



Restoran Müşterilerinin Helal Gıdaya Yönelik Algılarının Belirlenmesi: Tekirdağ Örneği (Determination of Restaurant Customers' Perception of Halal Food: Tekirdağ Sample)

Hasibe YAZIT^a, *Hasan CİNNİOĞLU^a, Derya DEMİRDELEN^b

^a Namık Kemal University, Şarköy Vocational School, Tekirdağ/Turkey

^b İstanbul Ayyansaray University, Plato Vocational School, İstanbul/Turkey

Anahtar Kelimeler

Helal turizm
Helal gıda
Yiyecek içecek işletmeleri
Turizm
Tekirdağ

Öz

Bu çalışmanın temel amacı, restoran müşterilerinin helal gıda hakkındaki düşüncelerini belirlemek ve bu düşüncenin, kişilerin sahip oldukları sosyo-demografik faktörlere göre değişip değişmediğini ortaya koymaktır. Literatür incelendiğinde helal gıdaya yönelik birçok araştırma bulunurken, restorana gelen misafirlerin helal gıdaya yönelik algısını belirlemeye yönelik az sayıda çalışma olduğu görülmüştür. Bu noktada çalışma önemli görülerek, gerçekleştirilmesi gerektiği düşünülmüştür. Araştırmanın örneklemini Tekirdağ il merkezinde bulunan birinci sınıf restoran işletmelerine gelen 329 misafir oluşturmaktadır. Veriler, katılımcıların helal gıdaya ilişkin düşüncelerini belirlemeye yönelik ifadelerden ve demografik özelliklerine ait sorulardan (cinsiyet, yaş, medeni durum, gelir düzeyi, eğitim seviyesi, meslek) oluşan bir anket kullanılarak elde edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen verilerin yorumlanması için faktör analizi, t testi, annova testi gibi analizler kullanılmıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların helal gıda algısının orta düzeyde olduğu ve bu algının katılımcıların cinsiyetlerine, medeni durumlarına ve mesleklerine göre bir farklılık göstermediği ancak eğitim düzeyi, yaş ve gelir düzeyine göre anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir.

Keywords

Halal tourism
Halal food
Food & beverage businesses
Tourism
Tekirdağ

Abstract

The main purpose of this study is to determine restaurant customers' thoughts about halal food and to show whether these considerations vary according to socio-demographic factors. When the literature is examined, it is seen that there are relatively few studies to determine the perception of halal food of the guests who come to restaurants while there are many studies on halal food. At this point, it has been thought that the study should be realized by seeing the importance of it. The sample of the research consists of 329 guests who came to first class restaurant operations in Tekirdag province centre. The data were obtained by using a questionnaire that included participants' attitudes toward halal food and their demographic characteristics (gender, age, marital status, income level, education level, occupation). Analyses such as factor analysis, t test, anova test were used to interpret the data obtained. As a result of the research, participants were found to have a moderate level of halal food perception and these participants did not differ according to their gender, marital status and occupation, but showed significant differences according to education level, age and income level.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: hcinnioğlu@nku.edu.tr (H. Cinnioğlu),