



Uzak Doğu Restoranlarında Çalışan Bireylerin Gıda Neofobi Düzeylerinin Belirlenmesi: İstanbul ve Bodrum Örneği (Determination of Food Neophobia Levels of Individuals Working in Far Eastern Restaurants: Istanbul and Bodrum Example)

* Cemile BÜYÜKYILDIRIM ^a, Eda GÜNEŞ ^b

^a Necmettin Erbakan University, Institute of Social Sciences, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Konya/Türkiye

^b Necmettin Erbakan University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Konya/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 08.12.2023

Kabul Tarihi: 21.03.2024

Anahtar Kelimeler

Gıda neofobisi

Uzak Doğu

Beslenme

Öz

Değişim ve yenilik olgusu, yaşamımızın her alanında var olan ve sonsuz olarak devam eden olgulardır. Bu iki olgu her sektörü etkilediği gibi yiyecek içecek sektörünü de büyük ölçüde etkilemektedir. Yiyecek-içecek sektörü yeniliğe açık olsa da tüketicilerin hepsi yeniliğe açık değildir. Yeni gıdalara açık olmama durumu yiyecekte yenilik korkusu (gıda neofobisi) olarak adlandırılmaktadır. Bu çalışma kapsamında Uzak Doğu restoranlarında çalışan Türk bireylerin gıda neofobi düzeylerinin değişkenlere göre belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda İstanbul ve Bodrum’da Uzak Doğu restoranlarında çalışan 168 bireye ulaşılmıştır. Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır ve veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Katılımcılara toplam 10 tanımlayıcı soru ve 11 tane de gıda neofobisiyle doğru ya da ters orantılı olan ifadeler yöneltilmiştir. Elde edilen verilere çarpıklık-basıklık, frekans, t-testi ve varyans analizi uygulanmıştır. Betimleyici istatistiklere göre bireylerin yaş değişkenine göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). Çalışmada yer alan diğer değişkenlere göre gıda neofobisi kapsamında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamıştır.

Keywords

Food neophobia

Far East

Nutrition

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Abstract

Change and innovation are phenomena that exist in every area of our lives and continue indefinitely. These two phenomena affect every sector as well as the food and beverage sector to a great extent. Although the food and beverage sector is open to innovation, not all consumers are open to innovation. The state of not being open to new foods is called fear of innovation in food (food neophobia). Within the scope of this study, it is aimed to determine the food neophobia levels of Turkish individuals working in Far Eastern restaurants according to variables. Within this scope, 168 individuals working in Far Eastern restaurants in Istanbul and Bodrum have been reached. Quantitative research methods were used in the research and the questionnaire form was used as a data collection tool. A total of 10 descriptive questions and 11 statements that are directly or inversely proportional to food neophobia were asked to the participants. Skewness-kurtosis, frequency, t-test and variance analysis were applied to the obtained data. According to descriptive statistics, a significant difference was found according to the age variable of individuals ($p<0.05$). There was no significant difference in the scope of food neophobia according to other variables.

* Sorumlu Yazar

E-posta: cemilebykyldrm@gmail.com (C. Büyükyıldırım)

DOI: 10.21325/jotags.2024.1387