


Planlı Davranış Teorisi Kapsamında Sokak Yemeği Yeme Niyetinin Ölçülmesi: Mersin Örneği

Measurement of Intention to Eat Street Food in the Context of Theory of Planned Behavior: Mersin Case

Dr. Esra ŞAHİN 
E-posta: srasahin@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Ali SOLUNOĞLU 
Kırıkkale Üniversitesi
Fatma Şenses Sosyal Bilimler MYO
E-posta: alisolunoglu@msn.com

Öz

Bu çalışmanın amacı Mersin sokak yemeklerine yönelik tüketicilerin tutumlarının ve tüketim niyetlerinin Planlı Davranış Teorisi çerçevesinde yapısal eşitlik modellemesi yöntemi ile incelenmesidir. Literatür taramasının ardından oluşturulan anket formu ile Şubat-Nisan 2019 tarihleri arasında Mersin sokak yemeklerini tüketen 661 kişiye anket uygulanmış, uç değer analizi sonrasında 642 adet anket formu değerlendirilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi ile ölçüm modelinin uygunluğu sınanmış daha sonra oluşturulan üç hipotez yapısal eşitlik modeli ile test edilmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda oluşturulan hipotezler kabul edilmiş, literatürde yer alan diğer çalışmalarla karşılaştırmalar yapılmıştır. Araştırma sonuçları çeşitli paydaşlar ve diğer araştırmalar için öneriler ile tamamlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Planlı Davranış Teorisi, Yapısal Eşitlik Modellemesi, Sokak yemekleri, Tutum, Niyet

Abstract

The aim of this study is to investigate the attitudes and consumption intentions of the consumers for street food in Mersin by using structural equation modeling in the framework of Planned Behavior Theory. The questionnaire was applied 661 people who consumed Mersin street food between February and April, 2019. After the end value analysis 642 questionnaire forms were evaluated. The validity of the measurement model was tested with confirmatory factor analysis, and then three hypotheses were tested with the structural equation model. While two of the hypotheses created in accordance with the findings were accepted, a hypothesis was rejected and comparisons were made with other studies in the literature. The research results were completed with recommendations for various stakeholders and other research.

Key Words: The Theory of Planned Behavior, Structural Equation Modeling, Street food, Attitude, Intention

1. Giriş

İnsanın en temel ihtiyaçlarından biri beslenmedir. Yüzyıllar süren evrimleşme ve arkasından gelen modernleşme ile insanın beslenme ve yeme-içme şekli de değişmiştir. Sokak yemekleri yeme içme kültüründe meydana gelen değişikliklere rağmen antik çağlardan beri var olmaya devam etmektedir (Kumar, 2015). Sokak gibi halka açık yerlerde, seyyar satıcılar ya da işportacılar tarafından hazırlanan ve/veya satılan, tüketmeye hazır yiyecek ve içeceklere sokak yemeği denilmektedir (FAO, 1986). Sokak yemekleri aynı zamanda değişik kültürel ve coğrafi özellikleri bir arada görmenin mümkün olduğu önemli bir gastronomik üründür. Yerel gıdaların turistlerin bir destinasyonu tanınması için önemli bir faktör olduğu çeşitli çalışmalarla ortaya konulmuştur (Ryu ve Jang, 2006; Cohen ve Avieli, 2004; Hjalager ve Corigliano, 2000). Bu nedenle sokak yemekleri son dönemlerde hem işletmeciler hem de özellikle turizm alanında çalışan akademisyenler tarafından giderek daha fazla önemsenmektedir.

İnsanları sokak yemeği yemeye iten birçok farklı neden bulunmaktadır. Kolay ulaşılabilmeleri, hızlı hazırlanabilmeleri, lezzetli olmaları, doyurucu olmaları, uygun fiyatla sunulmaları bunlardan bazılarıdır. Bununla birlikte içinde yaşanılan kültürün ve geleneklerin de sokak yemeği yeme davranışı üzerinde etkisi olduğu düşünülebilir. İlgili literatür incelendiğinde sokak yemeklerini farklı bilimsel bakış açıları ile ele alan çalışmalar olsa da daha çok gıda güvenliği konusuna yoğunlaşıldığı görülmektedir. Araştırıldığı kadarıyla tüketicilerin sokak yemeği yeme niyeti ve davranışı ile ilgili araştırma sayısı ise azdır. Davranışı tahmin etmede sıklıkla kullanılan teorilerden biri Ajzen (1991) tarafından ileri sürülen Planlı Davranış Teorisi (PDT)' dir. PDT içerisinde yer alan tutum, algılanan davranışsal kontrol ve sübjektif norm değişkenlerinin sokak yemeği yeme niyetini doğrudan etkilediği düşünülmektedir.

Bu çalışmada bu değişkenler arasındaki ilişkilerin yapısal bir modelinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Tüketicilerin demografik özelliklerinin sokak yemeği yeme bağlamında davranışsal niyet üzerindeki etkileri de açığa çıkarılmak istenmiştir. Bu amaçla Mersin ilinde Şubat- Nisan 2019 tarihleri arasında yüz yüze görüşme ile 661 adet anket yapılmıştır. Geçerli bulunan 642 anket formuna Yapısal Eşitlik Modellemesi uygulanarak hipotezler test edilmiştir. Dört bölümden oluşan çalışmanın ilk bölümünü literatür bilgisi oluşturmaktadır. Bu bölümde sokak yemekleri kavramı ve Planlı Davranış Teorisi üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde araştırma yöntemi ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Üçüncü bölümde analiz sonucunda elde edilen bulgular tartışılmaktadır. Son bölümde ise genel bir değerlendirme yapılarak öneriler sunulmaya çalışılmıştır. Elde edilen sonuçların literatüre ve paydaşlara katkı sağlaması beklenmektedir.

2. Kavramsal Çerçeve

Bu bölümde ilgili literatür değerlendirilmiştir. Sokak yemekleri kavramı ile beraber Planlı Davranış Teorisi'nin tanımı yapılmıştır. Bununla birlikte bu teori içerisinde yer alan tutum, sübjektif norm, algılanan davranışsal kontrol ve niyet kavramları açıklanmaya çalışılmıştır.

2.1. Sokak Yemeği Kavramı

Sokak yemekleri dünya gıda ekonomisinin çok önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Her gün dünya üzerinde yaklaşık 2,5 milyar kişinin çeşitli şekillerde sokak yemeği yedikleri ve besin ihtiyaçlarının ana temin kaynağı olarak sokak yemeklerini kullandıkları bilinmektedir (Abrahale, Sousa, Albuquerque, Padrão ve Lunet, 2019;

Kraig ve Sen, 2013). Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO)'nün tanımına göre sokak yemeği; özellikle sokaklarda ve halka açık yerlerde seyyar satıcılar veya işportacılar tarafından hazırlanan ya da satılan, yemeye hazır durumdaki yiyecek ve içeceklerdir (FAO, 2009). Dünya Sağlık Örgütü (WHO) de benzer şekilde sokak yemeklerini satıcılar tarafından sokak ya da halka açık yerlerde hazırlanan ya da satılan, hemen ya da sonrasında bir işleme gerek olmaksızın tüketilen yiyecek ve içecekler olarak tanımlamaktadır. Bu tanımda pazar yerleri dışında satışı sunulan meyve ve sebzeler de sokak yemeklerine dâhil edilmiştir (WHO, 1996). Sokak yemekleri halkın yoğun olarak bulunduğu kamusal alanlarda seyyar araçlarda satılmaktadır (Steyn ve Labadarios, 2011). Bugün sokak yemeklerinin trend haline gelmesi ve gastronomik bir ürün olarak değerlendirilmesi, bu lezzetlerin restoran menülerine de girmesine ve seyyar satıcılar dışında çeşitli işletmelerde de satılmasına olanak sağlamıştır. Örneğın kokoreç seyyar tezgâhlarda satılmakla birlikte restoranlarda da bulunmaktadır. Bu durumda bir yemeğin sokak yemeği olarak nitelendirilebilmesi için sadece sokakta satılabiliyor olması yetmemektedir. Dolayısı ile sokak yemekleri tanımının biraz daha spesifik hale getirilmesi gerekmektedir. Sokak yemeği; köken olarak sokakta hazırlanıp satılmaya başlanmış, seyyar arabalar, sepet veya tezgâhların yanı sıra, mutlaka bir bölümü caddeye bakan ve bu bölümden kişilerin oturmadan hizmet almasını sağlayan işletmeler tarafından da satılan, oturarak veya ayakta elde yenebilen, herhangi bir hazırlık gerektirmeyen, yemeye hazır yiyecek ve içeceklerdir (Şahin ve Yıldız, 2016).

Sanayi devriminden sonra köyden kente göçlerin artması, kadınların iş yaşamında daha fazla yer alması gibi çeşitli nedenler halkın yemek yeme davranışında önemli değişikliklere yol açmıştır (Freese, Abal, Solomons ve Gross, 1998). Sokak yemekleri kolay ulaşılabilmesi, hızla sunulabilmesi, fiyatının uygun olması, lezzeti, doyuruculuğu gibi nedenlerle halk arasında özellikle düşük ve orta gelir grubuna sahip kişiler tarafından tercih edilmektedir (Hill, Mchiza, Fourie, Puoane ve Steyn, 2016; Şahin ve Yıldız, 2016; Tinker, 1999). Kentte yaşayan düşük gelir grubundan tüketiciler için ucuz ve nispeten besleyici bir alternatiftir (FAO,1989). Ev dışında uzun saatler geçirilmesi de sokak yemeği tüketimini artıran nedenlerden biri olarak görülmektedir (Johnson ve Yawson, 2000). Sokak yemekleri yemek pişirmek için uygun olanaklardan yoksun pek çok kişi için de ideal bir seçim olmaktadır (Dawson ve Canet, 1991; Steyn ve diğ., 2013). Sokak yemekleri içinde bulunulan kültürden ve coğrafyadan etkilenerek şekillenmektedir. Yiyeceklerin hazırlanmasında kullanılan malzemeler, hazırlanma ve yeme şekli o yöreye özgüdür. Bu açılarından sosyal ve kültürel bir miras olarak da değerlendirilmektedir (Solunoğlu ve Nazık, 2018; Samapundo, Climat, Xhaferi ve Devlieghere, 2016). Tüm bu yaklaşımlar sokak yemeği yeme davranışının arkasında yatan nedenlerle ilgilenmekle birlikte sokak yemeği yemede tüketici davranışını anlamak konusunda yeterli bilgi vermemektedir.

2.2. Planlı Davranış Teorisi

İlk olarak 1985 yılında Ajzen tarafından açıklanan Planlı Davranış Teorisi (PDT), günümüzde insan davranışını anlamak ve tahmin etmek için kullanılan en popüler sosyal psikolojik modellerden biridir (Ajzen, 2015). Bu teori bir ürün veya hizmetin genel değerlendirmesi veya faydaları yerine, ilgilenilen spesifik tüketici davranışına odaklanmaktadır (Ajzen, 2015). Planlı davranış teorisi tüketicinin karar verme sürecini anlamada alternatif bir yaklaşımdır (Ajzen, 1991, 2005, 2012).

Planlı Davranış Teorisi (PDT) (Ajzen, 1988, 1991); kişilerin bir davranışını gerçekleştirme niyetini öngörmeye çalışır. Gereğçelendirilmiş Eylem Teorisi'nin (Fishbein ve Ajzen, 1975; Ajzen ve Fishbein, 1980) genişletilmiş şeklidir.

Gereçlendirilmiş Eylem Teorisi'nde tutum ve sübjektif normlar niyeti, niyet de davranışı tahmin etmede kullanılmıştır. Bu teori kişinin kendi kontrolü altındaki durumları açıklamada yeterli görülse de kendi kontrolü altında olmayan durumlar için yetersiz kalmıştır. Geçmiş davranışların da ilerideki davranışlar üzerinde etkili olabileceği eleştirisiyle birlikte Ajzen (1985) teoriye algılanan kontrol değişkenini ekleyerek teorinin daha geniş bir alanda davranışı açıklamasına olanak sağlamıştır. Bu yeni teoriye Planlı Davranış Teorisi (Ajzen,1991) denilmektedir. Teoriye göre insan davranışını güdüleyen üç temel etken vardır. Bu etkenler; kişinin davranışın olası sonuçları ile ilgili inançları ve sonuçların önemi (davranış inançları), başkalarının beklentileri ve bu beklentilerin önemi (normatif inançlar) ve davranışın gerçekleştirilmesini kolaylaştıran veya engel olan faktörler hakkındaki inançlar (kontrol inançları) ve bu faktörlerin gücüdür (Ajzen, 2006:1). Davranış inançları tutum, normatif inançlar sübjektif norm ve kontrol inançları da algılanan davranışsal kontrol değişkenini oluşturur. Ajzen; teorisinde davranışa yönelik tutum, sübjektif normlar ve algılanan davranış kontrolünün hep birlikte davranış niyetini tahmin etmeye yarayan değişkenler olduğunu belirtir. Niyet ise davranışı tahmin etmeye yarayan en önemli etkendir (Ajzen, 2015).

2.2.1.Davranışa yönelik tutum

Tüketiciler birçok faktörden etkilenmekte ve kendilerine en fazla faydayı sağlayacak mal ya da hizmetleri satın almaktadırlar (Tayfun ve Yayla, 2014). Fakat söz konusu mal ve hizmetlere yönelik sahip oldukları tutum, o mal ve hizmeti alma niyetini belirlemede oldukça etkilidir. Belirli bir davranışa yönelik tutum, o davranışın beklenen sonuçları ile ilişkili olarak ortaya çıkar. Yani kişi bir davranışı gerçekleştirdiğinde olumlu bir sonuç doğuracağına inanıyorsa, davranışı gerçekleştirmekle ilgili olumlu bir tutuma sahip olacaktır. Bireyin davranışa yönelik iyi-kötü, güzel-çirkin gibi yaklaşımları bu tutumların temelini oluşturmaktadır (Ajzen, 1991). Kısaca davranışsal inançlar davranışa yönelik tutumu oluşturur (Ajzen, 2015). Morgan (1999) tutumların üç bileşeninden söz eder. Bunlar bilişsel, duygusal ve davranışsal bileşenlerdir. Bu üç bileşenin genellikle kendi aralarında tutarlılığı vardır (Morgan, 1999). Kişinin hakkında tutum sahibi olduğu canlı-cansız, soyut-somut her şeye tutum nesnesi denir. Buradan hareketle; bilişsel bileşen tutum nesnesine ilişkin düşünce, bilgi ve inançlardan oluşur. Duygusal bileşen, kişinin tutum nesnesine dair duygu ve değerlendirmelerinden oluşur. Davranışsal bileşen ise duygu ve kaniya uygun olarak hareket etme eğilimidir (Güney, 2000). Söz konusu literatür ışığında, araştırma konusu ile ilgili olarak davranışa yönelik tutumların sokak yemeği yeme niyeti üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu varsayılmaktadır. Bu bağlamda şu hipotez geliştirilmiştir:

H1: Davranışa yönelik tutumun sokak yemeği yeme niyeti üzerinde etkisi vardır.

2.2.2. Sübjektif normlar

Planlı davranış teorisinde, sübjektif normların, normatif inançlar ve bireyin bu normlara uyma motivasyonları ile şekillendiği varsayılmaktadır (Sayın Kocagöz, 2010). Normatif inançlar referans kişilerin (eş, aile, akraba, arkadaş, uzman vs.) veya grupların bir davranışı onaylayıp onaylamaması ile ilgilidir (Ajzen, 1991). Algılanan sosyal baskı da denilebilir ve bu baskı davranışı gerçekleştirmesi için kişiyi motive eder (Ajzen, 1991, 2005). Bir başka anlatımla, kişinin çevresindeki insanların düşünceleri, kişinin bir davranışı gerçekleştirme niyetini etkiler. Planlı Davranış Teorisi kapsamında yapılan çeşitli çalışmalar sübjektif normun davranışa yönelik niyeti açıkladığını ve sübjektif norm bileşeni için teorinin doğrulandığını göstermektedir (Munoz-Silva, Sanchez-Garcia ve Martins, 2007). Söz konusu literatür ışığında, sübjektif normların sokak

yemeği yeme niyeti üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu varsayılmaktadır. Bu bağlamda şu hipotez geliştirilmiştir:

H2: Sübjektif normun sokak yemeği yeme niyeti üzerinde etkisi vardır.

2.2.3. Algılanan davranışsal kontrol

Gerekeği Eylem Teorisi'ne eklenerek Planlı Davranış Teorisi'ni oluşturan bu değişken teorisinin çok önemli bir parçasını oluşturur. Hem niyet üzerinde hem de doğrudan davranış üzerinde etkisi vardır (Ajzen, 1991). Algılanan davranışsal kontrol, davranışı gösterecek kişinin söz konusu davranışı gösterebilmesinin ne kadar kolay veya ne kadar zor olacağına olan inancıdır (Erten, 2002). Bir birey ne kadar fazla kaynak ve fırsata sahipse ve ne kadar az engel ile karşılaşıyorsa, o bireyin davranış üzerindeki algılanan kontrolü o kadar büyük olacaktır (Ajzen, 1988; 1991). Algılanan davranışsal kontrolün temelinde kontrol inançları vardır. Kontrol inançları kişinin geeğmiş deneyimlerine, bilgi kaynaklarına ve çıkarımlarına dayanmaktadır (Knabe, 2009). Algılanan davranışsal kontrol düzeyi, davranışın performansını kolaylaştıran veya baskılayan faktörlerin oluşma sıklığına göre derecelendirilerek değerlendirilmektedir. Bu faktörler, iee kontrol (bilgi, kişisel yetersizlikler, yetenekler, duygular) ve diş kontrol (fırsatlar, başkalarına bağlılık, bariyerler) faktörleridir (Conner, 1993). Sonuee itibariyle kişi bir davranışı gerseekeştirme ile ilgili ne kadar fazla kontrol sahibiye, davranışı gerseekeştirebilme olasılığı o derece fazladır. Söz konusu literatür işığında, algılanan davranışsal kontrolün sokak yemeği yeme niyeti üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu varsayılmaktadır. Bu bağlamda şu hipotez geliştirilmiştir:

H3: Algılanan davranışsal kontrolün sokak yemeği yeme niyeti üzerinde etkisi vardır.

2.2.4. Niyet

Ajzen (1991) niyeti, bireyin bir davranışı gerseekeştirmek için duyduğu arzu düzeyi ve ortaya koymayı planladığı eabanın yoğunluğu olarak tanımlamaktadır. Sosyal psikoloji alanında yapılan pek çok ealışmada davranış gerseekeşmeden önce niyetin oluştuğu belirtilmektedir (Sayın Kocagöz, 2010). Planlı Davranış Teorisi'nde niyet bir davranışın gerseekeşip gerseekeşmeyeceğini tahmin etmeye yarar. Bu nedenle davranış ile diğer değişkenler arasında aracı değişken olarak yer almaktadır. Ancak bazı durumlarda niyet tek başına davranışı aeıklayabilirken, eesitli davranışlarda algılanan davranışsal kontrol ile birlikte davranışı aeıklamaya katkı sağlar. Kişinin davranış üzerinde tam bir kontrol sahibi olduğu durumlarda, fırsatlar oluştuğunda niyetin gerseekeşmesi beklenir (Ajzen, 2006). Söz konusu literatür işığında, niyetin sokak yemeği yeme davranışını tahmin etmede önemli bir etkisi olduğu görölmektedir.

Tüketicilerin sokak yemeklerine ilişkin sahip oldukları tutum, algılanan davranışsal kontrol ve sübjektif normun tüketme niyetini doğrudan etkilediği düşünölmektedir. Bu bağlamda bu değişkenler arasındaki ilişkilerin yapısal bir modelinin ortaya konulması amaee lanmaktadır. Tüketicilerin sokak yemeklerini tüketme niyetlerini etkileyecek demografik özelliklerinin davranışsal niyetleri üzerindeki etkilerini aeığa eıkarmak ve eözüm önerileri sunmak ealışmanın amaee larındandır.

3. Araştırmanın Yöntemi

Nicel araştırma yönteminin kullanıldığı bu araştırmada, analizler için tanımlayıcı istatistik yöntemlerinden ve tahminleyici istatistik yöntemlerinden yararlanılmıştır.

Bunun yanı sıra gizil değişkenler arasındaki ilişkilerin test edilmesinde yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır.

Araştırmada örneklem seçilirken amaca uygun ve kolay ulaşılabilir örnekleme yöntemi tercih edilmiş, araştırma örneklemine dâhil edilecek tüketicilere ilişkin ölçütler, amaçsal örnekleme yöntemi kapsamında seçilmiştir. Bu amaçla 16 yaşından büyük ve sokak lezzetlerini tüketen kişiler olmasına özen gösterilmiştir. Elde edilen verilerin daha sağlıklı olabilmesi amacıyla kolayda örnekleme yöntemiyle tercih edilmiş, Mersin ilinde sokak yemeklerini deneyimleyen 661 kişiye ulaşılmış, yüz yüze anket tekniği ile veriler toplanmıştır. Araştırmada katılımcıların sorulara içtenlikle cevap verdiği varsayılmaktadır.

3.1. Verilerin Yeniden Düzenlemesi ve Analizi

Örneklemden elde edilen veriler, analiz edilmeden önce “Missing Value (Kayıp Değer)”, “Outlier (Uç Değer)” analizleri yapılarak 19 adet veri araştırmaya dâhil edilmemiş ve kalan veriler yeniden düzenlenmiştir. Verilerin normal dağılıma sahip olup olmadığını analiz etmek için “Çarpıklık (skewness) ve Basıklık (kurtosis)” değerlerine incelenmiştir. Yapısal eşitlik modellerinde verilerin normal dağılıma sahip olup olmadığı bu yöntemle anlaşılmaktadır (Tabachnick ve Fidell, 2012). Yanı sıra, program tarafından tavsiye edilen hata terimleri arasında kovaryanslar oluşturularak modele ilişkin değerlerin iyileştirilmesi sağlanmıştır.

3.2. Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Araştırmada Ryu ve Jang (2006), Ryu ve Han (2010) ve Chavarria ve Phakdee-auksorn (2017) çalışmalarında kullanmış oldukları ve Solunoğlu (2018) tarafından Türkçe'ye uyarlanan “Davranışa Yönelik Tutum Ölçeği” kullanılmıştır. İlgili ölçek on dört ifade olarak kullanılmıştır. Chavarria ve Phakdee-auksorn (2017) tarafından kullanılan tüketicilerin davranışsal niyetini etkileyen sübjektif norm ölçeği 5 ifade ve algılanan davranışsal kontrol ölçeği 4 ifade olarak çalışmaya uyarlanarak kullanılmıştır. Farklı çalışmalarda davranışsal niyetlere ilişkin ölçeklerin üç veya beş ifadeden oluştuğu görülmektedir (Ajzen ve Fishbein, 1980; Bagozzi ve diğ., 2000; Ryu ve Jang, 2006; Arvola ve diğ., 2008; Ryu ve Han, 2010; Karim ve diğ., 2011; Liu, Pieniak ve Verbeke, 2013; Irianto, 2015; Yazdanpanah ve Forouzani, 2015). Bu çalışmada davranışsal niyeti açıkladığı varsayılan dört ifadeden oluşan niyet ölçeği tercih edilmiştir.

4. Bulgular

4.1. Sokak Yemekleri Tüketicilerinin Demografik Özellikleri

Anket çalışmasına katılan 642 sokak lezzeti tüketicisinin demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

| Tüketici özellikleri | | Sayı | Yüzde |
|---|-----------------------|------------|------------|
| Yaş | 16-20 yaş | 204 | 31,8 |
| | 21-30 yaş | 187 | 29,1 |
| | 31-40 yaş | 163 | 25,4 |
| | 41-50 yaş | 48 | 7,5 |
| | 51 yaş ve üstü | 40 | 6,2 |
| | Toplam | 642 | 100 |
| Gelir Aralığı | 0-2020 TL | 401 | 62,5 |
| | 2021-3500 TL | 154 | 24,0 |
| | 3501-5000 TL | 57 | 8,9 |
| | 5001-6500 TL | 20 | 3,1 |
| | 6501 TL ve üzeri | 10 | 1,6 |
| | Toplam | 642 | 100 |
| Medeni Durum | Bekâr | 313 | 48,8 |
| | Evli | 329 | 51,2 |
| | Toplam | 642 | 100 |
| Cinsiyet | Kadın | 372 | 57,9 |
| | Erkek | 270 | 42,1 |
| | Toplam | 642 | 100 |
| Eğitim Durumu | Okur yazar | 44 | 6,9 |
| | İlköğretim | 168 | 26,2 |
| | Lise | 261 | 40,7 |
| | Önlisans | 74 | 11,5 |
| | Lisans | 73 | 11,4 |
| | Yüksek lisans/Doktora | 22 | 3,4 |
| | Toplam | 642 | 100 |
| Sokak Lezzetleri Aile kültürümüzün bir parçasıdır | Evet | 373 | 58,1 |
| | Hayır | 269 | 41,9 |
| | Toplam | 642 | 100 |

Tablo 1’de araştırmaya katılan tüketicilerin %31,8’i (204 kişi) 16-20 yaş aralığındadır. Tüketicilerin %62,5’i (401 kişi) 0-2020 TL gelire sahip olup, %57,9’u (372 kişi) bayan ve %40,7’si (261 kişi) lise mezunudur. Bunun yanı sıra tüketicilerin %58,1’i (373 kişi) sokak lezzetlerini aile kültürünün bir parçası olarak değerlendirmektedir.

4.2. Ölçeklerin Normal Dağılımına, Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizlerine İlişkin Sonuçlar

Planlı davranış teorisi kapsamında sokak yemeklerini tüketme niyetine ilişkin elde edilen verilerin dağılımı, geçerlilik ve güvenilirlik analizlerine ait bulgulara göre, araştırmada kullanılan verilerin normal dağılıma sahip olup olmadığı “Çarpıklık (skewness) ve Basıklık (kurtosis)” değerlerine göre incelenebilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2012). Literatürde yer alan farklı kaynaklara göre bu değerler, +/- 1,0 veya +/- 1,5 aralığında olurken (Bayram, 2010), farklı kaynaklara göre ise sig<0,01 ise +/-2,58 veya sig<0,05 ise +/-1,96 aralığında (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2009) olabildiği

görülmektedir. Yapılan bu araştırmada yer alan her bir ölçeğin geçerliliği, doğrulayıcı faktör analizleri ile test edilmiştir.

Ölçeklerin faktör yüklerinin dağılımlarını analiz etmek için “Direct Oblimin” yöntemi ve “Maksimum Olasılık Yöntemi” kullanılmıştır. Ölçeklerde yer alan değişkenlerin doğrulayıcı faktör analizleri, AMOS 18.0 istatistik programı ile yapılmıştır. İlgili istatistik programında verilerini analizini gerçekleştirmek için, Maksimum Olabilirlik Tahmin Yöntemi (Maximum Likelihood Estimation) kullanılmıştır. YEM’de bu yöntemin kullanılması önerilmektedir (Bayram, 2010; Schumacker ve Lomax, 2010; Hair ve diğ. 2009). Uygulanan yöntem doğrultusunda ölçüm modellerine ait uyum iyiliği değerlerinin en iyi sonuçları, ikinci düzey çok faktörlü DFA ölçüm modelleri ile elde edilmiştir.

Tablo 2: Verilerin Dağılımı ve Güvenilirliğine İlişkin Bulgular

| Faktörler | İfadeler | N | Ort. | Std. Sapma | Çarpıklık | | Basıklık | | Cronbach Alfa |
|-------------------------------|----------|-----------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|---------------|
| | | Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Std. Error | Statistic | Std. Error | |
| Tutum | SYT1 | 462 | 2,02 | 1,438 | 1,085 | ,096 | -,347 | ,193 | ,878 |
| | SYT2 | 462 | 2,36 | 1,451 | ,669 | ,096 | -,924 | ,193 | |
| | SYT3 | 462 | 2,37 | 1,380 | ,642 | ,096 | -,810 | ,193 | |
| | SYT4 | 462 | 3,44 | 1,351 | -,348 | ,096 | -1,008 | ,193 | |
| | SYT5 | 462 | 3,14 | 1,499 | -,135 | ,096 | -1,397 | ,193 | |
| | SYT6 | 462 | 3,25 | 1,501 | -,273 | ,096 | -1,321 | ,193 | |
| | SYT7 | 462 | 1,61 | 1,172 | 1,842 | ,096 | 2,087 | ,193 | |
| | SYT8 | 462 | 2,29 | 1,539 | ,772 | ,096 | -,956 | ,193 | |
| | SYT9 | 462 | 3,42 | 1,231 | -,303 | ,096 | -,661 | ,193 | |
| | SYT10 | 462 | 2,21 | 1,450 | ,810 | ,096 | -,791 | ,193 | |
| | SYT11 | 462 | 3,44 | 1,335 | -,440 | ,096 | -,843 | ,193 | |
| | SYT12 | 462 | 2,98 | 1,483 | -,015 | ,096 | -1,329 | ,193 | |
| | SYT13 | 462 | 3,33 | 1,338 | -,246 | ,096 | -,989 | ,193 | |
| | SYT14 | 462 | 2,71 | 1,635 | ,304 | ,096 | -1,505 | ,193 | |
| Sübjektif Norm | SN1 | 462 | 2,39 | 1,389 | ,540 | ,096 | -1,087 | ,193 | ,828 |
| | SN2 | 462 | 3,35 | 1,278 | -,203 | ,096 | -1,286 | ,193 | |
| | SN3 | 462 | 2,72 | 1,279 | ,179 | ,096 | -1,154 | ,193 | |
| | SN4 | 462 | 2,74 | 1,228 | ,120 | ,096 | -1,097 | ,193 | |
| | SN5 | 462 | 2,85 | 1,303 | ,008 | ,096 | -1,250 | ,193 | |
| Algılanan Davranışsal Kontrol | ADK1 | 462 | 3,83 | 1,057 | -1,080 | ,096 | ,585 | ,193 | ,699 |
| | ADK2 | 462 | 3,91 | 1,021 | -1,119 | ,096 | ,821 | ,193 | |
| | ADK3 | 462 | 3,73 | 1,053 | -,866 | ,096 | ,246 | ,193 | |
| | ADK4 | 462 | 3,74 | 1,117 | -,746 | ,096 | -,171 | ,193 | |
| Niyet | NİYET1 | 462 | 3,03 | 1,284 | -,119 | ,096 | -1,099 | ,193 | ,820 |
| | NİYET2 | 462 | 2,84 | 1,246 | ,093 | ,096 | -1,048 | ,193 | |
| | N İYET3 | 462 | 3,77 | 1,194 | -,742 | ,096 | -,430 | ,193 | |
| | NİYET4 | 462 | 2,68 | 1,287 | ,205 | ,096 | -1,103 | ,193 | |

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik analizlerinde her bir ölçeğin Cronbach Alfa değerinin 0,65 - 0,90 aralığında olduğu görülmüştür. İlgili değerler, ölçeklerin oldukça güvenilir olduğu anlamına gelmektedir (Kalaycı, 2009). Bunun yanı sıra araştırmada kullanılan ölçeklere ait değişkenlerin “Çarpıklık (skewness) ve Basıklık (kurtosis)” değerlerinin +/-2 aralığında yer aldığı ve her bir

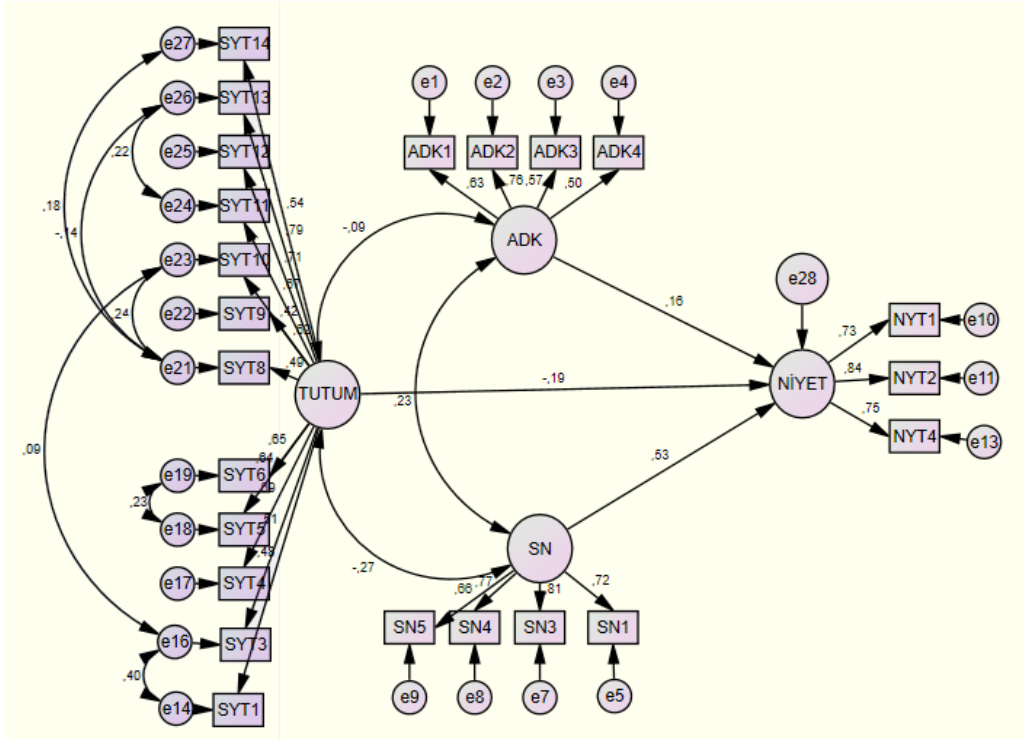
değişkene ait verilerin çoklu normal dağılıma sahip olduğu bulunmuştur. Her bir ölçeğe, birinci düzey tek faktörlü, birinci düzey çok faktörlü ve ikinci düzey çok faktörlü doğrulamayı faktör analizleri (DFA) yapılarak veriler doğrulanmıştır. İstatistik programının önerileri doğrultusunda gerekli iyileştirmeler yapıldıktan sonra, standardize edilmiş faktör yükü (Standardized Estimated Weights) 0,70'in altında olan (Hair ve diğ., 2009) değişkenler ile "p değeri" 0,05'ten büyük olan ve istatistiksel olarak anlamsız olan ifadeler, ölçekten çıkarılmış ve tavsiye edilen hata terimleri arasında kovaryanslar oluşturulmuştur (Bayram, 2010; Meydan ve şeşen, 2015). Bu doğrultuda tutum ölçeğinden 2. ve 7. ifadeler, niyet ölçeğinden 3. ifade, sübjektif norm ölçeğinden 2. ifade faktör yüklerinin düşük olmasından dolayı analizlerden çıkartılmıştır. Yanı sıra program tarafından tavsiye edilen hata terimleri arasında (e14-e16, e16-e23, e18-e19, e21-e23, e21-e26, e21-e27 ve e24-e26) kovaryanslar oluşturularak modele ilişkin değerlerin iyileştirilmesi sağlanmıştır.

Tablo 3: Araştırma Ölçeklerine Ait Doğrulamayı Faktör Analizi Sonuçları

| Ölçek/Model | $\Delta\chi^2$ | p | df | $\Delta\chi^2/df$ | RMSEA | CFI | NFI | GFI | AGFI | RMR |
|----------------|----------------|------|----|-------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Tutum | 38,142 | ,000 | 8 | 4,767 | 0,080 | 0,993 | 0,983 | 0,963 | 0,988 | 0,041 |
| Sübjektif Norm | 26,568 | ,000 | 20 | 1,328 | 0,076 | 0,974 | 0,972 | 0,978 | 0,913 | 0,051 |
| ADK | 14,962 | ,041 | 4 | 3,740 | 0,078 | 0,972 | 0,968 | 0,988 | 0,942 | 0,055 |
| Niyet | 9,116 | ,010 | 2 | 4,558 | 0,075 | 0,990 | 0,964 | 0,993 | 0,965 | 0,039 |

Not: RMSEA= RootMeanSquareError Of Approximation; CFI= Comparative Fit Index; NFI=Normed Fit Index, GFI= Goodness Of Fit Index, *P < 0,05

Araştırmada yer alan tüm ölçeklerin ölçüm modellerine ait doğrulamayı faktör analizi model uyum iyiliği sonuçları Tablo 3'te yer almaktadır. Araştırma modelinde yer alan tutum, sübjektif norm, algılanan davranışsal kontrol ve niyet değişkenlerinin birinci ve ikinci düzey çok faktörlü DFA analizleri sonuçlarına göre $\Delta\chi^2/df$ (ki kare/serbestlik derecesi) ise 0 ile 5 değer aldığı görölmektedir. Bu değer YEM'de modelin mükemmel uyum sağladığını gösteren en temel değerdir (Khine, 2013; Schumacker ve Lomax, 2010; Hair ve diğ., 2009; şimşek, 2007). Bu durumda araştırmada elde edilen verilerin ölçüm modelleri tarafından doğrulandıkları ve geğerliliklerinin kabul edilebilir düzeylerde olduğu tespit edilmiştir.

Şekil 1: Mersin Sokak Yemeklerini Tüketme Niyetine İlişkin Yapısal Eşitlik Modeli

Literatürde yer alan teorik bilgilere dayalı ilişkilerden yola çıkılarak oluşturulan araştırma modeli YEM ile test edilmiştir. Test sonuçları doğrultusunda şekil üzerinde yer alan yol analizleri tutum, sübjektif norm ve algılanan davranışsal kontrolün, davranışsal niyet üzerinde etkisi olduğunu göstermektedir. Modelde yer alan değişkenler arasındaki ilişkilerin standardize edilmiş regresyon değerleri de Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3 incelendiğinde P değerinin tüm ilişkilerde 0,05'ten küçük olduğu görülmektedir. Bu durumda değişkenler arasındaki tüm ilişkiler istatistiksel olarak anlamlıdır. Modelin kabul edilebilirliğine ilişkin değerler ise Tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4: Araştırmanın Yapısal Eşitlik Modellerinin Uyum İyiliği Sonuçları

| Ölçüm | $\Delta\chi^2$ | P | df | $\Delta\chi^2/df$ | RMSEA | CFI | NFI | GFI | RMR |
|----------|----------------|------|-----|-------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Değerler | 721,514 | .000 | 217 | 3,325 | 0,059 | 0,911 | 0,894 | 0,911 | 0,086 |

*p < 0,05 (istatistiksel anlamlılık düzeyi)

Tablo 4'te yapılan araştırmaya ait Yapısal Eşitlik Modeli analiz sonuçlarına göre; araştırma modelinin kabul edilebilir değerlere sahip olduğu görülmektedir. Tabloda yer alan Ki-kare değeri/serbestlik derecesi değeri ($\Delta\chi^2/df= 3,325$), YEM'de modelin genel uyum değerlendirilmesinde kullanılan en temel değerdir (Şimşek, 2007; Hair vd. 2009; Schumacker ve Lomax, 2010; Khine, 2013; Altın, Çiçek ve Sağlam, 2018). Bu değer 3'ün altında olması mükemmel uyumu, 5'in altında olması ise kabul edilebilir uyumu

göstermektedir (Şimşek, 2007). Ancak bu değerle birlikte RMSEA, GFI, CFI, NFI, RMR vb. pek çok uyum iyiliği değerlerine bakılmaktadır. Bu değerlerden hangisinin kullanılması gerektiğine ilişkin literatürde tam bir uzlaşısı yoktur. Ancak GFI, CFI ve NFI değerleri 0 ile 1 aralığında değişen değerler alır. Bu değerler 1'e yaklaştıkça model uyum iyiliğinin arttığı ve kabul edilebilir uyuma karşılık geldiği belirtilir (Yılmaz, Çelik ve Erdoğan, 2006; Hair ve diğ. 2009; Schumacker ve Lomax, 2010; Khine, 2013; Meydan ve Şeşen, 2015; Altın ve diğ, 2018). RMSEA ve RMR değerlerinin ise 0.05'e eşit veya daha küçük değerinin mükemmel bir uyuma, 0,08 ve altındaki değerlerin kabul edilebilir bir uyuma, 0,10'dan daha büyük değer de kötü uyuma karşılık geldiği belirtilmektedir (Şimşek, 2007).

Modelde yer alan değişkenler arasındaki ilişkilere ait istatistiksel değerler ise Tablo 5'te gösterilmektedir.

Tablo 5: Araştırmanın Yapısal Eşitlik Modeline Ait Analiz Sonuçları ve Değişkenler Arası İlişkiler

| Değişkenler Arası İlişkiler | | Standardize Edilmiş Regresyon Değeri | *P Değer | Hipotez Kabul/Red | |
|-----------------------------|---|--------------------------------------|----------|-------------------|-------|
| TUTUM | → | NİYET | -,189 | 0,000 | Kabul |
| SUBJEKTİF NORM | → | NİYET | ,534 | 0,000 | Kabul |
| ADK | → | NİYET | ,161 | 0,000 | Kabul |

*p < 0,05 (istatistiksel anlamlılık düzeyi)

Tablo 5'te elde edilen bulgular doğrultusunda tutumun, sübjektif normun ve algılanan davranışsal kontrolün, davranışsal niyet üzerinde anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir. Fakat tutumun, davranışsal niyet üzerinde negatif yönde bir etkisi olduğu ($\beta = -,189$ ve $p < 0,000$) tespit edilmiştir. Bu durumda H1 hipotezi kabul edilmiştir. Yani davranışa yönelik tutumun sokak yemeği yeme niyeti üzerinde etkisi vardır. Bu etkinin negatif yönde olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra sübjektif norm ve algılanan davranışsal kontrolün, davranışsal niyeti pozitif yönde ve anlamlı şekilde etkilediği tespit edilmiştir. Yani H2 hipotezi, sübjektif normun sokak yemeği yeme niyeti üzerinde etkisi vardır ($\beta = ,534$ ve $p < 0,000$) ve H3 hipotezi, algılanan davranışsal kontrolün sokak yemeği yeme niyeti üzerinde etkisi vardır ($\beta = ,161$ ve $p < 0,000$). Literatürde PDT ile ilgili yapılan diğer çalışmalardan (Chavarria ve Phakdee-aüksorn, 2017; Solunoğlu, 2018) farklı olarak bu çalışmada tutumun davranışa yönelik niyet üzerinde negatif etkisi olduğu, aynı zamanda algılanan davranışsal kontrolün davranışsal niyet üzerinde doğrudan ve pozitif yönde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Zira Chavarria ve Phakdee-aüksorn (2017) Phuket'i ziyaret eden turistlerin sokak yemeklerine ilişkin tutumlarını tanımlamayı ve davranışsal niyetlerine etki eden boyutların neler olduğunu tespit etmeye çalışmışlardır. İlgili çalışmada tutuma ilişkin alt boyutlar belirlenmeye çalışılmış ve PDT'nin diğer alt boyutlarıyla birlikte (algılanan davranışsal kontrol ve öznel norm) davranışsal niyeti açıklamada önemli bir etkiye sahip oldukları görülmüştür. Yine Solunoğlu (2018) tarafından yapılan çalışmada, Gaziantep ve İstanbul sokak lezzetlerine yönelik tüketici tutumlarının davranışsal niyet üzerindeki değişime önemli bir etkisi (%67,20'sini) olduğu görülmektedir. Bu çalışmada tutumun anlamlı fakat negatif yönlü olmasının temel sebebi çalışmaların uygulandığı örneklemelerin farklı olması olarak değerlendirilebilir.

5. Sonuç

Bu araştırma ile Planlı Davranış Teorisi'ne ilişkin değişkenlerin sokak yemeklerini tüketme niyetlerine etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. PDT kapsamındaki değişkenlerin (davranışa yönelik tutum, sübjektif norm, algılanan davranışsal kontrol) davranışa yönelik niyet üzerinde etkilerinin yönü ve düzeyini anlamak için üç hipotez geliştirilmiş ve bu hipotezler elde edilen veriler ile sınanmıştır.

Elde edilen bulgular sokak yemeklerini tüketme niyetine yönelik algılanan davranışsal kontrol ve sübjektif normun anlamlı ve pozitif yönde etkili olduğunu gösterirken, literatürde yer alan çalışmalardan farklı olarak davranışa yönelik tutumun ise anlamlı fakat negatif yönde etkili olduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda sokak yemeklerini tercih edenlerin kişisel kararlarının yanı sıra çevrelerinde yer alan bireylerden de oldukça fazla etkilendikleri tespit edilmiştir. Sokak yemeklerine ilişkin tutum düzeyinin artmasının ise tüketme niyetinin azalmasına neden olduğu görülmektedir. Bu anlamda sokak yemeklerine yönelik hijyen ve sanitasyon gibi tutumların kişilerdeki kaygı düzeyine etki ediyor olduğu ifade edilebilir. Bu kaygı düzeyine ilişkin tutumun yükselmesi sokak yemekleri tüketme niyetini olumsuz etkilemektedir. Gastronomik bir değer olarak sunulan sokak yemekleri aile kültürünün bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Sokak yemekleri bu anlamda yerel kültüre temas etmenin en kısa yoludur.

Bu çalışmadan elde edilen bulgular yerel yöneticilerin şehir tanıtımlarında önemli bir araç olan sokak yemeklerine ilişkin hangi unsurları dikkate alacağı yönünde yardımcı olabilir. Sokak yemeklerine ilişkin olumsuz görünen ve tutumu etkileyen unsurların iyileştirilmesi sağlanarak destinasyon tanıtımında önemli avantajlar elde edilebilir. Ayrıca bu araştırma halk sağlığı çalışmacılarına da hangi faktörlerin tutumu ve niyeti etkilediği yönünde yol gösterici olabilir. Böylece gerek sokak satıcılarına gerekse sokak yemeği sevenlerine yönelik bilgilendirme ve eğitim faaliyetleri organize edilebilir.

Çalışmanın kısıtları arasında örneklemin sadece sokak yemeklerini tüketen kişilerden oluşması ve tek bir ilde yürütülmüş olması belirtilmelidir. Gelecek çalışmalarda birden fazla destinasyonun ele alınarak karşılaştırmaların yapılması, yerel yöneticilerin destinasyon tanıtımında sokak yemeklerine yönelik ekonomik değer, pazarlama ve uygulama destekleriyle ilgili yaklaşımlarının incelenmesi, bunun yanı sıra sokak yemeklerini tedarik edenlerin sokak yemeklerine ilişkin hijyen, sanitasyon ve beslenme boyutlarına ilişkin tutum ve niyetlerinin incelenmesi karşılaştırmalı çalışmalar açısından literatüre katkı sunacaktır. Ayrıca sokak satıcılarının hijyen, sanitasyon, pazarlama, personel istihdamı ve finans konularına ilişkin uygulamalarına yönelik farklı boyutları ele alan araştırmaların da literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

6. Kaynaklar

- Abrahale K., Sousa S., Albuquerque G., Padrão P. ve Lunet N. (2019). Street Food Research Worldwide: A Scoping Review. *Journal of Human Nutrition and Dietetics*, 32(2),152-174.
- Ajzen, I. ve Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes And Predicting Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior, In J. Kuhl ve J. Beckman (Eds.), *Action Control, From Cognition to Behaviour*, Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

- Ajzen, I., (1988). *Attitudes, Personality and Behaviour*, Milton Keynes, UK: Open University Press.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour. *Organization Behaviour and Human Decision Process*, 50, 179-211.
- Ajzen I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior* (2nd ed.). Maidenhead, UK: Open University Press.
- Ajzen, I. (2006). *Constructing a TPB Questionnaire: Conceptual and Methodological Considerations*. Retrieved 12.04.2019 from the <http://www.people.umass.edu/aizen/pdf/tpb.measurement.pdf>.
- Ajzen I. (2012). The Theory of Planned Behavior. In P. A. M. Lange, A. W. Kruglanski ve E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of Theories of Social Psychology* (Vol. 1, pp. 438-459). London, UK: Sage.
- Ajzen, I. (2015). Consumer Attitudes and Behavior: The Theory of Planned Behavior Applied to Food Consumption Decisions. *Rivista di Economia Agraria*, 2, 121-138.
- Altın, Ş., Çiçek, B. ve Sağlam, K. (2018). "Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Tüketim Alışkanlıklarında Marka Farkındalığının Etkisi" İçinde Z. Arıkan, Ş. Ertekin ve H.Bay. (Editörler), *Sosyal Bilimlerde Stratejik Yaklaşımlar*, 215-238, Lambert Academic Publishing, Germany.
- Arvola, A., Vassallo, M., Dean, M., Lampila, P., Saba, A., Lähteenmäki, L. ve Shepherd, R. (2008). "Predicting Intentions To Purchase Organic Food: The Role Of Affective And Moral Attitudes In The Theory Of Planned Behaviour". *Appetite*, 50(2), 443-454.
- Bagozzi, R. P., Wong, N., Abe, S. ve Bergami, M. (2000). "Cultural And Situational Contingencies And The Theory Of Reasoned Action: Application To Fast Food Restaurant Consumption". *Journal of Consumer Psychology*, 9(2), 97-106.
- Bayram, N. (2010). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş- Amos Uygulamaları*, 1. Baskı, İstanbul: Ezgi Kitapevi.
- Chavarria, L. C. T. ve Phakdee-auksorn, P. (2017). "Understanding International Tourists' Attitudes Towards Street Food In Phuket, Thailand". *Tourism Management Perspectives*, 21, 66-73.
- Cohen, E. ve Avieli, N. (2004). Food in Tourism: Attraction and Impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755-778.
- Conner, M., (1993), "Understanding Determinants of Food Choice: Contributions from Attitude Research" , *British Food Journal*, 95(9), 27-31.
- Dawson, R. J. ve Canet, C. (1991). International Activities in Street Foods. *Food Control*, 2(3),135- 139.
- Erten, S. (2002). Planlanmış Davranış Teorisi ile Uygulamalı Öğretim Metodu. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 19 (2), 217-233.
- FAO, (1986). *Regional Workshop on Street Foods in Asia*. Jakarta, Indonesia. <http://agris.fao.org/agris-search/search.do?recordID=XF8983017>, Erişim Tarihi: 03.03.2019.
- FAO, (1989). Street foods", Report of an FAO Expert Consultation Jogjakarta, Indonesia, 5-9 December 1988. *FAO Food and Nutrition Paper* 46, 1-96.
- FAO, (2009). Good Hygienic Practices in the Preparation and Sale of Street Food in Africa: Tools for Training. <http://www.fao.org/docrep/012/a0740e/a0740e00.HTM>, Erişim tarihi: 10.03.2019.
- Fishbein, M. ve Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Freese, E., Romero-Abal, M-E., Solomon, N. W. ve Gross, R. (1998). The Microbiological Safety of Typical Guatemalan Foods from Street Vendors, Low-

- Income Homes and Hotels. *International Journal of Food Sciences and Nutrition*, 49, 27-38.
- Güney, S. (2000). *Davranış Bilimleri*. Genişletilmiş 2. Baskı, Nobel Yayın Dağıtım, Yayın No: 178, Ankara.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., ve Anderson, R. E. (2009). *Multivariate Data Analysis*, 7th Edition, Pearson Prentice Hall.
- Hill, J., Mchiza, Z., Fourie, J., Puoane, T. ve Steyn, N. (2016). Consumption Patterns of Street Food Consumers in Cape Town. *Journal of Family Ecology and Consumer Sciences*, Special Edition, 25-35.
- Hjalager, A.M. ve Corigliano, M.A. (2000). Food for Tourists Determinants of an Image. *International Journal of Tourism Research*, 2, 281-293.
- Irianto, H. (2015). "Consumers' Attitude and Intention towards Organic Food Purchase: An Extension of Theory of Planned Behavior in Gender Perspective". *International Journal of Management, Economics and Social Sciences*, 4(1), 17-31.
- Johnson, P-N. T. ve Yawson, R. M. (Eds.). (2000). Enhancing the Food Security of the Peri-Urban and Urban Poor Through Improvements to the Quality, Safety and Economics of Street-Vended Foods. MPRA Paper 33240, University Library of Munich, Germany.
- Kalaycı, Ş. (2009). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, 4. Baskı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım Ltd.
- Karim, A., Shahrim, M., Lia, C. B., Aman, R., Othman, M., ve Salleh, H. (2011). *Food Image, Satisfaction And Behaviorall Intentions: The Case Of Malaysia's Portugese Cuisine*. International CHRIE Conference-Refereed Track.
- Khine, M. S. (Ed.). (2013). *Application Of Structural Equation Modeling in Educational Research and Practice* (Vol. 7). Rotterdam: Sense Publishers.
- Knabe, A. (2009). Applying Ajzen's Theory of Planned Behavior to a Study of Online Course Adoption in Public Relations Education. *Dissertation*, Marquette University, Milwaukee.
- Kocagöz-Sayın, E. (2010). Kadınların Makyaj Malzemelerini Satın Alma Davranışlarının İncelenmesi: Planlanmış Davranış Teorisinin Bir Uygulaması, *Yayınlanmamış Doktora tezi*, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Kraig, B. ve Sen, C. T. (2013). *Street Food Around the World An Encyclopedia of Food and Culture*. CA: ABC-CLİO.
- Kumar, D. (2015). History of Street Food, Incredible Chef Magazine. <https://www.worldchefs.org/worldnews/05dfb5ac392306ffd7bbed67db575d31df63673b>, Erişim Tarihi: 08.05.2019.
- Liu, R., Pieniak, Z., and Verbeke, W. (2013). "Consumers' Attitudes and Behaviour Towards Safe Food In China: A Review". *Food Control*, 33(1), 93-104.
- Meydan, C. H. ve Şeşen H. (2015). *Yapısal Eşitlik Modellemesi-Amos Uygulamaları*, 2. Baskı, İkinci Baskı, İstanbul: Detay Yayıncılık
- Morgan, T.C. (1999). *Psikolojiye Giriş*. Yayın Sorumlusu: Karakaş, S. Hacettepe Üniversitesi Psikoloji Bölümü Yayınları, Yay.No:1 Meteksan A.Ş., Ankara.
- Muñoz-Silva, A., Sánchez-García, M., Nunes, C. and Martins, A. (2007). Gender Differences in Condom Use Prediction with Theory of Reasoned Action and Planned Behaviour: The Role Of Self-Efficacy and Control. *AIDS Care*, 19, 1177-1181.
- Ryu, K. ve Han, H. (2010). "Predicting Tourists' Intention To Try Local Cuisine Using A Modified Theory Of Reasoned Action: The Case Of New Orleans". *Journal Of Travel & Tourism Marketing*, 27(5), 491-506.

- Ryu, K. ve Jang, S. (2006). "Intention To Experience Local Cuisine In A Travel Destination: The Model Theory Of Reasoned Action", *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(4), 507-516.
- Samapundo, S., Cam-Thanh, T. N., Xhaferi, R. ve Devlieghere, F. (2016). Food Safety Knowledge, Attitudes and Practices of Street Food Vendors and Consumers in Ho Chi Minh City, Vietnam. *Food Control*, 70, 79-89.
- Schumacker, R. E. ve Lomax, R. G. (2010). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling (3rd Edition)*, New York: Taylor & Francis Group.
- Solunoğlu, A. ve Nazik, M. H. (2018). Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tercihleri: Gaziantep Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 40-59.
- Solunoğlu, A. (2018) Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tutumları: Gaziantep ve İstanbul Örnekleri, *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Steyn, N. P. and Labadarios, D. (2011). Street Foods and Fast Foods: How Much do South Africans of Different Ethnic Groups Consume? *Ethnicity & Disease*, 21, 462-466.
- Steyn, N. P., Mchiza, Z., Hill, J., Davids, Y., Venter, I., Hinrichsen, E., Opperman, M., Rumbelow, J. ve Jacobs, P. (2013). Nutritional Contribution of Street Foods to the Diet of People in Developing Countries: A Systematic Review. *Public Health Nutrition*, 17(6),1363-1374.
- Şahin, E. ve Yıldız, F. (2016). Street Foods and Gaziantep. *II. International Gastronomic Tourism Congress Proceedings*, İzmir.
- Şimşek, Ö.F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş-Temel İlkeler ve Lisrel Uygulamaları*, Ankara: Ekinoks.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., ve Ullman, J. B. (2007). *Using Multivariate Statistics* (Vol. 5). Boston, MA: Pearson.
- Tayfun, A., ve Yayla, Ö. (2014). Turistlerin Otel Seçimlerinde Marka Sadakatini Etkileyen Faktörlerin Davranışsal ve Tutumsal Sadakat Boyutuyla İncelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1),30- 35.
- Tinker, I. (1999). Street foods into the 21st century. *Agriculture and Human Values*, 16 (3), 327–333.
- WHO (1996). Essential safety requirements for street-vended foods.
http://www.who.int/food_safety/publications/street-vended-food/en/, Erişim Tarihi: 05.03.2019.
- Yazdanpanah, M. ve Forouzani, M. (2015). "Application Of The Theory Of Planned Behaviour To Predict Iranian Students' İntention To Purchase Organic Food". *Journal of Cleaner Production*, 107, 342-352.
- Yılmaz, V., Çelik, H. E. ve Erdoğan, H. E. (2006). Kuruma Bağlılığı Etkileyen Faktörlerin Yapısal Eşitlik Modelleriyle Araştırılması: Özel ve Devlet Bankası Örneği, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 171-183.