



Şeflerin Yerel Yiyeceğe İlişkin Davranışlarının İncelenmesi (An Analysis of Chefs' Behaviors Towards Local Food)

* Serkan GÜN^a , Gül Damla KILIÇ^a

^a Siirt University, School of Tourism Management and Hotel Management, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Siirt/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 26.08.2023

Kabul Tarihi: 06.02.2024

Anahtar Kelimeler

Yerel yiyecek

Mutfak şefleri

Yerel yiyecek algısı

Satın alma niyeti

Keywords

Local food

chefs

Perception of local food

Purchase intention

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Öz

Son zamanlarda yerel gıda tüketimi dünya genelinde popüler bir trend haline geldi. Restoran ve otellerin yerel yiyeceklere menülerinde yer vermesi, turizmde farklılık ve avantaj sağlamaktadır. Yapılan araştırmalara rağmen, özellikle şeflerin yerel yiyeceklere yaklaşımı hakkında sınırlı bilgi bulunmaktadır. Bu çalışma, şeflerin yerel yiyecek algısını, menüdeki kullanımını ve satın alma niyetlerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada karma araştırma yöntemlerinden sıralı açıklayıcı desen kullanılmıştır. Sıralı açıklayıcı desen nicel araştırmayla başlamakta ve nitel araştırmayla devam etmektedir. Elde edilen bulgulara göre; iş gücünün şeflerin yerel yiyecek kullanımını istatistiki olarak anlamlı bir şekilde etkilediği, popülerliğin şeflerin yerel yiyecek kullanımını istatistiki olarak anlamlı şekilde etkilemediği ve yerel yiyecek satın alma niyetinin menüde yerel yiyecek kullanımını istatistiki olarak etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır.

Abstract

Local food consumption has become a global and growing trend in recent times. The inclusion of local foods in the menus of restaurants and hotels provides a distinct advantage in tourism. Despite existing research, there is limited information about chefs' perspectives on local foods. This study aims to determine chefs' perceptions of local foods, their usage in menus, and purchasing intentions. A sequential explanatory design, combining quantitative and qualitative research methods, was employed. Findings indicate that workforce significantly influences chefs' use of local foods, while popularity does not have a statistically significant impact. Moreover, the intention to purchase local foods is not statistically affected by their inclusion in the menu.

* Sorumlu Yazar

E-posta: serkan.gun@siirt.edu.tr (S. Gün)