C. (2010). Kariyer Planlama ve Yönetimi. *Kum Saati Yayınları*, İstanbul.
- Baysal, A. (1993). Türk Yemek Kültüründe Değişmeler, Beslenme ve Sağlık Yönünden Değişmeler. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar. Ankara: *Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları Yayın* (3), 12-20.
- Baysal, A. (1997). Türk Mutfağında Mercimek ve Nohut Yemekleri, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, *Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayını*, Yayın No 10, Ankara, s. 49.
- Baysal, A. (2002). Yoğurt: Küreselleşen Türk Besini. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, *Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları*, Yayın(30), 1-8.
- Baysal, A. (2015). Beslenme ve Sağlık, *Hatiboğlu Basım ve Yayımları*, 16. In: Baskı.
- Baysal, A., ve Küçükbaşlan, N. (2007). Beslenme İlkeleri ve Menü Planlama (2.Basım), *Ekin Basım Dağıtım*, Bursa.
- Beardsworth, A., ve Keil, T. (2011). Yemek Sosyolojisi, *Siyasal Kitap*, Ankara.
- Beaugé, B. (2012). On The Idea of Novelty in Cuisine: A Brief Historical Insight *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 1(1), 5-14.
<https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2011.11.007>
- Bektemür, G., Demiray, S., ve Ürkmez, D.Ö. (2016). Hemşirelerin Kariyer Planlaması: Bir Eğitim ve Araştırma Hastanesi Örneği. *Okmeydanı Tıp Dergisi* 2016, 32(1): 7-13. doi:10.5222/otd.2016.1026.
- Belpınar, A. (2014). Gastronomi Turizmine Yönelik Turist Görüşlerinin Kültürlerarası Karşılaştırılması Kapadokya Örneği. (Yüksek Lisans Tezi). *Muğla Sıtkı*

Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı. <https://tez.yok.gov.tr/>, (Erişim no:380679)

- Bilge, H., ve Bal, V. (2012). Girişimcilik eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 131-148. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/sbe/issue/23175/247536>.
- Bilgin, A. (2010). Osmanlı Döneminde İstanbul Mutfak Kültürü, *Akademik Araştırmalar Dergisi*, Sayı 47-48, s. 229-245, Erişim adresi: <https://app.trdizin.gov.tr/publication/paper/detail/TVRFNE5EWTJOZz09>
- Bingöl, D. (2010). İnsan Kaynakları Yönetimi, *Beta Yayın Dağıtım*, İstanbul.
- Bingöl, D. (2013). İnsan Kaynakları Yönetimi. 8. Baskı, *Beta Basım Yayın Dağıtım*. İstanbul.
- Bolat, T., ve Seymen, O. A. (2003). “Örgütlerde İş Etiği ve Kariyer Yönetimi İlişkisi: Normatif Etik Boyutuyla Bir Değerlendirme”. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi: Yönetim*, 13(45), 3-19, Erişim adresi: <https://app.trdizin.gov.tr/makale/TXpFeU5qWT0>.
- Boone, L. E., ve Kurtz, D. L. (1992). “Management”. Third Edition, *Mc. Graw-Hill Education, New York*.
- Bozça, R. (2019). Sağlık Yönetimi Alanında Eğitim Alan Öğrencilerin Yaratıcı Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Etkisinin İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, *Trakya Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Programı*, Edirne. <https://tez.yok.gov.tr/> (Erişim no: 575939).
- Bozkurt, İ. (2001). Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okullarında Okuyan ve Halen Aktif Spor Yapan Öğrencilerin Beslenme Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *Selçuk Üniversitesi*, Konya.
- Bozkurt, Ö. (2006). Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1 (2), 93-111. Erişim adresi: <http://acikerisim.lib.comu.edu.tr:8080/xmlui/handle/COMU/982>,
- Bozkurt, Ö. ve Erdurur, K. (2013). “Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerine Bir Araştırma” *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, s.57. Erişim adresi: <http://acikerisim.lib.comu.edu.tr:8080/xmlui/handle/COMU/417>.
- Brown, P. L. (2010). Kitchen Fusion: Work Whistle Train. USA: *Eastern Washington University*.
- Bucak, T., ve Aracı, Ü. E. (2013). Türkiye’de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30), 203-216, Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/baunsobed/issue/50175/645684>.

- Bucak, T., ve Taşpınar, O. (2014). The Role and Importance of Maritime Culture in Turkish Cuisine Türk Mutfağında Deniz Kültürünün Yeri ve Önemi. *Journal of Human Sciences*, 11(1), 551-568. Erişim adresi: <https://www.j-humansciences.com/ojs/index.php/IJHS/article/view/2822>.
- Burke, R., Herve, T., ve Kelly, A. L. (2016). Molecular Gastronomy, Erişim adresi: <https://arrow.tudublin.ie/tfschafart>. Doi:10.1016/B978-0-08-100596-5.03302-3
- Buyruk, L. (2009). Turizm Lisans Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyer Beklentileri Üzerine Bir Araştırma. *10. Ulusal Turizm Kongresi*. Mersin, Türkiye, Ekim 21-24.
- Büyükdüvenci, S. (1983). “Yaşam Boyu Eğitim, Felsefesi Üzerine”, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 16(2), 225-242, https://doi.org/10.1501/Egifak_0000000984.
- Büyükyılmaz, O., Karakaya, A., ve Yıldırım, C. (2015). Girişimcilik Eğitimi Alan Bireylerin Demografik Özellikleri Açısından Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki Farklar. *Journal of Entrepreneurship & Development/Girisimcilik ve Kalkinma Dergisi*, 10(2). Erişim adresi: <https://web.b.ebscohost.com/>.
- Can, H., Akgün, A., ve Kavuncubaşı, Ş. (2001). Kamu ve Özel Kesimde İnsan Kaynakları Yönetimi. (4. Baskı), *Siyasal Kitapevi*, Ankara.
- Can, H., Kavuncubaşı, Ş., ve Yıldırım, S. (2009). Kamu ve Özel Kesimde İnsan Kaynakları Yönetimi, *Siyasal Kitabevi*, Ankara.
- Can, A., Sünnetcioglu, S., ve Durlu-Ozkaya, F. (2012). Füzyon Mutfak Uygulamalarının Gastronomi Turizminin Gelişimine Katkısı. *13. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, 873-882. Erişim adresi: <https://www.academia.edu/3038222>.
- Candan, H. (2011). “Osmanlı’dan Günümüze Türk Topraklarında Girişimcilik Serüvenine Dair Bir Değerlendirme”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1/2, 157-174. Erişim adresi: <http://iibfdergisi.ksu.edu.tr/tr/pub/issue/10263/125878>.
- Canman, D. (2000). İnsan Kaynakları Yönetimi. *Yargı Basım Yayım*, Ankara
- Carson, K. D., ve Bedeian, A. G. (1994). Career Commitment: Construction of a Measure and Examination of İt Psychometric Properties. *Journal of Vocational Behavior*, 44(3),237- 262. <https://doi.org/10.1006/jvbe.1994.1017>.
- Casson, M. (1995). Entrepreneurship and Business Culture, *Edward Elgar: Aldershot*, İngiltere
- Cenzo, De., ve Robbins, S. (1996). Human Resources Management, *John Willey*, New York, Fifth Edition.
- Chan, Y. H. (2003). Biostatistics 101: Data Presentation. *Singapore Medical Journal*, 44(6), 280-285. Erişim adresi: <https://medicine.nus.edu.sg/>.

- Chapple-Sokol, S. (2013). Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds. *The Hague Journal of Diplomacy*, 8, 161-183. <https://doi.org/10.1163/1871191X-12341244>.
- Cheng, M., Ogbeide, A. C. G., ve Hamouz L. F. (2011). The Development of Culinary Art Sand Food Science İnto a New Academic Discipline-Culinology. *Journal of Culinary Science & Technology*, 9(1), 17-26. <https://doi.org/10.1080/15428052.2011.558461>.
- Çiğirim, N. (2001). Batı ve Türk Mutfağı'nın Gelişimi, Etkileşimi ve Yiyecek-İçecek Hizmetlerinde Türk Mutfağının Yerine Bir Bakış. *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*, 28, 49-61.
- Cihangir, İ.S., Özer, O. (2016). Aşçılık Eğitimi Alan Öğrencilerin Eğitim Memnuniyetleri ve Kariyer Beklentilerine Yönelik Bir Araştırma "USET". II. *Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu Bildiri Metinleri Elektronik Kitabı*. 2-4 Mayıs 2016- Nevşehir. Erişim adresi: <https://ntks.nevsehir.edu.tr/tr/12804>.
- Cizrelioğulları, M. N., ve Altun, Ö. (2019). Zorunlu Staj Eğitimi Alan Turizm ve Gastronomi Öğrencilerinin Staj Memnuniyetinin. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2447, 2465. DOI: 10.21325/jotags.2019.481.
- Cömert, M., ve Çavuş, O. (2016). Moleküler Gastronomi Kavramı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(4), 118-131, DOI: 10.21325/jotags.2016.52.
- Cömert, M., ve Özkaya, F. D. (2014). Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66, Erişim adresi: <https://app.trdizin.gov.tr/publication/paper/detail/TVRreE56RTBOQT09>.
- Cron, W. L. (1984). "Industrial Salesperson Development: A Career Stages Perspective", *Journal of Marketing*, Volume 48, issue 4, s. 41-52. <https://doi.org/10.1177/002224298404800405>.
- Çakmak, O. (2003). "Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi", *Piyasa Dergisi*, 8, 61- 77
- Çalık, T., ve Ereş, F. (2006). "Kariyer Yönetimi: Tanımlı İlkeler". *Gazi Kitabevi*, Ankara.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51. Erişim adresi: https://www.jotags.org/full_issues/2013_vol1_issue2.pdf#page=44.
- Çatır, O., ve Karaçor, M. (2016). İnsan Kaynaklarında Kariyer Planlama: Turizm Öğrencileri Üzerinde Bir Alan Araştırması. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(1). Erişim adresi: <http://sutsad.selcuk.edu.tr/index.php/sutsad/article/view/140/111>.
- Çeken, Y. D. (2006). Küreselleşme ve Türkiye'de Eğitim Politikaları: Yeni İlköğretim Müfredatı Sosyal Bilgiler Programı Üzerine Bir İnceleme, Yayınlanmamış

Yüksek Lisans Tezi, *Ege Üniversitesi- Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İzmir. Erişim adresi: <https://silo.tips/download>.

- Çelik, S. D. Y. (2010). Mengen’de Özel Gün Yemekleri. *Milli Folklor Dergisi*, 22 (86), 127-139.
- Çetin, Ş. (1993). Turizm Endüstrisine Mutfak Elemanı Yetiştirmeye Yönelik Eğitim Programlarının Değerlendirilmesi. Yayınlanmamış Doktora Tezi *Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Adana. <https://tez.yok.gov.tr/> (Erişim no: 31819).
- Çetin, C. (1996). Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi, *Der Yayınları*, İstanbul, s.29
- Çetin, Ş. (2005). Öğrenci Stajlarında Yararlanılan Dersler Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme: Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(2): 153-169. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/atad/issue/16796/174477>.
- Çetindamar, D. (2002). “Türkiye’de Girişimcilik”, *TÜSİAD Yayınları*,
- Çetinkaya, B. Ö. (2011). Dünya’da ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler, *Detay Yayıncılık*, Ankara
- Çifçi, O. (2019). Türkiye’deki Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimi Alan Öğrencilerin Profesyonel Mutfak Yeterliliklerinin Belirlenmesi, Yüksek Lisans Tezi, *İstanbul Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı*, <https://tez.yok.gov.tr/> (Erişim no:547209).
- Çöğürçü, İ. (2016). İktisadi Doktrinlerde Geçmişten Günümüze Girişimciliğin Önemi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 65-80. Erişim adresi: <http://www.trdizin.gov.tr/publication/paper/detail> .
- Dalby, A., Grainger, S., ve Avunç, B. (2001). Antik Çağ Yemekleri ve Yemek Kültürü: *Homer Kitabevi*.
- Davras, G. M., ve Alili, M. (2019). Turizm Eğitimi Alan Üniversite Öğrencilerinin Gelecek Beklentileri Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 40-52. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/ijgtr/issue/45045/525809>.
- De La Reynière, G. (1808). Manuel des Amphitryons. *Paris: Capelle et Renand*.
- De Silva, G. G. (2003). *International Dictionary of Gastronomy*, Hippocrene Books Inc: New York.
- Dereli, A. M. (1989). Ticari Mutfak, Ankara, Turizm Bankası A.Ş. *Araştırma ve Eğitim Başkanlığı Ders Notları* 1, s. 2.
- Dilsiz, B. (2010). Türkiye’de Gastronomi ve Turizm (İstanbul Örneği). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi *İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler*

Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İstanbul. <https://tez.yok.gov.tr/> (Erişim no: 264485).

Dobie S. A., Carlne. J. D., ve Laskowski M.B. (1997). An Early Preceptorship and Medical Student's Beliefs, Values and Career Choices. *Advances in Health Sciences Education*, 2: 35-47, <https://doi.org/10.1023/A:1009721425157>.

Doğan, S. (2015). "Eğitimin İşlevleri", Celal Tayyar Uğurlu (Ed), Eğitim Bilimine Giriş, 2.Baskı, *Eğiten Kitap Yayınları*, İstanbul.

Doğdubay, M., Girgin, K.G., ve Giritlioğlu, İ. (2007). Yiyecek-İçecek Endüstrisinde Bir Pazarlama Stratejisi Olarak Ürün Geliştirme Çalışması (Füzyon Mutfak Uygulaması)", *I. Çeşme Ulusal Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 33-41, Erişim adresi: <https://www.academia.edu/21050405>.

Doğdubay, M., ve Giritlioğlu, İ. (2008). Mutfak Turizmi. Turistik Ürün Çeşitlendirmesi. Ankara: *Nobel Yayınevi*; s. 437

Doğdubay, M., ve Saatçi, G. (2014). Menü Mühendisliği. *Detay Yayıncılık*, Ankara.

Doğdubay, M., ve Yiğit, S. (2017). Gastronomi Eğitimi Alan Öğrencilerde Yiyecekte Yenilik Korkusu (Food Neophobia): *Balikesir Üniversitesi örneği*, Erişim adresi: <http://dspace.balikesir.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12462/3606>.

Dolu, İ. Ç., Temucin, E. D., ve Özkan, H. A. (2016). Hemşirelik Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeyleri ile Bazı İlişkili Faktörlerin Değerlendirilmesi. Erişim adresi: <https://acikerisim.bartın.edu.tr/handle/11772/2883>.

Dunlap, R. (2012). Recreating Culture: Slow Food as a Leisure Education Movement. *World Leisure Journal*, 54(1), 38-47. <https://doi.org/10.1080/04419057.2012.668038>

Duran, C., Büber, H., ve Gümüştekin, G. E. (2013). Girişimcilik Hislerine Eğitimin Katkısı: Kütahya Meslek Yüksek Okulu Makine Programı Örneği. *Journal Of Entrepreneurship & Development / Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), Erişim adresi: <http://acikerisim.lib.comu.edu.tr:8080/xmlui/handle/COMU/415>.

Dündar, G. (2013). İnsan Kaynakları Yönetimi. *İstanbul, Beta Yayınları*, 268-298.

Düzgün, E., ve Özkaya, F. D. (2015). Mezopotamya'dan Günümüze Mutfak Kültürü (Culinary Culture from Mesopotamia to. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 41, 47, Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/profile/Ertugrul-Duzgun-2/publication/317689463>.

Efeoğlu, I. E., Pekkan, N. Ü., Ciritci, S. ve Çanşalı, T. (2016). Girişimcilik Eğitiminde Yeni Metotlar: Girişimcilik Oyunu Örneği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/oybd/issue/36070/405001>.

- Ercan, F., ve Çelikdoğan, S. (1988). “Mesleki ve Teknik Eğitimin Geliştirilmesinde Araştırma ve Geliştirme Merkezinin Rolü” *Mesleki ve Teknik Eğitim Sempozyumu-88*, s.1-12, Ankara.
- Ercan, S., ve Gökdeniz, İ. (2009). Girişimciliğin Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan. *Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 59-82. Erişim adresi: <https://app.trdizin.gov.tr/makale/TWpBeU9EUXINZz09/>.
- Erdoğan, N. (2003). Kariyer Geliştirme Kuram ve Uygulama. *Nobel Yayın Dağıtım*, Ankara.
- Eren, S. (2007). Türk Mutfağı ve Haccp Sistemi; Mutfak Profesyonellerinin Haccp Bilgilerinin Ölçülmesi, *I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu*, 4-5, Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/profile/Serdar-Eren/publication/341672418>.
- Eroğlu, S. (2019). Ortaokul Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerinin ve Sosyal Bilgiler Dersinde Girişimcilik Becerisi Kazandırılmasına İlişkin Öğretme Görüşlerinin Belirlenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. *Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü*, Eskişehir. <https://tez.yok.gov.tr/> (Erişim no: 587859).
- Ertürk, S. (1972). Eğitimde Program Geliştirme, *H.Ü. Basımevi*, Ankara
- Eryiğit, N. (2007). Örgütsel Kariyer Planlama Sürecinde İnsan Kaynakları Yönetiminin Etkinliği, Yüksek Lisans Tezi, *Selçuk Üniversitesi, SBE*. Konya. <https://tez.yok.gov.tr/>, (Erişim tarihi: 217397).
- Ferguson, D., ve Berger, F. (1985). Encouraging Creativity in Hospitality Education, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 26(2), 74-76, <https://doi.org/10.1177/001088048502600219>
- Food in Life. (2021). <https://foodinlife.com/e-dergi/> (Erişim tarihi:13.02.2021).
- Food and Travel. (2021). <https://www.foodandtravel.com.tr/> (Erişim tarihi: 11.02.2021).
- Foss, N. J., ve Klein, P., G. (2002). Entrepreneurship and the Firm, *Edward Elgar: Aldershot*, İngiltere.
- Gastronomi, (2021). <https://edergi.gastronomiturkey.com/> (Erişim tarihi: 13.02.2021);
- Gastronomique, L. (2005). *Oğlak Yayınları*, İstanbul.
- Gemlik, N. ve Kırac, R. (2013). Sağlık Yönetimi Öğrencilerinin Girişimcilik Özellikleri Üzerine bir Araştırma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 163-170. Erişim adresi: <http://iibfdergisi.ksu.edu.tr/en/pub/issue/10266/125922>.
- Genç, R. (2014). Uluslararası Otel ve Restoran Yönetimi (İlkeler, Kavramlar, Uluslararası Kaide ve Kurallar). *Detay Yayıncılık*, Ankara.

- Gillespie, C., ve Cousins, J. A. (2001). *European Gastronomy Into The 21st Century: Routledge.*
- Gisslen, W. (2009). *Professional Cooking.* New Jersey: *John Wiley & Sons, Inc. F*
- Gonca, G. (2009). *Gastronomi ve İnovasyon,* Erişim adresi: <https://www.atilim.edu.tr/tr/press/page/3201/iz-dergisi>.
- Gourmet and Styling, (2021). <http://gourmetandstyling.com/> (Erişim tarihi: 13.02.2021).
- Gök, S. A., Sezgin, A. C., ve Yıldırım, F. (2017). *Gastronomi Alanında Maraş Tarhanasının Değerlendirilmesi. Aydın Gastronomy, 1(1), 61-70.* Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/aydingas/issue/31743/348003>.
- Gökçe, K. (1981). *Türk Mutfağı Sempozyumu Açılış Konuşması, Türk Mutfağı Sempozyum Bildirileri,* Ankara, s. 1-2, s. 1.
- Göker G (2011). *Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir ili örneği). Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.* <https://tez.yok.gov.tr/>, (Erişim no: 301954).
- Görkem, O., ve Sevim, B. (2011). *Gastronomi Turizmi ve Türkiye’de Yükseköğretim Düzeyinde Mutfak Eğitiminin Genel Görünümü. 1.Uluslararası Turizm ve Otelcilik Sempozyumu, 73-82.* Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/publication/301674855>.
- Göynüşen, E. S. (2011). *Edirne’deki Gastronomik Kültürün Kentin Pazarlama ve Markalaşmasına Etkileri. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.* <https://tez.yok.gov.tr/>, (Erişim no: 320529).
- Güdek, M., ve Boylu, Y. (2017). *Türkiye’de Yükseköğretim Düzeyinde Gastronomi Eğitimi Alan Öğrencilerin Beklenti ve Değerlendirmelerine Yönelik Bir Araştırma. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 5(4), 489-503.* Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/> DOI: 10.21325/jotags.2017.162.
- Gülal, M., ve Korzay, M. (1987). *Yemek pişirme: Milli Eğitim Basımevi.*
- Güldemir, O. (2016). *Geleneksel Dönüşün Öyküsü: Slow Food.* Yılmaz, H. (Editör). *Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi. Birinci Baskı. Ankara. Detay Yayıncılık, 194*
- Güler, S. (2007a). *Türk Mutfağının Değişim Nedenleri Üzerine Genel Bir Değerlendirme, 1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler, 4-5.* Erişim adresi: <https://www.academia.edu/35220698/>.
- Güler, S. (2007b). *Türk Mutfağındaki Değişimler ve Geleceğe Dönük Beklentiler. Mutfak & Gıda Güvenliği Semineri Kitabı, Eskişehir, 1-17.*

- Güler, S. (2010). Türk Mutfak Kültürü ve Yeme İçme Alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(s:1), 24-30, Erişim adresi: <https://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423876631.pdf>.
- Güler, S., ve Olgaç, S. (2010). Lisans Düzeyinde Eğitim Gören Öğrencilerin Türk Mutfağının Tanıtım ve Pazarlanmasına İlişkin Görüşleri (Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu Örneği). *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (28), Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/>.
- Gündoğdu, H. M. (2017). Bilecik İlinde Yaz Okullarına Katılan Çocukların Beslenme Alışkanlıklarının İncelenmesi. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, *Dumlupınar Üniversitesi*, Kütahya. <https://tez.yok.gov.tr/>, (Erişim no: 466517).
- Güney, S. (2015). “ İnsan Kaynakları Yönetimi”. *Nobel Yayınevi*, 2.Basım
- Gürol, M. A. (2006). Küresel Arena’da Girişimci ve Girişimcilik. *Gazi Kitapevi*, Ankara.
- Gürsoy, D. (2013). Yiyelim İçelim, Tarihi Bilelim, Dünden Bugüne Gastronomi: *Oğlak Yayıncılık ve Reklamcılık Limited Şti.*
- Gürsoy, D. (2014). Deniz Gürsoy’un Gastronomi Tarihi. İstanbul: *Oğlak Yayıncılık ve Reklamcılık*
- Güzel, G. (2009). Gastronomi ve İnovasyon, *İz Atılım Üniversitesi Dergisi*, Sayı:8, 28-29, Erişim adresi: <https://www.atilim.edu.tr/tr/press/page/3201/iz-dergisi>.
- Gvion, L., ve Trostler, N. (2008). From Spaghetti and Meatballs Through Hawaiian Pizza to Sushi: The Changing Nature of Ethnicity in American Restaurants. *The Journal Of Popular Culture*, 41, 6, 950-974. Erişim adresi: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/38563517/JPCU_559.pdf.
- Gysbers, N. (2007). Facilitating Career Development Through Comprehensive Guidance and Counseling Programs K-12. *Professional Counseling Digest*, Erişim adresi: <https://www.counseling.org/resources/library/ACA%20Digests/ACAPCD-04.pdf>.
- Halıcı, S. (2020). Öz Değerlemenin Kariyer Yaşamına Etkisi: Ankara’da Seçilmiş Bazı Kamu ve Özel Sektör Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, İnsan Kaynakları Programı*, Ankara <https://tez.yok.gov.tr/>, (Erişim no: 607060).
- Halilçolar, G. (2003). Büyük Dünya Buhranı: 1929, Ekonomik Kriz, Boğaziçi Üniversitesi, *İşletme ve Ekonomi Kulübü Dergisi*, Editör: Nazif Tolga Sınmazdemir, İstanbul.
- Harrison, A. F. (1982)., *Gastronomy.*, *New Horizon Publishing Company*. ISBN 978-0861166930, p. 12-13

- Hatipoğlu, A., Batman, O., ve Sarıışık, M. (2009). Gastronomi ve Din. *III. Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri*, 17-18 Nisan, Antalya; s.1, Erişim adresi: <http://www.tgyd.net/?Syf=5&Id=78129>.
- Hatipoğlu, A. (2010). İnançların Gastronomi Üzerine Etkileri: Bodrum'daki Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi, *Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. <https://tez.yok.gov.tr/>, (Erişim no: 273179).
- Hatipoğlu, A. (2014). Osmanlı Saray Mutfağı'nın Gastronomi Turizmi Çerçevesinde İncelenmesi. Doktora Tezi. *Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı*, Sakarya, <https://tez.yok.gov.tr/>, (Erişim no: 366951).
- Hegarty, J. A. (2011). Achieving Excellence by Means of Critical Reflection and Cultural Imagination in Culinary Arts and Gastronomy Education, *Journal of Culinary Science & Technology*, 9(2), 55-65, <https://doi.org/10.1080/15428052.2011.580705>.
- Herdem, E. M. (2020). Türkiye Futbol Federasyonuna Bağlı Hakemlerde Çift Kariyerlilik Sorunu ve Kariyere Etkisi. Yüksek Lisans Tezi, *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İnsan Kaynakları Programı*, Ankara, <https://tez.yok.gov.tr/>, (Erişim no: 607059)
- Hergüner, G., Arslan, Ö. G. S., ve Dündar, A. G. H. (2002). Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Bölümü Öğrencilerinin Okul Deneyimi Dersini Algılama Düzeyleri. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(11),44-58, Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/pauefd/issue/11132/133140>.
- Hisrich, R.D., ve Peters P. M. (1995). Entrepreneurship: Starting, Developing, and Managing”, “A New Enterprise, Donnelley And Sons Company, United State Of America, <https://doi.org/10.1002/jsc.4240040409>.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., ve Shephend, D. A. (2002). Entrepreneurship, McGraw-Hill. *New York*.
- Honore, C. (2008). Yavaş! Hız Çılgınlığına Başkaldıran Yavaşlık Hareketi. İstanbul: *Alfa Yayınları*; s. 57-58
- Horng, J., ve Lee, Y. (2009). What Environmental Factors Influence Creative Culinary Studies? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(1), <https://doi.org/10.1108/09596110910930214>.
- Hotaman, D. (2010). Demokratik Eğitim: Demokratik bir Eğitim Programı. *Kuramsal Eğitimbilim Dergisi*, 3(1), Erişim adresi: <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/>.
- Hürriyet, (2021). Gurme. Erişim adresi: <https://www.hurriyet.com.tr/haberleri/gurme/> (Erişim tarihi 11.02.2021).

- Jones, P., Shears, P., Hillier, D., Comfort, D., ve Lowell, J. (2003). Return to Traditional Values? A Case Study of Slow Food. *British Food Journal*, <https://doi.org/10.1108/00070700310477095>.
- Ignatov, E., ve Smith, S. (2006). Segmenting Canadian Culinary Tourists. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 235-255, <https://doi.org/10.2167/cit/229.0>.
- Ilgaz, B (2011). Üniversite Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Yılmazlık, Umutsuzluk Durumları ve Sektörel Tutumlarının Kariyer Seçimlerine Etkileri: Akdeniz Üniversitesi Örneği. Yüksek Lisans Tezi, *Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı*, Antalya
- Işın, P. M. (2010). Osmanlı Mutfak Sözlüğü. İstanbul: *Kitap Yayınevi*
- İlter, B. (2008). Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagider Örneği, *Adalet Yayınevi*, Ankara
- İnce, C., Kendir, H. (2016). Turizm Öğrencilerinin Kariyer Beklentilerine Yönelik Düşünceleri: Stajyer Öğrenciler Örneği. *International Journal of Academic Value Studies*, 2(4), 13-23, <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijavs/issue/28377/301702>.
- İrmiş, A., ve Barutçu, E. (2012). Öğrencilerin Kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 26, Sayı: 2, S.1-2, Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/atauniiibd/issue/2705/35735>.
- Jones, P., Shears, P., Hillier, D., Comfort, D., ve Lowell, J. (2003). Return to Traditional Values? A Case Study of Slow Food. *British Food Journal*, <https://doi.org/10.1108/00070700310477095>.
- Karaca, E. (2014). Yeme Alışkanlıkları: Derleme, Birinci Basamakta Sağlıklı Beslenme ve Beslenme Sorunları Özel Sayısı, Türkiye Klinikleri Aile Hekimliği- Özel Konular; *Beslenme ve Diyetetik Bölümü, Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi*, İstanbul 5(6):1-11
- Karadeniz, Y. (2010). “Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi”, *Anahtar Dergisi, Temmuz*: 42-44
- Karataş, İ. (2018). Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Öğrencilerinin Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi: Bartın Üniversitesi Örneği, Yüksek Lisans Tezi, *Bartın Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Öğretimi Ana Bilim Dalı*, Ankara, <https://tez.yok.gov.tr/> (Erişim no: 509443).
- Kaşlı, M., Cankül, D., Köz, E. N., ve Ekici, A. (2015). Gastronomik Miras ve Sürdürülebilirlik: Eskişehir Örneği. *Eko-Gastronomi Dergisi*, 1(2), 27-46; s.31, Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/profile/Duran-Cankuel/publication/316088111>.

- Kavşur, Z. (2015). Sağlık Yönetimi Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, Yüksek lisans Tezi, *Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Ana Bilim Dalı, Sakarya*, <https://tez.yok.gov.tr> (Erişim no: 393727).
- Kaya, A. (2000). Misafirperverlik Endüstrisinde Temel Mutfak Bilgisi: *Güneş Ofset*.
- Kaya, Y. K. (1993). İnsan Yetiştirme Düzenimize Yeni bir Bakış: Eğitimde Model Arayışı: Ankara: *Bilim Yayınları*.
- Kaya, C. Ü. (2020). Gastronomi ve Mutfak Sanatları Öğrencilerinin Mesleğe Yaklaşımları ve Memnuniyet Durumları Üzerine Bir Çalışma, Yüksek Lisans Tezi. *Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara*, <https://tez.yok.gov.tr/> ,(Erişim no: 637784).
- Kaya, Ş. (2019). Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Bilgi Teknolojileri Yeterliliklerine Göre Değerlendirilmesi: Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi Örneği (Master's Thesis), *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. <https://tez.yok.gov.tr/> (Erişim no: 561798).
- Kaya, Z. (2006). Öğretim Teknolojileri ve Materyal Geliştirme, *Pegem, Ankara*.
- Kaynak, T., Adal, Z., Ataay, İ., Uyargil, C., Sadullah, Ö., Acar, A.C., Özçelik, O., ve Dündar, G. (2008). İnsan Kaynakları Yönetimi, *Beta Basım Yayım, 3. Baskı, İstanbul*.
- Keleş, H. N., Özkan, T. K., Doğaner, M., ve Altunoğlu, A. E. (2012). Ön lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (9),107-118, <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ulikidince/issue/21618/232216>.
- Kemer, A. K. (2011). Otellerde Çalışan Mutfak Personelinin ve Aşçılık Alanında Yüksek Öğrenim Gören Öğrencilerin Moleküler Gastronomi Konusundaki Bilgi ve Görüşleri. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara*. <https://tez.yok.gov.tr/> (Erişim no: 290684).
- Keskin, E., Örgün, E., ve Akbulut, B. A. (2017). Gastronomi Kavramının Kelime İlişkilendirme Testi Aracılığıyla Analizi (Analysis of. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 255-267, Erişim tarihi: <https://www.researchgate.net/profile/Burcu-Akbulut-2/publication/320141464>.
- Kılıç, G. (2008). Kariyer Yönetimi ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. Doktora Tezi, *Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara*, <https://tez.yok.gov.tr/> (Erişim no: 219696).
- Kılıç, R., Keklik, B., ve Çalış, N. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma: Bandırma İİBF İşletme Bölümü Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 423-435, Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/sduiibfd/issue/20821/222862>.

- Kinton, R., ve Ceserani, V. (1987). *The Theory of Catering*. London, *Hodder Arnold H&S*
- Kırım, A. (2005). Füzyon Mutfağı Nedir Bize Ne Kadar Uyar? Erişim adresi: <https://www.hurriyet.com.tr/fuzyon-mutfagi-nedir-bize-ne-kadar-uyar-326530> (Erişim Tarihi: 16.02.2021).
- Kızıldemir, Ö., Öztürk, E., ve Sarıışık, M. (2014). Türk Mutfak Kültürünün Tarihsel Gelişiminde Yaşanan Değişimler. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Erişim adresi: <https://app.trdizin.gov.tr/makale/TWpBeE5UVXhNUT09>.
- Kıbrıçoğlu, A. (1996). Merkantilistler ve Fizyokratların Dış Ticaret ile İlgili Görüşleri: Özet Bir Bakış. *Uluslararası Makro İktisat – Okumalar*, 72, Ankara: *DTFOB Yayıncılık*.
- Kivela, J., ve Crofts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3),354-377, <https://doi.org/10.1177/1096348006286797>.
- Klatt, L., Murdick, R. G., ve Schuster, F. E. (1985). *Human Resources Management*. Columbus: *Charles E. Merrill Publishing Company*, Columbus, s.391
- Koçel, T. (2003). İşletme Yöneticiliği, *Beta Basım Yayım Dağıtım*. İstanbul
- Korkmaz, O. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(2), 209-226, Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/akuiibfd/issue/1620/20306>.
- Kozak, M. (2017). Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri, (Üçüncü baskı). *Detay yayıncılık*. Ankara
- Kök, S. B. (2007). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler ve Kadın Girişimciliği, *Denizli Ticaret Odası Ekonomik Araştırma Serisi* Yayın No:1.
- Köse, G. (2019). Ebe Adaylarının Bireysel Değerleri ile Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişkinin Karşılaştırılması, Yüksek Lisans Tezi, *İstanbul Medipol Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ebelik Ana Bilim Dalı*, İstanbul, , <https://tez.yok.gov.tr/> (Erişim no: 570702).
- Kurtoğlu, E. (2010). Kariyer Yönetiminin Kamu Kurumlarının Etkinliği Üzerindeki Olası Sonuçlarının İncelenmesi ve Çorum Örneği, Yüksek Lisans Tezi, *Hitit Üniversitesi, SBE, Çorum*, <https://tez.yok.gov.tr/> (Erişim no: 273233).
- Kuslivan, S., ve Kuslivan, Z. (2000). Perceptions and Attitudes of Undergraduate Tourism Students Towards Working in the Tourism Industry in Turkey. *Tourism Management*, 21, 251-269, [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00057-6](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00057-6).
- Küçük, O. (2005). Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi, *Seçkin Yayıncılık*, Ankara.

- Lajugie, J. (1968). Ekonomik Sistemler, *Varlık Yayınları*, İstanbul.
- Maberly, C., ve Reid, D. (2014). Gastronomy: an Approach to Studying Food, *Nutrition & Food Science*, 44(4), 272-278, <http://dx.doi.org/10.1108/NFS-02-2014-0013>
- Matz, D. (2002). Daily Life of the Ancient Romans: *Greenwood Publishing Group*
- Maviş, F. (2003). Endüstriyel Yiyecek Üretimi, *Detay Yayıncılık*. Ankara.
- Maviş, F. (2008). Endüstriyel Yiyecek Üretimi. Ankara: *Detay Yayıncılık*.
- Mennell, S. (1996). All Manners of Food: Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to The Present. *University of Illinois Press*.
- Merdol, T. K. (1998). Tarihten Günümüze Toplumlar ve Beslenme Alışkanlıkları. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar. Ankara: *Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları*. No:22. Birinci Baskı
- Mielby, L. H., ve Frøst, M. B. (2010). Expectations and Surprise in a Molecular Gastronomic Meal. *Food Quality and Preference*, 21(2), 213-224, <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2009.09.005>.
- Mil, B. (2009), “Yemek Pişirmede Gastronomiye Uzanan Bakış Açısıyla Küreselleşen Yemek”, 3. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler*, 17– 18 Nisan, Antalya, Erişim adresi: <http://www.tgyd.net/?Syf=5&Id=78129>.
- Mirza, Ş., ve Dağdeviren, İ. E. (2016). An Investigation in Eşme Vocational High School for The Determination of The Entrepreneurial Orientation of Vocational School Students. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/usaksosbil/issue/27141/285736>.
- Mirza, Ş. (2019). Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerindeki Etkileri: Yüksek Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı*, Uşak. <https://tez.yok.gov.tr/> (Erişim no:552167).
- Moltay, İ. H. (1995). Otellerde Mutfak Sorununun Çözümü. *Turizm ve Teknik Dergisi*, 1, 43-45.
- Mussman, K. D. ve Pahalı, C. (1994). Konaklama Tesislerinde Mutfak Hizmetleri, *Açık Öğretim Fakültesi Yayın No: 397*, Eskişehir.
- Müftüoğlu, T., ve Durukan, T. (2004). “Girişimcilik ve Kobi’ler”, (1. Basım), *Gazi Kitabevi*. Ankara.
- Müftüoğlu, M.T. ve Haliloğlu, N. (2013). Nasıl Girişimci Olunur? Ankara: *Turhan Kitabevi*.
- Newman, J. M. (2013). Fusion Food in the Vegan Kitchen: 125 Comfort Food Classics, Reinvented with an Ethnic Twist! *Fair Winds Press*.

- Odabaşı, Y. (1999). Anket Yöntemi. Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (Ed. Ali Atıf BGR) T.C. *Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1081, Açık öğretim Fakültesi Yayınları No: 601*, Erişim adresi: <https://scholar.google.com/scholar>.
- Odabaşı, Y. (2004). Girişimcilik. *Anadolu Üniversitesi Yayınları*, Eskişehir
- Okakın, N. (2009). Çalışma Yaşamında İnsan Kaynakları Yönetimi. *İşletme Ekonomi Dizisi, Beta Yayınları*, İstanbul.
- Oxforddictionaries, (2021). Gastronomy. Erişim adresi: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/gastronomy>. (Erişim tarihi:13.02.2021).
- Öge, S. (1998). Kariyer Yönetimi ve Kariyer Yönetiminde Karşılaşılan Güncel Sorunlar. *Verimlilik Dergisi*, 4, 43-60.
- Ögel, B. (1981). Türk Mutfağının Gelişmesi ve Türk Tarihi Gelenekleri, *Türk Mutfağı Sempozyum Bildirileri, Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları*: 41,15-18, s.15.
- Önçel, S. (2015). “Türk Mutfağı ve Geleceğine İlişkin Değerlendirmeler”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(4): 33-44, Erişim adresi: <https://www.jotags.org/Articles/2015>.
- Önçel, S., ve Göde, Ö.M. (2016). Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi (Ed. Hakan Yılmaz). Kültürel Miras Olarak Gastronomi. *Detay Yayıncılık*; Ankara: s. 99
- Öney, H. (2013). Gastronomi Turizmi. Alternatif Turizm İçinde. *Anadolu Üniversitesi Yayınları*: Eskişehir, 158-188.
- Öney, H. (2016). Gastronomi Eğitimi Üzerine bir Değerlendirme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 35, 193-203, Erişim adresi: <http://dergisosyalbil.selcuk.edu.tr/>.
- Örücü, E., Kılıç, R., ve Yılmaz, Ö. (2007). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinde Ailesel Faktörlerin Etkisi Üzerine bir Uygulama. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 2(2), 27-47. Erişim adresi: <http://acikerisim.lib.comu.edu.tr:8080/>.
- ÖSYM, (2021). Erişim adresi: [Osys-Yuksekokretim-Programlari-ve-Kontenjanlari-Kilavuzu.Html](https://www.osym.gov.tr/), (Erişim tarihi: 03.03.2021).
- Özdemir, B. (2001). Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi ve Her Şey Dahil (All Inclusive) Uygulamasının Mutfak Yönetimine Etkileri Üzerine Sektörel Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Antalya, <https://tez.yok.gov.tr/> (Erişim no: 103952).
- Özdemir, Y. (2005). Kariyer Devreleri ile Örgütsel Vatandaşlık Eğilimi Arasındaki İlişki: Sakarya Üniversitesi İ.İ.B.F. Örneği, Yüksek Lisans Tezi, *Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Sakarya, <https://tez.yok.gov.tr/>, (Erişim no: 161960).

- Özdemir, N., Ak, S., ve Önçel, S. (2019). Lisans Düzeyinde Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyer Yapma İsteklerinin Belirlenmesi Determining of Willingness to Make a Career of Undergraduate Level Gastronomy and Culinary Arts Students. *The Journal*, 12(67), <https://doi.org/10.17719/jisr.2019.3783>.
- Özden, M.C. (2001). Bireysel Kariyer Yönetimi. *Ümit Yayıncılık*. Ankara.
- Özdevecioğlu, M., ve Cingöz, A. (2009). Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (32), 81-95, Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/erciyesiibd/issue/5889/77898>.
- Özdevecioğlu, M. (2014). Ortaöğretim Girişimcilik Ders Kitabı *Komisyon Devlet Kitapları Beşinci Baskı.*, 2014
- Özer, M.A., Sökmen, A., Akçakaya M., ve Özaydın, M. M. (2017). İnsan Kaynakları Yönetimi (1.baskı) *Ankara Gazi Kitap Evi*
- Özgür, A. Ö. (2015). Kariyer Değerleri ve Algılanan İstihdam Edilebilirlik, *Kitapana Basım Yayın*, İzmir.
- Özkul, G. (2007). “Kapitalist Sistemin Sürükleyici Aktörleri: Ekonomik Teoride Girişimciler,” *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3), Ss.343-366, Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/194804>.
- Öztürk, N. (1999). Osmanlı Yemek ve İkram Kültürü. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, *Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı*, Yayın(23), 27-47.
- Pelit, E., ve Öztürk, Y. (2010). Kariyer Tercihinde Kişisel Değişkenlerin Rolü: Turizm ve Öğretmenlik Eğitimi Alan Öğrenciler Üzerinde Bir Araştırma. *İTÜ SBD, Cilt 9, Sayı 17, Makale Koleksiyonu* [14], Erişim adresi: <https://hdl.handle.net/11467/470>.
- Petrını, C. (2007). Taking Back Life: The Earth, The Moon, and Abundance. *5.Slow Food International Congress*, Mexica :Peubla.
- Ramaswamy, V., ve Özcan, K. (2014). İnovasyonun Şifresi: Birlikte-Yaratma Paradigması. *Optimist*.
- Rao, H., Monin, P., ve Durand, R. (2003). Institutional Change in Toque Ville: Nouvelle Cuisine As An Identity Movement In French Gastronomy, *American Journal Of Sociology*, 108(4), 795-843, <https://doi.org/10.1086/367917>.
- Raymond A. N. (2009). İnsan Kaynaklarının Eğitimi ve Geliştirilmesi, Çev. Canan Çetin, 1. Baskı, *Beta Basım Yayın Dağıtım*, İstanbul.
- Richards, G. (2003). Gastronomy: an Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption? *In Tourism and Gastronomy*, 11 (pp.2-20): Routledge. Erişim adresi: <https://books.google.com.tr/books>.

- Rısbo J., Mouritsen, O. G., Frøst, M. G., Joshua D., Evans, J. D., ve Reade, B. (2013). Culinary Science in Denmark: Molecular Gastronomy and Beyond. *Journal of Culinary Science & Technology*, 11(2), 111-130, <https://doi.org/10.1080/15428052.2013.778695>
- Saatcı, G. (2016). Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi (Ed. Hakan Yılmaz). Kültürel Miras Olarak Gastronomi. Ankara: *Detay Yayıncılık*; s.14
- Sabuncuoğlu, Z. (1995). "Personel Yönetimi". *Ekin Yayınevi*, Bursa.
- Sabuncuoğlu, Z. (2000). İnsan Kaynakları Yönetimi, *Ezgi Kitabevi*, Bursa.
- Sabuncuoğlu, Z. (2005). İnsan Kaynakları Yönetimi. *Alfa Yayınları*. Bursa.
- Sabuncuoğlu, Z. (2008). İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalı.2. Baskı, *Alfa Aktüel Basım Yayınevi*. İstanbul.
- Sağ, V. (2003). "Toplumsal Değişim ve Eğitim Üzerine", *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 27(1), 11-25, Erişim adresi: <http://eskidergi.cumhuriyet.edu.tr/makale/79.pdf>.
- Saldamlı, A. (2013). Bilimsel Araştırma ve Sunum Teknikleri. (Birinci baskı), *Detay yayıncılık*, Ankara.
- Sandıkçı, M., ve Çelik, S. (2007). Füzyon mutfak uygulamaları ve misafir memnuniyeti açısından önemi. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu*, 4-5.
- Santich, B. (2004). The Study of Gastronomy and it Relevance to Hospitality Education and Training. *International Journal of Hospitality Management*, 23(1), 15-24, [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(03\)00069-0](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(03)00069-0).
- Santich, B. (2007). The Study of Gastronomy: A Catalyst for Cultural Understanding, *The International Journal of the Humanities*, 5(6), 53-58, <https://doi.org/10.18848/1447-9508/CGP/v05i06/42143>
- Sarıışık, M. (2007). Turizm Sektöründe Meslek Sahibi Olmaya Yönelten Etkenler: Meslek Yüksekokulu Öğrencilerine Yönelik Bir Çalışma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(2), 143-160, Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/atad/issue/16792/174446>.
- Sarıışık, M. (2016). Uluslararası Gastronomi: Temel Özellikler-Örnek Menüler-Reçeteler 3. Baskı, *Detay Yayıncılık*, Ankara.
- Sarioğlan, M. (2014). Fusion Cuisine Education and Its Relation with Molecular Gastronomy Education (Comparative Course Content Analysis). *Online Submission*, 5(3), 64-70. Erişim adresi: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED565855.pdf>.
- Saruhan, Ş. C., ve Yıldız, M. L., (2012). İnsan Kaynakları Yönetimi Teori ve Uygulama, 1. Baskı, *Beta Basım Yayın Dağıtım*, İstanbul.

- Saruhan, Ş. C., ve Özdemirci, A. (2013). *Bilim, Felsefe ve Metodoloji*, Beta Yayıncılık. İstanbul
- Scarpato, R., ve Daniele, R. (2003). New Global Cuisine: Tourism, Authenticity and Sense of Place in Postmodern Gastronomy. *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*, 296-313.
- Scarpato, R. (2003), “Sustainable Gastronomy as a Tourist Product”, in: A-M. Hjalager & G. Richards (eds.), *Tourism and Gastronomy*, London and New York: Taylor & Francis Group, 132-152.
- Scarpato, R. (2004). Gastronomy as Reflective Cooking and Eating. *Tourism and Gastronomy: Routledge Advances in Tourism*. (Ed. A.-M. Hjalager & G. Richards). *Taylor and Francis*, ss. 52-70; s.54, Erişim adresi: <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/55711405>.
- Scarrow, R. M. (1982). The Strategies Employed in the Establishment of Culinary Schools with in the United States. Doctoral Dissertation: *University of La Verne*, Erişim adresi: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=7334522>.
- Schlosser, E. (2004). Hamburger Cumhuriyeti: Amerikan Fast Food Kültürünün Karanlık Yüzü: *Metis Yayınları*.
- Schneider, S. (2008). Good, Clean, Fair: The Rhetoric of the Slow Food Movement. *College English*, 70(4), 384-402, <https://www.jstor.org/stable/25472277>.
- Scully, T. (1995). *The Art of Cookery in the Middle Ages (Vol. 1)*: *Boydell Press*.
- Selengil, T. S. (2004). Motivasyon Yönelimleri ve Rol Uyumsuzluğu Değişenlerinin Kişilik ile İş Performansı Arasındaki İlişki Üzerindeki Etkileri. Yayınlanmamış Doktora tezi, *Marmara Üniversitesi*, İstanbul <https://katalog.marmara.edu.tr/eyayin/tez/T0050202.pdf>. (Erişim no: 149301).
- Semint, S. (2020). Türkiye’de Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitiminin Temel Sorunları Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, *Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi*, Sakarya , <https://tez.yok.gov.tr/> ,(Erişim no: 646557).
- Serçoğlu, N. (2014). Yöre Halkının Mutfak Kültürünü Tanıma Durumunun Tespit Edilmesi: Erzurum İli. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4), 36-46, Erişim tarihi: https://www.jotags.org/Articles/2014_vol2_issue4/2014_vol2_issue4_article4.pdf.
- Sevin, V. (2003). Eski Anadolu ve Trakya: Başlangıcından Pers Egemenliğine Kadar; *Atlaslı büyük uygarlıklar ansiklopedisi: İletişim Yayınları*.
- Seymen, A. O. (2003). “2000’li Yıllarda Yöneticiler Açısından ‘Küresel Kariyer’ Olgusu ve Koşulları Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme”, *Uludağ Ü. İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt: XXII, Sayı:1, s.92, Erişim adresi: <http://dspace.balikesir.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12462/5218>.

- Sezen, T. S. (2018). Gastronomi Eğitiminin Mevcut Durumunun Analizine Yönelik Bir Araştırma. (Yüksek Lisans Tezi). *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı*, Balıkesir, <https://tez.yok.gov.tr/> (Erişim no: 528805).
- Shao, A. T. (2002). *Marketing Research: An Aid to Decision Making*, Cincinnati, Ohio: *South-Western/Thomson Learning*.
- Smith, E., ve Keating, J. (1997). Making Sense of Training Reform and Competency-Based Training: *Social Science Press Wentworth Falls*.
- Sofra, (2021). Erişim adresi: <https://www.sabah.com.tr/sofra/> (Erişim tarihi: 13.02.2021).
- Solmaz, S. A., ve Erdoğan, Ç. (2013). “Turizm Eğitimi Alan Ön Lisans ve Lisans Öğrencilerinin Turizm Endüstrisine Bağlılık Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, Editör: K. Karamustafa, *14.Ulusal Turizm Kongresi, Kayseri: Detay Yayıncılık*, Erişim adresi: <https://www.academia.edu/45560192/>.
- Solmaz, S. A., Aksoy, Ö., Şengül, S. ve Sarıışık, M. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Turizm lisans ve Ön lisans Öğrencileri Üzerine bir Alan Araştırması. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(26), 41-55. <https://doi.org/10.18493/kmusekad.99740>.
- Soylu, A. (2002). Yalın Örgütlerde Kariyer Yönetimi, (Doktora Tezi). *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı*, Afyon. <https://tez.yok.gov.tr/> (Erişim no: 122134).
- Sönmez, A., ve Toksoy, A. (2014). Türkiye’de Girişimcilik ve Türk Girişimci Profili Üzerine bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 41-58, <https://doi.org/10.18657/yecbu.26416>.
- Söylemez, H. (2015). Antik Roma’da Yaşam ve Roma Ailesinin Bir Günü, *Eski Çağ Dilleri ve Kültürleri Bölümü*, Bitirme Tezi. Antalya. Erişim adresi: <https://www.academia.edu/>.
- Spang, R. L. (2007). Restoranın İcadı: Paris ve Gastronomi Kültürü. B. S. Şener (Çev.). Ankara: *Dost Kitabevi Yayınları*.
- Stoner, J. A. F. (1982). *Management*, 2. Ed. Prentice- Holl, Inc -Englevord Cliffs, 569 s. *New Jersey*.
- Sturges, J., Conway, N., Guest, D., ve Liefoghe, A. (2005). Managing the Career Deal: The Psychological Contract as a Framework for Understanding Career Management, Organizational Commitment and Work Behavior. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 26(7), 821-838, <https://doi.org/10.1002/job.341>
- Sümer, C. (1999). “İnsan Kaynakları Yönetimi Etkinliği Olarak Örgütsel Kariyer Planlama ve Geliştirme”, *Türk Psikoloji Bülteni*, Cilt:4, Sayı:1, 1999, s.62.

- Swedberg, R. (2000). *Entrepreneurship: The Social Science View*, Oxford: *Oxford University Press*.
- Şahin, H. (2008). *Türkiye Selçuklu ve Beylikler Dönemi Mutfağı, Türk Mutfağı*, Ankara: *T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları*.
- Şanal, S. Ö., Güler, T. D., ve Erdem, M. (2018). Özel Eğitimde Öğretim Teknolojisi Araştırmaları: Türkiye Örneği. *Eğitim Teknolojileri Okumaları*. Publisher: *TOJET, The Turkish Online Journal of Educational Technology*, Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/publication/329034340>.
- Şavkay, T. (1998). Mutfağımız Büyük bir Kültürel Renkliliğe Sahip. *TÜRSAB Dergisi*, 71, 44-46.
- Şener, G. (2016). Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi (Ed. Hakan Yılmaz). *Kültürel Miras Olarak Gastronomi*. Ankara: *Detay Yayıncılık*; s. 82-83.
- Şengel, Ü., Zengin, B., ve Işkın, M. (2020). Turizm Öğrencilerinin Mesleki Beklenti, Mesleki Bağlılık ve Meslek Değişirme Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma . *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 1 (39) , 79-90. <https://doi.org/10.35343/kosbed.524192>.
- Şimşek, M. Ş., Çelik, A., ve Akatay, A. (2004). *Kariyer Yönetimi, Gazi Kitabevi*, Ankara.
- Şimşek, M.Ş., Çelik, A., ve Akatay, A. (2007). *Kariyer Yönetimi, İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları, Gazi Kitabevi, Genişletilmiş 2. Baskı*, Ankara
- Şimşek, Ş., Çelik, A., Akgemici, T., ve Soysal, A. (2009). *Kariyer Yönetimi*. Ankara; *Gazi Kitabevi*.
- Talas, M. (2005). Tarihi Süreçte Türk Beslenme Kültürü ve Mehmet Eröz'e Göre Türk Yemekleri. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (18), 273-283, Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/sutad/issue/26305/277238>.
- Taşçıoğlu, C. (2006). Eğitim Sektöründe Kariyer Yönetimi Uygulamalarının Örgütsel Performans Üzerindeki Etkileri: Teori ve Bir Araştırma. Selçuk Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı*, Konya. <https://tez.yok.gov.tr/> (Erişim no: 217241).
- TDK, (2021). Gastronom, Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/>, (Erişim tarihi: 03.03.2021).
- Tekin, M. (2005). *Girişimcilik: Hayallerin Gerçeğe Dönüşümü*, Konya: *Günay Ofset Yayınları*.
- Tekin, Ö. A., Özkul, G., ve Demir, Y. (2014). Turizm Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeyleri Üzerine Bir İnceleme: Süleyman Demirel Üniversitesi Örneği. In *6th International Congress on Entrepreneurship* (pp. 24-26). Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/profile/Oemer-Tekin-7/publication/283013686>

- Tekin, E., ve Hancıoğlu, Y. (2018). Genç Girişimci Adaylarının Girişimcilik Eğilimlerinin Değerlendirilmesi: Uygulamalı Girişimcilik Kampüsü Üzerine Bir Araştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 213-246, Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/ckuiibfd/issue/38041/386305>.
- Tezcan, M. (1996). Eğitim Sosyolojisi. Ankara: *Feryal Matbaası*.
- This, H. (2006). *Molecular Gastronomy: Exploring the Science of Flavor*. New York: *Columbia University Press*
- This, H. (2009). *Building a Meal From Molecular Gastronomy to Culinary Constructivism*. New York: *Columbia University Press*.
- Tınar, M.Y. (1999). Çalışma Yaşamı ve Kişilik. *Mercek Dergisi*, Sayı 14. Mess Yayınları
- Timuroğlu, M. K., ve Çakır, S. (2014). Girişimcilerin Yeni bir Girişim Yapma Niyetlerinin Risk Alma Eğilimi ile İlişkisi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 119-136, Erişim dergisi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/akuiibfd/issue/1616/20236>.
- TOBB, (2011). Türkiye Kobi Stratejisi ve Eylem Planı, Erişim adresi: <http://www.tobb.org.tr/SiteAssets/Lists/DuyurularListesi/EditForm/KSEP%202011-2013.pdf>.
- Tomita, A., ve Secter, M. (2002). *Passionate Zen Cooking: The Art of Japanese Fusion Cuisine*. USA: *North Atlantic Books*.
- Top, S. (2006). Girişimcilik Keşif Süreci. (1. Baskı), *İstanbul: Beta Yayıncılık*
- Toygur, K. (1981). Değişen Türk Mutfağı. Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri, Ankara: *Ankara Üniversitesi Basımevi*.
- Toygur, K. (2001). Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar: *Türk Mutfağı Hakkında Genel Bilgiler*, Ankara, Yayın No:29, Eylül, 13
- Toylan, V. N., Ertürk, C. K., ve Çekiç, E. (2020). Girişimcilik Eğiliminin Yetenek Yönetimi Üzerine Etkisi: Turizm Eğitimi Alan Öğrenciler Üzerine Bir Araştırma (The Effect of Entrepreneurship Trend on Talent Management: A Research on Tourism Students), *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(1):92-110, DOI: 10.21325/jotags.2020.538.
- Tuncel, M. (2000). Fast Food (Hızlı Yemek) Sisteminin Türk Mutfağına Uyarlanması ve Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı*, Eskişehir <https://tez.yok.gov.tr/> (Erişim no:96170).
- Tunç, A., ve Uygur, A. (2001). Kariyer Yönetimi Planlaması ve Geliştirme. Ankara: *Gazi Kitabevi*.

- Tunç, B. (2017). “Eğitim Bilimine Giriş”, Hasan Basri Memduhoğlu ve Kürşad Yılmaz (Ed), Eğitimin Tarihsel Gelişimi ve 21. Yüzyılda Eğitim Biliminde Yönelimler, 4. Baskı İçinde (173-197), *Pegem Akademi Yayıncılık*, Ankara.
- Tunçer, P. (2012). “Değişen İnsan Kaynakları Yönetimi Anlayışında Kariyer Yönetimi”, *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt 31, Sayı 1, s. 203-233, Erişim adresi: <https://app.trdizin.gov.tr/makale/TVRNmk5qa3dNQT09/>.
- Turkish-Cuisine, (2021). Erişim adresi: <http://www.turkish-cuisine.org/> (Erişim tarihi:14.02.2021).
- Turtleinvestor888, (2021). Erişim adresi: <http://turtleinvestor888.blogspot.com/2009/07/Entrepreneur-Ship-Requires-Four-Areasof.html> (Erişim tarihi:01.03.2021).
- Türkel, A. U. (1992). İşletme Yöneticilerinin Davranışlarına Yön Veren Hâkim Kişilik Faktörleri ile Yönetimsel Davranış Arasındaki İlişkiler ve Uygulama, *Marmara Üniversitesi Teknik Eğitim Fakültesi Döner Sermaye İşl. Matbaası*, İstanbul.
- Türkmen, F. (2002). Eğitimin Ekonomik ve Sosyal Faydaları ve Türkiye’de Eğitim Ekonomik Büyüme İlişkisinin Araştırılması. *Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü, DPT-Uzmanlık Tezleri*: 2655, 1-114.
- Türkmen, M. ve İşbilir, U. (2014). Sosyo Demografik Özelliklerin Üniversite Öğrencilerinin Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Sosyo-Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi. *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 9(2), 18-28. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/pub/cbubesbd/issue/32240/357831>.
- TÜSİAD, (2002). Türkiye’de Girişimcilik, Ankara: *TÜSİAD Yayınları*, Erişim adresi: http://www.tusiad.org/_rsc/shared/file/girisimcilik.pdf.
- Ubuz, M. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimlerine Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Yapı Sosyal Değişme Anabilim Dalı*. <https://tez.yok.gov.tr/> (Erişim no: 591967).
- Uğur, B. (2015). Girişimcilik Eğitiminin İlköğretim Programlarına Konulmasına Yönelik Model Önerisi, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: *Anadolu Üniversitesi SBE*. <https://tez.yok.gov.tr/>, (Erişim no: 407768).
- Uğurlu, P. (2020). Devlet ve Vakıf Üniversiteleri İşletme Lisans Öğrencilerinin Kariyer Bilinci ve Kariyer Planlama Konusundaki Farkındalıkları Üzerine Bir Değerlendirme, Yüksek Lisans Tezi, *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı İnsan Kaynakları Yönetimi Programı*, Ankara. <https://tez.yok.gov.tr/> (Erişim no: 612053).
- Ulama, S. (2016). Turizm Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma: Sakarya Üniversitesi Örneği. *İN International Conference On*

Eurasian Economies, Kavospar, Hungary, Erişim adresi:
<https://www.researchgate.net/profile/Sevki-Ulama/publication/337880603>.

Ural, A., ve Kılıç, İ. (2013). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi, *Detay Yayıncılık*, 4. Baskı, Ankara, 31.

Uyar, H., ve Zengin, B. (2015). Gastronomi Turizminin Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi Bağlamında Gastronomi Turizm İndeksinin Oluşturulması. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(17), 355-376, <https://doi.org/10.16992/ASOS.808>

Uygun, M., ve Güner, E. (2016). Girişimcilik Eğiliminin Gelişiminde Girişimcilik Eğitiminin Rolü. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(5), 37-57, Erişim adresi:
<https://dergipark.org.tr/en/pub/mjss/issue/40508/485490>.

Ünlüöner, K., ve Boylu, Y. (2005). Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liselerinde Öğrenim Gören Öğrencilerin Beklenti ve Algılamalarındaki Değişimin karşılaştırılması (2000-2001 ve 2003-2004 Öğretim Yılları). *Milli Eğitim Üç Aylık Eğitim ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 33, 166, Erişim adresi:
http://dhgm.meb.gov.tr/yayimlar/dergiler/milli_egitim_dergisi/166/index3boylu.htm,

Ünsal, P. (2014). “Kariyer Gelişim Kuramları ve Kariyer Danışmanlığı”. 1.Basım, *Nobel Yayıncılık*, Ankara

Ünver, S. (1952). Fatih Devri Yemekleri, *İstanbul Üniversitesi Tıp Tarihi Enstitüsü*, İstanbul

Ünver, Y. (2005). İşletmelerde Kariyer Yönetimi ve Performans Değerlendirme Sistemleri. Dönem Projesi, *Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Ankara, Erişim adresi:
<https://dSPACE.ankara.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12575/27672>.

Üzüm, B., ve Uçkun, S. (2015). Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Öğrencilerinin Demografik Özellikleri ile Kariyer Geleceği Beklentilerinin Ölçülmesi: Kocaeli MYO Örneği . *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırmalar Dergisi* , 3 (1) , 71-80 . Erişim adresi:
<https://dergipark.org.tr/en/pub/ejoir/issue/5379/72998>.

Van Landingham, P. G. (1995). The Effects of Change in Vocational, Technical, and Occupational Education on the Teaching of Culinary Arts in America, *Johnson and Wales University*, Washington, Erişim adresi:
<https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED382832.pdf> .

Varol, A., ve Güler, M. E. (2005). Girişimcilik. İstanbul: *Yapa Yayınları*.

Vega, C., ve Ubbink, J. (2008). Molecular Gastronomy: a Food Fad or Science Supporting Innovative Cuisine. *Trends in Food Science & Technology*, 19(7), 372-382, <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2008.01.006>Get rights and content.

VİKİPEDİ, (2021). https://tr.wikipedia.org/wiki/Maslow_teorisi, (Erişim tarihi: 09.03.2021).

- Wagner, T. (2008). The Global Achievement Gap: Why Even Our Best Schools don't Reach the New Survival Skills our Children Need and What can We do About it. New York: *Basic Books, A Member of the Perseus Books Group*. Erişim adresi: : <https://books.google.com.tr/books>.
- Wang, C. ve Tsai, M. (2017). Students' Self-Efficacy and Attitudes Toward Web-Based Recipe Learning in Taiwan Culinary Education, *The Asia-Pacific Education Researcher*, 26(3-4), 193-204, Erişim adresi: <https://doi.org/10.1007/s40299-017-0340-7>.
- Wilkins, J., ve Hill, S. (1994). *Archestratus: the Life of Luxury. Totnes, Devon*.
- Yalçın, F. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Psikolojik Sermayelerinin Girişimcilik Eğilimler Üzerindeki Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı*, Kayseri, <https://tez.yok.gov.tr/> (Erişim no: 504963).
- Yalcinsoy, A., ve Aksoy, C. (2018). Girişimcilik Eğilimlerinin Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Business and Economics Research Journal*, 9(4), 901, <https://doi.org/10.20409/berj.2018.146>.
- Yaylacı, Ö. G. (2006). Kariyer Yaşamında Duygusal Zekâ ve İletişim Yeteneği. *Hayat Yayıncılık*, İstanbul, s. 86-87
- Yelboğa, A. (2006). “Kişilik Özellikleri ve İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, “İş, Güç” *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, Cilt:8, Sayı:2, S.197-211, DOI:10.4026/1303-2860.2006.0032.x.
- Yemek ve Kültür, (2021). Erişim adresi: <http://www.yemekvekultur.com/> (Erişim tarihi:13.02.2021).
- Yerasimos, M. (2007). 500 Yıllık Osmanlı Mutfağı (3.Baskı). İstanbul: *Boyut Yayın Grubu*.
- Yeşilyaprak, B. (2012). Meslek Rehberliği ve Kariyer Danışmanlığı: Kuramdan Uygulamaya. 2. Baskı. Ankara, *Pegem Akademi*.
- Yeşilyaprak, B. (2016). Mesleki Rehberlik ve Kariyer Danışmanlığı: Kuramdan Uygulamaya. Ankara: *Pegem Yayınları*.
- Yıldırım, A. (2012). Epikürizm ve Bâkî'nin bir Gazeli Üzerine. *Electronic Turkish Studies*, 7(3), Erişim adresi: <https://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer>.
- Yılmaz, H., ve Ekincek, S. (2016). Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi (Ed. Hakan Yılmaz).Kültürel Miras Olarak Gastronomi. Ankara: *Detay Yayıncılık*; s. 115
- Yılmaz, E. ve Sünbül, A. M. (2009). Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 195-203, Erişim adresi: <http://dergisosyalbil.selcuk.edu.tr/susbed/article/view/318/300>.

- Yılmaz, H., ve Şenel, P. (2016). Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi (Ed. Hakan Yılmaz). Kültürel Miras Olarak Gastronomi. Ankara: *Detay Yayıncılık*; s. 43
- Yılmaz, T., ve Sözcan, Z. (2019). Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Sakarya Üniversitesi Örneği. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 78-107. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/bilgisosyal/issue/47169/549473>.
- Yılmaz, İ., ve Akay, E. (2020). Gastronomi Sektöründe Kadınların Durumunun Değerlendirilmesi. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 10(2), 81-86. Erişim adresi: <http://www.ijses.org/index.php/ijses/article/view/272/263>
- YÖKATLAS, (2021). Erişim adresi: <https://yokatlas.yok.gov.tr/> lisans-bolum.php?b=19024, (Erişim tarihi: 03.03.2021).
- Yurtseven, H. R. (2007). Slow Food ve Gökçeada: Yönetmel Bir Yaklaşım. Ankara: *Detay Yayıncılık*, 11-28.
- Yurtseven, H. R., Kaya, O., ve Harman, S. (2010). Yavaş Hareketi. Ankara: *Detay Yayıncılık*
- Yurtseven, R., ve Kaya, O. (2011). Eko-Gastronomi ve Sürdürülebilirlik. *Osman. E. Ç (ed.), 11, 57-65*, Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/profile/Ugur-Saylan/publication/313840024>.
- Zahari, M. S. M., Jalis, M. H., Zulfily, M. I., Radzi, S. M., ve Othman, Z. (2009). Gastronomy: An Opportunity for Malaysian Culinary Educators. *International Education Studies*, 2(2), 66-71, Erişim adresi: <https://eric.ed.gov/?id=EJ1065685>.
- Zengin, B., Şen, M. L. ve Taşar, O. (2011). Marmara Bölgesinde Turizm Lisans Öğrencilerinin Konaklama Sektöründe Cinsiyete Göre Kariyer Düşünceleriyle İlgili Bir Araştırma. *International Conference On Eurasian Economie*, Session 3, 217-225, Erişim adresi: <https://www.avekon.org/papers/274.pdf>.
- Zengin, B., Uyar, H., ve Erkol, G. (2015). Gastronomi Turizmi Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Ulusal Turizm Kongresi* (s. 511-524). Ankara: *Gazi Üniversitesi*, <https://www.researchgate.net/profile/Dr-Burhanettin-Zengin/publication/286250190>.

EKLER

“GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ÖĞRENCİLERİNİN LİSANS SONRASI KARİYER BEKLENTİLERİ DOĞRULTUSUNDA GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİ: İSTANBUL’DAKİ VAKIF ÜNİVERSİTELERİ ÜZERİNE ARAŞTIRMA” BİLGİ DÜZEYİ ANKETİ

Sayın Katılımcı,

Bu çalışma “Gastronomi ve Mutfak Sanatları Öğrencilerinin Lisans Sonrası Kariyer Beklentileri Doğrultusunda Girişimcilik Eğilimleri” tutumlarını ölçmek amacıyla hazırlanmıştır.

Anket sorularına verdiğiniz cevaplar bireysel olarak açıklanmayacak olup gösterdiğiniz ilgiye teşekkür ederiz.

Dr. Öğr. Üyesi Özgür KIZILDEMİR Y.Lisans Öğrencisi Şenol KARADENİZ

Demografik Özelliklere İlişkin Sorular

<p>1. Cinsiyetiniz</p> <p><input type="checkbox"/> Erkek</p> <p><input type="checkbox"/> Kadın</p>	<p>2. Kaçınıcı sınıfta öğrenim görüyorsunuz</p> <p><input type="checkbox"/> 1</p> <p><input type="checkbox"/> 2</p> <p><input type="checkbox"/> 3</p> <p><input type="checkbox"/> 4</p>
<p>3. Yaşınız</p> <p><input type="checkbox"/> 18 yaş ve aşağısı</p> <p><input type="checkbox"/> 19-21 arası</p> <p><input type="checkbox"/> 22-24 arası</p> <p><input type="checkbox"/> 25 ve üzeri</p>	<p>4. Gastronomi ve Mutfak Sanatları ile ilgili ortaöğretim düzeyinde eğitim aldınız mı?</p> <p><input type="checkbox"/> Evet</p> <p><input type="checkbox"/> Hayır</p>
<p>5. Ailenizin aylık gelir durumu</p> <p><input type="checkbox"/> 2000 TL</p> <p><input type="checkbox"/> 2001-4000 TL arası</p> <p><input type="checkbox"/> 4001-6000 TL arası</p> <p><input type="checkbox"/> 6001-8000 TL</p> <p><input type="checkbox"/> 8001 ve üzeri</p>	<p>6. Ailenizin ikamet ettiğiniz şehir hangi bölgede bulunmaktadır?</p> <p><input type="checkbox"/> İç Anadolu Bölgesi</p> <p><input type="checkbox"/> Marmara Bölgesi</p> <p><input type="checkbox"/> Ege Bölgesi</p> <p><input type="checkbox"/> Akdeniz Bölgesi</p> <p><input type="checkbox"/> Karadeniz Bölgesi</p> <p><input type="checkbox"/> Doğu Anadolu Bölgesi</p> <p><input type="checkbox"/> Güneydoğu Anadolu Bölgesi</p>
<p>7. Gastronomi ve Mutfak Sanatları alanında staj yaptınız mı?</p> <p><input type="checkbox"/> Evet</p> <p><input type="checkbox"/> Hayır</p>	<p>8. Ailenizde okuduğunuz bölüm ile ilgili bir alanda çalışan var mı?</p> <p><input type="checkbox"/> Evet</p> <p><input type="checkbox"/> Hayır</p>
<p>9. Öğrencinin aylık gelir durumu</p> <p><input type="checkbox"/> 1000-1500 TL arası</p> <p><input type="checkbox"/> 1501-2000 TL arası</p> <p><input type="checkbox"/> 2001-2500 TL arası</p> <p><input type="checkbox"/> 2501-3000 TL arası</p>	<p>10. Kariyer hedefiniz</p> <p><input type="checkbox"/> Özel Sektör</p> <p><input type="checkbox"/> Kamu</p> <p><input type="checkbox"/> Aile İşİ</p> <p><input type="checkbox"/> Kendi</p>
<p>11. Birinci derece yakınlarınızda girişimci var mı?</p> <p><input type="checkbox"/> Evet</p> <p><input type="checkbox"/> Hayır</p>	<p>12. Daha önce iş kurma deneyiminiz oldu mu?</p> <p><input type="checkbox"/> Evet</p> <p><input type="checkbox"/> Hayır</p>

Okuduğunuz Bölüm ve Aldığınız Eğitim ile İlgili İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Okuduğum bölümden memnunum.	1	2	3	4	5
2. Okuduğum bölümü özgürce/isteyerek seçtim.	1	2	3	4	5
3. Okulda öğrendiklerim kariyerim için yeterlidir.	1	2	3	4	5
4. Okul bana sadece diploma verecektir.	1	2	3	4	5
5. Öğrenciliğim süresince staj imkanlarını iyi değerlendirip, kendimi geliştirebileceğimi düşünüyorum.	1	2	3	4	5
6. Okulda öğretilenlerin sektörün beklentilerini karşılayacağını düşünüyorum.	1	2	3	4	5
7. Mesleğim ile ilgili işletmeler hakkında bilgi sahibiyim.	1	2	3	4	5
8. Gastronomi ve mutfak sanatları ile ilgili bir alanda çalışmak için, bu konuda eğitim alınması gerektiğini düşünüyorum.	1	2	3	4	5
9. Aldığım yabancı dil eğitiminin sektördeki iş hayatım için yeterli olacağını düşünüyorum.	1	2	3	4	5

Kariyer Beklentileri ile İlgili İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.Çevremdekilere Gastronomi ve Mutfak Sanatları lisans eğitimi aldığımı gururla söylüyorum.	1	2	3	4	5
2. Mezun olduktan sonra en alt düzeyden kariyerime başlayabilirim.	1	2	3	4	5
3. Mezun olduktan sonra yönetici pozisyonunda iş bulabilirim.	1	2	3	4	5
4. Mezun olduktan sonra beni tatmin edecek bir işim olacaktır.	1	2	3	4	5
5. Eğitimi aldığım alanın dışında bir kariyer düşünebilirim.	1	2	3	4	5
6. Yurt dışında kariyer yapmayı düşünüyorum.		1	2	3	4
7. Sektörde kısa, orta ve uzun vadede ulaşmam gereken pozisyonları belirledim.	1	2	3	4	5
8. Sektörde üst düzey yönetici olmam çok zor.	1	2	3	4	5
9. İnsanlarla ilişki kurmayı ve kendimi ifade etmeyi bilirim.	1	2	3	4	5
10. Üstlerimden emir almak beni rahatsız etmez.	1	2	3	4	5
11. Beş yıl sonra nerede olmak istediğimi biliyorum.	1	2	3	4	5
12.Mesleğimin geleceği konusunda olumlu hislere sahibim.	1	2	3	4	5
13.Gastronomi ve Mutfak sanatları alanında birçok işin ücreti çok düşüktür.	1	2	3	4	5
14. Bu sektörde çok para kazanabileceğimi düşünmüyorum.	1	2	3	4	5

Üniversite Öğrencileri Girişimcilik Ölçeği

MADDELER	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. İşimde geçmiş performansımdan daha iyi olabilmek için daha çok çaba harcamaya çalışırım.					
2. Görevimin son derece zor olduğu zamanlarda elimden gelenin en iyisini yaparım.					
3. İstedğim şeyi elde ettiğim zaman bunun sebebini genellikle kendi yeteneklerim olduğunu düşünürüm.					
4. İşlerimde kendi kararlarım etkilidir.					
5. Kendi işimi kurabilirim.					
6. İşten zorunlu olarak ayrılırsam işle ilgili kendime seçenekler oluşturabilirim.					
7. Zor durumlarda seçenekler oluşturabilirim.					
8. Farklı insanlarla dostluklar kurabilirim.					
9. Denemediklerimi denemekten çekinmem.					
10. Kendimde farklı işler yapabilecek enerjiyi hissedirim.					
11. Arkadaşlarıma değişik iş projelerinden söz ederim.					
12. Yeteneklerimi uygulayabilecek alanlar oluştururum.					
13. Arkadaşımdan gelen bazı projelere katılmaktan çekinmem.					
14. Hayatımı dış etkenlere bırakmam.					
15. Kararlarımla hayatımı şekillendirebileceğimi düşünüyorum.					
16. Risk almaktan çekinmem.					
17. Geleceği görerek ona dönük hazırlıklar yapabilirim.					

18. Yeni bir şeyleri denememe imkân veren projeler üzerinde çalışmayı severim.					
19. Eski fikirlere ve uygulamalara meydan okumayı ve daha iyilerini araştırmayı severim.					
20. Yeni bir perspektiften bakmama imkân sağlayan proje ve işlerle uğraşırım.					
21. Geçmişte başkaları tarafından kullanılmamış yeni yöntemlerle çalışmayı denerim.					
22. Yeterli çabayla her türlü sorunu ortadan kaldırebiliriz.					
23. Yaptığım planları yürütebileceğimden çoğunlukla eminimdir.					
24. Yeni bir durum ve uygulamaya adapte olmakta sorun yaşamam.					
25. Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem.					
26. Her işin bir riski vardır. İşimde her türlü riski göze alabilirim.					
27. Başarıyı sağlayacak uygun yöntem ve tekniklerin arayışı içerisindeyimdir.					
28. Karşıma çıkan fırsatları değerlendirebilirim.					
29. Elimdeki kaynakları bir araya getirerek verimliliğe dönüştürebilirim.					
30. İşimde ve çalışmalarımda ortaya çıkan değişimlere açığım.					
31. İşimi severek ve azimle yaparım.					
32. İşimde yaratıcılık yönüm güçlüdür.					
33. İşimi gerçekleştirirken, herhangi bir ekip ya da kişiyle çalışabilirim.					
34. Bir işte ya da uygulamada liderliği ele almaktan çekinmem.					
35. İş konusunda gelecekle ilgili etkili kararlar alabilirim.					
36. Farklı işlere yönelik motivasyonum ve eğilimlerim güçlüdür.					

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı: Şenol KARADENİZ

Uyruğu: T.C.

EĞİTİM

Lise: İstanbul Pertevniyal Lisesi 1982 (Mezun)

Lisans: Eskişehir Anadolu Üniversitesi AÖF İş İdaresi Bölümü 1990
(Mezun)

Ön Lisans: Beykent Üniversitesi MYO Aşçılık 2016 (Mezun)

Lisans: Beykent Üniversitesi UBYO Gastronomi ve Mutfak
Sanatları 2018 (Mezun)

Lisans: Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Konaklama
İşletmeciliği (Devam Ediyor)

İŞ DENEYİMLERİ

2018-2021 Beykent Üniversitesi GSF Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
(Mutfak Sorumlusu)

2018 Alancha Restoran (Stajyer) NİŞANTAŞI

2015-2016 Dalyan Kulüp Alacarte Restoran KALAMIŞ

1993-2013 Bilkar-Reps-Şens Mobilya Tekstil Ticareti

1983-1993 Aile Şirketi Ahşap Malzeme Sektörü

YABANCI DİL : İngilizce (A1-A2)