



Tat Algılamayı Etkileyen Faktörler (Factor Affecting Perception of Taste)

*Suzan ŞEREN KARAKUŞ^a

^aGazi University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, 06830 Gölbaşı, Ankara / Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi: 21.08.2013

Kabul

Tarihi: 11.11.2013

Anahtar Kelimeler

Tat
Tat Algılama
Beslenme

Keywords

Taste
Taste Perception
Nutrition

Öz

Besinin tadı besinin tüketilebilirliğindeki en önemli faktördür. Doğada tat verici özelliği olan çok çeşitli maddeler mevcuttur. Bunların verdiği tatlar; ekşi, acı, tatlı, tuzlu ve umami tat olarak beş gruba ayrılmaktadır. Genel olarak insanların tatları veren maddeleri algılama düzeyleri farklılık göstermektedir. Bu farklılıkların oluşumunda yaş, cinsiyet, genetik, hastalıklar, psikolojik durum, sosyokültürel farklılıklar, alışkanlıklar ve tadılan besinin özellikleri gibi birçok faktör rol oynamaktadır. Yapılacak olan yeni çalışmalar bu faktörlere yenilerini etkileyecek ya da bazı faktörlerin etkilerinin farklı nedenlerden kaynaklanmış olacağını ortaya koyacaktır. Çalışmanın yiyecek ve içecek hizmetlerinin verildiği otel, restoran vb. işletmeler açısından tüketicilerinin tat beklentilerinin belirlenmesine, tüketilen yiyeceklere karşı gösterilen farklı tepkilerin anlaşılmasına, tüketici profillerine göre menü hazırlanmasına ve gıda sektöründe panelist seçimine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Abstract

Taste of the food is the most important thing in terms of its consumption. There are various items with flavor in nature. These tastes divided into five groups as sour, bitter, sweet, salty and umami. In general people level of sensation of these tastes differs. Many factors play role in formation of these differences like age, sex, genetic, diseases, psychological status, socio-cultural differences, habits and characteristics of the food tasted. Further studies may discover the new factors or reveal that the effects of certain factors stem from some other reasons. It is expected that this study will contribute to establishments serving food and beverages like hotels, restaurants etc. about determination of consumers' expectation of tastes, understanding different reactions to consumed foods and preparing menus according to consumer profiles and selecting panelists in food industry.

*Sorumlu yazar

suseren@gazi.edu.tr (S. Seren-Karakuş)