



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(2): 1592-1606.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.414](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.414)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Restoranları Deneyimleyen Misafirlerin Neofobi ve Neofili Düzeylerinin Belirlenmesi: Kapadokya Örneği

Dr. Öğr. Üyesi Emrah KESKİN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Nevşehir, e-posta: ekeskin@nevsehir.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6565-4265>

Nevres SEZEN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir, e-posta: nevressezen67@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0198-5441>

Öz

İnsanların yiyeceğe karşı besledikleri psikolojik yaklaşım yiyecekleri tüketip tüketmemelerinde etkili olmaktadır. Neofobi ve neofili, insanların yemek deneyimi gerçekleştirmelerinde etkili olan önemli bir unsurdur. Yemek neofobisi veya neofilisi yemek deneyimi esnasında veya öncesinde oluşabilmektedir. Bu çalışmada Kapadokya bölgesindeki restoranları deneyimleyen misafirlerin neofobi (gıdaya karşı duyulan korku) ve neofili (gıdaya karşı duyulan heyecan-merak) düzeylerinin sahip olunan özellikler (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi, gelir düzeyi) açısından belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda nicel veri toplama yöntemi kullanılmıştır. Veriler Kapadokya bölgesini ziyaret eden ve restoranlarda yeme deneyimi yaşayan misafirlere elde edilmiştir. Ankette "Gıda Neofobisi" ve "Gıda Neofili" ölçeği olmak üzere toplam 13 ifade kullanılmıştır. Ölçeklerin yanı sıra katılımcıların bireysel özelliklerini ölçen 5 ifade yer almaktadır. Bireylerin neofobi ve neofili düzeylerini belirlemek için bağımsız T-Testi ve ANOVA testleri kullanılmıştır. Yapılan analizlerden elde edilen sonuçlarda, Kapadokya bölgesindeki restoranları deneyimleyen misafirlerin cinsiyet ve medeni durumları ile neofobi ve neofili arasında anlamlı farklılığın olmadığı, yaş ve gelir seviyeleri ile neofobi ve neofilileri arasında anlamlı farklılık olduğu, eğitim durumu ile yalnızca neofili arasında anlamlı bir farklılığın olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Turizmi, Neofobi, Neofili, Yemek Deneyimi.

Makale Gönderme Tarihi: 25.02.2020

Makale Kabul Tarihi: 14.04.2020

Önerilen Atf:

Keskin, E. ve Sezen, N. (2020). Restoranları Deneyimleyen Misafirlerin Neofobi ve Neofili Düzeylerinin Belirlenmesi: Kapadokya Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 1592-1606.
© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2020, 4(2): 1592-1606.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.414](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.414)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

The Specification of the Neophobia and Neophilia Levels of the Guests Experiencing Restaurants: Cappadocia Sample

Assistant Prof. Dr. Emrah KESKİN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Faculty of Tourism, Nevşehir, e-mail: ekeskin@nevsehir.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6565-4265>

Nevres SEZEN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Social Sciences Institute, Nevşehir, e-mail: nevressezen67@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0198-5441>

Abstract

The psychological attitudes people (sex, marital status, education, age, monetary income) embed towards food become effective in terms of whether they consume the food or not. Neophobia and neophilia are two significant elements with regard to people's experiences of eating, and they can be formed during the experience of eating or before that period. In this study, the neophobia and neophilia levels of the guests experiencing the restaurants in Cappadocia Region were aimed to be specified in terms of the features they exhibit. With respect to this purpose, quantitative data method was implemented. The data to be analyzed were collected from the guests in Cappadocia who experienced eating the food in the restaurants located in this region. In the questionnaire applied to the participants, 13 expressions comprised of the "Food Neophobia" and "Food Neophilia" scales took place were used. Besides the scales, there existed 5 expressions that measured the participants' individual features. In order to define the neophobia and neophilia levels of the individuals, independent T-test and ANOVA tests were made use of. As a result of the outcomes of the analyses carried out, it was found out that the gender and the marital status of the guests experiencing the Cappadocia Region restaurants and their levels of neophobia and neophilia were not significantly correlated. However, the results of these analyses indicated that the age and income levels of the guests and their neophobia and neophilias exhibited meaningful differences, also showing the existence of a significant difference between the education status and solely neophilia.

Keywords: Gastronomy Tourism, Neophobia, Neophilia, Food Experience.

Received: 25.02.2020

Accepted: 14.04.2020

Suggested Citation:

Keskin, E. and Sezen, N. (2020). The Specification of the Neophobia and Neophilia Levels of the Guests Experiencing Restaurants: Cappadocia Sample, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(2): 1592-1606.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Yemeğin asıl amacı fizyolojik ihtiyacı gidermek olmasına rağmen gıda endüstrilerinde yaşanan gelişmeler sayesinde, yemek, insanların boş zamanlarında da çeşitli yemek yeme davranışlarına eğilim göstermelerini sağlamıştır. Dışarıda yemek yeme bireylerin farklı duygular yaşamalarını ve kendilerini iyi hissetmelerini sağlamıştır. Dışarıda yemek yeme faaliyetleri, destinasyonların yerel yiyeceklerine yönelimini artırmakta ve bu sayede turizmi etkilemektedir. Bu şekilde turizm bölgesindeki yöresel yiyeceklerin önemi artmakta ve destinasyon, yiyecek deneyimi için daha fazla rağbet görmektedir (Kastenholz vd., 1999; Gyimothy vd., 2000; Joppe vd., 2001). Turizm, yemek kültüründen etkilenen bir sektördür. Bir bölgenin yeme anlayışı turistlerin destinasyon seçiminde temel tercih sebebi olmakla birlikte, unutulmaz turizm deneyimini de yaşamalarını sağlayan en önemli faktörlerden biridir (Cañizares ve Guzmán, 2012). Unutulmaz tatil deneyimlerinde destinasyonun sahip olduğu gastronomik değerler önemli bir faktördür. Bu değerler destinasyonun kültürel varlığının gelişmesine etki eder. (Richard, 2011). Turizmde, gastronomi deneyimlerinde neofobik (yeni yiyecek korkusu) ve neofilik (yeni yiyecek merakı) davranışlar mevcuttur (MacLaurin, 2001). Fishler (1988)'e göre bazı bireylerde, yeni yiyeceklerle karşılaştıklarında kaçınma davranışı görülür, bu duruma neofobi (yeni yiyecek korkusu) denir. Bazı bireylerde ise yeni yiyecek ile karşılaştıklarında merak ve heyecan ile deneyim isteği görülür, bu duruma ise neofili (yeni yiyecek merakı) denir. İnsanların farklı bir yiyecek ile ilk karşılaşmaları kişileri neofobik davranışa yönlendirebilir fakat bu davranış, yabancı yiyeceklerle karşılaşma sıklığına göre değişim göstermektedir. Yabancı bir yiyecek ile ilk karşılaşmada neofobi görülmesi beklenen bir davranıştır (Zajonc, 1968).

Yemek yeme fizyolojik bir ihtiyaç olarak ifade edilebilir. Fakat yemek, deneyim amacıyla tüketilmek istendiğinde, kültürler arası farklılıklardan dolayı, farklı bir yiyecek ile ilk kez karşılaşıldığında neofobik ve neofilik davranışların oluşmasına neden olabilir (Chang vd., 2011). Bu gibi durumlar insanların yemek deneyimleme davranışları üzerinde etkili olmakta ve yemek tercihlerini etkilemektedir. Bu nedenle ülke ve bölgelerin yemek kültürleri bölgeyi ziyaret eden turistler üzerinde neofobik ve neofilik etkiler meydana getirebilir. Neofobi ve neofili davranışının öneminden dolayı bu çalışmada Kapadokya bölgesindeki restoranlarda yemek deneyimi yapan misafirlerin neofobi ve neofili düzeylerinin demografik/kişisel özellikleri açısından ölçülmesi amaçlanmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Destinasyonlarda gastronomi mekânları oluşturmada ve gastronomi deneyiminde etkili olan yiyecekler, turizmde çekicilik unsuru olarak tanımlanır (Karim ve Chi, 2010; Fortis ve Sartori, 2016; Quan ve Wang, 2004). Gastronomi deneyimleri, turistik faaliyetlerde harcanan zamanın önemli bir parçasıdır (Ilín ve Gaztelumendi, 2012, akt: Lunchaprasith, 2017), bu nedenle turistler destinasyon bölgesi seçimlerinde yiyecek-içecek kültürüne önem verirler (FITUR, 2018' dan akt: Berbel-Pineda vd., 2019) ve turizmin gelişmesinde gastronomi önemli bir unsur hâline gelir (Briedehhan ve Wickens, 2004; Murgado, 2013).

Farklı kültürlerin farklı yiyecekleri gastronomi turizmini etkileyen önemli unsurlardır (Wolf, 2006; Karim ve Chi, 2010; Horng ve Tsai, 2012b) ve bazı seyahatlerin asıl amacı yemek deneyimidir (UNWTO, 2012, akt: Tong, Tong ve Tam, 2016). Gastronomi turizminde turistlerin deneyim yaşayacağı mekânlarda yerel yiyecekleri deneyimlemesi sağlanır, çünkü gastronomi turizminde asıl amaç yerel olanı tüketmektir. Yerel ürünler, destinasyon bölgesinde yaşayan halkın kültürünü yansıtır. Bu deneyimlerde turistlerin neofobik ve neofilik algıları önemlidir.

Eğer destinasyonu ziyaret eden turistlerin yiyecek ve içeceklerle bakış açısı belirlenirse daha kaliteli hizmet sunulabilir.

Gıda Neofobisi

Yiyeceklerin tüketilmesinde veya tüketilmemesinde yiyeceğin tadı ile birlikte farklı faktörler de etkilidir. Örneğin, bazı bireyler yiyeceklerin tüketimine dair belirli bir düşünceye inanırlar ve bu inanç bireylerin yiyeceklere yaklaşımını etkiler (Assanand vd., 1998). Bireylerin ilk kez deneyecekleri yiyeceklere karşı olumsuz bir tutum sergilemesi ve kaçınması gerektiği düşüncesine *neofobi* denir (Flight vd., 2003). Neofobi, insanların kendilerini, gıdalardan gelebilecek olası zararlara karşı koruduğu, psikolojik ve davranışsal olarak gerçekleşen bir durumdur. Neofobisi olan insanlar yeni yiyeceklere karşı kaçınma davranışı göstererek korundukları bilincinde olurlar (Pliner ve Hobden., 1992) ve yeni deneyecekleri yiyeceklerin getirebileceği zararların ihtimalini düşünerek bir korku içine düşerler. Bu korkunun oluşumunda, alışılmış çevrenin dışına çıkma, yeni bir şeyler almış olmanın yarattığı farklılık ve normalde yapılan eylemlerin saatlerinin değişmesi de etkili bir unsurdur (Aktüelpsikoloji, 2018; akt: Yiğit, 2018).

Her toplumun kendine özgü belirli yiyecekleri mevcuttur, bu yiyecekler bireylerin yemek yeme alışkanlıklarını etkilemekle birlikte, bireylerin bu alışkanlıkları benimsemelerini sağlar. Bireylerin benimsemiş oldukları yiyeceklerin dışında, yabancı bir yiyeceklerle karşılaştıklarında olumsuz tepkiler vermesi de olası bir durumdur (Asperin vd., 2011). Neofobik bireyler, yeni deneyimleyecekleri yiyeceklerde sevecekleri bir tat olmadığını düşündükleri için bu yeni yiyecekleri tüketmekten kesinlikle kaçınan kişilerdir. Bu kişilerin neofobik davranışlarında kişilik özellikleri de etkilidir. Bu nedenle neofobisi olan tüm bireyler, farklı neofobik tepkiler gösterebilmektedir (Pliner ve Hobden, 1992).

İnsanların gıdalara üç tür biyolojik eğilimi vardır. Bunlardan ilki tat ön yargısıdır. Bu ön yargıda tatlı yiyeceklere olumlu bir eğilim, acı olanlara ise olumsuz eğilim görülür. İkincisi genellemeler ikilemidir. Genellemeler ikileminde ön yargıda, yeni gıdaya olan deneyim isteksizliği olmasına rağmen gıdaya olan bir ilgi vardır. Bu ön yargı bireylerin yeni gıdaya olan fiziksel ve görsel merakını gidermesini sağlarken, genellemelerin bireyde yarattığı etkiden dolayı bireyin yeni gıdaya olan ilgisi ve merakı deneyime dönüştürülemez. Fakat gıda neofobisi olan kişiler yeni yiyeceğin toksin olduğu düşüncesi ile yeni yiyecekten uzaklaşmakta, ilgi dahi duymamaktadır. Bu durumda genellemeler ikileminde, bireylerde yeni yiyeceklere ilgi ve merak mevcutken, neofobiden dolayı bu ilgili ve meraklı bireylerin deneyim yapması söz konusu olamaz. Üçüncüsü, gıdaların duyuşsal özelliğidir. Duyuşsal deneyim esnasında yiyeceğin duyuşsal özelliklerinde var olan bir olumsuzluk bireylerde olumsuz bir imaj bırakır ve deneyimi yapılan yiyeceğin deneyim anında tüketiminin bırakılıp tekrar deneyim yapılmamasına sebep olur (Rozin, 1988).

Trijp ve Kleef (2008)'e göre neofobi, bireylerin sağlıklarını korumak için, kendisine ne gibi bir etkide bulunacağını bilmediği gıdaları deneyimlemede ortaya çıkan psikolojik ve davranışsal bir olaydır. Bireylerin, yeni yiyeceğe olan korkusu onları yalnızca bilindik yiyecekleri tüketmeye yöneltir ve yeni bir yiyeceğe karşı tüketimden kaçınmasına sebep olur. Böylece bireyler kendilerine göre sağlıklarını korumuş olurlar (Van Trijp ve Van Kleef, 2008).

Bazı bireyler, günlük hayatta tükettikleri yiyeceklere olan alışkanlıklarından dolayı da yeni yiyecekler deneme eğiliminde olmazlar, yeni yiyecekler deneme isteksizliği onları neofobik bireyler yapar. Neofobik davranış sebepleri arasında şunlar bulunur: yeni deneyimlenecek yiyeceğin duyuşsal durumu, tüketildikten sonraki etkisinin nasıl olacağı düşüncesi ve yeni

yiyecek hakkında kötü algılanabilecek olan bilgiler (Martins vd., 1997). Yiyeceklere olan beğeni, bireyin kişisel ve kültürel özelliklerinden etkilenir. Bu nedenle yiyecek tercihlerinde kişilik tipleri de önemlidir. Bu tür kişisel farklılıklar göz önüne alındığında deneyim yapacak turistlerin yeni gördükleri yiyecekleri deneyimleyecekleri zaman neofobi (yeni yiyecek korkusu) etkisi görülebilir (Fischler, 1988). Bireylerin farklı yiyecekler görme sıklıkları da neofobik davranışta etkili olur. Zajonc (1968)'a göre bireyler sürekli tüketmiş oldukları yiyecekler dışında başka bir yiyecek deneyimine ilk kez maruz kaldıklarında kaçınma davranışı gösterebilir. Bireylerin farklı yiyecekler deneyimleme sıklıkları ne kadar çok olursa, neofobik davranışlarda da bir o kadar azalma görülür. Bunun için yeni deneyimlere olan pozitif uyarılar artarken, negatif uyarıların etki etmemesi gerekir. Bu durumda yeni yiyecek deneyimlerinde görülecek olan artış, pozitif uyarıların da artmasını sağlar (Zajonc, 1968).

Gıda Neofilisi

Fischler (1988)'e göre neofili, keşfetme eğilimi, değişim ihtiyacı ve yenilik arayışı gibi kavramlarla tanımlanır. Neofobi'nin zıttı olan neofili, insanların yiyeceklerden zevk alarak deneyim yapmalarını ve gıda neofilisi olan bireylerin yeni gördükleri bir yiyeceğe olan deneyim isteklerini ortaya çıkararak, onların yemek deneyimini bir macera olarak görmelerini sağlamış olur (Latimer vd., 2015). Gıda neofilisi olan bireyler yeni gıda deneyimlerine açık ve sürekli deneyim merakı içerisinde olup, yeni yiyecekler deneyimledikleri zaman bu deneyimden zevk alırlar (Latimer vd., 2015). Her bireyin yiyeceğe olan heyecan algısı aynı olmaz. Bu nedenle tercih edilen yiyecekler de farklı olur (Terasaki ve Imada, 1988; Lepp ve Gibson, 2006). Neofilide yeni gıda deneyimi bireyleri heyecanlandırır ve henüz deneyimlememiş oldukları yiyecekleri deneyimlemek için meraklı ve heyecanlı olmalarını sağlayarak, deneyimi çok çabuk kabul etmelerini sağlar. Bireylerin farklı yiyeceklerle karşılaşma sıklıkları da deneyimi kabullenme eğilimlerini etkiler. Farklı yiyecekler deneyimlemeye alışmış bireyler neofili davranışları göstermeye daha çok eğilimlidirler (Sivrikaya, 2019; Asperin vd., 2011).

Bireylerin yaşadıkları mekânlar da neofili üzerinde etkili unsurlardandır. Flight ve arkadaşları (2003) kırsal kesimdeki öğrenciler ile şehirde yaşayan öğrenciler üzerinde bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışmada, şehir hayatında yaşayan öğrenciler ile köy hayatında yaşayan öğrencilerin yeni yiyeceklere olan deneyim istekleri karşılaştırılmıştır. Yapılan çalışmaya göre, şehir hayatında yaşayan öğrenciler daha fazla kültürel çeşitlilik gördükleri için farklı yiyecekler denemeye daha istekli oldukları sonucuna varılmıştır. Bu durum, bireylerin yaşamış oldukları ortamların deneyim isteklerinde önemli bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır.

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı

İnsanlar açısından hayati bir fonksiyona sahip olan gıda tüketimi bireylerin fizyolojik ihtiyaçlarından birisidir. Fizyolojik ihtiyaç olmasının yanı sıra yiyecek ve içecekler kültürün yansıtılması açısından da önemlidir. İnsanların yiyecek ve içeceklere bakış açıları kültüre, deneyime, kişisel özelliklere göre farklılık gösterebilmektedir. Bazı insanlar ilk defa karşılaştıkları yiyeceklerle karşı tedirginlik ve korku (neofobi) hissederken, bazı insanlar ise o yiyeceklerle karşı heyecan ve deneme davranışı (neofili) sergileyebilmektedirler. Hazırlanan bu çalışmada Kapadokya bölgesini ziyarete gelen turistlerin gastronomi deneyimlerinde neofobik ve neofilik davranışları ölçülmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda Nevşehir ve ilçelerinde yer alan restoranlarda

yemek yiyen misafirlere ulaşılmış ve elde edilen veriler ile aşağıda yer alan hipotezler test edilmiştir.

H1: Katılımcıların cinsiyetleri ile neofobik davranışları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H2: Katılımcıların cinsiyetleri ile neofilik davranışları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H3: Katılımcıların medeni durumları ile neofobik davranışları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H4: Katılımcıların medeni durumları ile neofilik davranışları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H5: Katılımcıların eğitim durumları ile neofobik davranışları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H6: Katılımcıların eğitim durumları ile neofilik davranışları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H7: Katılımcıların yaşları ile neofobik davranışları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H8: Katılımcıların yaşları ile neofilik davranışları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H9: Katılımcıların gelir düzeyleri ile neofobik davranışları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H10: Katılımcıların gelir düzeyleri ile neofilik davranışları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez testlerine edilmeden önce ölçeklerin normallik dağılımları ve güvenilirlikleri belirlenmiştir. Normallik testinde normal dağılım gösteren verinin standart sapma derecesi 1'e yakın çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerinin de -1,5 ve +1,5 aralığında olması gereklidir (Tabachnick ve Fidell,2012). Yapılan analizlerde neofobi ve neofili ölçeklerinden elde edilen verilerin (Neofobi ölçeği için ss: 0,845, çarpıklık; ,087, basıklık; -,779, Neofili ölçeği için; ss: 0,89, çarpıklık; -,173, basıklık; -,532) normal dağılım gösterdiği belirlenmiş ve normallik testlerinin uygulanabileceği belirlenmiştir. Bu işlemde sonra güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Güvenirlik analizi sonucunda neofobi ölçeğinin güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alfa) 0,89, neofili ölçeğinin güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alfa) ise 0,70 bulunmuştur. Elde edilen bu veriler ölçeklerin güvenilir olduğunu ifade etmektedir.

Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Bu çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak anket tekniğinden faydalanılmıştır. Anket 3 bölümden ve 18 ifadeden oluşmaktadır. Anketin 1. bölümünde katılımcıların kişisel/demografik özellikleri, 2. bölümünde gıda neofobisini belirlemek için Pliner ve Hobden (1992)'in geliştirdiği "Gıda Neofobi Ölçeği", 3. bölümünde katılımcıların neofililerini belirlemek için Dimitrovski ve Vallbona (2016)'nın geliştirdiği "Gıda Neofilisi Ölçeği" kullanılmıştır.

Araştırma Evren ve Örnekleme

Çalışma Kapadokya (Nevşehir merkez, Ürgüp, Göreme, Avanos, Uçhisar) bölgesinde yer alan restoranları ziyaret eden turistler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu bölgenin araştırma evreni olarak seçilmesindeki neden ise bölgenin yüksek bir turizm potansiyeline ve güçlü hizmet kalitesine sahip olmasıdır. Çalışmada kullanılan anketler, Nevşehir ilindeki restoranları ziyaret eden misafirlere tesadüfi örnekleme türlerinden basit kümeleme örnekleme tekniği ile uygulanmıştır. Araştırma verileri 2020 Şubat-mart aralığında toplanmıştır. Toplamda 400 anket formu dağıtılmış ve bu anketlerden 356 tanesi analize tabi tutulmuştur. Anketlerden elde edilen verilerin analizlerine geçmeden önce cevaplayıcıların vermiş oldukları cevapları doğru

puanlamak için neofobi ölçeğinde yer alan ters yönlü ifadeler (1, 4, 6, 9, 10) için ters kodlama gerçekleştirilmiştir.

BULGULAR

Çalışmanın bulgular bölümünde Kapadokya bölgesini ziyaret eden turistlerin bölgeye geldiklerinde restoranları ziyaretlerinde neofobi ve neofili davranışları belirlenmeye çalışılmıştır. Öncelikli olarak çalışmada araştırmaya katılanların cinsiyetleri, yaşları, eğitim durumları, medeni durumları ve gelir seviyeleri ile alakalı istatistikler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Araştırmaya Katılanlara Yönelik Bilgiler

	n	Frekans	(%)
Cinsiyet	356		
Kadın		185	52,0
Erkek		171	48,0
Yaş	356		
18-28 yaş		92	25,8
29-39 yaş		90	25,3
40-50 yaş		93	26,1
51 ve Üzeri Yaş		81	22,8
Medeni Durum	356		
Evli		159	44,7
Bekâr		197	55,3
Eğitim Durumu	356		
İlköğretim		70	19,7
Ön lisans		68	19,1
Lisans		144	40,4
Lisansüstü		74	20,8
Gelir Seviyesi	356		
1000 TL ve Altı		68	19,1
1001-2000 TL		42	11,8
2001-3000 TL		54	15,2
3001-4000TL		69	19,4
4001 TL ve Üzeri		123	34,6

Tablo1 incelendiğinde; Araştırmaya katılanların %52'sinin kadın, %48'inin erkek olduğu, katılımcıların %26,1'inin 40-50 yaş aralığında, '22,8'inin ise 51 ve üzeri yaş grubunda olduğu, %44,7'sinin evli, %55,3'ünün bekar olduğu, eğitim düzeyleri açısından %40,4'ünün lisans eğitimine sahipken, %19,1'inin ise ön lisans eğitime sahip olduğu, gelir düzeyi açısından %34,6'sının 4001tl ve üzerinde gelire sahipken, %11'8'inin ise 1001-2000 TL arası gelire sahip olduğu belirlenmiştir.

Demografik/kişisel özellikler belirlendikten sonra genel ortalamalar belirlenmiştir. Genel ortalamalar incelendiğinde neofobi ölçeğine verilen cevapların dağılımlarına bağlı olarak ortalamanın 3,03 olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların neofili ölçeğine verdikleri cevapların dağılımları incelendiğinde ise ortalamanın 3,30 olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu veri katılımcıların yeni yemekleri korkuya karşı arzu etme düzeylerinin daha yüksek olduğunu ifade edebilir.

Ortalamalara yönelik analiz işlemlerinin gerçekleştirilmesinin ardından hipotez testlerine geçilmiştir.

Tablo2: Araştırmaya Katılanların Cinsiyetleri ile Neofobik ve Neofilik Davranışlarına Yönelik Bağımsız T Testi

	Cinsiyet	N	X	SS	SD	t	p
Neofobik Davranış	Kadın	185	3,06	,78650	354	,537	,591
	Erkek	171	3,01	,90584			
	Cinsiyet	N	X	SS	SD	t	P
Neofilik Davranış	Kadın	185	3,29	,81460	354	-,271	,787
	Erkek	171	3,31	,97435			

*,005 anlamlılık düzeyi

Tablo 2 incelendiğinde araştırmaya katılan bireylerin cinsiyetleri ile neofobik ve neofilik davranışları arasında farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Elde edilen bulgular dahilinde katılımcıların cinsiyetleri ile neofobik ve neofilik davranışları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Elde edilen sonuçlar neticesinde H1 ve H2 reddedilmiştir. Ortaya çıkan bu sonuçlar araştırmaya katılan misafirlerin neofobik ve neofilik davranışlarının cinsiyet bazında birbirine benzer olduğunu ortaya koymuştur.

Tablo 3 incelendiğinde araştırmaya katılan bireylerin medeni durumları ile neofobik ve neofilik davranışları arasında farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Elde edilen bulgular dahilinde katılımcıların medeni durumları ile neofobik ve neofilik davranışları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Elde edilen sonuçlar neticesinde H3 ve H4 reddedilmiştir. Ortaya çıkan bu sonuçlar araştırmaya katılan turistlerin neofobik ve neofilik davranışlarının medeni durum bazında birbirine benzer olduğunu ortaya koymuştur.

Tablo3: Araştırmaya Katılanların Medeni Durumları ile Neofobik ve Neofilik Davranışlarına Yönelik Bağımsız T Testi

Neofobik Davranış	Medeni Durum	N	X	SS	SD	t	p
	Evli	159	3,07	,85778			
Bekar	197	3,00	,83545	354	,803	,422	

Neofilik Davranış	Medeni Durum	N	X	SS	SD	t	p
	Evli	159	3,38	,88288			
Bekar	197	3,23	,89839	354	1,664	,097	

*,005 anlamlılık düzeyi

Tablo 4: Araştırmaya Katılanların Eğitim Durumları ile Neofobik ve Neofilik Davranışlarına Yönelik Anova Testi

NEOFOBİ	Grup İstatistiği			Test İstatistiği		Tukey Hsd
	N	X	SS	f	p	
İlköğretim ^a	70	3,28	,80523			
Önlisans ^b	68	3,17	,85039	4,136	,005	
Lisans ^c	144	2,94	,86429			
Lisansüstü ^d	74	2,85	,78043			
NEOFİLİ	Grup İstatistiği			Test İstatistiği		Tukey Hsd
	N	X	SS	f	p	
İlköğretim ^a	70	3,09	,78824			
Önlisans ^b	68	3,00	1,02618	6,980	,000*	a le d b ile c b ile d
Lisans ^c	144	3,41	,88235			
Lisansüstü ^d	74	3,56	,76635			

Tablo 4’de katılımcıların eğitim seviyeleriyle neofobik ve neofilik davranışları arasında farklılık olup olmadığı gösterilmiştir. Elde edilen bilgiler neticesinde katılımcıların eğitim seviyeleri ile neofobik davranışları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık belirlenememiştir ($p>0,05$) ve

H5 reddedilmiştir. Ortalamalar incelendiğinde ise yiyecek korkusuna ait ortalamaların ilköğretimden lisansüstü eğitime doğru azaldığı görülmektedir. Bu durum yiyecek korkusunun eğitim düzeyinin artmasına paralel olarak düştüğünü göstermektedir. Tablonun ikinci bölümü incelendiğinde ise katılımcıların eğitim seviyeleri ile neofilik davranışları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık belirlenmiştir ($p<0,05$) ve H6 kabul edilmiştir. Farklılığın kaynağı incelemek için Post Hoc testinden faydalanılmıştır. İnceleme sonucunda lisansüstü eğitime sahip bireylerin ön lisans ve ilköğretim seviyesinde eğitim alanlara ve lisans eğitimi alanların da ön lisans eğitimi alanlara göre daha fazla neofilik davranış gösterdikleri belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuç dahilinde eğitim seviyesinin yükselmesi yeni yiyecekleri deneme isteğini artırabilmektedir. Nitekim farklı çalışmalarda da eğitim seviyeleri neofobi ve neofili üzerinde etkili çıkmıştır. Bu durumda bireylerin eğitim seviyeleri yiyecek yaklaşımında etkin rol oynar. Bireylerin eğitim seviyesinin düşük olmasının yeni yiyeceklerden korkmalarında tek sebep olduğu söylenemez. Eğitim seviyesinin artması ile beraber yeni yiyecekler hakkında bilgi dağarcığının da gelişmesi neofili davranışının gelişmesinde etkili olabilir.

Tablo 5: Araştırmaya Katılanların Yaşları ile Neofobik ve Neofilik Davranışlarına Yönelik Anova Testi

NEOFOBİ	Grup İstatistiği			Test İstatistiği		Tukey Hsd
	N	X	SS	f	p	
18-28 ^a	92	2,76	,70784	9,431	,000*	a-d b-d a-c
29-39 ^b	90	2,91	,68738			
40-50 ^c	93	3,12	,90716			
51-üzeri ^d	81	3,38	,94406			
NEOFİLİ	Grup İstatistiği			Test İstatistiği		Tukey Hsd
	N	X	SS	f	p	
18-28 ^a	92	3,63	,79844	13,256	,000*	a-c a-d b-d c-d
29-39 ^b	90	3,45	,80040			
40-50 ^c	93	3,20	,82829			
51-üzeri ^d	81	2,86	,97863			

Tablo 5'te katılımcıların yaş aralıklarıyla neofobik ve neofilik davranışları arasında farklılık olup olmadığı gösterilmiştir. Elde edilen bilgiler neticesinde katılımcıların yaşları ile neofobik davranışları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık belirlenmiştir ($p<0,05$) ve H7 kabul edilmiştir. Farklılığın kaynağını incelemek için Post Hoc testinden faydalanılmıştır. İnceleme sonucunda 51 ve üzeri yaş grubunda bulunan bireylerin 18-28 ve 29-39 yaş gurubuna, 40-50 arası yaş grubunda bulunanlarında 18-28 yaş grubuna oranla daha fazla neofobik davranış sergiledikleri belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuçlar yaş ile beraber yeni yiyeceklerle karşı korkunun da arttığını ifade edebilir. Tablonun ikinci bölümü incelendiğinde ise katılımcıların yaşları ile neofilik davranışları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık belirlenmiştir ($p<0,05$) ve H8 kabul edilmiştir. Farklılığın kaynağı incelemek için Post Hoc testinden faydalanılmıştır. İnceleme sonucunda 18-28 yaş grubunda yer alan bireylerin 40-50 yaş aralığı ve

51 ve üzeri yaş aralığında bulunanlara, 29-39 yaş aralığında bulunanların 51 ve üzeri yaş aralığında bulunanlara, 40-50 yaş aralığında bulunanlarında 51 ve üzeri yaş aralığında bulunanlara göre daha fazla neofilik davranış gösterdikleri belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuç yaşın artması ile birlikte yeni yiyecekleri deneme isteğinin azaldığını göstermektedir. İnsanların yaş ilerlemesine paralel olarak yeni yiyeceklere yöneliminin azalması sağlıklı yakından ilişkili olabilir. Yaşlanmayla birlikte mevcut vücut durumlarında meydana gelen değişikliklerin sağlıklı bir şekilde ilerlemesi için yeme-içme davranışına dikkat edilmesi gerekmektedir. Bu nedenle yaşlı bireyler her şeyi yemekten ziyade sağlıklı olanı tüketmeye gayret ederler. Sonuç olarak sağlıklı beslenme, alışılmışın dışına çıkmama gibi nedenler yaşlanmaya bağlı olarak neofobi davranışının artmasına etki edebilir.

Tablo 6: Araştırmaya Katılanların Gelir Seviyeleri ile Neofobik ve Neofilik Davranışlarına Yönelik Anova Testi

NEOFOBİ	Grup İstatistiği			Test İstatistiği		
	N	X	SS	f	p	Tukey Hsd
1000 ve altı ^a	68	2,86	,63538			
1001-2000 ^b	42	2,80	,70467			e ile
2001-3000 ^c	54	2,68	,75787	10,552	,000*	a,b,c,d
3001-4000 ^d	69	2,98	,83336			
4001 ve üzeri ^e	123	3,39	,91091			

NEOFİLİ	Grup İstatistiği			Test İstatistiği		
	N	X	SS	f	p	Tukey Hsd
1000 ve altı ^a	68	3,52	,81714			
1001-2000 ^b	42	3,31	,87715			a ile e
2001-3000 ^c	54	3,54	,68576	5,438	,000*	c ile e
3001-4000 ^d	69	3,37	,96662			
4001 ve üzeri ^e	123	3,02	,91553			

Tablo 6'da katılımcıların gelir seviyeleri ile neofobik ve neofilik davranışları arasında farklılık olup olmadığı gösterilmiştir. Elde edilen bilgiler neticesinde katılımcıların gelir durumları ile neofobik davranışları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık belirlenmiştir ($p < 0,05$) ve H9 kabul edilmiştir. Farklılığın kaynağını incelemek için Post Hoc testinden faydalanılmıştır. İnceleme sonucunda 4001 TL ve üzerinde gelir grubuna sahip katılımcıların diğer gelir

seviyelerinde bulunan katılımcılara oranla daha neofobik davranış sergiledikleri belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuçlar gelir seviyesinin yükselmesiyle beraber yeni yiyeceklere karşı korkunun da arttığını ifade edebilir. Tablonun ikinci bölümü incelendiğinde ise katılımcıların gelirleri ile neofilik davranışları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık belirlenmiştir ($p < 0,05$) ve H10 kabul edilmiştir. Farklılığın kaynağı incelemek için Post Hoc testinden faydalanılmıştır. İnceleme sonucunda 1000 TL ve alt gelir seviyesine sahip olanların 4001 TL ve üzeri gelire sahip olanlara, 3000-4000 TL arası gelire sahip olanların da 4001 TL ve üzeri gelire sahip olanlara oranla daha fazla neofilik davranış gösterdikleri belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuç gelirin artmasıyla birlikte yeni yiyecek deneme isteğinin azaldığını gösterebilmektedir. Bulgular sonucunda gelirin artmasıyla birlikte neofobik davranışta artış, neofilik davranışta ise azalış tespit edilmiştir. Gelirin artması belli noktalarda insanları bilinmeyen denemeye yönlendirebilmektedir. Fakat gelirin artmasına bağlı olarak bireyler daha önceki deneyimlerine sadık kalabilmekte ve alışılmışın dışına da çıkmayabilirler. Çünkü gelir seviyesi yüksek olan bireyler daha önceki deneyimlerinden memnun kaldıysa risk alıp yeni yiyeceklere yönelmeyebilir. Yapılan bazı çalışmalarda gelirin artmasıyla yeni yiyeceklere yönelimin arttığı belirlenmiş olsa bile elde edilen bu sonuç yiyecek deneyiminde yeni yiyeceklere yönelmek yerine bilinen ve denenmiş yiyeceklere bağlı sadık turist tiplerinin bölge restoranlarını ziyaret ettiğini ortaya koyabilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yemek deneyimleri, seyahatlerin önemli unsurlarından birisidir. Seyahat anını güzelleştiren, seyahatin zevkli ve eğlenceli geçmesini sağlayan yemek deneyimlerinde bireyler çeşitli psikolojik durumlar içerisinde olabilmektedir. Bu durumlardan ikisi neofobik ve neofilik davranışlardır. Neofobik ve neofilik davranışlar, bireylerin düşüncelerinde oluşan ve davranışlarına yansıttıkları bir durumdur. Yeni yiyeceğe karşı bireylerin hissettiği heyecan onların yemek deneyimi yapmalarını veya deneyimden kaçınmalarını sağlar. Neofobi, bireylerin yiyecekten korkmalarına sebep olurken, neofili bireylerde yiyeceklere karşı heyecan, merak ve deneyim isteği oluşturmaktadır. Yiyeceklere karşı yaklaşım veya kaçınma davranışları oluşumunda cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, gelir seviyesi ve yaş gibi unsurların etkisi olmaktadır.

Kapadokya bölgesindeki restoranları deneyimleyen misafirlerin kişisel özellikleri ile neofobi ve neofili düzeyleri arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığının belirlenmesine yönelik yapılan bu çalışmada demografik ve kişisel özelliklerin bazılarında (eğitim durumu, yaş, gelir seviyesi) anlamlı farklılıklar görülmüş, bazılarında (cinsiyet, medeni durum) ise görülmemiştir. Bu nedenle araştırmaya katılan ziyaretçilerin kişisel/demografik özellikleri neofobi ve neofili eğilimlerinde etkili olmuştur.

Çalışmadan elde edilen sonuçlar dahilinde araştırma katılımcılarının cinsiyetlerine göre neofobi ve neofili davranışları arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p > 0,05$). Tuorila vd., (2001)'nin Finlandiya'da gıda neofobisi üzerine yaptıkları bir çalışmada erkeklerin kadınlardan daha az neofobik olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Fakat önceki yıllarda Amerika, Kanada ve Avustralya'da yapılan bazı çalışmalarda erkeklerin farklı yiyecekler arama merakları kadınlara göre daha fazla çıkmıştır (Ridgeway ve Russell 1980; Ball vd., 1984; Alley ve Potter, 2011). Rigal vd. (2006)'nin ergen bireylerin diyetleri ve gıda neofobisi üzerine yaptıkları bir çalışmada da cinsiyet ile neofobi arasında bir ilişki bulunmamıştır. Bu durumda çeşitli araştırmalara göre cinsiyetlerin neofobi ve neofili düzeyleri farklılıklar gösterebilmektedir. Araştırmaya katılanların medeni durumları ile neofobik ve neofilik davranışlar göstermelerinde anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p > 0,05$). Bu durumda bireylerin evli veya bekar olmalarının yeni yiyeceklere eğilim göstermelerinde bir etkisinin bulunmadığı sonucuna varılmıştır.

Araştırmaya katılanların eğitim durumları ile neofobi düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmazken ($p>0.05$), eğitim durumları ile neofili düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu ($p<0.05$) sonucuna varılmıştır. Bu durumda eğitim düzeyinin neofobik davranışlar göstermede etkili olmadığı fakat neofilik davranışlar göstermede etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Verbeke ve Poquiviqui (2005)'nin İspanya'da etnik yiyeceklere karşı tutum ve davranışları ölçtükleri bir çalışmada eğitim ile neofobinin ilişkili olduğu, eğitim arttıkça gıda neofobisinin azaldığı sonucuna ulaşmışlardır.

Araştırmaya katılanların yaşları ile neofobik ve neofilik davranışlar göstermelerinde anlamlı bir farklılık görüldüğü ($p<0.05$) sonucuna varılmıştır. Yaş ilerledikçe yeni neofobik davranışların arttığı, neofilik davranışların ise azaldığı belirlenmiştir. Phillips vd., (2011)'nin gıda neofobisi ve etnik gıda algısı çalışmasında da yaş ile neofobinin ilişkili olduğu açıklanmıştır. Verbeke ve Poquiviqui (2005)'nin İspanya'da etnik yiyeceklere karşı tutum ve davranışları ölçtükleri bir çalışmada da yaş ile neofobinin ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tuorila vd., (2001)'nin Finlandiya'da gıda neofobisi üzerine yaptıkları çalışmada da yaş ilerledikçe neofobinin arttığı belirlenmiştir. Bu durumda yapılan bu çalışmanın yaş ile ilişkisi literatürdeki diğer çalışmalar ile paralellik göstermektedir.

Araştırmaya katılanların neofobik ve neofilik davranışları ile gelir düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu ($p<0.05$) sonucuna varılmıştır. Fligth vd., (2003)'nin kentsel ve kırsal alanda yaşayan öğrencilerin neofobilerini inceledikleri çalışmalarında kent ve kır hayatı yaşayan öğrencilerin gelir düzeyleri ile neofobik davranışları arasında farklılık bulunmamasına rağmen bu çalışmada farklılığın belirlenmesi gelirin yemek korkusu ve ilgisini etkilediğini ortaya koymada önemli görülmektedir.

Yapılan literatür taramalarına göre, daha önce Kapadokya bölgesindeki misafirlerin yemek deneyimlerinin neofobi ve neofili açısından değerlendirilmediği görülmüştür. Bu çalışma, Kapadokya restoranlarını deneyimlemiş olan bireylerin bireysel özelliklerinin neofobik ve neofilik davranışlar sergilemelerini belirlemek açısından önemlidir. Elde edilen sonuçlara göre eğitim seviyesi, yaş ve gelirin kişilerin neofobik ve neofilik davranışlarında etki meydana getirdiği belirlenmiştir. Elde edilen bulgular Kapadokya bölgesindeki yiyecek-içecek işletmelerinin yerel yemeklerin sunumlarını yaparken, müşterilerinin yaş, eğitim ve gelir düzeylerine göre hareket etmelerine katkı sağlayabilir. Kapadokya bölgesindeki restoran işletmeleri bireylerin neofobi ve neofili davranışlarını etkileyen bu unsurları dikkate alarak farklı yemek tasarımlarıyla farklı müşteri tiplerine hitap edebilirler. Örneğin sağlığını daha ön planda tutan ileri yaş düzeyine sahip müşterilerin tabakları sağlıklı yiyecek ilaveleriyle zenginleştirilebilir ve gelir seviyesi yüksek olan turistlere klasik tat haline gelmiş yiyecekler sunulabilir.

Elde edilen bulgular yiyecek-içecek işletmelerinin müşteri özelliklerine göre ürün üretmeleri konusunu dikkate almalarına katkı sağlayabilir. Kapadokya bölgesindeki restoran işletmeleri bireylerin davranışlarını etkileyen bu unsurları dikkate alarak yemek konseptleri oluşturabilirler. Son olarak yapılacak çalışmalarda bireylerin yemek deneyimlerini etkileyen neofobik ve neofilik davranışların memnuniyet ve satın alma ile ilişkileri incelenebilir. Benzer bir çalışma milliyetler bazında incelenebilir ve farklı sonuçlar elde edilebilir.

KAYNAKÇA

Alley, R. and Potter, K. (2011). Food Neophobia and Sensation Seeking. V. R. Preedy ve diğerleri (Yay. haz.) *Handbook of Behavior Food and Nutrition*. 707-724.

- Asperin, A. E. Phillips, W. M. J. and Wolfe K. (2011). Exploring food neophobia and perceptions of ethnic foods: The case of Chinese and Thai cuisines. *International CHRIE Conference, USA*. Erişim: https://scholarworks.umass.edu/refereed/ICHRIE_2011/Friday/4
- Assanand, S. Pinel, J. P. J. and Lehman, D. R. (1998) Personal theories of hunger and eating. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(11): 998-1015.
- Berbel-Pineda, J. M. Palacios-Florencio, B. and Ramirez-Hurtado, J. M. (2019). Gastronomic experience as a factor of motivation in the tourist movements. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 18: 2-10.
- Ball, I.L. Farnhill, D. and Wangeman, J.F. (1984). Sex and age differences in sensation seeking: Some national comparisons. *British Journal of Psychology*, 75: 257-265.
- Briedehann, J. and Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas-vibrant hope or impossible dream *Tourism Management*, 25: 71-79.
- Canizares, S. S. and Guzman, T. (2012). Gastronomy as a tourism resource: Profile of the culinary tourist. *Current Issues in Tourism*, 15(3): 229-245.
- Chang, R. Kivela, J. and Mak, A. (2011). Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: When east meets West. *Tourism Management*, 32(2): 307-316.
- Fischler, C. (1988). Food, self and identify. *Anthropology of Food*, 27(2): 275-292.
- Flight, I. Leppard, P. and David N. (2003). Food neophobia and associations with cultural diversity and socio-economic status amongst rural and urban Australian adolescents. *Appetite* 41(1): 51-59.
- Fortis, M. and Sartori, A. (2016). Food and Wine: Quality, Tradition and Innovation. Fortis M. (Ed.) *The Pillars of the Italian Economy*. Springer (s. 283-317) Erişim adresi: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-40186-7_6
- Gyimothy, S. Rassing, C. R. and Wanhill, S. (2000). Marketing works: a study of the restaurants on Bornholm, Denmark. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(6): 371-379.
- Horng, J. and Tsai, C. (2012). Exploring marketing strategies for culinary tourism in Hong Kong and Singapore. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17(3): 277-300.
- Imada, S. and Terasaki, M. (1988). Sensation seeking and food preferences. *Pergamon Journals*, 9(1): 87-93.
- Joppe, M. Martin, D. W. and Waalen, J. (2001). Toronto's image as a destination: A comparative importance-satisfaction analysis by origin of visitor. *Journal of Travel Research*, 39: 252-260.
- Karim, S. and Chi, C.G. (2010). Culinary tourism as a destination attraction: An empirical examination of destinations food image. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 19(6): 531-555.
- Kastenholz, E. Davis, D. and Paul, G. (1999). Segmenting tourism in rural areas: The case of north and central Portugal. *Journal of Travel Research*, 37(4): 353-363.
- Lepp, A. and Gibson H. (2006). Sensation seeking and tourism: Tourist role, perception of risk and destination choice. *Tourism Management*, 29(4). 740-750.
- Latimer, L. A. Pope, L and Wansink B. (2015). Food neophiles: Profiling the adventurous eater. *Obesity A Research Journal*. 23(8): 1577-1581.

- Luncheonprasith, T. (2017). Gastronomic experience as a community development driver: the study of Amphawa Floating Market as community-based culinary tourism destination. *Asian Journal of Tourism Research*, 2(2): 84-116.
- MacLaurin, T.L. (2001). Food safety in travel and tourism. *Journal of Travel Research*, 39(3): 332-333.
- Martin, Y. Pelchat, M. L. and Pliner P. (1997). Try it; it's good and it's good for you': Effects of Taste and Nutrition Information on Willingness to Try Novel Foods. *Appetite*, 28(2): 89-102.
- Murgado, E. M. (2013). Turning food into a gastronomic experience: Olive oil tourism. *Options Méditerranéennes*, 106: 97-109.
- Pliner, P. and Hobden K. (1992). Development of a scale to measure the trait of food neophobia in humans. *Appetite*, 19(2): 105-120.
- Richards, G. (2011). Creativity and Tourism the State of the Art. *Annals of Tourism Research*, 38(4): 1225-1253.
- Ridgeway, D. and Russell, J. A. (1980). Reliability and validity of the Sensation-Seeking Scale: Psychometric problems in Form V. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 48(5): 662-664.
- Rigal, N. Frelutt, M-L. Monneuse, M-O. Hladik, C-M. Simmen, B. and Pasquet, P. (2006). Food neophobia in the context of a varied diet induced by a weight reduction program in massively obese adolescents. *Appetite* 46(2): 207-214.
- Rozin, P. and Fallon A. (1988). Body image, attitudes to weight, and misperceptions of figure preferences of the opposite sex: A comparison of men and women in two generations. *Journal of Abnormal Psychology*, 97(3): 342-345.
- Sivrikaya, K. (2019). Gıda neofobisi ve heyecan arama kişilik özelliklerinin yabancı turistlerin geleneksel Türk yemeklerini satın alma niyetine etkisi. (Yüksek Lisans Tezi) Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Konya.
- Tong, X. F. Tong, D. and Tam, W. (2016). Food tourism: The Melaka gastronomic experience. *Journal of Emerging Trends in Marketing and Management*, 1(1): 236-246.
- Tuorila, H. Lähteenmäki, L. Pohjalainen, L. and Lotti, L. (2001). Food neophobia among the Finns and related responses to familiar and unfamiliar foods. *Food Quality and Preference* 12(1): 29-37.
- Quan, S. and Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25(3): 297-305.
- Van Trijp, H. C. and Van Kleef, E. (2008). Newness, value and new product performance. *Trends in Food Science and Technology*, 19(11): 562-573.
- Verbeke, W. and Poquiqui, G. (2005). Ethnic food attitudes and behavior among Belgians ve Hispanics living in Belgium. *British Food Journal*, 107(11): 823-840
- Yiğit, S. (2019). Etnik mutfak ürünlerinin tercihinde neofobinin etkisi (karşılaştırmalı bir uygulama). (Yüksek Lisans Tezi). *Balıkesir Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Balıkesir.
- Wolf, E. (2006). Culinary tourism. The Hidden Harvest, Abd-Lowa: Kendall/Hunt Publishing Company.
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology Monograph Supplement*, 9(2): 1-27.