



Yerel Yemek Tüketim Motivasyonları ile Tavsiye Davranışı Arasındaki İlişki: Mersin Örneği (The Relationship Between Local Food Consumption Motivations and Recommendation Behavior: Mersin Example)

* Murat ÖZDAMAR^a , Mehmet ŞİMŞEK^b 

^a Mersin University, Vocational School of Social Sciences, Department of Tourism and Hotel Management, Mersin/Turkey

^b Giresun University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Giresun/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 17.04.2021

Kabul Tarihi: 10.06.2021

Anahtar Kelimeler

Yerel yemek motivasyonları

Tavsiye davranışı

Tüketici motivasyonu

Gastronomi

Öz

Çalışma yerel yemek tüketicilerinin yerel yemeğe yönelik motivasyonları ile tavsiye davranışları arasındaki ilişkiyi belirlemeye yöneliktir. Çalışmada demografik soruların yanında literatürde daha önce kullanılan yerel yemek motivasyon ölçeği ile tavsiye davranışı ölçeğinin yer aldığı sorulardan oluşan bir anket kullanılmıştır. Araştırmanın etik açıdan uygunluğuna yönelik Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'ndan onay yazısı alınmıştır. Sonrasında araştırmanın verileri Mersin'de yerel yemek hizmeti sunan işletmelerden paket servis siparişi veren ya da gel-al hizmetinden yararlanan müşterilerden toplanmıştır. 392 katılımcıdan elde edilen verilerle gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre yerel yemek motivasyon boyutlarının heyecan arayışı, kültürel deneyim, sağlık beklentisi ve duygusal çekicilik boyutlarından oluştuğu tespit edilmiştir. Katılımcıların yerel yemek motivasyonu boyutlarının yaş ve cinsiyetlerine göre sadece bir boyutta anlamlı farklılık olduğu ancak gelir durumlarına göre tüm boyutlarda anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Katılımcıların yerel yemek motivasyon boyutları ile tavsiye davranışları arasında pozitif yönde ve güçlü bir ilişki olduğu da tespit edilen sonuçlar arasındadır. Ortaya çıkan bu sonuçlar doğrultusunda müşteri memnuniyeti, müşteri bağlılığı ve ağızdan ağıza olumlu reklamı arttırmayı hedefleyen uygulayıcılar yapacakları planlama ve programlarda bu durumu göz ardı etmemeleri önerilmiştir. Öte yandan araştırmacılara ise konuya yönelik farklı bölgelerde ve/veya yabancılara yönelik çalışmalar yapmaları, böylece sonuçların karşılaştırılmasına ve genellemesine katkı sunmaları önerilmiştir.

Keywords

Local food motivations

Advice behaviour

Consumer motivation

Gastronomy

Abstract

This study was conducted to determine the relationship between local food consumers' motivation for local food and their recommendation behaviour. In addition to demographic questions, a questionnaire consisting of questions including the local food motivation scale and the recommendation behaviour scale, previously used in the literature, was used in the study. Approval letter was received from Mersin University Social and Human Sciences Ethics Committee for the ethical compliance of the study. Subsequently, the data for the research were collected from customers who ordered takeout services from local food service establishments in Mersin, or made use of the take-away service. According to the results of the analysis performed on 392 data, it was determined that the dimensions of local food motivation consisted of excitement seeking, cultural experience, health expectation and emotional appeal. It has been observed that the dimensions of the local food motivation of the participants differ only in one dimension according to their age and gender, but differed in all dimensions according to their income levels. There was also a positive and strong correlation between participants' local food motivation dimensions and recommendation behaviors. In line with these results, practitioners aiming to increase customer satisfaction, customer loyalty and word-of-mouth positive advertising are advised not to ignore this situation in their planning and programming. On the other hand, researchers were recommended to conduct studies on the subject in different regions and / or for foreigners, thus contributing to the comparison and generalization of the results.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: muratozdamar@mersin.edu.tr (M. Özdamar)

DOI:10.21325/jotags.2021.846