

Aşçıların İnovasyon Davranışı Düzeylerinin Füzyon Mutfağa Bakış Açıklarına Etkisi (The Effect of Chefs' Innovation Behavior Levels on Their Perspectives on Fusion Cuisine)

* Uğur BOZBAYIR^a , Metin SÜRME^b , Atınc OLCAY^c 

^a Alanya Alaaddin Keykubat University, Graduate School of Education, Department of Health Tourism, Antalya/Türkiye

^b Gaziantep University, Vocational School of Tourism and Hotel Management, Department of Hotel, Restaurant and Catering Services, Gaziantep/Türkiye

^c Gaziantep University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Gaziantep/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 05.08.2023

Kabul Tarihi: 14.11.2023

Anahtar Kelimeler

Türkiye'deki aşçılar
İnovasyon davranışı
Füzyon mutfak
Yenilik süreci
Yaratıcılık

Keywords

Chefs in Turkey
Innovation behavior
Fusion cuisine
Innovation process
Creativity

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Öz

Turizm sektörü yiyecek-içecek hizmetlerinde değişen müşteri ihtiyaçları ve tercihlerinden dolayı inovatif mutfak akımları ortaya çıkmıştır. Bu çalışma amacı Türkiye’de turizm sektöründe çalışan aşçıların inovasyon davranışı düzeylerinin füzyon mutfak uygulamalarına bakış açılarını etkileyip etkilemediğini belirlemektir. Çalışmanın evrenini Türkiye’de turizm sektöründe çalışan aşçılar oluşturmaktadır. Alanyazından geliştirilen anket formu 2019 Haziran ve Aralık ayları arasında kartopu örneklen yöntemi esas alınarak, çevrimiçi olarak 455 aşçıya uygulanmış ve elde edilen verilere betimsel ve ilişkisel analizler gerçekleştirilmiştir. Faktör analizi sonucunda, aşçıların inovasyon davranışı düzeylerinin “Yeniliğe Açıklık”, “Yeniliğe Direnç” ve “Meraklılık” olmak üzere üç boyuttan oluştuğu ve aşçıların füzyon mutfağa bakış açılarının ise “Özgünlük ve Sıradışılık”, “Mesleki Bilgi Avantajı” ve “Farklı Tatlar” olmak üzere üç boyuttan oluştuğu tespit edilmiştir. Korelasyon analizi sonucunda, aşçıların inovasyon davranışı düzeyleri ile füzyon mutfağa bakış açıları arasında “zayıf” düzeyde pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Son olarak regresyon analizi sonucunda ise aşçıların inovasyon davranışı düzeylerinin artmasının füzyon mutfağa bakış açıları üzerinde etkiye sahip olduğu görülmüştür.

Abstract

Innovative culinary trends have arisen in response to evolving customer demands and preferences within the food and drink services of the tourism industry. The objective of this study is to investigate whether the level of innovation exhibited by chefs employed in the Turkish tourism sector impacts their perceptions of fusion cuisine practices. The study's sample population consists of chefs currently employed in tourism across Turkey. The online questionnaire, which was developed based on the literature, was administered to 455 chefs from June to December 2019. The snowball sampling technique was used and the obtained data was subject to descriptive and relational analyses. Following a factor analysis, it was found that chefs' levels of innovation behaviour consisted of three dimensions: 'openness to innovation', 'resistance to innovation' and 'curiosity', and that chefs' perspectives on fusion cuisine consisted of three dimensions: 'originality and uniqueness', 'professional knowledge advantage' and 'different flavours'. Following the correlation analysis, a "weak" positive association was found between the innovation behaviour levels of chefs and their perspectives on fusion cuisine. Furthermore, based on the regression analysis, it was observed that the enhancement in chefs' level of innovation behaviour had an effect on their perspective on fusion cuisine.

* Sorumlu Yazar

E-posta: bzbayr@gmail.com (U. Bozbayır)

DOI: 10.21325/jotags.2023.1326

GİRİŞ

Turizm sektörü, ekonomileri büyük ölçüde etkileyen önemli bir sektördür (Mısırlı, 2002: 39; Rodríguez vd., 2020). Son yıllarda hızla değişen ve gelişen iş alanlarından olan turizm sektörü ulusal ve uluslararası düzeyde ekonomilere önemli katkılarda bulunabilen bir hizmet sektörüdür (Bazargani & Kılıç, 2021). Gelişmekte olan ülkeler, turizm faaliyetlerinin payını artırarak ekonomilerini turizme daha fazla bağımlı hale getirebilmektedirler (Keleş vd., 2020). Dünya Turizm Örgütü'ne göre, 2022 yılında dünya genelinde turizm faaliyetlerinden 1,300.000 milyar dolar gelir elde edilirken, Türkiye turizm gelirlerinden %3,15' lik pay almıştır (UNWTO, 2022). Türkiye, 2022 yılında 46.478 milyar dolar turizm geliri elde etmiştir ve bu gelirin 7.533 milyar doları yiyecek-içecek sektöründen gelmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2022). Türkiye, en çok turist çeken 4. destinasyon arasında yer almasına rağmen turizm gelirleri açısından en fazla geliri elde eden 7. destinasyonlar arasında bulunmaktadır (UNWTO, 2022).

Dünya genelinde turizm faaliyetlerinin yüzde 30'u yeme içme harcamalarından oluşmaktadır, ancak Türkiye'de bu oran yüzde 16,20'ye denk gelmektedir (Hakkıtanır & Bulut, 2021; Türkiye İstatistik Kurumu, 2022). 2022'de Türkiye'de Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) 4a grubu verilerine göre turizm sektöründe çalışan kişi sayısı 1.260.215'tir ve bunların 795.695'i yiyecek-içecek hizmetleri sektöründe istihdam edilmektedir (SGK İstatistik Yıllıkları, 2022). Bu nedenle, yiyecek-içecek sektörü hem istihdam hem de gelir açısından turizm sektörü için önemli bir kaynaktır (Kurnaz vd., 2014). Türkiye'nin turizm sektöründeki yiyecek-içecek gelirlerini artırması, ödemeler dengesine olumlu katkıda bulunabilir.

İnovasyon, bir özelliğin piyasaya yeni bir şekilde sunulması olarak tanımlanır ve bu süreç yiyecek-içecek sektörünü de etkiler (Elçi vd., 2008; Horn & Lee, 2006). Yiyecek-içecek sektöründe inovasyon, genellikle ürün maliyetlerini azaltma, hizmet kalitesini artırma, ekonomik alternatif malzemeler bulma ve yenilikçi yiyecekler hazırlama amaçlarıyla gerçekleştirilir (Güzel, 2009).

İşletmeler için rekabet gücünü artırmanın temel yollarından biri, ürün ve hizmetlerde çeşitliliği artırmak, maliyetleri düşürmek ve kaliteyi yükseltmektir. Bu amaçla, yeni fikirler ve inovasyon gereklidir (Vatan, 2010). Turizm sektörü, karmaşık, hızlı değişen ve çok yönlü bir yapısı olan bir sektördür ve bu nedenle sektörde çalışan personelin inovatif, farklı ve üstün yeteneklere sahip olması önemlidir (Taşkiran, 2006). Bu bağlamda, çalışmanın ilk hipotezi şudur: H1Aşçıların inovasyon davranışları olumlu bir düzeydedir. Öte yandan, mutfakta yenilik arayışlarından olan füzyon mutfak uygulamaları, yiyecek-içecek sektöründe ürün geliştirme ve çeşitlendirme için önemli bir araç olarak kabul edilir (Beagué, 2013; Doğdubay vd., 2007). Bu bağlamda, çalışmanın ikinci hipotezi şudur: H2Aşçıların füzyon mutfak uygulamalarına bakış açıları olumlu bir düzeydedir.

Yiyecek-içecek işletmelerinde aşçılık, gıda maddelerini standartlara uygun bir şekilde hazırlama, pişirme ve sunma yeteneği olarak tanımlanır ve bu görev aşçılar tarafından yerine getirilir (Görkem, 2011). İnovasyon, yiyecek-içecek sektöründe yeni tariflerin geliştirilmesi, farklı pişirme tekniklerinin uygulanması veya sunumun yeniden tasarlanması gibi yollarla gerçekleştirilebilir. Bu bağlamda, çalışmanın üçüncü hipotezi şudur: H3Aşçıların inovasyon davranışı ile füzyon mutfak uygulamaları bakış açıları arasında pozitif yönlü, anlamlı bir ilişki vardır. Bu ilişki işletmelerin rekabet avantajı elde etmesine ve müşterilere daha çeşitli ve yenilikçi deneyimler sunmasına yardımcı olabilir.

Alanyazında Tugay ve Pekerşen'in (2020) çalışması, aşçıların yenilikçi davranışlarını etkileyen faktörleri belirlemiştir, bu faktörler işletme yönetimi, teknoloji kullanımı, takım çalışması, müşteri beklentileri, araştırma imkanları, yasal düzenlemeler, aşçıların yetkinlikleri ve kişisel gelişim fırsatları gibi unsurları içerir. Kesici ve Önçel'in (2015) çalışması, aşçıların yaratıcı süreçlerini açıklamak için fikir tasarımı, fikir değerlendirmesi, fikir gelişimi ve yeni fikirlere hazırlık gibi dört önemli boyutu vurgular. Abecassis-Moedas vd. (2015) araştırması, aşçıların inovasyon yeteneklerini aileleri ve mentörlerini gözlemleyerek geliştirdiğini ve bu sürecin performansları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu gösterir. Mohanty vd. (2022) çalışması, aşçıların yiyecek inovasyonunu etkileyen faktörlere odaklanmış ve tarif geliştirme, menü satışı, müşteri memnuniyeti ve reklamcılık gibi dört ana faktörün bu süreçte kritik bir rol oynadığını belirlemiştir. Tüketiciler, yeni ve hızlı tüketici elektroniği ürünlerini aradıkları gibi yemek yiyenler de en yenilikçi şefleri, yemekleri ve genel yemek deneyimlerini ararlar. Yiyecek kültürü değiştiğinde, şefler de rekabetin yoğun olduğu ve sürekli genişleyen restoran piyasasında ayakta kalmak için ilham kaynaklarını ve ifade biçimlerini geliştirmeye devam etmelidirler (Kudrowitz vd., 2014). Bu bağlamda, çalışmanın dördüncü hipotezi şudur: H4Aşçıların inovasyon davranışı füzyon mutfak uygulamalarına bakış açılarını pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.

Turizm işletmeciliği, özellikle yiyecek ve içecek işletmeciliği alanında, bireysel inovasyonun incelendiği araştırmalar oldukça azdır (Çetin & Şahin, 2018: s.426). Bu nedenle, bu çalışmanın ana araştırma sorusu aşçıların inovasyon davranışı düzeylerinin füzyon mutfak uygulamalarına olan bakış açılarını etkilemekte midir? Çalışmanın amacı ise turizm sektöründe çalışan aşçıların inovasyon davranışı düzeyleri ile füzyon mutfak uygulamalarına bakış açılarını tespit etmek ve bu iki faktör arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Türkiye'de çalışan aşçıların bu konudaki genel eğilimleri ve düşünceleri hakkında önceki çalışmaların bulunmaması, bu araştırmayı önemli hale getirmektedir. Bu çalışmanın sonuçlarının yiyecek-içecek işletmeleri yöneticilerine, yiyecek-içecek eğitimi veren kurumlara, aşçılara, yiyecek-içecek eğitimi alan öğrencilere ve ilgili alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kavramsal Çerçeve

İnovasyon Davranışı

İnovasyon, yeni ürünler, hizmetler, süreç teknolojileri, organizasyonel yapılar veya idari sistemler ve organizasyon üyelerine ilişkin yeni plan veya programlar olarak tanımlanmaktadır (Damanpour, 1996). Ayrıca inovasyon, bir kuruluşun dış çevresindeki değişikliklere yönelik tepkileriyle birlikte kuruluşun kendisini dönüştürme ve çevreyi etkileme sürecini içerebilecek bir araç olarak da görülmektedir.

İnovasyon davranışı, organizasyonun herhangi bir seviyesinde faydalı yeniliklerin yaratılması, tanıtılması ve kullanılmasına odaklanan tüm bireysel eylemleri kapsar (Fadila & Sawitri, 2023). Başka bir tanıma göre ise inovasyon davranışı, çalışanlar tarafından rol performansına katkıda bulunmak için yeni fikirlerin üretildiği, geliştirildiği, uygulandığı, teşvik edildiği, gerçekleştirildiği ve değiştirildiği bir süreci ifade eder (Thurlings vd., 2015).

Turizm sektöründeki işletmeler, diğer rakip işletmelerle rekabet edebilmek ve müşterilere farklı ve çekici deneyimler sunabilmek için inovasyon yapma ihtiyacı duyarlar (Harrington & Ottenbacher, 2013; Işık, 2018). Günümüzde tüketiciler, estetik ve görsel açıdan çekici, sıradışı ürünlere ilgi göstermektedir ve bu nedenle işletmeler tüketici taleplerini karşılamak için farklı uygulama ve fikirlere ihtiyaç duyarlar (Keskin & Işık, 2013; Yavuz, 2021).

İnovasyon, bir ülkenin istihdamını artırma, refahını artırma ve ekonomik büyümesini destekleme konusunda önemli bir rol oynar (Uzkurt, 2010).

Alanyazında Türkiye'deki aşçıların inovasyon davranışı düzeyleri üzerine yapılan çalışmada, aşçıların inovasyon davranışlarının yenilikçi, öncü, sorgulayıcı, şüpheli ve gelenekçi olmak üzere beş faktörden oluştuğu bulunmuştur (Çetin, 2018). Ayrıca inovasyon davranışı düzeyi ile ilgili diğer çalışmalarda katılımcıların farklı inovasyon davranış kategorilerine sahip olduğu ve bu davranışların demografik değişkenlerle ilişkilendirildiği görülmüştür (Genç vd., 2017; Gürkan & Demiralay, 2017; Aslan, 2017; Korkmaz & Dal, 2020; Kıyıcı vd., 2020; Keleş vd., 2020).

Füzyon Mutfak

Füzyon mutfak, kelime anlamı olarak "kaynaşma" veya "birleşme" anlamına gelen bir terimdir (Türk Dil Kurumu, 2021). Bu tür mutfak, farklı kültürlerin yiyeceklerini ve pişirme tekniklerini bilinçli bir şekilde bir araya getirerek özgün, yaratıcı ve yenilikçi yemeklerin oluşturulduğu bir yaklaşım olarak tanımlanır (Sandıkçı & Çelik; Doğdubay vd., 2007; Can vd., 2012).

Son yıllarda füzyon mutfak uygulamalarına olan artan ilgi, özellikle genç neslin farklı kültürlerin yiyeceklerine olan merakıyla daha da yaygınlaşmıştır. Bu ilgi televizyon ve internet gibi medya platformlarının etkisiyle görülmektedir. Küreselleşme, insanların farklı kültürlerle daha fazla etkileşimde bulunmasına ve bilgiye daha kolay ulaşabilmesine olanak tanıdığı için füzyon mutfağa olan ilgiyi artırmıştır (Chiaro & Rossato, 2015; López-Alt, 2015). Füzyon mutfağın bu popülerliği, Kaliforniya'da başlayan ve dünya geneline yayılan uygulamaların etkisiyle daha da artmıştır (Erdem & Akyürek, 2017).

Füzyon mutfak, aşçılara inovasyonel bir yaklaşım sunarak yeni, farklı ve lezzetli yemekler hazırlama fırsatı sunar (Birdir & Kızılcık, 2017). Ayrıca, destinasyonlarda sunulan yemekler füzyon mutfak uygulamaları ile turistlerin kendi kültürlerine daha yakın hissetmelerini sağlayabilir. Bu, gastronomi turistlerinin özgün, yeni ve farklı yemek deneyimlerine olan talebini artırabilir (Tariç vd., 2019).

Alanyazında Türkiye'de yapılan bir çalışmada, Çanakkale ilinde füzyon mutfak uygulamalarının yerel ürünlerle uyumlu olduğu ve bu alanda büyük potansiyel olduğu belirtilmiştir (Turan vd., 2020). Ayrıca, diğer araştırmalarda füzyon mutfak uygulamalarının ürün çeşitlendirmesi, pazarlama stratejileri ve gastronomi turizminin geliştirilmesi gibi alanlarda kullanılabileceği vurgulanmıştır (Doğdubay vd., 2007; Can vd., 2012; Birdir & Kızılcık, 2017; Tariç vd., 2019). Bu bağlamda, füzyon mutfağa yönelik tüketim ölçeği geliştirilmiş ve geçerliliği test edilmiştir (Karamustafa vd., 2016; Tanrısevdi & Atabey, 2020).

Yöntem

Bu çalışmada turizm sektöründe çalışan aşçıların inovasyon davranışı düzeylerinin füzyon mutfağa bakış açılarını etkileyip etkilemediğini belirlemek amaçlandığından çalışma nicel araştırma ilişkisel tarama desenine göre yürütülmüştür. Çalışma modeli şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1. Çalışma Modeli

Veri Toplama Süreci

Çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Ankette üç bölüm bulunmaktadır:

1. İlk bölümde, katılımcılar hakkında demografik ve tanıtıcı bilgileri içeren 3 soru bulunmaktadır.
2. İkinci bölümde, katılımcıların inovasyon davranışı düzeyini ölçmek için 20 soru bulunmaktadır. Bu sorular, Kılıçer ve Odabaşı (2010) tarafından Türkçeye uyarlanmış olan bireysel yenilikçilik ölçeği kullanılarak hazırlanmıştır.
3. Üçüncü bölümde ise katılımcıların füzyon mutfak uygulamalarına olan bakış açısını değerlendirmek için 19 soru bulunmaktadır. Bu sorular, Karamustafa vd. (2016) çalışmasından esinlenerek uyarlanmıştır.

Anket formunun ölçek uyarlama süreci sırasında kapsam geçerliliği için, ölçeklerdeki maddeler turizm ve gastronomi alanında uzman üç öğretim üyesi tarafından incelenmiş ve gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Ardından, ölçeklerin çalışmanın örnekleme uygulanmasından önce benzer özelliklere sahip 50 kişiye online olarak pilot uygulama yapılmıştır. Pilot uygulama sonucunda ölçümün güvenilirliğini test etmek amacıyla "Cronbach Alpha" değerleri hesaplanmıştır. Bu hesaplamalar sonucunda, inovasyon davranışı düzeyi için 0,864 ve füzyon mutfak uygulamaları bakış açısı için 0,929 olarak güvenilirlik değerleri elde edilmiştir. Çalışmada, veri toplama yöntemi olarak kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem, evrenin kesin sınırlarının bilinemediği veya verinin nereden toplanacağı kestirilemediği durumlarda kullanılır. Kartopu örnekleme yönteminin amacı, elde edilen veriler doğrultusunda bir kişiden diğer kişilere ulaşarak veri toplamaktır (Kozak, 2018).

Çalışma sırasında Türkiye'de çalışan 122,502 aşçı bulunmaktadır. Ancak Sosyal Güvenlik Kurumu tarafından sektör bazlı ayırım yapılmadığı için turizm sektöründe çalışan aşçıların kesin sayısı belirlenememiştir (Sosyal Güvenlik Kurumu, 2020). Çalışmanın amacı doğrultusunda evren sayısı 122,502 kabul edilerek %95 güven aralığı ve %5 hata payı ile hesaplanan örneklemin en az 384 aşçı içermesi gerektiği belirlenmiştir (Ural ve Kılıç, 2013: 47).

Anket formu, 2018 yılında Haziran, Temmuz, Ağustos, Eylül, Ekim ve Kasım aylarında online olarak aşçılara gönderilmiştir. Anket, yaklaşık 2000 aşçıya ve ilgili derneklere üyelerine doldurtması için e-posta yoluyla gönderilmiş, ancak sadece 455 aşçı tarafından doldurulmuştur. 22 anket formunun eksik veya tutarsız olduğu tespit edilmiş ve bu nedenle analiz sürecine dâhil edilmemiştir. Eksik ve tutarsız formların analizden çıkarılması sonucunda, çalışmanın örneklemini doğru bir şekilde doldurulan 433 anket oluşturmuştur. Bu nedenle çalışma, 2018 yılı Haziran-Kasım ayları içinde Türkiye'deki turizm sektöründe çalışan 433 aşçıyı kapsamaktadır.

Veri Analiz Aşaması

Anketin ikinci ve üçüncü kısmında bulunan soruların cevaplandırılmasında, aşçılara, "5-Kesinlikle Katılıyorum, 4-Katılıyorum, 3-Kararsızım, 2-Katılmıyorum, 1-Kesinlikle Katılmıyorum" biçiminde Likert tipi 5'li ölçek ile

hazırlanmış ifadeler yönelti olarak aşçılardan bu ifadeleri cevaplamaları istenmiştir. Ankette yer alan olumsuz soruların ters kodlaması yapılmış olup çalışma sonucunda elde edilen verilerin istatistik analizleri SPSS 22.0 istatistik paket programı ile gerçekleştirilmiştir.

Türkiye'de çalışan aşçıların inovasyon davranışı düzeylerinin füzyon mutfak uygulamalarına olan bakış açılarına etkisini belirlemek için verilerin normallik dağılımına bakılmıştır. Normallik testi sonuçlarına göre, iki ölçeğin de verilerinin normal dağılmadığı tespit edilmiştir. İnovasyon davranışı düzeyi ölçeği için çarpıklık değeri 0,101 ve basıklık değeri 1,355 olarak bulunurken, füzyon mutfak uygulamaları ölçeği için çarpıklık değeri -0,793 ve basıklık değeri 2,705 olarak hesaplanmıştır.

Bu nedenle, verilerin kestirimsel analizleri için nonparametrik analizler kullanılmasına karar verildi. Verilerin analizi sırasında frekans analizi yapılmıştır ve aritmetik ortalama ile standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Aritmetik ortalama değerleri, 1'e yaklaştıkça aşçıların inovasyon davranışı ve füzyon mutfak uygulamalarına bakış açısının düşük, 5'e yaklaştıkça ise yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Çalışmada, elde edilen verilerin analizindeki aritmetik ortalama değerlerinin değişim aralığı aşağıdaki formül kullanılarak hesaplanmıştır (Özdamar, 2004: 630):

$$\text{Değişim Aralığı} = 5-1=4$$

$$\text{Değişim Aralığı} = 4/5=0,80$$

Tablo 1. Aritmetik ortalamaların isabet ettiği seçeneklerin aralık değerlerine göre dağılımı

Ağırlık	Seçenekler	Aralık Değerleri	Sonuç
5	Kesinlikle Katılıyorum	4,20 – 5,00	Çok Yüksek Düzeyde
4	Katılıyorum	3,40 – 4,19	Yüksek Düzeyde
3	Kararsızım	2,60 - 3,39	Orta Düzeyde
2	Katılmıyorum	1,80 – 2,59	Düşük Düzeyde
1	Kesinlikle Katılmıyorum	1,00 – 1,79	Çok Düşük Düzeyde

Çalışmanın ana uygulama bölümünde, inovasyon davranışı düzeyini ölçmek için kullanılan ölçeğin Cronbach's Alpha güvenirlik katsayısı 0,809 olarak belirlendi. Ayrıca, aşçıların füzyon mutfak uygulamalarına bakış açılarını değerlendirmek için kullanılan ölçeğin Cronbach's Alpha güvenirlik katsayısı ise 0,905 olarak tespit edildi.

Cronbach's Alpha değeri, bir ölçeğin güvenilirliğini ölçen bir kriterdir. Değerlendirme için genellikle 0,60'ın üzeri ölçeği "güvenilir" kabul edilirken, 0,80'in üzeri ise "yüksek derecede güvenilir" olarak kabul edilir (Özdamar, 2004). Bu sonuçlar, Türkiye'de turizm sektöründe çalışan aşçıların inovasyon davranışı düzeyi ve füzyon mutfak uygulamalarına bakış açılarını ölçmek için geliştirilen ölçeklerin yüksek güvenirlik düzeyine sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 2. Uygulama ölçümlerinin güvenirlik ve faktör analizi yapılmaya uygunluk düzeyine yönelik sonuçlar

Uygulama	Test Türü	Sonuç
İnovasyon Davranışı Düzeyine Yönelik İfadeler	Cronbach's Alpha(17 ifade)	0,809
	KMO	0,871
	Barlett Küresellik Testi	0,001
Füzyon Mutfak Bakış Açısına Yönelik İfadeler	Cronbach's Alpha(14 ifade)	0,905
	KMO	0,913
	Barlett Küresellik Testi	0,001

Anketin ikinci ve üçüncü bölümlerindeki değişkenler arasındaki ilişkinin yeterli olup olmadığını belirlemek için "Bartlett Küresellik Testi" kullanılmış ve inovasyon davranışı düzeyi ile füzyon mutfak uygulamaları bakış açısı

ölçeği için p değerinin 0,001 olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir. Ayrıca, değişkenler arası ilişkinin faktör analizi için uygunluğunu değerlendirmek amacıyla Kaiser Meyer-Olkin (KMO) testi uygulanmıştır. İnovasyon davranışı düzeyi ölçeğinin KMO değeri 0,871 ve füzyon mutfak uygulamaları bakış açısı ölçeğinin KMO değeri 0,913 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar, her iki ölçeğin faktör analizi için uygun olduğunu ve analizlerin güvenilir sonuçlar vereceğini göstermektedir.

Bulgular

Bu bölümde, Türkiye’de turizm sektöründe çalışan aşçılar üzerinde gerçekleştirilen anket çalışması sonucu elde edilen bulguların analizine yer verilmiştir.

Aşçıların Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular

Bu bölümde Türkiye’de çalışan aşçılara yönelik olarak demografik ve tanıtıcı özelliklerini belirlemeye yönelik üç soru sorulmuştur. Aşçıların bu sorulara verdiği yanıtların frekans ve yüzde değerleri Tablo 3’de sunulmuştur. Tabloya göre, katılımcıların %91,9’unun erkek, %75,5’inin 26-45 yaş aralığında ve %59,1’inin lise mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Aşçıların demografik özelliklerine yönelik bulgular

		N	%
Cinsiyet	Erkek	398	91,9
	Kadın	35	8,1
	Toplam	433	100,0
Yaş	15-25 Yaş	44	10,2
	26-35 Yaş	163	37,6
	36-45 Yaş	164	37,9
	46-55 Yaş	35	8,1
	56 ve üzeri Yaş	5	1,2
	Toplam	411	94,9
Kayıp Veri		22	5,1
Kümülatif Toplam		433	100,0
Eğitim durumu	İlköğretim	9	2,1
	Ortaöğretim	76	17,6
	Lise	256	59,1
	Lisans	90	20,8
	Yüksek Lisans veya Doktora	2	0,5
	Toplam	433	100,0

Aşçıların İnovasyon Davranışı Düzeylerini Oluşturan Faktörlerin Tespitine Yönelik Bulgular

Türkiye’de turizm sektöründe çalışan aşçıların inovasyon davranışı düzeylerini oluşturan faktörleri belirlemek amacıyla faktör analizi uygulanmıştır. Bu analizde Kaiser Kriteri’ne dayalı olarak döndürülmemiş temel bileşenler yöntemi kullanılmıştır. Anketin ilgili bölümlerindeki değişkenler arasındaki korelasyonlar dikkate alınarak minimum sayıda faktör belirlenmiştir.

Tablo 4’de gösterilen faktör analizi sonuçlarına göre, turizm sektöründe çalışan aşçıların inovasyon davranışı düzeyleri üç faktör ve bu faktörlere bağlı 17 ifade ile açıklanmaktadır. Faktör analizi sonucunda elde edilen faktörlerin toplam varyansı açıklama oranının %55,927 olduğu ve ifadelerin faktör yük değerlerinin 0,502 ile 0,821 arasında değiştiği görülmektedir.

İlk faktör "Yeniliğe Açıklık" olarak adlandırılmış ve bu faktör 9 ifadeye sahiptir. İkinci faktör "Yeniliğe Direnç" olarak adlandırılmış ve bu faktör 5 ifadeye sahiptir. Üçüncü faktör ise "Meraklılık" olarak adlandırılmış ve bu faktör 3 ifadeden oluşmaktadır.

Tablo 4. Aşçıların inovasyon davranışı düzeylerini oluşturan faktörlerin tespitine yönelik bulgular

İfade No	İnovasyon Davranışı Düzeyi Değişkenine Yönelik İfadeler	Faktör Yükleri		
		1	2	3
	Yeniliğe Açıklık			
İfade.9	Yaratıcı bir kişi olduğumu düşünüyorum.	0,766		
İfade.14	Problemlere ve belirsizliklere karşı mücadele ederim.	0,754		
İfade.16	Cevaplanmamış sorular beni çözüm bulmaya yöneltir.	0,740		
İfade.15	Yeni fikirlere açık biriyim.	0,739		
İfade.10	Yenilikler konusunda gruba liderlik etmekten hoşlanırım.	0,689		
İfade.7	Düşünce ve davranışlarımın yaratıcı ve özgün olduğunu düşünürüm.	0,640		
İfade.6	Yenilikçilik konusunda insanları kolay etkileyen bir kişi olduğumu düşünürüm.	0,635		
İfade.12	Düşünce ve davranışlarımın çevremdekileri özgün olmaya teşvik ettiğimi düşünürüm.	0,621		
İfade.4	Problemleri çözmek için genellikle yeni yöntemler bulurum.	0,593		
	Yeniliğe Direnç			
İfade.8	Çevremdeki insanlar arasında yeniliği kabul eden en son kişi olduğumu düşünürüm.		0,759	
İfade.13	Eski yaşam tarzının ve işleri eski yöntemlerle yapmanın en iyi yol olduğunu düşünürüm.		0,730	
İfade.11	Çevremdeki insanların işine yaradığını görünceye kadar yenilikleri kabul etmede isteksiz davranırım.		0,713	
İfade.5	Yeni bakış açıları ve yeni buluşlara şüphe ile yaklaşırım.		0,665	
İfade.17	Yeni fikirlere karşı şüpheli davranırım.		0,502	
	Meraklılık			
İfade.1	Yenilikleri takip ettiğim için meslektaşlarım sık sık benden bilgi ve öneri alırlar.			0,821
İfade.2	Yeni şeyleri denemekten hoşlanırım.			0,810
İfade.3	Bir şeyler yaparken, yeni yollar olup olmadığını araştırırım.			0,664
Genel Sonuçlar	Kaiser Meyer Olkin Mesasure (KMO)	0,871		
	Bartlett's Test Anlamlılık Düzeyi (sig.)	0,000		
	Öz Değer	5,594	2,469	1,445
	Faktörlerin Varyansı Açıklama Oranı(%)	32,90	14,522	8,502
	Toplam Varyansın Açıklanma Oranı (%)	55,927		
	Faktörlerin Ortalama Değeri	3,713	2,8797	3,918
	Faktörlerin Standart Sapma Değerleri	0,511	0,797	0,811

Aşçıların İnovasyon Davranışı Düzeylerine Yönelik Bulgular

Bu bölümde aşçıların inovasyon davranışı düzeyleriyle ilgili bulgular sunulmaktadır. Tablo 5'de yer alan verilere göre, genel olarak aşçıların inovasyon davranışı düzeylerinin "yüksek" seviyede olduğu görülmektedir (\bar{x} : 3,504; s.s: 0,503). Ayrıca, inovasyon davranışı düzeyleri boyutlarına göre incelendiğinde, aşçıların "Meraklılık" boyutunda (\bar{x} : 3,919; s.s.: 0,811) ve "Yeniliğe Açıklık" boyutunda (\bar{x} : 3,714; s.s: 0,511) yüksek düzeyde inovasyon davranışına sahip olduğu gözlenmektedir. "Yeniliğe Direnç" boyutunda ise (\bar{x} : 2,880; s.s: 0,797) orta düzeyde inovasyon davranışına sahip oldukları görülmektedir. Bu sonuçlara göre, çalışmanın H1 hipotezi "Aşçıların inovasyon davranışları olumlu bir düzeydedir" kabul edilmektedir.

Tablo 5. Aşçıların inovasyon davranışı düzeylerine yönelik bulgular

	İnovasyon Davranışı Değişkenine Yönelik İfadeler	Aritmetik Ortalama \bar{x}	Standart Sapma s.s
Meraklılık	1.Yenilikleri takip ettiğim için meslektaşlarım sık sık benden bilgi ve öneri alırlar.	4,037	1,101
	2.Yeni şeyleri denemekten hoşlanırım.	3,879	0,863
	3.Bir şeyler yaparken, yeni yollar olup olmadığını araştırırım.	3,840	0,910
	Meraklılık Ortalaması	3,919	0,811
Yeniliğe Direnç	5.Yeni bakış açıları ve yeni buluşlara şüphe ile yaklaşırım.	2,680	1,095
	8.Çevremdeki insanlar arasında yeniliği kabul eden en son kişi olduğumu düşünürüm.	2,763	1,166
	11.Çevremdeki insanların işine yaradığını görüncüye kadar yenilikleri kabul etmede isteksiz davranırım.	2,722	1,062
	13. Eski yaşam tarzının ve işleri eski yöntemlerle yapmanın en iyi yol olduğunu düşünürüm.	3,295	1,300
	17.Yeni fikirlere karşı şüpheli davranırım.	2,939	1,199
	Yeniliğe Direnç Ortalaması	2,880	0,797
Yeniliğe Açıklık	4.Problemleri çözmek için genellikle yeni yöntemler bulurum.	3,863	0,880
	6.Yenilikçilik konusunda insanları kolay etkileyen bir kişi olduğumu düşünürüm.	3,735	0,913
	7.Düşünce ve davranışlarımın yaratıcı ve özgün olduğunu düşünürüm.	3,876	0,806
	9.Yaratıcı bir kişi olduğumu düşünüyorum.	3,882	0,762
	10.Yenilikler konusunda gruba liderlik etmekten hoşlanırım.	3,956	0,782
	12.Düşünce ve davranışlarımla çevremdekileri özgün olmaya teşvik ettiğimi düşünürüm.	3,840	0,805
	14.Problemlere ve belirsizliklere karşı mücadele ederim.	3,904	0,756
	15.Yeni fikirlere açık biriyim.	4,026	0,705
	16.Cevaplanmamış sorular beni çözüm bulmaya yöneltir.	3,984	0,722
	Yeniliğe Açıklık Ortalaması	3,714	0,511
	İNOVASYON DAVRANIŞI DÜZEYİ GENEL ORTALAMASI	3,504	0,503

* 1,00-1,79 Oldukça Düşük Düzeyde; 1,80-2,59: Düşük Düzeyde; 2,60-3,39: Orta Düzeyde; 3,40- 4,19: Yüksek Düzeyde; 4,20-5,00: Çok Yüksek Düzeyde

Aşçıların Füzyon Mutfak Uygulamalarına Bakış Açılarını Oluşturan Faktörlere Yönelik Bulgular

Bu bölümde, turizm sektöründe çalışan aşçıların füzyon mutfak uygulamalarına bakış açılarını oluşturan faktörlerle ilgili bulgular sunulmaktadır. Tablo 6'da yer alan verilere göre, turizm sektöründe çalışan aşçıların füzyon mutfak uygulamalarına bakış açılarını üç faktör ve bu faktörlere bağlı 14 ifadeye sahip olduğu görülmektedir. Faktör analizinde ortaya konulan faktörlerin toplam varyansı açıklama oranının %70,628 olduğu ve ifadelerin faktör yük değerlerinin 0,625 ile 0,865 arasında değiştiği gözlenmektedir.

Füzyon mutfak uygulamalarına bakış açısını oluşturan birinci faktör "Özgünlük ve Sıradışılık" olarak adlandırılmış ve bu faktörün 7 ifadeye sahip olduğu tespit edilmiştir. İkinci faktör "Mesleki Bilgi Avantajı" olarak adlandırılmış ve bu faktörün 4 ifadeye sahip olduğu görülmektedir. Üçüncü faktör ise "Farklı Tatlar" olarak adlandırılmış ve bu faktörün 3 ifadeden oluştuğu belirlenmiştir.

Tablo 6. Aşçıların füzyon mutfak uygulamalarına bakış açılarını oluşturan faktörlere yönelik bulgular

İfade No	Füzyon Mutfak Uygulamaları Değişkenine Yönelik İfadeler	Faktör Yükleri		
		Özgünlük ve Sıradışılık	1	2
İfade.8	Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerini bir araya getirerek sıra dışı kokulara sahip yiyecek ve içecek hazırlamayı severim.	0,831		
İfade.9	Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerini bir araya getirerek özgün yiyecek ve içecek hazırlamayı severim.	0,804		
İfade.7	Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerini bir araya getirerek sıra dışı tatlara sahip yiyecek ve içecek hazırlamayı severim.	0,802		
İfade.5	Farklı mutfak kültürlerine ait yiyecek ve içecekleri bir araya getirerek özgün yiyecek ve içecek hazırlamayı severim.	0,741		
İfade.10	Füzyon mutfak menülere zenginlik katmaktadır.	0,740		
İfade.6	Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerini bir araya getirerek sıra dışı bir şekilde sunmayı severim.	0,721		
İfade.4	Farklı mutfak kültürlerine ait yiyecek ve içecekleri bir araya getirerek sıra dışı kokulara sahip yemekler yapmayı severim.	0,625		
Mesleki Bilgi Avantajı				
İfade.13	Füzyon mutfak yemeklerini öğrenen aşçılar mutfakta daha çabuk terfi alırlar.		0,842	
İfade.14	Füzyon mutfak yemeklerini yapan aşçılar aşçılık camiasında daha çok bilinmektedirler.		0,830	
İfade.11	Füzyon mutfak yemeklerini yapan aşçılar daha fazla gelir elde etmektedir.		0,788	
İfade.12	Füzyon mutfağı aşçılar isim olarak bilmeseler de genel olarak menülerinde kullanılmaktadırlar.		0,723	
Farklı Tatlar				
İfade.1	Bir tabakta farklı ulusların malzemelerini birleştirerek yeni tatlar hazırlamayı severim.			0,865
İfade.2	Bir tabakta farklı ulusların pişirme tekniklerini birleştirerek yeni tatlar hazırlamayı severim.			0,786
İfade.3	Farklı mutfak kültürlerini birleştirerek, birinin diğerine baskın olmadığı yemekler hazırlamayı severim.			0,689
Genel Sonuçlar	Kaiser Meyer Olkin Mesasure (KMO)	0,913		
	Bartlett's Test Anlamlılık Düzeyi (sig.)	0,001		
	Öz Değer	6,736	2,135	1,017
	Faktörlerin Varyansı Açıklama Oranı(%)	48,113	15,248	7,267
	Toplam Varyansın Açıklanma Oranı (%)	70,628		
	Faktörlerin Ortalama Değeri	4,185	3,361	4,318
	Faktörlerin Standart Sapma Değerleri	0,649	0,793	0,702

Aşçıların Füzyon Mutfak Uygulamaları Bakış Açısı Düzeylerine Yönelik Bulgular

Bu bölümde, aşçıların füzyon mutfak uygulamalarına bakış açısı düzeyleri ile ilgili bulgular sunulmaktadır. Tablo 7'de yer alan verilere göre, turizm sektöründe çalışan aşçıların füzyon mutfak uygulamalarına bakış açısı düzeylerinin genel olarak "yüksek" seviyede olduğu görülmektedir (\bar{x} : 3,955; s.s:0,567).

Ayrıca, aşçıların füzyon mutfak uygulamaları bakış açısı düzeylerinin boyutlarına göre incelendiğinde, "Özgünlük ve Sıradışılık" boyutunda (\bar{x} : 4,185; s.s.: 0,650), "Mesleki Bilgi Avantajı" boyutunda (\bar{x} : 3,361; s.s: 0,793) ve "Farklı Tatlar" boyutunda (\bar{x} : 4,318; s.s: 0,702) yüksek seviyede füzyon mutfak uygulamalarına bakış açısı düzeyine sahip oldukları sonucuna varılmıştır.

Sonuç olarak, çalışmanın H2 hipotezi "Aşçıların füzyon mutfak uygulamalarına bakış açıları olumlu bir düzeydedir" kabul edilmiştir.

Tablo 7. Aşçıların Füzyon Mutfak Uygulamalarına Bakış Açılarına Yönelik Bulgular

	Füzyon Mutfak Uygulamaları Değişkenine Yönelik İfadeler	Aritmetik Ortalama \bar{x}	Standart Sapma s.s
Özgünlük, ve Sıradışılık	8.Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerini bir araya getirerek sıra dışı kokulara sahip yiyecek ve içecek hazırlamayı severim.	4,156	0,797
	9.Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerini bir araya getirerek özgün yiyecek ve içecek hazırlamayı severim.	4,158	0,781
	7.Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerini bir araya getirerek sıra dışı tatlarla sahip yiyecek ve içecek hazırlamayı severim.	4,233	0,759
	5.Farklı mutfak kültürlerine ait yiyecek ve içecekleri bir araya getirerek özgün yiyecek ve içecek hazırlamayı severim.	4,193	0,832
	10.Füzyon mutfak menülere zenginlik katmaktadır.	4,040	0,820
	6.Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme tekniklerini bir araya getirerek sıra dışı bir şekilde sunmayı severim.	4,265	0,769
	4.Farklı mutfak kültürlerine ait yiyecek ve içecekleri bir araya getirerek sıra dışı kokulara sahip yemekler yapmayı severim.	4,251	0,786
	Özgünlük, Sıradışılık ve Fayfa Ortalaması	4,185	0,650
Mesleki Bilgi Avantajı	13.Füzyon mutfak yemeklerini öğrenen aşçılar mutfakta daha çabuk terfi alırlar.	3,331	0,951
	14.Füzyon mutfak yemeklerini yapan aşçılar aşçılık camiasında daha çok bilinmektedirler.	3,275	0,971
	11.Füzyon mutfak yemeklerini yapan aşçılar daha fazla gelir elde etmektedir.	3,344	1,012
	12.Füzyon mutfağı aşçılar isim olarak bilmeseler de genel olarak menülerinde kullanılmaktadırlar.	3,494	0,954
	Mesleki Bilgi Avantajı Ortalaması	3,361	0,793
Farklı Tatlar	1.Bir tabakta farklı ulusların malzemelerini birleştirerek yeni tatlar hazırlamayı severim.	4,472	0,822
	2.Bir tabakta farklı ulusların pişirme tekniklerini birleştirerek yeni tatlar hazırlamayı severim.	4,247	0,770
	3.Farklı mutfak kültürlerini birleştirerek, birinin diğerine baskın olmadığı yemekler hazırlamayı severim.	4,236	0,796
	Farklı Tatlar Ortalaması	4,318	0,702
	FÜZYON MUTFAK UYGULAMALARI GENEL ORTALAMASI	3,955	0,567

* 1,00-1,79 Oldukça Düşük Düzeyde; 1,80-2,59: Düşük Düzeyde; 2,60-3,39: Orta Düzeyde; 3,40- 4,19: Yüksek Düzeyde; 4,20-5,00: Çok Yüksek Düzeyde

Aşçıların İnovasyon Davranışı ve Füzyon Mutfak Uygulamalarına Bakış Açıları İlişkisine Yönelik Bulgular

Bu bölüm, aşçıların inovasyon davranışı düzeyleri ile füzyon mutfak uygulamalarına bakış açıları arasındaki ilişkiyi ve bu ilişki derecesini tespit etmeye yönelik bulgular içermektedir. Aşçıların inovasyon davranışı düzeyleri ile füzyon mutfak uygulamalarına bakış açıları arasındaki ilişkiyi belirlemek için korelasyon analizi uygulanmıştır.

Tablo 8'de sunulan verilere göre, aşçıların inovasyon davranışı düzeyleri ile füzyon mutfak uygulamaları bakış açısı arasında "zayıf" düzeyde ($p=0,001$, $p<0,01$, $r=0,336$) pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Başka bir deyişle, aşçıların inovasyon davranışı düzeyi arttıkça füzyon mutfak uygulamalarına bakış açılarının da arttığı görülmüştür.

Bu bağlamda, H3 hipotezi "Aşçıların inovasyon davranışı ile füzyon mutfak uygulamaları bakış açısı arasında pozitif yönlü, anlamlı bir ilişki vardır" kabul edilmiştir.

Tablo 8. Aşçıların inovasyon davranışı düzeyleri ve füzyon mutfak uygulamalarına bakış açıları ilişkisine yönelik bulgular

		Değişkenler	Füzyon Mutfak	İnovasyon Davranışı
Füzyon Mutfak		Spearman's K. Katsayısı(r)	1	0,336**
		Anlamlılık (p)		0,001
İnovasyon Davranışı		Spearman's K. Katsayısı(r)	0,336**	1
		Anlamlılık (p)	0,001	

** Korelasyon %5 Anlamlılık Düzeyindedir.

Aşçıların İnovasyon Davranışının Füzyon Mutfak Uygulamaları Bakış Açısına Etkisine Yönelik Bulgular

Bu bölümde, aşçıların inovasyon davranışı düzeylerinin füzyon mutfak uygulamaları bakış açılarına etkisini değerlendirmek için gerçekleştirilen basit regresyon analizinin sonuçlarına odaklanılmıştır. Aşçıların inovasyon davranışı düzeylerinin füzyon mutfak uygulamaları bakış açıları üzerindeki etkisini belirlemek için basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır.

Tablo 9'daki analiz sonuçları incelendiğinde, uygulanan basit doğrusal regresyon analizinin anlamlı olduğu görülmüştür ($F=93,704$, $p<0,001$, $r=0,423$). Bu kapsamda regresyon modeli şu şekilde kurulmuştur:

$$\text{Füzyon Mutfak Uygulamaları} = 2,141 + (0,510 \times \text{İnovasyon Davranışı}) \quad (r=0,423)$$

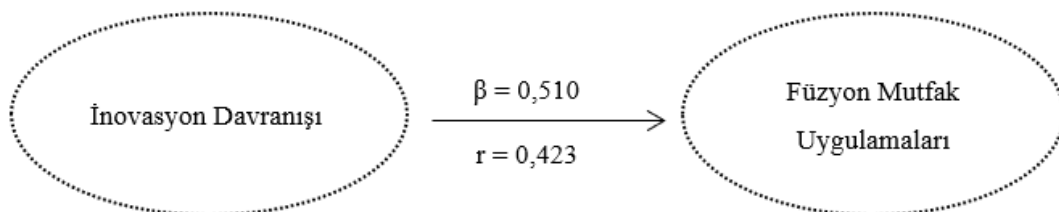
Bu regresyon modeline göre, aşçıların inovasyon davranışı düzeylerinde her 1 birimlik artış, füzyon mutfak uygulamaları bakış açıları üzerinde 0,510 birimlik artışa yol açmaktadır. Bu sonuç, aşçıların inovasyon davranışı düzeylerinin artmasının füzyon mutfak uygulamaları bakış açılarını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir.

Tablo 9. Aşçıların inovasyon davranışı düzeylerinin füzyon mutfak uygulamaları bakış açısına etkisine yönelik bulgular

Bağımsız Değişkenler	Bj	S(bj)	T	P	F	P	R ²
Sabit	2,141	0,191	11,185	0,001**	93,704	0,001**	0,18
İnovasyon Davranışı	0,510	0,053	9,680	0,001**			

* $p<0,001$

Tablo 9'a göre füzyon mutfak uygulamaları üzerinde inovasyon davranışı düzeylerinin $\beta_j = 0,510$ düzeyinde anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiş ($p<0,001$) olup bu kapsamda geliştirilen H4 hipotezi kabul edilmiştir. Ayrıca aşçıların füzyon mutfak uygulamaları bakış açılarındaki değişimin % 0,18' nin (R^2) inovasyon davranışı düzeyleri ile açıklanabildiği, geri kalan % 82'lik kısım için başka değişkenlere ihtiyaç duyulduğu sonucuna varılmıştır. İnovasyon davranışının füzyon mutfak uygulamaları bakış açıları üzerindeki etkisi aşağıdaki şekil ile gösterilmiştir.

**Şekil 2.** Aşçıların inovasyon davranışı düzeylerinin füzyon mutfak uygulamaları bakış açısı üzerindeki etkisi

Sonuç

İnovasyon, bilginin özgün, değerli yeni ürünler, süreçler veya hizmetlerde somutlaşması, birleşmesi veya sentezlenmesi anlamına gelir (Kudrowitz, 2014). Köklü inovasyon, daha önce var olmayan tamamen yeni bir pazar yaratmayı içerirken, aşamalı inovasyon ise mevcut bir pazardaki ürünlere yeni özellikler, iyileştirmeler ve değişiklikler getiren daha küçük ölçekli bir süreci ifade eder (Garcia & Calantone, 2002). İnovasyon davranışı ise, bir grup veya organizasyon içinde yeni fikirlerin bilinçli bir şekilde üretildiği, tanıtıldığı ve uygulandığı ve bu davranışın rol performansına, gruba veya organizasyona fayda sağlama amacını taşıyan bir kavramı ifade eder (Janssen, 2000: 288). Bu tür davranışlar, ürünlerin ve hizmetlerin geliştirilmesine ve işlerin daha verimli bir şekilde yapılmasına olanak tanır. Bu nedenle bireysel yenilik davranışı, bireyin işyerinde yeni fikirler ve yaklaşımlar üretme ve uygulama katkısının önemli olduğu bir konsepttir (Wu vd., 2011). Diğer taraftan füzyon mutfak ise, farklı mutfak geleneklerinin uyumlu bir kombinasyonunu kullanarak yenilikçi ve kusursuz yemekler yaratma sürecini ifade eder (Spence, 2018). İnovasyon ve füzyon mutfak, yaratıcılığı ve yeni fikirleri vurgulayan iki farklı alan olarak öne çıkmaktadır.

Bu çalışmanın amacı aşçıların inovasyon düzeylerinin füzyon mutfak uygulamalarına bakış açılarını etkileyip etkilemediğini belirlemektir. Çalışma kapsamında yapılan faktör analizi sonucunda aşçıların inovasyon davranışı düzeylerinin 17 ifade ve “Yeniliğe Açıklık, Yeniliğe Direnç, Meraklılık” olmak üzere 3 faktörden oluştuğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan aritmetik ortalama sonucunda çalışmanın H1 hipotezi "Aşçıların inovasyon davranışları olumlu bir düzeydedir" kabul edilmiştir (\bar{x} : 3,504; s.s: 0,503). Bu bulgu Güripek vd. (2021) tarafından aynı ölçek(20 ifade) ile aşçılar üzerinde yapılan çalışmanın bulguları ile benzerlik göstermektedir (\bar{x} : 3,44; s.s: 1,202).

Aşçıların füzyon mutfak uygulamalarına bakış açısını belirlemek amacıyla geliştirilen ölçeğin 14 ifade ve “Özgünlük ve Sıradışılık, Mesleki Bilgi Avantajı ve Farklı Tatlar” olmak üzere 3 faktörden oluştuğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan aritmetik ortalama sonucunda çalışmanın H2 hipotezi "Aşçıların füzyon mutfak uygulamalarına bakış açıları olumlu bir düzeydedir" kabul edilmiştir (\bar{x} : 3,955; s.s:0,567). Benze şekilde Saçılık (2020) çalışması füzyon mutfak uygulamalarının olumlu bir şekilde değerlendirildiği ve uygulanması gerektiği yönündeki katılımcı görüşlerini yansıtmaktadır. Bu sonuçlar, füzyon mutfak konseptini geliştirme ve bu tür uygulamaları destekleme isteği yönünden olumlu bir bakış açısı sunmaktadır. Diğer taraftan Ercan (2021) çalışması ise aşçıların füzyon mutfak kavramını nasıl algıladığını ve hangi anahtar kelimelerle ilişkilendirdiğini belirlemiş ve içerik analiz sonuçlarını sunmuştur. Bu, füzyon mutfakla ilgili aşçıların düşünsel yaklaşımlarını daha iyi anlamamıza yardımcı olmaktadır. Dağdeviren (2020) çalışması, aşçıların füzyon mutfak konseptine ne olumlu ne de olumsuz bir bakış açısına sahip olduğunu göstermektedir, bu da füzyon mutfak uygulamalarının farklı tepkilere yol açabileceğini göstermektedir. Son olarak, Özkök (2017) çalışması aşçıların füzyon mutfak uygulamaları hakkında bilgiye sahip olduklarını vurgulamaktadır, bu da bu tür uygulamaların yaygın bir şekilde bilinirlik kazandığını göstermektedir.

Aşçıların inovasyon davranışı düzeyleri ile füzyon mutfak uygulamaları bakış açısı arasında "zayıf" düzeyde ($p=0,001$, $p<0,01$, $r=0,336$) pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, H3 hipotezi "Aşçıların inovasyon davranışı ile füzyon mutfak uygulamaları bakış açısı arasında pozitif yönlü, anlamlı bir ilişki vardır" kabul edilmiştir. Bu bulgu Petruzzelli & Savino (2014) çalışmalarındaki “yenilikler geliştirmek için eski bileşenlerin yeni tekniklerle birleştirilmesi, aşçının bilgi tabanını güncellemesine yardımcı olarak, ortaya çıkan trendlerin ve fırsatların tanınmasını teşvik eder” ifadesini desteklemektedir. Regresyon analizi sonucunda füzyon mutfak uygulamaları

üzerinde inovasyon davranışı düzeylerinin $\beta_j = 0,510$ düzeyinde anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiş ($p < 0,001$) olup bu kapsamda geliştirilen H4 hipotezi kabul edilmiştir. Bu bulgu Presenza vd. (2017) ve De Albuquerque Meneguel vd. (2019) çalışmalarındaki “haute mutfak, aşçının yaratıcılığına ve rekabet avantajını sürdürmek için yenilik yapma kapasitesine güçlü bir şekilde dayanmaktadır” görüşü ile benzerlik göstermektedir.

Elde edilen bulgular doğrultusunda şu çıkarımlar yapılabilir:

İşletmeler, aşçıların inovasyon davranışlarını teşvik ederek, menü çeşitliliği ve kalitesini artırarak müşteri memnuniyetini artırabilir. Aşçıların inovasyon yeteneklerini geliştirmeleri için eğitim programları oluşturulabilir. Yaratıcı düşünme, malzeme kombinasyonları ve sunum becerilerini geliştirmek için aşçılara fırsatlar sunulabilir. İşletmeler aşçıların yaratıcı fikirleriyle benzersiz yemekler ve deneyimler sunarak müşterilerin sadakatini kazanabilirler. İşletmeler, aşçıların füzyon mutfak uygulamalarına olan inovasyonlarını teşvik edebilirler. Aşçılara yaratıcı düşünceleri ve farklı kültürlerden gelen lezzetleri birleştirmeleri için özgürlük ve cesaret verilebilir. Aşçılara farklı kültürlerin mutfakları ve gelenekleri hakkında eğitim verilerek kültürel farklılıkların nasıl füzyon mutfakla birleştirilebileceği konusunda bilinçlendirilebilir. Aşçılara, füzyon mutfak konseptlerini sürekli izlemeleri ve değerlendirmeleri önerilebilir.

Gelecek çalışmalar için ise şunlar önerilebilir: Türkiye çapında gerçekleştirilen bu çalışmada tesadüfi olmayan örneklem tekniklerinden kartopu örneklem yöntemi kullanıldığından dolayı sonuçlar yanıltıcı olabilir bu yüzden gelecek çalışmalar için tesadüfi olan örneklem teknikleri kullanılarak bu konu araştırılıp elde edilen sonuçlar karşılaştırılabilir. Aşçılık eğitimi alan öğrencilerin inovasyon davranışı düzeyleri ve füzyon mutfak uygulamalarına bakış açıları araştırılabilir. Turizm sektöründe müşterilerle sürekli etkileşimde bulunan servis personelleri üzerinde bu iki konunun araştırılması önerilebilir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Çalışma için Gaziantep Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'ndan 24.07.2021 tarihinde 07 numarası ile Etik Kurul onayı alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Abecassis-Moedas, C., Sguera, F., & Ettlie, J. E. (2016). Observe, innovate, succeed: A learning perspective on innovation and the performance of entrepreneurial chefs. *Journal of Business Research*, 69(8), 2840-2848.
- Aslan, E. (2017). *Kırsal turizmde yenilik ve kırsal turizm işletmecilerinin bireysel yenilikçilik düzeylerinin çeşitli değişkenler (aşçılara ve işletmelere ilişkin) açısından incelenmesi: Kocaeli/Kartepe örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırklareli.
- Bazargani, R. H. Z., & Kiliç, H. (2021). Tourism competitiveness and tourism sector performance: Empirical insights from new data. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 73-82.
- 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.

- Birdir, K., & Kızılcık, O. (2017). Yerli turistlerin füzyon mutfak tüketim eğilimleri üzerine Trabzon havalimanında bir araştırma. *Futourism Kongresi*, Mersin, ss. 28-36.
- Can, A., Sünnetçioğlu, S., & Durlu Özkaya, F. (2012). Füzyon mutfağı uygulamalarının gastronomi turizminin gelişmesine katkısı. *13. Ulusal Turizm Kongresi*, Antalya, ss. 873-882.
- Chiaro, D., & Rossato, L. (2015). Food and translation, translation and food. *The Translator*, 21(3): 237-243.
- Çetin, S. A. (2018). *Aşçıların beş faktör kişilik özellikleri, bireysel inovasyon algısı, bireysel inovasyon davranışı ilişkisi: Bursa örneği*. Doktora Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Çetin, S. A., & Şahin, B. (2018). Aşçıların Beş Faktör Kişilik Özellikleri İle Bireysel İnovasyon Algısı İlişkisi (Five Factor Personality Traits and Perception of Individual Innovation Relationship). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 6(4), 419-447.
- Dağdeviren, A. (2020). Yeniçağa'daki Mutfak Şeflerinin Mesleki Değerlendirmeleri. *Econder 2020 II. Uluslararası İktisat, İşletme ve Sosyal Bilimler Kongresi*. Kastamonu, ss. 74-81.
- Damanpour, F. (1996). Organizational complexity and innovation: developing and testing multiple contingency models. *Management science*, 42(5), 693-716.
- De Albuquerque Meneguel, C. R., Mundet, L., & Aulet, S. (2019). The role of a high-quality restaurant in stimulating the creation and development of gastronomy tourism. *International Journal of Hospitality Management*, 83, 220-228.
- Doğdubay, M., Girgin, K. G., & Giritlioğlu, İ. (2007). Yiyecek içecek endüstrisinde bir pazarlama stratejisi olarak ürün geliştirme çalışması (füzyon mutfak uygulaması). *Çeşme Ulusal Turizm Sempozyumu*, İzmir, ss. 33-41.
- Elçi, Ş. , Karataylı, İ., & Karaata, S., (2008). *Bölgesel inovasyon merkezleri: Türkiye için bir model önerisi*. İstanbul: TÜSİAD Yayınları. ss.13-203.
- Ercan, M. O. (2021). *Gastronomi turizmi kapsamında Türk tatlılarının şefler tarafından değerlendirilmesi: Füzyon mutfak uygulamaları kapsamında ürün geliştirme çalışması*. Yüksek Lisans Tezi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Erdem, B., & Akyürek, S. (2017). Yeni bir mutfak akımı: yaşayan mutfaklar. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 103-126.
- Fadila, F., & Sawitri, H. S. R. (2023). A Conceptual Model: The Mediating Role of Creativity Climate in Empowering Leadership on Management Innovation and Innovative Behavior. *European Journal of Business and Management Research*, 8(3), 316-319.
- Garcia, R., & Calantone, R. (2002). A critical look at technological innovation typology and innovativeness terminology: a literature review. *Journal of Product Innovation Management: An International Publication of The Product Development & Management Association*, 19(2), 110-132.
- Genç, E., Yavuz, K. & Aydemir, S. (2017). Üniversite öğrencilerinin bireysel yenilikçilik düzeylerinin değerlendirilmesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 61: 321-333.

- Görkem, O. (2011). *Ulusal aşçılık meslek standardı çerçevesinde mutfak eğitimi yeterliği: Anadolu otelcilik ve turizm meslek liselerinde bir uygulama*. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Güripek, E. , İnce, C. & Eren, S. (2021). Bireysel Yenilikçilik Sınıflandırması ve Öz Yeterlilik İlişkisi: Mutfak Çalışanlarında Bir Araştırma. *OPUS International Journal of Society Researches*, 17 (33) , 278-302.
- Gürkan, G. Ç., & Demiralay, T. (2017). Bireysel yenilikçiliğin çalışanın yenilikçi davranışı üzerindeki etkisinde içsel motivasyonun aracılık rolü: Türkiye’de cerrahlar örneği. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 6 (1): 65-90.
- Güzel, G. (2009). Gastronomi ve inovasyon. *Atılım Üniversitesi Dergisi*, 8: 28-29.
- Hakkıtanır, G., & Bulut, Y. (2021). Samsun İlinin Sahip Olduğu Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi . *Journal of Hospitality and Tourism Issues*,3(1),68-88 .
- Harrington, R.J., & Ottenbacher, M.C. (2013). Managing the culinary innovation process: The case of new product development. *Journal of Culinary Science and Technology*, 11(1), 4-18.
- Hornig, J.S., & Lee, Y.C. (2006). What does it take to be a creative culinary artist?, *Journal of Culinary Science and Technology*, 5(2-3),5-22.
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour. *Journal Of Occupational and Organizational Psychology*, 73(3), 287-302.
- Karamustafa, K., Birdir, K., & Kılıçhan, R. (2016) Gastronomik akımlar çerçevesinde gıda tüketim ölçeği. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 8(2): 29-69.
- Keleş, H. Çınar, K., & Akmeşe, H. (2020). Turizm fakültesi öğrencilerinin bireysel inovasyon algılarının bölüm memnuniyetine etkisi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10 (3): 664-679.
- Kesici, M., & Önçel, S. (2015). Aşçıların Mesleki Özerklikleri İle Yaratıcılık Süreci İlişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 16(1), 23-45.
- Keskin, G., & Işık, C. (2013). Bilgi ekonomilerinde rekabet üstünlüğü oluşturulması açısından inovasyonun önemi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(1): 41-44.
- Kılıçer, K., & Odabaşı, H. F. (2010). Bireysel yenilikçilik ölçeği (BYÖ): Türkçeye uyarlama, geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38: 150-164.
- Kıyıcı, Ş. Aksoy, R., & Koçoğlu, C. (2020). Turist yenilikçiliğinin yenilikçi otel tercihi üzerindeki etkisi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9 (1): 608-635.
- Korkmaz, İ., & Dal N. E. (2020). Bireysel yenilikçiliğin tüketici yenilikçiliğine etkisinde fomo’nun aracılık rolü. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 3: 532-567.
- Kozak, M. (2018). *Bilimsel Araştırma Tasarım Yazım ve Yayım Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kudrowitz, B., Oxborough, A., Choi, J., & Stover, E. (2014). *The chef as designer: Classifying the techniques that chefs use in creating innovative dishes*. In Proceedings of the 2014 Design Research Society Conference (pp. 127-146). Design Research Society/Umea Institute of Design.

- Kurnaz, A., Kurnaz H. A. & Kılıç, B. (2014). Önlisans düzeyinde eğitim alan aşçılık programı öğrencilerinin mesleki tutumlarının belirlenmesi. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32:41-61.
- López-Alt, J. K. (2015). *The Food Lab: Better Home Cooking Through Science*. WW Norton & Company.
- Mısırlı, İ. (2002). Turizm sektöründe meslek standartları ve mesleki belgelendirme sistemi (sertifikasyon). *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13(1): 39-55.
- Mohanty, P. P., Tiwari, S., & Balakrishnan Nair, B. (2022). Analysing food innovation drivers: Chefs' Perspectives. *Journal of Culinary Science & Technology*, 1-18.
- Özdamar, K. (2004). *Paket Programlarla İstatiksel Veri Analizi*. Eskişehir: Kaan Kitapevi Yayınları.
- Özök, G. A. (2017). Mutfak şeflerinin gastronomi ile ilgili görüşleri: Nitel bir araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 182-193.
- Petruzzelli, A. M., & Savino, T. (2014). Search, recombination, and innovation: Lessons from haute cuisine. *Long Range Planning*, 47(4), 224-238.
- Prezenza, A., Abbate, T., Casali, G. L., & Perano, M. (2017). An innovative approach to the intellectual property in haute cuisine. *International Journal of Hospitality Management*, 65, 81-88.
- Rodríguez, C., Florido, C., & Jacob, M. (2020). Circular Economy Contributions to the Tourism Sector: A Critical Literature Review. *Sustainability*, 12(11), 4338. MDPI AG.
- Saçılık, M. Y. (2020). Yenilikçi mutfak akımlarının Türk mutfağı kapsamında uygulanabilirliği ve yerel mutfağın menülerde kullanılması ile ilgili görüşlerin belirlenmesi. *Turizm ve İşletmecilik Dergisi*, 1(1), 21-39.
- Sandıkçı, M., & Çelik, S. (2005). Füzyon mutfak uygulamaları ve misafir memnuniyeti açısından önemi. *1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu*, Antalya, ss. 41-54.
- Sosyal Güvenlik Kurumu. (2020). CİMER başvurusu cevabı.
- Sosyal Güvenlik Kurumu. (2022). İstatistik Yıllıkları. Erişim Adresi: http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/kurumsal/istatistik/sgk_istatistik_yilliklari
- Spence, C. (2018). Contemporary fusion foods: How are they to be defined, and when do they succeed/fail?. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 13, 101-107.
- Tanrısevdi, A., & Atabey, S. (2020). Mutfak personelinin gastronomik akımlar çerçevesinde gıda tüketim eğilimlerinin değerlendirilmesi. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(1): 211-236.
- Tarıncı, A., Yıldırım, G., & Kılıncı, C. Ç. (2019). Osmanlı mutfağının füzyon mutfağı çerçevesinde değerlendirilmesi. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 6(43): 3045-3053.
- Taşkıran, E. (2006). Otel işletmelerinde çalışan yöneticilerin liderlik yönelimleri: İstanbul'daki beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(2): 169-183.
- Thurlings, M., Evers, A. T., & Vermeulen, M. (2015). Toward a model of explaining teachers' innovative behavior: A literature review. *Review of Educational Research*, 85(3), 430-471.

- Tugay, O., & Pekerşen, Y. (2020). İstanbul ilinde 5 yıldızlı otel işletmelerinde çalışan mutfak şeflerinin yenilikçi davranışlarını etkileyen faktörlere ilişkin görüşlerinin belirlenmesi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 15(59), 503-518.
- Turan, H., Başaran, G., Ayduğ, İ., Bayesen, D., & Sünnetçioğlu, S. (2020). Mutfak şeflerinin füzyon mutfağa yönelik görüşleri ve çanakkale iline ait yöresel gıdalar ile füzyon mutfak önerileri. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(2), 332-358.
- Türk Dil Kurumu. (2021). Füzyon. Erişim Adresi: <https://sozluk.gov.tr/>
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2022). Turizm İstatistikleri. Erişim Adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=egitim-kultur-spor-ve-turizm%20105&dil=1>
- UNWTO.(2023). International Tourism Highlights 2023 Edition. Erişim Adresi: https://www.myanmarsbn.org/en/system/files/resource%20files/international_tourism_highlights.pdf
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi*. Ankara:Detay Yayıncılık.
- Uzkurt, C. (2010). İnovasyon yönetimi: inovasyon nedir, nasıl yapılır ve nasıl pazarlanır. Ankara Sanayi Odası Yayın Organı, 39(1), 37-51.
- Vatan, A. (2010). *Turizm işletmelerinde inovasyon: İstanbul'daki 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi.Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Wu, C. H., Parker, S. K., & De Jong, J. P. (2014). Need for cognition as an antecedent of individual innovation behavior. *Journal of Management*, 40(6), 1511-1534.
- Yavuz, G. (2021). Tanınmış Türk şeflerin bakış açısıyla türk mutfağında inovasyon. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1), 426-447.

The Effect of Chefs' Innovation Behavior Levels on Their Perspectives on Fusion Cuisine

Uğur BOZBAYIR

Alanya Alaaddin Keykubat University, Graduate School of Education, Department of Health Tourism,
Antalya/Türkiye

Metin SÜRME

Gaziantep University, Vocational School of Tourism and Hotel Management, Department of Hotel, Restaurant and
Catering Services, Gaziantep/Türkiye

Atıncı OLCAY

Gaziantep University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Gaziantep/Türkiye

Extended Summary

To compete effectively, the tourism industry requires distinctiveness, achieved through innovation (Harrington & Ottenbacher, 2013; Işık, 2018). Innovation involves presenting known or novel features differently (Elçi et al., 2008). This process of change applies to sectors like food services too (Horn & Lee, 2006), enhancing cost-effectiveness, service quality, and product diversity (Güzel, 2009). In the dynamic tourism sector, employees, especially those with unique qualities (Taşkıran, 2006), are vital. Fusion cuisine's novelty (Beagué, 2013) aids innovation, essential for the food industry's evolution (Doğdubay et al., 2007). Global fascination with fusion cuisine (López-Alt, 2015) grows due to TV, the internet, and globalization, affecting even the younger generation (Chiaro & Rossato, 2015). From this point of view, the aim of the study is to reveal the level of innovation behaviour of chefs working in the tourism sector and their perspectives on fusion cuisine and the relationship between them.

The study aimed to assess innovation behavior among tourism chefs, their views on fusion cuisine, and their correlation. The quantitative research relational screening design was employed. Snowball sampling, a non-probability method, collected data where boundaries were unclear (Kozak, 2018).

An online questionnaire, administered from June to November 2018, targeted chefs in Turkey. Around 2000 chefs and associations received the questionnaire via email for their members to complete; only 455 chefs responded.

Analysis methods depended on data normality. Skewness and Kurtosis values were calculated after normality tests. Kolmogorov-Smirnov tests indicated non-normal distribution for both scales. Innovation behavior scale had a skewness of 0.101 and kurtosis of 1.355; fusion cuisine practices scale showed -0.793 skewness and 2.705 kurtosis. Non-parametric analyses were chosen for inferential analysis due to these findings.

In this section, the findings regarding the innovation behaviour levels of the chefs are presented. The findings obtained for the innovation behaviour levels of the chefs are given in Table 1. According to the relevant table, it was determined that the innovation behaviour levels of the chefs were generally at "high" level (\bar{x} : 3,504; s.s.:0,503). However, when the innovation behaviour levels of the chefs were analysed according to their dimensions, it was found that the "Curiosity" dimension (\bar{x} : 3,919; s.s.: 0,811) and "Openness to Innovation" dimension (\bar{x} : 3,714; s. s: 0,511) and "Openness to Innovation" dimension (\bar{x} : 3,714; s.s.: 0,511), and "Resistance to Innovation" dimension (\bar{x} : 2,880; s.s.: 0,797) at "medium" level.

Table 1. Findings Regarding the Level of Innovation Behaviour of Chefs

	Statements for Innovation Behaviour Variable	Mean \bar{x}	Standart Deviation sd
Curiosity	1.Since I follow innovations, my colleagues often ask me for information and suggestions.	4,037	1,101
	2.I like to try new things.	3,879	0,863
	3.I look for new ways of doing things.	3,840	0,910
	Curiosity Mean	3,919	0,811
Resistance to Innovation	5.I am sceptical about new perspectives and new inventions.	2,680	1,095
	8.I think I am the last person among the people around me to accept innovation.	2,763	1,166
	11.I am reluctant to accept innovations until I see that they work for the people around me.	2,722	1,062
	13.I think the old way of life and doing things the old way is the best way.	3,295	1,300
	17.I am sceptical about new ideas.	2,939	1,199
	Resistance to Innovation Mean	2,880	0,797
Openness to Innovation	4.I often find new ways to solve problems.	3,863	0,880
	6.I think that I am a person who influences people easily in terms of innovation.	3,735	0,913
	7.I think that my thoughts and behaviours are creative and original.	3,876	0,806
	9.I think that I am a creative person.	3,882	0,762
	10.I like to lead the group in innovations.	3,956	0,782
	12.I think that I encourage those around me to be original with my thoughts and behaviours.	3,840	0,805
	14.I struggle with problems and uncertainties.	3,904	0,756
	15.I am open to new ideas.	4,026	0,705
	16.Unanswered questions lead me to find solutions.	3,984	0,722
	Openness to Innovation Mean	3,714	0,511
	INNOVATION BEHAVIOUR LEVEL GENERAL MEAN	3,504	0,503

*1.00-1.79: Very Low Level; 1.80-2.59: Low Level; 2.60-3.39: Moderate Level; 3.40- 4.19: High Level; 4.20-5.00: Very High Level

In this section, the findings aimed at revealing the level of chefs' perspectives on fusion cuisine practices are presented. The findings obtained for the level of chefs' perspective on fusion cuisine practices are given in Table 2. According to the related table, it was determined that the level of fusion cuisine practices perspective of the chefs working in the tourism sector was generally at "high" level (\bar{x} : 3,955; s.s: 0,567). However, when the fusion cuisine practices perspective levels of the chefs were analysed according to the dimensions, it was concluded that the chefs had a high level of fusion cuisine practices perspective level in the dimension of "Originality and Uniqueness" (\bar{x} : 4,185; s.s.: 0,650), "Professional Knowledge Advantage" (\bar{x} : 3,361; s.s: 0,793) and "Different Flavours" (\bar{x} : 4,318; s.s: 0,702).

Table 2. Findings Regarding Chefs' Perspectives on Fusion Cuisine Practices

	Statements for the Variable of Fusion Cuisine Practices	Mean \bar{x}	Standart Deviation sd
Originality and Uniqueness	8.I like to prepare food and drinks with unusual flavours by combining cooking techniques from different culinary cultures.	4,156	0,797
	9.I like to prepare original food and beverages by combining cooking techniques from different culinary cultures.	4,158	0,781
	7. I like to prepare food and drinks with unusual flavours by combining cooking techniques from different culinary cultures.	4,233	0,759
	5.I like to prepare original food and drinks by combining food and drinks from different culinary cultures.	4,193	0,832
	10.Fusion cuisine enriches the menus.	4,040	0,820
	6.I like to combine cooking techniques from different culinary cultures and present them in an unusual way.	4,265	0,769
	4.I like to make dishes with unusual flavours by combining food and drinks from different culinary cultures.	4,251	0,786

Table 2. Findings Regarding Chefs' Perspectives on Fusion Cuisine Practices (cont.)

		Originality and Uniqueness Mean	4,185	0,650
Professional Knowledge Advantage	13.Chefs who learn fusion cuisine dishes are promoted more quickly in the cuisine.		3,331	0,951
	14.Chefs who cook fusion cuisine dishes are better known in the culinary community.		3,275	0,971
	11.Chefs who cook fusion cuisine dishes earn more income.		3,344	1,012
	12.Although the cooks do not know fusion cuisine as a name, they generally use it in their menus.		3,494	0,954
		Professional Knowledge Advantage Mean	3,361	0,793
Different Flavours	1.I like to prepare new flavours by combining ingredients from different nations in one dish.		4,472	0,822
	2.I like to prepare new flavours by combining the cooking techniques of different nations in one dish.		4,247	0,770
	3.I like to combine different culinary cultures and prepare dishes where one does not dominate the other.		4,236	0,796
			Different Flavours Mean	4,318
		FUSION CUISINE PRACTICES GENERAL MEAN	3,955	0,567

*1.00-1.79: Very Low Level; 1.80-2.59: Low Level; 2.60-3.39: Moderate Level; 3.40- 4.19: High Level; 4.20-5.00: Very High Level

This heading of the findings section includes the findings on the relationship between chefs' innovation behaviour levels and their perspectives on fusion cuisine practices and the findings on the determination of the degree of relationship arising from this relationship. In this context, correlation analysis was performed to determine the relationship between the chefs' innovation behaviour levels and their perspectives on fusion cuisine practices.

The findings regarding the relationship between chefs' innovation behaviour levels and their perspectives on fusion cuisine practices are shown in Table 3. According to the relevant table, it was determined that there is a positive relationship between the innovation behaviour levels of the chefs and their perspective on fusion cuisine practices at "weak" level (p=0,001, p<0,05, r= 0,336). In other words, as the level of innovation behaviour of the chefs increases, their perspective on fusion cuisine practices also increases.

Table 3. Findings on the relationship between chefs' innovation behaviour levels and their perspectives on fusion cuisine practices

	Variables	Fusion Cuisine	Innovation Behaviour
Fusion Cuisine	Spearman's K. Coefficient(r)	1	0,336**
	Significance (p)		0,001
Innovation Behaviour	Spearman's K. Coefficient(r)	0,336**	1
	Significance (p)	0,001	

** Correlation is at 5% significance level.

In this study, it was determined that the dimension with the highest mean among the dimensions of the innovation behaviour levels of the chefs was the "curiosity" dimension. This finding shows that chefs have higher perceptions in the propositions related to the "curiosity" factor. In addition, the fact that the general innovation behaviour levels of the chefs are "high" shows the satisfaction of the chefs with innovation. This result shows that chefs are open to innovations in the cuisine and can quickly adapt to these innovations.

In this study, another important factor is the chefs' perspective on fusion cuisine practices. It was determined that the dimension with the highest average among the dimensions of the cooks' perspective on fusion cuisine practices is the "different flavours" dimension. This finding shows that the chefs have a higher perception of the propositions

related to the "different flavours" factor. In addition, the fact that the chefs' general perspective on fusion cuisine practices is "high" shows that chefs are interested in fusion cuisine practices and that fusion cuisine practices can be beneficial for the career development of chefs.

In the study, correlation analysis was also conducted to determine the relationship between chefs' innovation behaviour levels and fusion cuisine practices perspective. As a result of the analysis, it was determined that there is a positive and weakly significant relationship between innovation behaviour levels and fusion cuisine practices perspective. While the innovation behaviour levels of the chefs show an increasing tendency, the chefs' perspectives on fusion cuisine practices also show an increasing tendency in the same direction. In other words, as the innovation behaviour levels of the chefs increase, their perspectives on fusion cuisine practices also increase.

Ek 1. Etik Kurul İzni

- 32) Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalının 31.03.2021 tarih, 29224 sayılı ve “Tez Anket Formu Etik Kurul Onayı (Uğur BOZBAYIR)” konulu yazısı incelenmiş olup, Üniversitemiz Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans programı öğrencisi Uğur BOZBAYIR’ın "Turizm Sektöründe Çalışan Aşçıların İnovasyon Davranışı ile Moleküler Gastronomi ve Füzyon Mutfak Uygulamalarına Bakış Açılarını Belirlemek" konulu anket çalışmasının, Üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulunca değerlendirilmesi istenmektedir. Kurula yapılan başvuru; anket çalışmasının amacı, yöntemi, veri kaynakları ve veri toplama araçları açısından değerlendirilmiştir. Kurulumuza beyan edilen belgelere dayalı olarak yapılan incelemeler sonucunda başvuruya ilişkin etik aykırılık tespit edilmemiş olup, adı geçen öğrencinin söz konusu anket çalışmasını yapabilmesinin uygun görülmesine;