



Tourism and Recreation

<https://dergipark.org.tr/tourismandrecreation>

E-ISSN: 2687-1971

Netnografik bakış açısıyla hatırlanabilir yerel kahvaltı deneyim bileşenlerinin belirlenmesi

Determining the memorable local breakfast experience a netnographic perspective

Betül Kodaş^{1*}

¹Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, betulkodas@artuklu.edu.tr, 0000-0003-0309-3583

MAKALE BİLGİSİ ARTICLE INFO

Araştırma / Research Article

Anahtar Kelimeler:
Kahvaltı, Hatırlanabilir yerel kahvaltı deneyimi, Yemek deneyimi, Netnografik yöntem, Van

Key Words:
Breakfast, Memorable local breakfast experience, Food experience, Netnographic method, Van

Gönderme Tarihi / Received Date:
25.09.2024

Kabul Tarihi / Accepted Date:
09.06.2025

Yayınlanma Tarihi / Published Online:
30.06.2025

DOI:
[10.53601/tourismandrecreation.1555824](https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1555824)

ÖZET

Bir turizm destinasyonunun mutfak kültürünü oluşturan yerel yemekler, turistlerin destinasyon seçim süreçlerinde önemli bir rol oynamakta ve toplam turizm deneyimini etkileyen önemli turistik ürünler arasında yer almaktadır. Bu çalışma hatırlanabilir yemek deneyimini yöresel kahvaltı perspektifinden ele alarak hatırlanabilir kahvaltı deneyiminin bileşenlerini anlamaya yönelik gerçekleştirilmiştir. Bu amaca ulaşmak için nitel araştırma yöntemlerinden biri olan netnografik yöntem kullanılmıştır. Bu yöntem aracılığıyla Google yorumlar üzerinden Van destinasyonunda yöresel kahvaltı hizmeti sunan ilk beş yiyecek-içecek işletmesine yapılan yorumlar örneklem olarak seçilmiştir. İçerik analizi sonucunda ulaşılan temalar betimsel analiz tekniği ile desteklenmiştir. Elde edilen sonuçlar hatırlanabilir kahvaltı deneyiminin yerel misafirperverlik, yiyecek ve servis, otantiklik, birliktelik ve değer/fiyat şeklinde olduğunu göstermektedir. Elde edilen bu bulgular turizm-yiyecek işletmelerine yönelik hatırlanabilir kahvaltı deneyimine ilişkin bir model çizerek, işletmelere bu bileşenler etrafında deneyimsel tasarımlar, sunmalar konusunda önemli bilgiler sunmaktadır. Araştırmanın sonunda bu bulgular ışığında işletme yöneticilerine uygulamaya dönük öneriler sunulmuştur.

ABSTRACT

Local foods, which constitute the culinary culture of a tourism destination, play an important role in the destination selection process of tourists and are among the important tourist products that affect the total tourism experience. The current study was conducted to understand the components of a memorable breakfast experience by addressing the memorable food experience from a local breakfast perspective. To achieve this goal, the netnographic method, was used in this study. Through this method, the reviews posted by Google comments to the first five food and beverage businesses offering local breakfast service in the Van destination were selected as a sample. The themes reached as a result of the content analysis were supported by the descriptive analysis technique. The results show that the memorable breakfast experience was centered around five key dimensions: local hospitality, food and service, authenticity, togetherness and value/price. These findings build a model for the memorable breakfast experience for tourism-food businesses and provide important implications to businesses on how to offer experiential designs around these components. At the end of the research, recommendations for business managers were presented in light of these findings.

1. Giriş

Turizm ya da gastronomi alanındaki araştırmacılar deneyimin hatırlanabilirliğinin turistlerin gelecek davranışlarını şekillendirme konusunda önemli bir rolü olduğu konusunda ortak bir fikre sahiptirler. Bunun yanı sıra birçok değişken ile yakından ilişkisi olan hatırlanabilir turizm deneyimi son yıllarda önemli oranda araştırmacıların dikkatini çekmektedir. Turizm deneyimini farklı perspektiften ele alan çalışmalar incelendiğinde yemek ve gastronomi deneyiminin hatırlanabilirlik ile ilişkisinin yoğun bir şekilde çalışıldığı

görülmektedir (Tsai, 2016; Sthapit & Jiménez-Barreto, 2018; Sthapit & Coudounaris 2018). Yiyecek tüketimi turizm deneyiminin merkezinde olduğu için destinasyon çekiciliğinde ve rekabet gücü elde etme konusunda önemli bir turistik ürün olarak görülmektedir. Bu nedenle birçok ziyaretçi bir bölgenin yerel kültürünü öğrenmek ve deneyimlemek için tatilleri esnasında bölgeye ait mutfak ürünlerini tatma arayışında olmaktadır (Ha & Jang, 2013; Björk & Kauppinen-Räisänen, 2016). Destinasyon yöneticileri de yerel mutfak ürünlerini en etkin bir şekilde

misafirlere sunmak ve misafirlerinin yerel yemekleri deneyimlemelerini sağlamak için yoğun çaba içine girmektedirler. Çünkü destinasyonlara stratejik fırsatlar sunan yerel yemekler, potansiyel müşteri çekmek için önemli turist kaynakları olarak görülmektedir (Kivela & Crotts, 2006; Stone & Sthapit, 2024). Hatırlanabilir yemek deneyimi konusuna odaklanan çalışmalarda yerel yemek tüketen ziyaretçilerin destinasyonlarda diğer turistik ürünlere oranla yemeklerle ilgili daha fazla olumlu ya da olumsuz anı biriktirdikleri ifade edilmektedir (Stone vd., 2018; Stone & Sthapit, 2024). Yerel yemeklerle ilgili deneyimler hatırlanabilir olduğunda ziyaretçilerin destinasyonu tekrar ziyaret niyetleri olumlu etkilenmektedir. Örneğin Di-Clemente vd. (2020) 75 çeşitli şirketin sosyal medya platformları aracılığıyla ulaştıkları yemek-bazlı deneyim yaşayan turistler örnekleminde yapmış oldukları çalışmada yemek deneyiminin hatırlanabilirliğe önemli ölçüde etki ettiğini ve destinasyonu tekrar ziyaret niyetini olumlu etkilediğini belirlemiştir.

Yerel yemeklerin otantikliği, eşsizliği ve bölgenin kültürünü yansıtmaları sebebiyle (Kodaş & Özel, 2023) turistler ile destinasyon arasında güçlü bir bağ oluşmasını sağlayıp turistlerin destinasyona olan bağlılığına önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır (Di-Clemente vd., 2020). Yerel yemek deneyimi ve hatırlanabilirlik ilişkisine odaklanan çalışmalar ilgili alan yazında sıklıkla yürütülmesine rağmen yerel yemekler içerisinde önemli görülen ve bazı bölgelerle özdeşleşen ve marka olarak anılan bölgeye ait geleneksel kahvaltı kültürünün hatırlanabilir deneyimsel özelliğine vurgu yapan çalışmaların yapılması ilgili alan yazının gelişmesi açısından önemli görülmektedir. Bu bağlamda bu araştırma Türkiye’de önemli bir turizm destinasyonu olan ve geleneksel kahvaltı kültürü ile öne çıkan Van ilini ziyaret eden turistlerin hatırlanabilir kahvaltı deneyimini etkileyen bileşenlerini belirleme amacı taşımaktadır. Dolayısıyla bu çalışma yerel

kahvaltı perspektifi ile hatırlanabilir yerel yemek deneyimi teorisinin zenginleşmesine katkıda bulunmakta ve aynı zamanda kahvaltı deneyiminin hatırlanabilir bileşenlerine yönelik teorik bir model oluşturarak destinasyonlara deneyimsel bileşenlerin hatırlanabilirliğine yönelik tasarımlar oluşturması konusunda önemli bilgiler sunmaktadır.

2. Kuramsal Çerçeve

Turizm deneyimi veya turizm faaliyetinin duygusal ve algısal sonuçlarını içeren aktif ve yapıcı bir süreç olarak ifade edilen hatırlanabilirlik (Oh vd., 2007) turizm alan yazınında son yıllarda yoğun bir şekilde araştırılmaktadır. Bunun yanında hatırlanabilirlik, turistleri destinasyona çekmek isteyen destinasyon ve hizmet sağlayıcılarının üzerinde durduğu turizm deneyiminin önemli bir bileşeni olarak kabul edilmektedir (Hosany vd., 2022). Ayrıca turistlere hatırlanabilir turizm deneyimleri sunmanın, turizm sektöründe rekabet avantajı elde etmenin anahtarı konumunda olduğu düşünüldüğünde (Sthapit & Jiménez-Barreto, 2018) hatırlanabilir turizm deneyimi destinasyon paydaşlarına potansiyel turistleri destinasyona çekme konusunda önemli avantaj sunmaktadır. Hatırlanabilir bir turizm deneyimi, turistlerin bir destinasyona gittiklerinde ne yaptıkları, kendilerini nasıl hissettikleri ve ne düşündükleri gibi kritik anlardan oluşmaktadır (Kim vd., 2012). Pine ve Gilmore (1998), post modern bir toplumda deneyimin önemine vurgu yaparak, deneyimi ekonomik ilerlemenin son aşaması olarak tanımlamakta ve deneyimin mal ve hizmet ekonomileri aşamalarından geçirilerek geliştirildiğini ifade etmektedir. Deneyim ekonomisinin öne çıktığı dönemden (Pine & Gilmore, 1999) itibaren yoğun bir şekilde araştırılan hatırlanabilir turizm deneyimi ve bileşenleri ilk olarak Kim vd. (2012) tarafından yapılan araştırmada ortaya çıkmış ve sonraki çalışmalara öncülük etmiştir. Bu çalışmada

Tablo 1. Hatırlanabilir Yemek Deneyimine Yönelik Çalışmalar

Yazarlar	Bileşenler
Sthapit, Björk, Coudounaris ve Jimenez-Barreto (2024)	Hedonizm, yenilik, yerel kültür, ferahlık, anlamlılık, katılım ve bilgi.
Badu-Baiden, Kim ve Wong (2023)	Yenilik, kültürel bilgi ve lezzet
Sthapit, Björk, ve Piramanayagam (2023)	Lezzet, aile ve arkadaşlarla vakit geçirmek, yenilik, kalite ve güvenlik, misafirperverlik, ambiyans (ortam/hizmet manzarası) ve yemek yoluyla başkalarının kültürlerini deneyimlemek.
Kodaş ve Aksoy (2022)	Yenilik, Konukseverlik ve hizmetler, Lezzet ve yemeğin özellikleri, Birliktelik ve yerel etkileşimler, Ambiyans ve ortam, Yerel kültür
Keskin, Yetiş ve Sezen, 2022	Üstün Hizmet Anlayışı, Seçkin ve Leziz Yemekler, Fiziksel Çevre ve Atmosfer, Yüksek Değer Algısı
Badu-Baiden, Correia ve (Sam) Kim (2022)	Hedonizm, Otantiklik, Konukseverlik, Ambiyans, Sosyal Etkileşim
Baiden, Kim, Xiao ve Kim (2022)	Rahatlama ve Enerjik hissetme, Konuksever hizmet deneyimi, Estetik ve Hizmet ortamı Egzotik yemek kültürünü öğrenme, Duyusal çekicilik ve otantik deneyim, Hedonik yemek deneyimi, Keyif/Eğlence, Gastronomik Yenilik ve Merak
Sthapit, Piramanayagam ve Björk, (2020)	Lezzet, Arkadaşlar ve aile üyeleri ile sosyalleşme, Yenilik, Otantiklik, Ambiyans, Uygun fiyat, Yerel halk ile etkileşim
Williams, Yuan ve Williams (2019)	Bilinçli ve bilinçsiz Gastro turistler, Seyahat aşamaları, Gurme olarak risk alma Birlikte yaratılan turist-ev sahibi ilişkileri, Otantiklik, Sosyallik, Duygular
Cao, Li, DiPietro ve Fung So (2019)	Duyusal Boyut, Duygusal Boyut Bilişsel Boyut, Davranışsal Boyut, Sosyal Boyut
Stone, Soulard, Migacz ve Wo If (2018)	Yiyecek/İçecek, Konum/Çevre, Sosyal etkileşim, Önemli Etkinlikler (Kutlama, Festival vb.), Turistik Unsurlar (yenilik, otantiklik, Nostalji vb.)
Ölmez, 2017	Yenilik, Dahil olma, Yöresel kültür, Tazelik, Bilgi, Hedonizm, Anlamlılık, Olumsuz Deneyim
Sthapit (2017)	Yerel spesiyaliter ve yemek özellikleri (tat), Otantiklik, Yenilik, Birliktelik ve sosyal etkileşim Misafirperverlik hizmet ortamı, Hediyeleşme
Adongo, Anuga, ve Dayour (2015)	Yenilik, Bilgilenme, Yerel kültür Hedonizm/Anlam bulma, Olumsuz deneyimler

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

ortaya çıkan turizmin deneyimsel bileşenleri farklı turizm türlerine uyarlanarak hatırlanabilir turizm deneyiminin zenginleşmesine olanak sağlamıştır. Yemek deneyimi ve hatırlanabilirlik ilişkisini ele alan çalışmalarda yemek deneyiminin otantiklik, sosyal etkileşim, birliktelik, yenilik gibi bir takım deneyimsel bileşenlerden oluştuğuna ve bu boyutların da yerel yemeklerin hatırlanabilirliğine olumlu katkı sağladığı vurgulanmaktadır (Badu-Baiden, 2021; Badu-Baiden vd., 2022a; Badu-Baiden vd., 2022b; Kodaş & Aksoy, 2022). Yemek deneyiminin hatırlanabilir boyutları incelendiğinde ise turistlerin yerel yemek deneyimlerinin birçok farklı faktörden etkilendiği görülmektedir (Sthapit, 2017; Sthapit & Jim'enez-Barreto, 2022). Bu boyutlara ilişkin detaylı bilgiler Tablo 1'de görülebilmektedir.

Turistler bir destinasyonu ziyaret ederken otantik, ödüllendirici, anlamlı, çok duyulu ve dönüştürücü deneyimler arayışı içindedirler (Chirakranont & Sakdiyakorn, 2022). Buna ek olarak günümüzde turistler daha çok farklı ve yeni deneyimler arayışında olmakta ve kültürel deneyim peşinde koştukları bilinmektedir (Kodaş & Aksoy, 2022). Turistlerin ziyaret ettikleri destinasyonun yerel kültürüyle etkileşim kurmalarında etkin rol oynayan ve o kültürün sembolik özelliklerini yansıtan yerel yiyecekler (Au & Law, 2002) turist deneyiminin toplam deneyim içinde önemli bir deneyim unsuru olarak görülmektedir (Quan & Wang, 2004). Bu bazen destekleyici deneyim niteliğinde olmakla birlikte yüksek deneyim içinde de değerlendirilmektedir. Yüksek deneyim kategorisinde değerlendirilen deneyim türünde turistler farklı ve yeni deneyimler elde etme gayreti içinde olmaktadır (Kodaş & Özel, 2023). Örneğin otelde ya da geleneksel kahvaltı hizmeti sunan restoranlarda alınan kahvaltılar, yerel marketlerdeki atıştırmalıklar ve hediyeler ya da otantik restoranlarda alınan yemekler, sahil restoranında alınan öğlen yemeği ya da lüks restoranda alınan yemekler bunlar arasında gösterilebilir (Egeli vd., 2024; Mkono vd., 2013). Dolayısıyla yerel yemekler, çağdaş turistler için önemli bir turistik cazibe kaynağı olarak görülmektedir. Bunun yanı sıra turist memnuniyeti, destinasyon seçim süreci ve destinasyon sadakati gibi unsurlar üzerinde etkili olan yerel yemek deneyimi olumlu olduğunda turistler tarafından seyahat sonrası iyi olarak hatırlanmaktadır. Nihayetinde turistlerin yemek deneyiminin kalitesiyle ilgili memnuniyetleri arttıkça, o ürünü tavsiye etme ve yeniden tüketme gibi olumlu davranışsal niyetler geliştirmektedirler (Tsai, 2016; Antón vd., 2019). Bu duruma bağlı olarak destinasyon uygulayıcıları yerel yemekler üzerinde ciddi deneyimsel tasarımlar oluşturarak turistlerin gereksinimlerini ve beklentilerini

karşılama için stratejiler oluşturmakta ve turistleri destinasyona çekme konusunda çaba göstermektedirler. İlgili alan yazın incelendiğinde hatırlanabilir yöresel yemek deneyimine yönelik yapılan çalışmalar araştırmanın niteliğine göre farklı boyutlar altında toplandığını göstermektedir (Tablo 1). Örneğin, Kodaş (2024b) yaptığı çalışmada hatırlanabilir etnik yemek deneyiminin bileşenlerini misafirperverlik ve sosyal etkileşim, tat ve yiyeceğin özellikleri, hizmet, otantiklik, memnuniyet, tavsiye ve tekrar ziyaret niyeti şeklinde beş tema altında açıklamaya çalışmışlardır. Kodaş ve Aksoy (2017) yaptığı çalışmada netnografik yöntem aracılığıyla İstanbul'daki yabancı ziyaretçilerin hatırlanabilir yerel yemek deneyimlerinin yenilik, konukseverlik ve hizmetler, lezzet ve yemeğin özellikleri, birliktelik ve yerel etkileşimler, ambiyans ve ortam, yerel kültür temalarından oluştuğunu ortaya koymuştur. Bir turistik destinasyonun önemli turistik cazibe unsurları içerisinde yer alan yerel yemeklerden geleneksel kahvaltı kültürü birçok ülkede ve destinasyonda önemli turistik ürünler olarak görülebilmektedir. Bazı durumlarda yalnızca bölgeye ait kahvaltı kültürünü deneyimlemek için kahvaltısıyla ön plana çıkan destinasyonlara ziyaretçiler seyahat gerçekleştirebilmektedir. Ziyaretçilerin geleneksel kahvaltı deneyimini şekillendiren unsurların hangi faktörlerden etkilendiğini belirlemek yemek deneyimi teorisi ışığında açıklansa da kendine ait bir takım deneyimsel bileşenleri içinde barındırabilmektedir. Kodaş (2024a) gerçekleştirdiği çalışmada İstanbul'u ziyaret eden yabancı ziyaretçilerin geleneksel Türk kahvaltısı deneyimsel bileşenlerini netnografik yöntemle ortaya koymaya çalışmıştır. Söz konusu çalışmada geleneksel kahvaltı deneyimlerinin otantiklik, hatırlanabilirlik, yenilik, yerel misafirperverlik, yemeğin özellikleri, birliktelik ve sosyal etkileşimler şeklinde boyutlandırıldığını saptamıştır. Söz konusu çalışmada hatırlanabilirliğin kahvaltı deneyimi bileşenleri arasında yer aldığı ancak hatırlanabilirliğin kendi alt temalarının detaylı incelenmediği görülmektedir. Dolayısıyla bu konuda çalışmaların yapılması kahvaltı kültürü ile ön plana çıkan destinasyonlar için önemli avantajlar sağlayabilecektir.

3. Yöntem

Ziyaretçilerin hatırlanabilir yerel kahvaltı deneyimini oluşturan bileşenlerin ortaya çıkarılması amacı taşıyan bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden netnografi kullanılmıştır. Çalışmanın keşfedici olması nedeniyle nitel vaka çalışması olarak tasarlanmış ve ziyaretçilerin Google üzerinden Van destinasyonunda hizmet veren kahvaltı işletmeleri hakkında yapmış oldukları yorumlar incelenmiştir.

Tablo 2. Açık Kodlama Örneği

Katılımcı görüşleri (Google'dan çekilmiştir)

... Kahvaltı Çeşitleri gayet yeterli menemen sucuk yumurta vs.. Sıcak ve hızlı olarak geliyor. Hizmet güler yüz sınırsız ve hızlı çay çok güzeldi. Çayınız bitmeden yenisi geliyor İşletme sahibi bizzat müşterileri ile ilgileniyor. Harika kahvaltı için teşekkürler...

... Çeşitler taze ve çok lezzetliydi. Çalışanlar güler yüzlüydü sürekli bir isteğimizin olup olmadığını soruyorlardı. Çay ikramı sürerliydi. Çay soğumadan yenisi geliyordu. Çocuklar için süt olması da ayrıca güzeldi. Çok memnun kaldık...

... Her şey çok güzeldi, servis, lezzetler, misafirperverlik en üst noktadaydı. Sıcak samimi bir ortam, vana gelenlere tavsiye ederim, kahvaltı için mutlaka gelin derim.

Satır-satır kodlama

Sıcak ortam; samimi ve hoş karşılama, güler yüzlü personel, kendi evindeymiş gibi hissettirme, özel hissettirme

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 3. Kodlama Süreci Örneği

Açık kodlama (Satır-satır kodlama)	Alt temalar (eksen kodlama)	Ana tema (Seçici kodlama)
...Sıcak ortam, samimi ve hoş karşılama, ilgili olma, misafirperverlik, güler yüzlü servis, nezaket, güler yüzlü personel, yardım sever personel, nazik davranış, kendi evindeymiş gibi hissettirme, özel hissettirme, bilgili ve eğitilmiş olma, çalışanın ürünler hakkında detaylı bilgi vermesi vb...	Yerel Misafirperverlik	Hatırlanabilir kahvaltı deneyimi boyutu olarak yerel misafirperverlik

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Netnografik inceleme, “*internette mevcut kültürlerin ve toplulukların tüketici davranışlarını araştırmak için özel olarak tasarlanmış yeni bir niteliksel yöntem*” olarak kabul edilmektedir (Kozinets, 1998, s.336). Diğer nitel araştırma teknikleriyle karşılaştırıldığında, netnografi bir hikâyeyi anlatma, karmaşık sosyal olguları anlama ve araştırmacının tüketicilerin bakış açısından temalar geliştirmesine yardımcı olma konusunda daha uygun bir teknik olarak ifade edilmektedir (Thanh & Kirova, 2018). Turizm deneyimi araştırmalarında sıklıkla kullanılan netnografik araştırma yaklaşımı, turist deneyimini anlama noktasında destinasyon ve işletme yöneticilerine önemli bilgiler sunabilmektedir. Son yıllarda netnografik yöntemle çevrim içi yorumların incelenmesi aracılığıyla turizm deneyimini anlamaya yönelik turizm ve gastronomi literatüründe çok sayıda araştırma yapılmıştır (Atsız vd., 2022; Kodaş, 2024a; Kodaş, 2024b; Thanh & Kirova, 2018). Bu yüzden nitel araştırma yöntemlerinden biri olan netnografik yöntem kullanılmıştır. Toplanan verilerden geçerli, doğru kodlara ve temalara ulaşmak için güvenilirliği yüksek ve sonuçların daha etkili olması sebebiyle ziyaretçi yorumları araştırmacı tarafından bilgisayar programı yerine manuel (araştırmacı tarafından) olarak analiz edilmiştir (Sterchele, 2020).

Turistler tarafından turizm işletmelerinin seçiminde bilgi edinme konusunda önemli bir arama motoru olan Google internet sitesinde Van ilinde hizmet veren yerel kahvaltı işletmelerine yönelik ziyaretçiler tarafından yapılan yorumlar araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Diğer sosyal medya platformlarına oranla Google arama motorunda Van ilinde hizmet veren kahvaltı işletmelerine yapılan yorumların daha fazla olduğu, dolayısıyla veri zenginliği açısından düşünüldüğünde araştırmanın örneklemini Google yorumlar internet adresindeki kahvaltı işletmelerine yönelik yapılan değerlendirmeler seçilmiştir. Veriler halihazırda çevrimiçi olarak mevcut olduğundan ve araştırmacının herhangi bir katılımı olmadan hızlıca elde edildiğinden, bu araştırmada veri analizi için arşiv veriler kullanılmıştır (Kozinets vd., 2014). Çalışmanın verileri 2024 yılı Eylül ayında toplanmıştır. Veri seçim sürecinde tarih aralığı bölümünde herhangi bir filtreleme yapılmamış ve 2024 Eylül ayına kadar yapılan tüm yorumlar incelenmiştir. Veri toplama süreci sonunda temalara ilişkin kodlar aracılığıyla 1788 yoruma ulaşılmış ve bu yorumların veri analizine dahil edilmesine karar verilmiştir.

Ziyaretçi yorumlarından elde edilen verilerin analizi için birçok araştırmada kullanılan Strauss ve Corbin (1990) tarafından geliştirilen açık kodlama, eksen kodlama ve seçici kodlama süreci uygulanmıştır. Bu sürecin ilk aşamasında verilerin kategorilendirilmesi için açık kodlama, sonraki aşamada açık kodlama sonucunda ortaya çıkan temaların

birbiriyle ilişkilendirilmesi süreci olan eksen kodlama kullanılmakta ve son aşamada ise elde edilen tüm temalar çekirdek bir tema etrafında toplanmaktadır (Strauss & Corbin, 1990). Bu süreçte ortaya çıkan temalar ve onunla ilişkili olan kodlar belirlenirken nitel araştırma yöntemi ve yemek deneyimi konularında deneyimli olan uzmanların görüşünden ve konu ile ilgili daha önce yapılmış çalışmalardan yararlanılmıştır. Söz konusu kodlama sürecine ilişkin örnek Tablo 2 ve 3’te gösterilmektedir. Tema ve kodlar ise Şekil 1’de gösterilmektedir. Veri analizi için içerik analizi tekniği uygulanmış, bu temaların güvenilirliğini arttırmak için ise betimsel analiz tekniğinden yararlanılmıştır. İçerik analizi araştırmacıların turistlerin sosyal platformlarda ve diğer internet sitelerinde yapmış oldukları yorumlarda yer alan cümle ve ifadeleri inceleyerek birtakım çıkarımlarda bulunmasına imkân sunan bir analiz tekniği olarak ifade edilmektedir (Taecharungroj & Mathayomchan, 2019).

4. Bulgular

Araştırmada sonucunda ziyaretçilerin hatırlanabilir kahvaltı deneyimlerinin altı temada toplandığı belirlenmiştir. Söz konusu bu deneyime ilişkin boyutlar sırasıyla yerel misafirperverlik, yiyecek ve servis, otantiklik, birliktelik ve değer/fiyat şeklinde belirlenmiştir. Aşağıda her bir temaya ilişkin ayrıntılı bilgi ve bulgular sunulmuştur. Ayrıca Tablo 4’te her bir temaya ilişkin kod frekansları oluşturulmuştur. Şekil 1’de de tema ve kodlara ilişkin bilgiler sunulmaktadır.

4.1. Yerel Misafirperverlik

Araştırma kapsamında incelenen yorumların birçoğunda Van’ın kahvaltı kültürünü deneyimleyen ziyaretçilerin işletme sahipleri ve çalışanlarının misafirperverliğine vurgu yaptıkları görülmektedir. Deneyim öncesi ve deneyim esnasında çalışanların güler yüzlü, sıcak kanlı oldukları ihtiyaçlara anında cevap verdikleri, ziyaretçileri kendi evindeymiş gibi hissetmelerini sağladıkları ziyaretçiler tarafından yapılan yorumlarda görülmektedir. Bununla ilgili bazı yorumlar alıntılanarak aşağıda yer almaktadır:

...Ürünler çok kaliteli ve tazeydi özellikle otlu peynir bir harikaydı bölgede herkesin önerdiği yerlerden ilk başta geliyordu Kenan Bey masamıza geldi gerçekten çok kibar çok iyi niyetli bir insan kahvaltıyı geçtim sırf Kenan abiyle sohbet

Tablo 4. İlgili Her Tema İçin Kod Sayısı

Yapılar	# ilgili her tema için kod frekansı
Yerel Misafirperverlik	412
Yiyecek ve Servis	356
Otantiklik	139
Birliktelik	112
Değer/Fiyat	134

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

etmeye bile gidilir sıcak sütleri ve çayları ise bir harika...(K, 112)

...Gitmenizi kesinlikle öneriyorum. Kahvaltı çeşitliliği ve lezzet bakımından harika. Çalışan arkadaşlar çok ilgili ve güler yüzlüydü. Çayımız bitince hemen çay dolduruyorlar, sürekli bir eksikliğiniz ihtiyacınız var mı diye soruyorlar...(K, 684)

...1500 km uzaklıktan Van'a ilk ziyaretimizdi ve kahvaltı çeşitlilik, lezzet ve doyuruculuk açısından bizi çok memnun etti. Çayımızı soğumadan sık sık takviye ettiler. İşletme çalışanları güler yüzlü ve ilgiliydiler...(K, 213)

Hatırlanabilir yemek deneyiminin önemli bir bileşeni olan yerel misafirperverlik, turizm ve ağırlama alanında önemli bir faktör olarak birçok araştırma sonucunda görülmekte ve ziyaretçilerin tatmin olma konusunda önemli bir rol oynamaktadır (Atsız vd., 2022; Kodaş, 2024a). Bunun yanı sıra yerel misafirperverliğin yeniden ziyaret etme, tavsiye etme gibi ziyaretçilerin pozitif davranışsal niyet geliştirme konusunda önemli bir etkisinin olduğu bilinmektedir (Lashley, 2008; Mansour & Ariffin, 2017).

4.2. Yiyecek ve Servis

Turizm ve gastronomi literatüründe ziyaretçilerin yemek deneyimine etki eden en önemli faktörlerden biri olan yiyecek ile ilgili lezzet, yemek ve hizmet kalitesi, yiyeceğin doğallığı ve tazeliği ve sunumu gibi unsurların önemli deneyimsel bileşenler olduğu ifade edilmektedir (Henderson, 2009; Sthapit, 2017; Wijaya, 2014). Mevcut çalışmada incelenen yorumların birçoğunda ziyaretçilerin sunulan yöresel kahvaltı ve hizmetten memnun kaldıklarını ve

deneyimlerinin olumlu olduğunu ifade etmişlerdir. Söz konusu yorumlara ilişkin bazı örnekler aşağıda gösterilmektedir:

...Van kahvaltısı yemek için güzel yer arayanlar için burası. Kahvaltı kavurmalı yumurta ve melemen ayrı ayrı geliyor otlu peyniri manda kaymağı balı çok güzel. Sınırsız Çay ve süt. Giriş katta kasada sizle ilgilenen bir beyefendi var ve en üst katta bir bayan gerçekten evinde misafir gibi davranıyorlar. Geliniz görünüz tadınız... (K, 311)

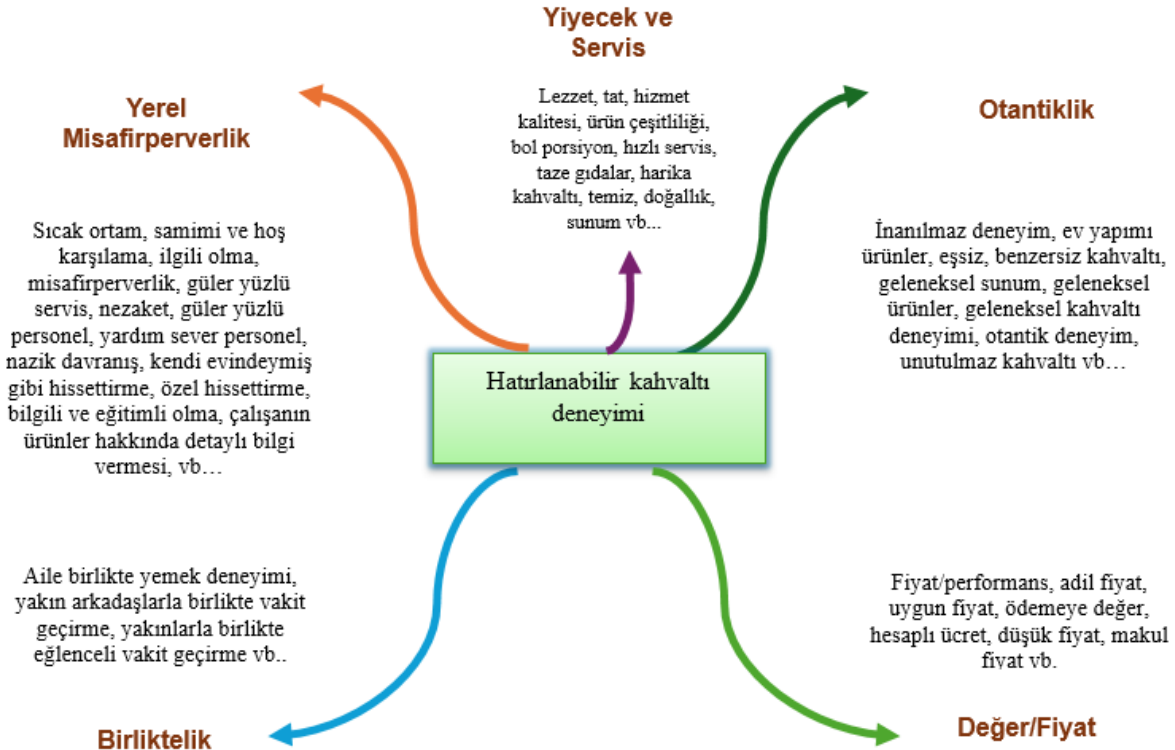
...Ürünleri güzel, doğal ve taze bir işletme. İşletmeci kesinlikle işine aşık, müşterisiyle fazlasıyla ilgilenen bir beyefendi. Kavut ve Murtuga yemek en favori deneyimim oldu. Kesinlikle tercih edilmesi gereken temiz ve ilgili bir işletme olduğunu düşünüyorum. Yağlı çöreğini de ayrıca tatmayı unutmayın... (K, 13)

...Kesinlikle denemenizi tavsiye ederim Van'a geldiyseniz mutlaka uğramanız gerekli hızlı süreklilik halinde bir hizmet mevcut ilgi alaka mükemmel yöresel yemeklerin nasıl yenmesi hakkında bilgi dahi veriliyor ürünleri doğal saf orijinal kendi yapımları. Mutlaka deneyin. (K, 783)

...Araştırarak gittim. Ortam güzel. Reçeller ev yapımı. Yöresel lezzetler güzeldi. Fırın içerde ve ekmekler güler yüzlü teyze tarafından yapılıp servis yapılıyor. Anadolu kahvaltısı yaptık öğleden sonra. Çalışanların ellerine sağlık...(K, 76)

4.3. Otantiklik

Otantiklik, ilgili literatürde özellikle modern turistlerin kültürel destinasyonlara ziyaret etme nedenleri arasında önemli bir unsur olarak görülmekte (Ellis vd., 2018;



Şekil 1. Hatırlanabilir Kahvaltı Deneyim Bileşenleri

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Ramkissoon & Uysal, 2010) ve birçok ziyaretçinin otantik olabilecek turistik unsurları deneyimleme eğilimi içinde olduğu bilinmektedir. Bunun yanı sıra otantiklik turistlerin davranışsal niyet üzerinde önemli etkisi bulunmaktadır (Atsız vd., 2022; Kolar & Zabkar, 2010). Dolayısıyla otantiklik gerek turizm deneyimi içinde gerekse yemek deneyimi bileşenleri arasında önemli bir faktör olarak birçok çalışmada görülmektedir (Adongo vd., 2015; Chandralal & Valenzuela, 2013). Mevcut çalışmada yerel yemekler içinde önemli bir yer tutan bir bölgeye ait kahvaltı kültürünü deneyimleyen ziyaretçilerin yapmış oldukları yorumlarda kahvaltı hizmeti sunan işletmelerin ve yemeklerin otantik olduğunu, atmosferin yöresel olduğunu, kahvaltı deneyimlerinin unutulmaz ve inanılmaz olduklarını vurgulamışlardır. Bununla ilgili bazı örnek yorumlar aşağıda alıntılanmıştır;

...İnternet üzerinden araştırma yaparak tercih ettiğim bir mekân. Yapılan yorumların ve tahminimin de çok üstünde güzel bir kahvaltı mekânı. Lezzet olarak çok doğal ve üst seviye bir hizmet sunuyor. Mekânın tasarımı da harika çok otantik bir yer. Yani burada gözünüz de gönlünüz de karnınız da doyuyor. Kesinlikle tavsiye ederim...(K, 411)

...Kesinlikle inanılmaz bir deneyimdi. Van kahvaltımız için yaptığımız araştırmadan sonra burayı tercih ettik ve gerçekten çok memnun kaldığımız bir tercihti. Servis çok hızlıydı, çalışanların güler yüzliliği ve misafirperverliği sizi evinizde hissettiriyor. Otantik ve yöresel bir atmosferi var. Gelen tüm kahvaltılıklar tatlarını damağınızda bırakıyor. Benim ayrıca çok hoşuma giden bir özellik ise Urartululardan kalma tarifleri de menülerine eklemeleri ve bunlarla ilgili tarif ve tarihi bilgilendirmeleri yapmalarıydı...(K, 24)

...Van sakini olan arkadaşımızın önerisi ve eşliğinde, Van'a girişi buradan yaptık. Hizmet, tamamı otantik kahvaltılıklar (reçel çeşitlerini, diyetimiz nedeniyle nazıkçe geri çevirdik) ve tandır ekmeği başta olmak üzere hamur işlerinden çok memnun kaldık. Tavsiye ederim...(K, 89)

4.4. Birliktelik

Ziyaret esnasında aile ve arkadaşlarla ile birlikte olma ya da yakınlarla birlikte bir seyahate gitme turizm davranışının önemli belirleyicileri arasında yer almaktadır. Deneyim esnasında aile birlikte hoş vakit geçirme deneyimi zenginleştirmekte ve deneyimin hatırlanabilirliğini arttırmaktadır (Dube & LeBel, 2003). Aile birlikte yemek tüketimi yemek deneyimini pozitif şekilde etkilediği ilgili literatürde açıkça görülebilmektedir (Sthapit, 2017; Tung & Ritchie, 2011). Bu çalışmada incelenen birçok yorumda ziyaretçilerin aile ya da yakın arkadaşlar ile birlikte kahvaltı deneyimini yaşadıklarını ve bundan tatmin olduklarını belirtmişlerdir. Birliktelik boyutuna ilişkin ziyaretçilerin yapmış oldukları yorumların bazıları aşağıda yer almaktadır:

...Eşim ve oğlumla geldiğimiz bu mekânda meşhur Van kahvaltısından deneyimleme şansımız oldu. Yöresel lezzetlerin de olduğu güzel bir deneyim oldu, an itibarıyla kişi başı 250 TL fiyat ödedik, her şey dolu geldi, 7 yaşındaki çocuğumuzdan ise ücret almadılar. Yöre insanının ilgi alakası ve misafirperverliği ise anlatılamaz...(K, 96)

...Biz 3 kardeş Batman'dan gittik Van kahvaltısı için gerçekten çok keyif ve lezzetli personel çok ilgili güler yüzlü

fiyat da çok uygun özellikle Kenan beye çok teşekkür ederiz dibek kahvesi ikramı için de çok teşekkür ederim...(K, 110)

...Aydın'dan geldik. Ailecek çok beğendik. Yöresel tüm ürünlerin yanında hizmet de çok güzeldi. Masayı tamamiyle donattılar. Çay koyacak yer ancak kalmıştı...(K, 612)

4.5. Değer/Fiyat

Fiyat/performans uygunluğu, ziyaretçilerin turizm deneyiminin kalitesine yönelik değerlendirmeleri esnasında kritik bir öneme sahip olduğu ilgili alan yazında vurgulanmaktadır (Nash vd., 2006; Oh, 2000; Yi vd., 2018). Turizm deneyiminde önemli bir deneyimsel bileşen olarak görülen fiyatlama unsuru, ziyaretçilerin almış olduğu hizmetin kalitesi ile ilişkili olup memnuniyet üzerinde önemli etkisi bulunmaktadır. Mevcut çalışmada ziyaretçilerin kahvaltı deneyimi sonrasında ödedikleri ücretin çok yüksek olmadığını ve fiyat-performans açısından ödenen ücretlerin uygun olduğu yönünde görüşlerini paylaştıkları saptanmıştır. Bununla ilgili bazı ziyaretçileri aşağıda yer almaktadır:

...Mükemmel bir kahvaltı deneyimi yaşamak istiyorsanız muhakkak uğrayın derim. Personel çok ilgili. Fiyatlar çok uygun. Çok güzel bir deneyimdi...(K, 11)

...Kahvaltı gayet güzel ve doyurucuydu. İki yetişkin üç çocuk için iki kişilik söyledik. Temiz ve farklı damak çeşitleri için güzel bir yer... Çocuklarla olunca ekstra istekleri de bitmiyor. Buna rağmen fiyatlarının uygun olduğunu düşünüyorum. Tavsiye ederiz...(K, 79)

...Fiyat performans olarak harika bir yer. Klasik Van kahvaltısını lezzetli bir şekilde yiyebilirsiniz. Çok ilgililer ve çok samimiler. İkramlar için çok teşekkür ederiz....(K, 512)

5. Sonuç ve Tartışma

Yerel yemekler bir turizm destinasyonun önemli kültürel göstergelerinden biri olarak kabul edilmekte ve turizm deneyiminin önemli bir bileşeni olarak görülmektedir. Yerel yemekler içinde mutfak kültürünün önemli bir ögesi olarak görülen yöreye ait geleneksel kahvaltı kültürleri ise bazı turizm destinasyonları ile özdeşleşebilmektedir. Türkiye'nin doğusunda konumlanan Van destinasyonu ise kahvaltı kültürü ile tanınmakta ve bu mutfak mirası ile çok sayıda turist çekebilmektedir. Bu çalışma yerli ziyaretçilerin hatırlanabilir kahvaltı deneyiminin bileşenlerinin belirlenmesine odaklanmıştır. İçerik ve betimsel analiz sonucunda, yerli ziyaretçilerin hatırlanabilir kahvaltı deneyimlerinin yerel misafirperverlik, yiyecek ve servis, otantiklik, birliktelik ve değer/fiyat şeklinde beş tema altında toplandığı ortaya çıkmıştır. İlgili literatürde yerel hatırlanabilir yemek deneyimi ile ilgili çok sayıda araştırma yürütülmesine rağmen yerel yemek deneyiminin geleneksel kahvaltı bakış açısıyla ele alınmaması sebebiyle bu araştırma sonuçları literatürün zenginleşmesine katkı sunmaktadır.

5.1. Pratik Çıkarımlar

Turizm destinasyonlarındaki turistik işletmelerinin misafirlerine hatırlanabilir turizm deneyimi sunmaları günümüzde rekabet konusunda bu işletmelerin güçlü konumda olabilmeleri açısından son derece önem arz etmektedir. Yerel çekicilikler arasında yer alan bir bölgenin

mutfak kültürü destinasyonlar arasında bir rekabet aracı olarak görülebilmektedir. Güçlü bir kültürel ikon olarak görülen yerel mutfaklar hatırlanabilir turizm deneyimi yaşamak isteyen günümüz turistleri için önemli bir motivasyon kaynağı olarak vurgulanmaktadır (Fields, 2002). Bu çalışmanın sonucunda ortaya çıkan bulgulardan hareketle ziyaretçilerin hatırlanabilir kahvaltı deneyimlerinin destinasyondaki yöresel kahvaltı sunan turizm işletmelerine uygulanabilir önerilerinin geliştirilmesine katkıda bulunmaktadır. İlk olarak mevcut çalışmada ortaya çıkan hatırlanabilir kahvaltı deneyimi bileşenlerine yönelik teorik bir model çizilerek bu bileşenler etrafında deneyimsel tasarımlar geliştirilebilir. Öncelikle yerel misafirperverlik boyutunda yer alan misafir-işletme yöneticisi/çalışan etkileşimi misafirlerin zengin bir deneyim elde etmesine olanak sağlayarak bu deneyimin daha fazla hatırlanabilir olmasına katkı sunabilir. Bu açıdan düşünüldüğünde işletme çalışanlarının deneyim esnası ve sonrasında misafirlerle daha samimi ve sıcak davranışlar geliştirerek misafirperverliklerinin sürdürülebilirliğini sağlamalıdır. Misafirlerin kendilerini yabancı hissetmelerini engellemek ve onları kendi evindeymiş gibi hissetmelerini sağlamak için çaba göstermelidirler. İncelenen yorumların birçoğunda deneyim sonrası misafirlerin olumlu davranışsal niyet geliştirdikleri görülmüştür. Buna bağlı olarak çalışan davranışlarının misafirlerle daha sıcak ve samimi olacak şekilde sergilenmesinin misafirlerin yaşamış olduğu deneyimlerin hatırlanabilirliğine olumlu katkı yapacağı muhtemel görünmektedir.

İkinci olarak yiyecek ve servis kalitesine yönelik olumlu misafir yorumları yiyecek ve servisin önemini ortaya koymaktadır. Özellikle yöresel tatların ziyaretçilerin yemek deneyimini pozitif etkilediğini ve bunun da misafir memnuniyetini olumlu yönde etkilediği ortaya çıkmıştır. Buradan hareketle işletme yöneticileri menülerdeki yiyeceklerin daha çok yöresel ürünlerden oluşmasına, lezzetine yönelik sürekliliğin sağlanmasına ve kaliteli hizmet sunma konusunda daha fazla çaba göstermelidirler. Özellikle yöresel kahvaltı kültürünü temsil eden ürünlerin menülerde daha fazla yer almasına özen gösterilmeli ve özüne uygun hazırlama yöntemleri ile hazırlanmalı ve servis edilmelidir. Otantiklik, turizm ve ağırlama sektöründe turist davranışını anlama noktasında önemli bir yer tutmaktadır. Bu çalışmada hatırlanabilir kahvaltı deneyiminin önemli bir bileşeni olarak ortaya çıkan otantikliğin ziyaretçilerin eşsiz ve unutulmaz bir deneyim yaşaması ile ilişkilendirilip işletme yöneticilerinin üzerinde önemle durması gereken önemli bir deneyimsel boyut olduğu saptanmıştır. Bu yüzden işletme yöneticileri yöresel kahvaltı sunumu sırasında daha fazla otantik yemeklere ve yemek bileşenlerine yoğunlaşmaları, yemek içeriklerinin eşsiz, benzersiz ve yöreye has olmasına özen göstermelidir. Yerel kültürün deneyimlenmesi konusunda önemli bir rol üstlenen yerel yerel yemeklerin otantikliği hissettirmesi ziyaretçilerin yerel kültür ile daha yakından etkileşime girmesine olanak sağlayacak ve deneyimi unutulmaz kılacaktır.

Son olarak hatırlanabilir kahvaltı deneyim bileşenlerinden biri olan birliktelik boyutu misafirlerin unutulmaz kahvaltı deneyimi yaşamaları konusunda önemli bir faktör olarak belirlenmiştir. Bir destinasyonu seçim sürecinde ya da bir turistik ürünü tükettim nedenleri arasında önemli bir faktör

olarak görülen birliktelik boyutu yemek deneyimi literatüründe önemli bir yer tutmaktadır. Bu çalışmada da önemli bir deneyimsel bileşen olarak ortaya çıkan birliktelik boyutu misafirlerin deneyimlerini unutulmaz kıldığı saptanmıştır. Bu bulgudan hareketle işletme yöneticilerinin aile ve yakın misafirler ile birlikte yöresel kahvaltı deneyimleyen misafirlere kaliteli hizmet sunmaları ve deneyim esnasında birlikte vakit geçirebilecekleri alanları yaratmaları ve deneyimsel tasarımları aile ya da gruplara göre tasarlamaları işletmelere önemli avantaj sağlayabilecektir. Bunun yanı sıra fiyat-performans uygunluk durumuna göre işletmelerin ürün fiyatlandırmaları konusunda daha makul olmaları, misafirlerin ödedikleri ücrete değer bir hizmet almaları konusunda çaba göstermelidirler. Sonuç olarak işletme yöneticileri geleneksel kahvaltı deneyim bileşenlerinden oluşan teorik model çerçevesinde her bir bileşenlere yönelik deneyimsel tasarımlar oluşturarak misafirlerin memnun olmasını ve olumlu davranışsal niyet geliştirmelerine odaklanmalıdırlar.

5.2. Teorik Çıkarımlar

Bu çalışma yemek deneyimi ve hatırlanabilirlik ilişkisine geleneksel kahvaltı perspektifinden bakarak hatırlanabilir yerel yemek deneyimi ilişkisinin daha iyi anlaşılmasına ve ilgili literatürün zenginleşmesine önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır. Araştırma sonucunda ortaya çıkan hatırlanabilir kahvaltı deneyimi bileşenleri ulusal ve uluslararası gastronomi literatüründe yerel yemek deneyimine yönelik yapılan araştırma bulgularıyla paralellik göstermektedir (Atsız vd., 2022; Keskin vd., 2022; Kodaş & Aksoy, 2022; Ölmez, 2017; Sthapit, 2017). Bunun yanı sıra hatırlanabilir yerel yemek deneyimini geleneksel kahvaltı yönüyle ele alan bu çalışma gastronomi deneyimi alan yazınına özgün ve değerli katkılar sunmaktadır. Ayrıca netnografik yöntem ile yürütülen bu çalışma veri toplama tekniği açısından önemli görülmektedir. İlgili alan yazında yerel yemek deneyimini netnografik yöntemlerle açıklamaya çalışan çalışmalar olmasına rağmen (Sthapit, 2017; Thanh & Kirova, 2018) kahvaltı kültürüne ve deneyimine netnografik araştırma ile odaklanan çalışma olmaması bu araştırmayı metodolojik açıdan önemli kılmaktadır. Çünkü netnografik yöntem turist deneyimi ve davranışını anlama konusunda araştırmacılara önemli bilgiler sunmaktadır (Thanh & Kirova, 2018).

5.3. Sınırlılıklar ve Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

Bu araştırma birtakım sınırlılıkları barındırmaktadır. Bu sınırlılıklar gelecekte yapılabilecek araştırmalara ışık tutmaktadır. Öncelikle bu çalışma Van destinasyonu ile sınırlı olup, bu destinasyonun kahvaltı kültürüne ve yerli ziyaretçilerin hatırlanabilir yerel kahvaltı deneyimine yönelik olarak gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla farklı destinasyonlarda yapılacak araştırmalarda farklı hatırlanabilir deneyimsel bileşenler ortaya çıkarılabilir ve böylelikle bu çalışma sonuçları ile karşılaştırılabilir. İkincisi bu araştırma hatırlanabilir kahvaltı deneyim bileşenlerinin belirlenmesine yönelik yürütülmüştür. Turist davranışını anlama konusunda önemli görülen motivasyon kaynakları gelecek çalışmalarda araştırılabilir. Bunun yanı sıra hatırlanabilir kahvaltı deneyiminin nicel yöntemlerle test edilmesi ve buna ek olarak memnuniyet ve davranışsal niyetleri üzerindeki etkisi gelecek

araştırmalarda ölçülebilir. Böylelikle kahvaltı deneyiminin hatırlanabilirliğine yönelik bu araştırmada geliştirilen teorik model sınanarak literatürün zenginleşmesine katkı sunabilir.

Etik Beyan: Bu çalışma ikincil kaynaklar kullanılarak hazırlandığı için etik kurul iznine ihtiyaç yoktur. Aksi bir durumun tespiti halinde TO&RE Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazarına aittir.

Yazar Katkı Beyanı: Yazarın katkı oranı %100'dür.

Çıkar Beyanı: Çalışma tek yazarlı olduğu için çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Kaynakça

- Adongo, C. A., Anuga, S. W., & Dayour, F. (2015). Will they tell others to taste? International tourists' experience of Ghanaian cuisines. *Tourism Management Perspectives*, 15, 57-64.
- Antón, C., Camarero, C., Laguna, M. & Buhalis, D. (2019). Impacts of authenticity, degree of adaptation and cultural contrast on travellers' memorable gastronomy experiences. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(7), 743-764
- Atsız, O., Cıfci, I., & Rasoolimanesh, S. M. (2022). Exploring the components of meal-sharing experiences with local foods: A netnography approach. *Current Issues in Tourism*, 25(6), 919-936.
- Au, N., & Law, R. (2002). Categorical classification of tourism dining. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 819-833.
- Badu-Baiden, F. (2021). Memorable local food tourism experiences and their effects on attitudinal and behavioral consequences. The Hong Kong Polytechnic University.
- Badu-Baiden, F., Correia, A., & Kim, S. (2022a). How do tourists' memorable local gastronomy experiences and their personal gastronomic traits influence destination loyalty? A fuzzy set approach. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 39(5), 501-515.
- Badu-Baiden, F., Kim, S. S., Xiao, H., & Kim, J. (2022b). Understanding tourists' memorable local food experiences and their consequences: the moderating role of food destination, neophobia and previous tasting experience. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(4), 1515-1542.
- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2016). Local food: a source for destination attraction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(1), 177-194.
- Cao, Y., Li, X. R., DiPietro, R. & So, K. K. F. (2019). The creation of memorable dining experiences: Formative index construction. *International Journal of Hospitality Management*, 82, 308-317.
- Chandralal, L. & Valenzuela, F. R. (2013). Exploring memorable tourism experiences: Antecedents and behavioural outcomes. *Journal of Economics, Business and Management*, 1(2), 177-181
- Chirakranont, R., & Sakdiyakorn, M. (2022). Conceptualizing meaningful tourism experiences: Case study of a small craft beer brewery in Thailand. *Journal of Destination Marketing & Management*, 23, 100691.
- Di-Clemente, E., Hernández-Mogollón, J. M., & Campón-Cerro, A. M. (2020). Tourists' involvement and memorable food-based experiences as new determinants of behavioural intentions towards typical products. *Current Issues in Tourism*, 23(18), 2319-2332.
- Dubé, L., & Le Bel, J. (2003). The content and structure of laypeople's concept of pleasure. *Cognition and emotion*, 17(2), 263-295.
- Egeli, S., Kızıldemir, Ö., & Çıkkı, K. D. (2024). Müşterilerin lüks mutfak "haute cuisine" deneyimi bileşenlerinin incelenmesi: Gault Millau Rehberinde listelenen restoranlar örneği. *Tourism and Recreation*, 6(1), 104-112.
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism?. *Tourism management*, 68, 250-263.
- Fields, K. (2002). Demand for the gastronomy tourism product: motivational factors. *Tourism and gastronomy*, 50-64.
- Ha, J., & Jang, S.S. (2013). Variety seeking in restaurant choice and its drivers. *International Journal of Hospitality Management*, 32, 155-168.
- Henderson, J. C. (2009). Food tourism reviewed. *British Food Journal*, 111(4), 317-326.
- Hosany, S., Sthapit, E., & Björk, P. (2022). Memorable tourism experience: A review and research agenda. *Psychology & Marketing*, 39(8), 1467-1486.
- Keskin, E., Yetiş, Ş. A., ve Sezen, N. (2022). Destinasyon yiyecek imajı, algılanan değer, hatırlanabilir deneyimler ve memnuniyet arasındaki ilişkiler: Hatay örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 9(2), 55-82.
- Kim, J. H., Ritchie, J. B., & McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel research*, 51(1), 12-25.
- Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of hospitality & tourism research*, 30(3), 354-377.
- Kodaş, B., & Aksoy, Z. (2022). Understanding of tourists' memorable local food experiences: A netnography study. *Journal of Economy Culture and Society*, 66, 379-396.
- Kodaş, D. (2024a). Exploring the dimensions of traditional breakfast experience: A netnography study. *European Journal of Tourism Research*, 36, 3606-3606.
- Kodaş, D. (2024b). Understanding components of the memorable ethnic food experience: A case of turkish cuisine in London. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 7(2), 543-554.
- Kodaş, D., & Özel, Ç. H. (2023). Antecedents of gastronomy destination brand equity: an examination of gastronomy experience, motivation, and destination satisfaction. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 11(1), 45-71.
- Kolar, T., & Zabkar, V. (2010). A consumer-based model of authenticity: An oxymoron or the foundation of cultural heritage marketing?. *Tourism management*, 31(5), 652-664.
- Kozinets, R. V. (1998). On netnography: Initial reflections on consumer research in investigations of cyberculture. *Advances in Consumer Research*, 25, 366-371.
- Kozinets, R. V., Dolbec, P. Y., & Earley, A. (2014). *Netnographic analysis: Understanding culture through social media data*. Sage handbook of qualitative data analysis, 262-275.
- Lashley, C. (2008). Studying hospitality: Insights from social sciences. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 8 (1), 69-84.
- Mansour, J. S. A., & Ariffin, A. A. M. (2017). The effects of local hospitality, commercial hospitality and experience quality on behavioral intention in cultural heritage tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 18(2), 149-172.
- Mkono, M., Markwell, K., & Wilson, E. (2013). Applying Quan and Wang's structural model of the tourist experience: A

- Zimbabwean netnography of food tourism. *Tourism management perspectives*, 5, 68-74.
- Nash, R., Thyne, M., & Davies, S. (2006). An investigation into customer satisfaction levels in the budget accommodation sector in Scotland: A case study of backpacker tourists and the Scottish Youth Hostels Association. *Tourism Management*, 27(3), 525-532.
- Oh, H. (2000). Diners' perceptions of quality, value, and satisfaction: A practical viewpoint. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(3), 58-66.
- Oh, H., Fiore, A. M., & Jeoung, M. (2007). Measuring experience economy concepts: Tourism applications. *Journal of travel research*, 46(2), 119-132.
- Ölmez, Z. D. (2017). *Gastronomi turizminde yerli ziyaretçilerin yöresel yiyeceklere yönelik unutulmaz deneyimlerinin davranışsal niyetleri üzerine etkisi: Seferihisar örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). *Welcome to the experience economy*. Harvard Business Review, 76(Jul/Aug), 29-36.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy*. Harvard Business School Baskı.
- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism management*, 25(3), 297-305.
- Ramkissoon, H., & Uysal, M. (2010). Testing the role of authenticity in cultural tourism consumption: A case of Mauritius. *Tourism Analysis*, 15(5), 571-583.
- Seyitoğlu, F. (2021). Tourist experiences of guided culinary tours: the case of Istanbul. *Journal of Culinary Science & Technology*, 19(2), 93-114.
- Sterchele, D. (2020). Memorable tourism experiences and their consequences: An interaction ritual (IR) theory approach. *Annals of Tourism Research*, 81, 102847.
- Sthapit, E. (2017). Exploring tourists' memorable food experiences: A study of visitors to Santa's official hometown. *Anatolia*, 28(3), 404-421.
- Sthapit, E., & Coudounaris, D. N. (2018). Memorable tourism experiences: Antecedents and outcomes. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18(1), 72-94.
- Sthapit, E., & Jiménez-Barreto, J. (2018). Exploring tourists' memorable hospitality experiences: An Airbnb perspective. *Tourism Management Perspectives*, 28, 83-92.
- Sthapit, E., Björk, P. & Piramanayagam, S. (2023). Motivational, emotional and memorable dimensions of non-Muslim tourists' halal food experiences. *Journal of Islamic Marketing*, 14(1), 23-42.
- Sthapit, E., Björk, P., Coudounaris, D. N., & Jiménez-Barreto, J. (2024). Memorable Halal tourism experience and its effects on place attachment. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 25(3), 575-601.
- Sthapit, E., Piramanayagam, S., & Björk, P. (2020). Tourists' motivations, emotions, and memorable local food experiences. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 5(1), 17-32.
- Stone, M. J., & Sthapit, E. (2024). Memories are not all positive: Conceptualizing negative memorable food, drink, and culinary tourism experiences. *Tourism Management Perspectives*, 54, 101296.
- Stone, M. J., Soulard, J., Migacz, S., & Wolf, E. (2018). Elements of memorable food, drink, and culinary tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 57(8), 1121-1132.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Newbury Park: Sage.
- Taecharungroj, V., & Mathayomchan, B. (2019). Analysing TripAdvisor reviews of tourist attractions in Phuket, Thailand. *Tourism Management*, 75, 550-568.
- Thanh, T. V., & Kirova, V. (2018). Wine tourism experience: A netnography study. *Journal of Business Research*, 83, 30-37.
- Tsai, C. T. (2016). Memorable tourist experiences and place attachment when consuming local food. *International Journal of Tourism Research*, 18(6), 536-548.
- Tung, V. W. S., & Ritchie, J. B. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of tourism research*, 38(4), 1367-1386.
- Wijaya, S. (2014). Encounters with local food: The culinary experiences of international visitors in Indonesia. Yayınlanmamış doktora tezi, Victoria University.
- Williams, H. A., Yuan, J. & Williams, R. L., Jr. (2019). Attributes of memorable gastrotourists' experiences. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(3), 327-348.
- Yi, S., Zhao, J., & Joung, H.W. (2018). Influence of price and brand image on restaurant customers' restaurant selection attribute. *Journal of Foodservice Business Research* 21(2), 200-217.

Extended Abstract

When studies that address tourism experience from different perspectives are examined, it is seen that the relationship between food and gastronomy experience and memorability has been intensively studied. Since food consumption is at the central of the tourism experience, it is seen as an important tourist product in terms of destination attractiveness and gaining competitiveness, and at the same time, local culinary culture is a cultural symbol of a region. For this reason, many visitors seek to taste destination culinary products during their holidays in order to learn and experience the local culture of a region (Björk & Räisänen, 2016; Ha & Jang, 2013;). Destination managers also make intense efforts to present local culinary products to guests in the most effective way and to ensure that they experience them. Because local dishes, which offer strategic opportunities to destinations, are seen as important tourist resources to attract potential customers (Kivela & Crofts, 2006; Stone & Sthapit, 2024). The different and new experiences that tourism destinations offer to their visitors enable tourists to achieve unforgettable memories in terms of meeting the expectations and needs of visitors. Due to the authenticity, uniqueness and reflection of the culture of the region (Kodaş & Özel, 2023), local dishes create a strong bond between tourists and the destination and contribute significantly to the loyalty of tourists to the destination (Di-Clemente et al., 2020). Although studies focusing on the relationship between local food experience and memorability are frequently conducted in the relevant literature, it is considered important to conduct studies emphasizing the memorable experiential feature of the traditional breakfast culture of the region, which is considered important among local dishes and identified with some regions and referred to as a brand, for the development of the relevant literature. In this context, this research aims to determine the components that affect the memorable breakfast experience of tourists visiting Van province, which is an important tourism destination in Turkey and stands out with its traditional breakfast culture. Therefore, this study contributes to the

enrichment of the theory of memorable local food experiences with a local breakfast perspective and at the same time provides important information for destinations to create designs for the memorability of experiential components by creating a theoretical model for the memorable components of the breakfast experience.

In this study, which aims to reveal the components of memorable local breakfast experiences, the netnographic method, one of the qualitative research methods, was used. Since the study was exploratory, it was designed as a qualitative case study, and visitors' comments on Google about breakfast business serving in the Van destination were examined. The sample of the study consists of comments made by visitors to local breakfast businesses serving in Van province on Google, which is an important search engine for tourists to obtain information on the selection of tourism businesses. The data of the study was gathered in September 2024. At the end of the data collection process, 1788 comments were reached through codes related to themes and it was decided to include these comments in the data analysis. The open coding, axial coding and selective coding processes developed by Strauss and Corbin (1990), which have been used in many studies, were applied to analyze the data obtained from visitor comments.

Local food is considered as one of the important cultural indicators of a tourism destination and is seen as an important component of the tourism experience. Traditional breakfast cultures belonging to the region, which reflect an important culinary culture among local food, can be identified with some tourism destinations. Van destination, located in the east of Turkey, is known for its breakfast culture and can attract many tourists with this culinary heritage. This study focused on determining the components of the memorable breakfast experience of domestic visitors. As a result of the content and descriptive analysis, it was revealed that the memorable breakfast experiences of domestic visitors were gathered under five themes as local hospitality, food and service, authenticity, togetherness and value/price. Although there are many studies conducted on local memorable food experience in the relevant literature, the results of this research contribute to the enrichment of the literature since the local food experience has not been addressed from a traditional breakfast perspective.

This study significantly contributes to a better understanding of the relationship between food experience and memorability from a traditional breakfast perspective and to the enrichment of the relevant literature. The theoretical model for the components of the memorable breakfast experience that emerged as a result of the research is parallel to the research findings on local food experience in the gastronomy literature (Atsız vd., 2022; Kodaş & Aksoy, 2022; Sthapit 2017). In addition, this study, which examines the memorable local food experience from the perspective of traditional breakfast, offers original and valuable contributions to the gastronomy experience literature. In addition, this study, which was conducted with the netnographic method, is considered important in terms of data collection technique. Although there are studies in the relevant literature that try to explain the local food experience with netnographic methods (Sthapit,

2017; Thanh & Kirova, 2018), the lack of a study focusing on breakfast culture and experience with netnographic research makes this research important in terms of methodology. Because the netnographic method provides important information to researchers in understanding tourist experience and behavior (Thanh & Kirova, 2018).