

Yemek kurslarına katılan bireylerin memnuniyeti üzerinde yiyecek neofilisinin aracı rolü ve memnuniyetin tekrar ziyaret etme niyeti üzerine etkisi

The mediating role of food neophilia on the satisfaction of individuals attending cooking courses and the effect of satisfaction on revisit intention

Gönderim Tarihi / Received: 30.04.2024

Kabul Tarihi / Accepted: 23.12.2024

Doi: [10.31795/baunsobed.1475781](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1475781)

Tuba ALDEMİR**1

Berre Zeynep UÇAN KAYAALP²

ÖZ: Kişilerin daha önce bilmedikleri veya tatmadıkları yiyecekleri deneyimlemeye karşı gösterdikleri tutum, tüketim tercihleri üzerinde belirleyici rol oynamaktadır. Yiyecek neofilisi de bu duruma pozitif yönde etki etmekte ve yeni deneyimlere açık olma eğilimine katkı sağlamaktadır. Bu deneyimlerden biri olan yemek kursları; kazandırdıkları yeni pratiklerle bireylerin günlük hayatın rutininden kaçış isteğine, eğitimlerinde farklı mutfak kültürlerine yer vermeleri ile kültürel deneyim kazanma isteğine ve katılımcıların bu eğitimleri çevreleriyle paylaşımları ile prestij kazanma isteğine katkıda bulunmaktadır. Buradan hareketle çalışmada, yemek kurslarına katılan bireylerin duydukları memnuniyet üzerinde yiyecek neofilisinin aracı rolünün ve memnuniyetin tekrar ziyaret etme niyeti üzerine olan etkisinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Nicel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmada, veri toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Yemek kurslarına katılan 393 kişiye çevrim içi olarak uygulanan anket verilerinin analizi için SPSS programı kullanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre; yemek kurslarına katılmanın ve kültürel deneyim kazanmanın memnuniyet üzerinde etkili olduğu, yiyecek neofilisinin prestij haricindeki tüm bağımsız değişkenler ile memnuniyet arasındaki ilişkide aracı rolü bulunduğu belirlenmiştir. Ayrıca memnuniyetin yemek kurslarını tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yiyecek neofilisi, Yemek kursları, Aşçılık eğitimi, Memnuniyet, Tekrar ziyaret etme niyeti

ABSTRACT: People's attitudes towards experiencing foods they do not know or have never tasted before play a decisive role in their consumption preferences. Food neophilia also appears to impact this situation positively and contributes to the tendency to be open to new experiences. As one of these experiences, cooking courses contribute to the desire of individuals to escape from the routine of daily life with the new practices they provide, the desire to gain cultural experience by including different culinary cultures in their training, and the desire to gain prestige by sharing these training with their environment. From this point of view, the study aims to reveal the mediating role of food neophilia on the satisfaction of individuals participating in cooking courses and the effect of satisfaction on the intention to revisit. The study utilized the survey technique as a data collection tool within the framework of the quantitative research method. SPSS program was used to analyze the online survey data applied to 393 people who attended cooking courses. According to the results obtained, attending cooking courses and gaining cultural experience were effective on satisfaction, and food neophilia was mediating in the relationship between satisfaction and all independent variables except prestige. It was also concluded that satisfaction was effective on the intention to revisit.

Keywords: Food neophilia, Cooking courses, Cooking training, Satisfaction, Revisit intention

** Sorumlu Yazar / Corresponding Author

¹ Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Esenyurt Üniversitesi/Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, tubaaldemir@yahoo.com, <https://orcid.org/0000-0001-7719-3640>

² Öğr. Gör., İstanbul Esenyurt Üniversitesi/Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, berrezeynepucankayaalp@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-1180-3100>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

Food neophilia can be effective on individuals' food preferences and choices. Food neophilia, which has attracted the attention of gastronomy science in recent years, is the curiosity of individuals to try the food of different cultures, experience new flavours and learn different cooking techniques (Güneren et al., 2022: 3196). In today's world, where life flows very fast, the search for difference and innovation is becoming increasingly widespread. People's desire to get out of routine life leads them to have different experiences and explore. Individuals with neophilia also tend to experience local food, meet new people and discover new cultures when they travel to a destination they have not visited before (Yoon & Uysal, 2005: 49). Even just the desire to taste local food can be a travel motivation for these people. In a study investigating the effect of neophilia on the purchase motivations of tourists visiting local markets selling food, it was determined that communicating with local producers and cultural experience were effective on consumption preferences and satisfaction, and neophilia played an important role in this situation (Dimitrovski & Crespi-Valbona, 2017). The search for novelty manifests itself in people with neophilia not only in tasting food but also in making food and learning new recipes and cooking techniques because all kinds of new food-related experiences are defined as food neophilia (Pliner & Hobden, 1992). With this desire to discover, learn and experience, some of those who want to receive a culinary education and improve themselves turn to schools and some to courses.

Methodology

This study aims to determine the mediating role of food neophilia on the satisfaction of individuals attending cookery courses and the effect of satisfaction on the intention to revisit. When the literature is examined, it is seen that studies on individuals' neophilia tendencies are in the minority, focusing more on neophobia and the effects of personality traits on food consumption preferences. In this context, the study will help understand the impact of neophilia on the activity preferences of individuals in their social lives and contribute to the literature. The scale in Dimitrovski and Crespi-Valbona's (2017) research was used, and the quantitative research method was used. The data were collected between July and August, 2023. The answers to the statements in the questionnaire were taken online using a 5-point Likert scale. In the questionnaire applied to the trainees who participated in the face-to-face cooking courses in the public education centres of the municipalities, questions evaluating the socio-demographic characteristics of the participants (such as age, gender, education level, and occupation) were also included. As a result of the study, the survey data obtained from 393 participants were analysed in the SPSS 26.0 programme. The model created in this context was tested with the following hypotheses.

H1a: Escape from routine has a positive effect on satisfaction.

H1b: Cultural experience has a positive effect on satisfaction.

H1c: Prestige has a positive effect on satisfaction.

H1d: Participation in cooking courses has a positive effect on satisfaction.

H1e: Satisfaction has a positive effect on revisit intention.

H2a: Food neophilia mediates the relationship between escape from routine and satisfaction.

H2b: Food neophilia has a mediating role in the relationship between cultural experience and satisfaction.

H2c: Food neophilia has a mediating role in the relationship between prestige and satisfaction.

H2d: Food neophilia has a mediating role in the relationship between attending cookery courses and satisfaction.

Findings and discussion

Food neophilia is highly effective on the social activity preferences of people with this tendency. The study investigated the effect of the relationship between food neophilia and the independent variables of attending cooking courses, escaping from routine, gaining cultural experience, and gaining prestige on individuals' satisfaction. In addition, the effect of their satisfaction with their participation in cooking courses on their intention to participate again was evaluated.

In previous studies, it is stated that the desire to escape from the routine of daily life allows the discovery of new cuisines (Dimitrovski & Crespi-Vallbona, 2017; Kılıç, 2017). However, when the variable of escape from routine was examined, it was observed that the new flavours experienced by individuals participating in cooking courses did not affect distancing themselves from the crowd and relaxing. On the other hand, when food neophilia assumed the mediating role, it was found that the desire to escape from routine was effective on satisfaction. The desire to escape from routine may not be the direct purpose of individuals attending cookery courses because many people attend these courses to learn new skills, to engage in social interaction, or to expand their knowledge of gastronomy. However, the sense of novelty and discovery provided by encountering different flavours in this process may indirectly lead to increased satisfaction by allowing individuals to get away from monotony. Therefore, when food neophilia comes into play, it is possible for individuals to both enjoy new experiences and experience a sense of escape from routine. Regarding the cultural experience variable, it was observed that the inclusion of dishes and cooking methods from different culinary cultures in cooking courses contributed to the individuals participating in these courses having information about different cultures and gaining an idea about the lives of people who adopted these cultures. In addition, it is seen that individuals' desire for cultural experience is more satisfied through food neophilia. This is because studies have shown that the inclusion of new and different foods in the cooking course training contributes positively to individuals' desire to provide a cultural experience (Hu et al., 2013; Dimitrovski & Crespi-Valbona, 2017). However, it was found that gaining prestige did not positively affect the satisfaction they would feel from their participation in the courses; in addition, food neophilia did not have a mediating role in individuals' desire to gain prestige. This is thought to be because the desire to gain cultural experience overrides the desire to gain prestige. The desire to get away from the monotony of daily life and the motivation to discover new cultures and flavours were seen more important for the participants than the desire to gain prestige in their social environment. When the variables of satisfaction and intention to revisit were analysed, it was determined that meeting the expectations of the individuals when they attended the cooking courses made them feel satisfied with their decision to participate in the cooking courses and think that they had made the right choice by attending the cooking courses. It has been found that the experiences gained in cooking courses increased the satisfaction levels of individuals; therefore, it encouraged individuals to participate in cooking courses again; and these results align with previous studies (Kirillova et al., 2014). Researchers also support that satisfaction significantly affects the intention to revisit (Dimitrovski & Crespi-Vallbona, 2017; Cankül & Kol, 2022).

Results and recommendations

In summary, it was concluded that the desire to participate in cookery courses and to gain cultural experience was effective on individuals' satisfaction. Food neophilia was effective as a mediating variable in the relationship between the desire to attend courses, escape from routine and gain cultural experience and satisfaction with the experience. However, it was determined that food neophilia did not mediate the relationship between gaining prestige and satisfaction. Satisfaction was found to have a positive effect on revisit intention.

In this context, it is thought that knowing the approach of the target group to innovations, which is planned to participate in the courses, will enable the institutions providing culinary education to arrange their training programmes and course contents according to the expectations of these individuals. For this purpose, it is recommended that questions be included during course registrations to understand the expectations of individuals behind their participation in cooking courses. On the other hand, it is thought that sharing the course contents prepared according to the data obtained in this way on the courses' online platforms will positively affect the intention of these individuals to participate in cooking courses. In addition, it is foreseen that expanding this study and conducting it on students studying at associate and undergraduate culinary schools will contribute to understand the effect of food neophilia on the choice of culinary profession.

Giriş

Sürekli değişen dünyada, insanoğlu yeni deneyimler arayarak yaşamını zenginleştirmeyi ve kendini geliştirmeyi amaçlamaktadır. Özellikle son dönemlerde hızla gelişen teknoloji ve küreselleşme, bireylerin yenilikleri keşfetme arzusunu tetiklemektedir (Bacanlı ve Türk Kurtça, 2020). Modern toplumlarda bireylerin yeni trendleri takip etme ve teknolojik gelişmelere uyum sağlama çabası, farklı kültürleri keşfetme ve yenilik arayışı isteklerini beslemektedir. Bu durum, neofili kavramının doğmasında etkili olmuştur. Yeni olanla ilgilenme ve bu yeni deneyimlere karşı büyük bir merak duyma eğilimi olarak tanımlanan neofili, neo" (yenilik, yeni) ve "philia" (sevgi, tutku) kelimelerinin birleşimiyle ortaya çıkmış bir kavramdır (Kaplan, 2018). Neofiliye sahip olan kişilerin deneyimlemek istedikleri yenilik; fikir, teknoloji, yer ya da lezzet unsurlarında ortaya çıkabilmektedir. Bireylerin yeniliklere açık olması ve yeni deneyimler yaşama isteği ise bakış açılarını ve yaratıcılıklarını geliştirmelerine yardımcı olmaktadır. Ayrıca farklı kültürlere merak duyulması, kültürler arası etkileşime de olanak tanımaktadır (Latimer vd., 2015: 1577). Yiyecek neofilisi, bu keşif ve deneyimleme isteğinin özel bir kısmını oluşturmaktadır. Yiyecek neofilisine sahip bireyler, genellikle neofilik bireylerdir. Ancak her neofilik bireyin aynı zamanda yiyecek neofilisine de sahip olduğunu söylemek doğru değildir. Zira yeniliklere karşı merak ve ilgi duyan kişiler için yemek, her zaman çekicilik unsuru olarak görülmeyebilir. Bununla birlikte neofili ve yiyecek neofilisi, çoğu zaman birbirini besleyen iki kavram olarak değerlendirilmektedir. Kısaca ifade etmek gerekirse yenilik arayışı olarak nitelendirilen neofili genel yaşam tarzını şekillendirirken, yiyecek neofilisi bu yaşam tarzının önemli bir parçasını oluşturmaktadır (Luis, 2010: 85).

Yiyecek neofilisi, bireylerin yemek tercihleri ve seçimleri üzerinde etkili olabilmektedir. Son yıllarda gastronomi biliminin de ilgisini çeken yiyecek neofilisi; bireylerin farklı kültürlerin yemeklerini ve yeni lezzetleri deneyimlemeye, ayrıca farklı pişirme teknikleri öğrenmeye merak duymasıdır (Güneren vd., 2022: 3196). Bu kişilere estetik açıdan göze hitap eden yemek sunumları da yemeğin lezzeti kadar çekici ve cazip gelmektedir. Yaratıcı şefler tarafından farklı ve denenmemiş pişirme teknikleri kullanılarak hazırlanan özgün yemeklerin sunulduğu restoranları ziyaret etmeye istek duyarlar (Ha, 2011: 50). Bu deneyimleri gerçekleştirmek için çoğunlukla yemek kitapları, TV yemek programları, yemek yarışmaları ve ünlü şeflerin sosyal medya hesaplarından faydalanırlar. Yiyecek neofilisine sahip bireylerin yenilik arayışlarını karşılayan bir alan da yemek kurslarıdır. Yemek kursları sayesinde mutfak bilgi ve becerisini geliştirmenin yanında sunum ve süsleme konusunda da bilgi sahibi olan katılımcılar, farklı malzemeleri ve tatları bir araya getirerek kendi tariflerini oluşturma imkânı bulurlar. Ayrıca bu süreçte ekip çalışması, malzeme paylaşımı ve yapılan yemeklerin birlikte yenmesi sayesinde sosyal etkileşimlerini de artırma fırsatı edinirler. Yemek kursları aynı zamanda kişilerin yaratıcılığını teşvik ederek neofili eğilimlerini tetikleyebilmekte veya neofili eğilimlerini tatmin etmede bir seçenek olabilmektedir (Tomic Maksan vd., 2019: 589). Buradan hareketle yeni tarifler keşfetmelerine ve deneyimlemelerine olanak sağlayacak yemek kursları da yiyecek neofilisine sahip bireylerin ilgisini çekecek bir unsur olarak değerlendirilebilir. Ancak yemek pişirmeye istekli olan bireylerin her zaman yemekleri tatma eğiliminde olmayabileceği de göz önünde bulundurulmalıdır.

Bu çalışmada, yiyecek neofilisinin yemek kurslarına katılan bireylerin memnuniyeti üzerindeki aracı rolünün ve memnuniyetin tekrar ziyaret etme niyeti üzerine olan etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Literatür incelendiğinde; bireylerin neofili eğilimleri ile ilgili çalışmaların azınlıkta olduğu, daha çok neofobiye ve kişilik özelliklerinin yiyecek tüketim tercihleri üzerine etkilerine odaklandığı görülmektedir. Bu bağlamda çalışmanın literatüre katkı sağlamasının yanında, neofilinin bireylerin sosyal yaşamlarındaki aktivite tercihleri üzerindeki etkisinin anlaşılması açısından da yararlı olacağı düşünülmektedir.

Literatür taraması

Yiyecek neofilisi ve yiyecek neofobisi

Yiyeceklere karşı kişilerin eğilimleri farklılık göstermektedir (Güneren vd., 2022: 3194). Bazıları daha önce denemedikleri yiyecekleri tatmaya istek ve heyecan duyarken, bazıları için ise bu durum oldukça korkutucu gelmektedir. Yiyecek neofilisi ve yiyecek neofobisi olarak adlandırılan bu iki kavram, yeni ve farklı yiyecekleri deneyimlemeye karşı tutumları ve hissedilen duyguları ortaya koymaktadır (İğdır, 2021: 33).

Neofobi; daha önce deneyimlenmemiş bir olay veya objeden kaçınma eğilimi veya uzak durma isteği olarak ifade edilmektedir (Bertin vd., 2015:1220). Neofobinin bir alt basamağında yer alan yiyecek neofobisi ise, yeni ve farklı yiyeceklere karşı olan isteksiz tutum ve yeni yiyeceklerden kaçınma eğilimi olarak tanımlanmaktadır (Pliner ve Hobden, 1992:106; Boz, 2022: 35). Bir başka ifadeyle yeni bir yiyeceğe karşı temkinli olma, tecrübe edilmemiş yiyecekten korkma ve değişime karşı gösterilen dirençtir (Fisher,1988). Yiyecek neofobisine sahip kişiler, yeniliklere karşı istekli olsalar da sahip oldukları ön yargılardan dolayı bu istek deneyime dönüşmemektedir (Rozin ve Fallon, 1988: 343).

Neofili, bireylerin yeni bir objeye ilgiyle ve olumlu yönde yaklaşması olarak tarif edilmektedir (Boz 2022:35). Değişime olan ihtiyaç, keşfetme eğilimi ve yenilik arayışı olarak da nitelendirilmektedir (Fischler 1988). Yiyecek neofobisinin karşıtı olarak (Latimer vd., 2015: 1577; Dimitrovski ve Crespi-Valbona, 2017: 476) yiyecek neofilisi ise yeni yiyecekleri tatmayı arzulamak ve bu deneyimden zevk duyarak macera gibi görmek olarak ifade edilmektedir (Raudenbush ve Frank, 1999: 263). Başka bir deyişle yeni yiyeceklere karşı duyulan merak, deneyimlemeye karşı duyulan istek ve heyecandır. Dolayısıyla neofiliyi kişilerin yiyecek tercihleri, yeni lezzetler deneyimleme ve keşfetme arayışıyla ilişkilendirmek mümkündür. Yiyecek neofilisine sahip olan kişilere yeni yiyecekleri denemek ve yeni tatlarla tanışmak oldukça çekici gelmektedir. Bu kişiler, genellikle yeni deneyimi gerçekleştirdikten sonra tekrar etme eğilimindedirler. Ancak bu konuda algılar kişiden kişiye değişmekte, beğeniler ve zevkler çeşitlilik göstermektedir. Pliner ve Hobden'e (1992) göre, merak ve motivasyonları yüksek olan neofiliye sahip bireyler her ne kadar yeni yiyecekleri deneyimlemeye açık olsalar da bu yiyeceklerden haz almadıklarında tekrar aynı yiyeceği tüketmeyi reddedebilirler. Ayrıca bireyler "yenilikçi" veya "olağandışı" deneyimlere katılmaya istekli (neofilik) olsalar da aşına olmadıkları yiyeceklerin tüketimine karşı neofobik eğilimlerde bulunabilir (Mak vd., 2012). Nitekim yapılan çalışmalar tüketicilerin ihtiyaç, beklenti ve isteklerini karşılarken alışkanlıklar, tutumlar, normlar, güven, ilgi vb. durumlardan etkilendiklerini ortaya koymaktadır (Ajzen, 1991; Stranieri vd., 2017; Eren vd., 2023). Kişilik özellikleri, yaşam tarzları ve kültürel kimlikler de bu eğilimler üzerinde etkili olmaktadır. Farklı kültürlerden etkilenme oranı ne kadar fazlaysa neofiliye sahip olma düzeyi de o kadar fazladır (İğdır, 2021:33). Ayrıca kişiler farklı yiyecekleri deneyimlemeyi ne kadar sıklıkla gerçekleştiriyorsa bu deneyimleri kabullenme düzeyleri de o ölçüde artmaktadır. Bir başka deyişle daha önce tatmadıkları yiyecekleri deneyimlemeye alışanlar neofili davranışı göstermeye daha yatkın olmaktadır (Sivrikaya, 2019; Keskin ve Sezen, 2020; Koç Apuhan ve Kement, 2022).

Yaşamın çok hızlı akıp gittiği günümüz dünyasında farklılık ve yenilik arayışı giderek yaygınlaşmaktadır. Kişilerin rutin hayatın dışına çıkma isteği, onları farklı deneyimler yaşamaya ve keşfetmeye yönlendirmektedir. Neofiliye sahip bireylerin de daha önce gitmedikleri bir destinasyona seyahat ettiklerinde yerel yemekleri deneyimleme, yeni insanlarla tanışma ve yeni kültürler keşfetme eğiliminde oldukları görülmektedir (Yoon ve Uysal, 2005: 49). Hatta sadece yöresel yemekleri tatma isteği bile bu kişiler için seyahat motivasyonu olabilmektedir. Gıda satışı yapan yerel pazarları ziyaret eden turistlerin satın alma motivasyonları üzerinde neofilinin etkisinin araştırıldığı bir çalışmada; yerel üreticilerle iletişim kurmanın ve yaşanan kültürel deneyimin tüketim tercihleri ve memnuniyet üzerinde etkili olduğu, neofilinin de bu durum üzerinde önemli bir rol oynadığı belirlenmiştir (Dimitrovski ve Crespi-Valbona, 2017). Yenilik arayışı; neofiliye sahip kişilerde sadece yemeği tatmak açısından değil yemeği yapmak, yeni tarifler ve yeni pişirme teknikleri öğrenmek konusunda da kendini göstermektedir. Zira yiyeceklerle ilgili her türlü yeni deneyim yiyecek neofilisi olarak tanımlanmaktadır (Pliner ve Hobden, 1992). Bu keşfetme, öğrenme ve deneyimleme arzusuyla açılılık eğitimi almak ve kendini geliştirmek isteyenlerin bir kısmı okullara bir kısmı da kurslara yönelmektedir.

Yemek kursları

Açılılık eğitimi; standartların gereklilikleri doğrultusunda hazırlık, pişirme ve sunum aşamalarında bilgi ve beceri kazandırma sürecidir (Öztürk ve Görkem, 2011: 69). Türkiye'de eskiden beri geleneksel olarak usta-çırak ilişkisiyle sürdürülen açılılık eğitimi, 1950'lerde İstanbul, Ankara ve İzmir'de belediyeler ve meslek odalarının önderliğinde açılan kurslarla devam etmiştir. 1957 yılında Turizm Bakanlığı'nın kurulmasından (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023) sonra 1960'larda orta öğretim ve yaygın eğitim seviyesinde verilmeye başlanan eğitimler, 1980'li yıllarda ön lisans ve 2000'li yıllarda ise lisans düzeyine taşınmıştır (Sevim ve Görkem, 2016: 978). Günümüzde başta İstanbul, İzmir, Ankara ve Antalya gibi büyükşehirler olmak üzere Türkiye'nin birçok şehrinde bu alanda eğitim veren özel açılılık

okulları, kurslar ve mutfak akademileri bulunmaktadır. Ayrıca belediyeler, sivil toplum kuruluşları ve çeşitli meslek odaları tarafından açılan kurslar da mevcuttur (Birdir ve Kılıçhan, 2013). MSA Mutfak Sanatları Akademisi, Usla Akademi, Chef's Table Mutfak Akademisi, EKS Mutfak Akademisi, İstanbul Cooking School, Le Cordon Bleu ve Eataly Mutfak Atölyesi İstanbul'da en popüler olan yemek kursları arasında yer almaktadır (Ahiler Kalkınma Ajansı, 2023). İstanbul Büyükşehir Belediyesi bünyesinde faaliyet gösteren İSMEK (İstanbul Sanat ve Meslek Eğitimi Kursları), gastronomi ve mutfak sanatları alanında toplam yedi bölümde sertifikalı 81 eğitim düzenlemektedir (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2023). Aşçılık eğitimi veren okullar ve kurslar; nitelikli aşçılar yetiştirmenin yanında, ulusal ve yöresel mutfak kültürlerinin muhafaza edilerek gelecek nesillere aktarılmasında önemli bir görev üstlenmektedir (Öztürk ve Görkem, 2011: 71). Bununla birlikte yemek pişirmenin bir meslek olarak toplumda değer kazanmasına da katkıda bulunmaktadır (Hughes, 2003).

Aşçılık eğitimi veren kurumların sayısındaki hızlı artış, günümüzde yemek yapmanın bir sanat olarak görülmesi ve bu doğrultuda yemek hazırlama süreçlerine olan ilginin artmasıyla ilişkilendirilmektedir (Aslan ve Pekerşen, 2019: 94). Yemek kursları, bu ilginin karşılanması açısından önemli bir alan ve kapasite sağlamaktadır. Bu nedenle de yemek yapma becerilerini geliştirmeyi amaçlayan amatörler ve profesyonel olarak aşçılık mesleğini icra etmek isteyenler tarafından sıklıkla tercih edilmektedir. Zira kurslarda temel yemek pişirme tekniklerinin öğretilmesinin yanı sıra, daha karmaşık tarifler ve sunum teknikleri konusunda da dersler verilmektedir. Bu sayede bireylere mutfak becerilerini geliştirme ve deneyim kazanma imkânı sunulmaktadır (Hansen vd., 2019: 360). Diğer yandan yemek kurslarında dünya mutfağından örnekler gösterilerek, farklı kültürlerle ait yemek pişirme geleneklerinin öğrenilmesine olanak tanınmaktadır. Bu mutfak kültürlerine özgü yemeklerin hazırlanabilmesi için gerekli malzemelerin temini amacıyla yerel pazarlar tercih edilmektedir. Böylece bireyler bu kültürler ile bağ kurabilmektedir (Neumann, 2018: 828). Farklı mutfaklara ait gelenekler, pişirme teknikleri ve yeni yerel ürünler ile tanışan bireylerin yemek yapma konusundaki yaratıcılıklarının geliştirilmesi hedeflenmektedir. Tüm bu deneyimlere ek olarak yemek kurslarına katılanların birbirleriyle etkileşimde bulunmaları, sosyal yönlerini geliştirmelerine de imkân tanımaktadır (Benn, 2014). Ayrıca bu durum, bireylerin stres düzeylerinin azalmasına ve mental sağlıklarının iyileşmesine de yardımcı olmaktadır (Jyvakorpi vd., 2014).

Yöntem

Yemek kurslarına katılan bireylerin duydukları memnuniyet üzerinde yiyecek neofilisinin aracı rolünün ve memnuniyetin tekrar ziyaret etme niyeti üzerine olan etkisinin ortaya konulması amacıyla gerçekleştirilen çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nicel araştırmanın amacı; toplumsal davranışların deney, test ve gözlem yöntemleri kullanılarak nesnel olarak ölçülmesidir (Kurt 2013). Çalışmada Dimitrovski ve Crespi-Valbona (2017)'nin çalışmalarında yer alan "rutinden kaçış", "kültürel deneyim", "prestij", "yemek pazarlarına katılma", "yiyecek neofilisi", "memnuniyet", "yeniden ziyaret etme" değişkelerinin yer aldığı ölçek kullanılmıştır. Ölçek ifadelerinin yemek kursları için uygun hale getirilmesi amacıyla 50 kişi üzerinde pilot test uygulanmıştır. Uyarlanan anketin 0,903 Cronbach's Alpha değeri ile yüksek güvenilirliğe sahip olduğu belirlendikten sonra veriler, 2023 yılı temmuz ve ağustos ayları arasında toplanmıştır. Ankette yer verilen ifadelerle ait cevaplar, 5'li Likert ölçeği kullanılarak çevrim içi ortamda alınmıştır. Belediyelere ait halk eğitim merkezlerindeki yemek kurslarına yüz yüze katılım sağlayan kursiyerlere uygulanan ankette, katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini değerlendiren sorulara (yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi, meslek gibi) da yer verilmiştir. Çalışma sonucunda 393 katılımcıdan elde edilen anket verileri SPSS 26.0 programında analiz edilmiştir. Yapılan güvenilirlik analizinde ölçeğin Cronbach's Alpha değeri 0,925 olarak yüksek güvenilirlikte tespit edilmiştir.

Tablo 1: Güvenirlik analizi

Değişkenler	Değişken Soru Sayısı	Cronbach's Alpha Değeri
Rutinden Kaçış	2	0,915*
Kültürel Deneyim Kazanma	2	0,917*
Prestij Kazanma	3	0,925*
Yemek Kurslarına Katılma	3	0,919*
Memnuniyet	5	0,930*
Tekrar Ziyaret Etme	3	0,937*
Yiyecek Neofilisi	3	0,921*
Genel	21	0,925*

*p<0.05

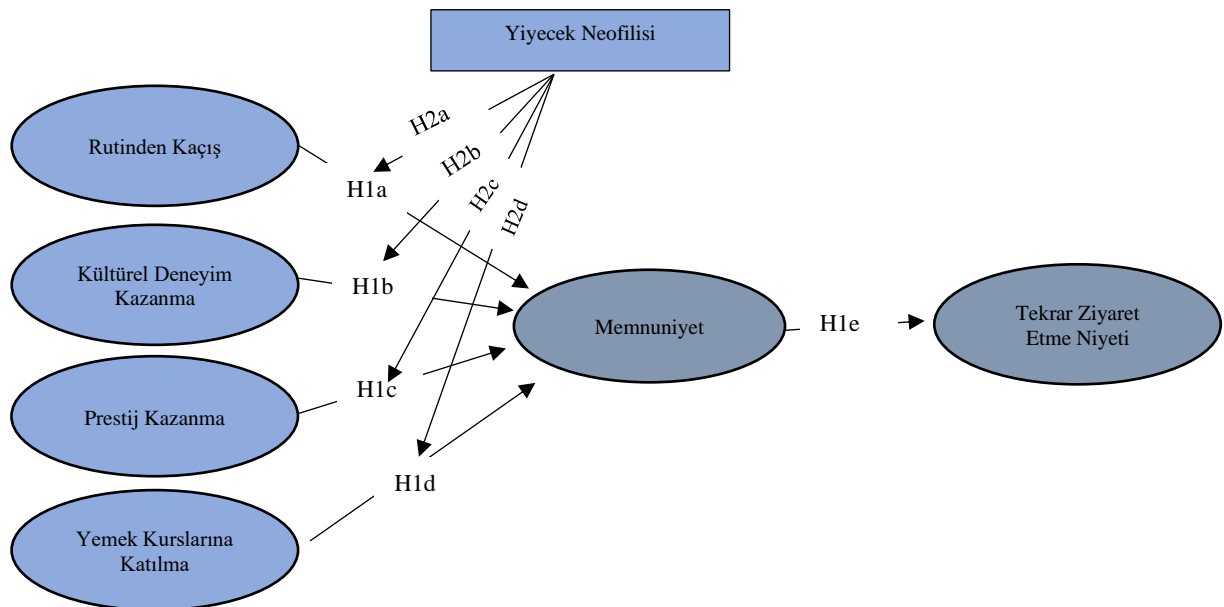
Sonrasında verilerin normal dağılıp dağılmadığı test edilmiştir. Tabachnick ve Fidell (2013) çalışmalarında verilerin dağılımının normal olarak değerlendirilmesinde çarpıklık ve basıklık değerlerini baz almış ve bu değerlerin -1.50 ve +1.50 aralığında olmasının verilerin normal dağıldığını gösterdiğini bildirmiştir. Bu bilgiler ışığında çalışmanın verilerinin normal dağılım gösterdiğini saptanmış, böylece analizler için parametrik testlere geçilmiştir. Yüzde, frekans, ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanarak katılımcılardan edinilen veriler yorumlanmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Değişkenlerin oluşturulmasında açıklayıcı faktör analizi kullanılmış, hipotezlerin test edilmesi amacıyla da çoklu doğrusal regresyon analizinden faydalanılmıştır.

Araştırma modeli ve hipotezler

Fieldes vd. (2002) çalışmalarında fiziksel, kültürel, kişilerarası/sosyal etkileşim ve statü/prestij motivasyonlarının, bireylerin yiyecek içecek seçiminde etkili olduğunu bildirilmişlerdir. Aynı zamanda heyecan verici deneyim, rutinden kaçış, bilgi edinme, otantik bir deneyim, birliktelik, prestij, duygusal cazibe ve fiziksel çevre de bireylerin yiyecek içecek tercihini ve tüketimini etkileyen faktörler arasında yer almaktadır (Kim vd., 2009). Bununla birlikte Getz ve Robinson (2014), yemeğin sadece yeme veya içme eylemiyle sınırlı olmadığını, aynı zamanda bilişsel deneyim (kültür ve mutfak hakkında öğrenme, otantikliğin önemli bir unsur olması), duygusal deneyim (partnerler ve arkadaşlarla sosyalleşme; aynı fikirdeki gurmelerle topluluk oluşturma) ve davranışsal deneyim (özel etkinlikler veya özel yerlerle ilişkili uygun aktiviteler) olmak üzere üç farklı deneyimi kapsadığını belirtmektedir. Çalışmada kullanılan ölçeği uyarlayan Dimitrovski ve Crespi-Valbona (2017) çalışmalarında ise rutinden kaçış, kültürel deneyim edinme, prestij kazanma ve yemek pazarlarına katılma isteği değişkenlerinin tatmin edilmesinde yiyecek neofilisinin aracı rol üstlendiğini belirtmiştir. Ayrıca yiyecek neofilisi aracılığıyla bireylerin bu faktörlerden beklentilerinin doğru şekilde karşılanmasının memnuniyetlerine; memnuniyetlerinin ise tekrar ziyaret etme niyetlerine pozitif katkı sağladığı ortaya konulmuştur.

Yemek kursları da bireylerin günlük yaşamlarından çıkıp yeni deneyimler edinmelerine, yeni ve farklı bilgiler öğrenmelerine, yemeğin kültürel kökenini daha iyi anlamalarına, insanlarla bir araya gelerek sosyal bağlarını güçlendirmelerine ve buradaki öğrenme süreçlerini sosyal statülerinin bir parçası olarak sunmalarına olanak tanımaktadır. Bu açıdan yemek kurslarına katılan bireylerin rutinden kaçış, kültürel deneyim kazanma, prestij kazanma ve yemek kurslarına katılma isteklerinin tatmin edilerek bireylerin memnuniyetlerinin sağlanması ve yemek kurslarını tekrar ziyaret etme niyetlerinin oluşturulmasında, yiyecek neofilisinin aracı rol oynadığı düşüncesinden hareketle kurulan model Şekil 1’de gösterilmiştir.

Şekil 1: Araştırmanın modeli



Rutinden kaçış

Bireylerin günlük sıradanlıklarından uzaklaşma istekleri, rutinelere saplanmış ve tekdüze bir hayat yaşayan bireyler olmadıklarını hissetme ihtiyaçlarından kaynaklanmaktadır (Elands ve Lengkeek, 2012). Hayatın temel parçalarından olan yeme alışkanlıklarında yapılabilecek küçük değişiklikler, bireylere gündelik gerçeklikten "uzaklaşarak" günlük rutinlerini farklılaştırmak için gerekli opsiyonu vermektedir. Yeni yiyecekler deneyimlemek isteyen kişiler yemek alışverişi, festivaller ve yemek kursları aracılığıyla günlük yeme alışkanlıklarından kaçmaya çalışmaktadır (Liang vd., 2013). Zira yapılan çalışmalar incelendiğinde kişileri dışarıda yemek yemeye iten en büyük etkenlerden birinin rutin hayatın dışına çıkma isteği olduğu görülmüştür. Farklı ve yeni yemekler deneyimleme isteği de dışarıda yenilen yemek seçimleri üzerinde etkili olmaktadır (Kim vd., 2009; Kılıç, 2017). Diğer yandan farklı ortamlarda bulunmanın da rutinden kaçma isteğini tatmin ettiği, daha önce yapılan çalışmalarda ortaya konmuştur. Yemek yeme olgusu açısından bu durum incelendiğinde, bireylerin yeme deneyimleri esnasında koku, tat, ses ve dokunuş gibi çeşitli duyuşsal argümanlara maruz kalmasının gündelik yaşamın sıradanlığının daha az hissedilmesine imkân tanıdığı görülmüştür (Urry, 2002; Everett, 2009). Yemek kursları da öğrenme süreçleri boyunca bireylere duyuşsal cazibelerin keyfini çıkarırken günlük kaygılardan uzaklaşmak için rahatlatıcı bir deneyim sağlamaktadır. Ayrıca Dimitrovski ve Crespi-Valbona (2017), rutinden kaçış isteğinin memnuniyet üzerinde olumlu etkisi olduğunu belirtmiştir. Buradan hareketle yemek kurslarına katılmanın bireylerin rutin hayatın dışına çıkma isteğini tatmin ettiği ve bu tatminin yemek kurslarına katılmalarından duyacakları memnuniyete olumlu etki edeceği düşünülmektedir.

H1a: Rutinden kaçışın memnuniyet üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır.

Kültürel deneyim kazanma

Bireyler dünyaya bakış açılarını şekillendirme, kendi kimliklerini oluşturma ve küresel dünyada kendilerini konumlandırma ihtiyacıyla farklı kültürlerle merak duymaktadır. Bu merak farklı kültürlerle etkileşime girmelerine ve "kendinden olmayana" olan ilgilerinin artmasına zemin hazırlamakta; onları diğer toplumların değerlerine, normlarına ve yaşam biçimlerine daha duyarlı hale getirmektedir (Korkmaz ve Kafa, 2020). Bununla birlikte kültürel deneyim, bireylerin kendi sınırlarını aşma ve kendilerini gerçekleştirme ihtiyaçlarına cevap vermektedir. Yemeğe meraklı kişiler, yeni yiyecekler keşfetmeyi kültürel deneyimlerini zenginleştirmenin bir yolu olarak görmektedir (Cohen ve Avieli, 2004). Farklı kültürlerle ait yemekler, bireylerin o kültüre sahip toplulukları daha iyi anlamalarına ve tanımlarına yardımcı olmaktadır. Böylece yemek yoluyla bağımsız "öteki" arasında kurulan bağ, bireylerin toplumsal birliktelik ve toplumsal aidiyet gibi duygularının gelişmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla kültürel deneyim kazanma isteği memnuniyet üzerine pozitif yönde etki etmektedir (Dimitrovski ve Crespi-Valbona, 2017). Buradan hareketle, yemek kursları eğitimlerinde farklı kültürlerle ait yiyecekler yer verilmesinin, katılımcıların kültürel deneyim kazanmalarına olanak tanıdığı ve böylece yemek kurslarına katılmalarından duyacakları memnuniyete olumlu yönde etki edeceği düşünülmektedir.

H1b: Kültürel deneyim kazanmanın memnuniyet üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır.

Prestij kazanma

Prestij kazanma, kişiler için önemli motivasyon kaynakları arasında yer almaktadır. Özellikle bireylerin çevresinde bulunanların deneyimlerini taklit etme ve daha iyi deneyimler yaşama arzusunu, hissettikleri prestij seviyelerini önemli ölçüde etkilediği ve kararları konusunda itici bir güç unsuru haline geldiği belirtilmektedir (Hu vd., 2013). Daha önce yapılan çalışmaların sonuçları incelendiğinde prestij kazanma isteğinin memnuniyet üzerine olumlu bir katkı sağladığı görülmüştür (Dimitrovski ve Crespi-Valbona, 2017). Kişilerin katıldıkları yemek kurslarında deneyimledikleri yeni ve farklı yiyecekleri çevresindekilerle paylaşmasının, bu kişilerin de yemek kurslarına katılmaktan duyacakları memnuniyete pozitif yönde katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

H1c: Prestij kazanmanın memnuniyet üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır.

Yemek kurslarına katılma

Yemek kursları, bireylerin yemek yapma becerilerini geliştirmekle birlikte, modern toplumlarda giderek daha fazla önem kazanan bireyler arası sosyal etkileşimin sağlanması için uygun ortam sunmaktadır. Yemek kurslarına katılan kişilerin ortak noktası genellikle yemek yapmaya ilgi duymalarıdır. Bu ilgi, insanların birbirleriyle daha hızlı ve kolay bir şekilde kaynaşmasına yardımcı olmaktadır. Kurs sırasında katılımcıların aynı mutfakta birlikte çalışarak deneyimlerini paylaşmaları, bireyler arasında güçlü sosyal bağların gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Yiğit, 2022). Yemek yaparken karşılaşılan zorlukların üstesinden birlikte çalışarak gelmeleri, katılımcılar arasında dayanışma duygusu oluşturarak kendilerini daha değerli hissetmelerini sağlamaktadır (Masruroh, 2023). Diğer yandan kurslar sırasında yapılan sohbetler ve paylaşılan anekdotlar, katılımcılar arasında kalıcı arkadaşlıkların kurulmasına vesile olabilmektedir. Ayrıca yemeği birlikte yapmak ve ardından birlikte yapılan yemekleri yiyerek paylaşımında bulunmak toplumsal dayanışma duygusunu pekiştirirken, katılımcılar arasında derin bir bağ oluşturmakta ve sosyal etkileşimi güçlendirmektedir (Deniz-Roig vd., 2023). Kısacası yemek kurslarının farklı geçmişlere sahip bireyler arasındaki etkileşimi kolaylaştırma ve sosyal uyumu teşvik etme potansiyelinin, katılımcıların yemek kurslarına katılma isteklerine ve yemek kurslarına katılmalarından duyacakları memnuniyete olumlu yönde etki edeceği düşünülmektedir.

H1d: Yemek kurslarına katılmanın memnuniyet üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır.

Memnuniyet ve tekrar ziyaret etme niyeti

Gastronomi deneyimleri esnasında yeni ve farklı yiyeceklerin tadılmasının, deneyimden memnuniyet duyulmasına olanak tanıdığı ve algılanan memnuniyetin değer sunan alanlara yeniden dönme olasılığını artırdığı saptanmıştır (Kirillova vd., 2014). Dimitrovski ve Crespi-Valbona (2017) çalışmalarında kültürel deneyim ve prestij sunmanın bireylerin memnun olmalarına ve tekrar ziyaret etme niyetlerine katkı sağladığını belirlemiştir. Yemek kurslarında yeni ve farklı yiyeceklere yer verilmesi ve sosyal etkileşim ortamı sağlanmasının, katılımcıların deneyimlerinden duyacakları memnuniyetin artmasını dolayısıyla yemek kurslarına yeniden katılma isteklerini teşvik edeceği düşünülmektedir.

H1e: Memnuniyetin tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır.

Yiyecek neofilisi

Yiyecek neofilisi, yeni ve alışılmadık yiyecekleri denemekten zevk alma eğilimi olup, yeni yiyeceklere ilgi duyan kişilerin davranışlarını tanımlamak için kullanılan bir kavramdır. Gastronomik anlamda incelendiğinde ise yiyecek neofilisi, bireylerin yeni tatlar arayışını tetikleyen önemli bir motivasyon kaynağı olarak gösterilmektedir. Yiyecek neofilisine sahip bireylerin deneyimleri esnasında bilmedikleri mutfakları ve yiyecekleri keşfetmeleri, gerçekleştirecekleri deneyimlerden daha fazla memnuniyet elde etmelerine yol açabilmektedir (Dimitrovski ve Crespi-Valbona, 2017). Yemek kurslarında da farklı kültürlere ait yiyeceklerin öğrenilmesi ve deneyimlenmesi, bireylerde bir yenilik hissi uyandırarak memnuniyet duymalarına yardımcı olmaktadır. Bu durum tekrar ziyaret etme niyetlerini teşvik edeceğinden (Gyimothy ve Mykletum, 2009), yiyecek neofilisinin bireylerin gelecekteki yiyecek davranışları üzerinde etkili olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Bu bağlamda, yiyecek neofilisi, bağımsız değişkenler (rutinden kaçış, kültürel deneyim kazanma, prestij kazanma ve yemek kurslarına katılma) ile memnuniyet arasındaki potansiyel bir ilişkide aracı değişken olarak rol oynayacağı öngörülmektedir.

H2a: Yiyecek neofilisinin rutinden kaçış ile memnuniyet arasındaki ilişkide aracı rolü bulunmaktadır.

H2b: Yiyecek neofilisinin kültürel deneyim kazanma ile memnuniyet arasındaki ilişkide aracı rolü bulunmaktadır.

H2c: Yiyecek neofilisinin prestij kazanma ile memnuniyet arasındaki ilişkide aracı rolü bulunmaktadır.

H2d: Yiyecek neofilisinin yemek kurslarına katılma ile memnuniyet arasındaki ilişkide aracı rolü bulunmaktadır.

Bulgular

Yapılan ankette katılımcıların demografik özelliklerine ait sorulara da yer verilmiş, bu bilgiler Tablo 2’de gösterilmiştir. Katılımcıların çoğunluğunun kadın ve 21-30 yaş aralığında olduğu, lise düzeyinde eğitime sahip bireylerin oranının oldukça yüksek olduğu ve en çok ev hanımlarının yemek kurslarına katılım sağladığı görülmüştür.

Tablo 2: Katılımcıların demografik özelliklerine ait frekans ve yüzde değerleri (n=398)

Özellikler	N	%	
Cinsiyet	Kadın	277	69,6
	Erkek	121	30,4
Yaş	20 yaş ve altı	60	15,1
	21-30 yaş	112	28,1
	31-40 yaş	87	21,9
	41-50 yaş	67	16,8
	51 yaş ve üstü	72	18,1
Eğitim Seviyesi	İlkokul	75	18,8
	Orta Okul	52	13,1
	Lise	148	37,2
	Ön Lisans	48	12,1
	Lisans	43	10,8
Lisansüstü	32	8,0	
Meslek	Ev Hanımı	108	27,1
	Öğrenci	63	15,8
	Emekli	34	8,5
	Kamu Çalışanı	35	8,8
	Özel Sektör Çalışanı	90	22,6
	İşsiz	68	17,1

Yiyecek neofilisinin aracı rolünün belirlenmesi amacıyla kullanılan ölçekteki ifadelerin aritmetik ortalamaları ve standart sapma değerleri incelenmiştir. Memnuniyet ve tekrar ziyaret etme niyeti ($x=4,66$) değişkenlerinin en yüksek aritmetik ortalamaya sahip olduğu görülmüştür. Memnuniyet düzeyinin tekrar ziyaret etme niyetine katkı sağladığı düşünüldüğünde, bu durum beklendiği olarak değerlendirilmiştir. Prestij kazanma değişkeninin ($x=4,28$) ise en düşük aritmetik ortalamaya sahip olduğu saptanmıştır (Tablo 3).

Tablo 3: Değişkenlere ait tanımlayıcı bulgular

İfadeler	N	Aritmetik Ortalama (x)	St.Sapma
Bağımsız Değişkenler			
Rutinden Kaçış		4,53	,828
Yemek kurslarında farklı lezzetleri tatmak rahatlamama yardımcı olur.	398	4,53	,836
Yemek kurslarında farklı lezzetleri tatmak beni kalabalık ve gürültüden uzaklaştırıyor.	398	4,53	,826
Kültürel Deneyim Kazanma		4,49	,888
Yemek kurslarına katılmak bana farklı kültürler hakkındaki bilgilerimi artırma fırsatı veriyor.	398	4,53	,862
Yemek kurslarına katılmak farklı kültürlerdeki insanların nasıl yaşadığını görmeme yardımcı oluyor.	398	4,46	,943
Prestij Kazanma		4,28	1,021
Arkadaşlarıma göstermek için yemek kurslarında yapılan yemeklerin fotoğraflarını çekmeyi severim.	398	4,16	1,281
Arkadaşlarıma yemek kurslarında yaptığım yemekler hakkında tavsiye vermek istiyorum.	398	4,34	1,000
Yemek kurslarındaki yemekleri tatmak beni entelektüel olarak zenginleştirir.	398	4,37	,990
Yemek Kurslarına Katılma		4,59	,732
Mümkün olduğu kadar yemek kurslarına katılmaya çalışıyorum.	398	4,49	,788
Yiyecekleri, yemek kurslarına katılan diğer kişilerle tartışmayı/konuşmayı severim.	398	4,32	,623
Yemek kursları hakkında araştırma yapmak ve daha fazla bilgi edinmek isterim.	398	4,42	,734

Bağımlı Değişkenler			
Memnuniyet			
		4,66	,698
Yemek kursuna katılmaktan memnunum.	398	4,67	,720
Yemek kursuna katılmak isteklerimi yerine getirdi.	398	4,67	,699
Yemek kursuna katılarak doğru seçim yaptım.	398	4,67	,704
Yemek kursuna katılmak bana büyük memnuniyet verdi.	398	4,66	,704
Yemek kursuna katılmak beklentimi karşıladı	398	4,66	,704
Tekrar Ziyaret Etme Niyeti			
		4,66	,750
Yemek kurslarına tekrar katılmayı düşünüyorum.	398	4,67	,762
Gelecekte yemek kurslarına katılmam çok muhtemeldir	398	4,66	,771
Yemek kurslarına dönme olasılığım çok yüksektir.	398	4,67	,744
Aracı Bağımsız Değişken			
Yiyecek Neofilisi			
		4,48	,867
Ne yediğim ya da ne yiyeceğim hakkında konuşmayı severim.	398	4,59	,846
Yemek kurslarına katıldığımda yeni yiyecekler denerim.	398	4,59	,853
Farklı yemekleri denemeyi severim.	398	4,28	1,121

Açımlayıcı faktör analizi, değişkenler arasındaki ilişkilerden yola çıkılarak faktör bulunmasına dayanan bir faktör analizi yöntemidir (Büyüköztürk 2014). Açımlayıcı faktör analizinin yapılabilmesi için öncelikle elde edilen verilerin uygunluğu ölçülmüş, bu amaçla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri kullanılmıştır. 0,879 olarak belirlenen KMO değeri, verilerin faktör analizine elverişli olduğunu göstermektedir. Diğer yandan ifadeler arasında 0,69 yük değeri altı ifade bulunmadığı ve faktör yüklerinin 0,679 ile 0,902 düzey aralığında olduğu saptanmıştır. İfadeler; rutinden kaçış, kültürel deneyim kazanma, prestij kazanma, yemek kurslarına katılma, memnuniyet, tekrar ziyaret etme niyeti ve yiyecek neofilisi değişkenleri altında toplanmıştır. İfadelerin faktör hiyerarşisi incelendiğinde ise en üstte rutinden kaçış faktörünün yer aldığı görülmektedir. (Tablo 4).

Tablo 4: Ölçklere ait açımlayıcı faktör analizi

İfadeler	Faktör Yükleri							Özdeğer	Açıklanan Varyans
	1	2	3	4	5	6	7		
Bağımsız Değişkenler									
Rutinden Kaçış									
Yemek kurslarında farklı lezzetleri tatmak rahatlamama yardımcı olur.	,847							3,548	15,819
Yemek kurslarında farklı lezzetleri tatmak beni kalabalık ve gürültüden uzaklaştırıyor.	,816								
Kültürel Deneyim Kazanma									
Yemek kurslarına katılmak bana farklı kültürler hakkındaki bilgilerimi artırma fırsatı veriyor.		,781						2,769	14,357
Yemek kurslarına katılmak farklı kültürlerdeki insanların nasıl yaşadığını görmeme yardımcı oluyor.		,757							
Prestij Kazanma									
Arkadaşlarıma göstermek için yemek kurslarında yapılan yemeklerin fotoğraflarını çekmeyi severim.			,847					2,580	13,041
Arkadaşlarıma yemek kurslarında yaptığım yemekler hakkında tavsiye vermek istiyorum.			,752						
Yemek kurslarındaki yemekleri tatmak beni entelektüel olarak zenginleştirir.			,679						
Yemek Kurslarına Katılma									

Mümkün olduğu kadar yemek kurslarına katılmaya çalışıyorum.	,871		
Yiyecekleri, yemek kurslarına katılan diğer kişilerle tartışmayı/konuşmayı severim. Yemek kursları hakkında araştırma yapmak ve daha fazla bilgi edinmek isterim.	,834	2,463	12,865
	,798		
Bağımlı Değişkenler			
Memnuniyet			
Yemek kursuna katılmaktan memnunum.	,889		
Yemek kursuna katılmak isteklerimi yerine getirdi.	,883	2,153	11,947
Yemek kursuna katılarak doğru seçim yaptım.	,879		
Yemek kursuna katılmak bana büyük memnuniyet verdi.	,869		
Yemek kursuna katılmak beklentimi karşıladı	,776		
Tekrar Ziyaret Etme Niyeti			
Yemek kurslarına tekrar katılmayı düşünüyorum.	,809		
Gelecekte yemek kurslarına katılmam çok muhtemeldir.	,902	2,001	10,954
Yemek kurslarına dönme olasılığım çok yüksektir.	,861		
Araç Bağımsız Değişken			
Yiyecek Neofilisi			
Ne yediğim ya da ne yiyeceğim hakkında konuşmayı severim.	,845		
Yemek kurslarına katıldığımda yeni yiyecekler denerim.	,779	1,792	9,023
Farklı yemekleri denemeyi severim.	,761		
		Genel	88,006

Faktörler arasındaki ilişkiler incelendiğinde; rutinden kaçış ile kültürel deneyim kazanma arasında istatistiksel bakımdan çok anlamlı ve pozitif yönlü ($r=,923$; $p<0,01$), yemek kurslarına katılma ile kültürel deneyim kazanma arasında istatistiksel bakımdan çok anlamlı ve pozitif yönlü ($r=,918$; $p<0,01$), yemek kurslarına katılma ile kültürel deneyim kazanma arasında istatistiksel bakımdan çok anlamlı ve pozitif yönlü ($r=,916$; $p<0,01$), prestij kazanma ile kültürel deneyim kazanma arasında istatistiksel bakımdan çok anlamlı ve pozitif yönlü ($r=,892$; $p<0,01$), prestij kazanma ile kültürel deneyim kazanma arasında istatistiksel bakımdan çok anlamlı ve pozitif yönlü ($r=,846$; $p<0,01$), yemek kurslarına katılma ile prestij kazanma arasında istatistiksel bakımdan çok anlamlı ve pozitif yönlü ($r=,831$; $p<0,01$) bir ilişki bulunduğu anlaşılmaktadır. Sonuç olarak faktörlerin tamamı arasındaki ilişkinin pozitif yönlü ve çok anlamlı olduğu belirlenmiştir (Tablo 5).

Tablo 5: Ölçeklere ait korelasyon analizi

Değişkenler	1	2	3	4	6	6	7
1.Rutinden Kaçış	-						
2.Kültürel Deneyim Kazanma	,923**	-					
3.Prestij Kazanma	,846**	,892**	-				
4.Yemek Kurslarına Katılma	,916**	,918**	,831**	-			
5.Memnuniyet	,791**	,756**	,745**	,772**	-		
6.Tekrar Ziyaret Etme Niyeti	,623**	,590**	,562**	,649**	,799**	-	
7.Yiyecek Neofilisi	,786**	,783**	,831**	,756**	,807**	,684**	-

** $p<0.01$

Tablo 6'da çoklu doğrusal regresyon analizine yer verilmiştir. Çalışmanın modeline uygun olarak regresyon analizi, bağımsız değişkenlerin memnuniyet üzerindeki etkisinin incelendiği ve bağımsız

değişkenler ile memnuniyet arasındaki ilişkide yiyecek neofilisinin aracı rolünün araştırıldığı iki ayrı aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada ana etkilerin (Model 1), ikinci aşamada ise etkilerin etkileşimlerinin (Model 2) ortaya konulması amaçlanmıştır. İlk olarak bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantının varlığını gösteren VIF değerlerine bakılmıştır. Bu değerlerin 4'ten küçük olması sonucu çoklu doğrusal bağlantının olmadığı sonucuna varılmıştır. (Hair vd. 2010).

Ana etkilerin analiz sonuçlarına göre bağımsız değişkenlerin β katsayısı, t değeri ve anlamlılık seviyeleri; kültürel deneyim kazanma ($\beta=0,446$), yemek kurslarına katılma ($\beta=0,498$) ve yiyecek neofilisinin ($\beta=0,396$) memnuniyet üzerine olan etkisinin istatistiksel bakımdan anlamlı olduğunu göstermektedir. ($p>0,05$). Bu doğrultuda kültürel deneyim kazanma, yemek kurslarına katılma ve yiyecek neofilisi değişkenlerinden elde edilen skor düzeyi arttıkça, yemek kurslarına katılan kişilerin memnuniyet düzeyinin artacağı söylenebilmektedir. Elde edilen verilere göre H1a ve H1c hipotezleri kabul edilmemiştir (Tablo 6).

Tablo 6: Çoklu doğrusal regresyon analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Model 1 (p)	Model 2 (p)	
Memnuniyet	Rutinden Kaçış	0,132	0,142	
	Kültürel Deneyim Kazanma	0,039*	0,037*	
	Prestij Kazanma	-0,118	-0,122	
	Yemek Kurslarına Katılma	0,000**	0,000**	
	Yiyecek Neofilisi	0,000**	0,000**	
	Bağımsız Değişkenler İlişkisi			
	Rutinden Kaçış – Yiyecek Neofilisi			0,017*
	Kültürel Deneyim Kazanma – Yiyecek Neofilisi			0,000**
	Prestij Kazanma – Yiyecek Neofilisi			-0,158
	Yemek Kurslarına Katılma – Yiyecek Neofilisi			0,000**
	Düzeltilmiş R ²	0,723	0,682	

*p<0,05 **p<0,01

Yiyecek neofilisinin aracı değişken olarak kabul edildiği ikinci aşamada, bağımsız değişkenler ile memnuniyet arasındaki ilişkide yiyecek neofilisinin etkili olup olmadığı incelenmiştir. Buna göre rutinden kaçış, kültürel deneyim kazanma ve yemek kurslarına katılma değişkenlerinin etkileşim etkilerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır. Böylece H2a, H2b ve H2d hipotezleri kabul edilirken, H2c hipotezi reddedilmiştir. Buradan hareketle bağımsız değişkenler ile memnuniyet arasındaki ilişkide yiyecek neofilisinin kısmen aracı rolüne sahip olduğu sonucuna varılabilmektedir (Tablo 6).

Memnuniyetin bağımsız değişken ve tekrar ziyaret etme niyetinin bağımlı değişken olarak kabul edildiği H1c hipotezinin test edilmesi amacıyla basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Memnuniyetin tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisinin %86,1'inin bağımsız değişkenler ile açıklandığı belirlenmiştir (Düzenlenmiş R²=0,861). Analiz sonuçlarından edinilen verilere göre F değerine ilişkin anlamlılık seviyesi (F=962,108), kurulmuş olan modelin istatistiksel bakımdan anlamlı olduğuna işaret etmektedir. Elde edilen sonuçlara göre; β katsayısı, t değeri ve anlamlılık seviyeleri memnuniyetin tekrar ziyaret etme niyeti ($\beta=0,271$) üzerinde istatistiksel bakımdan anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bu durum bireylerin memnun oldukları takdirde yemek kurslarına yeniden katılma olasılığının daha yüksek olduğu şeklinde yorumlanabilmektedir (Tablo 7). Tablo 8'de ise test edilen hipotezlerin sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 7: Basit doğrusal regresyon analizi sonuçları

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	t	F	Sig	R ²
Tekrar Ziyaret Etme Niyeti	Memnuniyet	0,271	9,562	962,108	0,000**	0,861

**p<0,01

Tablo 8: Hipotez test sonuçları

Hipotezler	Sonuçlar
H1a: Rutinden kaçışın memnuniyet üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır.	Reddedildi
H1b: Kültürel deneyim kazanmanın memnuniyet üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır.	Kabul Edildi
H1c: Prestij kazanmanın memnuniyet üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır.	Reddedildi
H1d: Yemek kurslarına katılmanın memnuniyet üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır.	Kabul Edildi
H1e: Memnuniyetin tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır.	Kabul Edildi
H2a: Yiyecek neofilisinin rutinden kaçış ile memnuniyet arasındaki ilişkide aracı rolü bulunmaktadır.	Kabul Edildi
H2b: Yiyecek neofilisinin kültürel deneyim ile memnuniyet arasındaki ilişkide aracı rolü bulunmaktadır.	Kabul Edildi
H2c: Yiyecek neofilisinin prestij ile memnuniyet arasındaki ilişkide aracı rolü bulunmaktadır.	Reddedildi
H2d: Yiyecek neofilisinin yemek kurslarına katılma ile memnuniyet arasındaki ilişkide aracı rolü bulunmaktadır.	Kabul Edildi

Sonuç, tartışma ve öneriler

Yiyecek neofilisine sahip kişilerin sosyal aktivite tercihleri üzerinde bu eğilimin oldukça etkili olduğunu söylemek mümkündür. Çalışmada yiyecek neofilisi ile yemek kurslarına katılma, rutinden kaçış, kültürel deneyim kazanma ve prestij kazanma bağımsız değişkenleri arasındaki ilişkisinin, bireylerin memnuniyetleri üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Ayrıca yemek kurslarına katılımlarından duydukları memnuniyetin, yemek kurslarına tekrar katılma niyetleri üzerine etkisi değerlendirilmiştir.

Daha önce yapılan çalışmalarda günlük hayatın rutininden kaçış isteğinin, yeni mutfakların keşfedilmesine olanak tanıdığı belirtilmiştir (Dimitrovski ve Crespi-Vallbona, 2017; Kılıç, 2017). Ancak yapılan çalışmada rutinden kaçış değişkeni incelendiğinde; yemek kurslarında yeni lezzetler deneyimlemenin, bireylerin kalabalıktan uzaklaşma isteği ve rahatlama duygusu üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı görülmüştür. Diğer yandan yiyecek neofilisi aracı rolü üstlendiğinde rutinden kaçış isteğinin memnuniyet üzerinde etkili olduğu saptanmıştır. Rutinden kaçış isteği bireylerin doğrudan yemek kurslarına katılma amacı olmayabilir; öyle ki birçok kişi bu kurslara yeni beceriler öğrenmek, sosyal etkileşim sağlamak veya gastronomi alanındaki bilgilerini genişletmek için katılmaktadır. Ancak bu süreçte farklı tatlarla karşılaşmanın sağladığı yenilik ve keşif duygusu, bireylere monotonluktan uzaklaşma fırsatı sunarak, dolaylı yoldan bireylerin memnuniyetlerinin artmasına kaynaklık edebilmektedir. Bu nedenle, yiyecek neofilisi devreye girdiğinde, bireylerin hem yeni deneyimlerden keyif alması hem de rutinden kaçış hissini yaşamaları mümkün olabilmektedir.

Kültürel deneyim değişkeni açısından bakıldığında, yemek kurslarında farklı mutfak kültürlerine ait yemeklere ve pişirme yöntemlerine yer verilmesinin, bu kurslara katılan bireylerin farklı kültürler hakkında bilgi sahibi olmalarına ve bu kültürleri benimsemiş kişilerin yaşamları hakkında fikir edinmelerine katkı sağladığı görülmüştür. Bununla birlikte yiyecek neofilisi aracılığıyla bireylerin kültürel deneyim yaşama isteklerini daha fazla tatmin edildiği görülmektedir. Zira yemek kurslarının eğitimlerinde yeni ve farklı yiyeceklerle yer vermelerinin bireylerin kültürel deneyim sağlama isteğine olumlu yönde katkıda bulunduğu yapılan çalışmalarla ortak sonuçlar ortaya koymaktadır (Hu vd., 2013; Dimitrovski ve Crespi-Valbona, 2017). Ancak prestij kazanmanın kurslara katılımlarından duydukları memnuniyet üzerinde olumlu bir etkisinin olmadığı; bununla birlikte yiyecek neofilisinin de bireylerin prestij kazanma isteklerinde aracı rolünün bulunmadığı anlaşılmıştır. Bu durumun kültürel deneyim kazanma isteğinin katılımcılarda prestij kazanma isteğinin önüne geçmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Günlük hayatın monotonluğundan uzaklaşma isteği, yeni kültürler ve lezzetler keşfetme motivasyonu katılımcılar için sosyal çevrelerinde prestij kazanma isteğinden daha önemli olarak görülmüştür.

Memnuniyet ve tekrar ziyaret etme niyeti değişkenleri ele alındığında ise; kişilerin yemek kurslarına katıldıklarında beklentilerinin karşılanmasının, yemek kurslarına katılma kararlarından memnuniyet duymalarını ve yemek kurslarına katılarak doğru bir tercih yaptıklarını hissetmelerini sağladığı belirlenmiştir. Yemek kurslarında edinilen deneyimlerin bireylerin memnuniyet düzeylerini artırdığı;

dolayısıyla bireyleri yemek kurslarına yeniden katılmaya teşvik ettiği ve bu sonuçların daha önceki çalışmalarla paralellik gösterdiği saptanmıştır (Kirillova vd., 2014). Ayrıca memnuniyetin tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde önemli derecede etkili olduğu da araştırmacılar tarafından desteklenmektedir (Dimitrovski ve Crespi-Vallbona, 2017; Cankül ve Kol, 2022).

Özet olarak yemek kurslarına katılma ve kültürel deneyim kazanma isteğinin, bireylerin memnuniyeti üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Yiyecek neofilisinin ise kurslara katılma, rutinden kaçış ve kültürel deneyim kazanma isteği ile yaşadıkları deneyimden duydukları memnuniyet üzerinde aracı değişken olarak etkili olduğu görülmüştür. Ancak yiyecek neofilisinin prestij kazanma ile memnuniyet arasındaki ilişkide herhangi bir aracılık rolünün bulunmadığı tespit edilmiştir. Memnuniyetin ise tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu belirlenmiştir.

Aşçılık sanatının inceliklerini ve yemek pişirmenin püf noktalarını öğrenmeye merak duyan yiyecek neofilisine sahip kişilerin, yemek kurslarına katılımlarından duydukları memnuniyetin daha yüksek olacağı ön görülmektedir. Bu bağlamda aşçılık eğitimi veren kuruluşların, kurslara katılması planlanan hedef kitlenin yeniliklere olan yaklaşımını bilmelerinin, eğitim programlarını ve ders içeriklerini bu kişilerin beklentisine uygun şekilde düzenlemelerine imkân tanıyacağı düşünülmektedir. Bunun için kurs kayıtları esnasında bireylerin yemek kurslarına katılımlarının ardındaki beklentilerinin anlaşılmasına yönelik sorulara yer verilmesi tavsiye edilmektedir. Diğer yandan bu yolla elde edilen verilere göre hazırlanan ders içeriklerinin, kurslara ait çevrimiçi platformlarda paylaşılmasının bu kişilerin yemek kurslarına katılma niyetine olumlu yönde etki edeceği düşünülmektedir. Ayrıca bu çalışmanın genişletilerek ön lisans ve lisans seviyesinde mutfak eğitimi veren okullarda öğrenim gören öğrenciler üzerinde yapılmasının, yiyecek neofilisinin aşçılık mesleği seçimi üzerine olan etkisinin anlaşılmasına katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

Kaynakça

- Ahiler Kalkınma Ajansı (2023). *Dünyada ve Türkiye’de iyi uygulama örnekleri ile gastronomi turizmi ve nevşehir ili uygulanabilirlik analizi*. Ahiler Kalkınma Ajansı, Nevşehir.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior, *organizational behavior and human decision processes*, 50(2): 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Aslan, N. ve Pekerşen, Y. (2019). Aşçılık eğitimi ve sektör başarısı arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi: beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan aşçılar üzerine bir araştırma, *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(2): 93-122. <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.472843>
- Bacanlı, H. ve Türk Kurtça, T. (2020). Eğitim psikolojisi açısından merak: genel bir değerlendirme. *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi/Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi (HAYEF)*, 17 (1).
- Baydan Çağman, S., ve Aktaş Polat, S. (2023). İçer dönük ve dışa dönük turistlerin yiyeceklere yönelik neofobik ve neofilik eğilimleri. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(2), 1008-1028.
- Benn, J. (2014). Food, nutrition or cooking literacy-a review of concepts and competencies regarding food education. *International Journal of Home Economics*, 7(1), 13-35.
- Bertin, A., Arnould, C., Moussu, C., Meurisse, M., Constantin, P., Leterrier, C. ve Calandreau, L. (2015). Artificially Increased Yolk Hormone Levels And Neophobia İn Domestic Chicks, *Animals*, 5(4):1220-1232. doi: [10.3390/ani5040408](https://doi.org/10.3390/ani5040408)
- Birdir, K. ve Kılıçhan, R. (2013). Mutfak şeflerinin mesleki eğitim düzeyleri ve yaşadıkları eğitim problemlerinin tespitine yönelik bir çalışma. Karamustafa, K. (Ed.) 14. *Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı* (s. 615-635). Kayseri: Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi.
- Boz, B. (2022). *Bağlanma türlerinin gastronomide yenilikten korkma (neofobi) ve yenilik arama (neofili) davranışına etkisi: geleneksel yöntemler ve nöropazarlama araçlarıyla incelenmesi* [Yayınlanmamış Doktora Tezi], Balıkesir Üniversitesi
- Büyüköztürk, Ş. (2014). *Sosyal Bilimler için veri analizi el kitabı* (12.Bs.). Pegem A Yayıncılık.
- Cankül ve Kol (2022). Uzakdoğu mutfağı konseptli restoranları tercih eden tüketicilerin neofili düzeyleri ile tekrar ziyaret niyeti ilişkisi, *Gastroia: Journal of gastronomy and Travel Research*, 6(2): 456-467.
- Dimitrovski, D. ve Crespi-Vallbona, M. (2017). Role of food neophilia in food market tourists’ motivational construct: the case of la boqueria in barcelona, spain, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(4): 475-487. doi: [10.1080/10548408.2016.1193100](https://doi.org/10.1080/10548408.2016.1193100)

- Elands, B. H., & Lengkeek, J. (2012). The tourist experience of out-there-ness: Theory and empirical research. *Forest Policy and Economics*, 19, 31–38. doi:10.1016/j.forpol.2011.11.004
- Eren, Y., Erul, E. ve Uslu, A. (2023). Menüden ürün tercihlerinde tüketici etnosentrizminin gıda neofobisinin satın alma niyeti ve restoran imajının etkileri, *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6 (1): 180-196. doi:10.33083/joghat.2023.257
- Everett, S. (2009). Beyond the visual gaze? The pursuit of an embodied experience through food tourism. *Tourist Studies*, 8(3), 337–358. doi:10.1177/1468797608100594
- Fields, K., Hjalager, A. M., & Richards, G. (2002). Demand for the gastronomy tourism product: Motivational factors. In A.-M. Hjalager & G. Richards (Ed.), *Tourism and gastronomy* (pp. 36–50). London: Routledge.
- Fischler, C. (1988). Food, self and identify, *Antropology of Food*, 27(2): 275-292. doi:10.1177/053901888027002005
- Getz, D., & Robinson, R. (2014). Foodies and their travel preferences. *Tourism Analysis*, 19, 659–672. doi:10.3727/108354214X14116690097693
- Güneren, E., Hökelekli, N. A., ve Yıldız, M. (2022). Neofobi, neofili ve çeşitlilik arayışının restoranlarda müşterilerin gıda atık davranışı üzerine etkisi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(4), 3193-3212.
- Gyimothy, S., & Mykletun, R. J. (2009). Scary food: Commodifying culinary heritage as meal adventures in tourism. *Journal of Vacation Marketing*, 15(3), 259–273. doi:10.1177/1356766709104271.
- Ha, J. (2011). *Diners' variety seeking in the restaurant choice*. [Unpublished doctoral dissertation], Purdue University.
- Hair, J. F., Black, W.C., Babin, B.J. ve Anderson, R.E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*. Pearson.
- Hansen, S., Drake, T. ve Vollmer, RL (2019). Perceptions of cooking education among high school students. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 47 (4), 359-374.
- Hu, Y., Banyai, M. ve Smith, S. (2013). Expenditures, motivations, and food involvement among food festival visitors: the hefei, china, crawfish festival, *Journal of China Tourism Research*, 9(4): 467–488. doi:10.1080/19388160.2013.839410
- Hughes, M. H. (2003). *Culinary professional training: measurement of nutrition knowledge among culinary students enrolled in a southeastern culinary arts institute* [Unpublished doctoral dissertation], University of Auburn.
- İğdır, E. (2021). *Yiyecek tüketim motivasyonları ve yiyeceklerle ilgili kişilik özelliklerinin tavsiye etme niyeti üzerine etkisi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- İstanbul Büyükşehir Belediyesi (2023). *Gastronomi ve mutfak sanatları: İSMEK*, 2 Ekim 2023 tarihinde https://enstitu.ibb.istanbul/portal/egitim_alanlari.aspx?alanId=83 adresinden erişildi.
- Jyväkörpi, S., Pitkälä, K., Kautiainen, H., Puranen, T., Laakkonen, M., ve Suominen, M. (2014). Nutrition education and cooking classes improve diet quality, nutrient intake, and psychological well-being of home-dwelling older people—A pilot study. *Morb. Mortal*, 1, 4-8.
- Kaplan, A. (2018). *Gastronomi turistlerinin gıda seçiminde neofobi-neofili etkisi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Adnan Menderes Üniversitesi.
- Keskin, E. ve Sezen N. (2020). The specification of the neophobia and neophilia levels of the guests experiencing restaurants: cappadocia sample, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 1592-1606. doi:10.26677/TR1010.414
- Kılıç, D.G. (2017). *Turistlerin her şey dahil otellerde yerel yiyecek tüketim davranışları: Antalya'da bir araştırma* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Akdeniz Üniversitesi.
- Kim, Y. G., Eves, A. ve Scarles, C. (2009). Building a model of local food consumption on trips and holidays: a grounded theory approach, *International Journal of Hospitality Management*, 28: 423–431. doi:10.1016/j.ijhm.2008.11.005
- Kim, Y. G., Eves, A., & Scarles, C. (2009). Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 423–431. doi:10.1016/j.ijhm.2008.11.005
- Kirillova, K., Fu, X., Lehto, X. ve Cai, L. (2014). What makes a destination beautiful? Dimensions of tourist aesthetic judgment, *Tourism Management*, 42: 282–293. doi:10.1016/j.tourman.2013.12.006

- Korkmaz, H., & Kafa, N. (2020). Kültürel varlıkları ziyaret edenlerin motivasyon ve deneyimleri: Nemrut örneği. *Journal of International Social Research*, 13(69).
- Koç Apuhan, A. ve Kement, Ü. (2022). Gastro-turistlerin yerellik ve yiyecek kişilik özelliklerinin yerel yiyecek satın alma niyetine etkisi: gaziantep ili örneği, *Hitit Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1): 211-236. [doi:10.17218/hititsbd.1099676](https://doi.org/10.17218/hititsbd.1099676)
- Kurt, A. A. (2013). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Latimer, L. A., Pope, L. ve Wansink, B. (2015). Food neophiles: profiling the adventurous eater, *Obesity*, 23(8): 1577-1581. [doi:10.1002/oby.21154](https://doi.org/10.1002/oby.21154)
- Liang, A. R.-D., Chen, S.-C., Tung, W., & Hu, -C.-C. (2013). The influence of food expenditure on tourist response to festi- val tourism: Expenditure perspective. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 14(4), 377–397. [doi:10.1080/15256480.2013.838088](https://doi.org/10.1080/15256480.2013.838088)
- Luis, L.S. (2010). 46 for me please”: Neophilia and neophobia in food consumption. *In Sociology Forum*, 2 (20), 83-88.
- Mak, A. H. N., Lumbers, M., Eves, A., & Chang, R. C. Y. (2012). Factors influencing tourist food consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 928–936. [doi:10.1016/j.ijhm.2011.10.012](https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.10.012)
- Marine-Roig, E., Lin, M. P., & Llonch-Molina, N. (2023). Cooking classes as destination image contribution: a serious leisure perspective. *Leisure Sciences*, 1-22.
- Masruroh, U. (2023). Developing Children's Social Emotional Through Cooking Class Activities. *In Proceedings of the 1st International Conference on Early Childhood Education in Multiperspective, Indonesia*.
- Neumann, U. (2018). Cooking courses in higher education: a method to foster education for sustainable development and promoting sustainable development goals. *Handbook of Sustainability Science and Research*, 827-848.
- Öztürk, Y. ve Görkem, O. (2011). Mutfak dalı öğrencilerinin mesleki yeterliklerinin değerlendirilmesi: otelcilik ve turizm meslek lisesi öğrencilerine yönelik bir uygulama, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(3): 69-89.
- Pliner, P. ve Hobden, K. (1992). Development of a scale to measure the trait of food neophobia in humans, *Appetite*, 19(2): 105-120. [doi:10.1016/0195-6663\(92\)90014-W](https://doi.org/10.1016/0195-6663(92)90014-W)
- Raudenbush, B. ve Frank, R. A. (1999). Assessing food neophobia: the role of stimulus familiarity, *Appetite*, 32(2): 261-271. [doi:10.1006/appe.1999.0229](https://doi.org/10.1006/appe.1999.0229)
- Rozin, P. ve Fallon, A. (1988). Body image, attitudes to weight, and misperceptions of figure preferences of the opposite sex: a comparison of men and women in two generations, *Journal of Abnormal Psychology*, 97(3): 342- 345. [doi:10.1037/0021-843X.97.3.342](https://doi.org/10.1037/0021-843X.97.3.342)
- Sevim, B. ve Görkem, O. (2016). Gastronomi eğitiminde geç mi kalındı acele mi ediliyor?, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(58): 977-988. [doi:10.17755/esosder.258830](https://doi.org/10.17755/esosder.258830)
- Sivrikaya, K. K. (2019). *Gıda neofobisi ve heyecan arama kişilik özelliklerinin yabancı turistlerin geleneksel türk yemeklerini satın alma niyetine etkisi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Stranieri, S, Ricci, E.C. ve Banterle, A. (2017). Convenience food with environmentally-sustainable attributes: a consumer perspective, *Appetite*, 1(116): 11–20. [doi:10.1016/j.appet.2017.04.015](https://doi.org/10.1016/j.appet.2017.04.015)
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2023). *Teftiş kurulunun kısa bir tarihçesi*. 28 Eylül 2023 tarihinde <https://teftis.ktb.gov.tr/yazdir?340F55042AC83F71F4425A3EB6A91AC7> adresinden erişilmiştir.
- Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. (2013). *Using multivariate statistics*. (6rd ed.) Pearson.
- Tomić Maksan, M., Deronja, K., Tudor Kalit, M., ve Mesić, Ž. (2019). Food neophobia as a determinant of consumer behaviour in ethnic food consumption. *Ekonomika misao i praksa*, 28(2), 579-595.
- Urry, J. (2002). *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies* (2nd ed.). London: Sage.
- Yiğit, S. (2022). Is it possible to get to know a culture through cooking classes? Tourists experiences of cooking classes in İstanbul. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 28, 100527.
- Yoon, Y. ve Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model, *Tourism Management*, 26(1): 45-56. [doi:10.1016/j.tourman.2003.08.016](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016)

Etik kurul onayı

İstanbul Esenyurt Üniversitesi etik kurulu tarafından 11.07.2023 tarih ve 2023/06-1 sayılı etik kurul onayı alınmıştır.

Araştırmacıların katkı oranı beyanı

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.