



Turistlerin Sokak Lezzeti Tüketim Motivasyonu (Street Food Consumption Motivation of Tourists)**

* Derya GÜNEY GÖLLER^a , Hulusi DOĞAN^b

^a Muğla Sıtkı Koçman University, Muğla Vocational School, Department of Travel, Tourism and Entertainment Services, Muğla/Türkiye

^b Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Tourism, Department of Food and Beverage Management, Muğla/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 16.05.2023

Kabul Tarihi: 22.06.2023

Anahtar Kelimeler

Sokak lezzeti

Tüketim motivasyonu

Turist

Türkiye

Öz

Türkiye; denizleri, tarihi, doğası ve kültürüyle yabancı turistlerin ilgisini çeken bir ülkedir. Son zamanlarda tüm bu çekiciliklerinin yanında sokak lezzeti çeşitliliği açısından da tercih edilmektedir. Ancak, Türkiye’yi ziyaret eden yabancı turistlerin sokak lezzetlerini hangi motivasyonel faktörlerle tükettiklerinin çok fazla araştırılmamış olması alanyazında büyük bir eksiklik olarak görülmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada, Türkiye’yi ziyaret eden yabancı turistlerin sokak lezzeti tüketim motivasyonunu belirlemek ve turistlerin demografik özelliklerindeki farklılıkların sokak lezzeti tüketim motivasyonu üzerinde anlamlı bir etkisinin olup olmadığını öğrenmek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda Türkiye’de yabancı turistlerin en çok ziyaret ettiği üç ilde (İstanbul, Antalya, Muğla) sokak lezzetleri tüketen 330 katılımcıdan elde edilen veriler incelenmiştir. Turistlerin sokak lezzeti tüketim motivasyonunda en yüksek faktör kültürel deneyim, en düşük faktör ise rutinden kaçış ve sağlık endişesi olarak belirlenmiştir.

Keywords

Street food

Consumption motivation

Tourist

Türkiye

Abstract

With its surrounding seas, fascinating history, amazing nature, and rich culture, Turkey stands as a country attracting foreign tourists. Besides all these attractions, it has also been preferred for its wide range of street foods recently. Despite the importance of the phenomenon, there remains a paucity of evidence on the motivational factors that drive foreign tourists visiting Turkey to consume street foods. This study thus seeks to elicit the motivations of foreign tourists visiting Turkey for street food consumption and to find out whether their demographic characteristics exert a significant effect on their preferences for street food consumption. To this end, the data was collected from 330 participants consuming street foods in three Turkish cities visited most by foreign tourists, namely Istanbul, Antalya, and Muğla. Cultural experience stands out as the major factor motivating tourists to consume street food, while the minor ones turn out to be escape from routine and health concerns.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: deryaguney@gmail.com (D. Güney Göller)

DOI: 10.21325/jotags.2023.1237

**Bu makale Derya GÜNEY GÖLLER’in Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ABD’de yazılan “Turistlerin Kişilik Özelliklerinin Sokak Lezzeti Tüketim Motivasyonuna Etkisi” başlıklı doktora tezinden derlenmiştir.