



T.C.

TOKAT GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**YERLİ TURİSTLERİN YÖRESEL YİYECEKLERE YÖNELİK
DUYGUSAL DEĞER ALGISININ TEKRAR ZİYARET ETME
NİYETİNE ETKİSİ: GİRESUN İLİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Emine SAĞLAM

Danışman: Doç. Dr. EMİN ARSLAN

TOKAT – 2024

ETİK SÖZLEŞME

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü tez yazım kılavuzuna göre, Doç. Dr. Emin ARSLAN danışmanlığında hazırlamış olduğum “Yerli Turistlerin Yöresel Yiyeceklere Yönelik Duygusal Değer Algısının Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: Giresun İli Örneği” adlı Yüksek Lisans tezinin bilimsel etik değerlere ve kurallara uygun, özgün bir çalışma olduğunu, aksinin tespit edilmesi halinde her türlü yasal yaptırımını kabul edeceğimi beyan ederim.

29.08.2024

Emine SAĞLAM

ÖNSÖZ

Yerli Turistlerin Yöresel Yiyeceklere Yönelik Duygusal Değer Algısının Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: Giresun İli Örneği adlı çalışmamda tez konusunun belirlenmesi aşamasından itibaren araştırmanın son aşamasına kadar katkılarını ve desteklerini esirgemeyen başta danışman hocam Doç. Dr. Emin ARSLAN'a ayrıca tecrübelerinden faydalandığım Doç. Dr. Hakan KENDİR, Doç. Dr. Ediz GÜRİPEK, Doç. Dr. Evrim ÇELTEK, Doç. Dr. Cemal İNCE ve diğer hocalarıma teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım.

Araştırma boyunca maddi ve manevi desteğini esirgemeyen anne ve babama bu zamana kadar bana güvenip yanımda oldukları için teşekkür ederim. Aynı zamanda sevgili ablam Büşra SAĞLAM'a çalışmalarındaki katkılarından dolayı çok teşekkür ederim. Çalışmamda bana destek olan sınıf arkadaşlarım ve iş arkadaşlarıma da teşekkür ederim.

29.08.2024

Emine SAĞLAM

ÖZET

YERLİ TURİSTLERİN YÖRESEL YİYECEKLERE YÖNELİK DUYGUSAL DEĞER ALGISININ TEKRAR ZİYARET ETME NİYETİNE ETKİSİ: GİRESUN İLİ ÖRNEĞİ

Sağlam, Emine

Yüksek Lisans Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Emin ARSLAN

Eylül 2024, xi + 71 sayfa

Bu çalışmadaki temel amaç; Giresun ilinin, yerli turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısının, tekrar ziyaret etme niyetine etkisini ölçmektir. Bu amaç doğrultusunda ilgili literatür incelenerek bir model oluşturulmuş ve araştırma hipotezleri geliştirilmiştir. Araştırma evreni, 2023 yılı Ocak ve Aralık ayları arasında Giresun İlini ziyaret eden yerli turistlerden oluşmaktadır. Katılımcıların belirlenmesinde kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Çalışmada veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır. Toplamda 612 anket uygulanmış, eksik veri içeren formlar çıkarıldıktan sonra 500 kullanılabılır anket formu analiz edilmiştir. Elde edilen veriler SPSS programında; frekans analizi, güvenirlik analizi, faktör analizi, t testi, ANOVA, korelasyon analizi, regresyon analizi yapılarak hipotezler değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda, araştırmanın temel sorusu olan turistlerdeki yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısının tekrar ziyaret etme niyetine etkisinin pozitif yönde olduğuna ulaşılmıştır. Araştırmada katılımcıların demografik özellikleri ile duygusal değer algıları arasındaki farklar incelenmiştir. Yaş, medeni durum ve aylık gelire göre duygusal değer algısının farklılık gösterdiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Turizmi, Yöresel Yiyecek, Duygusal Değer Algısı, Tekrar Ziyaret Etme Niyeti, Giresun.

ABSTRAC

THE EFFECT OF LOCAL TOURISTS' EMOTIONAL VALUE PERCEPTION TOWARDS LOCAL FOODS ON THEIR INTENTION TO VISIT AGAIN: THE EXAMPLE OF

Saglam, Emine

Master's Degree Tourism Management and Hotel Management Department

Thesis Advisor: Assoc. Dr. Emin ARSLAN

September 2024, xi + 71 pages

The main purpose of this study is; To measure the effect of local tourists' emotional value perception of local foods in Giresun province on their intention to revisit. For this purpose, a model was created by examining the relevant literature and research hypotheses were developed. The research population consists of domestic tourists who visited Giresun Province between January and December 2023. Convenience sampling method was preferred to determine the participants. A survey was used as the data collection technique in the study. A total of 612 surveys were administered, and 500 usable survey forms were analyzed after forms containing missing data were removed. The data obtained is in the SPSS program; Hypotheses were evaluated by frequency analysis, reliability analysis, factor analysis, t test, ANOVA, correlation analysis and regression analysis. As a result of the study, it was found that the effect of tourists' emotional value perception of local foods on their intention to revisit, which is the main question of the research, was found to be positive. In the study, the differences between the demographic characteristics of the participants and their emotional value perceptions were examined. It has been observed that the perception of emotional value varies according to age, marital status and monthly income.

Keywords: Gastronomy Tourism, Local Food, Perception of Emotional Value, Intention to Revisit, Giresun.

İÇİNDEKİLER

Sayfa.

ÖNSÖZ	i
ÖZET	ii
ABSTRACT	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
TABLolar LİSTESİ.....	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ	vii
RESİMLER LİSTESİ	viii
HARİTA LİSTESİ	ix
GRAFİK LİSTESİ.....	x
KISALTMALAR	xi
1. BÖLÜM GİRİŞ.....	1
2. BÖLÜM KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	3
2.1. Gastronomi Tarihi	3
2.1.1. Gastronomi Kavramı ve Kapsamı	6
2.1.2. Gastronomi Turizminin Tanımı.....	10
2.1.3. Gastronominin Turizm Açısından Önemi	11
2.2. Duygusal Değer	13

2.2.1. Yiyecek İçecek Tüketiminde Duygusal Değerin Önemi	16
2.3. Giresun Hakkında Bilgi	17
2.3.1. Giresun'un Gastronomi Kültürü	19
2.3.2. Giresun'un Gastronomi Kültüründe Yer Alan Yöresel Yiyecekleri.....	20
2.3.3. Giresun'un Gastronomi Turizmi Açısından Önemi.....	37
2.4. Tekrar Ziyaret Etme Niyeti	39
3. BÖLÜM ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	42
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	42
3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları	43
3.3. Araştırmanın Modeli	43
3.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	44
3.5. Veri Toplama Tekniği.....	44
3.6. Verilerin Analizi	45
3.7. Bulgular	45
4. BÖLÜM SONUÇ VE ÖNERİLER	58
KAYNAKLAR	61
EKLER.....	71

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Giresun'un Coğrafi İşaret Tescilli Gastronomik Ürünleri.....	38
Tablo 2. Katılımcıların cinsiyet özelliklerine göre dağılımları.....	46
Tablo 3. Katılımcıların yaş özelliklerine göre dağılımları.....	46
Tablo 4. Katılımcıların medeni durum özelliklerine göre dağılımları.....	47
Tablo 5. Katılımcıların eğitim durumu özelliklerine göre dağılımları	47
Tablo 6. Katılımcıların aylık gelir özelliklerine göre dağılımları.....	48
Tablo 7. Değişkenlere İlişkin Çarpıklık ve Basıklık Katsayıları	48
Tablo 8. Duygusal Değer Algısına ilişkin Faktör Analizi Sonuçları.....	49
Tablo 9. Tekrar Ziyaret Niyeti Faktör Analizine İlişkin Sonuçlar	50
Tablo 10. Duygusal Değer Algısı ve Tekrar Ziyaret Niyetine İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri	51
Tablo 11. Cinsiyete Göre Duygusal Değer Algısının Farklılaşmasına İlişkin T-Testi Sonuçları	52
Tablo 12. Medeni duruma Göre Duygusal Değer Algısının Farklılaşmasına İlişkin T-Testi Sonuçları	53
Tablo 13. Katılımcıların Yaşlarına Göre Duygusal Değer Algısının Farklılaşmasına İlişkin ANOVA Testi Sonuçları.....	53
Tablo 14. Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Duygusal Değer Algısının Farklılaşmasına İlişkin ANOVA Testi Sonuçlar	54
Tablo 15. Katılımcıların Aylık Gelire Göre Duygusal Değer Algısının Farklılaşmasına İlişkin ANOVA Testi Sonuçlar.....	54
Tablo 16. Değişkenler Arası Korelasyon Matrisi	55
Tablo 17. Duygusal Değer Algısının Tekrar Ziyaret Niyeti Üzerindeki Etkisini İnceleyen Basit Doğrusal Regresyon Analizi	56
Tablo 18. Araştırma Hipotezlerine Ait Sonuçlar	56

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Ürün temel his dairesel modeli.....	13
Şekil 2. Russell'in döngüsel modeli	14
Şekil 3. Beş duyu yardımıyla karar alma süreci	17



RESİMLER LİSTESİ

Resim 1. Eriha ile Çatalhöyük	4
Resim 2. Joseph de Berchoux ile Gastronomie ou l'homme des champs a table çalışması.....	5
Resim 3. Jean Anthelme Brillat-Savarin ile "Lezzetin Fizyolojisi" adlı eseri.....	6



HARİTA LİSTESİ

Harita 1. Giresun İlinin Coğrafi Konumu	18
---	----



GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1: Turizm İstatistikleri, II. Çeyrek: Nisan-Haziran 2022 verilerine göre harcama türlerinin bir önceki yılın aynı dönemine göre değişim oranları (%)	12
Grafik 2. Türkiye’deki Gastronomi Turlarının Bölgelere Göre Yüzdelik Dağılımı.....	37



KISALTMALAR

Gr:	Gram
Kg:	Kilogram
TDK:	Türk Dil Kurumu
Vb.:	Ve benzeri
Vd.:	Ve diğerleri
M.Ö:	Milattan Önce
Y. Y:	Yüzyıl
N:	Katılımcı Sayısı
P:	Anlamlılık Değeri (Sigma Değeri)
t:	t testi
ANOVA:	Varyans Analizi
KMO:	Kaiser Meyer Olkin
DDA:	Duygusal değer algısı
TZN:	Tekrar Ziyaret Niyeti
Örn:	Örnek

1. BÖLÜM GİRİŞ

İnsanların farklı mutfak kültürlerindeki yiyecek ve içecek ürünlerine artan ilgisi, yeni bir alternatif turizm türü olan gastronomi turizminin oluşumunda önemli rol oynamıştır. Gastronomi turizmi; bir bölgenin mutfak kültürünü ve tarihini anlatmayı amaçlayan, yeme-içme deneyimi yaşamak için genellikle yerel yiyeceklerin bulunduğu destinasyonlarla gerçekleştirilen turizm etkinliği olarak açıklanmaktadır (Ceyhun Sezgin ve Akbıyık, 2021; Bozagcı ve Çevik, 2021; Mankan, 2017). Başka bir ifadeyle gastronomi turizmi; gastronomik unsurların ön planda olduğu daha önceden deneyimlenmemiş, bölgenin modern veya yöresel lezzetlerini keşfetmek amacıyla gidilen yemek gezisi seyahatleri olarak da tanımlanmaktadır. Keşif ve macera olarak başlayan gastronomi turizmi, kültürel deneyimler ile sonuca ulaşır (Çetin ve Küçükkömürler, 2019; Arslan, 2020). Günümüzde dünya için turizm aracı haline gelen gastronomik unsurlar, ülke ve bölgelerin turizm pazarlamasında önemli bir yere gelmiştir. Yapılan araştırmalarda konaklama işletmeleri ülke ekonomisine %30 değerinde katkı sağlarken, gastronomi sektörünün %70 değerinde katkı sağladığı görülmektedir. Bu veriler doğrultusunda, gastronomi turizminin ekonomi ve istihdam açısından bölgeye önemli katkılar sağladığı gözlemlenmektedir (Ceyhun Sezgin ve Akbıyık, 2021).

Dünya genelinde gastronomi, turizm sektörünün ilgi odağı olmuştur (Arslan, 2020). Gastronomik amaçlı gidilen seyahatlerde; bölgedeki restoranlar, yemek festivalleri, yiyecek üreticileri ziyaret edilmektedir. Gastronomi turizmi yalnızca yeme-içme ile ilgili değildir. Bu turizm aynı zamanda; gastronomiyle ilgili medya kuruluşlarını, TV programlarını, dergileri, üzüm bağlarını, görsel yemek şovlarını, şarap üretim alanlarını, bira fabrikalarını, aşçılık okullarını, yemek kitapları satan mekânları ve gastronomiyle alakalı müzeleri kapsamaktadır. Bölge halkı tarafından o yere ait yöresel lezzetlerin korunması ve sürdürülebilirliğin sağlanması, gastronomi turizmin gelişmesi açısından önemlidir (Akbıyık, 2021; Arslan, 2020). Gastronomi turizminin birçok sektörle bağlantısının olması; bulunduğu bölgeye ekonomik katkı, rekabet avantajı, mutfagına özgün kimlik ve sürdürülebilirlik sağlamaktadır (Gül, 2022).

Türkiye gastronomi turizmi bakımından, dünya genelinde merak uyandırıcı ve dikkat çekici niteliğe sahiptir. Dünyanın en eski mutfaklarından biri olan Türk mutfağı farklı coğrafyalarda yaşamış birçok medeniyete ev sahipliğı yapmıştır. Bu medeniyetlerden edindiğı bilgileri sentezleyerek zengin bir mutfak kültürü oluşturmuştur. Türkiye bulunduğu coğrafi konum bakımından da zengin tarım ürünlerine sahiptir. Tarım ürünlerindeki bu çeşitlilik Türk mutfağın merak uyandırıcı ve çekici olmasını sağlamıştır (Akbıyık, 2021).

Tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliğı yapmış olan Giresun, kendine özgü nitelikte bir mutfak kültürüne sahiptir. Bölgenin coğrafyası ve iklim özellikleri mutfak kültürüne çeşitlilik sunmuştur. Bu çeşitliliğın oluşumunda; yükselti, eğim, toprak türü, sosyal yapı, gelenek ve görenekler, yaşam biçimi, dini inanç, iş imkânı, ağız, psikolojik davranışlar gibi etkenler önemli bir rol oynamaktadır. Giresun'un doğası, sağlıklı yaşam şartlarıyla faydalanılabilir bir gastronomik destinasyon ögesi haline getirilebilir. Böylelikle Doğı Karadeniz bölgesinin gastronomi potansiyeli artırabilir (Karahana, 2009).

İyi bir yemek yeme ile oluşan keyfi duygular, duygusal değeri boyutuyla ilişkilendirilir (Kendir ve Arslan, 2020). Gastronomi turizmi; turistlerin deneyimledikleri yemek tecrübelerinin zihinlerinde oluşturdukları duygularla, bölgeye tekrar ziyaret etme niyetini etkileyen önemli bir unsurdur (Daşdemir ve Madenci, 2021). Bu çalışmanın amacı, gastronomi turizmi kapsamında ziyaretçilerin, Giresun iline ait yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değeri algısının tekrar ziyaret etme niyetine etkisini incelemektir.

2. BÖLÜM KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Gastronomi Tarihi

Evrenin varoluşundan itibaren yemek; canlıların hayatlarına devam edebilmeleri ve beslenebilmeleri için fizyolojik ihtiyaçlardan biri olarak görülmektedir (Çetin ve Küçükkömürler, 2019). Bitkisel gıda ve av toplayıcılığı ile başlayan yemek arayışı ateşin de bulunmasıyla birlikte yiyeceklerin pişirilerek yenmesi durumunu beraberinde getirmiştir (Mandal, 2018). İnsanoğlu dünyanın farklı coğrafyalarında yaşamış, kültürel bilgi ve birikimiyle günümüzdeki medeniyet düzeyine erişmiştir. Medeniyetin geliştiği ve bilginin artarak yaygınlaştığı alanlardan biri de mutfak kültürüdür (Soruç, 2021). Geçmişten günümüze mutfak kültürünün belirlenmesinde; toplumların gelenekleri, ritüelleri, inanışları, yiyeceklerle yaklaşım şekilleri, yemek pişirirken kullandıkları yöntemler, yiyecekleri muhafaza ederken ve pişirirken kullandıkları kap kacak ve aletler etkili olmuştur (Bozazıcı ve Çevik, 2021). Toplumsal kimliğin bir parçasını da mutfak kültürü oluşturmaktadır. Kültür ile yemek ilişkisi arasından gastronomi doğmuştur (Sarı Gök ve Şalvarcı, 2020; Mandal, 2018).

İlkel bir toplumda yaşayan insanlar ateşin bulunmasıyla; ısınma, çanak-çömlek yapımı, metal eritme, damıtma, yemek pişirme gibi birçok alanda ateşi kullanmaya başlamışlardır. Topraklara şekil vererek çanak çömlek hazırlama, erittikleri metallerden dayanıklı kap kacak yapma gibi çalışmalar yapmışlardır. Bu şekilde ilerlettikleri yapım teknolojileriyle, farklı modellerde mutfak araç gereçleri tasarlamışlardır. Yaşadıkları hayatlardan uzaklaşmadan bulundukları bölgede yemek yapmak için ayrı bir bölüm hazırlayarak mutfak benzeri yerler oluşturmaya başlamışlardır. Bu mutfak benzeri yerlere ilk olarak Ürdün Vadisinde bulunan Eriha (M.Ö. 7.700) ile Türkiye'deki Çatalhöyük (M.Ö. 7000) Neolitik yerleşim merkezlerinde rastlanmıştır. Genellikle yiyecekler direkt ateş üzerinde veya sıcak taşlar üzerinde pişirilmiştir. İlerleyen dönemlerde Mezopotamya'da evden farklı bir alanda, yerden biraz yüksekte kerpiçten yapılmış ocaklara rastlanmıştır. Ülkemizde “tandır” ismiyle bu pişirme ekipmanı halen kullanılmaktadır. Bu dönemde ateşe çok dayanıklı olmayan pişirme kapları (çömlek),

içi boşaltılmış su kabakları ve deri tulumlar yiyeceği pişirmek amacıyla kullanılmıştır (Akdeniz, 2019). Resim 1’de: Eriha ile Çatalhöyük gösterilmektedir.

Eriha



Çatalhöyük



Resim 1. Eriha ile Çatalhöyük

Kaynak: Anonim 2022; Anadolu Ajansı, 2022

Yerleşik hayata geçilen zamanda uygarlıklar ticaret ve ikili ilişkilerle karşılıklı mutfak kültürlerinden etkilenmiştir. Mısır, Yunan, Pers ve Roma gibi uygarlıklar; yemek çeşitleri, pişirme teknikleri, baharat çeşitleri gibi alanlarda önemli buluşlar yapmış ve birbirlerinden etkilenmişlerdir. Özellikle Romalılar yemekten zevk almak için yemek yapmaya büyük ölçüde önem vermeye başlamışlardır. Bu gelişmeler yemekten haz alma isteğiyle birlikte yemeği yavaş yeme özelliğinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Anadolu coğrafyasının, gastronomi tarihinin şekillenmesinde önemli bir yeri olduğu bilinmektedir. Roma, Yunan gibi iki büyük uygarlığın yanı sıra Hatti, Lidya, Hitit, Urartu gibi uygarlıklara da ev sahipliği yapmıştır. Fetih yoluyla elde edilen bu coğrafyalar uygarlıkların devamlı değişmesi sonucu birbirlerinden etkilenerek sentez haline gelmiş, sonrasında Anadolu mutfak kültürünün oluşumuna zemin hazırlamışlardır. Dolayısıyla Türk mutfaklarının ortaya çıkışında, Selçuklular ile başlayan Osmanlı imparatorluğu ile devam eden Anadolu coğrafyası önemli bir kaynaktır (Işkın, 2022).

Gastronomi; Yunancada “gastro” mide ve “nomos” kural, yasa veya düzenleme anlamına gelmektedir (Ağcakaya ve Can, 2019). Gastronominin tarihine bakıldığında

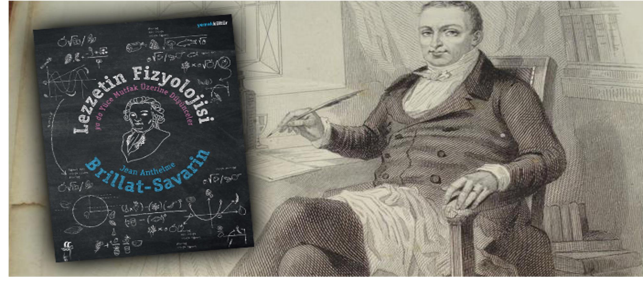
Paris'te 1765 yılında ilk açılan restoranla beraber “yaşamak için yemek yeme” anlayışının ortaya çıktığı bilinmektedir (Özdemir ve Dülger Altıner 2019). Fransız şair ve hukukçu olan Joseph de Berchoux gastronomi terimini literatüre “Gastronomie ou l’homme des champs a table (Gastronomi ya da Tarladan sofraya insan)” (1801) adlı çalışmasında kullanarak kazandırmıştır. Resim 2’de Joseph de Berchoux ile Gastronomie ou l’homme des champs a table çalışması yer almaktadır.



Resim 2. Joseph de Berchoux ile Gastronomie ou l’homme des champs a table çalışması

Kaynak: Anonim 2021; Anonim 2022

Fransız Mutfak Sözlüğüne 1835 yılında “iyi yemek yeme sanatı “olarak eklenmiştir (Küçüktemel, 2022). Jean Anthelme Brillat-Savarin tarafından yazılan "Lezzetin Fizyolojisi" ilk kapsamlı çalışmayı oluşturmuştur (Öney, 2016). Brillat-Savarin gastronomiyi çok disiplinli bir yaklaşım olarak sunmuş ve insanların besin tüketimiyle bağlantılı olan her unsurun mantıklı olarak anlaşılması şeklinde nitelendirmiştir. Savarin; gastronominin insanın yaşamını etkileyen geniş ve karışık doğası olduğundan ve tarih, fizik, kimya, yemek yapma gibi olguları kapsadığından da bahsetmiştir (Seyitoğlu ve Çalışkan, 2018). Resim 3’de Jean Anthelme Brillat-Savarin ile "Lezzetin Fizyolojisi" adlı eseri gösterilmektedir.



Resim 3. Jean Anthelme Brillat-Savarin ile "Lezzetin Fizyolojisi" adlı eseri

Kaynak: Anonim 2017

2.1.1. Gastronomi Kavramı ve Kapsamı

Leziz ve güzel yemeği seçme, yeme ve pişirebilme sanatı olarak bilinen gastronomi; toplumların mutfak yapılarını inceler, tanıtımını yapar, yiyecek ve içecek kültürünü yansıtır. Gastronomi için yiyecek ve içeceklerin iyi kalitede olması önemlidir. Genellikle gastronomiye ilgisi olan insanlar; keşfetme, deneyimleme, hazırlama, araştırma, yemekten anlama ve yemek hakkında yazma konularıyla ilgilenmektedirler. Aynı zamanda bir bilim dalı olan gastronomi; tarih, antropoloji, felsefe, kimya, biyoloji edebiyat, jeoloji, müzik sosyoloji, tarım bilimi ve psikoloji gibi konuları da kapsamaktadır (Savaşkan, 2021; Ceyhun Sezgin ve Akbıyık, 2021).

2.1.1.1. Gastronomi ile İlgili Kavramlar

- **Gastro Turist:** Bu tür turistler, farklı yiyecek içecek tüketmek için seyahat ederler.
- **Gastronom:** Bu kişiler kaliteli yemekten anlayan, yemekten zevk alan ve yemek konusunda uzmanlığı bulunan meraklı kişilere denir.
- **Gurme:** yiyecek içecek alanındaki detaylara dikkat eden, ürün kombinasyonu hakkında fikir sahibi olan kişilerdir.
- **Degüstatör:** Şarap hakkında detaylı bilgi sahibi olan, şarabı tadımlayan kişilerdir.

- **Gastronomik Kimlik:** Gastronomi üzerinde, bölgenin sahip olduğu kültürel, tarihi ve çevresel bıraktığı etkiye denir (Bayram, 2021).

Sürekli değişen ve gelişen yapıya sahip olan gastronomi, alanında çeşitli trendlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Yıldız ve Yılmaz, (2020) çalışmasında gastronomi trendlerini alternatif beslenme ile yemek deneyimini geliştirme olarak iki gruba ayırmıştır.

A) Alternatif Beslenme Odaklı Uygulanan Trendler;

- **Fast Food (Hızlı yemek):** İnsanların yemek ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri hızlı, kolay, pratik ve ayaküstü yemek üzere hazırlanan yiyeceklere fast food denmektedir.
- **Slow Food (Yavaş yemek):** Fast food hızlı yaşam tarzına tepki olarak Carlo Petrini tarafından slow food geliştirilmiştir. Günümüzde slow food akımı; gastronomi kültürünün korunmasını, yöresel geleneklerin sürdürülmesini, bölgeye gelen turistlere yerel mutfağın tanıtılması gibi olanaklar sağlar.
- **Vejetaryen Beslenme:** Hayvansal kaynaklı gıdaların kısıtlı kullanıldığı ya da hiç kullanılmadığı, bitkisel kaynaklı gıdaların ağırlıklı kullanıldığı beslenme eğilimidir. Vejetaryen beslenmenin sebeplerinden bazıları; beslenme şeklinin daha sağlıklı olması, hayvansal gıda kullanmanın etik boyutu, dini inanışlardır. Vejetaryen beslenme tipleri şu şekildedir:
 - **Vegan:** Tamamı bitkisel kaynaklı besinlerin tercih edildiği, hayvansal ürünlerin kullanılmadığı beslenmelerdir.
 - **Raw Vegan:** Bitkisel ürünlerin; işlem görmemiş, çiğ, pişmemiş şekilde tüketilmesidir.
 - **Fruitaryan:** Yağlı tohumlar, tahıl ve sadece meyve kullanılarak yapılan beslenmedir.
 - **Lakto Vejetaryen:** Hayvansal ve bitkisel ürünlerden sadece süt ve süt ürünlerinin kullanıldığı beslenmedir.
 - **Ovo Vejetaryen:** Hayvansal ve bitkisel ürünlerden sadece yumurtanın kullanıldığı beslenmedir.
 - **Polo Vejetaryen:** Balık ve kırmızı et dışında tüm hayvansal ve bitkisel gıdaların kullanıldığı beslenmedir.
 - **Pesko Vejetaryen:** Kümes hayvanları ile kırmızı et dışında tüm hayvansal ve bitkisel gıdaların kullanıldığı beslenmedir.

- **Semi Vejetaryen:** Kırmızı et dışında tüm hayvansal ve bitkisel gıdaların kullanıldığı beslenmedir.
- **Fleksitaryen:** Vejetaryen beslenme çoğunlukta benimsenmektedir ancak bazen hayvansal gıdalarda kullanılmaktadır.
- **Green (Yeşil) restoranlar:** Enerji açısından verimli tasarlanan, çevreye duyarlı şekilde inşa edilen, işletilen olarak açıklanmaktadır. Yeşil restoranlar, “azaltma, yeniden kullanma, geri dönüşüm (reduce, reuse, recycle)” ile “enerji, verimlilik (energy, efficient)” gibi ilkeleri temel almaktadır.
- **Raw Food (Çiğ yemek):** Sebze ve meyvelerin organik olarak yetiştirilip; çiğ olarak ya da düşük sıcaklıklarda “ısıtılarak” yiyeceklerin içerisindeki vitamin, mineral, enzim gibi besleyici öğelerini kaybetmeden kullanılmasıdır.
- **Vertical Farming (Dikey tarım):** Kontrollü bir şekilde, binada dikey olarak istiflenmiş bölmelerde yetiştirilen bitkileri kapsamaktadır. Bu yöntemde genellikle toprak ya da güneş ışığına ihtiyaç duyulmaz.
- **Cellular Agriculture (Hücresel tarım):** Hayvan yetiştirmeye gerek kalmadan, Doku mühendisliği ve sentetik biyolojideki gelişmeler kapsamında maya ya da bakteriler sayesinde ürün elde etmeye hücresel tarım denir.
- **Clean Supreme (Azami Şeffaflık):** Tüketiciler açısından; ürünlere uygulanan her türlü işlemin açıklanması, ürünün üretim sürecinin izlenebilir olması azami şeffaflık için önemlidir.
- **Hyper Local Sourcing (Hiper Yerel Tedarik):** Toprak olmadan, bitkilerin suyun içinde mineral besin solüsyonları kullanılarak yetiştirilmesine denir.
- **Silicon Valley & Food (Silikon Vadisi Yemekleri):** Silikon Vadisi’nde geliştirilen; bitki proteinlerinden üretilmiş et, etsiz tavuk, yumurtasız mayonez gibi gastronomik ürünleri kapsamaktadır. Bu yöntemdeki amaç farklı besin geliştirme yöntemleri kullanarak daha sağlıklı, ucuz ve yenilenebilir gıdalar üretmektir.
- **3 Boyutlu Yazılmış Yemekler:** Özel tasarlanmış yiyecek maddelerini 3 boyutlu bir şekilde yazıcı dışında herhangi bir araç, kalıp kullanmadan, katman katman yazmayı amaçlamaktadır.
- **Fonksiyonel Gıdalar:** Fizyolojik faydalar sağlayan doğal oluşumlu maddelerden türetilmiş, günlük diyetin bir parçası olarak tüketilen yiyecek-içecek ürünlerine denir.

Amacı vücutta oluşabilecek hastalık riskini azaltıp, vücudun genel durumunu iyileştirmektir.

- **Yenilebilir Böcekler:** Böcekler; vitamin, mineral, protein açısından oldukça zengin bir besin kaynağıdır. Günümüzde daha çok Asya ülkeleri tarafından tüketilmektedir.
- **Kan Grubuna Göre Beslenme:** Bireyin sağlıklı yaşaması için gereken beslenme alışkanlıkları açısından A, B, AB veya 0 kan grubu farklılık göstermektedir. A kan grubu meyve-sebze ağırlıklı, B kan grubu süt ve süt ürünleri ağırlıklı, AB kan grubu meyve-sebze ile hayvansal protein ağırlıklı, 0 kan grubu ise hayvansal protein ağırlıklı beslenmelidir. Kendi kan grubuna göre beslenmek; hastalık riskini azaltmakta ve sağlık durumunu geliştirmektedir.
- **Organik Tarım:** İnsan, çevre ve ekonomi için sürdürülebilir bir tarımsal üretim sistemidir. Doğal kaynakları, doğadaki canlıları ve doğanın dengesini korur; toprak verimliliğini sağlar.

B) Yemek Deneyimini Geliştirme Amaçlı Uygulanan Trendler;

- **Füzyon Mutfak:** Yeni yemekler ve lezzetler bulmak amacıyla farklı dünya mutfağına ait malzemelerin ve pişirme tekniklerinin bilinçli olarak aynı tabaktaki kombinasyonuna ya da karışımına füzyon mutfak denir. Başka bir ifadeyle çeşitli ülke mutfaklarına ait yiyeceklerin sentezlenmesidir.
- **Moleküler Mutfak:** Yiyecek içecek endüstrisinde yeni bir akım olarak 1980’lerde ortaya çıkmıştır. Deneysel mutfak ya da bilim temelli pişirme tekniği olarak tanımlanabilir. Moleküler mutfakta görüntü, koku gibi pişirilme esnasında gerçekleşen kimyasal ve fiziksel süreçler incelenmektedir. Aynı zamanda moleküler mutfak; gastronominin sanatsal, sosyal, teknik bileşenleri ile gıda maddelerinin kimyasal ve fiziksel dönüşüm nedenlerini incelemektedir.
- **Neurogastronomy (Nörogastronomi):** Gordon Shepherd tarafından 2006 yılında nörogastronomi” kavramı ortaya çıkmıştır. Yeme-içme sırasında insan beynini etkileyen davranışları nörogastronomi inceler. Nörogastronomi; nörologları, davranışsal psikoloji uzmanlarını, şefleri ve biyokimyacıların bir araya gelmesiyle yeme-içme esnasında oluşan duyuların beyni nasıl etkilediğini ve yiyecek içeceklerin nasıl farklı algılanabileceğini incelemektedir.

- **Surf & Turf:** Kırmızı et ile deniz ürünlerinin aynı menü içerisinde servis edilmesini ifade etmektedir. Surf kelimesi karides, ıstakoz ve büyük etli balıkları kapsamaktadır. Turf ibaresi ise bonfile gibi yumuşak etli kırmızı et grubunu kapsamaktadır.
- **Yaşayan Mutfak:** Temel amacı beş duyu organına (görme, işitme, tatma, dokunma ve koklama) yeme içme deneyimini duyuşal aşamalarını ve bedensel hazzı hissedebilecek yemekler hazırlayıp tatmin duygusunu ortaya çıkarmaktır.
- **Temalı Restoranlar:** Belirli bir konuyu odak noktası haline getirerek, müşterileri etkileyip, hoşça vakit geçirmelerini sağlayarak işletmeye çekmektedir.
- **Siyah Yiyecekler:** Yiyecek ve içeceğin rengi gıdayı tatmadan önce tahmin etme, tanıma, güven duyma ve içeriğı hakkında bilgi sahibi olmada önemlidir. Siyah rengi gizem, soğuk ve hırs ile ilişkilendirilir. Amerika, Hindistan gibi ülkelerde siyah renkli gıdaların uzun süredir popüler olduğı bilinmektedir. Bu popülerliğin nedeni çeşitli renklerde gıda olmasına rağmen siyah renkli gıdaların daha az olması ve merak uyandırmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.
- **Fast Casual (Hızlı Günlük) Restoranlar:** Geleneksel, fast- food (hızlı yemek), nitelikli veya özellikli restoranlar arasındaki boşluğu doldurma özelliğı taşımaktadır. Bu restoranlar hızlı, günlük, taze, sağlıklı ve alternatif menülerden oluşmaktadır. Yemekler hızlı hazırlansa da yemek yeme davranışı uzun sürdürülebilir.

Yıldız ve Yılmaz (2020), çalışmasında; insanların yemek yemeyi açlığını gidermenin yanı sıra yemekten zevk alma, hoş zaman geçirme, farklı deneyimler yaşama, sağlık gibi unsurlar için de tercih ettiklerinden bahsetmektedir.

2.1.2. Gastronomi Turizminin Tanımı

Mutfak, bir yörenin kimliğini ve kültürünü diğerlerinden ayıran faktörlerdendir. İnsanlar bulundukları toplumun sunduğı mutfak düzenlerine ve alışkanlıklarına göre hareket etmişlerdir. Zaman geçtikçe oluşan değişiklikler insanların yemek düzenine ve alışkanlıklarına yenilikler getirmiştir. Mutfak kültüründe oluşan çeşitlilik insanların sadece karnını doyurma ve yaşamı devam ettirme amacının ilerisine geçmiştir. Bu çeşitlilik insanları yemekten lezzet, haz ve tat almaya yöneltmiştir. Bu sebeple başka bölgelerden yiyecek arayışı ortaya çıkmıştır (Mandal, 2018). Kültürel ürünleri birleştirici yapısı sayesinde gastronomi, turizmde önemli bir zemin oluşturmuştur.

İnsanların farklı kültürlerdeki yiyecek ve içecek ürünlerine artan ilgisi, yeni bir alternatif turizm türü olan gastronomi turizminin oluşumuna katkıda bulunmuştur. Gastronomi turizmi; bir bölgenin mutfak kültürünü ve tarihini anlatmayı amaçlayan, yeme içme deneyimi yaşamak için genellikle yerel yiyeceklerin bulunduğu destinasyonlarla gerçekleştirilen turizm etkinliği olarak açıklanmaktadır (Ceyhun Sezgin ve Akbıyık, 2021; Bozacı ve Çevik, 2021; Mankan, 2017).

2.1.3. Gastronominin Turizm Açısından Önemi

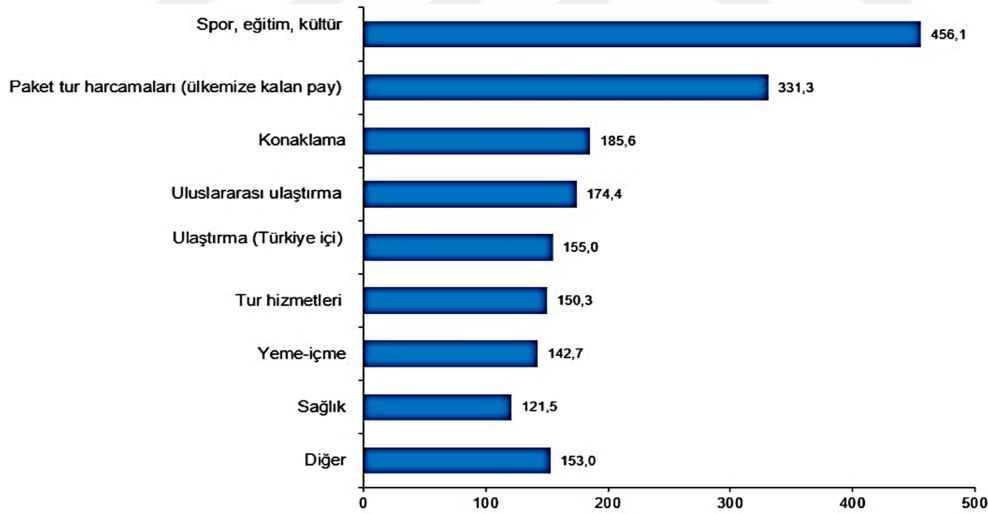
Yemek; turizm faaliyetlerinin önemli bir unsuru olmuştur. Araştırmalara göre seyahatlerde yapılan harcama maliyetlerinin üçte birini yemeğe yapılan harcamaların oluşturduğu belirtilmektedir. Bu da gastronominin, turizm sektöründeki önemini göstermektedir (Akbıyık, 2021). Turistlerin, bir bölgenin mutfak kültürünü ve tarihini eşsiz deneyimler yaşayarak keşfetmesi gastronomi turizmini ifade etmektedir. Gastronomik unsurların ön planda olduğu gastronomi turizmi; daha önceden deneyimlenmemiş, bölgenin modern veya yöresel lezzetlerini keşfetmek amacıyla gidilen yemek gezisi seyahatleri olarak da tanımlanmaktadır. Gastronomi turizmi ‘keşif ve macera’ olarak başlar ‘kültürel deneyimler’ ile sonuca ulaşır (Çetin ve Küçükkömürler, 2019; Arslan, 2020).

Dünya genelinde gastronomi, turizm sektörünün ilgi odağı olmuştur (Arslan, 2020). Gastronomi turizminin birçok sektörle bağlantısının olması bulunduğu bölgeye ekonomik katkı, rekabet avantajı, mutfağına özgün kimlik, sürdürülebilirlik açısından önemlidir (Gül, 2022). Çeşitli ülkeler kendi mutfak kültürlerindeki gastronomik ürünleri, birer çekicilik unsuru olarak kullanarak turizm getirisinden daha fazla pay almayı hedeflemektedir (Akbıyık 2021). Yapılan araştırmalarda konaklama işletmeleri %30 değerinde ülke ekonomisine katkı sağlarken, gastronomi sektörü %70 değerinde katkı sağladığı bilinmektedir. Bu veriler doğrultusunda gastronomi turizminin ekonomi ve istihdam açısından bölgeye önemli katkısının olduğu görülmektedir (Ceyhun Sezgin ve Akbıyık, 2021).

Gastronomi turizmi bakımından Türkiye, dünya genelinde merak uyandırıcı ve dikkat çekici niteliğe sahiptir. Dünyanın en eski mutfaklarından biri olan Türk mutfağı,

farklı coğrafyalarda yaşamış pek çok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Bu medeniyetlerden edindiği bilgileri sentezleyerek zengin bir mutfak kültürü oluşturmuştur. Ayrıca bulunduğu coğrafi konumu bakımından da zengin tarım ürünlerine sahiptir. Bu nedenlerden dolayı turistler için Türk mutfağı merak uyandırıcı ve çekici olmuştur. Gastronomik amaçlı gidilen seyahatlerde; bölgedeki restoranlar, yemek festivalleri, yiyecek üreticileri ziyaret edilmektedir. Gastronomi turizmi yalnızca yeme-içme ile ilgili değildir. Yemek ile ilgili medya kuruluşlarını, TV programlarını, dergileri, üzüm bağlarını, görsel yemek şovlarını, şarap üretim alanlarını, bira fabrikalarını, aşçılık okullarını, yemek kitapları satan mekânları ve gastronomiyle alakalı müzeleri kapsamaktadır. Bölge halkı tarafından o yere ait yöresel lezzetlerin korunması ve sürdürülebilirliğin sağlanması gastronomi turizminin gelişmesi açısından önemlidir (Akbıyık, 2021; Arslan, 2020).

Grafik 1: Turizm İstatistikleri, II. Çeyrek: Nisan-Haziran 2022 verilerine göre harcama türlerinin bir önceki yılın aynı dönemine göre değişim oranları (%)



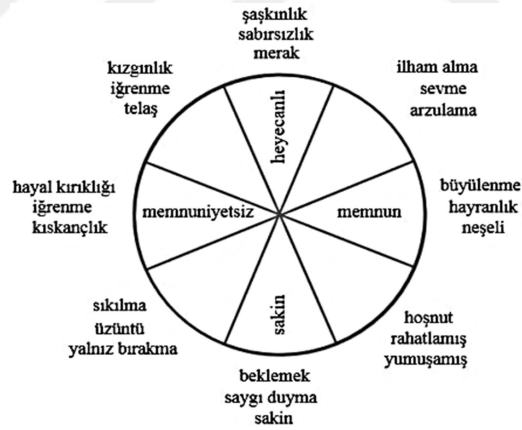
Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (2022).

Grafik 1’de Türkiye İstatistik Kurumu’nun (2022) verilerine göre yeme-içme oranı diğer dönemdeki turizm istatistiklerine göre artmıştır. Bu artışın nedenlerinden biri de çağımızın popüler turizm çeşidi olan gastronomi turizmidir. Yapılan bir araştırmada Amerika’da, 1960’lı yıllara kıyasla günümüzde evde yemek yapmak için ayrılan zaman yarı yarıya azalmıştır. Ama yemek hakkında konuşmak, yemek kültürünü

takip etmek, yemekle ilgili yazılar okumak, televizyondaki yemek programlarını izlemek ve trend restoranları ziyaret etmek her geçen gün artış göstermektedir. Değişen tüketim alışkanlıkları yemek hazırlama, pişirme süresini azaltsa da yemek hakkında konuşulan, yemek ile ilgili izlenen vakti artırmış yemekle ilgili olan bağımızı koparmamıştır (Samancı, 2021).

2.2. Duygusal Değer

TDK' ye göre duygunun tanımını; '1. duyularla algılama, his', '2. Belirli nesne, olay veya bireylerin insanın iç dünyasında uyandırdığı izlenim; kalp', '3. Nesneleri veya olayları ahlaki ve estetik yönden değerlendirme yeteneği' ve '4. Kendine özgü bir ruhsal hareket ve hareketlilik' oluşturmaktadır (TDK, 2024). Bu tanımlar incelendiğinde kişinin duyular aracılığıyla algılanan hislerin değerlendirilmesine duygu denilebilir. Duygu teorisi psikolojide; iyilik veya kötülüğün birey tarafından memnuniyet ya da memnuniyetsizlik olarak algılanması ve değerlendirilmesiyle ortaya çıkan bireysel deneyim türlerini 'his durumu' olarak açıklamaktadır.



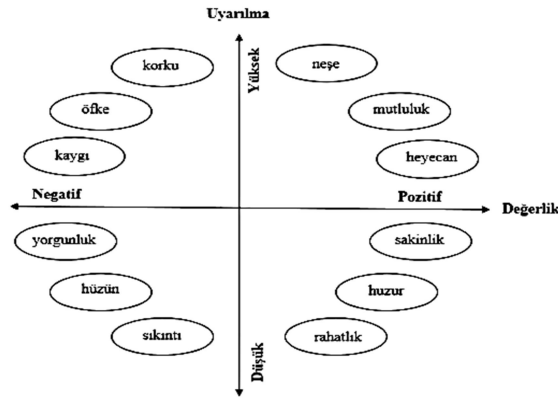
Şekil 1. Ürün temel his dairesel modeli

Kaynak: Taştan, 2014; Desmet, 2008

Eski psikoloji literatüründe duygu yerine his kavramı kullanılmıştır. Psikolojik uyarılma ile his durumunu birleştiren Russell 'temel his' modelini oluşturmuş. Bu model oluştururken iki boyutlu dairesel sembolden yararlanmıştır. Şekil 1'deki temel his

modeline göre dikey eksen uyarılma derecesini (sakinden heyecanlıya), yatay eksen ise duygu değerini göstermektedir (Taştan, 2014).

Temel hislerimizi ilk uyandığımız andan itibaren başlayarak, uyuyakaldığımız anımıza kadar devamlı olarak deneyimleriz. Hem içsel (örn. Besinsel veya hormonal etkiler vs.) hem de dışsal (hava, insan, cisim vs.) olarak birçok çeşitliliğe temel hislerimiz yanıt verir. Sadece duygulara ya da uyaranlara bağlı değil belli bir uyaran olmadan ruh hallerine bağlı olarak da temel hislerimiz deneyimlenebilir. Duygulara göre daha az yoğunlukta olsa da ruh halleri süre olarak daha geniş bir ruh durumudur. Genelde ruh halleri çevresel faktörlerden (örn. Trafik yoğunluğu, kötü hava vs.) kaynaklanır (Taştan, 2014). Russell'ın bir diğer kavramı olan Döngüsel Model (Circumplex Model), x ve y ekseninin üzerine yerleştirilen duyguyu boyutlar açısından açıklamaktadır. Bu boyutlar Arousal (uyarılma) ve Valence (duygusal değerlik) kavramıdır. Bu modelde; duygusal değeri, uyarının pozitif ya da negatif olmasıyla açıklarken uyarılmayı da uyarının heyecan verici ya da sakinleştirici olmasına göre açıklamıştır. Russell'in bu döngüsel modeli şekil 2'de gösterilmiştir. Bu model duyguları inceleyen çalışmalarda referans olarak kullanılmaktadır (Aytimur, 2023).



Şekil 2. Russell'in döngüsel modeli

Kaynak: Aytimur, 2023

Değerin TDK'ye göre sekiz farklı anlamı vardır. Bunlar; 1. 'Bir şeyin önemini belirlemeye çalışan soyut ölçü, karşılık, kadir, kıymet', 2. 'Para ile ölçülen karşılık, paha, valör' 3. 'Üstün nitelik, meziyet', 4. 'Üstün, yararlı nitelikte olan kimse', 5. 'Bir

ulusun sahip olduğu sosyal, kültürel, ekonomik ve bilimsel değerleri kapsayan maddi ve manevi öğelerin bütünü’, 6. ‘Uğrunda belli bir bedel ödenecek veya belli bir zahmet göze alınacak nicelik veya nitelikte olan’, 7. ‘Kişinin gereksinim duyan bir varlık olarak nesne ile bağlantısını belirleyen şey’, 8. ‘Bir değişkenin veya bilinmeyenin sayı ile anlatımı’ şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2024). Bu tanımlar incelendiğinde değerin soyut bir kavram olmasının yanı sıra farklı anlamlar çağrıştırdığı görülmektedir. Değer kavramı ilk olarak sosyal bilimlere Znaniecki tarafından kazandırılmıştır. Latince ‘güçlü olmak’ veya ‘kıymetli olmak’ manasına gelen ‘valere’ kelimesinden doğmuştur. Değerle ilgili olarak; toplumun yapısını oluşturan, ilgi gösterilen, arzu edilen, paylaşılan, ciddiye alınan, soyutlanabilir, inançtır, tercihtir, toplum tarafından benimsenen, bilinçteki davranışı yönlendiren, sadece bilinci değil duyguları kapsayan bir kavram olduğu söylenebilir. Değerler kişinin sadece inancını, heyecanını ve duygusunu etkilemez aynı zamanda insan davranışını ve tercihlerini de etkileyerek kişiye yol gösterir (ztrk Samur, 2011).

Araştırmada duygusal değer algısına yönelik demografik özelliklerine göre farklılık hipotezi oluşturulmuştur. Bunlar;

H₁ Giresun’u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısı demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

- **H_a** Giresun’u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısı cinsiyete göre farklılık göstermektedir.
- **H_b** Giresun’u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısı yaşı göre farklılık göstermektedir.
- **H_c** Giresun’u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısı medeni duruma göre farklılık göstermektedir.
- **H_d** Giresun’u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısı eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.
- **H_e** Giresun’u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısı aylık gelire göre farklılık göstermektedir.

2.2.1. Yiyecek İçecek Tüketiminde Duygusal Değerin Önemi

Yiyecek ya da gastronomi destinasyonları turizm için temel bir unsurdur. Seyahat eden turistlerin turizm faaliyetlerini daha cazip hale getirebilmek için gastronomi deneyimlerinden yararlanılır. Gastronomi çok yönlü bir yapıya sahiptir. Gastronomi deneyimi için gidilen yerlerde sadece yemek yenmez aynı zamanda yerel kültürü anlamaya ve tanımaya yönelik duygusal bağlar kurulur. Yöreye özgü yerel yiyecek ve içecekler, gastronomi festivalleri, yöresel yiyecek içecek deneyimi sunan işletmeler vb. yöresel kültürün tanınmasına fayda sağlar (Yeter, 2024). Yemek insanların toplum içerisinde sosyalleşmesine, duygularını ve düşünceleri ortaya çıkarmasında da etkilidir. Yeme eyleminde kişiler arası etkileşim sağlanır. Buna aile içi ilişki ortamı örnek verilebilir (Selimoğlu ve Gültekin, 2018). Turizm yönünden bakıldığında yiyeceklerin duygusal değer boyutuyla ilgili keyif, zevk veya haz gibi çeşitli duyguların hissedildiği ürünleri ifade etmektedir. İyi bir yemek yeme ile oluşan keyfi duygular, duygusal değer boyutuyla ilişkilendirilir (Kendir ve Arslan, 2020).

Yiyecek içecek işletmelerinde tüketici davranışlarını etkilemede çevre önemli bir etkidir. İnsan davranışlarının fiziksel çevre ile güçlü bir ilişkisi vardır. Fiziksel çevre yaklaşma-kaçma olarak iki karşıt tepkiden oluşur. Çevreye karşı olumlu pozitif tepkiler yaklaşma, olumsuz negatif tepkiler kaçma olarak ifade edilir. Yemek yeme için gittiği bir ortamda tüketici bilinçli ya da bilinçsiz olarak ilk çevreyi gözlemler. Fiziksel çevre için yaklaşma davranışlarını artırmak ve kaçınma davranışlarını azaltmaya yönelik yapılan yiyecek içecek hizmeti, eser, müzik, dekor, düzen vb. tüketici memnuniyetini hoş tutacak kalitede olmalıdır. İlk tüketici duyguları olumlu ya da olumsuz olarak kişiyi etkileyen çevre ile oluşmaktadır. Fiziki çevre, beş insani temel duyu ile hissedilir. Bu duyular; görme, duyma, koklama, dokunma ve tatmadır (Ünal, Akkuş ve Akkuş, 2014). Şekil 3’de beş duyu yardımıyla karar alma süreci gösterilmektedir. Duyular tarafından zihnimizde oluşan yorumlar tüketici kararıyla şekillenir. Duyusal veriler ilk olarak görme, duyma, koklama, tatma ve dokunmada yer alan alıcı hislerin beyne iletilmesiyle başlar. Ardından bu veriler beyinde var olan bakış açısı, inançlar, değerler, hatıralar ve deneyimler tarafından yorumlanır ve çıktı olarak davranışa dönüşür (Akıllıbaş, 2019). Çevreyi %58 ile görme, %45 ile koklama %41 ile

duyma, %31 ile tatma ve %25 ile dokunma duyularıyla anlamlandırırız (Onar, 2018). Sonuç olarak temel insani duyular ile anlamlandırdığımız duyguları davranışa dönüştürmek amaçlanmaktadır.



Şekil 3. Beş duyu yardımıyla karar alma süreci

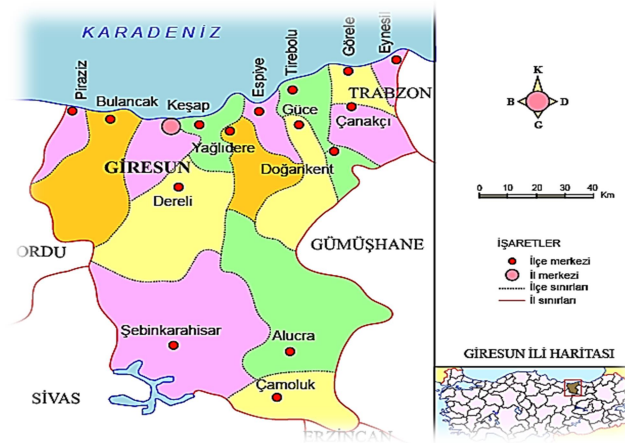
Kaynak: Akıllıbaş, 2019

Bireyin tüketim sürecinde psikolojisinde oluşan duygusal tepkiye tüketim duygusu denmektedir. Bu duygu durumu sürekli değişebilmektedir. Tüketim sonrası değerlendirmeye oluşan, duygusal ve bilişsel tepkiye ise tüketici memnuniyeti denir. Hizmet sonrasında tüketici deneyiminin beklentiyi karşılanması memnuniyet olarak değerlendirilir. Hizmet esnasında duyguların müşteri memnuniyetinde önemli bir etkisi vardır. Yiyecek içecek işletmeleri yemek yeme ihtiyacının yanı sıra tüketicilere tam bir hizmet deneyimi sunarlar. Buna karşılık tüketiciler de sadece yemekleri değerlendirmez hizmeti bütün olarak algılar, iyi bir yemek yeme deneyimi yaşarken hem duygusal hem de bilişsel değerlendirme yaparlar. Yiyecek içecek sektörlerinin başarılı olup, sektörde kalabilmeleri için tüketici memnuniyeti oldukça önemlidir. Duygusal olarak keyif alan tüketiciyi elde tutmak daha kolaydır. Tüketici sadakati işletmeler açısından mali faydalar elde etmek için önem arz eder (Ünal, Akkuş ve Akkuş 2014).

2.3. Giresun Hakkında Bilgi

Doğu Karadeniz Bölgesinde yer alan Giresun İlının konumu, 37-50 ve 39-12 doğu boylamları ile 40-07 ve 41-08 kuzey enlemleri arasında bulunmaktadır. Şehrin doğusunda Gümüşhane ve Trabzon, batısında Ordu, güneyinde Erzincan ve Sivas, kuzeyinde ise Karadeniz bulunmaktadır. 6934 km yüzölçümü ile Giresun, ülkenin binde

8,5'ini oluşturmaktadır. Giresun'un 16 ilçesi vardır. Bunların 8'i sahilde, 8'i de iç kısımdadır(Giresun Valiliği, 2023). Giresun'un yer dağılımına göre; %32'sini orman, %26'sını tarım, %22'sini mera-çayır ve %20'sini tarım dışı araziler kaplamaktadır. Tarım alanının %64'ü fındık, %32'si tarla ve %4'ü ise çay, meyve ve sebze kapsamaktadır (Ceyhun Sezgin ve Ayyıldız, 2019). Harita 1'de Giresun İlinin Coğrafi Konumu gösterilmektedir.



Harita 1. Giresun İlinin Coğrafi Konumu

Kaynak: Milliyet 2021

Giresun ilinin isminin Latince 'Kerasus' sözcüğünden geldiği düşünülür. Rivayete göre Kerasus ismi verilmesinin iki anlamı vardır. Sözcük anlamı "kiraz" olan Kerasus'un, Romalı komutan Lucullus'un kirazı M.Ö. 64 yılında ilk defa Giresun'da görmesi ve ardından kirazın tüm dünyaya Giresun'dan yayılması, anlamlarından biriyken diğer anlamının Giresun'un sahil kısmının yarımada biçimindeki uzanışının boynuza benzetilmesinden dolayı Latince "Keras" yani "boynuz" anlamından geldiği düşünülmektedir (Dizdar, 2022).

Giresun ilinin; M.Ö. 2000'li yıllardan günümüze kadar yerleşim yeri olarak kullanıldığı bilinmektedir. Bölge; Miletoslular, İskitler, Persler, Kapadokyalılar, Hititler, Frigler, Moğollar, Bizans, Rumlar, Cenevizliler, Çepni Türkmenleri, Selçuklu ve Osmanlı gibi birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. 1337'de Çepnilerin bölgeyi fethetmesi Giresun'un Türkleşmesine katkı sağlamıştır. 1461 yılında Fatih Sultan

Mehmet, Trabzon Rum İmparatorluğunu yenip bölgeyi Osmanlı toprağına katarak tamamen Türk egemenliğı altına almıştır. Kerasus Osmanlı yönetiminden Tanzimat'a kadar Trabzon'a bağılı bir ilçe olmuş adı da Giresun olarak değıştirilmiştir. Tanzimat ilanından sonra 1920 yılında müstakil muta sarraflık olup, Cumhuriyet'in ilanıyla 1923 yılında il merkezi olmuştur (Karahana, 2009; Ekici, 2021; Giresun Belediyesi, 2023).

Giresun'un iklim özelliklerine bakıldığında, dağlar kıyıya paralel uzanmasından kaynaklı kuzey ve güney kısımlarında farklı iklim görülür. Kuzey bölgesi genellikle ılık ve yağışlıdır. Dört mevsim boyunca yağış alan kuzey kısım yeşil bitki örtüsüyle kaplıyken güney bölgesinde bozkır bitki örtüsü görölmektedir. Bitki örtüsü bakımından zengindir. Bölgede mısır, fasulye, patates, çay, turunçgiller, fındık, tütün, çeşitli sebze ve meyveler yetişmektedir (Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı, 2023). Bitki örtüsünün çeşitliliğı bölgede kendiliğinden yetişen yenilebilir otların oluşmasına da olanak sağlamıştır. Bunlar; dikenucu (menevcen), pazı (pezik), ısırgan otu, kuzukulağı, salep, nane, kekik, madımak, sakarca, mendek, galdirik gibi otlardır. Bunun yanı sıra 26 farklı türde mantar bulunmaktadır. Bu türlere; evelek mantarı, kül mantarı, ayıkulağı, tavuk mantarı, geyik mantarı, bahçe mantarı, acı mantarı gibi örnekler verilebilir (Ekici, 2021).

2022 yılına göre Giresun nüfusu 450.862'dir. Bunların %50,06'sını kadınlar, %49,94'ünü erkekler oluşturmaktadır. Giresun'un yüzölçümü 6.831 km²' olarak bilinmektedir. Yani km²'ye 66 insan düşmektedir (Giresun Nüfusu, 2023).

2.3.1. Giresun'un Gastronomi Kültürü

Geçmiş tarihi boyunca birçok medeniyete ev sahipliğı yapmış olan Giresun'un kendine özgü nitelikte bir mutfak kültürü vardır. Bölgenin coğrafyası ve iklim özellikleri mutfak kültürüne çeşitlilik sunmuştur. Bu çeşitliliğın nedenleri; yükselti, eğim, toprak türü, sosyal yapı, gelenek ve görenekler, yaşam biçimi, dini inanç, iş imkânı, ağız, psikolojik davranışlar gibi etkenlerdir. Giresun'un bitki örtüsü yılın dört mevsimi yağışlı olması ve rutubet nedeniyle oldukça zengindir. Bu durum mutfak kültürünü doğrudan etkiler. Özellikle kıyı kesimlerinde kendiliğinden yetişen yenilebilir

otlar, yapraklar ve deniz ürünleri yeşilliği bol olan mutfak kültürünün oluşmasında önemli rol almıştır.

Karalahana başta olmak üzere Giresun mutfağında çoğunlukla otsu bitkiler yer almaktadır. Bununla birlikte çalıçileği, menevcen, hoşran, gücündene, kabalak, marul, maydanoz, madımak, ısırgan, sakarca, galdirik, pancar çiçeği, pezik, mendek, kuzukulağı gibi yenilebilir otlar da yemeklerin yapımında kullanılmaktadır. Çay, kekik, ihlamur, taflan yaprağı, papatya, nane, kuşburnu gibi bitkiler kurutularak içecek amacıyla da tüketilmektedir. Bölgede bulunan üzüm, dut, dağ çileği, ahlat, elma, kiraz, böğürtlen, incir, taflan, armut ve kızılıçık meyvelerinden; pekmez, marmelat ve reçel yapılmaktadır. Sebzelerden ise tarlalarda fasulye, mısır ve bezelye gibi ürünler yetiştirilerek mutfaklarda bu yiyeceklere de yer verilmektedir. Bu yiyeceklerin dışında kentte 26 çeşit mantar türü de bulunmaktadır. Giresun'un Karadeniz'in sahil kesiminde olması mutfağında bolca deniz ürünü bulundurmasına da imkân sağlar. Bunlardan bazıları; mezgit, alabalık, sargan, tirsi, kefal, barbun, palamut, hamsi, istavrit, kötektir. Köylerinde ve yaylalarında hayvancılıkla uğraşan bölge halkı mutfaklarında; tecen (beyaz peynir), tulum (deri peyniri), küp peyniri, tereyağı, süt, çökelek, yoğurt, yumurta, süzme, bal gibi hayvansal besinlere de yer vermektedir. Yazları taze olarak kullanılan yiyecekler, kış mevsiminde saklanılmak üzere; kurutulur, fırınlanır, dondurulur, tuzlanır, turşu yapılır, reçele-pekmeze dönüştürülür ve konservelenir. Küp peyniri ve çökelek gibi hayvansal ürünler de yaz ayında güveçlerle toprağa gömülür ve kışa saklanır. Mısır unu mutfakın vazgeçilmez parçalarından biridir. Yemeklerinde, tatlılarında, ekmek yapımında sıklıkla mısır ununa yer verilir (Gürsoy, 2017; Ceyhun Sezgin ve Ayyıldız, 2019).

2.3.2. Giresun'un Gastronomi Kültüründe Yer Alan Yöresel Yiyecekleri

Giresun'un kültürel mutfak kimliği bünyesinde yer alan yöresel yemeklerinden bazıları; çorbalar, ana yemekler, et & balık yemekleri, hamur işleri ve tatlılar alt başlıkları halinde açıklanmıştır.

2.3.2.1. Çorbalar

Çalı Çileği Çorbası



Kaynak: Kültür Portalı, 2013

Malzemeler: ½ kg çalı çileği, 200 gr kuru fasulye, 100 gr haşlanmış mısır yarması, 1 adet soğan, 15 gr salça, 30 gr tereyağı, yeterli miktarda su, tuz

Hazırlanış: Çalı çileği haşlanır, süzülür ve doğranır. Tencereye sıcak su eklenir. Haşlanan suya mısır yarması ile fasulye eklenir 10 dakika pişirilir. Ardından çalı çileği eklenir pişirmeye devam edilir. Aynı bir tavada yağ eritilir soğan kavrulur pembeleşen soğanlar kaynamakta olan çorbaya ilave edilir (Bayrak, 2019).

Darı Çorbası



Kaynak: Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı 2008

Malzemeler: 200 gr mısır yarması, 200 gr kuru fasulye, 30 gr tereyağı, 2 adet soğan, nane, pul biber, tuz

Hazırlanış: Mısır yarması ile kuru fasulye bir gün önceden ıslatılır. Ertesi gün bir tencereye alıp haşlanır. Yumuşayınca Aynı bir tavada soğan yağla eritilip çorbaya ilave edilir. Son olarak tuz ve baharat eklenir (Dizdar, 2022).

Fındık Unu Çorbası



Kaynak: Kültür Portalı, 2013

Malzemeler: 100 gr beyaz un, 150 gr fındık unu, 50 gr salça, 400 ml süt, 800 ml su, tuz, pul biber

Hazırlanış: Tencerede beyaz un, yağ ile kavrulur. Üzerine fındık unu ve salça ilave edilip kavrulmaya devam edilir. Baharatlar eklenir. Ardından suyu ve sütü ekleyip 10 dakika daha kaynatılır (Demirel ve Ayyıldız, 2017).

Hoşran Çorbası



Kaynak: Dizdar, 2022

Malzemeler: 1 bağ hoşran, 200 gr kuru fasulye(haşlanmış), 200 gr mısır unu, 3 adet soğan, 15 gr tereyağı, tuz

Hazırlanışı: Hoşranlar yıkanıp ince ince doğranır, haşlanmış suya atılır. Ardından kuru fasulye eklenir. Elle yavaş yavaş çorbaya mısır unu ilave edilir, tuz eklenir (Dizdar, 2022).

Kara Kabak Çorbası



Kaynak: Hürriyet, 2020

Malzemeler: 500 gr kara kabak, 1 kg yeşil fasulye, 2 adet soğan, 100 gr mısır unu, 25 gr toz şeker, 1 litre su, 15 gr tereyağı, fındık yağı, tuz, pulbiber

Hazırlanışı: Fasulyeler doğranır, kara kabak küp küp kesilir. Tencerede kaynamakta olan suya fasulye ve kabak eklenir, biraz pişirilir. Ardından mısır unu, şekeri ve baharatları eklenir. Ayrı bir tavada soğan yağ ile kavrulur, çorbaya ilave edilir. Tuz atılır ve 10 dakika daha pişirilmeye bırakılır (Bayrak, 2019).

Mendek Çorbası



Kaynak: Kültür Portalı, 2013

Malzemeler: 1 bağ mendek, 200 gr kuru fasulye (haşlanmış), 100 gr pirinç, 200 gr mısır unu 1 adet soğan, 30 gr tereyağı, 200 ml et suyu, tuz, baharat

Hazırlanışı: Tencerede su kaynatılır, kaynayan suya et suyu eklenir. Mendek doğranır, kaynayan suya ilave edilir. Fasulyelerde eklendikten sonra pişirilmeye bırakılır. Yavaşça mısır unu eklenir. Ayrı bir tavada soğanla yağ kavrulur, pişmekte olan çorbaya eklenir. Tuzu atılır (Demirel ve Ayyıldız, 2017).

Kuzukulağı Çorbası



Kaynak: Hürriyet, 2020

Malzemeler: 500 gr kuzukulağı otu, 100 gr mısır yarması (haşlanmış), 200 gr kuru fasulye (haşlanmış), 2 adet soğan, 30 gr tereyağı, tuz

Hazırlanışı: Kuzukulağı ince ince doğranır. Tencerede su kaynatılır, kuzukulağı ekleyip haşlanır. İçerisine mısır yarması ile fasulye eklenir. Ayrı bir tavada soğan yağla kavrulur pişmekte olan çorbaya ilave edilir. Tuz atılır (Bayrak, 2019).

Unlama Çorbası



Kaynak: Dizdar, 2022

Malzemeler: 1 bağ pancar (karalahana), 1 adet soğan, 50 gr pirinç, 50 gr bulgur, 200 gr mısır unu, 15 gr tereyağı, tuz

Hazırlanışı: Tencerede su haşlanır. Pancarlar yıkanıp, ince ince doğranır. Mısır ununa bulanır. Harmanlanan pancarlar haşlanan suya ilave edilir bir taşım kaynatılır. Ardından pirinç ve bulgur ekleyip pişirmeye devam edilir. Ayrı bir tavada soğanla yağ kavrulup pişmekte olan çorbaya eklenir, tuzu atılır. Bir miktar daha kaynatılır (Dizdar, 2022).

Ayranlı Çorba



Kaynak: Kültür Portalı, 2013

Malzemeler: 200 gr buğday, 200 gr nohut, 200 gr kuru fasulye, dereotu, tuz, ayran

Hazırlanışı: Bir gece önceden buğday, nohut ve fasulye ayrı sularda ıslatılır. Tencereye soğuk su koyulur ve önceden ıslatılan nohut, buğday, fasulye birlikte eklenir, pişirmeye bırakılır. Tuzu atılır. Piştikten sonra soğumaya bırakılır, soğuyan çorbaya ayran ilave edilir. Dereotu serpiştirilir (Kültür Portalı, 2013).

Karalahana Çorbası



Kaynak: Hürriyet, 2022

Malzemeler: 1 bağ karalahana, 100 gr mısır (haşlanmış), 200 gr barbunya (haşlanmış), 200 gr mısır unu, 1 soğan, 30 gr tereyağı, tuz, bir miktar et yağı

Hazırlanışı: Karalahana ince bir şekilde doğranır. Tencereye su ekleyip kaynatılır. İçerisine barbunya ile mısır eklenir. Bir taşım kaynatılır, karalahana eklenir. Çorbaya yavaşça mısır unu ilave edilir. Aynı bir tavada soğanlar yağlar ile kavrulur, pişmekte olan çorbaya eklenir. Tuz atılır (Demirel ve Ayyıldız, 2017).

Gücükdene Çorbası



Kaynak: Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı 2008

Malzemeler: 1 bağ Gücükdene, 200 gr kuru fasulye (haşlanmış), 100 gr pirinç, 200 gr mısır unu, 3 adet soğan, 30 gr tereyağı, pul biber, tuz, su

Hazırlanışı: Gücükdene doğranır ve kaynayan suya atılır. Pirinç ve haşlanmış kuru fasulye ilave edilir. Ardından Mısır unu yavaşça kaynayan çorbanın içine ilave edilir. Aynı bir tavada soğanlar kavrulur. Pişmekte olan çorbaya eklenir. Tuzu ve biberi atılır (Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı, 2008).

Isırgan Çorbası



Kaynak: Bayrak, 2019

Malzemeler: 1 kg ısırgan, 200 gr mısır unu, 5 diş sarımsak, 30 gr tereyağı, tuz

Hazırlanışı: Isırganlar tencerede kaynayan suya atılır. İyice eriyip, piştikten sonra süzülür. Kaşık yardımıyla süzgeçte ezilir. Ezilen ısırganlar tencereye tekrar alınır. Üzerine mısır unu ve tuz eklenir 20 dakika daha pişirilir. Farklı bir tavada tereyağı ile sarımsak eritilir. Pişen ısırgana ilave edilip ocağın altı kapatılır (Bayrak, 2019).

2.3.2.2. Ana Yemekler

Bezelye Diblesi



Kaynak: Kültür Portalı, 2013

Malzemeler: 1 kg bezelye, 200 gr pirinç, 2 soğan, tereyağı, tuz, su.

Hazırlanışı: Bezelyeler yıkanır, küçük küçük doğranır. Pirin le beraber haşlanır, s   l r. Tencerede yağla soğan kavrulur.  zerine s   len bezelyeler eklenir. Tuzu atılır. Karıştırılınca ocağın altı kapatılır (Bayrak, 2019).

Kiraz Tuzlusu Kavurması



Kaynak: Kültür Portalı, 2013

Malzemeler: 1 kg kırmızı veya sarı kiraz tuzlusu, 3 adet soğan, 50 gr tereyağı,

Hazırlanışı: Kiraz tuzlaması bir gece önceden suya bırakılır. Güzelce yıkanarak tuzundan arınması sağlanır. Tencereye yağ ve soğan eklenir, pembeleşinceye kadar kavrulur. Ardından yıkanıp s   len kirazlar eklenir tekrar kavrulur (Karahana, 2019).

Isırgan yemeği



Kaynak: Kültür Portalı, 2013

Malzemeler: 1 kg ısırgan, 150 gr mısır unu, 50 gr tereyağı, tuz, su. 2-3 diş sarımsak

Hazırlanışı: Isırganlar yıkanır, haşlanır, s   l r ve ezilir. Ezilen ısırgan tencere alınır, ocağa koyulur, 5 dakika pişirilir. Ardından yavaşça un ilave edilir. Muhallebi kıvamı alana kadar karıştırılır. Başka bir tavada tereyağı ve sarımsak kavrulur. Pişen ısırganın üzerine ilave edilir (Demirel ve Ayyıldız, 2017).

Taflan Tuzlaması Diblesi



Kaynak: Ceyhun Sezgin & Ayyıldız, 2019

Malzemeler: 1 kg taflan tuzlusu, 2 adet soğan, 100 gr pirinç, 50 gr tereyağı, tuz

Hazırlanışı: Taflan tuzlaması bir gece önceden suya bırakılarak tuzlarından arınması sağlanır. Tencerede yağ ile soğan kavrulur. Taflan eklenir, bir müddet daha kavrulur. Pirinç ilave edilir. Az su koyulup demlenmeye bırakılır (Ceyhun Sezgin ve Ayyıldız, 2019).

Gelecoş



Kaynak: Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı 2008

Malzemeler: 500 gr süzme yoğurt, yarım bayat etmek, 200 ml su, 50 gr tereyağı, nane, tuz

Hazırlanışı: Yarım kg süzme yoğurt tencereye alınır, yavaşça ısıtılır. Bayat ekmek küçük parçalar haline getirilir. Isıtılan yoğurda tuzla beraber eklenir. Ayrı bir tavada yağ, nane ile birlikte eritilir gelecoşun üzerinde gezdirilir (Dizdar, 2022).

Mantar Kavurması



Kaynak: Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı 2008

Malzemeler: 500 gr mantar, 2 adet soğan, 2 adet yeşil sivri biber, 1 adet domates, 35 gr tereyağı, tuz.

Hazırlanışı: Mantarlar bol suda iyice yıkanır, temizlenir. Küçük küçük doğranır. Tencereye soğan ile yağ eklenir ve kavrulur. Küçük doğanmış domates ve biberde eklenir, tekrar kavrulur. Ardından mantarlar ilave edilir 10-15 dakika daha kavrulur. Tuzu atılır, ocağın altı söndürülür (Kültür Portalı, 2013).

Galdirik Kavurması



Kaynak: Kültür Portalı, 2013

Malzemeler: 1 kg galdirik, 4 adet soğan, 15-20 gr tereyağı, tuz.

Hazırlanışı: Galdirikler bol suda yıkanır, temizlenir, doğranır. Ardından kaynamış suyun içine atılır, haşlanır ve süzülür. Ayrı bir tencerede tereyağı ve soğanlar pembeleşinceye kadar kavrulur. S z len galdirikler ile tuz kavru lan soğana ilave edilir. Sık sık karıştırılır, kavrulur, ocağın altı kapatılır (Bayrak, 2019).

Pancar  i eği (P r ek) Kavurması



Kaynak: Dizdar, 2022

Malzemeler: 1 kg pancar çiçeği, 1 adet soğan, 15-20 gr tereyağı, 15-20 ml sıvı yağı, tuz, sarımsağın yeşil bölümü

Hazırlanışı: pancar çiçekleri bol suda yıkanır, temizlenir, doğranır. Kaynayan suda haşlanır, süzülür. Ayrı bir kaptay   ile soğanlar pembeleşinceye kadar kavrulur. Pancar  i ekleri de ilave edilir ve kavurma işlemi bir müddet daha eder. Kavrulunca ocağın altı kapatılır (Dizdar, 2022).

Fasulye Diblesi



Kaynak: Kültür Portalı, 2013

Malzemeler: 1 kg yeşil fasulye, 2 adet soğan, 50 gr pirinç, 200 ml su, 1 adet domates, 15-20 gr yağı, tuz, pul biber

Hazırlanışı: Fasulye ayıklanır, bol suda temizlenir ve küçük küçük enine doğru doğranır. Tencereye konur ve istif edilir.  zerine ince doğranmış domates, soğan ve pirinç eklenir. Ardından suyu ve tuzu ayarlanır. Kısık ateşte pişirilmeye bırakılır (Gürsoy, 2017).

Diken Ucu (Melevcen) Kavurması



Kaynak: Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı 2008

Malzemeler: 1 kg diken ucu, 2 adet soğan, 15-20 gr tereyağı, tuz

Hazırlanışı: Diken ucu bol suda yıkanır, temizlenir ve kaynayan suda yumuşayana kadar haşlanır. Süzildükten sonra doğranır. Ayrı bir tencerede soğan ile yağ pembeleşinceye kadar kavrulur. Ardından diken ucu eklenir ve kavurma işlemi kısa bir süre daha devam eder (Demirel ve Ayyıldız, 2017).

Sakarca Kızartması



Kaynak: Dizdar, 2022

Malzemeler: 500 gr sakarca, 100 gr mısır unu, 2 adet yumurta, 15-20 ml sıvı yağı, tuz.

Hazırlanışı: Sakarcalar; ayıklanır, bol suda yıkanır, temizlenir, doğranır, kaynayan suda haşlanır, süzülür. Bir karıştırma kabına alınır. Üzerine mısır unu, yumurta, tuz eklenir. Karışım harmanlanır. Yağ tavada eritilir. Harmanlanan karışım tavaya dökülür, alt üst kızartılır (Dizdar, 2022).

Sargan Diblesi



Kaynak: Bayrak, 2019

Malzemeler: 500 gr sargan, 1 bağ karalahana, 1 bağ maydanoz, 2 adet soğan, 150-200 gr pirinç, 15-20 gr tereyağı, 50 ml fındık yağı, karabiber, tuz.

Hazırlanışı: Karalahanalar bol suda yıkanır, temizlenir, ince ince doğranır. Maydanozlarda ayıkların ve doğranır. İkisi de bir tencereye konur, üzerine doğranmış soğan, pirinç, su eklenir. Kısık ateşte pişirilmeye bırakılır. Ardından sargan temizlenir ve ayıklanır. Tencereye ilave edilir. Ayrı bir tavada karabiber ile yağ eritilir. Pişen yemeğin üzerine dökülür (Bayrak, 2019).

Fırın Kuru Fasulyesi Kavurması



Kaynak: Kültür Portalı, 2013

Malzemeler: 1 kg fırın kuru fasulyesi, 2 adet soğan, 30-35 gr tereyağı, tuz.

Hazırlanışı: Fırında kurutulmuş fasulyeler yıkanır, temizlenir, kaynayan suda haşlanır ve süzülür. Ayrı bir kaptaki soğanlar pembeleşinceye kadar yağda kavrulur. Ardından haşlanan fasulye ile tuz eklenir. Bir süre daha kavrulur. Ocağın altı kapatılır (Kültür Portalı, 2013).

Pezik/Pazı döşemesi



Kaynak: Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı, 2008

Malzemeler: 1 kg pazı, 2 adet soğan, salça, yağ, tuz, 100 gr pirinç

Hazırlanışı: Pezik bol suda yıkanır, temizlenir, doğranır, kaynayan suda haşlanır ve süzülür. Soğanlar yağ ile pembeleşinceye kadar kavrulur. Salça eklenir. Biraz daha kavrulur ardından pezik ile pirinç eklenir, biraz su ve tuz atılır. Pişirilmeye devam edilir (Ceyhun Sezgin ve Ayyıldız, 2019).

Etli Pancar (Karalahana) Sarması



Kaynak: Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı, 2008

Malzemeler: 500 gr karalahana, 30-35 gr sıvı yağ, 50 gr pirinç, 1,5 adet soğan, 125 gr kıyma, nane, karabiber, pul biber, kimyon, 25-30 gr salça, tuz, maydanoz

Hazırlanışı: Karalahanalar haşlanır. Sarmanın kıymalı harcı yapılır. Karalahanalar sarmalık yapraklara ayrılır. Ayrılan yapraklara harçtan bir miktar koyulur ve ince bir şekilde sarılır. Sarılan sarmaların üzerine bir tabak kapatılır yağı ve tuzu eklenir. Üzerini geçmeyecek kadarda su ilave edilir. Pişirilir (Karahana, 2019).

2.3.2.3. Et & Balık Yemekleri

Oğlak Kebabı



Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu, 2020

Malzemeler: Bir parça oğlak eti, 100 ml sıvı yağ, 1 adet soğan, 4-5 dal taze soğan, bir miktar taze nane, 250-300 ml su, tuz

Hazırlanışı: Oğlak eti tuzla beraber harmanlanır. Ardından tepsiye koyulur, üzerine su ilave edilir, fırına yerleştirilir. Sosunu yapmak için tavada soğanlar yağ ile kavrulur. İnce doğranmış nane ve yeşil soğan da tavaya eklenir. Oğlak eti pişmesine 10-15 dakika kala sosu üzerine dökülür, iyice harmanlanır. Pişince servisi yapılır (Bayrak, 2019).

Palamut Buğlama



Kaynak: Kültür Portalı, 2013

Malzemeler: 2 tane palamut, 3 adet patates, Çarliston ve kapyra biber, 1 adet kırmızı soğan, karabiber, tuz, 100 ml sıvı yağ, tereyağı, maydanoz, ılık su, 2-3 diş sarımsak

Hazırlanışı: Palamutlar temizlenir, dörde bölünür. Tencerenin dibi yağlanır. Patatesler halka doğranır. Patateslerin üzerine balık yerleştirilir. Ardından halka doğranan soğanlarda balığın üzerine yerleştirilir. Yine halka doğranan biberler eklenir. Maydanozlar tencerenin üzerini kaplayacak şekilde yerleştirilir. Yağ gezdirilir. Baharatlar ve tuz eklenir. Üzerine ılık su dökülür ve 45 dakika pişirilir (Kültür Portalı, 2013).

Alabalık Kızartma



Kaynak: Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı, 2008

Malzemeler: 2 tane alabalık, tuz, tereyağı

Hazırlanışı: Alabalıklar kafaları kesilmeden yıkanır, temizlenir, ayıklanır, tuzlanır. İyi pişmeleri için alabalığın üzerine bıçak yardımıyla çizikler atılır. Tavada tereyağı eritilir, kızdırılır. Alabalıklar kızgın yağda alt üst kızartılır. Sıcak servis edilir (Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı, 2008).

Hamsi Çıtıratma



Kaynak: Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı, 2008

Malzemeler: 1 kg hamsi, 15-20 gr tereyağı, tuz, limon

Hazırlanışı: Hamsiler ayıklanır, temizlenir. Tek tek tepsiye dizilir. Üzerine tereyağı, tuz ve dilimlenmiş limon eklenir. Tepsinin üstü kapatılır. Orta ateşte alt, üst pişirilir (Dizdar, 2022).

Kefal Prasti (Sirkeli)



Kaynak: Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı 2008

Malzemeler: 1 kg kefal balığı, 3 adet patates, 3 adet domates, 2-3 diş sarımsak, 15-20 gr tereyağı, 50-100 ml fındık yağı, 100 ml sirke, limon, 350 ml su, maydanoz, karabiber, tuz

Hazırlanışı: Kefal balığı; yıkanıp temizlendikten sonra fileto haline getirilir. Filetosu parçalara bölünür. Patatesler yuvarlak doğranır, tepsiye dizilir. Üzerine parçalanmış kefal balığı yerleştirilir. Domates, sarımsak, baharatlar, limon, tuz, su ilave edilir 15 dakika pişirilir. Ardından sirke eklenir, servis yapılır (Dizdar, 2022).

Mezgit Buğlama



Kaynak: Bayrak, 2019

Malzemeler: 1 kg mezgit balığı, 150-200 ml fındık yağı, 1 adet limon, su, tuz.

Hazırlanışı: Mezgit balığı; yıkanır, temizlenir, ayıklanır ve tuzlanır. Ardından tavaya dizilir. Üzerine limon dilimleri eklenir. Az miktarda ilave edilir. Kısık ateşte suyunu çekinceye kadar pişirilir (Bayrak, 2019).

Hamsi Böreği



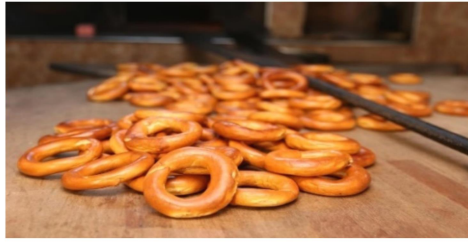
Kaynak: Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı, 2008

Malzemeler: 1,5 kg hamsi, 500 gr pirinç, 100 ml sıvı yağ, maydanoz, 3 adet soğan, karabiber, az şeker, 150 gr kuş üzümü, 100 gr mısır unu, su

Hazırlanışı: Hamsiler temizlenir, ardından kılçıkları çıkartılır, tuzlanır. Pirinç haşlanır, yumuşayınca süzülür. İnce doğranmış maydanoz, soğan, karabiber, şeker, kuru üzüm, tuz ve bir miktar yağ haşlanan pirince eklenir. Hamsiler mısır ununa bulanır ve sırtı tepsiye gelecek şekilde dizilir. Üzerine pirinçli karışım dökülür. Tekrardan hamsiler pirincin üzerini perde yapar şekilde dizilir. Fırında üzeri kızarıncaya kadar pişirilir (Karahana, 2019).

2.3.2.4. Hamur İşleri

Giresun Simidi



Kaynak: Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı, 2008

Malzemeler: 1 kg un, 20 gr tuz, pekmez, su, maya,

Hazırlanışı: Bir kaba un, su, tuz ve maya eklenir. Karışım harmanlanır, yoğrulur. Belli bir süre dinlendirilir. Bezelere ayrılır. Ayrılan bezelere simit şekli verilir. Su kaynatılır. Kaynayan suya simitler atılır, 1-2 dakika sonra çıkarılır. Pekmeze bulanır ve sıcak fırına atılıp, pişirilir (Bayrak, 2019).

Çırtla



Kaynak: Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı, 2008

Malzemeler: 2 adet yumurta, 400-500 gr un, 200 ml su, karbonat, tuz, 200-250 ml fındık yağı

Hazırlanışı: Bir kaba 2 adet yumurta alınır, iyice çırpılır. Yavaş yavaş un eklenir, çırpıma devam edilir. Karışıma su, tuz karbonat eklenir. Yumuşak kıvamlı bir hamur elde edilir. Tavadaki yağ kızdırılır. Yemek kaşığı yardımıyla tavaya hamurdan parçalar dökülür. Her iki tarafı da kızartılır (Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı, 2008).

Mısır Ekmeği



Kaynak: Kültür Portalı, 2013

Malzemeler: 500 gr mısır unu, tuz, su, sıvı yağı,

Hazırlanışı: Bir kaptan mısır unu ve tuz harmanlanır. İçine yavaşa ılık su ilave edilir. Orta sertlikte bir hamur elde edilir. Ya tavaya dökülür alt üst kızartılır ya da fırın tepsisinde üzeri kızarıncaya kadar pişirilir (Gürsoy, 2017).

Siron



Kaynak: Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı, 2008

Malzemeler: 1 kg yufka, 1 baş sarımsak, 500 gr yoğurt, 15-20 gr tereyağı, tuz.

Hazırlanışı: Yufkalar ince rulo halinde sarılır. Enine 4-5 cm uzunluğunda kesilir. Kesilen yufkalar tepsiye dik bir şekilde dizilir. Ayrı bir kaptan sarımsakla yoğurt karıştırılır. Yufkaların zerine dökülür. Fırınlanır. Pişen sironun üzerine eritilmif tereyağı gezdirilir. İsteğe bağlı kavrulmuş kıyma ile servis edilir (Bayrak, 2019).

Mısır Unu Yağlaşı



Kaynak: Hürriyet, 2020

Malzemeler: 400-500 gr mısır unu, 250 gr tereyağı, tuz, 400-500 ml su/süt.

Hazırlanışı: Tavada mısır unu ve tereyağı kavrulur. Ardından isteğe bağlı su veya süt eklenir. Sürekli karıştırılarak pişirilir. Pişince tabağa alınır. zerine eritilmif yağ dökülür (Demirel ve Ayyıldız, 2017).

2.3.2.5. Tatlılar

Giresun Pastası



Kaynak: Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı, 2008

Malzemeler: 2 kg un, 2 kg şeker, 1 litre sıvı yağ, 2 yumurta, 50 gr kakao, 3 litre su 30 gr amonyak

Hazırlanışı: Şeker, sıvı yağ, su ve amonyak bir kaba alınır şeker eriyene kadar çırpılır. Yavaşça un eklenir macun kıvamına getirilir. Hamur ikiye bölünür yarısına kakao ilave edilip tekrar yoğrulur. İki hamurda tezgâha alınıp, açılır. Sade hamurun içine kakaolu hamur yerleştirilip rulo şeklinde sarılır. Kare olarak kesilir, yumurtası sürülür. 190 derecede 6 dakika pişirilir (Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı 2008).

Fındıklı Krokan



Kaynak: Fındık, 2018

Malzemeler: 200 gr şeker, 200 gr fındık, 3 damla limon suyu

Hazırlanışı: Şekerle fındık tavada eritilir. Eriyince içerisine limon damlatılır ve bir yağlı kâğıt üzerine dökülür. Düzeltilip, şekil verildikten sonra 7-8 dakika bekletilir. Daha sonra krokanlı fındık dondurulur (Bayrak, 2019).

Samaksa



Kaynak: Hürriyet, 2020

Malzemeler: 500 ml su, 500 gr pekmez, 500 gr mısır unu

Hazırlanışı: Su haşlanır. Haşlanan suya pekmez atılır ve devamlı olarak karıştırılır. Ardından yavaşça mısır unu ilave edilir. Muhallebi kıvamına getirilmesi sağlanır. Pişen samaksa kaba alınır, soğuması beklenir. Soğuduktan sonra isteğe bağlı dilimlere ayrılır (Dizdar, 2022).

Kaçamak

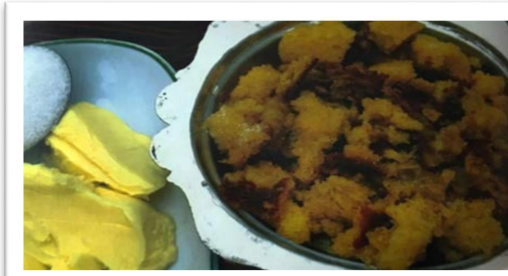


Kaynak: Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı, 2008

Malzemeler: 250 gr toz şeker, 250 gr un, 200 ml su, 200 ml süt, 250 gr çekilmiş ceviz içi, 30 gr tereyağı, 15 gr tuz.

Hazırlanışı: Süt, su ve tuz tencereye alınıp, kaynatılır. Kaynamakta olan karışıma un ilave edilir ve pişirilmeye devam edilir. Başka bir tavada tereyağı eritilir. Tepsiye pişen hamur dökülür. Üzerine ceviz ile şeker serpiştirilir. Eritilen yağ üzerinde gezdirilir. Ardından 10 dakika fırına atılıp üzeri kızartılır (Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı, 2008).

Övmeç



Kaynak: Dizdar, 2022

Malzemeler: 1 kg fırınlanmış mısır unu, 50 gr toz şeker, 30 gr tereyağı, tuz

Hazırlanışı: Bir kaba un, su, tuz alınır. Hamur haline getirilir. Tavada tereyağı eritilir. Üzerine hamur haline getirilen karışım eklenir, kızartılır. Kızartılan övmeç tabağa alınır üzerine şeker ve tereyağı gezdirilir. Çatal yardımıyla parçalanır ve servis yapılır (Dizdar, 2022).

Sütlü Kabak



Kaynak: Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı, 2008

Malzemeler: 2 kg kara kabak, 750 ml süt, 500 ml su, 250 gr şeker, tuz

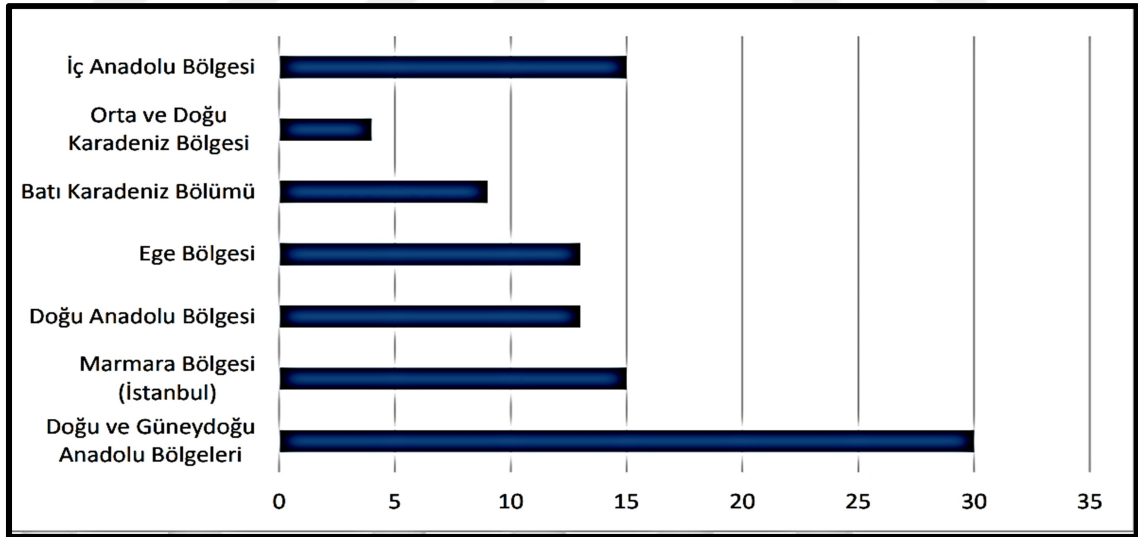
Hazırlanışı: Kara kabağın dışı soyulur, Tencereye aktarılır. Su ilave edilerek pişirilmeye bırakılır. Pişen kara kabağa süt, tuz ve şeker eklenir. Kıvam alana kadar çırpılarak karıştırılır. Pişince ocağın altı kapatılır (Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı, 2008).

2.3.3. Giresun'un Gastronomi Turizmi Açısından Önemi

Dünyada gastronomi turizmi alanında büyük bir rekabet vardır. Ülkelerin yerel ve ulusal düzeydeki gastronomi kültürünü öne çıkarması; bu rekabette pay sahibi olabilmeleri için önemli hale gelmiştir. Türkiye'nin turizm açısından köklü tarihi ve kültürüyle zengin bir mutfağa sahip olması gastronomi turizmi açısından önemli bir rol oynamaktadır. Yeni nesil turist tüketiciler için kültür ile doğal ortamlar oldukça cezbedicidir. Genellikle gittikleri yerlerin kültürü ve doğasıyla ilgilenirler. Bu yönden incelendiğinde; gastronominin kültür ve doğadan besleniyor olması, turizmin gelişmesinde önemli bir unsurdur.

Gastronomi turları Türkiye'de önemli bir gelir sağlamadığı için diğer turlarla birleştirilip yapılmaktadır. Sadece gastronomi turizminin yapılması için şehrin gastronomik kimlik kazanması gerekir. Bu sebeple gastronomik kimlik kazanmak şehirler için önemlidir (Dizdar 2022).

Grafik 2. Türkiye'deki Gastronomi Turlarının Bölgelere Göre Yüzdelik Dağılımı



Kaynak: Kızılırmak ve diğerleri, 2016

Grafik 2'de Türkiye'deki gastronomi turlarının bölgelere göre yüzdelik dağılımı gösterilmektedir. En fazla turun Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerine en az turun ise Orta ve Doğu Karadeniz bölgesine yapıldığı görülmektedir. Karadeniz'in doğusunda

yer alan Giresun, coğrafi konumu ve iklim şartları nedeniyle yeşilliği bol yemek kültürüne sahiptir. Yetişen her bitkiden neredeyse bir yemeği olan Giresun'un doğası ve yemek kültürü sağlıklı yaşam koşullarına da elverişlidir. İklim özellikleri, doğası, sağlıklı yaşam şartlarıyla faydalanılabilir bir gastronomik destinasyon ögesi haline getirilebilir. Böylelikle Doğu Karadeniz bölgesinin gastronomi potansiyeli artırabilir (Karahan, 2009).

Giresun'un mutfak kültürü bakımından gastronomik değer taşıyan bazı ürünleri coğrafi işaret almıştır. 2023 yılı itibarıyla 12 gastronomik değeri tescillenmiştir. Bu ürünler Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1. Giresun'un Coğrafi İşaret Tescilli Gastronomik Ürünleri

Ürün Adı	Coğrafi İşaretin Türü	Tescil Tarihi
Giresun Fındık Ezmeli Kadayıf Tatlısı	Mahreç İşareti	23.03.2023
Giresun Isırganı	Menşe Adı	17.03.2022
Alucra Oğlak Kebabı	Mahreç İşareti	27.10.2020
Giresun Kalınkara Fındığı /Giresun Karası	Menşe Adı	18.09.2019
Giresun Fındık Ezmesi	Mahreç İşareti	25.08.2020
Giresun Sivri Fındığı	Menşe Adı	18.09.2019
Giresun Tombul Fındığı	Menşe Adı	10.10.2001
Görelle Dondurması	Mahreç İşareti	21.06.2019
Piraziz Elması	Menşe Adı	21.12.2016
Şebinkarahisar Karadutu	Menşe Adı	13.09.2021
Çamoluk Şeker Kuru Fasulyesi	Menşe Adı	02.05.2018
Çavuşlu Ekmeği	Mahreç İşareti	09.12.2020

Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu (2023).

Tescillenen bu ürünlerin şehrin ekonomik kalkınmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Giresun'un zengin kültürü akademik açıdan; turizm ve gastronomi alanında da dikkat çekmiştir. Giresun gastronomisi son yıllarda yayımlanan bazı akademik çalışmalara (Karahana, 2009; Dizdar 2022; Bayrak, 2019; Demirel ve Ayyıldız, 2017; Gürsoy, 2017; Ceyhun Sezgin ve Ayyıldız, 2019; Ekici, 2021) konu olmuştur.

2.4. Tekrar Ziyaret Etme Niyeti

Benzer hizmet sunan destinasyonların pazarlama piyasasında çok fazla rakibi vardır. Tüketicilerin de ürün sunan hizmet sektöründe birçok alternatifi vardır. Bundan dolayı işletmelerin yeni tüketici çekmenin yanı sıra mevcut tüketicilerine var olan imkânlarını iyileştirerek yeniden satın alma davranışlarını kazandırmaları oldukça önemlidir. Bir üründen memnun kalan tüketici aynı ürünü tekrar satın alırken, memnun olmayan tüketici ise satın alma davranışı tekrarlamayacaktır (Coda, 2022). Birey için bir ürünü satın alırken karar vermede geçmiş deneyimler güvenilir ve etkilidir. Geçmiş deneyimlerdeki güvenli bilgi gelecekteki davranışlara yön verir. Ayrıca memnuniyet de deneyim süreci için önem taşır. Destinasyonlara bağlılık ve tekrar ziyaret için önemli bir faktördür. Bu nedenle tekrar ziyaret niyeti hem karar vermenin hem de memnuniyetin bir ifadesidir (Kaçar, 2022).

Destinasyon sürekliliğinin sağlanması için yiyecek içecek sektörlerinde turistlerin tekrar ziyaretlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Ziyaretçilerin 3 gelişim süreci vardır. Bu süreçler; ziyaret öncesi, ziyaret sırası ve ziyaret sonrası oluşmaktadır. Ziyaret öncesi, deneyim kazanmaları ve duygu ve memnuniyet sağlamaları ve tekrar ziyaret etme yorumları yapılabilmesi için önce destinasyonu seçmek gerekir bu nedenle en önemlisi ziyaret öncesi sürecidir. İşletmelere karşı oluşan duygu durumları davranışa etki etmektedir (Şittak, 2021). Turistlerin bir yeri ziyaret ettikten sonra akılda kalan duygu ve tecrübelerini, geri dönüt olarak vermesi istenmektedir. İşletmelerin hem mevcut turistlerin varlığını devam ettirme istekleri, hem de yeni turist kitlelerine sahip olmaları işletmenin sürdürülebilir olmasına katkı sağlamaktadır. İşletmeye gelen turistler için mevcut hizmet kalitesini artırmak; turistlerin maksimum sürede işletmede kalarak işletmenin gelir düzeyinin artışının sağlanmasına yardımcı olmaktadır. Tekrar

ziyaret etme davranışı turistlerin ilk kez ziyaret etikleri yerlerdeki aldığı memnuniyete göre değişmektedir. Hizmet kalitesi, destinasyon imajı, müşteri memnuniyeti turistlerdeki tekrar ziyareti etkileyen unsurlar olarak bilinmektedir (Daşdemir, 2020).

Tekrar ziyaret niyetiyle ilgili yapılmış çalışmalar;

- Balıkoğlu, Kılıç ve Bozok (2020) Duyusal deneyim memnuniyeti ve yöresel yiyecek deneyimi arasındaki ilişki ve değişkenlerin davranışsal niyet üzerindeki etkisi adlı çalışmada baklavayı deneyimleyen turistlerin memnuniyeti ile gastronomi deneyimleri arasında pozitif yönde ilişki olduğunu tespit etmişlerdir.
- Aşık (2018) Turistlerin yerel mutfak tüketim değeri boyutlarının destinasyona yönelik olumlu tutum, tavsiye etme ve tekrar ziyaret etme niyetine etkisi adlı çalışması sonucu yerel mutfak tüketim boyutları tekrar ziyaret etme niyetini olumlu etkilediğini tespit etmişlerdir.
- Kaşlı, Demirci ve Kement (2014) Gastronomik deneyimlerin tekrar ziyaret niyetine etkisi: Eskişehir örneği adlı çalışmada gastronomik deneyimlerin tekrar ziyaret niyeti üzerinde etkisi olduğu; tekrar ziyaret niyetinin %7,4'ü gastronomik deneyimler ile açıklanabileceği tespit edilmiştir.
- Bozok, Özdemir ve Kılıç (2017) Yabancı turistlerin yiyecek-içecek deneyimlerine ilişkin memnuniyetlerinin tekrar ziyaret ve tavsiye etme niyetlerine etkisi çalışmada yiyecek içecek deneyimi sonrasında duydukları memnuniyetin tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyetleri olduğunu tespit etmişler.
- Akman (1998) Yabancı turistlerin Türk mutfağından beklentileri, yararlanma durumları ve Türk mutfağının turizme katkısı üzerine bir araştırma adlı çalışmada Katılımcıların %56,7'si Türkiye'yi tekrar ziyaret etmek istediğini belirtmiştir
- Birdir ve Akgöl (2015) Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi adlı çalışmasına katılanların çoğu (%93,2) ülkelerine döndüklerinde arkadaşlarına ve ailelerine Türk gastronomi hakkında bilgi vereceklerini belirtmişlerdir.

- Bayrakçı (2014) Yerel yemek tüketim motivasyonlarının turistlerin tekrar ziyaret niyetlerine etkisi: Gaziantep’i ziyaret eden yerli turistler üzerine bir araştırma adlı çalışmada yerel yemek tüketim motivasyonunun yerli turistlerin tekrar ziyaret niyetlerini %29 oranında olduğunu tespit etmiştir.
- Daşdemir (2020) Gastronomi turizmi kapsamında yerel yiyecek tüketim motivasyonlarının yerli turistlerin tekrar ziyaret etme niyetlerine etkisinin belirlenmesi: Van kahvaltısı örneği adlı çalışmada olumlu ve anlamlı bir etkisi olduğunu tespit etmiştir.
- Kaçar (2022) Gastronomi Deneyiminin Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: Diyarbakır Örneği adlı çalışmada; gastronomi ürünleri deneyimi, hizmet deneyimi, Menü deneyimi, mutfak unsurları deneyimi, ambiyans deneyimi, tesis içi unsurlar deneyimi ve yöresel deneyim değişkenlerinin birlikte, tekrar ziyaret niyeti ile pozitif yönde anlamlı bir etkisi olduğunu tespit etmiştir.

Yapılan çalışmalara bakıldığında yiyecek içecek hizmetlerine yapılan tekrar ziyaretinde gastronomik unsurlar etkili ve önemlidir. Turist memnuniyetinin ve gastronomik deneyimlerin tekrar ziyarete anlamlı pozitif etkisinin var olduğu söylenebilir.

Araştırmada duygusal değer algısı ve tekrar ziyaret niyeti arasındaki ilişkinin yönünün, şiddetinin ve etkisinin ortaya konulması için h^2 ve h^3 hipotezi oluşturulmuştur.

H² Giresun’u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısı ile tekrar ziyaret niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H³ Giresun’u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısı ile tekrar ziyaret niyeti arasında anlamlı bir etkisi vardır.

3. BÖLÜM ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışmanın bu bölümünde Giresun'un yöresel yiyeceklerini deneyen yerli turistlerin duygusal değer algısının tekrar ziyaret etme niyetlerine yönelik elde edilen bulgular değerlendirilmiş ve analiz edilmiştir. Öncelikli olarak; araştırmanın amacı ve önemi, sınırlılıkları, araştırma modeli, evren ve örneklem, veri toplama tekniği ve veri analizine ayrıntılı olarak yer verilmiş, ardından elde edilen bulguların veri analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Araştırmada betimsel model çeşitlerinden tarama yöntemi seçilmiş ve nicel metot kullanılmıştır. Veri toplama tekniği olarak anket seçilmiştir. Çalışma 2023 Ocak-Aralık ayları arasında Giresun İline gelen yerli turistlere anket uygulanmıştır. Katılımcıların belirlenmesinde kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. SPSS programında verilere; güvenirlik analizi, frekans analizi, faktör analizi, t testi, ANOVA analizi, korelasyon ve regresyon analizi yapıp hipotezler değerlendirilmiştir.

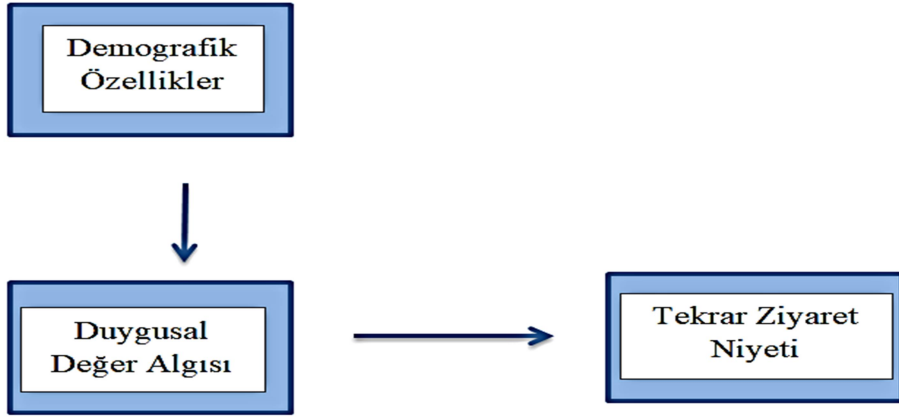
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Gastronomi, bir bölgenin yöresel yiyeceklerini ve o yöreye özgü kültürü tanıtmada oldukça önemli bir yere sahiptir. Bu durum yerli turistlerin yöreye karşı bir duygu durumu oluşturmaya yardımcı olur. Bu çalışmanın amacı, gastronomi turizmi kapsamında yerli turistlerin, Giresun iline ait yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısının tekrar ziyaret etme niyetine etkisini incelemektir. Tekrar ziyaret etmede duygusal değer önemli bir faktör olduğu düşünülmektedir. Bu sebeple yerli turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygu durumlarının dikkate alınmasının gerekli olduğu gözlemlenmektedir. Yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısının tekrar ziyarete etkisi, sektörde faaliyet gösteren yerel işletmelere hedef satış ve pazar hakkında bilgi sağlayacağı düşünülmektedir. Giresun ilinde gastronomi turizmi kapsamında sınırlı düzeyde çalışmanın bulunması bu araştırmanın önemini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın, Giresun ilindeki gastronomi turizminin gelişimine katkı sağlaması hedeflenmiştir.

3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma, Giresun'a ziyareti esnasında en az bir kere yöresel yiyecek tüketen turistlere yönelik yapılmış olup, Giresun ili ile sınırlıdır. Araştırma 2023 yılında Giresun'a gelen en az bir gece konaklayan yerli turistlerle farklı zamanlarda gerçekleştirilmiştir. Araştırma, çalışmanın amacı doğrultusunda anket ölçeği ifadeleri ile sınırlandırılmıştır. Giresun'a yönelik turizmi literatüründe sınırlı düzeyde akademik çalışma olması ve ziyaretçi sayılarının güncel şekilde açıklanmaması araştırmayı zorlaştıran etkenlerdendir.

3.3. Araştırmanın Modeli



Bu çalışmada, Giresun'un yöresel yiyeceklerini deneyimleyen yerli turistlerin edindiği duygusal değer algısının, tekrar ziyaret niyetinde rolünün bulunup bulunmadığını tespit etmek amacıyla araştırma modeli çerçevesinde hipotezler oluşturulmuştur. Bunlar; Giresun'u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklerle yönelik duygusal değer algısının demografik verilere (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu ve aylık gelir) göre farklılık göstermesiyle ilgilidir. Bir tanesi Giresun'u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklerle yönelik duygusal değer algısı ile tekrar ziyaret niyeti arasındaki ilişki hipotezidir. Bir tanesi de araştırmada duygusal değer algısı ve tekrar ziyaret niyeti arasındaki ilişkinin yönünün, şiddetinin ve etkisinin ortaya çıkarmak için oluşturulan hipotezdir. Araştırmanın bulgular kısmında hipotezler değerlendirilmiştir.

3.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırma evreni Giresun'da yaşamayan, farklı sebeplerle (yiyecek-içecek, akraba/arkadaş ziyareti, eğlence, iş, alışveriş, festival, konser, eğitim) 2023 yılı Ocak-Aralık ayları aralığında Giresun'u ziyaret eden ve Giresun'da yöresel yiyecek deneyiminde bulunan yerli turistlerden oluşmaktadır (Büyüköztürk, 2008). Katılımcıların belirlenmesinde kolayda örneklem yöntemi tercih edilmiştir (Yamane, 2001). Kolayda örneklem formülüne göre araştırma evreni 94.000 kabul edildiğinde araştırma örnekleme de %95 güven seviyesinde 383 olarak ortaya çıkmaktadır.

Örneklemin formülü;

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{N \cdot d^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

n: örneklemdeki birey sayısı

N: yığındaki birey sayısı

d: duyarlılık

p: yığında istenilen özelliği bireylerin oranı (p+q=1)

z: istenilen güvenirlilik değeri için standart normal dağılım tablo değeri

(örnek çapını maksimum yapmak için p=q=0,50 alınabilir)

Çalışma 2023 yılı Ocak-Aralık ayları arasında Giresun'da bulunan turistleri kapsamaktadır. Araştırmada Giresun ziyareti esnasında yöresel yemek deneyimleyen 612 katılımcıya anket dağıtılmış, ancak eksik, hatalı ve tutarsız doldurulan 112 anket değerlendirilmeye alınmamıştır. Bundan dolayı araştırma 500 katılımcıdan oluşmuştur.

3.5. Veri Toplama Tekniği

Çalışmada betimsel model çeşitlerinden tarama yöntemi ve nicel metot kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak anket tekniği seçilmiştir. Katılımcılara sunulan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik

bilgilerine yönelik ifadeler, İkinci bölümde duygusal değer algılarına yönelik ifadeler, üçüncü bölümde ise tekrar ziyaret niyetini ölçmeye yönelik ifadeler kullanılmıştır. Araştırmada duygusal değer algısıyla ilgili bölüm Choe ve Kim, 2018 çalışmalarından, tekrar ziyaret niyeti ölçeği ise Chen & Tsai, 2007; Zhang, Leung & Cai, 2016 çalışmalarından derlenmiştir. Veriler Giresun'u ziyaretleri esnasında yöresel lezzetlerden deneyimlemiş olan yerli turistlere anket formu doldurtularak toplanmıştır. Veri toplama sürecinde 500 adet anketin analizlere uygun olduğu görülmüştür. Verilerin analizinde SPSS Statistics 20 istatistik programından faydalanılmıştır.

3.6. Verilerin Analizi

Araştırmada toplanan verilerin analizinde SPSS "Statistical Package for The Social Science" 20 istatistik paket programı kullanılmıştır. Araştırmanın veri çözümleme sürecinde 5'li Likert şeklinde derecelendirilen ankette araştırma kapsamındaki Giresun'u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısının tekrar ziyaret etme niyetine etkisine yönelik belirttikleri her bir ifadeye kalıtım dereceleri puanlanarak değerlendirilmiştir. Puan aralıkları; Hiç Katılmıyorum=1, Az Katılmıyorum=2, Orta Düzeyde Katılıyorum=3, Çok Katılıyorum=4 ve Tamamen Katılıyorum=5 şeklindedir. Araştırma analizlerinde ilk olarak verilerin frekans analizi, güvenilirlik analizi, normallik analizi, faktör analizi ardından t testi, ANOVA, korelasyon ve regresyon analizleriyle araştırma soruları ve hipotezleri test edilmiştir. Araştırmada kullanılan anketler bilimsel çalışmalarda kullanılacağı için geçerli ve güvenilir verilerin olması araştırma için önem arz etmektedir. Sosyal bilimlerde Alfa yöntemi kullanılarak güvenilirlik analizi yapılır. Cronbach's Alpha değerinin 0.60'ın üzerinde olduğu durumlarda ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilmektedir (Aktaş, 2024).

3.7. Bulgular

Araştırmanın bu bölümde yapılan analizler tablolar halinde verilmiştir. Elde edilen bulgular değerlendirilmiştir.

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin frekans dağılımları tablolar halinde incelenmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların cinsiyet özelliklerine göre dağılımları

Cinsiyet	F	%
Kadın	244	48,8
Erkek	256	51,2
Toplam	500	100

Araştırma katılımcılarının cinsiyete yönelik istatistiki dağılımları Tablo 2’de verilmiştir. Araştırmaya toplam 500 katılımcı katılmıştır. Bu katılımcılardan 256 kişi erkek, 244 kişi ise kadındır. Katılımcıların %51,2 'si erkeklerden, %48,8'i ise kadınlardan oluşmaktadır.

Tablo 3. Katılımcıların yaş özelliklerine göre dağılımları

Yaş	F	%
20 ve altı	60	12,0
21-30	164	32,8
31-40	118	23,6
41-50	99	19,8
51-60	76	11,8
Toplam	500	100

Tablo 3’te katılımcıların yaş özelliklerine göre dağılımları verilmiştir. Katılımcıların %12’sini 20 yaş ve altı; %32,8’ini 21-30 yaş aralığı, %23,6’sını 31-40 yaş aralığı; %19,8’ini 41-50 yaş aralığı; %11,8’ 51-60 yaş aralığı oluşturmaktadır. Bu veriler doğrultusunda katılımcıların önemli bir kısmın 21-30 yaş aralığında olduğunu en düşük düzeyde katılımcı sayısının ise 51-60 olduğu söylenebilir.

Tablo 4. Katılımcıların medeni durum özelliklerine göre dağılımları

Medeni Durum	F	%
Evli	296	59,2
Bekâr	204	40,8
Toplam	500	100

Araştırma katılımcılarının medeni duruma yönelik istatistiki dağılımları tablo 4'te verilmiştir. Araştırmaya toplam 500 katılımcı katılmıştır. Bu katılımcılardan 296 kişi evli, 204 kişi ise bekârdır. Katılımcıların %59,2 'si evlilerden, %40,8'i ise bekârlardan oluşmaktadır.

Tablo 5. Katılımcıların eğitim durumu özelliklerine göre dağılımları

Eğitim Durumu	F	%
Ortaokul	103	20,6
Lise	184	36,8
Ön Lisans	105	21,0
Lisans	108	21,6
Toplam	500	100

Tablo 5'te katılımcıların eğitim durumu özelliklerine göre dağılımları verilmiştir. Katılımcıların %20,6'sını ortaokul; %36,8'ini lise; %21'ini ön lisans; %21,6'sını lisans oluşturmaktadır. Bu veriler doğrultusunda katılımcıların önemli bir kısmın lise düzeyi olduğunu en düşük katılımcı sayısının ise ortaokul oluşturmaktadır.

Tablo 6. Katılımcıların aylık gelir özelliklerine göre dağılımları

Aylık Gelir	F	%
5500 ve altı TL	60	12,0
5501-10000 TL	60	12,0
10001-15000 TL	216	43,2
15001-20000 TL	118	23,6
20001 ve üzeri TL	46	9,2
Toplam	500	100

Tablo 6’da katılımcıların aylık gelir özelliklerine göre dağılımları verilmiştir. Katılımcıların %12’sini 5500 ve altı TL; %12’sini 5501-10000 TL; %43,2’sini 10001-15000 TL; %23,6’sını 15001-20000 TL; %9,2’sini 20001 ve üzeri TL oluşturmaktadır. Bu veriler doğrultusunda katılımcıların önemli bir kısmın aylık geliri 10001-15000 TL olduğunu en düşük katılımcı sayısının ise 20001 ve üzeri TL düzeyinde olduğu söylenebilir.

Elde edilen verilerin çarpıklık ve basıklık sonuçlarıyla normal dağılım gösterip göstermediğine ilişkin analiz sonuçları tablo 7’de verilmiştir. George ve Mallery (2010)’e göre çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 2 limitleri aralığında olması normal dağılım koşullarının sağlandığını söylemektedir. Tablo 7’de işaret edilen katsayıların ± 2 arasında olduğu gözlemlenmektedir. Buna bakılarak toplanan verilerin normal dağılım koşullarını sağlandığı söylenebilir.

Tablo 7. Değişkenlere İlişkin Çarpıklık ve Basıklık Katsayıları

	Duygusal değer algısı	Tekrar ziyaret niyeti
N (kişi sayısı)	500	500
Çarpıklık (Skewness)	-1,299	-1,236
Std. Hata (Çarpıklık)	0,109	0,109
Basıklık (Kurtosis)	-1,922	-1,191
Std. Hata (Basıklık)	0,218	0,218

Bu bölümde, Giresun bölgesinde sunulan yöresel yemek deneyimine ilişkin duygusal değerine yönelik 6 ifadenin faktör analizleri yapılarak yorumlanmaya çalışılmıştır. Faktör analizi, ölçeklerde yer alan birden fazla değişken arasında ilişkinin olup olmadığı, var olan ilişkinin ise yorumlamak amacıyla temel boyutlara indirgenerek özetinin yapıldığı istatistiki bir analiz tekniğidir. Bu analizi yapmadan önce araştırma evreninin uygunluğunu ölçmek gerekir. Araştırmalarda kullanılan ölçeklerdeki değişkenlerin faktör analizini yapmadan önce evreni temsil eden örneklem sayısının Kaiser Meyer Olkin (KMO) ölçümü ile yeterliliğini dikkate almak gereklidir. KMO testinin 0.50'den üzerinde ve Barlett Testinin ise anlamlı olması beklenmektedir.

Tablo 8. Duygusal Değer Algısına ilişkin Faktör Analizi Sonuçları

İFADELER	Faktör Yükü	Özdeğer	Toplam Varyans %	Cronbach's Alpha
Duygusal Değer Algısı		4,524	75,397	0,934
Giresun yemekleri beni mutlu ediyor.	,711			
Giresun yemekleri bana keyif veriyor.	,805			
Giresun yemekleri ruh halimi olumlu yönde etkiliyor.	,803			
Giresun yemeklerine hayranım.	,760			
Giresun yemekleri bana canlılık veriyor.	,754			
Giresun yemekleri beni heyecanlandırıyor.	,691			
Toplam Ölçek Güvenilirliği ve Varyans			75,397	0,934

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: KMO = 0.898; Bartlett's Test of Sphericity: $\chi^2 = 2491,651$; P = 0.000

Tablo 8’de duygusal değer algısına ilişkin faktör analizi sonuçları yer almaktadır. KMO değerinin 0.5 ile 1.0 aralığında olması kabul edilebilir bir değer olarak belirtilmektedir. Ölçülen KMO değerlerinin yorumlanmasında; 0.8 ve üzeri: yüksek, 0.7 ve üzeri: orta, 0.6 ve üzeri: vasat, 0.5 ve üzeri: zayıf, 0.5 ve altı: kabul edilemez değerler olarak belirtilmektedir. Bartlett değerinin $p < 0,5$ olması gerekmektedir, anlamlılık değeri $p > 0,5$ ’ten büyük olması ise verilerin faktör analizi için uygun olmadığını göstermektedir. Ölçekte yer alan ifadelerin KMO değeri 0,898 ve Bartlett değeri Sig. 0,000 ve anlamlılık değeri, $p < 0,000$ olup toplam varyans açıklama oranı %75,397 bulunmuştur. Bu da değişkenlerinolguyu ölçmede kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Bunun yanı sıra duygusal değer ölçeğinin güvenilirlik katsayısı (Cronbach’s Alpha) $\alpha = 0,934$ olarak tespit edilmiştir. Güvenirlik katsayısının $\alpha = 0,70$ ’in üzerinde olması kabul edilebilirliğini göstermesiyle birlikte değer 1’e yaklaştıkça güvenilirlik daha da artmaktadır. $\alpha = 0,934$ değeri, ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir (Şittak, 2021; Bilgili, 2022).

Tablo 9. Tekrar Ziyaret Niyeti Faktör Analizine İlişkin Sonuçlar

İFADELER	Faktör Yükü	Özdeğer	Toplam Varyans %	Cronbach’ s Alpha
Tekrar Ziyaret Niyeti		2,463	82,103	0,890
Giresun’u gastronomi amacıyla tekrar ziyaret etmek isterim.	,863			
Gelecekte gastronomi amacıyla muhtemelen Giresun’u ziyaret edeceğim.	,843			
Giresun’a gastronomi amacıyla gitmeyi diğer insanlara tavsiye ederim.	,757			
Toplam Ölçek Güvenilirliği ve Varyans			82,103	0,890

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: KMO = 0.726; Bartlett's Test of Sphericity: $\chi^2 = 911219$; P = 0.000

Tablo 9’da Tekrar ziyaret niyetine ilişkin faktör analizi sonuçları yer almaktadır. Ölçekte yer alan ifadelerin KMO değeri 0,726 ve Bartlett değeri Sig. 0,000 ve anlamlılık değeri, $p < 0,000$ olup toplam varyans açıklama oranı %82,103 bulunmuştur. Bu da değişkenlerin olguyu ölçmede kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Bunun yanı sıra duygusal değer ölçeğinin güvenirlik katsayısı (Cronbach’s Alpha) $\alpha = 0,890$ değeri, ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 10. Duygusal Değer Algısı ve Tekrar Ziyaret Niyetine İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

	İFADELER	Aritmetik Ortalama ($\bar{x}$)	Standart Sapma
DDA	Giresun yemekleri beni mutlu ediyor.	4,1420	,89411
	Giresun yemekleri bana keyif veriyor.	4,2240	,90524
	Giresun yemekleri ruh halimi olumlu yönde etkiliyor.	4,2220	,90463
	Giresun yemeklerine hayranım.	4,1200	,97955
	Giresun yemekleri bana canlılık veriyor.	4,1900	,94852
	Giresun yemekleri beni heyecanlandırıyor.	4,3400	,94349
	Giresun’u gastronomi amacıyla tekrar ziyaret etmek isterim.	4,0260	,99966
TZN	Gelecekte gastronomi amacıyla muhtemelen Giresun’u ziyaret edeceğim.	3,9820	1,11362
	Giresun’a gastronomi amacıyla gitmeyi diğer insanlara tavsiye ederim.	4,3080	1,00556

NOT: DDA: Duygusal Değer Algısı; TZN: Tekrar Ziyaret Niyeti

Tablo 10’da araştırmaya katılanların duygusal değer algısı ve tekrar ziyaret niyeti ölçeğinin ifadelerine verdikleri cevapların ortalama değerleri ve standart sapmaları verilmiştir. Duygusal değer algısı ölçeğinde 6 adet madde, tekrar ziyaret niyeti ölçeğinde 3 madde bulunmaktadır. Ölçeğin her bir maddesi beşli likerte

görel’den 5’e doğru puan aralığında kodlanarak değerlendirilmiştir. Bu ifadelerin ortalama değerleri alınmıştır Ölçeklere ilişkin standart sapma ve aritmetik ortalama değerlerine göre duygusal değer algısı ölçeği altında sorulan ‘Giresun yemekleri beni heyecanlandırıyor’ ifadesi $\bar{x}=4.3400$ puan ile en yüksek ortalamaya sahipken, ‘Giresun yemeklerine hayranım’ ifadesi; $\bar{x}=4,1200$ puan ile en düşük ortalama puana sahip olmuştur. Buna bakılarak araştırmaya katılan kişilerin Giresun yemeklerine yönelik duygusal değer arttığı söylenebilir. Diğer yandan tekrar ziyaret niyeti ölçeği altında sorulan sorulardan $\bar{x}=4.3080$ olarak en yüksek aritmetik ortalama puanı alan ifade ‘Giresun’a gastronomi amacıyla gitmeyi diğer insanlara tavsiye ederim’ olmuştur. Elde edilen değer, katılımcıların çevrelerine Giresun’un yöresel yemeklerini önerecekleri söylenebilir. Bu da yüksek duygusal değere sahip olan ziyaretçilerin, çevrelerindeki diğer insanlara yöresel yemekleri, ziyaret edilmeye değer bir yer olarak belirtecekleri söylenebilir.

Tablo 11. Cinsiyete Göre Duygusal Değer Algısının Farklılaşmasına İlişkin T-Testi Sonuçları

	N (Frekans)	Mean (Ortalama)	Std. Sapma	t	Sig. (p)
Duygusal değer algısı					
Kadın	244	4,1571	,83335	-1,334	0,183
Erkek	256	4,2533	,77880	-1,331	0,184

Tablo 11’de katılımcıların duygusal değer algılarının cinsiyetlerine göre değişiklik gösterip göstermediğine ilişkin t testi sonuçları bulunmaktadır. Kadınlarda t testi -1,334 iken erkeklerde -1,331’dir. Söz konusu veriler incelendiğinde yabancı turistlerin duygusal değer algılarının cinsiyetlerine göre herhangi bir farklılık göstermediği ($p > 0,05$) anlaşılmaktadır. Bu verilere bakıldığında araştırmanın hipotezi (H^a) Giresun’u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısı cinsiyete göre farklılık göstermemektedir.

Tablo 12. Medeni duruma Göre Duygusal Değer Algısının Farklılaşmasına İlişkin T-Testi Sonuçları

	N (Frekans)	Mean (Ortalama)	Std. Sapma	t	Sig. (p)
Duygusal değer algısı					
Evli	296	4,2900	,72531	2,813	,005
Bekâr	204	4,0850	,89966	2,705	,007

Tablo 12’de katılımcıların duygusal değer algılarının medeni duruma göre değişiklik gösterip göstermediğine ilişkin t testi sonuçları bulunmaktadır. Evlilerde t testi 2,813 iken bekârlarda 2,705’tir. Söz konusu veriler incelendiğinde yabancı turistlerin duygusal değer algılarının medeni duruma göre farklılık gösterdiği ($p < 0,05$) anlaşılmaktadır. Bu verilere bakıldığında araştırmanın hipotezi (H^b) Giresun’u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısı medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

Tablo 13. Katılımcıların Yaşlarına Göre Duygusal Değer Algısının Farklılaşmasına İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Duygusal Değer Algısı	N	Ort.	Std. Sapma	F	p	
20 ve altı	60	3,3833	1,01972	ANOVA	17,276	*0,000
21-30	164	4,3476	,67135			
31-40	118	4,3602	,72696			
41-50	99	4,2003	,74230			
51-60	59	4,3531	,66888			

Tablo 13’te katılımcıların duygusal değer algılarının yaş aralıklarına göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacı ile yapılan ANOVA testine ilişkin analiz sonuçları verilmiştir. İlgili veriler incelendiğinde, katılımcıların duygusal değer algılarının yaş aralıklarına göre farklılık gösterdiği ($p=0,000$, $p>0,05$) sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre araştırmanın hipotezi (H^c) Giresun’u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısı yaşa göre farklılık göstermektedir.

Tablo 14. Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Duygusal Değer Algısının Farklılaşmasına İlişkin ANOVA Testi Sonuçlar

Duygusal Değer Algısı	N	Ort.	Std. Sapma	F	p
Ortaokul	103	4,3026	,83292	ANOVA	1,397 *0,224
Lise	184	4,2156	,85626		
Ön Lisans	105	4,2143	,71824		
Lisans	108	4,0910	,77083		

Tablo 14’te katılımcıların duygusal değer algılarının eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacı ile yapılan ANOVA testine ilişkin analiz sonuçları verilmiştir. İlgili veriler incelendiğinde, katılımcıların duygusal değer algılarının eğitim durumuna göre farklılık göstermediği ($p=0,224$, $p>0,05$) sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre araştırmanın hipotezi (H^d) Giresun’u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısı eğitim durumuna göre farklılık göstermemektedir.

Tablo 15. Katılımcıların Aylık Gelire Göre Duygusal Değer Algısının Farklılaşmasına İlişkin ANOVA Testi Sonuçlar

Duygusal Değer Algısı	N	Ort.	Std. Sapma	F	p
5500 ve altı	60	3,6583	1,03217	ANOVA	10,457 *0,000
5501-10000	60	4,1333	,75089		
10001-15000	216	4,3565	,74134		
15001-20000	118	4,3037	,66117		
20001 ve üzeri	46	4,0616	,86735		

Tablo 15'te katılımcıların duygusal değer algılarının aylık gelire göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacı ile yapılan ANOVA testine ilişkin analiz sonuçları verilmiştir. İlgili veriler incelendiğinde, katılımcıların duygusal değer algılarının aylık gelire göre farklılık gösterdiği ($p=0,000$, $p>0,05$) sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre araştırmanın hipotezi (H^e) Giresun'u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısı aylık gelire göre farklılık göstermektedir.

Tablo 16. Değişkenler Arası Korelasyon Matrisi

Ölçekler	Duygusal Değer Algısı	Tekrar Ziyaret Niyeti
Duygusal Değer Algısı (Pearson Korelasyon Katsayısı)	1	0,756**
Tekrar Ziyaret Niyeti (Pearson Korelasyon Katsayısı)	0,756**	1

H^2 ve H^3 hipotezinin belirlenebilmesi için değişkenlere korelasyon ve regresyon testleri uygulanmıştır. Araştırma ölçeklerinin birbiri arasındaki ilişkinin yönü ve şiddetinin ortaya konulması için duygusal değer algısı ile tekrar ziyaret niyeti arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Ölçekler arasındaki ilişki yönünü ve gücünü gösteren Tablo 16 incelendiğinde araştırma için kullanılan ölçeklerden duygusal değer algısı ile tekrar ziyaret niyeti arasında yüksek düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Buna bakılarak duygusal değer algısının yüksek olmasıyla ziyaretçilerde tekrar ziyaret niyeti gelişeceğini söylemek mümkündür. Araştırmanın hipotezi (H^2) Giresun'u ziyaret eden yerli turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısı ile tekrar ziyaret niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 17. Duygusal Değer Algısının Tekrar Ziyaret Niyeti Üzerindeki Etkisini İnceleyen Basit Doğrusal Regresyon Analizi

Bağımsız Değişken	Beta	T	Sig.(p)
Duygusal Değer Algısı	0,756	25,797	0,000
Sabit		2,654	0,008
F		665,467	
R		0,756	
R ²		0,572	
P		0,000	

Tablo 17 incelendiğinde bağımsız değişken konumundaki duygusal değer algısı, tekrar ziyaret niyeti varyansını (R^2) %57,2 oranında açıkladığı görülmektedir. Tekrar ziyaret niyeti varyansı %57,4 oranında duygusal değer algısına bağlı olarak şekillenmektedir. Tablodaki sonuçlar doğrultusunda duygusal değer algısı ve tekrar ziyaret niyeti ölçekleri arasındaki ilişkinin doğrusal ve pozitif yönde olduğu söylenebilir. Bu bilgiler doğrultusunda araştırmanın hipotezi ‘H³’; duygusal değer algısının tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı etkisi vardır’ kabul edilmiştir.

Tablo 18. Araştırma Hipotezlerine Ait Sonuçlar

SIRA	HİPOTEZLER	SONUÇ
H ₁	Giresun’u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısı demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.	
H ^a	Giresun’u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısı cinsiyete göre farklılık göstermektedir.	Reddedilmiştir.
H ^b	Giresun’u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısı yaşa göre farklılık göstermektedir.	Kabul edilmiştir.
H ^c	Giresun’u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısı medeni duruma göre farklılık göstermektedir.	Kabul edilmiştir.

H^d	Giresun'u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısı eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.	Reddedilmiştir.
H^c	Giresun'u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısı aylık gelire göre farklılık göstermektedir.	Kabul edilmiştir.
H²	Giresun'u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısı ile tekrar ziyaret niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmiştir.
H³	Giresun'u ziyaret eden turistlerin yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısı ile tekrar ziyaret niyeti arasında anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul edilmiştir.

4. BÖLÜM SONUÇ VE ÖNERİLER

Gastronomi, kültür ile yemek ilişkisinden ortaya çıkmıştır. Gastronomi lezzetli ve iyi yemeği seçme, yeme ve pişirme sanatı olarak bilinirken aynı zamanda toplumların mutfak yapılarını inceler, tanıtımını yapar, yiyecek ve içecek kültürünü yansıtır. Keşfetme, deneyimleme araştırma, yemekten zevk alma, hazırlama, yazma gibi konularla uğraşan insanlar gastronomiyle de ilgilenir. Gastronomi kültürel ürünleri birleştirici yapısıyla turizme de zemin oluşturmaktadır. İnsanların farklı kültürlerdeki yiyecek ve içecek ürünlerine artan ilgisi, yeni bir alternatif turizm türü olan gastronomi turizminin oluşumuna katkıda bulunmuştur. Gastronomi turizmi bir bölgenin mutfak kültürünü ve tarihini anlatmayı amaçlayan, yeme içme deneyimi yaşamak için genellikle yerel yiyeceklerin bulunduğu destinasyonlarla gerçekleştirilen turizm etkinliği olarak açıklanmaktadır. Mutfak kültüründe oluşan çeşitlilik, insanların sadece karın doyurma ve yaşam devam ettirme amacının ilerisine geçmiştir. Bu çeşitlilik; insanları yemekten lezzet, haz ve tat almaya yöneltmiştir. Bu sebeple başka bölgelerde yiyecek arayışı ortaya çıkmıştır. Gastronomi deneyimi için gidilen yerlerde sadece yemek yenmez aynı zamanda yerel kültürü anlamaya ve tanımaya yönelik duygusal bağlar kurulur. Yöreye özgü yerel yiyecek ve içecekler, gastronomi festivalleri, yöresel yiyecek içecek deneyimi sunan işletmeler vb. yöresel kültürün tanınmasına katkıda bulunur. Yemek; insanların toplum içerisinde sosyalleşmesine, duygularını ve düşünceleri ortaya çıkarmasında da etkilidir. Yeme eyleminde kişiler arası etkileşim sağlanır. Buna aile içi ilişki ortamı örnek verilebilir. Turizm yönünden bakıldığında yiyeceklerin duygusal değer boyutuyla ilgili; ürünlerde keyif, zevk veya haz gibi çeşitli duyguların hissedildiği ifade edilmektedir. İyi bir yemek yeme ile oluşan keyfi duygular, duygusal değer boyutuyla ilişkilendirilir.

Geçmiş tarihi boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Giresun'un kendine özgü nitelikte bir mutfak kültürü vardır. Kıyı kesimlerinde kendiliğinden yetişen yenilebilir otlar, yapraklar ve deniz ürünleri yeşilliği bol olan mutfak kültürünün oluşmasında önemli rol almaktadır. Karalahana başta olmak üzere Giresun mutfağında çoğunlukla otsu bitkiler yer almaktadır. Bununla birlikte çalçileği, menevcen, hoşran, gücündene, kabalak, madımak, ısırgan, sakarca, galdirik, pancar çiçeği, pezik, mendek,

kuzukulağı gibi yenilebilir otlar da yemeklerin yapımında kullanılmaktadır. Bölgede yetişen meyvelerden, içecek, pekmez, marmelat, reçel gibi ürünler de yapılmaktadır. Tarlada yetiştirdikleri sebzeleri (fasulye, bezelye, mısır vb.) yöresel mutfaklarında tercih etmişlerdir. Bazı bitkileri de kurutarak (papatya, kekik, nane, kuşburnu, çay vb.) içecek olarak tüketmişlerdir. Mutfaklarında 26 çeşit mantar türüne yer vermişlerdir. Sahil kesiminde yer alması nedeniyle mutfağında bolca deniz ürünleri (mezgit, alabalık, hamsi, kefal) bulundurmaktadırlar. Köyde veya yaylada yaşayan yöre halkı hayvansal besinlere de (tecen peyniri, çökelek, süzme, deri peyniri vb.) yer vermektedir. Yazları taze olarak kullanılan yiyecekler, kış mevsiminde saklanılmak üzere; kurutulur, fırınlanır, dondurulur, tuzlanır, turşu yapılır, reçele-pekmeze dönüştürülür ve konservelenir.

Gastronomi bir bölgenin yöresel yiyeceklerini ve o yöreye özgü kültürü tanıtmada oldukça önemli bir yere sahiptir. Bu durum turistlerin yöreye karşı bir duygu durumu oluşturmaya yardımcı olur. Bu çalışmanın amacı, gastronomi turizmi kapsamında ziyaretçilerin, Giresun iline ait yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algısının tekrar ziyaret etme niyetine etkisini incelemektir.

Araştırma Giresun'un yöresel mutfağını deneyimleyen 500 katılımcıdan oluşmaktadır. Kullanılan ölçeklerin ortalamaları alındığında ziyaretçilerin duygusal değer algıları ve tekrar ziyaret niyeti düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Araştırmada cinsiyet faktörü ile duygusal değer algısı arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Katılımcıların medeni durum faktörü ile duygusal değer algısı arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Evli katılımcıların duygusal değer algısının daha fazla olduğu görülmektedir. Yaş faktörü ile duygusal değer algısı arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Yapılan analizde 51-60 yaş aralığındaki katılımcıların duygusal değer algısının daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu kapsamda yer alan yaş gruplarının seyahat ederken yöresel yemeklere daha fazla merak duyduğu düşünülebilir. Araştırmada eğitim durumu faktörü ile duygusal değer algısı arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Aylık gelir ile duygusal değer algısı arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Yapılan anketin 2023 yılı Ocak-Aralık ayları aralığında, (yapıldığı dönemde asgari ücretin 5500 TL olduğunu düşünürsek) aylık geliri daha fazla olan

kişilerin duygusal değer algılarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Seyahat etmek için ekonomik gelir oldukça önemlidir. İnsanlar gittikleri yerlerde harcama yapmaktadır. Bu sebeple gelir seviyesi fazla olanların duygusal değer algılarının daha yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Sonuçlar incelendiğinde ankete katılan katılımcıların duygusal değer algılarını ve tekrar ziyaret etme niyetini olumlu değerlendirdikleri tespit edilmiştir. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen korelasyon analizi bulgularına göre katılımcıların duygusal değer algısı ve tekrar ziyaret niyetleri arasında yüksek düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Bununla birlikte yerli turistlerin duygusal değer algısının tekrar ziyaret niyetlerine etkisi, uygulanan regresyon analizinden elde edilen verilere göre pozitif yöndedir.

Bu araştırma kapsamında bazı öneriler geliştirilmiştir.

- Giresun yöresel mutfağı oldukça zengin ve geniştir. İleride bu çalışmanın bir benzerinin bölge halkına yapıp, yöresel yiyeceklere yönelik duygusal değer algıları değerlendirilebilir.
- Giresun'da gastronomi ile ilgili kısıtlı çalışma bulunmaktadır. Bu çalışma Giresun gastronomisi hakkında çalışmak isteyen araştırmacılara kaynak teşkil edebilir.
- Çalışma Giresun İli ile sınırlandırılmıştır. Araştırmacılar farklı illerin duygusal değer boyutunu da inceleyebilir.
- Yerel esnafın, yerli turistlerin duygusal değer algılarını anlamalarına yardımcı olabilir. Buna göre pazarlama alanlarını geliştirebilir.
- Yörede yetişen her bitkiden bir yemeğe sahip olan Giresun'un yemek kültürü tanıtılmalı ve unutulmamalıdır.
- Giresun'da yer alan restoranların menülerinde yöresel yemeklere daha fazla yer verilebilir.
- Giresun'a yöresel yiyecekler üzerine tanıtım ve yarışma düzenleyen TV programları davet edilebilir.
- Yerel halk yöresel yemekler konusunda yemek yapma etkinlikleri yapılarak veya aşçılık kursları açılarak bilgilendirilebilir.
- Giresun mutfak kültürünün gelecek nesillere aktarılmasında önemli rol oynayan gastronomi müzesinin kurulması için yetkili kurumlara başvurulabilir.
- Giresun'un yöresel yemekleri araştırılarak özgün reçeteler oluşturulabilir.

Sonuç olarak, bu çalışma kapsamında elde edilen bulgulardan ve geliştirilen önerilerden, gastronomi ve turizm alanında faaliyet gösteren tüm paydaşlar faydalanabilirler.

KAYNAKLAR

Ağcakaya, H. ve Can, İ.İ. (2019). Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Türkiye’deki Gastronomi Müzeleri Örneği, *Journal of Gastronomy and Travel Research*, Vol. 3, Issue 4 (Özel Sayı), 788-804

Akbıyık, T. (2021). Turizm Potansiyeli Açısından Türkiye’deki Gastronomi Müzelerinin Analizi, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara

Akdeniz, D. (2019). Alternatif Bir Gastronomi Tarihi İncelemesi: Resim Sanatında Yemek Hazırlıkları Ve Mutfak Sahneleri, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22 (2), 490-507.

Akıllıbaş, E. (2019). Beş Duyunun Pazarlama Algısındaki Gücü, *Bitlis Eren Üniversitesi Akademik İzdüşüm Dergisi*, 4(1), ss. 97-124.

Akman, M. (1998). Yabancı turistlerin Türk mutfagından beklentileri, yararlanma durumları ve Türk mutfagının turizme katkısı üzerine bir araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Aktaş, M (2024). Turistlerin Türk Mutfağı İmajı Algılamalarının Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisinin Araştırılması: Antalya Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Araştırmaları Enstitüsü Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Nevşehir.

Anadolu Ajansı, (2022). Çatalhöyük, Erişim Adresi: <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/anadolunun-hafizasi-antik-kentler-catalhoyuk-hattusa-ve-kultepe/2213255> , Erişim Tarihi: 28.10.2022

Anonim (2017). Jean Anthelme Brillat-Savarin ve "Lezzetin Fizyolojisi" Adlı Eseri, Erişim Adresi: <https://kitapeki.com/lezzetin-fizyolojisi-ya-da-yuce-mutfak-uzerine-dusunceler/>, Erişim Tarihi: 28.10.2022

Anonim (2022). Gastronomie Ou l'homme Des Champs A Table, Erişim Adresi: <https://www.pinterest.jp/pin/196680708701894234/> , Erişim Tarihi: 28.10.2022

Anonim (2021). Joseph De Berchoux, Erişim Adresi: https://fr.wikipedia.org/wiki/joseph_berchoux , Erişim Tarihi: 28.10.2022

Anonim (2022). Eriha, Erişim Adresi: <https://tr.wikipedia.org/wiki/Eriha> , Erişim Tarihi: 28.10.2022

Arslan, E. (2020). Çevrimiçi Gastronomik Turist Deneyimlerinin İçerik Analiziyle İncelenmesi. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 23 (2), 442-460

Aşık, N. A. (2018). Turistlerin yerel mutfak tüketim değeri boyutlarının destinasyona yönelik olumlu tutum, tavsiye etme ve tekrar ziyaret etme niyetine etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 548-562

Aytimur, Ç. (2023). Duygudurum, Duygusal Değerlik Ve Cinsiyetin Bellek Yanılması Üzerindeki Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı Deneysel Psikoloji Bilim Dalı, Bursa

Balıkoğlu, A., Kılıç, S. N., ve Bozok, D. (2020). Duyusal deneyim memnuniyeti ve yöresel yiyecek deneyimi arasındaki ilişki ve değişkenlerin davranışsal niyet üzerindeki etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 1334-1361.

Bayrakçı, S. (2014). Yerel yemek tüketim motivasyonlarının turistlerin tekrar ziyaret niyetlerine etkisi: Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistler üzerine bir araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Mersin

Bayram O. (2021). Gastronomi destinasyonu seçiminde turist tercihlerini etkileyen faktörler ve gastronomi destinasyonlarının algılanan performansı: Gaziantep, Adana, Hatay, Şanlıurfa ve Mardin örnekleri, Yüksek lisans tezi, Muğla Sıtkı Koçman üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü uluslararası işletmecilik ve ticaret anabilim dalı, Muğla

Bilgili, R. (2022). Gastronomi Çekiciliğinin Gastronomi Deneyimi Ve Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerindeki Etkisi: Amasya Örneği, Yüksek lisans tezi, Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Karabük

Birdir, K. ve Akgöl, Y. (2015). Gastronomi Turizmi ve Türkiye’yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi, *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.

Bozagcı, E. C. ve Çevik, A. (2021). Destinasyon Çekim Gücü Olarak Gastronomi Müzeleri: Safranbolu Türk Kahve Müzesi Örneği, *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt:6 No:2

Bozok, D., Özdemir, S. S., ve Kılıç, S. N. (2017). Yabancı Turistlerin Yiyecek-İçecek Deneyimlerine İlişkin Memnuniyetlerinin Tekrar Ziyaret Ve Tavsiye Etme Niyetlerine Etkisi: Belek Örneği, 3. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu*, 20-22.

Büyüköztürk, Ş. (2008). Veri analizi el kitabı. Ankara: Pegem.

Ceyhun Sezgin, A. ve Akbıyık, T. (2021). Dünyadaki Gastronomi Müzelerinin Tematik Analizi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9 (1), 153-184

Ceyhun Sezgin, A. ve Ayyıldız, S. (2019). Gastronomi Alanında Vejetaryen/Vegan Yaklaşımı; Giresun Yöre Mutfağının Vejetaryen Mutfak Kapsamında İncelenmesi. *Siyasi Sosyal ve Kültürel Yönleriyle Türkiye ve Rusya*, 1(1): 505-53

Chen, C. F., & Tsai, D. C. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, 28 (4), 1115–1122.

Choe, J.Y. & Kim, S. (2018). Effects of tourists’ local food consumption value on attitude, food destination image, and behavioral intention, *International Journal of Hospitality Management*, 71: Pages 1-10. DOI: [10.1016/j.ijhm.2017.11.007](https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.007).

Coda, H. (2022). Gastronomik Deneyimsel Değerlerin Tekrar Ziyaret Niyetine Etkisi: Eskişehir Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Eskişehir

Çetin, M. ve Küçükkömürler, S. (2019) Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi Örneği, *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, Cilt: 22, Sayı:1, 1-17

Daşdemir, A. (2020). Gastronomi Turizmi Kapsamında Yerel Yiyecek Tüketim Motivasyonlarının Yerli Turistlerin Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine Etkisinin Belirlenmesi: Van Kahvaltısı Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Konya

Daşdemir, A. ve Madenci, A. B. (2021). Gastronomi Turizmi Kapsamında Yerel Yiyecek Tüketim Motivasyonlarının Yerli Turistlerin Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine Etkisinin Belirlenmesi: Van Kahvaltısı Örneği, *Journal of Gastronomy and Travel Research*, Vol. 5, Issue 2, 155-176 , 2021

Demirel, H. ve Ayyıldız, S. (2017). Mutfak Kültürü ve Değişimi; Giresun İli Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5/4 280-298

Desmet, P. M. A. (2008). *Product emotion*. H. N. J. Schifferstein ve P. Hekkert (Ed.), Product experience (379- 397). Amsterdam: Elsevier

Dizdar, A. (2022). Yerel İşletmelerin ve Yöresel Mutfakların Gastronomi Turizmine Etkileri: Giresun Örneği, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Topkapı Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, İstanbul

Ekici, E. (2021). Giresun'a Ait Coğrafi İşaretili Görele Dondurması Ve Bu Dondurmanın Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi Anabilim Dalı, İstanbul

Fındık, H. (2018). Fındık krokan, Erişim adresi: <https://www.halisfindik.com/krokan>
Erişim tarihi: 15.04.2023

Genç, V. (2018). Duygusal ve Sosyal Yetkinliklerin Estetik Emek Üzerine Etkisi: Bir Restoran Zinciri Örneği, Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Eskişehir

George, D. & Mallery, P. (2010). SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference 17.0 Update. 10th ed., Pearson, Boston.

Giresun Belediyesi (2023). Giresun tarihi, Erişim adresi: <https://giresun.bel.tr/tarihce/#:~:text=%C4%B0mparatorluk%20d%C3%B6neminde%20Trabzon%20eyalet%20merkezi,in%20ilan%C4%B1yla%20il%20merkezi%20oldu.>
Erişim tarihi: 04.04.2023

Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı (2023). Giresun iklim özellikleri, Erişim adresi: <https://giresun.ktb.gov.tr/TR-144542/ekonomi.html#:~:text=Giresun'un%20i%C3%A7%20kesimleri%20k%C4%B1y%C4%B1daki,yap%C4%B1lan%20%C3%BCr%C3%BCnler%20aras%C4%B1nda%20yer%20alm%C4%B1%C5%9Ft%C4%B1r> Erişim tarihi: 15.04.2023

Giresun İl Kültür Turizm Bakanlığı (2008). Yemekler, Erişim adresi: <https://giresun.ktb.gov.tr/TR-215305/yemek-tarifleri.html> Erişim tarihi: 15.04.2023

Giresun Valiliği (2023). Giresun coğrafyası, Erişim adresi: <http://www.giresun.gov.tr/cografyanew>. Erişim tarihi 21.04.2023

Giresun Nüfusu (2023). Giresun Nüfusu, erişim adresi: <https://www.nufusu.com/il/giresun-nufusu#:~:text=Giresun%202023%20n%C3%BCfusu%2C%20tahmini%20verilere,art%C4%B1%C5%9F%20h%C4%B1zlar%C4%B1na%20g%C3%B6re%20tahmini%20hesaplanm%C4%B1%C5%9Ft%C4%B1r>. Erişim tarihi: 06.04.2023

Gül, M. (2022). Kahramanmaraş Tematik Mutfak Müzesi ve Dondurma Müzesinin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi, *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8/1, 312-334

Gürsoy, Y. (2017). Giresun Merkez Yöresinde Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 10 Sayı: 51

Hürriyet (2020). Giresun Mısır Unu Yağlaş, Erişim adresi: <https://www.hurriyet.com.tr/lezizz/yaglas-tarifi-41566085> Erişim tarihi: 16.04.2023

Hürriyet (2020). Kara kabak çorbası Erişim adresi: <https://www.hurriyet.com.tr/lezizz/kara-kabak-corbasi-tarifi-41563820> Erişim tarihi: 15.04.2023

Hürriyet (2022). Karalahana çorbası, Erişim adresi: <https://www.hurriyet.com.tr/lezizz/karalahana-corbasi-tarifi-42084125> Erişim tarihi: 15.04.2023

Hürriyet (2020). Kuzukulağı çorbası, Erişim adresi: <https://www.hurriyet.com.tr/lezizz/kuzukulagi-corbasi-tarifi-41563575> Erişim tarihi: 15.04.2023

Hürriyet (2020). Samaksa, Erişim adresi: <https://www.hurriyet.com.tr/lezizz/samaksa-tarifi-41566872> erişim tarihi: 15.04.2023

Işkın, M. (2022). Tarihi Hafızayı Yenilemek: Gastronomi Tarihi Bağlamında Bir Araştırma, *Journal of New Tourism Trends (JOINNTT)* 3(1), 60-69, 2022

Kaçar, B. (2022). Gastronomi Deneyiminin Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: Diyarbakır Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Mardin Artuklu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, Mardin

Karahan, G. (2019). Gastronomi Turizminin Yerel Halk Üzerindeki Algısı ve Sürdürülebilirliği: Giresun İli Örneği, Yüksek Lisans Tezi, T.C. İstanbul Ticaret

Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Yüksek Lisans Programı, İstanbul

Kaşlı, M., Demirci, B. ve Kement, Ü. (2014). Gastronomik Deneyimlerin Tekrar Ziyaret Niyetine Etkisi: Eskişehir Örneği, *15. Ulusal Turizm Kongresi*, 479-491

Kendir, H. ve Arslan, E. (2020). Gastronomi Turizmi Açısından Yöresel Lezzetlerin Duygusal Değer Boyutunda İncelenmesi: *Tokat İli Örneği, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*. Sonbahar Özel Sayı, s.130-138.

Kızılırmak, İ., Ofluoğlu, M. ve Şişik, L. (2016). Türkiye’de Uygulanan Gastronomi Turları Rotalarının Web Tabanlı Analizi ve Değerlendirmesi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4/1, 258-269.

Küçüktemel, H. (2022). Hatırlanabilir Gastronomi Turizmi Deneyimi, Deneyim Memnuniyeti Ve Sadakat İlişkisi: Hatay ve Gaziantep Unesco Gastronomi Şehirleri Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Mersin

Kültür Portalı, 2013: Geleneksel Mutfak, Erişim adresi: <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/giresun/neyenir?ilId=18&keyword=&etiket=&kategori=0&gorsel=0&sayfa=2&sayi=12> Erişim tarihi: 15.04.2023

Mandal, M. (2018). Türkiye’de Sürdürülebilir Gastronomi Turizminin Gelişmesinde Mutfak Şeflerinin Rolü, Yüksek lisans tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Ve Otel İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Turizm İşletmeciliği Yüksek Lisans Programı, Ankara

Mankan, E. (2017): Destinasyon Pazarlamasında Çekici Bir Faktör Olarak Türkiye’deki Gastronomi Müzeleri Örneği, *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* Volume 12/4, p. 641-654

Milliyet (2022). Giresun haritası, Erişim adresi: <https://www.milliyet.com.tr/egitim/haritalar/giresun-haritasi-giresun-ilceleri-nelerdir-giresun-ilinin-nufusu-kactir-kac-ilcesi-vardir-6311225>, Erişim tarihi: 20.04.2023

- Onar, C. (2018). Duyusal Pazarlamanın Tüketici Satın Alma Sürecine Etkisi, *Dış Ticaret Enstitüsü Working Paper Series Tartışma Metinleri*, WPS NO/ 200/ 2018-05
- Öney, H. (2016). Gastronomi Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme, *Selçuk Ün. Sos. Bil. Ens. Der.* (35): 193-203
- Özdemir, G. ve Dülger Altınar, D. (2019). “Gastronomi Kavramları ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir İnceleme”, *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 12, Sayı 1, ss. 1-14
- Öztürk Samur, A. (2011). Değerler Eğitimi Programının 6 Yaş Çocuklarının Sosyal Ve Duygusal Gelişimlerine Etkisi, Doktora Tezi, T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çocuk Gelişimi Ve Ev Yönetimi Eğitimi Anabilim Dalı Çocuk Gelişimi Ve Eğitimi Bilim Dalı, Konya
- Samancı, Ö. (2021). Gastronomi ve Yemek Tarihi, *Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 32, Sayı 1, Bahar: 106 - 109, 2021
- Sancak Murat Bayrak (ed.), Giresun’un yeşil lezzetleri (Giresun: öncü gazetesi ve matbaası, 2019), ss.14-96
- Sarı Gök, H. ve Şalvarcı, S. (2021). Türkiye’deki Gastronomi Temalı Müzelere Yönelik Çevrimiçi Ziyaretçi Deneyimlerinin İncelenmesi, *Journal of Travel and Hospitality Management*, 8(1), 2021, 120-140
- Savaşkan, Y. (2021). Türkiye’deki Gastronomi Müzelerine Genel Bakış, *Turizm Çalışmaları Dergisi Journal of Tourism Studies*, 3(2), 61-78
- Selimoğlu, E. ve Gültekin, T. (2018). Laura Esquivel’in Acı Çikolata Romanı Üzerinden Duygusal Dünya Ve Yemek Kültürü İlişkisi, *Antropoloji*, Sayı:36 (Aralık 2018), s. 71-85
- Seyitoğlu, F. ve Çalışkan, O. (2018). Akademik Disiplin Olarak Gastronomi: Kavramsal Bir Çalışma, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/ Journal of Travel and Hospitality Management* 15 (3), 2018, 523-537

Soruç, K. (2021). Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliğinde Gastronomi Müzelerinin Rolü, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya

Şıttak, S. (2021). Turizm Destinasyonun Algılanan Değerinin Turist Memnuniyeti ve Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerine Etkisi: Assos Örneği, Yüksek Lisans Tezi, T.C. Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Kırklareli

Taştan, N. (2014). Duygusal Değer Bağlamında Kullanıcı Merkezli Yaklaşımların Endüstriyel Tasarım Eğitiminde Tasarım Sürecine Etkileri, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul

TDK 2024: Değerin Tanımı, Erişim Adresi: <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 12.07.2024

TDK 2024: Duygunun Tanımı, Erişim Adresi: <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 11.07.2024

Türk Patent ve Marka Kurumu. (2023). Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı İstatistikleri. Erişim adresi: <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/liste?il=28> Erişim Tarihi: 05.04.2023

Türk Patent ve Marka Kurumu. (2020). Oğlak Kebabı, Erişim Adresi: <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/83> Erişim tarihi: 21.04.2023

Türkiye İstatistik Kurumu, (2022). Harcama Türlerinin Bir Önceki Yılın Aynı Dönemine Göre Değişim Oranları (%), II. Çeyrek, 2022, , Erişim Adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tourism-Statistics-Quarter-II:-April---June,-2022-45787> Erişim Tarihi: 29.10.2022

Ünal, S., Akkuş, G. ve Akkuş, Ç. (2014). Yiyecek İçecek İşletmelerinde Atmosfer, Duygu, Memnuniyet ve Davranışsal Sadakat İlişkisi, *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1, 23-49

Yamane, T. (2001). *Temel Örnekleme Yöntemleri*. (1. Baskı). (Çev. A. Esin, M. A. Bakır, C. Aydın ve E. Gürbüzsel). Literatür Yayıncılık, İstanbul

Yeter, A. (2024). Hatırlanabilir Yerel Gastronomi Deneyimlerinin Turistlerin Destinasyon Memnuniyetine Ve Destinasyonu Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: Yiyecek İmajının Aracı ve Motivasyonların Düzenleyici Rolü, Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Antalya

Yıldız, M. ve Yılmaz, M. (2020). Gastronomi Alanındaki Trendlere Bir Bakış, *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, sa.5, ss.19-35, 2020

Zhang, H.M., Xu, F.F., Leung, H.H. and Cai, L.P. (2016), The influence of destination country image on prospective tourists' visit intention: testing three competing models, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol. 21 (7), 811-835.

EKLER

Sayın Katılımcı,
Size sunulan bu anket formu: Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda; Turistlerdeki yöresel yiyeceklerle yönelik duygusal değer algısının tekrar ziyaret etme niyetine etkisi: Giresun ili örneğini belirlemeye yönelik yüksek lisans tezi kapsamında hazırlanmıştır. Çalışmamıza katılarak bilimsel bir çalışmanın hazırlanmasına destek vermiş olacaksınız. Araştırmamız tamamen bilimsel nitelikte olup, kişisel ve işletme yönünden gizliliğe önem verilecektir. Saygılarımızla.

Emine SAGLAM (Yüksek lisans Öğrencisi)
Doç. Dr. Emin ARSLAN (Tez Danışmanı)
Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi

1. Bölüm: Demografik Sorular

1. Giresun ilini ziyaretinizde yöresel yemekleri tercih ettiniz mi?
☐ Evet ☐ Hayır
2. Cinsiyetiniz:
☐ Kadın ☐ Erkek
3. Yaşınız:
☐ 20 ve altı ☐ 21-30 ☐ 31-40 ☐ 41-50 ☐ 51-60 ☐ 61 ve üzeri
4. Medeni Durumunuz:
☐ Evli ☐ Bekâr
5. Eğitim Durumunuz:
☐ İlkokul ☐ Ortaokul ☐ Lise ☐ Ön Lisans ☐ Lisans ☐ Yüksek Lisans/Doktora
6. Aylık Geliriniz(TL):
☐ 5500 ve altı ☐ 5501-10000 ☐ 10001-15000 ☐ 15001-20000 ☐ 20001 ve üzeri

2. Bölüm: Duygusal Değer Ölçeği

Bu bölümde, Giresun bölgesinde sunulan yöresel yemek deneyiminize ilişkin ifadeler yer almaktadır. Lütfen size en yakın gelen seçeneği işaretleyerek cevaplandırınız.	Hiç Katılmıyorum	Az Katılıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Çok Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1- Giresun yemekleri beni mutlu ediyor.	1	2	3	4	5
2- Giresun yemekleri bana keyif veriyor.	1	2	3	4	5
3- Giresun yemekleri ruh halimi olumlu yönde etkiliyor.	1	2	3	4	5
4- Giresun yemeklerine hayranım.	1	2	3	4	5
5- Giresun yemekleri bana canlılık veriyor.	1	2	3	4	5
6- Giresun yemekleri beni heyecanlandırıyor.	1	2	3	4	5

3. Bölüm Tekrar Ziyaret Niyeti Ölçeği

Bu bölümde, Giresun'u tekrar ziyaret etme niyetlerine yönelik ifadeler yer almaktadır. Lütfen size en yakın gelen seçeneği işaretleyerek cevaplandırınız.	Hiç Katılmıyorum	Az Katılıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Çok Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1- Giresun'u gastronomi amacıyla tekrar ziyaret etmek isterim.	1	2	3	4	5
2- Gelecekte gastronomi amacıyla muhtemelen Giresun'u ziyaret edeceğim.	1	2	3	4	5
3- Giresun'a gastronomi amacıyla gitmeyi diğer insanlara tavsiye ederim.	1	2	3	4	5