



**Contents**

- Kontrol Odağının Psikolojik Dayanıklılık Üzerine Etkisinde Duygusal Zekânın Aracı Rolü: Otel İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama (The Mediating Role of Emotional Intelligence on the Impact of Locus of Control on Psychological Resilience: An Application for Hotel Businesses)**  
Mehmet TEKELİ, Ezgi KIRICI TEKELİ.....1-23
- Analysing Food Image Branding of Turkey From Instagram Social Media Platform**  
Hakan GÖRÜR, Leyla ATABAY, Cem Oktay GÜZELLER..... 24-46
- The Impact of the COVID-19 Pandemic on the Frequency of Food Consumption**  
Burhan BAŞARAN, Hilal PEKMEZCİ PURUT .....47-66
- An Assessment of Bird Watching in Turkey as a Recreational Activity**  
Ertuğrul DÜZGÜN, Asena KURT ..... 67-83
- How Did Covid-19 Affected Career Intentions of Students Studying Tourism**  
Olca ÖZİŞİK YAPICI, Gülsün YILDIRIM, Cengiz BAL.....84-98
- Exploring the Slow Food Perception of Gastronomy and Culinary Arts Students**  
Duygu ÇELEBİ, Seda GENÇ..... 99-110
- The Relationships Between Psychological Empowerment Organizational Trust and Employee Motivation: An Empirical Research on Hotel Employees in Istanbul**  
Nihal YILMAZ, Nilüfer VATANSEVER TOYLAN.....111-130
- The Effect of Career Plateau on Time Banditry: An Application in a Five-Star City Hotel in Turkey**  
Songül ÖZER.....131-144
- Restaurant Design in 2000's: A Philosophical, Artistic and Socio-Cultural Analysis**  
Pınar ŞENEL .....145-152
- Dünyadaki Gastronomi Müzelerinin Tematik Analizi (Thematic Analysis of Gastronomy Museums in the World)**  
Aybüke CEYHUN SEZGİN, Tansu AKBIYUK..... 153-184
- Bir Bilim Dalı Olarak Önoloji (Oenology as a Science)**  
Öznur CUMHUR, Aysu ALTAŞ.....185-202
- Konaklama İşletmelerinin İş Süreçlerinde Yapay Zekâ Teknolojileri ve Akıllı Otel Uygulamaları: Avantajlar ve Dezavantajlar (Artificial Intelligence Technologies and Smart Hotel Practicesses at Hospitality Organizations Business Processes: Advantages and Disadvantages)**  
Çağla DEMİR .....203-219

<b>Tüketicilerin Organik Gıda Satın Alma Davranışları ve Tutumlarına İlişkin Bir Değerlendirme (An Assessment of Consumers of Organic Food Purchase Behavior and Attitudes)</b> Ramazan İNAN, Aydan BEKAR, Hakan URLU.....	220-235
<b>Turistik Ürün Olarak Yerel Mutfağın Turist Tiplerinin Seyahat Motivasyonu ve Seyahat Deneyimlerine Etkisi Üzerine Bir Değerlendirme (An Evaluation on the Effect of Local Cuisine as a Tourist Product on Tourist Types of Travel Motivation and Travel Experiences)</b> Mevlüt UYAR.....	236-252
<b>Turizm Sektöründe Sosyal Medya İletişiminin, Duyusal Markalama, Müşteri Değeri ve Müşteri Sadakatine Etkisi (The Effect of Social Media Communication on Sensory Branding, Customer Value and Customer Loyalty in the Tourism Sector)</b> Oğuzhan DÜLGAROĞLU, Cevdet AVCIKURT.....	253-274
<b>Veri Madenciliği ve Turizmde Veri Madenciliği Çalışmaları (Data Mining and Data Mining Studies in Tourism)</b> Tuğba ŞEN KÜPELİ, Kurban ÜNLÜÖNEN.....	275-298
<b>Sivas Sokak Lezzetleri ve Tüketicilerin Sokak Lezzetlerine Bakış Açısı (Street Foods and Consumers' Perspective on the Street Foods in Sivas)</b> Emre HASTAOĞLU, Berna SÜN BÜL, Sibel DEMİRCİOĞLU.....	299-313
<b>Fine Dining Restoranlarda Türk Mutfağının Yeri: İstanbul Örneği (The Place of Turkish Cuisine in Fine Dining Restaurants: İstanbul Example)</b> Seçil TOP, Nihan YARMAÇI.....	314-340
<b>UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastro-Turist Profilinin Belirlenmesi: Gaziantep ve Hatay İli Örneği (Determining Gastro-Tourist Profile of UNESCO Creative Cities Network: The Sample of Gaziantep and Hatay Province)</b> Şilan DAĞDELEN, Hüseyin PAMUKÇU.....	341-365
<b>Üniversite Öğrencilerinin Yeme Davranışları Üzerine Bir Araştırma (A Study on the Eating Behavior of University Students)</b> Ahmet TAYFUN, Nadira TURGANBAEVA, Dinara ISAKOVA.....	366-376
<b>Yerel Restoranların Değerlendirilmesinde Fikir Madenciliği: Gaziantep Örneği (Opinion Mining in the Evaluation of Local Restaurants: The Case of Gaziantep)</b> İbrahim Akın ÖZEN.....	377-391
<b>Foodstagramming: Kuşaklar Açısından Değerlendirilmesi ve Yiyecek İçecek İşletmesi Tercihine Etkisi (Foodstagramming: Evaluation in Terms of Generations and It's Effect on Food and Beverage Establishment Preference)</b> Burhan KILIÇ, Duygu DEMİR.....	392-408
<b>Boş Zaman Tatmin Ölçeğinin Türkçe Formunun Güvenirlik ve Geçerlilik Çalışması (Reliability and Validity Study of the Turkish Form of the Leisure Satisfaction Scale)</b> Muhammet VAPUR, Halise Dilek SEVİN.....	409-425
<b>Tanınmış Türk Şeflerin Bakış Açısıyla Türk Mutfağında İnovasyon (Innovation in Turkish Cuisine from the Perspective of Well-Known Turkish Chefs)</b> Gülser YAVUZ.....	426-447
<b>Yiyecek İçecek İşletmelerindeki Gıda Kaybı ve İsrafının Maliyete Etkisi (The Effects of Food Loss and Wastage on Cost in Food and Beverage Businesses: Research on Kitchen Staff)</b> Duygu KIRMIZIKUŞAK, Rahmi YÜCEL.....	448-469

<b>Türk Mutfağının Uluslararası Bilinirliğindeki Engeller ve Aşçıların Konu Hakkındaki Görüşleri (The Obstacles Regarding the International Recognition of Turkish Cuisine and the Related Viewpoints of Cooks)</b> Şule AYDIN, Emrah KESKİN, Durmuş Ali AYDEMİR.....	470-487
<b>Yoksul Yanlı Turizm Yaklaşımının Desteklenmesinde ve Kırsal Yoksulluğun Azaltılmasında Kırsal Turizmin Rolü: Eskişehir Örneği (The Role of Rural Tourism in Supporting Poor Biased Tourism Approach and Reducing Rural Poverty: The Case of Eskişehir)</b> Gönül ÇAY, Emre Ozan AKSÖZ.....	488-510
<b>Yiyecek İçecek İşletmelerinde Kurumsal İtibarın Müşteri Sadakatine Etkisi: İzmir Örneği (The Effect of Corporate Reputation on Customer Loyalty in Food and Beverage Businesses: A Case of İzmir)</b> Harun PAÇA, Özer ŞAHİN.....	511-530
<b>Sosyal Medyanın X ve Z Kuşağı Üzerindeki Yemek Yeme Davranışına Etkisi (The Effect of Social Media on Eating Behavior in Generations X and Z)</b> Arzu KILIÇLAR, İsmail BOZKURT, Gizem Sultan SARIKAYA, Ayşe ŞAHİN.....	531-552
<b>Uçak Kaygılarının Turistik Seyahatlere Etkisine Yönelik Bir Araştırma (A Study on the Effects of Airplane Concerns on Tourist Travels)</b> Cevdet AVCIKURT, Mehmet SARIOĞLAN, Gencay SAATÇI, Yakup DİNÇ.....	553-572
<b>A Research on Post-Covid-19 Career Perception and Business Life Expectations of Generation Z: The Case of the Tourism and Business Faculties</b> Erhan KILINÇ, Fatih VAROL.....	573-594