



EV DIŞI ET TÜKETİMİ

TUFAN SÜREN

DOKTORA TEZİ

AİLE EKONOMİSİ VE BESLENME EĞİTİMİ ANA BİLİM DALI

GAZİ ÜNİVERSİTESİ

EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

NİSAN, 2016

TELİF HAKKI ve TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU

Bu tezin tüm hakları saklıdır. Kaynak göstermek koşuluyla tezin teslim tarihinden itibaren yirmi dört (24) ay sonra tezden fotokopi çekilebilir.

YAZARIN

Adı : TUFAN

Soyadı : SÜREN

Bölümü : Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi

İmza :

Teslim tarihi :

TEZİN

Türkçe Adı: Ev Dışı Et Tüketimi

The Name of Thesis : Out-Of-Home Meat Consumption

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Tez yazma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyduğumu, yararlandığım tüm kaynakları kaynak gösterme ilkelerine uygun olarak kaynakçada belirttiğimi ve bu bölümler dışındaki tüm ifadelerin şahsıma ait olduğunu beyan ederim.

Yazar Adı Soyadı: Tufan SÜREN

İmza:

JÜRİ ONAY SAYFASI

Tufan SÜREN tarafından hazırlanan “Ev Dışı Et Tüketimi” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği ile Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi Anabilim Dalı’nda Doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Doç. Dr. Saime KÜÇÜKKÖMÜRLER
Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi Anabilim Dalı, Gazi Üniversitesi

Başkan: Prof. Dr. Mine ARLI

Üye: Prof. Dr. Ayşe Özfer ÖZÇELİK
Beslenme ve Diyetetik Bölümü, Ankara Üniversitesi

Üye: Doç. Dr. Hüseyin GÜMÜŞ
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Gazi Üniversitesi

Üye: Yrd. Doç. Dr. Mehmet GÜLLÜ
Zile Dinçerler Turizm İşl. Ve Otelcilik Y.O., Gaziosmanpaşa Üniversitesi

Tez Savunma Tarihi: 18.04.2016

Bu tezin Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi Anabilim Dalı’nda Doktora tezi olması için şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

Prof. Dr. Tahir ATICI

Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürü

TEŞEKKÜR

Çalıőmalarımnda yardım ve katkılarını hiçbir zaman esirgemeyen, çalıőmamın her aşamasında beni yönlendiren değerli danıőmanım ve hocam Sayın Doç. Dr. Saime KÜÇÜKKÖMÜRLER'e, görüş ve düőünceleriyle bana yol gösteren değerli hocalarım Prof. Dr. Mine ARLI ve Prof. Dr. Ayşe Özfer ÖZÇELİK'e, destek ve katkılarını eksik etmeyen tüm Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi Bölümü hocalarıma sonsuz teőekkürlerimi sunarım. Ayrıca, Yrd. Doç. Dr. Neslihan ONUR ve Yrd. Doç. Dr. Mehmet GÜLLÜ baőta olmak üzere tüm çalışma arkadaşlarıma, istatistik çalıőmalarda yardım eden ve yol gösteren Yrd.Doç.Dr.Fatih TÜRKMEN'e, en içten teőekkürlerimi sunarım. Maddi manevi yardım ve destekleri için aileme ve çok sevdiğim eőime özellikle teşekkür ederim.

EV DIŞI ET TÜKETİMİ

(Doktora Tezi)

Tufan SÜREN
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
Nisan 2016

ÖZ

Son yıllarda ev dışı gıda tüketimi hızla artmakta, et tüketimi de ev dışı gıda tüketiminin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Ülkemizde ev dışı gıda tüketiminde et yemeklerinin yeri, et tüketimini etkileyen faktörlerin belirlenmesi, et yemekleri satılan işletmelerde, çalışanların ve bu işletmelere giden kişiler hakkında bilgiler, müşterilerin işletme ve yemeklerle ilgili görüş ve beklentilerinin tespit edilmesi, bu çalışmanın temel konusunu oluşturmuştur. Araştırmaya Turizm İşletme Belgesi olan 1. ve 2. sınıf lokantalar içinden menüsünde Türk mutfağına yönelik et yemekleri bulunan 30 işletme; 90 işletme çalışanı, 90 müşteri katılmıştır. Çalışanların 81'i erkek, %60,0'ı lise mezunudur. Yöneticilerin ortalama yaşı 49,9 ($\pm 8,4$), aynı işletmede çalışma süresi ise 11,8 ($\pm 11,3$) yıldır. Servis çalışanlarının ortalama yaşı 31,2 ($\pm 9,3$), mutfak çalışanlarının ise 32,9 ($\pm 8,9$) yıldır. Servis çalışanlarının aynı işletmede ortalama çalışma süresi 3,9 ($\pm 2,5$), mutfak çalışanlarının ise 4,7 ($\pm 3,8$) yıldır. Verilerin toplanmasında et lokantalarını tercih edenlere, işletme yöneticisine ve personeline anket formları ve iş yeri gözlem formu kullanılmıştır. Elde edilen verilerin frekans/yüzde analizleri yapılmış, bağımsız örneklem için t-testi, tek örneklem t-testi, Ki-Kare bağımsızlık testi (crosstabs), Kruskal-Wallis H testi istatistiksel analizleri yapılmıştır. İşletmelerin günlük ortalama müşteri sayısının 101-200 kişi, en yoğun öğünün akşam öğünü, en yoğun mevsimin yaz olduğu görülmektedir. Kadınların dana etini erkeklere göre daha çok tükettikleri ($p < 0,05$), eğitim durumu yükseldikçe dışarıda yemek yeme sıklığının azaldığı ($p < 0,05$), eğitim durumu ile tüketilen et çeşidi ve et yemeği arasında, gelir durumlarına göre et çeşidi, et yemeği ve dışarıda yemek yeme sıklığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı bulunmuştur ($p > 0,05$). Evde yapılamayacak et yemeklerini yiye biliyorum, daha ekonomik oluyor, daha lezzetli oluyor, farklı et yemeklerini tadabiliyorum, evde kokuya neden oluyor, evde mangal veya ızgara hazırlama imkanım yok ve yöresel yemekleri yiye biliyorum faktörleri kararsız seçeneğinden anlamlı olarak ($p < 0,05$) farklılık göstermektedir. Müşterilerin %23,4'ü

dışarıda yedikleri et yemeklerinin daha ucuz olması gerektiğini düşünmektedirler. Turizm İşletme Belgesi (TİB) sahibi olmayan lokantalarda yapılacak benzer çalışmaların, konunun daha geniş kapsamda ele alınması bakımından önem taşıyacağı düşünülmektedir.



Bilim Kodu :

Anahtar Kelimeler : Et tüketimi, ev dışı gıda tüketimi, Turizm İşletme Belgeli tesisler

Sayfa Adedi : 118

Danışman : Doç. Dr. Saime KÜÇÜKKÖMÜRLER

OUT-OF-HOME MEAT CONSUMPTION

(Ph.D Thesis)

Tufan SÜREN

GAZI UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL OF EDUCATIONAL SCIENCES

April 2016

ABSTRACT

Out-of-home food consumption has been rapidly increasing in recent years while meat consumption is an essential part of the out-of-home consumption. The main subject of this study is the position of meat dishes in out-of-home food consumption in our country, determination of factors affecting meat consumption, information on the businesses selling meat dishes, employees of these businesses and people visiting these businesses, and establishing the views and expectations of the customers on the business and dishes. 30 restaurants with Tourism Operation License in the 1st and 2nd class serving Turkish meat dishes participated in this study. The study covered 180 people including 90 employees and 90 customers. 81 of the employees are male and 60,0% of them high school graduates. The average age of the managers is 49,9 years while the average time for working at the same business is 11,8 years. Average age of the service employees is 31,2 years and that of the kitchen employees is 32,9 years. The average time of working at the same business of the service employees is 3,9 years and that of the kitchen employees is 4,7 years. Survey forms and business place observation forms were applied to the people choosing meat restaurants, personnel and manager of the business for data collection. The frequency and percentage analyses of the obtained data were conducted as well as the statistical analyses of t-test, single sample t-test, Chi-square independence test (crosstabs) and Kruskal-Wallis H test for independent samples using several variables in appropriate data. It was observed that the daily average number of the business is between 101-200, the busiest meal time is the dinner, the busiest season is summer. It was found that women consume veal more than men ($p<0,05$), that the frequency of eating out is reduced while education status gets higher ($p<0,05$), that there is no statistically significant difference between the type of meat, meat dish and frequency of eating out ($p>0,05$). The factors of “I can eat meat dishes that cannot be cooked at home, “it is more affordable”, “it is more tasty”, “I can taste different meat dishes”, “it causes smell at home”, “I don’t have barbeque possibilities at home” and “I can eat local dishes” are significantly different than the irresolute option ($p<0,05$). According to the results of analysis on the views of customers on the out-of-home meat dishes, arithmetic averages in 6 views are different from the choice 3 (medium)

($p < 0,05$). No statistically significant difference was found between genders regarding the meat type, meat dish, education status, out-of-home eating frequency ($p > 0,05$). There was no statistically significant difference between the season and meal of out-of-home meat consumption of customers as well as between the responses of the customers regarding the meat type, meat dish and out-of-home eating frequency according to their income status ($p > 0,01$). 36,2% of the 58 participants who expressed expectations from the businesses where they eat out-of-home customers believe that the meat dishes should be more affordable. Similar studies to be conducted with restaurants without Tourism Operation License are considered to be important for providing a more comprehensive coverage to the subject.



Science Code :

Key Words : Meat consumption, Out-of-home food consumption, facilities with Tourism Operation License

Page Number : 118

Supervisor : Assoc. Prof. Dr. Saime KÜÇÜKKÖÜMLER

İÇİNDEKİLER

| | |
|---|-----|
| TELİF HAKKI ve TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU..... | i |
| ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI..... | ii |
| JÜRİ ONAY SAYFASI..... | iii |
| TEŞEKKÜR..... | iv |
| ÖZ | v |
| ABSTRACT | vii |
| TABLolar LİSTESİ..... | xii |
| KISALTMALAR LİSTESİ..... | xiv |
| BÖLÜM I | 1 |
| GİRİŞ..... | 1 |
| Problem Durumu..... | 6 |
| Araştırmanın Amacı..... | 6 |
| Araştırmanın Önemi | 8 |
| Varsayımlar..... | 10 |
| Sınırlılıklar | 11 |
| Tanımlar | 12 |
| BÖLÜM II..... | 13 |
| KURAMSAL ÇERÇEVE | 13 |
| 2.1.Etin Tanımı | 13 |
| 2.2.Etlerin Sınıflandırılması | 13 |
| 2.2.1.Cinslerine Göre | 13 |
| 2.2.2.Renklerine Göre..... | 14 |
| 2.2.3.Gövdedeki Yerlerine Göre | 14 |
| 2.3.Etin Yapısı ve Özellikleri | 15 |
| 2.4.Etin Kalitesine Etki Eden Etmenler | 16 |
| 2.5.Ete Uygulanan Uluslararası Pişirme Yöntemleri | 17 |
| 2.5.1.Bouilli (Kaynayan Suda Haşlama) Pişirme Yöntemi | 17 |
| 2.5.2.Poché (Kaynamayan Suda Haşlama) Pişirme Yöntemi:..... | 17 |

| | |
|--|-----------|
| 2.5.3.Braisé (Yağda Kavrma) Pişirme Yöntemi..... | 17 |
| 2.5.4.Etuvé Vapeur (Buharda) Pişirme Yöntemi..... | 18 |
| 2.5.5.Etuvé (Kendi Suyunda) Pişirme Yöntemi | 18 |
| 2.5.6.Poelle (Az Yağda) Pişirme Yöntemi..... | 18 |
| 2.5.7.Frite (Bol Yağda) Pişirme Yöntemi..... | 18 |
| 2.5.8.Saute (Sote) Pişirme Yöntemi | 19 |
| 2.5.9.Roti (Fırında) Pişirme Yöntemi..... | 19 |
| 2.5.10.Grille (Izgara) Pişirme Yöntemi..... | 19 |
| 2.5.11.Gratin Pişirme Yöntemi | 20 |
| 2.6.Pişirme Usulüne Göre Etlerin Gruplandırılması | 20 |
| 2.6.1.Kuru Isıda Pişirilen Etler..... | 20 |
| 2.6.2.Nemli Isıda Pişirilen Etler..... | 20 |
| 2.6.3.Yağda Kızartılarak Pişirilen Etler | 21 |
| 2.7.Et Saklama Yöntemleri..... | 21 |
| 2.7.1.Taze Saklama (soğuk hava depolarında)..... | 21 |
| 2.7.2.Dondurarak Saklama | 21 |
| 2.7.3.Etlerin Dondurulması ve Çözdürülmesi | 22 |
| 2.7.4.Kavrma | 22 |
| 2.8. Turizm İşletme Belgeli Tesislerin Nitelikleri | 22 |
| BÖLÜM III | 25 |
| İLGİLİ ARAŞTIRMALAR..... | 25 |
| BÖLÜM IV | 35 |
| YÖNTEM..... | 35 |
| 4.1.Araştırmanın Modeli..... | 35 |
| 4.2.Evren ve Örneklem..... | 35 |
| 4.3.Ölçme Araçları..... | 36 |
| 4.4.Ölçüm Güvenirliği..... | 36 |
| 4.5.Verilerin Toplanması | 37 |
| 4.6.Verilerin Çözümlemesi ve Yorumlanması | 37 |
| BÖLÜM V | 39 |
| BULGULAR VE YORUM | 39 |
| BÖLÜM VI | 73 |
| SONUÇ VE ÖNERİLER..... | 73 |

| | |
|-----------------------|-----------|
| KAYNAKLAR..... | 79 |
| EKLER..... | 87 |



TABLolar LİSTESİ

| | |
|---|----|
| Tablo 1. Araştırmaya Katılan Yönetici ve Çalışanların Demografik Özellikleri | 40 |
| Tablo 2. Çalışanlara Göre İşletmeye Gelen Müşterilerin Profili..... | 42 |
| Tablo 3. Çalışanlara Göre Müşterilerin Meslekleri | 43 |
| Tablo 4. İşletmeyle İlgili Genel Bilgiler | 44 |
| Tablo 5. İşletmelerin Özelliklerinin Gözlem Yoluyla Değerlendirilmesi..... | 45 |
| Tablo 6. İşletmelerin Gözlem Yoluyla Elde Edilen Özelliklerinin Karşılaştırılması (Tek Örneklem T Testi) | 47 |
| Tablo 7. İşletmelerin Yoğunluğu İle İlgili Bilgiler..... | 48 |
| Tablo 8. İşletmenin Menüünde Bulunan Et Türleri..... | 49 |
| Tablo 9. Çalışanlara Göre İşletmede En Çok Sunulan Üç Et Çeşidi | 50 |
| Tablo 10. Müşterilerin Demografik Özellikleri | 52 |
| Tablo 11. Müşterilerin Çocuk Sayıları | 53 |
| Tablo 12. Müşterilerin Dışarıda Yediklerinde En Çok Tercih Ettikleri Üç Et Çeşidi..... | 54 |
| Tablo 13. Müşterilerin Dışarıda Yediklerinde En Çok Tercih Ettikleri Üç Et Yemeği | 55 |
| Tablo 14. Müşterilerin Dışarıda Yeme ve Et Tüketim Sıklığı ve Zamanı | 57 |
| Tablo 15. Müşterilerin Mevsime Göre Et Yemeği Yedikleri Öğünün Karşılaştırılması (Ki-Kare Bağımsızlık Testi/Crosstabs)..... | 60 |
| Tablo 16. Cinsiyetlere Göre Dışarıda Yenilen Et Çeşidi, Et Yemeği ve Dışarıda Yemek Yeme Sıklığının Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklem için T-Testi)..... | 61 |
| Tablo 17. Müşterilerin Eğitim Durumlarına Göre Et Çeşidi, Et Yemeği ve Dışarıda Yemek Yeme Sıklığının Karşılaştırılması (Kruskal-Wallis H Testi)..... | 62 |
| Tablo 18. Müşterilerin Gelir Durumlarına Göre Et Çeşidi, Et Yemeği ve Dışarıda Yemek Yeme Sıklığının Karşılaştırılması (Kruskal-Wallis H Testi)..... | 63 |
| Tablo 19. Müşterilerin Et Çeşitlerini Tercih Etme Nedenleri | 64 |
| Tablo 20. Müşterilerin Dışarıda Et Yemeği Tüketimlerini Etkileyen Faktörler..... | 66 |
| Tablo 21. Müşterilerin Dışarıda Et Yemeği Yemelerini Etkileyen Faktörlerin Karşılaştırılması (Tek Örneklem T Testi) | 68 |

| | |
|---|----|
| Tablo 22. <i>Müşterilerin Dışarıda Tükettikleri Et Yemekleri Hakkındaki Görüşleri</i> | 69 |
| Tablo 23. <i>Müşterilerin Dışarıda Tükettikleri Et Yemekleri Hakkındaki Görüşlerinin Karşılaştırılması (Tek Örneklem T Testi)</i> | 71 |
| Tablo 24. <i>Müşterilerin Dışarıdaki Et Yemekleri İle İlgili Beklentisi</i> | 72 |



KISALTMALAR LİSTESİ

ETÜDER: Ev Dışı Tüketim Tedarikçileri Derneği

SPSS (Statistic Pockets For Social Sciences): SPSS özellikle "Sosyal Bilimler" dalında istatistiksel analiz için çok geniş olarak kullanılmaktadır. Pazar araştırmacıları, sağlık araştırmacıları, anket şirketleri, devlet kurumları, eğitim araştırmacıları, pazarlama kurumları, "veri madencileri" vb. tarafından da pratik olarak kullanılan bir istatistik yazılımıdır (Wellman, 1996).

Turizm İşletme Belgesi (TİB): Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğe göre Turizm İşletmesi Belgesi; Bakanlıkça turizm tesislerine işletme aşamasında verilen belgeyi ifade eder (T.C. Resmi Gazete, 2005, Ek 7). Kùltür ve Turizm Bakanlığı'nca her altı ayda bir TİB sahibi olan işletmelerin güncel listesi ilan edilir (T.C. Kùltür ve Turizm Bakanlığı, 2015).

BÖLÜM I

GİRİŞ

Et; sığır, koyun, kümes, av ve deniz hayvanlarının yenebilen kaslarıdır. Büyükbaş hayvan etleri kırmızı et, kanatlılar ve su ürünlerinin etleri beyaz et olarak bilinir. Etin bileşimi %70-75 su, %7-35 yağ, %13-22 proteinden oluşmaktadır (Dinçer, 1987; Lawrie, 1991; Öztan, 2008; Sams, 2001; Sikorski, 2001; Warris, 2000). Et, özellikle protein kalitesi bakımından temel bir besin ögesidir.

Etin büyük bir kısmını su oluşturur. Kırmızı ette su oranı %50-75 arasında değişir. Bu durum hayvanın yaşı ile ilgilidir. Hayvan yaşlandıkça vücudundaki su oranı azalır ve et sertleşir (Dinçer, 1987; Göğüş, 1986; Tezcan ve Yurtyeri, 1987; Varnam ve Sutherland, 1995; Yücel, İşgöz ve Çetin, 1994). Tavuk etinde su miktarı bütün tavukta %70-75 oranındadır (Baysal, 2007; Tuncer, 2016). Su ürünlerinde su oranı yağ oranı ile ters orantılıdır, yağ oranı arttıkça su oranı azalır. Balık etinde su miktarı genellikle % 80-85 civarındadır (Gülyavuz ve Ünlüsayın, 1999). Su miktarı etin yumuşaklığını, rengini, lezzetini ve pişmiş ette porsiyon miktarını etkiler (Dinçer, 1987; Göğüş, 1986; Tezcan ve Yurtyeri, 1987; Varnam ve Sutherland, 1995; Yücel, İşgöz ve Çetin, 1994).

Etteki yağ asitlerinin çoğunluğunu doymuş yağ asitleri ile tek dereceli doymamış yağ asitleri oluşturur. Doymuş yağ asitlerinin miktarı arttıkça yağın katılığı da artar. Hayvan yağları çoğunlukla trigliseritlerden oluşur. Hayvansal yağlarda en çok bulunan yağ asitleri; 16 karbonlu palmitik asit ile 18 karbonlu stearik asittir (Dinçer, 1987; Göğüş, 1986; Tezcan ve Yurtyeri, 1987; Varnam ve Sutherland, 1995; Yıldırım, 1992; Yücel, İşgöz ve Çetin, 1994). Balık etinde ise; doymuş yağ asitleri düşük olup, özellikle uskumru, dere alabalığı, ringa, sardalye, ton ve somon balığı gibi yağlı türler, iki tür omega-3 yağ asidini

(20 karbonlu eikosapentaenoik asit :EPA ve 22 karbonlu dokosaheksaenoik asit:DHA) önemli miktarda içerir (Turan, Erkoyuncu ve Kocatepe, 2013).

Etlerde karbonhidrat çok az bulunur. Ancak gerek etin dokusu gerekse de lezzeti yönünden önemlidir. Kasta az miktarda glikojen, glikoz, glikoz-6-P ve glikoz ürünleri olan bileşikler bulunur. Bunların miktarları hayvanın beslenmesine ve fiziksel hareketlerine bağlıdır. Etin olgunlaştırılması sırasında glikojenin laktik aside dönüşmesi ile etin pH'sı değişir. Bu durum etin su tutma özelliğini, sertliğini ve rengini etkiler (Dinçer, 1987; Göğüş, 1986; Öztan, 2008; Tezcan ve Yurtyeri, 1987; Varnam ve Sutherland, 1995; Yücel, İşgöz ve Çetin, 1994).

Ette bulunan proteinler; aktin, miyosin, miyojen, albümin ve miyoglobindir. Etin kırmızı rengini miyoglobin verir. Aktin ve miyosin birleşerek aktomiyosini oluştururlar ve kas hareketinde görev alırlar. Kollojen bağ dokusunun en önemli kısmını oluşturur; eti kemiğe bağlayan tendon kısmıdır. Bağ dokusunun bir diğer önemli protein çeşidi de elastindir. Elastin iki kemiği veya kartilajları birbirine bağlar (Baysal, 2007; Göğüş, 1986; Sams, 2001; Sikorski, 2001; Smith, 1988; Tezcan ve Yurtyeri, 1987; Varnam ve Sutherland, 1995; Yıldırım, 1992; Yücel, İşgöz ve Çetin, 1994). İnsanların, bedensel ve zihinsel faaliyetlerini sürdürebilmesi ve sağlıklı kalabilmesi için, içerisinde azot bulunan besin maddelerini almaları gerekmektedir. Proteinlerin yapı taşları olan ve azot içeren amino asitlerin bir kısmı vücutta kendiliğinden sentezlenmektedir. Buna karşılık bazı amino asitlerin dışarıdan alınması gerekmektedir. Elzem amino asitler denilen bu aminoasitler: valin, löysin, fenilalanin, metionin, treonin, lizin, izolöysin, triptofandır ve etin bileşiminde dengeli ve yeterli bir şekilde bulunurlar. Bunun dışında et; lipitleri, mineral maddeleri önemli oranda içerir. Protein sudan sonra, vücudun büyümesi, gelişmesi ve hastalıklardan korunması için gerekli olan en önemli besin ögesidir (Arslan, 2012; Sams, 2001; Sikorski, 2001; Smith, 1988; Yıldırım, 1992). Et proteini , biyolojik değeri yüksek olan bir proteindir. Etteki proteinin sindirilebilirliği %91-100 oranındadır. Bitkisel proteinlerde bu oran %70-90 arasında değişmektedir

Etlerin protein miktarı ve protein kalitesi yüksektir, et elzem amino asitlerin kaynağıdır. Yağlı etlerin özellikle doymuş yağ ve kolesterol içerikleri yüksektir. Balıklar çok uzun zincirli çoklu doymamış omega-3 yağ asitleri açısından en iyi kaynaktır. Etler; A, D, B2 (riboflavin), B3 (niasin), Folik asit, B12, B6 vitamini, demir, çinko, kalsiyum, fosfor, bakır, iyot, selenyum gibi bir çok vitamin ve mineral açısından zengindir. Diyetle tüketilen et ve et ürünlerinde bulunan demirin vücutta kullanılabilirliği yüksektir (Baysal, 2007;

Öztan, 2008; Sams, 2001; Sikorski, 2001). Deniz ürünleri iyotun en iyi kaynağıdır (Gülyavuz ve Ünlüsayın, 1999).

Et mikrobiyolojik bozulmalara en duyarlı gıdalardandır. Hayvanların kesilmesi ve işlenmesi sonucu, hayvanların lenf yumrularında bulunan mikroorganizmalar bütün ete yayılır. Su ürünleri ise sudaki mikroorganizmaları taşır ve diğer etlere göre çok daha çabuk bozulurlar. Yağlı balıklarda yağın acıması da bozulmayı hızlandırır (Arslan, 2012; Gülyavuz ve Ünlüsayın, 1999). Bu nedenlerle etlerin saklanması dikkat edilecek noktalara uyulması önemlidir. Etlerin saklanmasında dondurma işlemi yaygın olarak kullanılır. Dondurularak saklanacak olan etler, kan ve su akmasını önlemek için en az 2 gün soğuk bir yerde saklanmalıdır. Etler, -23 ile -18 'C arasında dondurulur. 2-3 veya daha uzun süre saklanacak etler buzdolabının buzluk kısmında saklanabilir. Ancak daha uzun süre saklanması gerekiyorsa derin dondurucularda saklanması gerekir. Genelde kıyma bir gün, kuşbaşı etler iki gün, rosto gibi daha büyük parça olan etler 3-5 gün, salam-sosis gibi işlem görmüş etler 1-3 hafta buzdolabında dayanabilir. (Lawrie, 1991; Öztan, 2008; Yıldırım, 1992; Yücel, İşgöz ve Çetin, 1994).

Ülkemizde kişi başı yıllık kırmızı et tüketimi 33,56 kg'dır. Bunun 20,5 kilogramı kanatlı hayvan, 11,4 kilogramı büyükbaş, 1,6 kilogramı küçükbaş ve 7 kilogramı balık eti olarak hesaplanmıştır. 2009 yılı baz alınarak yapılan hesaplama göre; 2009-2014 döneminde kişi başı toplam et tüketimi %46 artmıştır. Büyükbaş eti tüketimi %152, küçükbaş eti tüketimi %36, kanatlı eti tüketimi ise %19 artmıştır. 2014 yılında, toplam tüketimde bir önceki yıla göre artış %3 olarak gerçekleşmiştir. Büyükbaş eti tüketimi %0,5, küçükbaş eti tüketimi %2 azalmış, kanatlı eti tüketimi %6 artmıştır (Et ve Süt Kurumu, 2016). Yıllık kişi başı et tüketimi; Arjantin'de 96,1 kg, Rusya'da 58,7 kg, Avrupa Birliği ülkelerinde 82 kg'dır (Ergün, 2014; FAPRI, 2012). Türkiye'de yıllık tüketimin diğer ülkelerden geride olduğu görülmektedir. Temel bir besin olan etin ülkemizdeki düşük tüketiminin önemli bir sorun olduğu düşünülmektedir. Türkiye'de kırmızı et tüketiminin düşük olmasının temel nedenlerinden birisi, tüm dünyada olduğu gibi, diğer gıdalara göre pahalı olmasıdır (Yaylak, Taşkın, Koyubenbe ve Konca, 2010). Kırmızı et tüketimini ekonomik nedenlerden başka yıllık nüfus artışı oranı ve nüfus yapısında meydana gelen değişimler, tüketici tercihleri, ürünlerin kalitesi, dağılımı, tüketicinin eğitimi, etin hijyenik özellikleri, dini inançlar, sağlık sorunları, iklim, gelenekler, gıda ile ilgili reklamlar gibi çok sayıda faktörün etkilediği ifade edilmektedir (Ergönül, 2011; Şeker, Öze, Güler, Şeker ve Özden, 2011). Türkiye'de yılda kişi başına tüketilen balık miktarı ise ortalama 3.0 kg kadardır.

Bunun %65'i taze, %35'i kurutulmuş ve konserve edilmiş olarak kullanılmaktadır (Türkiye Halk Sağlığı Kurumu, t.y.)

Dünyada 2010 yılında 277 milyon baş olan hayvan sayısı %2 artışla yaklaşık 283 milyon başa ulaşmıştır. Bu sayının en büyük payı %23 ile Hindistan'da, %18'i Brezilya'da, %15'i Çin'de ve %12'si ise ABD'de yer almaktadır. Dünya toplam büyükbaş kullanım miktarı 1,2 milyar baş iken, kesilen hayvan sayısı ise 238 milyon adet olarak gerçekleşmiştir (Gül ve Uzun, 2014).

Türkiye'deki hayvansal üretim istatistiklerine bakıldığında; büyükbaş hayvan sayısı 2015 Haziran ayı sonu itibariyle 14 milyon 731 bin baş, toplam küçükbaş hayvan sayısı ise 44 milyon 673 bin baş olmuş, koyun sayısı 33 milyon 837 bin baş, keçi sayısı da 10 milyon 836 bin baş olarak gerçekleşmiştir. 2015 yılında ülkemizde tavuk eti üretimi 152 074 ton, hindi eti üretimi ise 3 974 ton olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, 2015a). Kesilen tavuk sayısı 2015 Kasım ayında bir önceki aya göre %2,2 artarken, bir önceki yılın aynı ayına göre %1,9 azalmıştır. Tavuk eti üretimi 2015 Kasım ayında bir önceki aya göre %2,5 artarken, bir önceki yılın aynı ayına göre %2,4 azalmıştır (TÜİK, 2015b). Dünya tavuk üretimi 2013 yılı itibariyle 84 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Bu üretimin %20,2'si ABD, %15,9'u Çin, %14,6'sı Brezilya ve %11,7'si AB ülkeleri tarafından karşılanmaktadır (Çiçekgil, 2014).

Ekonomik gelişime bağlı olarak tüketim harcamaları yelpazesinde önemli farklılıklar oluşmaktadır. Gelir düzeyinde gerçekleşen bir artış, gıda harcamalarına ayrılan payın azalmasına neden olmaktadır (Engel Kanunu). Ancak bu durumun sonucu olarak bir kalori için harcanan para miktarı artış gösterir ve harcama düzeyindeki artış ev dışı gıda tüketimine yönelir. Gıda maddelerine yapılan harcamalar mutlak olarak artış gösterirken, oransal olarak gelirden aldığı pay azalmaktadır (Horton ve Campbell, 1991). Türkiye'de bireyler arasında gelir dağılımı incelendiğinde, en zengin yüzde 20'nin, toplam 100 birimlik gelirin 46,6'sını almasına karşın, en fakir yüzde 20'nin toplam 100 birimlik gelirin 4,9'unu aldığı görülmektedir. Türkiye, OECD üyesi 34 ülke arasında, en zengin yüzde 10 ile en fakir yüzde 10 arasındaki gelir dağılımı arasındaki farkın en yüksek olduğu 31. ülke konumundadır. Gelir dağılımında eşitsizliğin farklı bir göstergesi olan Gini katsayısının Türkiye'de 1987-2013 yılları arasındaki ortalama değeri ise 0,40'tır. Türkiye'nin 0,40'lık Gini katsayısı, uluslararası mali kuruluşlar (IMF, WB, OECD, UNDP, vb.) tarafından Gini katsayısı için ideal değer olarak kabul edilen 0,25 değerinden oldukça yüksektir. Türkiye, OECD'ye üye 34 ülke arasında, 0,412 Gini katsayısı oranıyla gelir dağılımı adaletinin

sağlanmasında 32. ülke konumundadır (Yar, 2015).

Ev dışı gıda tüketimi; ev dışında bir yiyecek-içecek işletmesi tarafından hazırlanan ve servis edilen yiyecek içeceklerin, ücreti ödenerek tüketilmesidir (Jaafar, Lumbers ve Eves, 2009; Petterson ve Fjellström, 2007; Özdemir, 2010).

Ev dışı gıda tüketimi, önceleri lüks tüketim durumundayken, günümüzde özellikle gelişmiş ülkelerde sıradan hale gelmiştir. Gelirin artması, şehirlileşmenin hızlanması, teknolojik gelişimler ve zaman kısıtlılığı gıdanın miktarının artmasından çok gıda kalitesinde artışlara sebep olmaktadır. Tüketiciler günümüzde gıdanın karakteristikleri üzerinde durmaktadırlar (Blisard, Biin-Hwan, Cromartie ve Ballenger, 2002).

Yüksek gelire sahip bireylerin, düşük gelire sahip bireylere göre ev dışı gıda tüketimleri daha sıktır ve bir öğün için harcadıkları para miktarı daha yüksektir (Blisard, Biin-Hwan, Cromartie ve Ballenger, 2002). Küreselleşme, gelişmiş ülkelerdeki birçok ürün ve hizmetin gelişmekte olan ve önemli bir pazar özelliği taşıyan ülkelere girişini hızlandırmıştır (McCracken ve Brandt, 1987).

Dışarıda yemek olgusu sanayileşme, kentleşme süreçleri ve bu süreçlerin bir sonucu olan modernleşme ile birlikte Batı Avrupa'da ortaya çıkmıştır (Scholliers, 2008). Sanayileşme ve kentleşme olgusu ile birlikte bireylerin seyahat etme sıklıkları, evlerinden uzakta beslenme ihtiyaçlarını karşılama zorunlulukları, dışarıda yemek yemenin ticari bir faaliyete dönüşmesine neden olmuştur (Beardsworth ve Keil, 2012). Dışarıda yemek yemenin farklı nedenleri olabildiği gibi, sosyalleşme, lüks tüketim, gösterişçi tüketim, zorunluluk, zevk için dışarıda yemek bu nedenlerin başlıcalarıdır (Bugge ve Lavik, 2010). Dışarıda yemek yeme; eğlence, zevk, statü göstergesi haline gelmektedir (Warde ve Martens, 2003).

Türkiye İstatistik Kurumu Hane Halkı Tüketim Harcaması Veri Tabanı (2013) verisine göre; ülkemizde toplam harcamaların %19,9'unu gıda ve alkolsüz içecek harcamaları oluşturmaktadır. Bununla birlikte, 2002 yılında %4,4 olan, lokanta, yemek hizmetleri ve otellere yapılan harcamaların toplam harcamaya oranı 2013 yılında %5,9 olarak tespit edilmiştir (TÜİK, 2013). ETÜDER'in araştırmasına göre, Türkiye'de ev dışı tüketim harcamalarının 2015 yılının ikinci çeyreğinde geçen yılın aynı dönemine göre %7 arttığı ve ev dışı tüketimin, 2015 yılının ilk yarısında 17 milyar TL'ye ulaştığı, içeceklerde %10, diğer gıda kategorilerinde ise %9 oranında büyüme gerçekleştiği belirtilmiştir (ETÜDER, 2015).

Giderek büyüyen ve önem kazanan ev dışı gıda sektörünün, Ankara'daki durumuna baktığımızda; 31.07.2015 itibariyle Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından denetlenen ve Turizm İşletme Belgesine sahip 1.ve 2. sınıf 70 lokanta bulunmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015). Ankara'da bulunan Turizm İşletme Belgesi'ne (TİB) sahip lokanta/kafelerin 70'inden 34'ünün et lokantası olması tüketicilerin dışarıda yemek için et yemeklerini tercih ettiğini düşündürmektedir.

Ülkemiz toplumunda son yıllarda hızlı bir hal alan yapısal ve sosyal değişim beraberinde yeni yaşam biçimi ve kurallarını da getirmiştir. Özellikle ailedeki bireylerin iş yaşamına katılımı ve kadınlarındaki çalışma oranının yükselmesi bireylerin yaşam tarzını değiştirdiği gibi onların tüketim alışkanlıklarını da değiştirmiştir. Bu değişimi etkileyen tüm etmenlerin saptanması hem müşteri talep ve profilinin hem de bu alanda çalışan işletmelerin değişimi ve geleceği açısından fayda sağlayacaktır. Bu nedenle çalışmada tüketicilerin ev dışı et tüketimini etkileyen etmenler incelenmeye çalışılmıştır.

Problem Durumu

Tüketicilerin ev dışı et tüketimi ve ev dışı et tüketimini etkileyen etmenlerin, et yemeklerini sunan işletmelerin genel durumunun, işletmelerin müşteri profilleri hakkındaki görüşlerinin incelenmesi.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmada amaç; Ankara ilinde bulunan Turizm İşletme Belgeli (TİB), Türk mutfağına yönelik et yemeği sunan 1. ve 2. sınıf, işletmelerin ve çalışanlarının genel özelliklerinin ve bu işletmelere gelen müşterilerin ev dışı et tüketim sıklıklarının, tercihlerinin ve ev dışı et tüketimini etkileyen etmenlerin incelenmesidir.

Bu genel amacı gerçekleştirmek için ev dışı et yemekleri tercih edenlerde şu sorulara cevap aranmıştır:

- Müşterilerin demografik özellikleri nasıldır?
- Müşterilerin sosyo-ekonomik durumlarını nasıldır?
- Müşteriler hangi sıklıkta dışarıda et tüketmektedirler?

- Müşterilerin en çok tükettikleri et çeşidi hangisidir?
- Müşterilerin en çok tercih ettikleri et yemeği hangisidir?
- Öğünlere göre müşterilerin et tüketimi nasıldır?
- Mevsimlere göre müşterilerin et tüketimleri nasıldır?
- Müşterilerin et çeşitlerini tercih etme nedenleri nelerdir?
- Müşterilerin dışarıda et tüketimlerini etkileyen faktörler nelerdir?
- Müşterilerin dışarıda tüketilen et yemekleri ile ilgili görüşleri nelerdir?
- Müşterilerin dışarıda tüketilen et yemekleri ile ilgili beklentileri nelerdir?

Bu genel amacı gerçekleştirmek için tercih edilen işletmenin özellikleri ile ilgili işletme çalışanı/yöneticisinde şu sorulara cevap aranmıştır:

- İşletme çalışanlarının demografik özellikleri nasıldır?
- İşletmelerin fiziki özellikleri nasıldır?
- İşletmelerin müşteri yoğunlukları nasıldır?
- İşletmelerin menülerinde bulunan et çeşitleri nelerdir?
- İşletmelerde en çok satışı yapılan et çeşitleri nelerdir?
- Öğünlere göre müşteri yoğunluğu nasıldır?
- Mevsimlere göre müşteri yoğunluğu nasıldır?
- Menüde bulunan et çeşitleri nelerdir?
- Müşterilerin en çok tercih ettiği et çeşidi hangileridir?
- Müşterilerin en çok tercih ettiği et yemekleri hangileridir?
- Müşterilerin demografik özellikleri nasıldır?

Bu genel amacı gerçekleştirmek için işletmelerde şu sorulara cevap aranmıştır:

- Aydınlatması nasıldır?
- Havalandırması nasıldır?
- Akustik özelliği (ses/gürültü düzeyi) nasıldır?
- Genel temizliği nasıldır?
- Masa yerleşimi nasıldır?
- Masa düzeni nasıldır?
- Dekorasyonu nasıldır?

Araştırmanın Önemi

İnsanların, bedensel ve zihinsel faaliyetlerini sürdürebilmek ve sağlıklı kalabilmek için, içerisinde azot bulunan besin maddelerini almaları gerekmektedir. Proteinlerin yapı taşları olan ve azot içeren amino asitlerin bir kısmı vücutta kendiliğinden sentezlenmektedir. Buna karşılık bazı amino asitlerin ise dışarıdan alınması gerekmektedir. Elzem amino asitler adı verilen; valin, löysin, fenilalanin, metionin, treonin, lizin, izolöysin, triptofan ve etin bileşiminde dengeli ve yeterli bir şekilde bulunmaktadır. Bunun dışında et; lipitleri, mineral maddeleri önemli oranda içerir. Protein; sudan sonra, vücudun büyümesi, gelişmesi ve hastalıklardan korunması için gerekli olan en önemli besin ögesidir (Baysal, 2007; Sams, 2001; Sikorski, 2001; Smith, 1988; Yıldırım, 1992).

Et proteini, biyolojik değeri yüksek olan bir proteindir. Ette bulunan proteinler elzem aminoasitleri yapısında bulundurur. Etteki proteinin sindirilebilirliği %91-100 oranındadır. Bitkisel proteinlerde bu oran %70-90 arasında değişmektedir. Bitkisel proteinlerle yeterli miktarda protein alınmış olsa bile, bitkilerde sınırlı olarak bulunan bazı elzem amino asitler nedeniyle vücutta kullanılabilme derecesi düşük olacaktır. Yetişkin bir kişinin günlük protein ihtiyacı yaklaşık, ideal vücut ağırlığının her bir kilogramı başına 1 g kadardır. Proteinler vücutta her hücrede bulunurlar, büyüme ve gelişme fonksiyonları, vücut metabolizmasının çalışması gibi birçok yaşamsal fonksiyonları vardır (Baysal, 2007; Öztan, 2008; Sams, 2001; Sikorski, 2001; Smith, 1988; Varnamve Sutherland, 1995; Yıldırım, 1992). Bu açıdan bakıldığında et tüketiminin ne denli önemli olduğu

görülmektedir.

Yağlı etlerin özellikle doymuş yağ ve kolesterol içerikleri yüksektir. Balıklar çok uzun zincirli çoklu doymamış omega-3 yağ asitleri açısından en iyi kaynaktır. Etler; A, D, B2 (riboflavin), B3 (niasin), Folik asit, B12, B6 vitamini, demir, çinko, kalsiyum, fosfor, bakır, iyot, selenyum gibi bir çok vitamin ve mineral açısından zengindir. Diyetle tüketilen et ve et ürünlerinde bulunan demirin vücutta kullanılabilirliği yüksektir (Baysal, 2007; Öztan, 2008; Sams, 2001; Sikorski, 2001). Deniz ürünleri iyotun en iyi kaynağıdır (Gülyavuz ve Ünlüsayın, 1999).

Et beslenmede önemli bir yer tutmaktadır. 100 g sığır etinde 18,7 g protein, 18,2 g yağ, 2,6 g demir gibi yaşamsal öneme sahip çok önemli besin öğeleri yüksek miktarda ve kalitede bulunmaktadır. Etler proteinin önemli kaynaklarından (Baysal, 2007). Ülkemizde kişi başı yıllık kırmızı et tüketimi ise 33,56 kg'dır. (Et ve Süt Kurumu, 2016). Yıllık kişi başı et tüketimi; Arjantin'de 96,1 kg, Rusya'da 58,7 kg, Avrupa Birliği ülkelerinde 82 kg'dır (Ergün, 2014; FAPRI, 2012). Bu verilere bakıldığında; ülkemizde et tüketiminin oldukça düşük olduğu görülmektedir.

Adana ilinde 377 hane halkının ev dışı gıda tüketimlerinin incelendiği bir çalışmada; katılımcıların %55,4'ünün ev dışında gıda tükettiği; kebab lokantalarının katılımcıların %82,6'sı tarafından 1. ve 2. sırada tercih edildiği saptanmıştır. Bu konuda ülkemizde yapılan araştırma sayısı oldukça azdır (Gül, Akbay Özdeş, Dölekoğlu Özçiçek, Özel ve Akbay, 2003).

Amasya İli Merkez İlçedeki Hane Halkının Et Tüketim Alışkanlıkları ve Et Tüketimini Etkileyen Faktörler adlı yüksek lisans tez çalışmasında; kişi başına kırmızı et tüketimi 4,09 kg/yıl, kanatlı eti tüketimi 5,18 kg/yıl ve balık tüketimi 5,06 kg/yıl olarak tespit edilmiştir. Çalışmaya göre en çok tercih edilen kırmızı et çeşitleri, dana eti (%64,84), sığır eti (%19,68) ve koyun etidir (%7,42); en çok tercih edilen kanatlı eti çeşidi tavuktur (%99,16). En çok tercih edilen deniz balığı çeşidi ise hamsidir (%77,88) (Nalinci, 2013).

İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya, Samsun, Erzurum ve Gaziantep illerinde 1282 kişinin katılımıyla gerçekleştirilen çalışmada; tüketicilerin ev dışı gıda tüketimleri incelenmiştir. Araştırmaya göre; katılımcıların aylık ortalama gıda harcaması 907.10TL'dir. Aylık toplam ev dışı gıda tüketimi harcaması ise 362.20TL'dir (Onurlubaş, Doğan ve Gürler, 2015).

Nazilli’de 230 ailenin ev dışı gıda tüketimini etkileyen faktörlerin incelendiği bir çalışmaya göre; katılımcıların %83,9’unun ev dışında gıda tükettikleri ve bu katılımcıların %76,7’sinin akşam öğününde ev dışında gıda tükettikleri belirlenmiştir. 230 hane halkından ev dışında gıda tüketen 193’ünün %41,5’inin haftada en az bir kere, %35,3’ünün on beş günde en az bir kere, %23,2’sinin ayda en az bir kere ev dışı gıda tüketimi yaptıkları saptanmıştır (Yazırlı, 2015).

Türkiye İstatistik Kurumu Hane Halkı Tüketim Harcaması Veri Tabanı (2013) verisine göre; ülkemizde toplam harcamaların %19,9’unu gıda ve alkolsüz içecek harcamaları oluştururken, %5,9’unu lokanta, yemek hizmetleri ve otellere yapılan harcamalar oluşturmaktadır. (TÜİK, 2013). ETÜDER’in araştırmasına göre, Türkiye’de ev dışı tüketim harcamalarının 2015 yılının ikinci çeyreğinde geçen yılın aynı dönemine göre %7 arttığı ve ev dışı tüketimin, 2015 yılının ilk yarısında 17 milyar TL bir büyüklüğe ulaştığı, içeceklerde %10, diğer gıda kategorilerinde ise %9 oranında büyüme gerçekleştiği belirtilmiştir (ETÜDER, 2015).

Ülkemizde oldukça yaygın olan et lokantalarının, tüketicilerin giderek artan ev dışı gıda tüketiminde önemli bir yer tuttuğu düşünülmektedir. Bu çalışmada tüketicilerin dışarıda et yemeği tükettiklerinde, hangi et çeşidini, hangi et yemeğini ne zaman ve neden tükettiklerine dair veriler elde edilmeye çalışılmıştır. Tüketicilerin demografik ve sosyo-ekonomik durumlarının, işletmelerin özelliklerinin dışarıda et tüketim tercihleri üzerinde etkisi olup olmadığı, varsa bu etkinin nedeni ve rolü incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda, tüketicilerin dışarıda et yemeği tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesiyle; tüketicilere, bu alanda faaliyet gösteren işletmelere, ülkemizde et tüketiminin çok düşük olması göz önüne alındığında hayvancılık, turizm ve sağlık ile ilgili devlete bağlı olan ya da olmayan kurum ve kuruluşlara yol gösterici olabileceği düşünülmektedir.

Varsayımlar

- Dışarıda tüketilen et çeşidi cinsiyete, gelire, eğitime göre değişir.
- Dışarıda tüketilen et yemeği cinsiyete, gelire, eğitime göre değişir.
- Dışarıda et tüketim sıklığı cinsiyete, gelire, eğitime göre değişir.
- Sosyo-ekonomik durum dışarıda et tüketimini etkiler.

- Öğüne göre et tüketim tercihi değişir.
- Mevsimlere göre et tüketim tercihi değişir.
- Et yemeğinin pişirme yöntemi dışarıda et tüketimini etkiler.
- Et yemeğinin yöresel, az bilinen bir tarife olması dışarıda et yemeği tercihini etkiler.

Sınırlılıklar

- Araştırma sonunda elde edilecek bulgular hazırlanan anketlerdeki sorular ve gözlem formu ile sınırlıdır.
- Araştırmada verileri saptamada kullanılan anketler sadece dışarıda et tüketim tercihlerini etkileyen etmenlerle sınırlıdır.
- Bu çalışmadaki et tüketim tercihleri ve pişirme yöntemleri Türk mutfak kültürünü temsil eden ürünlerle sınırlıdır.
- Araştırmada verileri saptamada kullanılan gözlem formu sadece işletmenin fiziki şartları ve akustik özellikleri ile sınırlıdır.
- Araştırmadan elde edilen veriler müşteriilere ve çalışanlara uygulanan anketlerin ve araştırmacının uyguladığı gözlem formunun uygulandığı gün ile sınırlıdır.
- Araştırmadan elde edilen işletmenin genel durumu ile ilgili veriler işletme yöneticisi ve çalışanlarının verdiği bilgiler ile sınırlıdır.
- Problem seçilen örneklem içerisinde incelenmiştir.
- Araştırmada yer alan işletmeler Ankara ilinde bulunan Turizm İşletme Belgeli 1. ve 2. sınıf Türk mutfağına yönelik et yemeği satan işletmelerin ve bu işletmelerin çalışanları, müşteriileri ile sınırlıdır.

Tanımlar

Akustik: Yankılanım, yankı bilimi (Türk Dil Kurumu, 2015).

Aşçı: Yemek pişirmeyi meslek edinen kimse (Türk Dil Kurumu, 2015, Türkan, 2009).

Et: Yenilebilen tüm hayvansal dokulara et denilse de bilimsel olarak çoğunluğu kas dokusu olmak üzere kemik, kan, epitel, sinir, yağ ve bağ dokuları yapısında bulunduran memeli hayvanların, eti yenen yabani hayvanların ve diğer sağlıklı hayvanların, sağlıklı durumda ve ortamda kesilmeleri sonucu elde edilen yenilebilir kısımlar et diye adlandırılır (Et ve Süt Kurumu, 2015).

Ev Dışı Tüketim: Otel, motel, tatil köyü, konaklama tesisleri, pansiyon, lokanta, restoran, kafeterya, fast-food, pastane, hastane, eğitim kurum ve kuruluşları, yemek fabrikaları, kamu kurum ve kuruluşları, her türlü transport ikram servisleri, ofis, kurum mutfakları ve bunun gibi ev dışı noktalarda yapılan tüketim (Cengiz, 2013).

Garson: Müşteriye yiyecek ve içecek servisinden sorumlu kimse (Aktaş 2011).

Personel / Çalışan: Bir hizmet veya kuruluşun görevlileri, bir iş yerinde çalışanların tümü (Türk Dil Kurumu, 2015).

Menü: Latince “minutus (küçük, az)” sözcüğünden türemiştir. Mutfak terminolojisinde bir öğünde, bir sıra dahilinde servisi yapılan yiyeceklerin ayrıntılı listesi anlamında kullanılmaya başlanmıştır (Aktaş, 2011; Bulduk, 2005; Türkan, 2012; T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2012).

Tüketici: Mal ve hizmetlerden yararlanan, satın alıp kullanan, tüketen kimse, müstehlik, üretici karşıtı (Türk Dil Kurumu, 2015).

Yönetici: Yönetme gücünü elinde bulunduran kişi, yöneten kişi, idareci, menajer (Türk Dil Kurumu, 2015).

BÖLÜM II

KURAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde; etlerin tanımı, etlerin sınıflandırılması, etin yapısı ve özellikleri, etin kalitesine etki eden etmenler, ete uygulanan uluslar arası pişirme yöntemleri, etin saklama yöntemleri gibi konu başlıklarına yer verilmiştir.

2.1.Etin Tanımı

Et; hayvanların yenebilen kas dokularıdır. Etleri doğru ve iyi pişirmek kadar tanımak da önemlidir. Yemeğe uygun et seçimi yemeğin başarılı olmasında temel unsurdur (Dinçer, 1987; Göğüş, 1986; Gürman, 2003; Öztan, 2008; Sams, 2001; Sikorski, 2001; Tayar ve Şen, 1995; Tezcan ve Yurtyeri, 1987; Ünver, 1987).

2.2.Etlerin Sınıflandırılması

Etler cinslerine, renklerine ve gövdedeki yerlerine göre sınıflandırılır.

2.2.1.Cinslerine Göre

Kasap hayvanları: Koyun, keçi, sığır ve domuz.

Kümes hayvanları: Tavuk, hindi, kaz, ördek.

Av Hayvanları: Geyik, karaca, yaban domuzu, yabani tavşan, yaban ördeği, yaban kazı, keklik, sülün vb.

Tatlı Su Balıkları: Tatlı su balıkları: Alabalık, tatlı su somonu, sazan, yayın, tatlı su kefali, tatlı su levreği vb.

Yağlı deniz balıkları: Lüfer, çinekop, torik, palamut, uskumru, yılan balığı, istavrit, sardalye, hamsi, tirsı, zargana, vb.

Yağsız deniz balıkları: Kefal, levrek, kırlangıç, kalkan, dil, pisi, mezgit, karagöz, çupra, mercan, barbunya, deniz somonu vb.

Kabuklu deniz hayvanları: Istakoz, karides, kerevit, yengeç (Lawrie, 1991; Öztan, 2008; Türkan, 2012; Varnam ve Sutherland, 1995; Yücel, İşgöz ve Çetin, 1994).

2.2.2.Renklerine Göre

Beyaz Etler: Yapısında miyoglobın bulunmaz. Tavuk, piliç, süt danası, süt kuzusu, balıklar ve diğer su ürünleri.

Kırmızı Etler: Kırmızı etin rengi yapısında bulunan miyoglobinden ileri gelir. Miyoglobine bu kırmızılığı yapısında bulunan demir tuzları verir. Besin değerleri bu bakımdan farklılık gösterir. Kaz, ördek, sığır, koyun, keçi vb. (Lawrie, 1991; Öztan, 2008; Türkan, 2012; Varnam ve Sutherland, 1995; Yücel, İşgöz ve Çetin, 1994).

2.2.3.Gövdedeki Yerlerine Göre

Birinci Kalite Etler: Yumuşak ve bağ dokusu az olan etlerdir. Sırt bölgesinde bulunur. Sığır ve danada kalite sırasına göre; bonfile, kontrfile, fileto parçaları ve pizola gelir. Süt kuzusunun tamamı bu grup etlere girer.

İkinci Kalite Etler: But bölgesidir. Körpe hayvanlarda farklıdır. Birinci kaliteye nazaran daha serttir.

Üçüncü Kalite Etler: Karın, incik ve boyun kısımlarıdır. Daha sert parçalardır (Lawrie, 1991; Öztan, 2008; Türkan, 2012; Varnam ve Sutherland, 1995; Yücel, İşgöz ve Çetin, 1994).

2.3.Etin Yapısı ve Özellikleri

Et; biyolojik değeri yüksek, iyi kalite protein kaynağıdır. Etin bileşiminde protein, yağ, su, mineral maddeler, vitaminler ve lezzet veren organik bileşikler vardır (Arslan, 2012).

Etin su oranı %50-75 arasında değişir. Bu durum hayvanın yaşı ile ilgilidir. Hayvan yaşlandıkça vücudundaki su oranı azalır ve et sertleşir. Etin yumuşaklığını, rengini, lezzetini ve pişmiş ette porsiyon miktarını etkiler. Suyun çok az bir kısmı kas proteinlerine bağlı olarak bulunur. Bağlı su; normal suyun özellikleri olan donma noktası, buhar basıncı ve eritkenliği gibi özellikleri taşımaz. Bağlı su etten kolay kolay ayrılmaz. Sadece etin kıyılması, dövülmesi, enzim muamelesi, dondurulması, tuzlanması, pH değişiklikleri, olgunlaştırılma süresi ve et proteinlerini denatüre edecek herhangi bir ısı uygulaması etin su tutma özeliğini değiştirir. Serbest su ise, kendi kendine süzülerek akabilen veya santrifüj edildiğinde ayrılabilen sudur. Ette bağlı su ve serbest su denge halindedir (Dinçer, 1987; Göğüş, 1986; Tezcan ve Yurtyeri, 1987; Varnam ve Sutherland, 1995; Yıldırım, 1992; Yücel, İşgöz ve Çetin, 1994).

Etteki yağ asitlerinin çoğunluğunu doymuş yağ asitleri ile tek dereceli doymamış yağ asitleri oluşturur. Doymuş yağ asitlerinin miktarı arttıkça yağın katılığı da artar. Hayvan yağları çoğunlukla trigliseritlerden oluşur. Az miktarda polar fosfolipitler de bulunur. Fosfolipitler etteki toplam yağın %10-30'unu oluştururlar. Bunlar; fosfolipidler, plazmojen, sfingomiyelin, glikolipitler ve kolesteroldür. Hayvansal yağlarda en çok bulunan yağ asitleri; 16 karbonlu palmitik asit ile 18 karbonlu stearik asittir. Doymamış yağ asitlerinden ise hayvansal yağlarda en çok bulunanları, 16 karbonlu ve 1 doymamış bağa sahip palmitoleik asit, 18 karbonlu ve yine 1 doymamış bağa sahip oleik asit, Yine 18 karbonlu ama 2 doymamış bağa sahip linoleik asit, ve 20 karbonlu 4 doymamış bağa sahip arahidonik asittir (Dinçer, 1987; Göğüş, 1986; Tezcan ve Yurtyeri, 1987; Varnam ve Sutherland, 1995; Yıldırım, 1992; Yücel, İşgöz ve Çetin, 1994). Balık etinde ise; doymuş yağ asitleri düşük olup, özellikle uskumru, dere alabalığı, ringa, sardalye, ton ve somon balığı gibi yağlı türler, iki tür omega-3 yağ asidini (20 karbonlu eikosapentaenoik asit :EPA ve 22 karbonlu dokosaheksaenoik asit:DHA) önemli miktarda içerir (Turan, Erkoyuncu ve Kocatepe, 2013).

Etlerde karbonhidrat çok az bulunur. Ancak gerek etin dokusu gerekse de lezzeti yönünden önemlidir. Kasta az miktarda glikojen, glikoz, glikoz-6-P ve glikoz ürünleri olan bileşikler bulunur. Bunların miktarları hayvanın beslenmesine ve fiziksel hareketlerine bağlıdır. Etin olgunlaştırılması sırasında glikojenin laktik aside dönüşmesi ile etin pH'sı değişir. Bu

durum etin su tutma özelliğini, sertliğini ve rengini etkiler (Dinçer, 1987; Göğüş, 1986; Öztan, 2008; Tezcan ve Yurtyeri, 1987; Varnam ve Sutherland, 1995; Yücel, İşgöz ve Çetin, 1994).

Ette bulunan proteinler; aktin, miyosin, miyojen, albümin ve miyoglobindir. Etin kırmızı rengini miyoglobinin verir. Aktin ve miyosin birleşerek aktomiyosini oluştururlar ve kas hareketinde görevlidirler. Kollojen bağ dokusunun en önemli kısmını oluşturur. Eti kemiğe bağlayan tendon kısmıdır. Kollojendeki amino asitlerin %13'ü hidroksiprolindir. Kollojen lifleri ısıtıldıkları zaman boyları kısalır ve sulu ortamda daha da ısıtılırlarsa üç ayrı jelatin lifine dönüşürler. Isının yanı sıra ortamın asiditesi, ısının şiddeti, kollojen dokunun kalınlığı, ya da et parçasının büyüklüğü kollojenin jelatine dönüşmesini etkiler. Suda eriyen kollojen etlerin daha yumuşak olmasını veya etlerin kolay pişmesinin sağlar. Bağ dokusunun bir diğer önemli protein çeşitli de elastindir. Elastin iki kemiği veya kartilajları birbirine bağlar. Elastin lifleri esnek ve kuvvetlidir, kuvvet uygulandığında uzar, kuvvet ortadan kalkınca tekrar eski halini alır. Isı ile elastinde fazla değişiklik oluşmaz, asit ve alkaliden etkilenmez. Bağ dokusundaki elastin miktarı kollojene göre çok azdır (Baysal, 2007; Göğüş, 1986; Sams, 2001; Sikorski, 2001; Smith, 1988; Tezcan ve Yurtyeri, 1987; Varnam ve Sutherland, 1995; Yıldırım, 1992; Yücel, İşgöz ve Çetin, 1994).

Etin pişirilmesi için seçilen yöntem, kullanılacak etin bağ dokusu miktarına bağlıdır. Bağ dokusu fazla olan etler genellikle bol su ile uzun süre kaynatılarak ya da kıyma yapılarak değerlendirilir. Bağ dokusu az olan etler ise kısa sürede, fazla su konmadan daha çok kendi suyuyla ya da içine ilave edilen sebzelerin suyuyla pişirilir (Lawrie, 1991; Öztan, 2008; Sikorski, 2001; Tayar ve Şen, 1995; Türkan, 2012; Varnam ve Sutherland, 1995; Yücel, İşgöz ve Çetin, 1994).

2.4.Etin Kalitesine Etki Eden Etmenler

- Hayvanın beslenmesi.
- Hayvanın cinsi.
- Hayvanın türü, ırkı.
- Hayvanın yaşı.
- Bağ dokusu miktarı.

- Hayvanın kesimden önce dinlendirilmiş olması.
- Kesimden sonra etin dinlendirilmiş olması.
- Etlerin uygun koşullarda bekletilmesi (Gürman, 2003; Tayar ve Şen, 1995).

2.5.Ete Uygulanan Uluslararası Pişirme Yöntemleri

Ete uygulanan uluslar arası pişirme yöntemleri şöyle sıralanmıştır:

2.5.1.Bouilli (Kaynayan Suda Haşlama) Pişirme Yöntemi

Kaynayan suda haşlama yöntemidir, soğuk su veya kaynayan suya etin konması şeklinde iki şekilde yapılabilir. Av hayvan etleri, sert kasap etleri, kart kümes hayvanları, kelle, paça, işkembe gibi sakatatların pişirilmesinde kullanılır (Brown, 2010; MEGEP-a; 2006, Türkan, 2012).

2.5.2.Poché (Kaynamayan Suda Haşlama) Pişirme Yöntemi:

Kaynama noktasının altındaki suda pişirme yöntemidir. Derin suda veya az suda uygulanabilir, kaynama ile parçalanması istenmeyen etlerin pişirilmesinde kullanılır. Süt kuzu, süt dana, körpe piliç gibi hayvan etlerinin pişirilmesinde kullanılır (Brown, 2010; MEGEP-a; 2006, Türkan, 2012).

2.5.3.Braisé (Yağda Kavurma) Pişirme Yöntemi

Eti kapalı bir kap içinde, düşük ateşte ve çok az sıvı ile pişirmek anlamına gelir. Özellikle büyük parça etlerin pişirilmesinde ve sert etlerin yumuşaması ve gevşetilmesi için kullanılan bir pişirme yöntemidir. Av hayvan etleri, rosto (sığır, dana ve koyun), yahni, ragout, goulasch (Macar), paupiettes de boeuf (et sarma), osso buco, etli sebze yemekleri ve tencere kebaplarının pişirilmesinde kullanılır (Brown, 2010; MEGEP-a; 2006, Türkan, 2012).

2.5.4.Etuvé Vapeur (Buharda) Pişirme Yöntemi

Etlerin özel kaplarda suya değmeden sadece su buharında pişirilmesi yöntemidir. Altı delikli özel kaplarda veya özel “combi-steamer” (konveksiyonlu) fırınlarda uygulanabilir. Körpe ve yumuşak kasap etleri, körpe kümes hayvan etlerinin pişirilmesinde kullanılır (Brown, 2010; MEGEP-a; 2006, Türkan, 2012).

2.5.5.Etuvé (Kendi Suyunda) Pişirme Yöntemi

Etin hiç su ilave edilmeden, kendi suyunda pişirilmesi yöntemidir. Gereken ilavelerle (yağ, tuz, biber, salça gibi) hazırlanan yiyecekler ocakta veya fırında kendi sularıyla pişer. Pişirme işlemi hafif ısıda olmalı, yiyecek kendi suyunu salarak kendi suyunda pişmelidir. Yiyecek bu yöntem ile fırında pişirilecekse 120-140 0C’ den fazla ısı olmamalıdır. Kuzu eti ve güveç yemeklerinde kullanılır (Brown, 2010; MEGEP-a; 2006, Türkan, 2012).

2.5.6.Poelle (Az Yağda) Pişirme Yöntemi

Az yağ konmuş kızgın tavada pişirme tekniğidir. Etler için ızgara olmadığı zamanlar, ızgaranın yerine kullanılan pişirme yöntemidir. Etler için ızgara taklidi yöntem olarak da isimlendirilir. Yumuşak kasap etlerinde (bonfile, contre filet ve bunlardan çıkarılan etler, T bone steak gibi), körpe kümes hayvanlarında, karaciğerde, escalope diliminin elde edildiği etlerin pişirilmesinde kullanılır (Brown, 2010; MEGEP-a; 2006, Türkan, 2012).

2.5.7.Frite (Bol Yağda) Pişirme Yöntemi

Kızgın bol yağda pişirme tekniğidir. Bu teknik ile eti kızgın yağın içerisine daldırarak, etin yüzeyinde birden, gevrek bir kızarmış tabaka oluşturulup yumuşak kalması sağlanır. Gazlı, elektrikli fritöz veya kızartma tenceresi, tava kızartmada kullanılan araçlardır. Yağın sıcaklık derecesi pişirilecek etin yapısına, türüne ve özelliğine göre değişebilir. Ayrıca pişme süresi de pişecek maddenin türüne göre farklılık gösterebilir. Köfteler, piliçler, pane ve kaplama etlerin pişirilmesinde kullanılır (Brown, 2010; MEGEP-a; 2006, Türkan, 2012).

2.5.8.Saute (Sote) Pişirme Yöntemi

Az yağ konmuş kızgın tavada kısa sürede pişirme tekniğidir. Genelde bu pişirme tekniği ile pişen yemekler “A’la minute” dakikalık veya “five minute dishes” diye isimlendirilirler. Etlerin herhangi bir çeşit yağda karıştırılarak ya da daha iri parçalar halinde iseler alt üst edilerek kahverengileşinceye kadar pişirilmeleri demektir. Sote de amaç çok bir sıcaklıkta sote edilen maddenin yüzeyinin kızarması, (pıhtılaştırarak, mühürlenerek) öz suyunun içinde kalmasını sağlamak ve hoş bir tat elde etmektir. Sote yaparken yağın ve tavanın kızdırılmış olması, etin tavayla temas eden dış yüzeylerinin dağlanmasını sağlar. Sık karıştırma sayesinde ise yiyeceğin her tarafının kızgın yağla temasını sağlamaktır. Böylece oluşan kabuk ise hem yağın yiyecek tarafından çekilmesini hem de yiyeceğin lezzetini büyük ölçüde sağlayan öz suyunun dışa çıkmasını önler. Sote etme tekniğinin tercih edildiği durumlarda kullanılacak etler, mutlaka çok körpe olmalıdır. Böylece uzun pişirmeye gerek kalmadan etin pişmesi sağlanır. Sote etmek etin çok çabuk hazırlanmasını sağlar. Boeuf straganof, emincé, körpe kümes hayvanları ve sakatatların (karaciğer, böbrek vb.) pişirilmesinde kullanılır (Brown, 2010; MEGEP-a; 2006, Türkan, 2012).

2.5.9.Roti (Fırında) Pişirme Yöntemi

İri parçalar halindeki etlerin fırında hiç su kullanmadan yalnızca yağlanarak pişirilmesi yöntemine Roti Pişirme Yöntemi denir. Körpe kümes hayvanları, körpe yumuşak etler, süt dana budu, bütün kuzu, oğlak, süt dana, süt kuzunun çatalı, süt kuzu pırzola, süt kuzu sağrısı, iri köfteler (rulo ve dalyan köfte), av hayvan etlerinin pişirilmesinde kullanılır (Brown, 2010;MEGEP-a; 2006, Türkan, 2012).

2.5.10.Grille (Izgara) Pişirme Yöntemi

Grill; etlerin kor haline gelmiş kömür ateşi üzerinde pişirilmesi yöntemidir. Günümüzde kömürlü ızgaraların yanı sıra gazlı ve elektrikli ızgaralarda kullanılmaktadır. Kömürlü ızgaralar kullanılacaksa meşe odununun kömürü kullanılmalıdır. Çünkü meşe kömürünün kalorisi yüksek olduğu için uzun süre ısı verir. Bonfile, contre filet ve bunlardan çıkarılan etler, t bone steak, kuzu eti (pırzola, but, şiş), süt dana pırzolası, kebablar, dana ve kuzu sakatatları, piliç ızgara, şiş kebab ve köfteler, bildircin gibi av kuşlarının pişirilmesinde kullanılır (Brown, 2010;MEGEP-a; 2006, Türkan, 2012).

2.5.11.Gratin Pişirme Yöntemi

Gratin; etin üzerinin kızartılmasıdır. Kısa sürede fırında veya salamandırdada yapılır. Önceden çeşitli yöntemlerle pişirilen etlerin son pişirmesi bu yöntemle yapılır. Özelliklerine göre ön hazırlama ve pişirme yöntemlerinden geçirilir. Çok yumuşak olan ve kısa sürede pişebilen etler marine edildikten sonra ızgarada tekniğine uygun pişirilir. Üzerlerine katkı malzemeleri yayılarak gratin edilir. Daha çok ızgarada pişen sebze garnitürleri ile servis yapılır. Daha sert olan etler veya kemikli etler çeşitli katkı malzemeleri ile suda pişirilirler. Daha sonra susuz olarak graten kaplarına alınır. Üzerlerine yayılan çeşitli katkı malzemeleri veya soslar ile gratin edilir. Bazı etler veya köfte çeşitleri fırında pişirildikten sonra üzerlerine gratin malzemeleri ilave edilerek gratin edilir (Brown, 2010;MEGEP-a; 2006; MEGEP-c, 2006).

2.6.Pişirme Usulüne Göre Etlerin Gruplandırılması

Pişirme şekillerine göre etlerin gruplaması şöyledir:

2.6.1.Kuru Isıda Pişirilen Etler

Kuru ısıda pişirme yöntemleri; Grille, Roti dir. Bağ dokusu az olan birinci kalite etler bu yöntemle pişirilir (Brown, 2010;MEGEP-a; 2006).

2.6.2.Nemli Isıda Pişirilen Etler

Bol Suda Pişirilen Etler: Bouilli pişirme yöntemi bu gruba girer. Sert kasap etleri, kart kümes hayvanları ve av hayvanları etleri bu yöntemle pişirilir.

Az suda ya da kendi suyunda pişirilen etler: Etüvé pişirme yöntemi bu gruba girer. Kuzu etleri bu yöntemle pişirilir.

Buharda pişirilen etler: Etüvé vapeur pişirme yöntemi bu gruba girer. Körpe kümes hayvanları, yumuşak kasap etleri bu yöntemle pişirilir (Brown, 2010;MEGEP-a; 2006).

2.6.3.Yağda Kızartılarak Pişirilen Etler

Az yağda uzun süre pişirilen etler: Poelle pişirme yöntemi bu gruba girer. Yumuşak kasap etleri, körpe kümes hayvan etleri, sakatatlar ve escalope diliminin elde edildiği etler bu yöntemle pişirilir.

Az yağda kısa sürede pişirilen etler: Sautè pişirme yöntemi bu gruba girer. Körpe kümes hayvanları ve sakatatlar bu yöntemle pişirilir.

Bol derin yağda kızartılarak pişirilen etler: Frite pişirme yöntemi bu gruba girer. Köfteler, piliçler, pane ve kaplama bu yöntemle pişirilir (Brown, 2010;MEGEP-a; 2006).

2.7.Et Saklama Yöntemleri

Etler, uzun süre muhafaza edilmek istendiğinde şu yöntemler kullanılır:

2.7.1.Taze Saklama (soğuk hava depolarında)

Etler kolay bozulduğu için soğukta saklanmaları gerekir. Gövde etleri (but, kol, kürek, yarım gövde) çengellere asılarak; küçük parça etler (kuşbaşı, kıyma vb) ise et tepsileri içinde bekletilmelidir. Etlerin; soğuk hava depolarında saklama ısıları 0C' nin altında olmalıdır. Kıyma 1 gün, kuşbaşı etler 2 gün, iri parça etler (bonfile, nuar, contrafile vb.) 3-7 gün, gövde etleri 7-15 gün soğuk hava depolarında bekletilebilir. Küçük parça etler ambalaj içinde bekletilmemelidir. Ambalaj yapılmadan bekletilen etler hava akımı olan depolarda birbirlerine değmeden bekletilmelidir. (Tepsilerin üzeri açık olmalı, gövde etlerin ise aralarında hava sirkülasyonu olacak şekilde asılmalıdır. Aksi halde kokuşma başlar (Gürman, 2003; Tayar ve Şen, 1995; Yücel, İşgöz ve Çetin, 1994).

2.7.2.Dondurarak Saklama

Hemen kullanılmayacak, bir süre dondurularak saklanacak etler ölüm sertliğinin giderilmesi ve kan-su akımı için en az 2 gün soğuk hava depolarında saklanmalıdır. Ambalaj yapılmış ya da vakum yapılmış etler -32 C' de dondurulur, -18 C' de saklanmalıdır. Gövde etler dondurularak büyük işletmelerde saklanır. Genellikle soğuk hava deposunda bekletilir. Olgunlaşma süresini tamamladıktan sonra tüketilir (Gürman, 2003; Öztan, 2008; Yücel, İşgöz ve Çetin, 1994).

2.7.3.Etlerin Dondurulması ve Çözdürülmesi

Küçük işletmelerde veya et sanayinde; etler kullanım amacına ve yapılacak yemeğe göre parçalara ayrılır. Ete son şekli verilir. Daha sonra bir kullanımlık havası alınmış paketlerde dondurulur. Paketin üzerine parçanın adı, porsiyon miktarı, dondurulduğu tarih yazılır ve -32 C' de dondurulur, -18 C' de saklanır. Kullanılacağı zaman paket açılıp hemen kullanılacak şekilde olması gerekir (yeniden şekil vermek veya baharat vs ekleme yapılmamalı). Donmuş etler kullanılmadan 24 saat önceden + 5 C' ye çıkarılarak çözdürülür veya mikrodalga fırınlarda hemen çözdürülebilir. Acil durumlarda akan soğuk suyun altında da çözdürülebilir. Donmuş et asla oda sıcaklığında veya sıcak bir ortamda çözdürülmeye çalışılmamalı, aksi halde et hücreleri parçalanır, et özsuyunu kaybeder ve sertleşir, pişen yemek lezzetsiz olur. Ayrıca oda sıcaklığında çözülürken dış kısmı çözülür içi henüz buzludur ve kullanılmaz. Tamamı çözülene kadar dış kısımda bozulma (mikro organizma üremesi) başlar (Gürman, 2003; Öztan, 2008; Yücel, İşgöz ve Çetin, 1994).

2.7.4.Kavurma

Kasaplık büyük ve küçükbaş hayvan etlerinin (kemikli veya kemiksiz) küçük parçalara ayrıldıktan sonra belli oranda tuz ve iç yağı ilave edilerek ateşte kavrulmasıyla elde edilir. Geleneksel bir saklama yöntemimiz olan kavurma tüketime hazır çeşitli et ürünleri içinde saklama ömrü en uzun olanıdır (Brown, 2010; Gürman, 2003; Tayar ve Şen, 1995).

2.8. Turizm İşletme Belgeli Tesislerin Nitelikleri

T.C. Resmi Gazete'de yayımlanan, 2005/8948 Sayılı Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğe göre; TİB sahibi olan lokantaların tanımı ve nitelikleri şu şekildedir:

Lokantalar; tabldot, alakart veya özel yemek ve bu yemeklere uygun servisler ile yeme-içme ihtiyaçlarını karşılayan tesislerdir.

Lokantalar ikinci ve birinci sınıf olarak sınıflandırılırlar. İkinci sınıf lokantalar, müstakilen belgelendirilemez. Lokantaların sınıflandırılmalarında yönetmelikte belirlenen nitelikler kadar işletmenin dekorasyonu, hizmet standardı, yemeklerin nefaset, kalite ve sunuş özellikleri de dikkate alınır.

Lokantalarda canlı yemek müziği, çevreyi ve müşteriye rahatsız etmeksizin yapılabilir. Türk mutfağına yönelik hizmet verilmesi halinde Türk kahvesi ve çayı geleneksel usullere uygun hazırlanarak sunulur.

İkinci sınıf lokantaların yemek salonu kapasitesi en az elli kişiliktir. Birinci sınıf lokantaların toplam kapasitesi en az yüz elli kişilik olup en az elli kişilik bir ana salon düzenlenmesi kaydı ile kapasitenin kalan kısmı ayrı salonlarda düzenlenebilir. Salon kapasiteleri, müşteri yerleşiminin rahat bir şekilde sağlanması koşuluyla, müşteriye hizmet verilen alanların kişi başına 1.2 metrekareye bölünmesiyle hesaplanır. Salonlar mutfak ile doğrudan bağlantılı veya servis mutfağı bulunacak şekilde düzenlenir. Ancak aynı kattaki salonlar için fonksiyonel düzenleme sağlanması kaydıyla tek bir servis mutfağı veya mutfak bağlantısı yeterli görülebilir. Mutfak için ayrılan alan, kapasiteye yeterli hizmet verilebilmesine imkan sağlayacak şekilde düzenlenmesi kaydıyla; ikinci sınıf lokantalarda müşteriye yemek hizmeti verilen salonun yüzde yirmi beşinden daha küçük, birinci sınıf lokantalarda ise, yüzde yirmi beş alan şartı aranmaksızın, elli metrekareden küçük olamaz. Hazırlama, pişirme, servis ofisi, servis bankosu bulaşık bölümleri ve mutfak fonksiyonlarını yerine getiren diğer alanlar bu alana dahildir.

İkinci sınıf lokantalar aşağıda belirtilen asgari nitelikleri taşırlar, Aşağıda belirtilen mahaller, bünyesinde yer aldığı tesiste lokantanın işleyişine de hizmet verecek şekilde bulunuyorsa ayrıca aranmaz.

- a) Tüm hacimlerin, fonksiyon ve sınıfına uygun malzeme ile tefriş ve dekore edilerek aydınlatılması,
- b) İdare odası,
- c) Kadın ve erkek için ayrı müşteri tuvaletleri,
- d) Personel için soyunma yerleri ile lavabo, duş ve tuvaleti,
- e) Malzeme deposu,
- f) Soğuk dolap veya içerden açılabilen soğuk saklama deposu,
- g) Mutfakta;
 - 1) Kuzine,
 - 2) Tesiste verilen yiyecek türlerine uygun hazırlık yerleri,
 - 3) Servis takımları için kapasiteye yeterli bulaşık makinesi,

h) Salon ve servis birimleri ayrı katlarda ise servis merdiveni veya monşarj.

Birinci sınıf lokantalar; ikinci sınıf lokantalar için aranılan şartlarla birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşıyan tesislerdir:

a) Giriş holü,

b) Servis mahalleri ile bağlantılı ayrı servis girişi,

c) Bankolu vestiyer,

d) Müzik yayını,

e) Havalandırma ve klima sistemi,

f) Mutfakta;

1) Fırın,

2) Yemekleri ve tabakları sıcak saklama teçhizatı,

3) Tatlı ve pasta hazırlık yerleri,

g) Sıcak ve soğuk yemekler ile tatlı çeşitlerinden en az beşer adedinin yer aldığı mönü.

(2. Bölüm, Madde 26) (T.C. Resmi Gazete, 2005, Ek 7).

BÖLÜM III

İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Bu başlık altında, konuyla ilgili literatür taraması yapılmış ve dikkat çeken araştırmalar özet halinde kronolojik olarak sunulmuştur.

Tokat'ta kırmızı et tüketimiyle ilgili yapılan çalışmada, 319 kişi çalışmaya katılmıştır. Çalışmada, en çok tercih edilen et türü %46 ile koyun eti olurken bunu %36 ile kuzu ve %35 ile sığır eti takip etmiştir (Çivi, Gürler, Esengün ve Karkacier, 1993).

ABD'de 1992-1993 yıllarında, 4199 hanede yapılan bir çalışmada, katılımcıların %40,0'ının kahvaltı öğünlerini ev dışında tükettikleri saptanmıştır (Yen ve Jensen, 1996).

Gül, Akbay Özdeş, Dölekoğlu Özçiçek, Özel ve Akbay'ın (2003) Adana'da 377 ailenin ev dışı gıda tüketimlerini araştırdıkları çalışmaya göre; katılımcıların %54,4'ü ev dışında gıda tüketmekte ve aylık gıda harcamalarının ortalama %24,9'unu ev dışı harcamalarına ayırmaktadır. Katılımcı aileler aylık gelirlerinin ortalama %11,7'sini ev dışı gıda tüketiminde kullanmaktadırlar. Aynı çalışmada katılımcıların %38,8'inin son bir hafta içinde 1-3 kez dışarıda yemek yedikleri saptanmıştır.

Van ili merkez ilçede kırmızı et tüketim alışkanlıklarının incelendiği, 316 katılımcı ile yürütülen çalışmada; ailelerin %34,5'nin ayda 3 kg'dan az et tükettikleri ve en çok sığır etini tercih ettikleri belirlenmiştir. Çalışmaya göre ailelerin %52,2'si piyasadaki eti güvenilir bulmamaktadır (Aygün, Karakuş, Yılmaz, Gökdal ve Ülker, 2004).

Hatırlı, Demircan ve Aktaş (2004) Isparta ilinde ailelerin balık tüketimlerini araştırdıkları çalışmada; ailelerin aylık gıda harcamalarının toplam harcamalarının %32,35'ini, balık harcamalarının ise gıda harcamalarının %6,24'ünü kapsadığı, aile başına aylık 3,78 kg ve kişi başına aylık 1,03 kg balık tükettikleri tespit edilmiştir. Ailelerin balık tüketim

tercihleri ile ilgili yapılan Likert tipi ölçek araştırması sonucunda; en önemli tüketim sebebinin besin değeri (4,24), olduğu belirlenmiştir. Diğer tercih sebepleri ise; tat (4,06), sağlık (3,09) ve ekonomiklik (2,87) şeklinde saptanmıştır.

Akbay ve Boz'un (2005) Kahramanmaraş'taki 240 ailenin ev dışı gıda tüketim talebi ve tüketim davranışlarının ekonomik analizi konulu çalışmalarında; katılımcıların %52,1'inin ev dışında gıda tükettikleri ve ailelerin gelirleri yükseldikçe ev dışı gıda tüketimlerinin arttığı saptanmıştır. Çalışmanın sonucuna göre; katılımcı ailelerin toplam gıda harcamalarının %9,0'unu ev dışı gıda tüketimi için harcadıkları tespit edilmiştir.

Ekeyılmaz'ın 2006 yılındaki çalışmasında; 377 ailenin ev dışı gıda tüketimleri incelenmiştir. Katılımcı ailelerin %65,0'inin alışkanlık olarak ev dışında gıda tükettikleri saptanmıştır. Dışarıda gıda tüketen ailelerin %34,4'ünün eşinin çalışması nedeniyle ev dışında gıda tükettikleri belirlenmiştir. Çalışmaya göre, Ev dışı gıda tüketimi yapan ailelerin gıda harcamalarının yaklaşık %26,79'i ev dışı gıda tüketimine ayrılmaktadır. Ev dışı gıda tüketiminde kebabçılar genel örnekleme katılımcıların %39,4'ü tarafından tercih edilmektedir.

Çin'de ev dışı tüketimi araştırmak amacı ile yapılan bir çalışmada; ülke bazındaki istatistik verileri ve araştırmada elde edilen bilgiler kullanılmıştır. Çin'de gelir düzeyinin hızla arttığı dönemlerde ev dışı gıda tüketiminin de arttığı, ayrıca Çin'deki ekonomik reformun ev dışı gıda tüketiminde etkili olduğu saptanmıştır (Ma, Huang-Fuller ve Rozell, 2006).

İzmit'te fast-food işletmelerine gelen 736 müşteri ile yapılan bir çalışmada, faktör analizi sonucu altı faktör ortaya çıkmıştır. Yapılan MANOVA analizinde tüketicilerin cinsiyeti ile "hız" ve "pazarlama faaliyetleri" faktörleri arasında, tüketicilerin medeni durumu ile "hız", "ürün özellikleri", "personel davranışı", "pazarlama faaliyetleri" ve "fiyat politikası" faktörleri arasında, tüketicilerin eğitim durumu ile "hız", "personel davranışı" ve "fiziki unsurlar" faktörleri arasında ve tüketicilerin gelir düzeyi ile "hız", "ürün özellikleri" ve "fiziki unsurlar" faktörleri arasında anlamlı bir farkın olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre; "Hız" faktörü erkeklerin hızlı yiyecek işletmelerini tercih etmelerinde daha etkili olurken, "pazarlama faaliyeti" faktörü ise kadınların tercihlerini daha çok etkilediği söylenebilir. Hızlı yiyecek işletmelerinin tercihinde "fiziki unsurlar" faktörü dışındaki tüm faktörlerin bekar müşterileri evli müşterilere göre daha çok etkilediği görülmektedir. "Hız", "ürün özellikleri" ve "fiziki unsurlar" faktörlerinin, yüksek gelirli müşterilerin tercihinde daha çok etkili olduğu saptanmıştır (Öncü, Çatı ve Özbay, 2007).

Tayfun ve Kara'nın 2007 yılında Ankara'da bulunan TİB sahibi 1. sınıf lokantalardan hizmet alan 247 müşterinin memnuniyet düzeylerini araştırdıkları bir çalışmada; katılımcıların %39,3'ünün ayda 3-4 defa dışarıda yemek yediği, %69,6'sının ev dışı gıda tüketimini sosyal aktivite olarak gördükleri tespit edilmiştir. Aynı çalışmada, lokantanın fiziki özellikleri ($U=6083;p<0,05$) ve ulaşım kolaylığının ($U=6254;p<0,05$) müşterilerin lokanta seçimi arasında istatistiksel olarak 0,05 anlamlılık düzeyinde bir farklılık tespit edilmiştir. Bu analizler neticesinde kadınların lokantanın fiziki özelliklerine erkeklerin ise, ulaşım kolaylığına daha fazla önem verdikleri saptanmıştır.

Ankara'da 2007 yılında 292 katılımcı ile 5'li Likert yöntemi kullanılarak yapılan bir çalışma sonucunda, tüketicilerin Türk usulü fast-food restoranları tercih etmesinin en önemli nedeni menülerin doyurucu olmasıdır (3,74). Bir diğer önemli nedenin 3,72 ortalama ile damak tadına uygun menü sunulması, üçüncü önemli nedenin ise 3,68 ortalama ile hizmetin zamanında ve hızlı sunulması olduğu saptanmıştır (Tayfun ve Tokmak, 2007).

Cevger, Aral, Demir ve Sarıözkan (2008) "Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi intern öğrencilerinde hayvansal ürünlerin tüketim durumu ve tüketici tercihleri" adlı çalışmalarında; 122 katılımcının %32,0'sinin haftada 1-2 defa, %39,0'unun haftada 3-5 defa ve %24,0'ünün her gün lokanta-restoran-fast food tarzı yerlerde yemek yediği, %5,0'inin ise bu tarz yerlerde yemek yemediği belirlenmiştir. Ailesiyle veya akraba yanında kalan öğrencilerden %13,0'ünün, bekar evinde kalan öğrencilerden %24,0'ünün ve yurttan kalan öğrencilerden ise %41,0'inin her gün dışarıda yemek yeme alışkanlığına sahip olduğu tespit edilmiştir.

Gaziantep ili merkez ilçede, 516 kişi ile yapılan çalışmada; et tüketim alışkanlıkları araştırılmış ve ankete katılan ailelerin yarısından fazlasının (%51,9) ayda 3 kg'dan daha az, %10,1'inin ise ayda 5 kg'dan fazla et tükettiği saptanmıştır (Karakuş, Aygün ve Alarslan, 2008).

2005 yılında Antalya ilinde, ailelerin kırmızı et satın alım yeri tercihlerini etkileyen sosyoekonomik faktörler logit model kullanılarak incelenmiştir. İncelenen ailelerin %95,96'sı (190 aile) kırmızı et tüketirken, %4,04'ü kırmızı et tüketmemektedir. İncelenen ailelerde kişi başına aylık ortalama kırmızı et tüketimi 0,70 kg olarak belirlenmiştir. Üç gelir grubu içerisinde en fazla et tüketimi III. gelir grubunda gerçekleşmektedir. Ailelerde en fazla koyun eti tercih edilirken, bunu sırasıyla sığır ve keçi etlerinin takip ettiği ortaya

konulmuştur. Ailelerden %41,05'i kasaplardan, %58,95'i de kasap dışı yerlerden (market, süpermarket ve hipermarket) kırmızı et satın almaktadırlar. (Tosun ve Hatırlı, 2009).

Yaylak, Taşkın, Koyubenbe ve Konca'nın (2010) İzmir ili Ödemiş ilçesinde yaptıkları çalışmada; 497 tüketiciye anket uygulanmıştır. Çalışmaya katılanların %87,1'inin kırmızı et tükettiği, %12,9'unun ise tüketmediği saptanmıştır. Kırmızı et tüketenler, etin elde edildiği hayvan türüne göre tercihlerini sırasıyla; sığır (%66,7), koyun (%16,7), keçi (%8,6) ve fark etmez (%8,0) olarak belirtmişlerdir. Kırmızı eti tüketicilerin %50,6'sı kıyma, %38,5'i parça et, %10,9'u ise kemikli et olarak almayı tercih etmektedir. Tüketicilerin % 19,3'ü kırmızı eti ızgara, %16,8'i haşlama, %8,6'sı fırında, % 8,2'si yağda kızartarak ve %15,4'ü sebze yemeklerinin içinde tüketmeyi tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Kırmızı et satın alırken tüketicilerin, %46,3'ü tazeliğine, %30,9'u yağsız oluşuna ve %15,2'si tüm özelliklerine, %7,6'sı ise fiyatına dikkat ettiklerini belirtmişlerdir. Çalışmaya katılanların %62,3'ü hayvanların hijyenik koşullarda kesildiğini düşünürken, %9,6'sı aynı düşüncede olmadığını, %27,2'i ise bir fikri olmadığını belirtmiştir.

Aydın (2011) çalışmasında 2003-2006 yılları arasında her yıl yapılan "Hane Halkı Bütçe ve Tüketim Harcamaları" anketlerinden elde edilen verileri değerlendirmiştir. Analizlerde, 2003 yılına ait 25.764, 2004 yılına ait 8.544, 2005 yılına ait 8.559 ve 2006 yılına ait 8.556 hane olmak üzere toplam 51.423 hanenin; tahıl ürünleri, sebze-meyveler, süt ve süt ürünleri, kırmızı et, beyaz et ve deniz ürünleri tercihleri ve 4 yıllık aylık ortalama harcamaları incelenmiştir. Çalışmaya göre en çok tüketilen gıda grupları tahıl ürünleri ve sebze meyvedir. Bu iki grup %100,0'lük bir oranla ilk sırada yer almaktadır. Dört yıllık aylık ortalama tüketim oranına göre %85,0 ile süt ve süt ürünleri tüketimi ikinci, %70,0 ile beyaz et tüketimi üçüncü, %50,0 ile kırmızı et tüketimi dördüncü ve %33,0 ile deniz ve deniz ürünleri tüketimi beşinci sırada yer almaktadır. Hanelerdeki yiyecek harcamaları 2003 ile 2006 yılları arasında; tahıl ürünleri için ayda ortalama 52 TL, sebze-meyve için 73 TL, kırmızı et için 41 TL, süt ürünleri için 9 TL, beyaz et için 12 TL ve deniz ürünleri için 6 TL'dir.

2010 yılında 463 kişinin katılımıyla Elazığ'da yürütülen bir çalışmada; katılımcıların %58,4'ünün öncelikli olarak kırmızı eti tercih ettiği ve en çok tercih edilen kırmızı et türünün de sırasıyla sığır (%55,3), koyun (%15,3), keçi (%11,7) olduğu görülmüştür. Kırmızı etin tüketim şekli olarak %40,8 ızgara-kızartma, %40,8 sebzeli, %8,6 haşlama tespit edilmiştir. Kırmızı et tüketen ailelerin %44,3'ünün ayda 4 kg'dan az kırmızı et tükettikleri tespit edilmiştir. Tüketilen kırmızı eti lezzetli bulanların oranı %49,2 olarak

bulunmuştur. Kırmızı etin satın alındığı yer olarak %66,6'lık oranla kasap ilk sırada yer almıştır (Şeker, Öze, Güler, Şeker ve Özden, 2011).

Aydın'da kentsel alanda kırmızı et ve kanatlı eti tüketicilerinin kararları ile bunları etkileyen faktörlerin incelendiği, 140 hanehalkının katıldığı bir çalışmada; ekonomik nedenlerle tüketicilerin sağlıklı beslenme için gerekli miktarda kırmızı et tüketemediği belirtilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre; Aydın ili kentsel alanda kişi başına kırmızı et tüketimi 5,87 kg/yıl, kanatlı eti tüketimi ise 10,91 kg/yıl olarak belirlenmiştir. En çok tercih edilen kırmızı et çeşitleri %70,91 oranıyla sığır eti, %27,27 oranıyla koyun eti ve %1,82 oranıyla keçi eti ve en çok tercih edilen kanatlı eti çeşidinin ise %97,79 oranıyla tavuk eti olarak belirlenmiştir. Tüketicilerin %67,90'nının kırmızı eti pahalı, %20,15'nin çok pahalı bulduğu, buna karşılık kanatlı eti tüketenlerin %70,59'nun fiyatları normal düzeyde ve %19,12'sinin pahalı bulduğu tespit edilmiştir (Ulaş, 2011).

Uzundumlu, Işık ve Kırılı (2011) İstanbul Küçükçekmece ilçesinde "En Uygun Et Tipinin Belirlenmesi" adlı çalışmada dört yüz hanehalkına anket uygulamışlardır. Buna göre; kırmızı et tüketiminin yıllık kişi başına 6,59 kg, kanatlı eti tüketiminin 13,79 kg ve balık eti tüketiminin 4,50 kg olduğu belirlenmiştir. Tüketicilerin %19'u fiyata, %28'i besin içeriğine, %24'ü hijyene ve %29'u damak tadına daha fazla önem vermektedir. Tüketicilerin %30'unun sığır etini, %18'inin koyun etini, %25'inin tavuk etini ve %27'sinin ise balık etini kendileri için uygun buldukları saptanmıştır.

Arıker'in (2012) çalışmasında, katılımcıların restoran seçimini en çok etkileyen kriterin manzara olduğu bulunmuştur (%37,0). Bunu, sırasıyla, yemek türü (%36,0), alkol (%31,0), bölge (%30,0), fiyat (%29,0), bahçe (%26,0), ambiyans (%24,0), otopark (%23,0), kiminle /ne amaçla restorana gidileceği (%23,0), çocuklarla ilgili kriterler (%21,0), yemek zamanı (%20,0), teras (%20,0), mutfak türü (%19,0) ve diğer seçim kriterleri izlemiştir. Ayrıca çalışmaya göre, gelir ve fiyatın (kişi başı yemek maliyetinin) bir seçim kriteri olması birbirinden bağımsız değildir (Pearson Ki-Kare=16,793, p=0,05). Katılımcıların, gelir düzeyi arttıkça, daha pahalı restoranları tercih ettikleri görülmektedir.

Lorcu ve Bolat'ın 2012 yılında Edirne'de 321 kişinin kırmızı et tüketimlerini incelediği çalışmaya göre; katılımcıların kişi başı aylık ortalama kırmızı et tüketimi 0,68 kg (\pm 0,62), olarak saptanmıştır. Ayrıca katılımcıların yarıdan fazlasının (%55,0) dana etini tercih ettikleri, %10,0'unun koyun-kuzuyu tercih ettikleri ve %35,0'inin her iki eti tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Akçay ve Vatansever'in (2013) Kocaeli'nde 384 hane halkının kırmızı et tüketimlerini incelediği araştırmaya göre; Kocaeli ili kentsel alanda kırmızı et tüketenlerin oranı düşük gelir grubunda %74,17, orta gelir grubunda %92,22, yüksek gelir grubunda %95,24'tür. Kırmızı et tüketmeyenlerin oranı ise düşük gelir grubunda %25,83, orta gelir grubunda %7,78, yüksek gelir grubunda %4,76'dır. Tüketicilerin kırmızı et tüketme nedenleri içerisinde ilk sırayı %46,27'lik bir pay ile besin değerinin yüksek olması almaktadır. Tüketicilerin %31,04'ü sağlıklı olduğu, %22,09'u lezzetli olduğu için kırmızı et tükettiklerini belirtmişlerdir. Alışkanlık olduğu için tüketenlerin oranı sadece %0,60'dır. Katılımcıların tüm gelir gruplarında en çok tercih edilen tüketim şekli ızgara-mangal olarak saptanmıştır. Toplam harcamalar ve gıda harcamaları ile kırmızı et tüketimi arasında istatistiksel olarak bir ilişki olup olmadığı analiz edilmiş ve yapılan Khi-kare testi sonuçlarına göre her iki faktör de istatistiksel olarak analiz %1 düzeyinde anlamlı bulunmuştur (sırasıyla $\chi^2=27.264$, $p=0.000$; $\chi^2=28.248$, $p=0.000$). Tüketicilerin gelir düzeyi yükseldikçe toplam harcamaları ve toplam harcamalar içinde gıda harcamalarının payının artması, kırmızı et tüketimlerinin de toplam harcamalar ve gıda harcamaları içerisinde önemli hale geldiğini göstermektedir.

Demir ve Armağan'ın (2013) Aydın ili kentsel alanda 384 hanede yaşayan hane halkının bazı sosyo-ekonomik özellikleri, harcamaları, gıda alışveriş tercihlerinin belirlenmesi, gıda ve diğer tüketim mallarına ait harcamaların ekonometrik analizlerinin incelendiği bir çalışmada; hane halkları düşük gelir grubundan yüksek gelir grubuna kadar %20,0'lik beş gruba ayrılmıştır. Harcamaların ekonometrik analizinde Heckman iki aşamalı tahmin modeli kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, ortalama hane halkı genişliği 2,66 kişi, ortalama hane halkı geliri 2726.90 TL/ay olarak saptanmıştır. Hane halkları aylık 1202.96 TL tutarındaki toplam harcamalarının %39,19'unu gıda harcamalarına ayırdıkları belirlenmiştir. Gelir dağılımını ölçen parametrelerden Gini katsayısı 0,26 olarak tahmin edilmiştir. Çalışmada; gıda için gelir esnekliği 0,70 bulunmuş ve alt grupların gelir esneklikleri tahıl grubu için 0,17, et-balık, süt-peynir-yumurta, sebze-meyve, şeker-bal, çay-kahve ve alkolsüz içecekler için yaklaşık 0,70, yağ grubu için 0,96 ve ev dışı gıda için 1,24 olarak hesaplanmıştır.

Nalinci'nin (2013) Amasya İli Merkez İlçedeki Hane Halkının Et Tüketim Alışkanlıkları ve Et Tüketimini Etkileyen Faktörler adlı yüksek lisans tez çalışmasında; kişi başına kırmızı et tüketimi 4,09 kg/yıl, kanatlı eti tüketimi 5,18 kg/yıl ve balık tüketimi 5,06 kg/yıl olarak tespit edilmiştir. En çok tercih edilen kırmızı et çeşitleri, dana eti (%64,84), sığır eti

(%19,68) ve koyun eti (%7,42); kanatlı eti çeşidi tavuk (%99,16), deniz balığı çeşidi ise hamsidir (%77,88).

Türkiye İstatistik Kurumu Hane Halkı Tüketim Harcaması Veri Tabanı (2013) verisine göre; ülkemizde toplam harcamaların %19,9'unu gıda ve alkolsüz içecek harcamaları oluşturmaktadır. Bununla birlikte toplam harcamanın %5,9'unu ise lokanta, yemek hizmetleri ve otellere yapılan harcamalar oluşturmaktadır, bu oran kent temel alındığında %6,3 olmaktadır. Bu oran 2002 yılında %4,4 olarak tespit edilmiştir (TÜİK, 2013).

İstanbul'da üniversite öğrencilerinin fast-food tüketimiyle ilgili yapılan bir çalışmada, öğrencilerin servis hızları nedeniyle çoğunlukla öğle yemeğinde fast-food restoranları tercih ettikleri tespit edilmiştir (Yıldırım ve Çengel, 2013).

Deniz kültürünün mutfağa etkisinin incelendiği ve Çanakkale'de 5 adet balık lokantasında yapılan bir çalışmada; 2 işletmenin aşçıbaşı, 2 işletmenin sahibi ve 1 işletmenin işletme şefi ile görüşülmüştür. Çalışma bulgularına göre; tüm işletmeler pişirme tekniği olarak ızgara ve tava yöntemlerini kullanmaktadır. Ayrıca katılımcılardan bir tanesi bunların haricinde fırınlama ve tütsüleme yöntemlerini kullandığını belirtmiştir. İşletmelerin çoğu canlı balık kullandıklarından, saklama yöntemlerini tercih etmemektedirler. Fakat ahtapot, karides ve ıstakoz gibi deniz ürünleri için dondurarak saklama yöntemini kullandıklarını ifade etmişlerdir (Bucak ve Taşpınar, 2014).

ETÜDER'in (2014) İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Antalya, Bursa ve Muğla'da yaptığı çalışma sonucunda bu illerde 93.000 ev dışı tüketim noktası tespit edilmiştir. Bu noktaların %80,0'ini yeme-içme mekanları, bu mekanların %43,0'unu ise lokantalar oluşturmaktadır.

Olçay ve Akçi'nin (2014) Adıyaman ile Gaziantep illerinin merkez ilçelerinde yaşayan ve kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen 407 kişiyle yaptıkları araştırma kapsamında insanların fast-food işletmelerini tercihleri ile cinsiyet, yaş ve eğitim düzeyi bağımsız değişkenleri arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı aranmıştır. Buna göre araştırmaya katılan insanların fast-food tarzı yiyecek-içecek işletmelerini tercihleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür. 16-20 yaş aralığındaki insanlar ile diğer yaş gruplarındaki insanlar arasında bir farklılık olduğu ve araştırmaya katılan insanların fast-food tarzı yiyecek-içecek işletmelerini tercihleri ile eğitim düzeyleri arasında birinci ve ikinci faktörlerde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu görülmüştür.

Ünal, Akkuş ve Akkuş (2014) Erzurum’da, 397 katılımcı ile restoran atmosferinin duygular, duyguların memnuniyet ve memnuniyetin de davranışsal sadakat üzerindeki etkisini faktör ve regresyon analizi uygulayarak incelemişlerdir. Restoran atmosferinin pozitif duygular üzerinde 0,01 önem düzeyinde anlamlı pozitif bir etkiye sahip olduğu görülmektedir ($B=1,105$; $p=0,000$). Bu sonuç 0,01 önem düzeyinde restoran atmosfer koşullarındaki 1 birimlik artışın pozitif duyguları 1,105 arttırdığı anlamına gelmektedir. Buna göre, atmosfer koşulları iyileştikçe pozitif duyguların da yükseleceğini ifade etmek mümkündür. Restoran atmosferinin negatif duygular üzerinde 0,01 önem düzeyinde anlamlı negatif bir etkiye sahip olduğu görülmektedir ($B=-0,516$; $p=0,000$). Bu sonuç 0,01 önem düzeyinde restoran atmosfer koşullarındaki 1 birimlik artışın negatif duyguları 0,51 azalttığı anlamına gelmektedir. Buna göre, atmosfer koşulları iyileştikçe negatif duyguların da azalacağını ifade etmek mümkündür.

Akarçay ve Suğur’un (2015) Eskişehir’de 23 görüşmeci ile yaptıkları yarı-yapılandırılmış görüşme sonucunda; en fazla yılda bir kaç kez fast-food tükettikleri, çoğunlukla da yerel fast-food restoranlarını tercih ettikleri görülmüştür.

Erdoğan ve Çiçek’in (2015) 348 akademisyen ile yürüttükleri çalışmada; katılımcıların aylık ortalama gıda harcaması $715\pm342,7$ TL olarak hesaplanmıştır. Katılımcı hanelerinde yıllık ortalama kişi başı tüketimlerin sütte $29\pm12,45$ kg, peynirde $5,7\pm2,33$ kg, yoğurtta $10,1\pm3,35$ kg, ayranında $5,4\pm3,07$ kg, tereyağında $1,75\pm0,83$ kg, süt kaymağında $1,1\pm0,45$ kg, kırmızı ette $18,84\pm6,28$ kg, kanatlı etinde $15,12\pm4,32$ kg, balık etinde $9,42\pm3,73$ kg, yumurtada $129\pm45,24$ adet ve balda ise $1,7\pm0,94$ kg olduğu tahmin edilmiştir. Ki-kare testi (χ^2) sonuçlarına göre, hanelerdeki gelir artışı ile sığır- dana eti ($P<0,05$), balık eti ($P<0,01$), yumurta ($P<0,001$) tüketimleri arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Araştırmada hane gelirinin artmasıyla hayvansal gıda tüketiminin de arttığı gözlenmiştir. Hayvansal gıdaların gerek tüketim miktarı, gerekse tüketim tercihlerinde katılımcıların gelir ve eğitim seviyesinin etkili olduğu belirlenmiştir.

Onurlubaş, Doğan ve Gürler (2015) İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya, Samsun, Erzurum ve Gaziantep illerinde 1282 kişinin katılımıyla gerçekleştirilen çalışmada tüketicilerin ev dışı gıda tüketimlerini incelemiştir. Araştırmaya göre; katılımcıların aylık ortalama gıda harcaması 907.10TL’dir. Aylık toplam ev dışı gıda tüketimi harcaması ise 362.20TL’dir. Ankete katılanların; %69,6’sının memur, %16,5’inin serbest meslek sahibi, %8,6’sının işçi, %2,7’sinin emekli, %0,7’sinin çalışmadığı, %1,9’unun ev hanımı olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılanların gıda tüketim tercih yerleri incelendiğinde, en fazla

restoranları, en az ise barları tercih ettikleri belirlenmiştir. Otelleri kesinlikle tercih edenlerin oranı %12,7, lüks lokantaları kesinlikle tercih edenlerin oranı %11,3, kebabçıları kesinlikle tercih edenlerin oranı %14,3, restoranları kesinlikle tercih edenlerin oranı %18,5, fastfood kesinlikle tercih edenlerin oranı %15,6, pizzacı kesinlikle tercih edenlerin oranı %8,3, Kafeleri kesinlikle tercih edenlerin oranı %13,7, hazır yemek alıp evde yemeyi kesinlikle tercih edenlerin oranı %9,8, okul vb. kafeteryaları kesinlikle tercih edenlerin oranı %2,6, yemekhaneleri kesinlikle tercih edenlerin oranı %6,9, dürümcüleri kesinlikle tercih edenlerin oranı %7,9, barları kesinlikle tercih edenlerin oranı %5,9, uluslararası markalı fast-foodcular gibi yerleri kesinlikle tercih edenlerin oranı %16,7'dir.

Yazırlı'nın (2015) Nazilli'de 230 ailenin ev dışı gıda tüketimini etkileyen faktörleri araştırmak için yaptığı çalışma sonuçlarına göre; katılımcıların %83,9'unun ev dışında gıda tükettikleri ve bu katılımcıların %76,7'sinin akşam öğününde ev dışında gıda tükettikleri belirlenmiştir. 230 hane halkından ev dışında gıda tüketen 193'ünün %41,5'lik oranda haftada en az bir kere, %35,3'lük oranla on beş günde en az bir kere, %23,2'lik oranda ayda en az bir kere ev dışı gıda tüketimi yaptıkları saptanmıştır. Ev dışı gıda tüketen 193 aileye ev dışı gıda tüketme nedenleri sorulmuştur. Alınan cevaplara göre; annenin çalışıyor olmasının %19,7'lik oranda etkili olduğu saptanmıştır. Çocukların istemesi %33,2'lik, hazırlamak için çaba sarf etmek gerekmesi %80,8'lik, yemeklerin lezzetli olması %50,8'lik, zaman tasarrufu %46,2'lik, alışkanlık %32,1'lik, ev dışı gıda tüketimin çeşitli olması %57,6'lık, yemek pişirmeyi sevmemek %21,8'lik, ev dışı gıda tüketiminin her zaman aynı kalitede olması %19,7'lik oranda etkili bulunmuştur. Ev dışı gıda tüketmeyen 37 aileye bu durumun nedenleri sorulmuştur. Buna göre; 37 katılımcının %24,4'ü ilk sırada sağlık ve hijyenik olduğu konusunda şüphelerinin olduğunu, %21,6'sı böyle bir alışkanlığının olmadığını, %13,5'i uzun süre oturma imkânı bulamadığını ve fiyatların yüksek olduğunu ev dışı gıda tüketmeme sebepleri olarak bildirmişlerdir.

392 kişi ile yürütülen bir çalışmada; dışarıda yemek yeme sıklığına göre tüketicilerin %13,5'i her gün, %17,1'i haftada 4-5 defa, %33,7'si haftada 1-3 defa, %21,2'si ayda 1-2 defa, %2,1'i 2-3 ayda bir ve %12,4'ü de daha seyrek dışarıda yemek yemektedir. Evde yemek hazırlamanın zor gelmesi ve yemek hazırlamak için zamanın olmaması değişkenlerini içeren ekonomik boyuta ilişkin kadın ve erkeklerin ortalamaları incelendiğinde ise erkeklerin ortalamasının (2,89±1,11) kadınlardan (2,82±1,18) daha yüksek olduğu fakat farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu tespit edilmiştir (p>0.05). Tüketicilerin dışarıda yemek yeme amaçları eğitim durumuna göre karşılaştırıldığında;

sosyolojik (dışarıda yemek yeme özenme, çevrede itibar kazanma, yalnızlığını giderme vb.) amaçlardan dolayı dışarıda yemek yiyen tüketicilerden en yüksek ortalamaya ilk ve orta öğretim mezunları sahipken, en düşük ortalamaya ise lise ve dengi okul mezunu tüketiciler sahiptir. Bunları sırasıyla lisansüstü ($1,85\pm0,76$), ön lisans veya lisans mezunları ($1,81\pm0,66$) takip etmektedir. ($p<0,01$). Psikolojik amaçlardan dolayı dışarıda yemek yeme davranışı; dışarıda yemek yeme sıklığı daha az olan gruplarda daha fazla iken; dışarıda her gün yemek yiyen tüketicilerde ($3,09\pm0,839$) daha azdır ($p<0,05$). Tukey testi sonuçlarına göre, fark dışarıda her gün yemek yiyen tüketiciler ile haftada 1-3 defa yemek yiyen tüketiciler arasındadır. Evde yemek hazırlamanın zor gelmesi ve evde yemek hazırlamak için zamanın olmaması gibi önermelerden oluşan ekonomik boyutta, en yüksek ortalama haftada 4-5 defa dışarıda yemek yiyen tüketicilere aittir, en düşük ortalama ise daha seyrek yemek yiyenlere aittir ($p<0,01$). Tukey testine göre, fark; dışarıda her gün yemek yiyen tüketiciler ile daha seyrek yemek yiyen; haftada 1-3 defa yemek yiyen ile daha seyrek yemek yiyen; haftada 4-5 defa yemek yiyen ile ayda 1-2 defa yemek yiyen ve daha seyrek yemek yiyen tüketiciler arasındadır (Bekar ve Gümüş Dönmez, 2016).

BÖLÜM IV

YÖNTEM

Bu bölümde; araştırmanın modeli, evreni ve örnekleme, veri toplama teknikleri ve verilerin analizine ilişkin bilgiler verilmiştir.

4.1.Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada tarama modeli kullanılmıştır. Verilerin toplanması amacı ile Turizm İşletme Belgeli, Türk mutfağına yönelik et yemeği satan işletmelere gelen müşterilere, işletmenin yöneticisine ve çalışanına (servis elemanı ve aşçısı) anket formu (Ek 1, 2, 3) uygulanmıştır. Araştırmacı tarafından uygulanan gözlem formu (Ek 4) ile işletmenin fiziki şartları ve atmosferi değerlendirilmiştir.

4.2.Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini Ankara ilinde bulunan TİB sahibi olan 1. ve 2. sınıf lokantalar içinden menüsünde Türk mutfağına yönelik et yemekleri bulunan 34 adet işletme oluşturmuştur. Ankara ilinin seçilmesinin nedeni araştırmacının bu yörede çalışıyor olmasıdır. Evrenin tamamına ulaşılmıştır (31.07.2015 itibariyle ilan edilen listeye göre 34 işletme, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015). Toplam 34 işletmenin 30'undan araştırmaya katılım konusunda olumlu yanıt alınmış olup araştırma örneklemini 30 işletme oluşturmuştur. Araştırmaya işletmeden bir yönetici (26 işletme müdürü, 3 işletme sahibi ve 1 servis şefi) olmak üzere 30 yönetici, bir servis çalışanı (garson) ve bir mutfak çalışanı (aşçı) olmak üzere toplam 90 çalışan dahil edilmiştir. Ayrıca araştırmaya, her bir işletmeden, araştırma esnasında işletmede müşteri olarak bulunan, aynı masada

bulunmayan, 3'er olmak üzere toplam 90 müşteri rastgele olarak dahil edilmiştir. Araştırmaya katılımda gönüllülük esas alınmıştır. Turizm İşletme Belgeli 1. ve 2. sınıf lokantaların seçilmesinin nedeni; tanım, sınıflandırma ve denetimlerinin tek elden (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı) yapılıyor olması, işletmeleri ayırıcı kriterlerin ortak olması sebebiyle de işletmelerin niteliksel farklarının asgari düzeyde bulunmasının dışarıda et tüketen genel müşteri profilini oluşturmada daha güvenilir sonuçlar vereceğinin düşünülmesidir.

4.3.Ölçme Araçları

Araştırma verileri araştırmacı tarafından geliştirilen üç adet anket (Ek1, 2, 3) ve bir gözlem formu (Ek 4) ile toplanmıştır. Konu ile ilgili literatür ve bu konuda yapılmış çalışmalar incelendikten sonra, anket ve gözlem formları hazırlanmıştır. Verilerin toplanmasında müşteriye, işletme yöneticisine ve çalışanlarına uygulanan anket formları ve gözlem formu kullanılmıştır. Müşteri anketinde (Ek 1) müşterinin demografik bilgileri, dışarıda et tüketimi, tercihleri ve tercihlerini etkileyen nedenlerle ilgili sorular ve yemeklerle ilgili görüşleri bulunmaktadır. Yönetici ve çalışanlara uygulanan anket formunda (Ek 2, 3) işletme ile ilgili bilgiler, işletmenin özellikleri, yönetici ve çalışanların demografik bilgileri ve işletmenin genel müşteri profiline yönelik sorular bulunmaktadır. Görüş ve bilgi farklarını tespit etmek amacıyla, işletme ile ilgili sorular hem yöneticiye hem de personele sorulmuştur. Gözlem formunda (Ek 4) ise araştırmacının gözlemediği, işletmenin fiziki özellikleri ve atmosferine yönelik bilgi başlıkları bulunmaktadır. Bu başlıklar, formda ayrıntılı şekilde belirtilmiş, "1" en düşük "5" en büyük olmak üzere puanlanarak değerlendirilmiştir.

4.4.Ölçüm Güvenirliği

Anket uygulanmadan önce, TİB sahibi olmayan 8 işletmede pilot uygulama yapılmış, ayrıca uzmanlardan görüş alınmıştır. Gerekli görülen düzeltmeler yapıldıktan sonra anket formları ve gözlem formu son halini almıştır. Anket formları araştırmacının refakatinde uygulanmış, gözlem formu ise bizzat araştırmacı tarafından doldurulmuştur.

4.5.Verilerin Toplanması

Araştırma verileri, araştırmacı tarafından geliştirilen anket formları ve gözlem formu yoluyla, 3-25 Ağustos 2015 tarihlerinde toplanmıştır. Anket ve gözlem formunun geliştirilmesi için ilgili literatür taraması yapılmış ve konu ile ilgili uzmanların görüşleri alınarak anket formları ve gözlem formu geliştirilmiştir. Anketler ve gözlem formu uygulanmadan önce TİB sahibi olmayan 8 işletmede pilot uygulama yapılmış, uygulama sonucunda gerekli görülen düzeltmeler yapılarak formlara son hali verilmiştir.

4.6.Verilerin Çözümlemesi ve Yorumlanması

Anketlerle ve gözlem formu ile elde edilen veriler SPSS 20.0 paket programında (Statistic Pockets For Social Sciences) veri dosyasına aktarılmış, yeniden kodlanarak analiz yapmaya elverişli hale getirilmiştir. Analizleri yapılan verilerin frekans ve yüzde değerleri tablolarla verilmiştir. İstatistik testi uygulanan verilerde %5 sınır alınmıştır.

Müşterilerin cinsiyetlerine göre tüketilen et çeşidi, et yemeği ve tüketim sıklıkları arasındaki farkı incelemek için “bağımsız örneklem t-testi” uygulanmıştır. Bu test; birbirinden bağımsız 2 grubun veya örneklemin bağımlı bir değişkene göre ortalamalarının karşılaştırılarak ortalamalar arasındaki farkın belirli bir güven düzeyinde (%95, %99 gibi) anlamlı olup olmadığını test etmek için kullanılan, parametrik olan istatistiksel bir tekniktir. Bağımsız iki gruba test uygulandıktan sonra iki grubun teste ilişkin ortalamaları arasındaki farkın önemli olup olmadığı belirlenir (Ural ve Kılıç, 2013).

Müşterilerin dışarıda et yemekleri tüketmelerine etki eden etmenlerin kendi içinde ve gözlem formunda bulunan ifadelerin kendi içinde karşılaştırıldığı ve birbirileri arasındaki farka bakıldığı analizlerde, “tek örneklem t testi” kullanılmıştır. Tek örneklem t-testi, bir değişkenin ortalamasının, belirlenmiş bir sabit sayıya göre farklılık gösterip göstermediğini bulmak için kullanılan parametrik bir testtir (Ural ve Kılıç, 2013).

Müşterilerin eğitim durumlarına ve gelir durumlarına göre dışarıda tüketilen et çeşidi, et yemeği ve tüketim sıklıkları arasında bir fark olup olmadığına bakılmak için “Kruskal-Wallis H Testi” uygulanmıştır. Kruskal-Wallis H Testi parametrik olmayan verilere sahip ikiden fazla grubun ölçümlerinin karşılaştırılmasında kullanılan bir yöntemdir (Ural ve Kılıç, 2013).

Müşterilerin mevsimlere göre dışarıda et yemeği tükettikleri öğün arasında bir ilişki olup olmadığına bakmak için parametrik olmayan testlerden “Ki-Kare bağımsızlık testi (crosstabs)” uygulanmıştır. Değişkenlerin farklı ölçütlere ya da belirli bir amaca göre iki ya da çok yönlü çapraz tablo biçiminde sınıflandırılması halinde değişkenlerin belirlenen özellikleri arasında bir bağımlılığın olup olmadığı test edilmek istendiğinde kullanılır. Değişkenlerin alt grupları arasında bağımlılık, birlikte değişim olup olmadığını ortaya çıkarmak amacıyla uygulanan "Ki-kare" testi "Ki-kare" bağımsızlık testi olarak adlandırılır (Ural ve Kılıç, 2013).



BÖLÜM V

BULGULAR VE YORUM

Araştırmanın bu bölümünde; katılımcıların demografik özellikleri, işletmelerin fiziki özellikleri, işletmenin müşteri yoğunluğu ve profili ile ilgili çalışan görüşleri, işletmede satılan et çeşitleri ve yemekleri, müşterilerin tercih ettiği et çeşit ve yemekleri, müşterilerin dışarıda et tüketim durum ve sıklıkları, müşterilerin dışarıda et tüketimini tercih nedenleri ve bunları etkileyen faktörler, müşterilerin dışarıda yedikleri et yemekleri hakkındaki görüş, değerlendirme ve beklentileri, bahsedilen bu verilerin birbirleri ile arasındaki ilişkilere yönelik bulgular yer almaktadır.

Araştırma kapsamında yer alan çalışanların demografik özelliklerine ilişkin dağılımlar Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1.

Araştırmaya Katılan Yönetici ve Çalışanların Demografik Özellikleri (n=90)

| | Yönetici | | Servis çalışanı | | Mutfak çalışanı | | Toplam | |
|---------------------------------------|----------|------|-----------------|------|-----------------|-------|--------|------|
| | n | % | n | % | n | % | n | % |
| Cinsiyet | | | | | | | | |
| Erkek | 25 | 83,3 | 26 | 86,7 | 30 | 100,0 | 81 | 90,0 |
| Kadın | 5 | 16,7 | 4 | 13,3 | - | - | 9 | 10,0 |
| Eğitim | | | | | | | | |
| İlkokul | 2 | 6,7 | - | - | 3 | 10,0 | 5 | 5,5 |
| Ortaokul | 3 | 10,0 | 5 | 16,7 | 4 | 13,3 | 12 | 13,4 |
| Lise | 13 | 43,3 | 22 | 73,3 | 19 | 63,4 | 54 | 60,0 |
| Üniversite Öğrencisi | - | - | 3 | 10,0 | 3 | 10,0 | 6 | 6,6 |
| Üniversite Mezunu | 12 | 40,0 | - | - | 1 | 3,3 | 13 | 14,5 |
| Yaş (Yıl) | | | | | | | | |
| <30 | - | - | 16 | 53,4 | 14 | 46,6 | 30 | 33,4 |
| 31-40 | 4 | 13,4 | 9 | 30,0 | 10 | 33,4 | 23 | 25,5 |
| 41-50 | 13 | 43,4 | 4 | 13,3 | 4 | 13,4 | 21 | 23,4 |
| 51-60 | 11 | 36,6 | 1 | 3,3 | 2 | 6,6 | 14 | 15,5 |
| >61 | 2 | 6,6 | - | - | - | - | 2 | 2,2 |
| İşletmede Çalışılan Süre (Yıl) | | | | | | | | |
| 1-5 | 12 | 40,0 | 22 | 73,4 | 21 | 70,0 | 55 | 61,2 |
| 6-10 | 5 | 16,7 | 8 | 26,6 | 5 | 16,7 | 18 | 20,0 |
| 11-15 | 6 | 20,0 | - | - | 4 | 13,3 | 10 | 11,1 |
| 16-20 | 2 | 6,6 | - | - | - | - | 2 | 2,2 |
| >20 | 5 | 16,7 | - | - | - | - | 5 | 5,5 |

Araştırmaya dahil edilen 30 adet işletmeden 1'er yönetici, servis ve mutfak çalışanı olmak üzere toplam 90 çalışan bulunmaktadır. Araştırmaya katılan çalışanların demografik özellikleri incelendiğinde (Tablo 1) yönetici pozisyonunda çalışanların %83,3'ü (25 kişi), servis çalışanlarının %86,7'si (26 kişi) ve mutfak çalışanlarının tamamı (30 kişi) erkektir.

Yöneticilerin %43,3'ü (13 kişi) lise ve %40,0'ı (12 kişi) üniversite mezunuyken, servis çalışanlarının %73,3'ü (22 kişi), mutfak çalışanlarının ise %63,4'ü (19 kişi) lise mezunudur.

Araştırma kapsamına alınan işletmelerin yöneticilerinin %43,4'ünün (13 kişi) 41-50 yaş, %36,6'sının (11 kişi) ise 51-60 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Servis çalışanlarının %53,4'ünün (16 kişi), mutfak çalışanlarının ise %46,6'sının (14 kişi) 30 yaş veya daha genç bir yaşta olduğu görülmektedir. Yöneticilerin yaş ortalamaları 49,9 ($\pm 8,4$), servis çalışanlarının yaş ortalamaları 31,2 ($\pm 9,3$) ve mutfak çalışanlarının yaş ortalamaları ise 32,9 ($\pm 8,9$) olarak tespit edilmiştir.

İşletmelerdeki yöneticilerin %40,0'ı (12 kişi), servis çalışanlarının %73,4'ü (22 kişi) ve mutfak çalışanlarının %70,0'i (21 kişi) çalışmakta oldukları işletmelerde 1-5 yıl arasında çalışmaktadırlar. Yöneticilerin işletmelerinde ortalama çalışma süreleri 11,8 ($\pm 11,3$) yıl, servis çalışanlarının ortalama çalışma süreleri 3,9 ($\pm 2,5$) yıl ve mutfak çalışanlarının ortalama çalışma süreleri 4,7 ($\pm 3,8$) yıl olarak saptanmıştır.

Bu sonuçlar değerlendirildiğinde, erkek çalışanların sektördeki baskınlığının araştırma kapsamındaki işletmelerde de etkin olduğu gözlenmektedir. Yönetici olarak çalışan katılımcıların mevcut işletmelerinde daha uzun süre çalışmış oldukları, bu durumun da çalıştıkları pozisyonla ilgili olduğu düşünülmektedir. Tablo 1'de görüldüğü gibi, yöneticilerin servis ve mutfak çalışanlarına göre aynı işletmede daha uzun sürelerde çalıştıkları söylenebilir.

Çalışanlara müşteri profili ile ilgili görüşleri sorulmuş, elde edilen veriler Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2.

Çalışanlara Göre İşletmeye Gelen Müşterilerin Profili (n=90)

| | Yönetici | | Servis çalışanı | | Mutfak çalışanı | | Toplam | |
|-----------------|----------|------|-----------------|------|-----------------|-------|--------|------|
| | n | % | n | % | n | % | n | % |
| Cinsiyet | | | | | | | | |
| Erkek | 29 | 96,7 | 26 | 86,7 | 30 | 100,0 | 85 | 94,4 |
| Kadın | 1 | 3,3 | 4 | 13,3 | - | - | 5 | 5,6 |
| Yaş | | | | | | | | |
| 21-30 | 3 | 10,0 | 4 | 13,3 | 2 | 6,7 | 9 | 10,0 |
| 31-40 | 7 | 23,3 | 9 | 30,0 | 7 | 23,3 | 23 | 25,5 |
| 41-50 | 16 | 53,4 | 15 | 50,0 | 17 | 56,7 | 48 | 53,4 |
| 51-60 | 4 | 13,3 | 2 | 6,7 | 4 | 13,3 | 10 | 11,1 |
| Eğitim | | | | | | | | |
| İlkokul | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Ortaokul | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Lise | 15 | 50,0 | 16 | 53,3 | 23 | 76,7 | 54 | 60,0 |
| Üniversite | 15 | 50,0 | 14 | 46,7 | 7 | 23,3 | 36 | 40,0 |
| Gelir | | | | | | | | |
| Alt | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Orta-alt | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Orta | 12 | 40,0 | 11 | 36,7 | 17 | 56,7 | 40 | 44,4 |
| Orta-üst | 12 | 40,0 | 15 | 50,0 | 13 | 43,3 | 40 | 44,4 |
| Üst | 6 | 20,0 | 4 | 13,3 | - | - | 10 | 11,2 |

Tablo 2’de görüldüğü gibi; toplam 90 çalışanın %94,4’ü işletmeye gelen müşterilerin ağırlıklı olarak erkek olduğunu belirtmişlerdir. Çalışanların %53,4’ü müşterilerin 41-50 yaş arasında olduğunu, %60,0’ı müşterilerin üniversite, %40,0’ı ise lise mezunu olduğunu düşündüklerini söylemişlerdir. Çalışanların %44,4’ünün müşterilerin orta seviye gelir grubunda, %44,4’ünün orta-üst seviye gelir grubunda müşterilerinin olduğunu düşündükleri belirlenmiştir. Bu veriler ışığında, çalışanların TİB sahibi ve et satan işletmelerin müşteri profillerinin ağırlıklı olarak, orta, orta-üstü gelir grubunda, lise ve üniversite mezunu erkeklerden oluştuğunu düşündükleri görülmektedir.

İşletme çalışanlarının müşterilerinin hangi meslekten olduğunu düşündükleriyle ilgili bilgiler ise Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3.

Çalışanlara Göre Müşterilerin Meslekleri (n=90)

| 1. Sıra | Yönetici | | Servis çalışanı | | Mutfak çalışanı | | Toplam | |
|----------------------|----------|------|-----------------|------|-----------------|------|--------|------|
| | n | % | n | % | n | % | n | % |
| Memur | 15 | 50,0 | 14 | 46,7 | 20 | 66,7 | 49 | 54,5 |
| Esnaf-Serbest Meslek | 10 | 33,3 | 11 | 36,7 | 7 | 23,3 | 28 | 31,2 |
| Emekli | 2 | 6,7 | 2 | 6,6 | 1 | 3,3 | 5 | 5,5 |
| Öğrenci | 3 | 10,0 | 3 | 10,0 | 2 | 6,7 | 8 | 8,8 |
| 2.Sıra | | | | | | | | |
| Memur | 11 | 36,7 | 6 | 20,0 | 5 | 16,7 | 22 | 24,5 |
| Esnaf-Serbest Meslek | 11 | 36,7 | 14 | 46,7 | 18 | 60,0 | 43 | 47,8 |
| Emekli | 7 | 23,3 | 7 | 23,3 | 4 | 13,3 | 18 | 20,0 |
| Öğrenci | 1 | 3,3 | 3 | 10,0 | 2 | 6,7 | 6 | 6,6 |
| İşçi | - | - | - | - | 1 | 3,3 | 1 | 1,1 |
| 3.Sıra | | | | | | | | |
| Memur | 4 | 13,3 | 6 | 20,0 | 3 | 10,0 | 13 | 14,5 |
| Esnaf-Serbest Meslek | 9 | 30,0 | 9 | 30,0 | 11 | 36,7 | 29 | 32,3 |
| Emekli | 8 | 26,7 | 9 | 30,0 | 13 | 43,3 | 30 | 33,3 |
| Öğrenci | 6 | 20,0 | 6 | 20,0 | 3 | 10,0 | 15 | 16,6 |
| İşçi | 3 | 10,0 | - | - | - | - | 3 | 3,3 |

İşletme çalışanlarına, müşterilerin hangi meslek mensubu olduğunu düşündükleri sorulmuş, sırasıyla üç mesleği yazmaları istenmiştir (Tablo 3). Verilen cevaplara göre; tüm çalışanların %54,5'i işletmeye gelen müşterilerin 1. sırada memur olduğunu, %31,2'si ise esnaf veya serbest meslek sahibi olduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir. Esnaf-serbest meslek cevabının, çalışanların %47,8'i tarafından 2. sırada en çok müşteriyi oluşturduğunu düşündükleri görülmektedir. Çalışanların %33,3'ünün 3. sırada emekli, %32,3'ünün de esnaf-serbest meslek sahiplerinin müşterileri olduğunu düşündükleri görülmektedir.

İşletmeyle ilgili genel bilgiler işletme yöneticisinden alınmış ve Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4.

İşletmeyle İlgili Genel Bilgiler (n=90)

| Faaliyet Süresi (Yıl) | n | % | \bar{X} | s |
|-------------------------------------|----|------|-----------|-------|
| 1-10 | 13 | 43,3 | | |
| 11-20 | 9 | 30,0 | 15,3 | 14,4 |
| 21-30 | 5 | 16,7 | | |
| >30 | 3 | 10,0 | | |
| TİB Sahibi Olma Süresi (Yıl) | | | | |
| 1-5 | 9 | 30,0 | | |
| 6-10 | 11 | 36,7 | 8,7 | 4,6 |
| 11-15 | 9 | 30,0 | | |
| >15 | 1 | 3,3 | | |
| Toplam Çalışan Sayısı (Kişi) | | | | |
| 1-20 | 4 | 13,3 | | |
| 21-40 | 18 | 60,0 | 34,8 | 13,0 |
| 40-60 | 6 | 20,0 | | |
| >60 | 2 | 6,7 | | |
| Müşteri Kapasitesi (Kişi) | | | | |
| 1-250 | 11 | 36,7 | | |
| 251-500 | 15 | 50,0 | 337,5 | 181,9 |
| >500 | 4 | 13,3 | | |

Tablo 4'te görüleceği gibi; işletmelerin %43,3'ünün 1-10 yıl arasında faaliyet gösterdiği saptanmıştır. Otuz yıldan uzun süredir faaliyette olan işletmelerin oranı ise %10,0'dur. İşletmelerin %36,7'sinin 6-10 yıl, %30,0'unun 1-5 yıl ve yine %30,0'unun 11-15 yıldır TİB sahibi olduğu görülmektedir. İşletmelerin %60,0'ının çalışan sayısı 21-40 kişi arasında iken %50,0'sinin müşteri kapasitesi 251-500 kişi arasındadır. 500 kişiden daha fazla sayıda müşteriye hizmet veren işletmelerin oranı ise %13,3'tür.

Araştırma kapsamına alınan işletmelerin araştırmacı tarafından gözlem yoluyla elde edilen özellikleri Tablo 5'te değerlendirilmiştir.

Tablo 5.

İşletmelerin Özelliklerinin Gözlem Yoluyla Değerlendirilmesi (n=30)

| Değerlendirmeler | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | |
|---|---|-----|---|------|----|------|----|------|----|------|
| | n | % | n | % | n | % | n | % | n | % |
| Ortamın aydınlatması yeterli (Salonun büyüklüğüne yetecek genel aydınlatma ve gerektiğinde masalar için lokal aydınlatma mevcut) | - | - | 4 | 13,3 | 9 | 30,0 | 8 | 26,7 | 9 | 30,0 |
| Ortamın havalandırması yeterli (Genel havalandırma yeterli, gerektiğinde pencere ve tavanda ekstra havalandırmalar var, ortam sıcaklığı uygun) | 1 | 3,3 | - | - | 9 | 30,0 | 13 | 43,4 | 7 | 23,3 |
| Ortamdaki ses düzeyi uygun (Müzik seçimi ve ses düzeyi uygun, misafirlerin birbirlerinin seslerinden rahatsız olmayacağı bir ortam var) | 2 | 6,7 | 4 | 13,3 | 9 | 30,0 | 14 | 46,7 | 1 | 3,3 |
| Ortamın temizliği uygun (Zeminler temiz, ortamda rahatsız edici koku yok, sandalyeler temiz) | - | - | 1 | 3,3 | 10 | 33,3 | 14 | 46,7 | 5 | 16,7 |
| Masaların yerleşimi düzgün (Masalar salona dengeli dağılmış, aralardan geçiş mümkün, misafirlerin rahatsız olmayacağı durumda) | 2 | 6,7 | 4 | 13,3 | 9 | 30,0 | 13 | 43,3 | 2 | 6,7 |
| Masa düzeni iyi (Masalarda örtü var ve temiz, servis ve menaj takımları eksiksiz, temiz ve işletmeye özel, misafirlerin rahat olacağı bir düzen var) | - | - | 3 | 10,0 | 5 | 16,7 | 17 | 56,7 | 5 | 16,6 |
| Dekorasyon uygun (Salonda ve masalarda renk uyumu var, dekorasyon işletmenin konseptine uygun) | - | - | 1 | 3,3 | 11 | 36,7 | 6 | 20,0 | 12 | 40,0 |

*Değerlendirme "1" en düşük "5" en yüksek olmak üzere puanlanarak araştırmacı tarafından uygulanmıştır.

İşletmelerin aydınlatma durumunun değerlendirilmesine bakıldığında (Tablo 5); %30,0'u en yüksek değer olan "5", %30,0'u "3" ve %26,7'si ise "4" olarak değerlendirilmiştir. İşletmelerin %43,4'ünün havalandırma durumlarının "4", %30,0'unun ise "3" olarak değerlendirildiği görülmektedir. Ortamın ses düzeyi işletmelerin %46,7'sinde "4" olarak düşünülürken, %6,7'sinin en düşük kategoride bulunduğu belirlenmiştir. İşletmelerin %46,7'sinin ortam temizliği; "4", %33,3'ünün "3"; %40,0'ının dekorasyonunun "5" ve %36,7'sinin "3" olarak değerlendirildiği tespit edilmiştir.

İşletmelerdeki masa yerleşimi ve düzeni gözlemlendiğinde; %56,7'sinin masa düzeninin ve %43,3'ünün masa yerleşiminin "4" olarak değerlendirildiği görülmektedir.

Genel olarak gözlem değerlendirmesine bakılırsa; işletmelerin birçok özelliğinin orta-orta üstü olarak değerlendirilebileceği, bu durumun TİB etkisiyle olabileceği düşünülmektedir. Tayfun ve Kara'nın (2007) TİB sahibi işletmelerde yaptıkları bir çalışmada, işletmenin fiziki özelliklerinin önemi vurgulanmaktadır. Çalışmaya göre, işletmenin fiziki özellikleri (Faktör 5) ($U=6083;p<0,05$) ve ulaşım kolaylığı (Faktör 7) ($U=6254;p<0,05$) faktörlerinde, istatistiksel olarak 0,05 anlamlılık düzeyinde bir farklılık tespit edilmiştir. Bu analizler neticesinde memnuniyet noktasında kadınların işletmelerin fiziki özelliklerine erkeklerin ise, ulaşım kolaylığına daha fazla önem verdikleri söylenebilir.

İşletmelerin gözlem yoluyla elde edilen fiziki özelliklerine ait veriler kendi aralarında karşılaştırılmış ve sonuçlar Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6.

İşletmelerin Gözlem Yoluyla Elde Edilen Özelliklerinin Karşılaştırılması (Tek Örneklem T Testi)

| Özellikler (n=30) | Ortalama | Standart Sapma | t-değeri | p-değeri |
|---|----------|----------------|----------|---------------|
| Ortamın aydınlatması yeterli (Salonun büyüklüğüne yetecek genel aydınlatma ve gerektiğinde masalar için lokal aydınlatma mevcut) | 3,73 | 1,04 | 3,832 | 0,001* |
| Ortamın havalandırması yeterli (Genel havalandırma yeterli, gerektiğinde pencere ve tavanda ekstra havalandırmalar var, ortam sıcaklığı uygun) | 3,83 | 0,91 | 5,000 | 0,000* |
| Ortamdaki ses düzeyi uygun (Müzik seçimi ve ses düzeyi uygun, misafirlerin birbirlerinin seslerinden rahatsız olmayacağı bir ortam var) | 3,26 | 0,98 | 1,490 | 0,147 |
| Ortamın temizliği uygun (Zeminler temiz, ortamda rahatsız edici koku yok, sandalyeler temiz) | 3,76 | 0,77 | 5,426 | 0,000* |
| Masaların yerleşimi düzgün (Masalar salona dengeli dağılmış, aralardan geçiş mümkün, misafirlerin rahatsız olmayacağı durumda) | 3,30 | 1,02 | 1,608 | 0,119 |
| Masa düzeni iyi (Masalarda örtü var ve temiz, servis ve menaj takımları eksiksiz, temiz ve işletmeye özel, misafirlerin rahat olacağı bir düzen var) | 3,80 | 0,84 | 5,174 | 0,000* |
| Dekorasyon uygun (Salonda ve masalarda renk uyumu var, dekorasyon işletmenin konseptine uygun) | 3,96 | 0,96 | 5,491 | 0,000* |

*p<0,05

Gözlem formundaki 7 özellik tek örneklem t testi ile incelenmiş ve elde edilen aritmetik ortalamaların ölçek orta değeri olan 3'ten farklı olup olmadığı test edilmiştir (Tablo 6). Yapılan analiz sonuçlarına göre 5 özellikte aritmetik ortalamalar 3 değerinden anlamlı olarak (p<0,05) farklılıklar göstermektedir. Bu özellikler; ortamın aydınlatması yeterli (salonun büyüklüğüne yetecek genel aydınlatma ve gerektiğinde masalar için lokal aydınlatma mevcut), ortamın havalandırması yeterli (genel havalandırma yeterli, gerektiğinde pencere ve tavanda ekstra havalandırmalar var, ortam sıcaklığı uygun),

ortamın temizliği uygun (zeminler temiz, ortamda rahatsız edici koku yok, sandalyeler temiz), masa düzeni iyi (masalarda örtü var ve temiz, servis ve menaj takımları eksiksiz, temiz ve işletmeye özel, misafirlerin rahat olacağı bir düzen var) ve dekorasyon uygun (salonda ve masalarda renk uyumu var, dekorasyon işletmenin konseptine uygun) olarak belirlenmiştir. Bu sonuç; yapılan gözlem değerlendirmelerinin, farklılık görülen özellikler için olumlu (orta değer olan 3'ten yüksek) seviyedeysen diğer özellikler için "3" seçeneğinde yoğunlaştığı şeklinde yorumlanabilir.

İşletmelerin yoğunluğu ile bilgiler yönetici, servis ve mutfak çalışanlarına sorulmuştur. Dağılımlar Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7.

İşletmelerin Yoğunluğu İle İlgili Bilgiler (n=90)

| | Yönetici | | Servis çalışanı | | Mutfak çalışanı | |
|--|----------|-------|-----------------|------|-----------------|-------|
| | n | % | n | % | n | % |
| İşletmenin Günlük Ortalama Müşteri Sayısı (Kişi) | | | | | | |
| 1-100 | 7 | 23,3 | 5 | 16,7 | 13 | 43,3 |
| 101-200 | 15 | 50,0 | 13 | 43,3 | 12 | 40,1 |
| 201-300 | 8 | 26,7 | 8 | 26,7 | 4 | 13,3 |
| >300 | - | - | 4 | 13,3 | 1 | 3,3 |
| İşletmenin En Yoğun Olduğu Öğün | | | | | | |
| Sabah | - | - | - | - | - | - |
| Öğle | - | - | 4 | 13,3 | - | - |
| Akşam | 30 | 100,0 | 26 | 86,7 | 30 | 100,0 |
| İşletmenin En Yoğun Olduğu Mevsim | | | | | | |
| Sonbahar | 1 | 3,3 | - | - | - | - |
| Kış | 8 | 26,7 | 5 | 16,7 | 8 | 26,7 |
| İlkbahar | 9 | 30,0 | 9 | 30,0 | 8 | 26,7 |
| Yaz | 12 | 40,0 | 16 | 53,3 | 14 | 46,6 |

Tablo 7'de işletme çalışanlarının işletmenin yoğunluğu ile ilgili görüşlerine yer verilmiştir. Buna göre; işletme yöneticilerinin %50,0'si, servis çalışanlarının %43,3'ü ve mutfak

çalışanlarının %40,1'i işletmenin günlük ortalama müşteri sayısının 101-200 kişi arasında olduğunu belirtmişlerdir. Verilere göre, işletmelerin çoğunda günlük ortalama müşteri sayısının 200 kişinin altında olduğunu söylemek mümkündür. Yöneticilerin ve mutfak çalışanlarının tamamı, servis çalışanlarının ise %86,7'si işletmelerin en yoğun öğününün akşam olduğunu belirtmiş olup, bu işletmelerin yoğun olduğu öğünün ise net bir şekilde akşam öğünü olduğunu göstermektedir. Yoğun olan mevsimlere bakıldığında ise; yöneticilerin %40,0'ı, servis çalışanlarının %53,3'ü ve mutfak çalışanlarının %46,6'sı yaz mevsiminin müşteriler tarafından en çok tercih edilen mevsim olduğunu söylemişlerdir.

İşletmenin menüsünde bulunan (işletmede satışı olan) et türleri yöneticilere sorulmuş, elde edilen veriler Tablo 8'de sunulmuştur.

Tablo 8.

İşletmenin Menüsünde Bulunan Et Türleri

| Et Türleri | n | % |
|------------|----|------|
| Dana | 25 | 83,3 |
| Tavuk | 24 | 80,0 |
| Kuzu-koyun | 21 | 70,0 |
| Balık | 19 | 63,3 |
| Karides | 12 | 40,0 |
| Kalamar | 12 | 40,0 |
| Midye | 9 | 30,0 |
| Ahtapot | 8 | 26,7 |
| Istakoz | 3 | 10,0 |
| İstiridye | 2 | 6,7 |
| Yengeç | 1 | 3,3 |
| Hindi | 1 | 3,3 |

*Birden fazla seçenek işaretlendiği için toplam alınmamıştır.

Tablo 8'de işletmelerde müşteriye sunulan et çeşidi görülmektedir. İşletmelerin %83,3'ünde dana eti ve %70,0'inde kuzu-koyun eti sunulmaktadır. Tavuk eti işletmelerin %80,0'inde sunulurken, balık %63,3'ünde sunulmaktadır. Diğer deniz ürünlerinden karides %40,0'ında ve kalamar da işletmelerin %40,0'ında, midye %30,0'unda sunulmaktadır. Kırmızı etin ve kümes hayvanlarının sunulmadığı işletmeler genellikle balık ve deniz ürünleri sunan işletmelerdir. Ancak bazı deniz ürünleri işletmelerinde sınırlı

da olsa kırmızı et ve tavuk eti sunulmaktadır. Balık dışındaki deniz ürünlerinin sunulmasında, ürünün fiyatı, mevsim ve müşteri taleplerinin ürünün satışını etkilediği düşünülmektedir.

İşletmelerde genel olarak en çok sunulan 3 et çeşidi yönetici, servis ve mutfak çalışanlarına sorulmuş, alınan yanıtlar Tablo 9’da gösterilmiştir.

Tablo 9.

Çalışanlara Göre İşletmede En Çok Sunulan Üç Et Çeşidi (n=90)

| 1.Sıra | Yönetici | | Servis çalışanı | | Mutfak çalışanı | |
|------------|----------|------|-----------------|------|-----------------|------|
| | n | % | n | % | n | % |
| Dana | 19 | 63,3 | 15 | 50,0 | 16 | 53,3 |
| Kuzu-koyun | 2 | 6,7 | 5 | 16,7 | 3 | 10,0 |
| Tavuk | 2 | 6,7 | 2 | 6,6 | 3 | 10,0 |
| Balık | 7 | 23,3 | 8 | 26,7 | 8 | 26,7 |
| 2.Sıra | | | | | | |
| Dana | 3 | 10,0 | 6 | 20,0 | 6 | 20,0 |
| Kuzu-koyun | 11 | 36,7 | 8 | 26,7 | 7 | 23,3 |
| Tavuk | 8 | 26,7 | 8 | 26,7 | 11 | 36,8 |
| Balık | 1 | 3,3 | 1 | 3,3 | 1 | 3,3 |
| Karides | 6 | 20,0 | 6 | 20,0 | 3 | 10,0 |
| Kalamar | 1 | 3,3 | 1 | 3,3 | 1 | 3,3 |
| Ahtapot | - | - | - | - | 1 | 3,3 |
| 3.Sıra | | | | | | |
| Dana | 1 | 3,3 | 1 | 3,3 | 3 | 10,0 |
| Kuzu-koyun | 5 | 16,7 | 6 | 20,0 | 8 | 26,7 |
| Tavuk | 10 | 33,3 | 12 | 40,0 | 10 | 33,3 |
| Balık | 6 | 20,0 | 3 | 10,0 | 4 | 13,3 |
| Kalamar | 5 | 16,7 | 5 | 16,7 | 2 | 6,7 |
| Ahtapot | 1 | 3,3 | 1 | 3,3 | 1 | 3,3 |
| Karides | - | - | 1 | 3,3 | 2 | 6,7 |

Araştırma kapsamına alınan işletmelerde en çok satılan et çeşitleri yönetici, servis ve mutfak çalışanlarına sorulmuştur. Çalışanların yaptıkları işe göre işletmede hangi etlerin daha çok satıldığını düşündükleri Tablo 9'da gösterilmiştir. Verilere göre, dana eti %55,5 ile tüm çalışanlarca 1. sırada en çok satıldığı düşünülen et olmuştur. Dana etini %25,5 ile balık izlemektedir. Genel örneklemede çalışanlara göre işletmelerde 2. sırada en çok satıldığı düşünülen et %30,0 ile tavuk olurken, kuzu-koyun eti %28,8 ile 2. sırada yer almıştır. Yine tavuk eti 3. sırada en çok satıldığı düşünülen et olmuştur (%35,5). 3. sırada satılan et için 2 yönetici ve 1 servis çalışanından yanıt alınamamıştır. Dana etinin işletmelerde en çok satıldığı düşünülen et olduğu görülmektedir, bunun yanında balık ve deniz ürünleri ağırlıklı satış yapan işletmelerin de etkisiyle balık eti de satıldığı düşünülen etler içinde 1. sırada yer alan et çeşididir. Tavuk ve kuzu-koyun etinin de dana ve balık eti dışında et tercih edenler tarafından tercih edildiği, çalışanların cevaplarından anlaşılmaktadır.

Araştırmaya katılan müşterilerin demografik özelliklerine ait dağılımlar Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10.

Müşterilerin Demografik Özellikleri (n=90)

| Cinsiyet | n | % |
|------------------------------|----|------|
| Erkek | 59 | 65,6 |
| Kadın | 31 | 34,4 |
| Medeni Durum | | |
| Evli | 72 | 80,0 |
| Evli değil | 18 | 20,0 |
| Eğitim | | |
| İlkokul | 3 | 3,3 |
| Ortaokul | 3 | 3,3 |
| Lise | 32 | 35,6 |
| Üniversite (veya lisansüstü) | 52 | 57,8 |
| Yaş (Yıl) | | |
| 21-30 | 17 | 18,9 |
| 31-40 | 30 | 33,3 |
| 41-50 | 24 | 26,8 |
| 51-60 | 14 | 15,5 |
| >61 | 5 | 5,5 |
| Aylık Gelir (TL) | | |
| Geliri yok | 8 | 8,9 |
| 1-1500 | 13 | 14,4 |
| 1501-3000 | 36 | 40,0 |
| 3001-4500 | 19 | 21,2 |
| 4501-6000 | 10 | 11,1 |
| 6001-7500 | 2 | 2,2 |
| >7500 | 2 | 2,2 |

Tablo 10’da görüleceği gibi, araştırmaya katılan 90 müşterinin %65,6’sının erkek ve %34,4’ünün kadın, katılımcıların %80,0’inin evli olduğu ve %20,0’sinin evli olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların %57,8’inin üniversite ve lisansüstü bir programdan mezun olduğu görülmektedir. Araştırma kapsamına alınan müşterilerin %33,3’ünün 31-40 yaş, %26,6’sının 41-50 yaş aralığında olduğu ve yaş ortalamalarının 40,9 ($\pm 11,1$) olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların %8,9’unun aylık düzenli bir gelirin olmadığı, %40,0’ının

aylık gelirinin 1501-3000 TL arasında olduğu ve ortalama aylık gelirlerinin 2936,6 TL ($\pm 1997,1$) olduğu saptanmıştır.

Araştırmaya katılan 90 müşterinin, %15,6'sının emekli memur, %14,4'ünün esnaf-serbest meslek sahibi, %10,0'unun memur, %7,8'inin öğretmen, %7,8'inin özel sektör çalışanı, %7,8'inin ev hanımı ve %5,6'sının üniversite öğrencisi olduğu tespit edilmiştir. Katılımcılara memleketlerinin neresi olduğu sorulmuştur. Verilen cevaplara bakıldığında; ilk sırada Ankara (%17,8), daha sonra Konya (%6,7), Afyon (%3,3), Bursa (%3,3), Çankırı (%3,3), Çorum (%3,3) ve Sivas'ın (%3,3) çoğunlukta olduğu (Tablo 2), ayrıca 38 farklı ilin de verilen cevaplar içinde olduğu saptanmıştır.

Araştırmaya katılan müşterilerin çocuk sayılarına ait dağılımlar Tablo 11'de verilmiştir.

Tablo 11.

Müşterilerin Çocuk Sayıları (n=90)

| Çocuk Sayısı | n | % |
|--------------|----|------|
| 1 Çocuk | 18 | 20,0 |
| 2 Çocuk | 35 | 38,9 |
| 3 Çocuk | 12 | 13,4 |
| 4 Çocuk | 4 | 4,4 |
| Çocuğu Yok | 21 | 23,3 |

Tablo 11'de görüldüğü gibi, araştırmaya katılan 90 müşterinin %76,7'si çocuğu olduğunu belirtmişlerdir. Müşterilerin %38,9'unun 2, %20,0'sinin 1 çocuğu olduğu tespit edilmişken, %23,3'ünün ise hiç çocuğu yoktur. Müşterilerin çocuklarının yaş ortalamalarına bakıldığında; 1. çocukların 18,5 ($\pm 9,8$), 2. çocukların 16,9 ($\pm 8,9$), 3. çocukların 16,3 ($\pm 9,0$) ve 4. çocukların ise 20 ($\pm 9,5$) yaş ortalamaları olduğu saptanmıştır.

Araştırmaya dahil edilen müşterilere bir hekim tarafından teşhisi konulmuş kronik bir hastalıkları olup olmadığı sorulmuştur. Müşterilerin %78,9'u herhangi bir hastalıkları olmadığını, %21,1'i ise en az bir hastalığı olduğunu belirtmişlerdir. Müşterilerin cevaplarına göre %6,7 ile hipertansiyon ilk sırada yer almaktadır.

Araştırmaya katılan müşterilerin dışarıda yedikleri zaman en çok tercih ettikleri 3 et çeşidi Tablo 12'de verilmiştir.

Tablo 12.

Müşterilerin Dışarıda Yediklerinde En Çok Tercih Ettikleri Üç Et Çeşidi (n=90)

| 1.Tercih | n | % |
|------------|----|------|
| Dana | 37 | 41,0 |
| Kuzu-koyun | 32 | 35,6 |
| Tavuk | 15 | 16,7 |
| Balık | 6 | 6,7 |
| 2.Tercih | | |
| Kuzu-koyun | 44 | 48,9 |
| Dana | 26 | 28,9 |
| Tavuk | 11 | 12,2 |
| Balık | 8 | 8,9 |
| Kalamar | 1 | 1,1 |
| 3.Tercih | | |
| Tavuk | 30 | 33,3 |
| Dana | 21 | 23,3 |
| Kuzu-koyun | 21 | 23,3 |
| Balık | 14 | 15,7 |
| Ahtapot | 2 | 2,2 |
| Kalamar | 1 | 1,1 |
| Karides | 1 | 1,1 |

Tablo 12’de görüldüğü gibi, dışarıda et yemeği tüketen müşterilerin %41,1’i ilk tercih olarak dana etini tercih etmektedirler. Müşterilerin %48,9’u ikinci tercih olarak kuzu-koyun etini ve %28,9’u dana etini tükettiklerini belirtmişlerdir. Müşterilerin üçüncü tercihlerinde ise %33,3 ile tavuk etini tükettikleri saptanmıştır. Dışarıda yendiği zaman kırmızı etin müşteriler tarafından öncelikli olarak tercih edilen et çeşidi olduğu görülmektedir. Aygün, Karakuş, Yılmaz, Gökdal ve Ülker’in (2004) yaptıkları çalışmada benzer sonuçlar bulunmuştur. Katılımcıların %51,0’i koyun etini tükettiklerini belirtmişlerdir. Diğer bir çalışmanın sonuçlarına göre; tüketilen kırmızı et çeşitleri dikkate alındığında, tüketicilerin dışarıda en çok dana eti (%89,5) tükettikleri belirlenmiştir. Bunu %22,0 ile kuzu, %3,8 ile koyun, %2,6 ile keçi ve %1,4 ile oğlak eti izlemektedir (Akçay ve Vatansever, 2013). Bir başka çalışmada; katılımcıların %64,8’inin kırmızı et olarak dana

etini, %99,1'inin kümes hayvanı eti olarak tavuk etini, %77,8'inin balık eti olarak hamsiyi tercih ettikleri saptanmıştır (Nalinci, 2013). Cevger, Aral, Demir ve Sarıözkan'ın (2008) öğrenciler ile yaptıkları bir çalışmada; sığır- dana eti, koyun-kuzu eti ve keçi etini hiç tüketmeyenlerin oranının sırasıyla %4,1, %42,6 ve %92,6, tavuk eti, balık eti ve hindi eti dahil diğer kanatlı hayvan etlerini hiç tüketmeyenlerin oranının sırasıyla %0,8, %22,9 ve %82,0 olduğu saptanmıştır.

Tablo 13'de müşterilerin en çok tercih ettikleri 3 et yemeği çeşidi verilmiştir.

Tablo 13.

Müşterilerin Dışarıda Yediklerinde En Çok Tercih Ettikleri Üç Et Yemeği (n=90)

| 1.Tercih | n | % |
|----------------------|----|------|
| Kebaplar | 55 | 61,1 |
| Pide-Lahmacun | 17 | 18,9 |
| Izgara Etler | 15 | 16,7 |
| Soslu Et Yemekleri | 2 | 2,2 |
| Sebzeli Et Yemekleri | 1 | 1,1 |
| 2.Tercih | | |
| Pide-Lahmacun | 34 | 37,7 |
| Izgara Etler | 23 | 25,6 |
| Kebaplar | 18 | 20,0 |
| Et çorbaları | 5 | 5,6 |
| Soslu Et Yemekleri | 5 | 5,6 |
| Sebzeli Et Yemekleri | 4 | 4,4 |
| Fırında Etler | 1 | 1,1 |
| 3.Tercih | | |
| Çorbalar | 21 | 23,3 |
| Izgara Etler | 21 | 23,3 |
| Pide-Lahmacun | 18 | 20,0 |
| Soslu Et Yemekleri | 13 | 14,4 |
| Kebaplar | 7 | 7,8 |
| Fırında Etler | 6 | 6,8 |
| Sebzeli Et Yemekleri | 4 | 4,4 |

Tablo 13'te görüldüğü gibi, araştırmaya katılan müşterilerin dışarıda et yemeği yediklerinde ilk sırada tercih ettikleri yemekler %61,1 ile kebab çeşitleridir. İkinci sırada en çok tercih edilen yemekler ise %37,8 ile pide-lahmacun olmuştur. Müşterilerin %23,3'ünün üçüncü tercihlerinin çorbalar ve %23,3'ünün ızgara et çeşitleri olduğu tespit edilmiştir. Verilere göre; kebab çeşitleri, pide-lahmacun çeşitleri ve ızgara etlerin dışarıda et yemeği tüketen müşteriler tarafından sıklıkla tüketildiklerini söylemek mümkündür. Nalinci'nin (2013) çalışmasında; katılımcıların %77,4'ü kırmızı eti sebze yemeklerde, %8,3'ü ızgara olarak ve %64,1'i her iki şekilde tükettiklerini belirtmiş; %30,9'unun kümes hayvanlarını ızgara olarak, %37,8'inin balık etini tava olarak tükettikleri saptanmıştır. Şeker, Öze, Güler, Şeker ve Özden'in (2011) Elazığ'da yaptıkları çalışmada erkek katılımcıların %51,7'sinin kırmızı eti ızgara-kızartma şeklinde, kadın katılımcıların %48,5'inin sebze yemek şeklinde tüketmeyi tercih ettikleri tespit edilmiştir. Diğer bir çalışmada; kırmızı et tüketim şekli ile ilgili soruya katılımcıların, %38,4'ünün ızgara, %25,0'nin fark etmez, %8,5'inin haşlama, %6,2'sinin sebze, %6,2'sinin fırında, %4,3'nün yağda kızartma cevabını verdikleri saptanmıştır (Karakuş, Aygün ve Alarslan, 2008). Veriler etlerin ızgara şeklinde tüketimlerinin tercih edilme durumu açısından yapılan çalışma ile benzerlik göstermektedir.

Müşterilerin dışarıda yeme sıklığı ve et tüketimleri ile ilgili dağılımlar Tablo 14'te gösterilmiştir.

Tablo 14.

Müşterilerin Dışarıda Yeme ve Et Tüketim Sıklığı ve Zamanı (n=90)

| Dışarıda Yemek Yeme Sıklığı | n | % |
|---|----|------|
| Her gün | 17 | 18,9 |
| Haftada 4-5 Gün | 17 | 18,9 |
| Haftada 2-3 Gün | 14 | 15,6 |
| Haftada 1 Gün | 19 | 21,1 |
| Ayda 2 Defa | 12 | 13,3 |
| Ayda 1 Defa | 9 | 10,0 |
| Nadiren | 2 | 2,2 |
| Dışarıda Et Yemeği Yeme Sıklığı | | |
| Her gün | 17 | 18,9 |
| Haftada 4-5 Gün | 16 | 17,8 |
| Haftada 2-3 Gün | 15 | 16,7 |
| Haftada 1 Gün | 19 | 21,1 |
| Ayda 2 Defa | 12 | 13,3 |
| Ayda 1 Defa | 9 | 10,0 |
| Nadiren | 2 | 2,2 |
| En Fazla Dışarıda Et Yemeği Yenen Öğün | | |
| Sabah | - | - |
| Öğlen | 24 | 26,7 |
| Akşam | 66 | 73,3 |
| En Fazla Dışarıda Et Yemeği Yenen Mevsim | | |
| Sonbahar | 4 | 4,4 |
| Kış | 20 | 22,2 |
| İlkbahar | 23 | 25,6 |
| Yaz | 43 | 47,8 |

Tablo 14’de görüleceği gibi, araştırma kapsamına alınan müşterilerin %21,1’i haftada bir gün, %18,9’u her gün ve %18,9’u haftada 4-5 gün dışarıda yemek yediklerini belirtmişlerdir. Bekar ve Gümüş Dönmez’in (2016) yaptıkları çalışmada; dışarıda yemek yeme sıklığına göre tüketicilerin %13,5’i her gün, %17,1’i haftada 4-5, %33,7’si

haftada 1-3, %21,2'si ayda 1-2, %2,1'i 2-3 ayda bir ve %12,4'ü de daha seyrek dışarıda yemek yemektedir. Yazırlı'nın (2015) çalışmasında; katılımcıların %41,5'inin haftada en az bir defa, %35,3'ünün ayda en az iki defa dışarıda yemek yedikleri saptanmıştır. Yapılan başka bir çalışmada, katılımcıların %55,4'ünün dışarıda yemek yemeyi tercih ettiği, çalışmadan önceki son bir haftada dışarıda yemek yiyenlerin %38,8'inin 1-3 kez dışarıda yemek yedikleri tespit edilmiştir (Gül, Akbay Özdeş, Dölekoğlu Özçiçek, Özel ve Akbay, 2003). Cevger, Aral, Demir ve Sarıözkan'ın (2008) Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesinde öğrenim gören intern öğrencilerin hayvansal ürün tüketim durumu ve tercihlerinin ortaya koymak için yaptıkları çalışmada; intern öğrenciler genelinde %32,0'sinin haftada 1-2 defa, %39,0'unun haftada 3-5 defa ve %24,0'ünün her gün lokanta-restoran-fastfood tarzı yerlerde yemek yediği, %5,0'inin ise hiç bu tarz yerlerde yemek yemediği belirlenmiştir. Ekeyılmaz'ın (2006) Antalya'da 407 katılımcı ile yaptığı çalışmada; katılımcıların %65,i ev dışında gıda tükettiklerini belirtmişlerdir. Yazırlı'nın (2015) 230 aile ile Nazilli'de yaptığı çalışmada ise; katılımcıların %83,9'u ev dışında gıda tüketimi yaptıklarını belirtmişlerdir.

Müşterilerin %21,1'i haftada bir gün dışarıda et yemeği yediğini, %18,9'u her gün ve %17,8'i haftada 4-5 gün dışarıda et yemeği yediklerini belirtmişlerdir. Veriler değerlendirildiğinde; araştırma dahilindeki müşterilerin sıklıkla dışarıda yemek yediğini ve dışarıda yemek yediklerinde de bir et yemeğini tercih ettiklerini söylemek mümkündür. Akçay ve Vatansever'in (2013) yaptıkları çalışmaya göre; tüketicilerin %37,01'i haftada bir, %28,66'sı 15 günde bir %26,57'si ayda bir ve %7,76'sı haftada birden fazla kırmızı et tükettiklerini belirtmişlerdir. Belirtilen çalışmaların sonuçları, araştırma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Tüm bu verilere göre; haftada bir defa da olsa dışarıda yemek yeme oranı, dikkate değer bulunabilir.

Araştırmaya katılan müşterilerin %73,3'ünün dışarıda et yemeği yemeyi en çok akşam öğününde tercih ettikleri, %26,7'sinin öğlen öğününde tercih ettikleri görülürken, sabah öğününde dışarıda et yemeği yediğini belirten katılımcı tespit edilmemiştir. Bir çalışmada; katılımcıların %82,1'i öğlen dışarıda yemek yediklerini belirtirken, bu oran akşam öğününde %59,0'dur (Onurlubaş, Doğan ve Gürler, 2015). Akşam öğününde benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Öğlen öğününde katılımcıların çoğunluğunun (%82,1) dışarıda yeme nedeninin, katılımcıların %69,6'sının memur olması olduğu düşünülebilir.

Katılımcıların %47,8'i yaz mevsimini, %25,6'sı ilkbahar mevsimini dışarıda et yemeği yemek için daha çok tercih ettiklerini söylemişlerdir. Verilere göre; katılımcıların

çoğunlukla yaz mevsiminde ve akşam öğününde dışarıda et yemeği yemeyi tercih ettiklerini düşünmek mümkündür. Başka bir çalışmada; mevsim kırmızı et tüketimini arttıran etken olarak katılımcıların %26,7'si, kümes hayvanları eti tüketimini arttıran etken olarak ise %28,1'i tarafından belirtilmiştir. Aynı çalışmada; katılımcıların %47,1'i kış, %31,2'si yaz mevsiminde kırmızı et tükettiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların %57,3'ünün yazın, %21,1'inin kışın kümes hayvanı etini tükettikleri, balık etini ise %95,7'sinin kış mevsiminde tükettikleri tespit edilmiştir (Nalinci, 2013).

Müşterilerin mevsime göre et yemeği yedikleri öğün karşılaştırılmış ve veriler Tablo 15'te gösterilmiştir.



Tablo 15.

Müşterilerin Mevsime Göre Et Yemeği Yedikleri Öğünün Karşılaştırılması (Ki-Kare Bağımsızlık Testi/Crosstabs)

| Mevsim-Öğün İlişkisi | | Öğün | | | |
|----------------------|----------------|-------------------|-------|--------|-------|
| | | Öğlen | Akşam | Toplam | |
| Mevsim | Sonbahar | Gözlenen Değer | 1 | 3 | 4 |
| | | Beklenen Değer | 1,1 | 2,9 | 4,0 |
| | | Mevsim % | 25,0 | 75,0 | 100,0 |
| | | Öğün % | 4,2 | 4,5 | 4,4 |
| | Kış | Gözlenen Değer | 9 | 11 | 20 |
| | | Beklenen Değer | 5,3 | 14,7 | 20,0 |
| | | Mevsim % | 45,0 | 55,0 | 100,0 |
| | | Öğün % | 37,5 | 16,7 | 22,2 |
| | İlkbahar | Gözlenen Değer | 6 | 17 | 23 |
| | | Beklenen Değer | 6,1 | 16,9 | 23,0 |
| | | Mevsim % | 26,1 | 73,9 | 100,0 |
| | | Öğün % | 25,0 | 25,8 | 25,6 |
| | Yaz | Gözlenen Değer | 8 | 35 | 43 |
| | | Beklenen Değer | 11,5 | 31,5 | 43,0 |
| | | Mevsim % | 18,6 | 81,4 | 100,0 |
| | | Öğün % | 33,3 | 53,0 | 47,8 |
| Toplam | Gözlenen Değer | 24 | 66 | 90 | |
| | Beklenen Değer | 24,0 | 66,0 | 90,0 | |
| | Mevsim % | 26,7 | 73,3 | 100,0 | |
| | Öğün % | 100,0 | 100,0 | 100,0 | |
| Ki-Kare | | 4,876 | | | |
| p | | 0,181 | | | |
| | | <i>*p>0,01</i> | | | |

Tablo 15'te müşterilerin mevsimlere göre et yemeği yemeyi tercih ettikleri öğünler karşılaştırılmıştır. Buna göre; müşterilerin %81,4'ünün yazın, %73,9'unun ilkbahar, %75,0'inin sonbahar, %55,0'inin kışın akşam öğününde et yemeği yemeyi tercih ettikleri saptanmıştır. Diğer mevsimlerde kış mevsimine göre akşam öğününün tercih edilmesinde

bir artış görülse de, mevsimlerle öğünler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,01$).

Tablo 16’da müşterilerin cinsiyete göre, dışarıda yenilen et çeşidi, et yemeği ve dışarıda yemek yeme sıklıkları bağımsız örneklemeler için t-testi uygulanarak karşılaştırılmış ve sonuçlar gösterilmiştir.

Tablo 16.

Cinsiyetlere Göre Dışarıda Yenilen Et Çeşidi, Et Yemeği ve Dışarıda Yemek Yeme Sıklığının Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklemeler için T-Testi)

| Değişkenler (n=90) | Cinsiyet | \bar{X} | s | t | p |
|-----------------------------|----------|-----------|------|-------|---------------|
| Et çeşidi | Kadın | 3,41 | 1,36 | 3,110 | 0,003* |
| | Erkek | 2,35 | 1,62 | | |
| Et yemeği | Kadın | 2,22 | 1,82 | 0,649 | 0,518 |
| | Erkek | 1,98 | 1,61 | | |
| Dışarıda yemek yeme sıklığı | Kadın | 4,80 | 1,60 | 2,088 | 0,040 |
| | Erkek | 4,03 | 1,70 | | |

* $p<0,05$

Tablo 16’da, kadınların dana etini erkeklere göre daha çok tükettikleri görülmektedir ($p<0,05$). Koyun-kuzu etini kadınların daha az tercih etmesinde, bu etlerin kendilerine has kokularından duyulan rahatsızlığın rol oynadığı düşünülebilir. Cinsiyetler arasında tüketilen et yemeği ve dışarıda yemek yeme sıklığı açısından ise anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Gaziantep’te yapılan bir çalışmada, farklı sonuçlar bulunmuş; erkeklerin %78,5’inin, kadınların %76,4’ünün koyun eti tükettiği tespit edilmiş, cinsiyetin bir fark oluşturmadığı bulunmuştur (Karakuş, Aygün ve Alarslan, 2008). Bunun nedeninin yörenin beslenme alışkanlıkları olduğu düşünülebilir.

Müşterilerin eğitim durumlarına göre, dışarıda yenilen et çeşidi, et yemeği ve dışarıda yemek yeme sıklıkları Kruskal-Wallis H testi ile karşılaştırılmış ve sonuçlar Tablo 17’de gösterilmiştir.

Tablo 17.

Müşterilerin Eğitim Durumlarına Göre Et Çeşidi, Et Yemeği ve Dışarıda Yemek Yeme Sıklığının Karşılaştırılması (Kruskal-Wallis H Testi)

| Faktörler | İlköğretim (n/ \bar{X}) | Ortaokul (n/ \bar{X}) | Lise (n/ \bar{X}) | Üniversite (n/ \bar{X}) | Ki-Kare | p |
|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------------|---------|---------------|
| Et çeşidi | 3/59,67 | 3/48,17 | 32/40,23 | 52/47,77 | 2,959 | 0,398 |
| Et yemeği | 3/63,33 | 3/45,67 | 32/42,02 | 52/46,61 | 2,709 | 0,439 |
| Dışarıda yemek yeme sıklığı | 3/85,83 | 3/52,50 | 32/51,67 | 52/38,97 | 12,782 | 0,005* |

* $p < 0,05$

Müşterilerin eğitim durumlarına göre dışarıda yemek yeme sıklıkları Kruskal-Wallis H Testi analiz sonucuna göre eğitim durumu yükseldikçe dışarıda yemek yeme sıklığının düştüğü görülmüştür ($p < 0,05$) (Tablo 17). Bunun nedeni olarak, eğitim durumuna bağlı sağlıklı beslenme bilinç düzeyinin yükselmesini ve müşterilerin daha çok evde sağlıklı beslenmeyi tercih ettiklerini düşünmek mümkün olsa da; çalışmaya ilkokul (%3,3) ve ortaokul mezunlarının (%3,3) üniversite (%57,8) ve lise (%35,6) mezunlarına göre daha az katılmış olmalarının istatistiksel sonuçları etkilemiş olması da mümkün olabilir. Eğitim durumuna göre tüketilen et çeşidi ve et yemeği açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p > 0,05$). Yaylak, Taşkın, Koyubenbe ve Konca (2010) yaptıkları benzer bir çalışmada; eğitim durumu yükseldikçe sığır eti tüketiminin arttığı (ilkokul mezunlarında %61,5, üniversite mezunlarında %74,8), ancak koyun eti tüketiminin eğitim durumundan etkilenmediği saptanmıştır. Bekar ve Gümüş Dönmez'in (2016) çalışmalarında; tüketicilerin dışarıda yemek yeme amaçları eğitim durumuna göre karşılaştırıldığında; sosyolojik (dışarıda yemek yeme özenme, çevrede itibar kazanma, yalnızlığı giderme vb.) amaçlardan dolayı dışarıda yemek yiyen tüketicilerden en yüksek ortalamaya ilk ve orta öğretim mezunları sahipken, en düşük ortalamaya ise lise ve dengi okul mezunu tüketiciler sahiptir. Bunları sırasıyla lisansüstü ($1,85 \pm 0,76$), ön lisans veya lisans mezunları ($1,81 \pm 0,66$) takip etmektedir. ($p < 0,01$).

Müşterilerin gelir durumlarına göre tüketilen et çeşidi, et yemeği ve dışarıda yemek yeme sıklıkları karşılaştırılmış, sonuçlar Tablo 18'de verilmiştir.

Tablo 18.

Müşterilerin Gelir Durumlarına Göre Et Çeşidi, Et Yemeği ve Dışarıda Yemek Yeme Sıklığının Karşılaştırılması (Kruskal-Wallis H Testi)

| Faktörler | Geliri yok (n/ \bar{X}) | 1- 1500 (n/ \bar{X}) | 1501- 3000 (n/ \bar{X}) | 3001- 4500 (n/ \bar{X}) | 450- 6000 (n/ \bar{X}) | 6000- 7500 (n/ \bar{X}) | 7501+ (n/ \bar{X}) | Ki- Kare | p |
|-----------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|--------------------------|-------------|-------|
| Et çeşidi | 8/56,44 | 13/57,69 | 36/44,47 | 19/35,58 | 10/41,05 | 2/51,00 | 2/52,00 | 8,552 | 0,200 |
| Et yemeği | 8/58,88 | 13/56,54 | 36/43,13 | 19/40,50 | 10/42,00 | 2/45,50 | 2/28,00 | 8,532 | 0,202 |
| Dışarıda yemek yeme sıklığı | 8/58,19 | 13/48,50 | 36/49,67 | 19/40,55 | 10/30,45 | 2/26,00 | 2/42,00 | 8,375 | 0,212 |

* $p < 0,05$

Tablo 18'de müşterilerin gelir durumlarına göre et çeşidi, et yemeği ve dışarıda yemek yeme sıklığı konularına ilişkin sorulara verdikleri cevaplar arasında anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek amacıyla Kruskal-Wallis H testi sonuçlarına göre; test sonuçları değerlendirildiğinde tüm boyutlar için ($X^2=8,552$; $p > 0,05$ ve $X^2=8,532$; $p > 0,05$ ve $X^2=8,375$; $p > 0,05$) katılımcıların gelir düzeylerine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu sonucu, işletmelerin standart bir fiyat politikası uyguladıkları ve her gelir grubundan müşterilerinin olmasının mümkün olabildiği şeklinde yorumlamak mümkündür. Ayrıca, araştırmaya katılan müşterilerin %7,8'inin ev hanımı, %5,6'sının üniversite öğrencisi olduğu düşünüldüğünde, geliri olmayan veya düşük düzeyde geliri olan katılımcıların da dışarıda yemek ve/veya et tükettiği söylenebilir. Bekar ve Gümüş Dönmez'in (2016) çalışmalarında; tüketicilerin dışarıda yemek yeme amaçları, dışarıda yemek için ayırdığı bütçeye göre karşılaştırılmıştır. Bu durumda, ekonomik unsurlardan dolayı dışarıda yemek yemeyi tercih eden tüketicilerden, dışarıda yemek yeme için 251 TL ve üzeri aylık ortalama bütçe ayıranların ortalaması diğerlerine göre daha yüksektir ($p < 0,05$). Farkın, aylık ortalama dışarıda yemek yeme bütçesi 251 TL ve üzeri olanlar ile diğer gruplar arasında olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan müşterilerin et çeşitlerini tercih etme nedenleri Tablo 19'da gösterilmiştir.

Tablo 19.

Müşterilerin Et Çeşitlerini Tercih Etme Nedenleri (n=90)

| Et Çeşitleri | n | % |
|-------------------------|----|------|
| Kırmızı Et | | |
| Lezzet | 76 | 84,5 |
| Sağlık | 3 | 3,3 |
| Ekonomiklik | - | - |
| Yemek Çeşitliliği | 9 | 10,0 |
| Tercih Etmem | 2 | 2,2 |
| Kümes Hayvanları | | |
| Lezzet | 30 | 33,3 |
| Sağlık | 17 | 18,9 |
| Ekonomiklik | 20 | 22,2 |
| Yemek Çeşitliliği | 4 | 4,4 |
| Tercih Etmem | 19 | 21,2 |
| Deniz Ürünleri | | |
| Lezzet | 31 | 34,5 |
| Sağlık | 20 | 22,2 |
| Ekonomiklik | - | - |
| Yemek Çeşitliliği | 1 | 1,1 |
| Tercih Etmem | 38 | 42,2 |

Araştırmaya katılan müşterilerin %84,5'i kırmızı eti lezzeti için tercih ettiğini belirtmişlerdir. Aygün, Karakuş, Yılmaz, Gökdal ve Ülker (2004) çalışmalarında, katılımcıların %35,1'inin kırmızı eti lezzeti için tükettikleri saptanmıştır. Müşterilerin %33,3'ü lezzeti, %22,2'si ekonomik oluşu nedeniyle kümes hayvanlarının etini tercih ettiklerini belirtirken, %21,1'inin tercih etmediği saptanmıştır. Müşterilerin %34,4'ü deniz ürünlerini lezzeti için, %22,2'si de sağlıklı olması nedeniyle tercih ettiklerini, %42,2'si ise tercih etmediklerini belirtmişlerdir (Tablo 19). Verilere göre; katılımcıların büyük ölçüde kırmızı eti tercih ettikleri ve bunda en önemli nedenin lezzet olduğu tespit edilmiştir. Deniz ürünlerinin katılımcıların dikkate değer bir bölümü tarafından tercih edilmediği görülmektedir. Katılımcılar tarafından kırmızı et ve deniz ürünlerinin tüketilmesinde neden olarak belirtilmeyen ekonomik olmasının, kümes hayvanlarının etlerinde katılımcıların

%22,2'si tarafından neden olarak gösterilmesinin dikkate değer olduğu düşünülmektedir. Gül, Akbay Özdeş, Dölekoğlu Özçiçek, Özel ve Akbay (2003) Adana'da yaptıkları çalışmada ev dışında yemek yerken her zaman beyaz eti (tavuk veya hindi) tercih eden ailelerin oranını %23,3 olarak tespit etmişlerdir. Ailelerin %21,5'inin kırmızı etin sağlıklı olmadığını düşündükleri saptanmıştır. Nalinci'nin (2013) yaptığı çalışmada; kırmızı et tüketmeyenlerin %57,1'inin ekonomik olmadığı için, balık eti tüketmeyenlerin %62,0'sinin tadını sevmedikleri için tüketmedikleri saptanmıştır. Kırmızı et tüketenlerin %52,2'sinin lezzeti için, kümes hayvanlarını tüketenlerin %30,6'sının ekonomik olduğu için, balık eti tüketenlerin %43,9'unun lezzeti için tükettikleri tespit edilmiştir. Hatırlı, Demircan ve Aktaş (2004) Isparta'da ailelerin balık tüketimlerini inceledikleri çalışmada; 5'li Likert analizinde tüketim nedenleri sırasıyla; besin değeri (4,24), lezzet (4,06), sağlık (3,09) ve ucuzluk (2,87) olarak bulunmuştur. Özellikle deniz ürünlerinin tüketiminde besin değeri ve sağlık faktörlerinin tercih nedeni olması bakımından sonuçlar benzerlik göstermektedir.

Araştırmaya katılan müşterilere dışarıda et yemeği tüketme nedenleri 5'li Likert Ölçeği kullanılarak belirtmeleri istenmiştir. Elde edilen verilerin frekans dağılımları Tablo 20'de gösterilmiştir.

Tablo 20.

Müşterilerin Dışarıda Et Yemeği Tüketimlerini Etkileyen Faktörler (n=90)

| | Kesinlikle Katılıyorum | | Katılıyorum | | Kararsızım | | Katılmıyorum | | Kesinlikle Katılmıyorum | |
|---|------------------------|------|-------------|------|------------|------|--------------|------|-------------------------|------|
| | n | % | n | % | n | % | n | % | n | % |
| Evde et yemeği hazırlamak zor oluyor | 13 | 14,4 | 15 | 16,7 | 32 | 35,6 | 22 | 24,4 | 8 | 8,9 |
| Evde yapılamayacak et yemeklerini dışarıda yiyebiliyorum | 24 | 26,7 | 45 | 50,0 | 18 | 20,0 | 2 | 2,2 | 1 | 1,1 |
| Dışarıda et vb. yemekleri daha ekonomik oluyor | 4 | 4,4 | 2 | 2,2 | 12 | 13,3 | 26 | 28,9 | 46 | 51,1 |
| Evde et vb. yemekleri hazırlamaya zamanım olmuyor | 12 | 13,3 | 20 | 22,2 | 36 | 40,0 | 14 | 15,6 | 8 | 8,9 |
| Dışarıda et vb. yemekleri daha doyurucu oluyor | 10 | 11,1 | 19 | 21,1 | 16 | 17,8 | 28 | 31,1 | 17 | 18,9 |
| Dışarıdaki et vb. yemekleri daha lezzetli oluyor | 22 | 24,4 | 34 | 37,8 | 17 | 18,9 | 11 | 12,2 | 6 | 6,7 |
| Dışarıda farklı et yemeklerini tadabiliyorum | 34 | 37,8 | 37 | 41,1 | 11 | 12,2 | 4 | 4,4 | 4 | 4,4 |
| Et vb. yemeklerini yapmayı bilmiyorum | 30 | 33,3 | 21 | 23,3 | 14 | 15,6 | 6 | 6,7 | 19 | 21,1 |
| Balık ve deniz ürünleri evde kokuya neden oluyor | 45 | 50,0 | 28 | 31,1 | 12 | 13,3 | 5 | 5,6 | - | - |
| Evde mangal, ızgara, döner vb. türü yemekleri hazırlama imkanım yok | 67 | 74,4 | 18 | 20,0 | 5 | 5,6 | - | - | - | - |
| Geleneksel/yöresel yemeklerin orijinal halini dışarıda yiyebiliyorum | 40 | 44,4 | 39 | 43,3 | 8 | 8,9 | 3 | 3,3 | - | - |
| Ev dışında kırmızı et yediğimde hijyen konusunda endişelerim oluyor | 11 | 12,2 | 23 | 25,6 | 22 | 24,4 | 21 | 23,3 | 13 | 14,4 |
| Ev dışında kümes hayvanları yediğimde hijyen konusunda endişelerim oluyor | 22 | 24,4 | 24 | 26,7 | 20 | 22,2 | 14 | 15,6 | 10 | 11,1 |
| Ev dışında balık yediğimde hijyen konusunda endişelerim oluyor | 18 | 20,0 | 26 | 28,9 | 20 | 22,2 | 18 | 20,0 | 8 | 8,9 |

Araştırmaya katılan müşterilerin %50,0'si evde yapılma imkanı olmayan et yemeklerini dışarıda yeme imkanı buluyorum ifadesine "katılıyorum", %26,7'si de "kesinlikle katılıyorum" demişlerdir (Tablo 20). Katılımcıların %51,1'i dışarıda et yemekleri daha ekonomik oluyor ifadesine "kesinlikle katılmıyorum", %28,9'u da "katılmıyorum" demişlerdir. Yapılan bir çalışma sonuçlarına göre, katılımcıların %25,2'si fiyatların yüksekliği nedeniyle dışarıda yemek yemediklerini belirtmişlerdir (Gül, Akbay Özdeş, Dölekoğlu Özçiçek, Özel ve Akbay, 2003). Katılımcıların %37,8'i dışarıda yapılan et

yemekleri daha lezzetli oluyor ifadesine “katılıyorum”, %24,4’ü ise “kesinlikle katılıyorum” demişlerdir. Ayrıca dışarıda daha farklı et yemeklerini tadabiliyorum ifadesini, katılımcıların %41,1’i “katılıyorum” ve %37,8’i “kesinlikle katılıyorum” şeklinde değerlendirmişlerdir. Katılımcıların %50,0’si balık ve deniz ürünlerini evde pişirmenin kokuya neden olduğunu, bu yüzden bu besinleri dışarıda tükettiklerini belirten ifadeye “kesinlikle katılıyorum” derken, %31,1’i de “katılıyorum” demişlerdir. Katılımcıların %74,4’ü evde kebab, ızgara, mangal, döner vb. et yemeklerini hazırlamak mümkün olmuyor ifadesine “kesinlikle katılıyorum”, %20,0’si de “katılıyorum” demişlerdir. Bunun yanı sıra, geleneksel/yöresel et yemeklerini dışarıda orijinal şekilde tüketebiliyorum ifadesine katılımcıların %44,4’ü “kesinlikle katılıyorum” ve %43,3’ü “katılıyorum” demişlerdir (Tablo 20). Başka bir çalışmanın sonuçlarında, katılımcıların %49,8’i zamanlarının kısıtlı olması nedeniyle dışarıda yemek tükettiklerini belirtmişlerdir (Gül, Akbay Özdeş, Dölekoğlu Özçiçek, Özel ve Akbay, 2003). Onurlubaş, Doğan ve Gürler (2015) yaptıkları çalışmada ise, dışarıda yemek yeme nedeni olarak ilk sırada özel günler, ikinci sırada zamanın kısıtlı olması gösterilmiştir. Veriler değerlendirildiğinde; katılımcıların evde hazırlanması zor olan bazı et yemeklerini ekonomik bulmamakla beraber dışarıda tüketmeyi tercih ettikleri söylenebilir. Ayrıca bazı geleneksel/yöresel et yemeklerinin yapımının bilinmemesi, yapımda kullanılan besinlere ve araç-gerece ulaşım imkanı olmaması katılımcıların bu tip et yemeklerini dışarıda tüketmeye yönlendirdiği düşünülebilir. Ayrıca farklı çalışmaların sonuçları da göz önüne alındığında, dışarıda yemek yeme olgusunun insanların zaman kısıtlılığına bağlı olduğunu düşünmek de mümkündür.

Müşterilerin dışarıda et yemeği yemelerini etkileyen faktörler kendi aralarında karşılaştırılmış, veriler Tablo 21’de gösterilmiştir.

Tablo 21.

Müşterilerin Dışarıda Et Yemeği Yemelerini Etkileyen Faktörlerin Karşılaştırılması (Tek Örneklem T Testi)

| İfadeler (n=30) | Ortalama | Standart Sapma | t-değeri | p-değeri |
|---|----------|----------------|----------|---------------|
| Evde et yemeği hazırlamak zor oluyor | 2,96 | 1,16 | -0,271 | 0,787 |
| Evde yapılamayacak et yemeklerini dışarıda yiyebiliyorum | 2,01 | 0,81 | -11,523 | 0,000* |
| Dışarıda et vb. yemekleri daha ekonomik oluyor | 4,20 | 1,05 | 10,827 | 0,000* |
| Evde et vb. yemekleri hazırlamaya zamanım olmuyor | 2,84 | 1,12 | -1,317 | 0,191 |
| Dışarıda et vb. yemekleri daha doyurucu oluyor | 3,25 | 1,29 | 1,873 | 0,064 |
| Dışarıdaki et vb. yemekleri daha lezzetli oluyor | 2,38 | 1,17 | -4,924 | 0,000* |
| Dışarıda farklı et yemeklerini tadabiliyorum | 1,96 | 1,04 | -9,395 | 0,000* |
| Et vb. yemeklerini yapmayı bilmiyorum | 2,58 | 1,52 | -2,552 | 0,012 |
| Balık ve deniz ürünleri evde kokuya neden oluyor | 1,74 | 0,89 | -13,324 | 0,000* |
| Evde mangal, ızgara, döner vb. türü yemekleri hazırlama imkanım yok | 1,31 | 0,57 | -27,930 | 0,000* |
| Geleneksel/yöresel yemeklerin orijinal halini dışarıda yiyebiliyorum | 1,71 | 0,76 | -15,922 | 0,000* |
| Ev dışında kırmızı et yediğimde hijyen konusunda endişelerim oluyor | 3,02 | 1,25 | 0,168 | 0,867 |
| Ev dışında kümes hayvanları yediğimde hijyen konusunda endişelerim oluyor | 2,62 | 1,31 | -2,732 | 0,008 |
| Ev dışında balık yediğimde hijyen konusunda endişelerim oluyor | 2,68 | 1,25 | -2,359 | 0,020 |

*p<0,05

Müşterilerin dışarıda et yemekleri tercih etmesini etkileyen faktörlerle ilgili 5’li Likert tablosunda yer alan 14 ifade tek örneklem t testi ile incelenmiş ve elde edilen aritmetik ortalamaların ölçek orta değeri olan “kararsızım” seçeneğinden farklı olup olmadığı test edilmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına göre 7 ifadede aritmetik ortalamalar kararsız seçeneğinden anlamlı olarak (p<0,05) farklılıklar göstermektedir. Bu ifadeler; evde

yapılamayacak et yemeklerini dışarıda yiyebiliyorum, dışarıda et vb. yemekleri daha ekonomik oluyor, dışarıdaki et vb. yemekleri daha lezzetli oluyor, dışarıda farklı et yemeklerini tadabiliyorum, balık ve deniz ürünleri evde kokuya neden oluyor, evde mangal, ızgara, döner vb. türü yemekleri hazırlama imkanım yok ve geleneksel/yöresel yemeklerin orijinal halini dışarıda yiyebiliyorum ifadeleri olarak belirlenmiştir (Tablo 21). Bu sonuç; tercihle ilgili ifadelerin farklılık görülen ifadeler için olumlu seviyedeysen, diğer ifadeler için kararsız seçeneğinde yoğunlaştığı şeklinde yorumlanabilir. Bekar ve Gümüş Dönmez'in (2016) çalışmalarında da; evde yemek hazırlamanın zor gelmesi ve yemek hazırlamak için zamanın olmaması değişkenlerini içeren ekonomik boyuta ilişkin kadın ve erkeklerin ortalamaları incelendiğinde ise erkeklerin ortalamasının (2,89±1,11) kadınlardan (2,82±1,18) daha yüksek olduğu fakat farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu tespit edilmiştir (p>0,05).

Araştırmaya katılan müşterilerden dışarıda tükettikleri et yemeklerinin özelliklerine puan vererek değerlendirmeleri istenmiş, elde edilen bulgular Tablo 22'de gösterilmiştir.

Tablo 22.

Müşterilerin Dışarıda Tükettikleri Et Yemekleri Hakkındaki Görüşleri (n=90)

| | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | |
|--|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|
| | n | % | n | % | n | % | n | % | n | % |
| Yemeğin lezzeti (tat,koku vb.) | - | - | 3 | 3,3 | 16 | 17,8 | 47 | 52,2 | 24 | 26,7 |
| Yemeğin sıcaklık derecesi | - | - | 4 | 4,4 | 23 | 25,6 | 27 | 30,0 | 36 | 40,0 |
| Yemeğin servis hızı ve şekli | 7 | 7,8 | 25 | 27,8 | 22 | 24,4 | 19 | 21,1 | 17 | 18,9 |
| Yemeğin hijyen durumu | 6 | 6,7 | 20 | 22,2 | 38 | 42,2 | 16 | 17,8 | 10 | 11,1 |
| Yemeğin porsiyon miktarı | 9 | 10,0 | 16 | 17,8 | 32 | 35,6 | 25 | 27,8 | 8 | 8,9 |
| Yemeğin sunum şekli (görünüm vb.) | 1 | 1,1 | 15 | 16,7 | 23 | 25,6 | 38 | 42,2 | 13 | 14,4 |
| Yemeğin fiyatı | 23 | 25,6 | 30 | 33,3 | 27 | 30,0 | 7 | 7,8 | 3 | 3,3 |
| Yemeğin pişme durumu | - | - | 2 | 2,2 | 19 | 21,1 | 40 | 44,4 | 29 | 32,2 |
| Yöresel et vb. yemeklerinin aslına uygunluğu | - | - | 3 | 3,3 | 18 | 20,0 | 31 | 34,4 | 38 | 42,2 |

*Değerlendirme "1" çok kötü, "2" kötü, "3" orta, "4" iyi ve "5" çok iyi olmak üzere değerlendirilmiştir.

Araştırma kapsamına alınan müşterilerin genel olarak dışarıda yedikleri et yemekleri hakkındaki değerlendirmeleri Tablo 22'de verilmiştir. Buna göre; katılımcıların %52,2'si yemeklerin lezzetini "4" puanla iyi olarak, %26,7'si ise "5" puanla çok iyi olarak değerlendirmişlerdir. Katılımcılar yemeklerin servis sıcaklıkları hakkında olumlu görüşe

sahip olsalar da (%40,0'ı "5", %30,0'u "4", %25,6'sı "3" puan vermiştir) servis hızı ve şeklinde olumsuz düşünceye sahip olanlar da mevcuttur (%7,8'i "1", %27,8'i "2" puan vermiştir). Yemeklerin hijyeni hakkında katılımcıların %42,2'si "3", %22,2'si "2" ve %17,8'si "4" puanı uygun görmüşlerdir. Yemeklerin orijinal tarifesine uygunluğu (%42,2'si "5", %34,4'ü "4" puan vermiştir) ve pişme durumları (%44,4'ü "4", %32,2'si "5" puan vermiştir) hakkında katılımcıların olumlu düşünceleri mevcutken fiyatıyla ilgili düşünceleri daha çok olumsuz yönde olmuştur (%33,3'ü "2", %25,6'sı "1" puan vermiştir). Veriler değerlendirildiğinde; katılımcılar dışarıda tükettikleri et yemeklerinin lezzetinden, yemeklerin sıcak ve iyi pişmiş servis edilmesinden, yemeklerin orijinal tarifeleriyle sunulmasından memnun olurken, fiyat ve servis şekli ve hızından memnun olmadıkları söylenebilir. Hijyen konusunda ise değerlendirmeler daha dengeli dağılmışlardır, bu durum her bir işletmenin hijyen konusunda farklı durumlara sahip olmasından kaynaklanmış olabilir. Özellikle fiyat ve servis bakımından işletmelerin birbirinden çok ayrılmadıkları, belli marjlar içinde değişim gösterdikleri düşünülebilir.

Müşterilerin dışarıda yedikleri et yemekleri ile ilgili görüşleri karşılaştırılmış, elde edilen bulgular Tablo 23'te gösterilmiştir.

Tablo 23.

Müşterilerin Dışarıda Tükettikleri Et Yemekleri Hakkındaki Görüşlerinin Karşılaştırılması (Tek Örneklem T Testi)

| İfadeler (n=30) | Ortalama | Standart Sapma | t-değeri | p-değeri |
|--|----------|----------------|----------|----------|
| Yemeğin lezzeti (tat,koku vb.) | 4,02 | 0,76 | 12,692 | 0,000* |
| Yemeğin sıcaklık derecesi | 4,05 | 0,91 | 10,929 | 0,000* |
| Yemeğin servis hızı ve şekli | 3,15 | 1,24 | 1,186 | 0,239 |
| Yemeğin hijyen durumu | 3,04 | 1,05 | 0,398 | 0,691 |
| Yemeğin porsiyon miktarı | 3,07 | 1,10 | 0,668 | 0,506 |
| Yemeğin sunum şekli (görünüm vb.) | 3,52 | 0,97 | 5,086 | 0,000* |
| Yemeğin fiyatı | 2,30 | 1,04 | -6,364 | 0,000* |
| Yemeğin iyi pişmiş olup olmadığı | 4,06 | 0,79 | 12,803 | 0,000* |
| Yöresel et vb. yemeklerinin aslına uygunluğu | 4,15 | 0,85 | 12,747 | 0,000* |

*p<0,05

Müşterilerin dışarıda yedikleri et yemekleri ile ilgili görüşleri hakkında 5’li Likert tablosunda yer alan 9 görüş tek örneklem t testi ile incelenmiş ve elde edilen aritmetik ortalamaların ölçek orta değeri olan 3’ten farklı olup olmadığı test edilmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına göre 6 görüşte aritmetik ortalamalar 3 seçeneğinden anlamlı olarak ($p<0,05$) farklılık göstermektedir. Bu ifadeler; yemeğin lezzeti (tat,koku vb.), yemeğin sıcaklık derecesi, yemeğin sunum şekli (görünüm vb.), yemeğin fiyatı, yemeğin pişme durumu ve yöresel et vb. yemeklerinin aslına uygunluğu olarak belirlenmiştir (Tablo 23). Bu sonuç; dışarıda yenen et yemekleri ile ilgili görüşlerin, farklılık görülen ifadeler için olumlu seviyedeysen diğer ifadeler için kararsız seçeneğinde yoğunlaştığı şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmaya katılan müşterilere, dışarıda et yemekleri ile ilgili beklentileri açık uçlu olarak sorulmuş ve 58 katılımcıdan cevap alınmıştır. Elde edilen veriler Tablo 24’te özetlenmiştir.

Tablo 24.

Müşterilerin Dışarıdaki Et Yemekleri İle İlgili Beklentisi (n=90)

| Beklentiler | n | % |
|----------------------------------|----|------|
| Daha Ucuz Olmalı | 21 | 23,4 |
| Daha Nezih İşletme Ortamı Olmalı | 6 | 6,6 |
| Daha Lezzetli Olmalı | 6 | 6,6 |
| Daha Sağlıklı Olmalı | 5 | 5,5 |
| Daha İyi Servis-Sunum Olmalı | 5 | 5,5 |
| Uluslararası Yemekler Olmalı | 5 | 5,5 |
| Daha Doyurucu Olmalı | 4 | 4,5 |
| Daha Çok Çeşit Olmalı | 2 | 2,3 |
| Daha Özgün Yemekler Olmalı | 2 | 2,3 |
| Yöresel Yemekler Olmalı | 2 | 2,3 |
| Beklentim Yok | 32 | 35,5 |

Tablo 24’te araştırmaya katılan müşterilerin dışarıda yedikleri et yemekleri ve işletmelerle ilgili beklentileri verilmiştir. Toplam 90 katılımcıdan 58’i beklentilerini iletirlerken 32’si bir beklentisi olmadığını belirtmiştir. Katılımcıların %23,4’ü dışarıda yedikleri et yemeklerinin daha ucuz olması gerektiğini düşünmektedirler. Diğer katılımcılar farklı beklentileri olduğunu belirtmişlerdir. Fakat diğer beklentiler birbirine yakın oranlarda dağılım gösterirken, et yemeklerinin ucuz olması yönündeki beklenti en çok dikkat çeken seçenektir.

BÖLÜM VI

SONUÇ VE ÖNERİLER

Ev dışı gıda tüketimi gelişmiş ülkelerde oldukça yaygın bir sektördür. Ülkemiz gibi gelişmekte olan ülkelerde de benzer düzeyde olmasa da hızla yükselen, talep gören bir sektör olma yolundadır. Çalışma hayatının yoğunluğu, zamanın giderek kısıtlı ve değerli hale gelmesi, teknolojinin gelişimiyle dış dünyayla kurulan iletişim sonucu insanların dışarıda yeme fikrine özenmesi, farklı lezzetleri denemek istemeleri bu sektörün gelişiminde rol oynamaktadır. Özellikle büyük şehirlerde, zamanın kısıtlı oluşu, yorucu günlük hayat ve dışarıda yemek yenebilecek bir çok seçenek bulunması bu gelişimin büyük şehirlerde daha belirgin olduğunu düşündürmektedir.

Et, insanın en önemli besinlerindedir. Ülkemizdeki et tüketiminin gelişmiş ülkelere oranla oldukça düşük olması, ülkemizde bir problem olarak görülmelidir. Et tüketiminin düşüklüğünün nedeninin doğru tespit edilmesi ve bu sonuca göre çözüm üretilerek, ülkemizdeki et tüketiminin gelişmiş ülkeler seviyesine çıkarılması sağlanmalıdır.

Tüm bu görüşler ışığında; bu araştırmada Ankara ilinde bulunan TİB sahibi olan 1. ve 2. sınıf, Türk mutfağına yönelik et yemekleri satan işletmelerin genel özellikleri, çalışanları ile ilgili bilgiler; müşterilerle ilgili bilgiler ve müşterilerin et tüketim tercihleri, sıklıkları ve bunları etkileyen faktörler irdelenmiştir. Bu amaçla, işletmelerde çalışan yönetici, servis ve mutfak çalışanları ile müşterilerle görüşülerek anket formu uygulanmıştır. Ayrıca araştırmacı tarafından bir gözlem formu da doldurulmuştur. Elde edilen veriler doğrultusunda şu sonuçlara ulaşılmıştır:

İşletmeyle ilgili sonuçlar:

Araştırma kapsamına alınan TİB sahibi işletmelerin aydınlatma, havalandırma, ortamın ses düzeyi, ortam temizliği, masa yerleşimi ve düzeni gibi özellikleri ortalama ve ortalama üzeri olarak değerlendirilmiştir. Bu durumun TİB etkisiyle olabileceği düşünülmektedir. TİB, ülke çapında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen, belli aralıklarla denetimi yapılan bir belgedir. Diğer işletmelere göre TİB sahibi olan işletmeler, sağlamak durumunda olduğu yüksek standartları daha özenli şekilde korumak durumundadır.

Gözlem formundaki 7 özellik tek örneklem t testi ile incelenmiş ve elde edilen aritmetik ortalamaların ölçek orta değeri olan 3'ten farklı olup olmadığı test edilmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına göre 5 özelliğe aritmetik ortalamalar orta değer olan 3 değerinden anlamlı olarak ($p < 0,05$) farklılıklar göstermektedir.

İşletmelerin faaliyette olma süreleri ortalama olarak 15,3 ($\pm 14,4$) yıl, TİB sahibi olma süreleri ortalama 8,7 ($\pm 4,6$) yıl olarak bulunmuştur. Faaliyet sürelerine bakıldığında; işletmelerin sektörde acemi olmayacakları aynı zamanda güncel şartlara hakim olabilecekleri düşünülebilir. İşletmelerin müşteri kapasitesi ortalama olarak 337,5 ($\pm 181,9$) kişidir. Günlük ortalama müşteri sayıları ise 182,1 ($\pm 70,7$) kişidir. Bu durum işletmelerin sektörde önemli yere sahip olduklarına işaret olarak algılanabilir. İşletmelerin toplam çalışan sayıları ortalama 34,8 ($\pm 13,0$) kişidir. İşletmelerin kapasiteleri düşünüldüğünde bu durumun işletmelerin hizmet kalitesini olumlu etkilediği söylenebilir.

Araştırma kapsamına alınan 30 işletmenin her birinden 30'ar (1 yönetici, 1 servis ve 1 mutfak çalışanı olmak üzere) çalışan alınmıştır. Çalışanların 81'i erkektir. %60,0'ı lise mezunudur. Yöneticilerin ortalama yaşı 49,9 ($\pm 8,4$), aynı işletmede ortalama çalışma süreleri ise 11,8 ($\pm 11,3$) yıldır. Servis çalışanlarının ortalama yaşı 31,2 ($\pm 9,3$), mutfak çalışanlarının ise 32,9'dur ($\pm 8,9$). Servis çalışanlarının aynı işletmede ortalama çalışma süreleri 3,9 ($\pm 2,5$), mutfak çalışanlarının ise 4,7 ($\pm 3,8$) yıldır.

Araştırma kapsamına alınan işletmelerin müşteri yoğunluklarının en fazla olduğu öğün akşam (%95,6), mevsim ise yaz (%46,8) olarak tespit edilmiştir. Akşam öğününün yoğunluğu konusunda çok net bir sonuç varken, yaz mevsimi dışında kış (%23,3) ve ilkbahar (%28,8) mevsimleri de yoğunluk bakımından önemli bulunmuştur.

İşletmelerin menülerine bakıldığında; kırmızı et olarak dana (%83,3), kuzu-koyun (%70,0), kümes hayvanı eti olarak tavuk (%80,0), deniz ürünü olarak da balık (%63,3), kalamar (%40,0) ve karides (%40,0) en çok bulunan et çeşitleridir. İşletmelerde ilk sırada en çok sunulan et çeşitleri ise; dana (%55,5) ve balıktır (%25,5). İşletmelerin özellikle kebab ve

balık konseptinde olması bu durumda etkindir. Tavuk ise (%30,0) ikinci sırada en çok sunulan et olarak tespit edilmiştir. Müşterilerin gittikleri işletmeye göre kırmızı eti veya balığı ilk önce tercih ettikleri, tavuğu ise her iki işletme müşterisinin de ikinci tercih olarak düşündükleri görülmektedir.

İşletme çalışanlarına genel müşteri profilleriyle ilgili sorular yöneltilmiştir. Buna göre; çalışanların %60,0'ı müşterilerinin genelde lise mezunu, %40,0'ı ise üniversite mezunu olduğunu, %94,4'ü müşterilerinin erkek olduğunu ve %53,4'ü müşterilerinin 41-50 yaş arasında olduğunu söylemişlerdir. Bu verilere bakıldığında TİB sahibi işletmelerin müşteri profillerinin orta yaşta, eğitimi durumu ve geliri ortalama veya ortalama üstü, erkeklerin ağırlıkta olduğu şekilde yorumlanabilir.

Müşterilerle ilgili bulunan sonuçlar:

Araştırmaya katılan müşterilerin yaş ortalamaları 40,9'dur ($\pm 11,1$). Müşterilerin %65,6'sı erkek, %57,8'i üniversite mezunu ve %80,0'i evlidir. %78,9'unun bir hekim tarafından teşhis edilmiş bir hastalığı bulunmamaktadır. Müşterilerin ortalama aylık gelirleri 2936.6 TL'dir ($\pm 1997,1$).

Müşterilerin dışarıda et yemeği yediklerinde ilk sırada tercih ettikleri et çeşidine bakıldığında; müşterilerin %41,0'inin danayı, %35,6'sının kuzu-koyunu, %16,7'sinin tavuğu ve %6,7'sinin balığı tercih ettikleri tespit edilmiştir. Müşterilerin dışarıda et yemeği yediklerinde ilk sırada en çok tercih ettikleri et yemekleri ise; %61,1'inin kebablar, %18,9'unun pide-lahmacun ve %16,7'sinin ızgara et çeşitleri olmuştur. Müşterilerin %74,4'ünün haftada en az bir gün dışarıda et yemeği yedikleri saptanmıştır. Cinsiyetler arasında tüketilen et yemeği ve dışarıda yemek yeme sıklığı arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p > 0,05$). Eğitim durumu ile tüketilen et çeşidi ve et yemeği arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p > 0,05$). Müşterilerin gelir durumlarına göre et çeşidi, et yemeği ve dışarıda yemek yeme sıklığı konularına ilişkin sorulara verdikleri cevaplar arasında anlamlı tüm boyutlar için ($X^2=8,552$; $p > 0,05$ ve $X^2=8,532$; $p > 0,05$ ve $X^2=8,375$; $p > 0,05$) anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Müşterilerin %73,3'ü akşam öğününde ve %47,8'i yaz mevsiminde dışarıda et yemeği yediklerini belirtmişlerdir. Müşterilerin dışarıda et tükettikleri mevsim ve öğün arasındaki ilişkiye bakılmış ancak istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p > 0,01$).

Katılımcılardan kırmızı eti tercih edenlerin %84,5'i, kümes hayvanlarını tercih edenlerin %33,3'ü, deniz ürünlerini tercih edenlerin %34,5'i lezzet sebebiyle bu tercihleri

yaptıklarını belirtmişlerdir. Kümes hayvanlarını tercih sebeplerinde ekonomiklik ve sağlık, deniz ürünlerini tercih sebeplerinde yine sağlık önemli bir yer tutmakta iken kırmızı ette lezzet tercih sebeplerinde en önemli sebeptir.

Araştırmada müşterilere dışarıda et yemeklerini etkileyeceği düşünülen ifadeler y nelti miş ve 5’li Likert  leği ile değerlendirmeleri istenmiştir. Araştırmaya katılan müşterilerin %50,0’si evde yapılma imkanı olmayan et yemeklerini dışarıda yeme imkanı buluyorum seçeneğine “katılıyorum”, %51,1’i dışarıda yediğiniz et yemeklerini daha ekonomik buluyorum seçeneğine “kesinlikle katılmıyorum”, %37,8’i dışarıda yapılan et yemeklerini daha lezzetli buluyorum seçeneğine “katılıyorum”, dışarıda daha farklı et yemeklerini tadabiliyorum seçeneğine katılımcıların %41,1’i “katılıyorum” şeklinde görüş bildirmişlerdir. Katılımcı müşterilerin %50,0’si balık ve deniz ürünlerini evde pişirmenin kokuya neden olduğunu bu yüzden bu besinleri dışarıda tükettikleri seçeneğinde “kesinlikle katılıyorum” derken, %74,4’  evde kebab, ızgara, mangal, döner vb. et yemeklerini hazırlamak mümkün olmuyor seçeneğine “kesinlikle katılıyorum” demişlerdir. Bunun yanı sıra, geleneksel/yöresel et yemeklerini dışarıda orijinal şekilde t ketebiliyorum seçeneğine katılımcıların %44,4’  “kesinlikle katılıyorum” demişlerdir. Katılımcıların evde hazırlanması zor olan bazı et yemeklerini ekonomik bulmamakla beraber dışarıda t kermeyi tercih ettikleri söylenebilir. Ayrıca bazı geleneksel/yöresel et yemeklerinin yapımının bilinmemesi, yapımda kullanılan besinlere ve araç-gerece ulaşım imkanı olmaması katılımcıları bu tip et yemeklerini dışarıda t kermeye yönlendirdiği düşünülebilir.

Müşterilerin dışarıda et yemekleri tercih etmesini etkileyen faktörlerle ilgili 5’li Likert tablosunda yer alan 14 ifade tek örneklem t testi ile incelenmiş ve elde edilen aritmetik ortalamaların ölçek orta değeri olan “kararsızım” seçeneğinden farklı olup olmadığı test edilmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına göre 7 ifadede aritmetik ortalamalar kararsız seçeneğinden anlamlı olarak ($p<0,05$) anlamlı farklılık göstermektedir.

Araştırma kapsamına alınan müşterilerin genel olarak dışarıda et yemekleri tükettiklerinde, yemekler hakkındaki değerlendirmeleri incelenmiştir. Müşteriler 1 puan en düşük 5 puan en yüksek olmak üzere her görüş için puanlama yapmışlardır. Katılımcıların %52,2’si yemeklerin lezzetine “4” puan, %40,0’ı yemeklerin servis sıcaklıklarına “5” puan vermişlerdir. Yemeklerin hijyeni hakkında katılımcıların %42,2’si “3”, %22,2’si “2” puanı uygun görmüşlerdir. Katılımcıların %33,3’  yemeklerin fiyatlarına “2” puan vermişlerdir. Katılımcılar dışarıda tükettikleri et yemeklerinin lezzetinden, yemeklerin sıcak ve iyi

pişmiş servis edilmesinden, yemeklerin orijinal tarifeleriyle sunulmasından memnun olurken, fiyat ve servis şekli ve hızından memnun olmadıkları söylenebilir.

Müşterilerin dışarıda yedikleri et yemekleri ile ilgili görüşleri hakkında 5'li Likert tablosunda yer alan 9 görüş tek örneklem t testi ile incelenmiş ve elde edilen aritmetik ortalamaların ölçek orta değeri olan 3'ten farklı olup olmadığı test edilmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına göre 6 görüşte aritmetik ortalamalar 3 seçeneğinden anlamlı olarak ($p<0,05$) farklılık göstermektedir.

Araştırmaya katılan 90 müşteriden 58'i dışarıda yedikleri et yemekleri ile ilgili beklentilerini bildirmişlerdir. Katılımcıların %23,4'ü dışarıda yedikleri et yemeklerinin daha ucuz olması gerektiğini düşünmektedirler. Takip eden en yakın seçenekler; daha nezih işletme ortamı ve lezzet olurken, ilk sıradaki ucuz fiyat beklentisiyle aralarında büyük fark vardır. Katılımcı müşterilerin işletmelerden en büyük beklentilerinin açık ara yemek fiyatlarının daha ucuz olmasını beklediklerini belirtmek mümkündür.

Yapılan araştırma ve elde edilen sonuçlar neticesinde hem işletmelere hem de bu konuda çalışma yapacak araştırmacılara şu öneriler getirilebilir:

Katılımcıların kırmızı eti lezzeti, tavuk ve özellikle balık etini daha çok sağlıklı beslenme amacıyla tükettikleri görülmektedir. Katılımcıların deniz ürünleri ve kümes hayvanları etini lezzet amacıyla tüketmelerini sağlamak için, daha çok çeşit, farklı tarifeler, ilgi çekici sunumlar gibi yöntemler kullanılabilir. İşletmelerin yiyecek içecek üzerine eğitim almış personel çalıştırması bu konuda çözüm olabilir.

Katılımcıların ağırlıklı olarak yaz mevsiminde ev dışında gıda tükettikleri görülmüştür, işletmelerin fiziki şartlarını her mevsime uygun olarak düzenlemeleri çözüm olarak düşünülebilir.

Araştırma sonucunda, ev dışı et tüketen katılımcıların, araç-gereç eksikliği, istenen hammaddenin temini, üretimin çok zaman alması ve pişirilmesinin zorluğu nedeniyle evde yapamayıp dışarıda tükettikleri et yemekleri bulunduğu görülmektedir. İşletmelerin bu durumdan faydalanarak müşteri sayılarını arttırabileceği ve sektörü büyütmeleri için çalışmalar yapılabilir.

Müşterilerin değerlendirmeleri doğrultusunda, işletmelerden beklenenler özellikle fiyat düşürülmesi, servis hızının ve kalitesinin geliştirilmesi olarak görülmeli, bu konuda önlemler alınmalıdır. İşletmelerin müşteri görüş ve beklentilerini daha fazla dikkate alması işletmeler açısından olumlu olacaktır.

Yapılan çalışmada, müşterilerin hijyen ve temizlikle ilgili konularda olumsuz görüşleri çok düşük ölçülerde olmuştur. Bu durumun sektördeki diğer işletmeler için örnek teşkil etmesi, sektör açısından olumlu sonuçlar doğuracaktır.

Turizm İşletme Belgesi olan işletmelerin bir çok açıdan standartlarının iyi durumda olduğu göz önüne alındığında, sektörde kalitenin artırılması açısından, tüm yiyecek içecek işletmeleri için TİB benzeri bir sistem getirilmesi düşünülebilir.

Ülkemizdeki et tüketiminin yetersiz olduğu bilinmektedir. Beslenmenin bir parçası olan ve ülkemizde de giderek önem kazanan ev dışı gıda tüketimi et tüketiminin yetersizliğinin çözümünün bir parçası olabilir. Bu konuda müşterilerin beklentileri ile işletmelerin hedeflerinin kesişim noktalarının iyi tespit edilmeli, ortak bir nokta oluşturulmalıdır.

Yapılan bu çalışma Ankara'da bulunan, TİB sahibi olan, Türk mutfağında bulunan et yemeklerini müşterilere sunan işletmeleri kapsamaktadır. Uluslararası mutfakları da müşterilerine sunan ve diğer şehirlerde bulunan TİB sahibi işletmelerde de benzer çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKLAR

- Akarçay, E. ve Suğur, N. (2015). Dışarıda yemek: Eskişehir’de yeni orta sınıfın fast-food yeme-içme örüntüleri. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi / Journal of Sociological Research* 18(1),1-29.
- Akbay, C. ve Boz, İ. (2005). Kahramanmaraş’ta ailelerin ev ve ev dışı gıda tüketim talebi ve tüketici davranışlarının ekonomik analizi, *KSÜ Fen ve Mühendislik Dergisi*, 8(1), 122-131.
- Akçay, Y. ve Vatansever, Ö. (2013). Kırmızı et tüketimi üzerine bir araştırma: Kocaeli ili kentsel alan örneği. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 4(1), 043-060.
- Aktaş, A. (2011). *Ağırlama Hizmet İşletmelerinde Yiyecek ve İçecek Yönetimi*. Ankara: Detay.
- Arıker, Ç. (2012). Tüketicilerin restoran seçiminde kullandıkları seçim kriterleri ile demografik özellikleri arasındaki ilişki. *Öneri Dergisi*, 10(38), 11-31. doi:http://dx.doi.org/10.14783/od.v10i38.1012000205
- Arslan, A. (2012). *Et muayenesi ve et ürünleri teknolojisi*. Medipres.
- Aydın, K. (2011). Türkiye’de hane halkı gıda harcamaları ve sosyo ekonomik faktörler. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(1) , 56-76.
- Aygün, T., Karakuş, F., Yılmaz, A., Gökdal, Ö. ve Ülker, H. (2004). Van ili merkez ilçede kırmızı et tüketim alışkanlığı, 4. *Ulusal Zootekni Bilim Kongresi*, Isparta.
- Baysal, A. (2007). *Beslenme*. (12. Baskı). Ankara: Hatipoğlu.
- Beardsworth, A. ve Keil, T. (2012). *Yemek Sosyolojisi: Yemek ve Toplum Çalışmasına Davet*. A. Dede (Çev.). Ankara: Phoenix.

- Bekar, A. ve Dönmez Gümüş, F. (2016). Tüketicilerin dışarıda yemek yeme nedenlerine ilişkin bir değerlendirme. *Social Sciences (NWSASOS)*, 11(1), 1-15. <http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2016.11.1.3C0134>
- Blisard, N., Biing-Hwan L., Cromartie, J. ve Ballenger, N.(2002). American's changing appetite: food consumption and spending to 2020. *Food Review*, 25 (1), 1.
- Brown, A.C. (2010). *Understanding Food: Principles and Preparation*. Wadsworth Publishing; 4th ed., UK.
- Bucak, T. ve Taşpınar, O. (2014). Türk mutfağında deniz kültürünün yeri ve önemi. *International Journal of Human Sciences*, 11(1), 551-568. doi: 10.14687/ijhs.v11i1.2822
- Bugge, A. B. ve Lavik, R. (2010). Eating Out: Multifaceted Activity on Contemporary Norway. *Food, Culture and Society*, 13(2).
- Bulduk, S. (2005). *Beslenme İlkeleri ve Menü Planlama*. Ankara: Detay.
- Cengiz, S. (2013). *Ev Dışı Tüketim (EDT) sektöründe neler oluyor?* <http://www.retailturkiye.com/soydan-cengiz/ev-disi-tuketim-edt-sektorunde-neler-oluyor> sayfasından erişilmiştir.
- Cevger, Y., Aral, Y., Demir, P. ve Sarıözkan, S. (2008). Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi intern öğrencilerinde hayvansal ürünlerin tüketim durumu ve tüketici tercihleri. *Ankara Üniv. Vet. Fak. Dergisi*, 55, 189-194.
- Çiçekgil, Z. (2014). *Kümes Hayvancılığı Ürün Raporu*. Kümes Hayvancılığı, TEPGE.
- Çivi, H., Gürler, A.Z., Esengün, K. ve Karkacıer, O. (1993). Tokat il merkezinde yaşayan hanehalklarının kırmızı et tüketimi üzerine bir araştırma. *GOP Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi*. 10, 108-115.
- Demir, Y. ve Armağan, G. (2013) Aydın'da Hane halklarının Gıda Tüketim Talebi Ekonometrik Analizi. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 50(1), 97-107.
- Dinçer, B. (1987). *Et Bilimi ve Teknolojisi*. A.Ü. Vet. Fakültesi, Ankara.
- Ekeyılmaz, S. (2006). *Antalya ilinde ev dışı gıda talebi*.Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

- Erdoğan, N. ve Çiçek, H. (2015). Hayvansal gıdaların tüketim yapısı ve tüketici tercihlerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma: üniversite personeli örneği. *Kocatepe Veteriner Dergisi*. 8(1), 25-31.
- Ergönül, B. (2011). Meat consumption and buying behaviors of consumers living in Manisa city center, Turkey. *Journal of Animal and Veterinary Advances*, 10(3):286-290.
- Ergün, Ö. (2014). *Kırmızı et tüketimimiz yetersiz*. <http://www.gida2000.com/kirmizi-et-tuketimimiz-yetersiz.html> sayfasından erişilmiştir.
- Et ve Süt Kurumu [ESK]. (2015). *Kırmızı et*. <http://www.esk.gov.tr/tr/10998/Kirmizi-Et> sayfasından erişilmiştir.
- Et ve Süt Kurumu [ESK]. (2016). 2014 yılı sektör raporu. http://tarim.kalkinma.gov.tr/wp-content/uploads/2015/12/2014_Yili_Sektorel_Degerlendirme_Raporu.pdf sayfasından erişilmiştir.
- ETÜDER(2015). *Ev dışı tüketim yılın ilk yarısında 17 milyar lirayı buldu*. <http://www.etuderbulten.com/etuderbulten/29092015/29092015sayfa1.htm> sayfasından erişilmiştir.
- FAPRI (2012). *World Livestock: FAPRI-ISU 2011 Agricultural Outlook*, http://www.fapri.iastate.edu/outlook/2011/tables/6_livestock.pdf sayfasından erişilmiştir.
- Göğüş, A.K. (1986). *Et Teknolojisi*. Ankara Üniv. Ziraat Fakültesi, Ankara.
- Gül, U. ve Uzun, B. (2014). *Durum ve Tahmin, Kırmızı Et*. Et Durum ve Tahmin, TEPGE.
- Gül, A., Akbay Özdeş, A., Dölekoğlu Özçiçek, C., Özel, R. ve Akbay, C. (2003). *Adana İli Kentsel Alanda Ailelerin Ev Dışı Gıda Tüketimlerinin Belirlenmesi*. Tarım Ekonomisi Araştırma Enstitüsü. Yayın No:95. ISBN 975-407-119-5. Adana.
- Gülyavuz, H. ve Ünlüsayın, M. (1999). *Su Ürünleri İşleme Teknolojisi*. Süleyman Demirel Üniversitesi Eğridir Su Ürünleri Fakültesi Ders Kitabı, Eğridir-Isparta.
- Gürman, Ü., (2003). *Yemek pişirme Teknikleri ve Uygulaması III*, Milli Eğitim Basımevi, Alfa, İstanbul.

- Hatırlı, S.A., Demircan, V. ve Aktaş, A.R. (2004). Isparta ilinde ailelerin balık tüketimlerinin analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 9(1),245-256.
- Horton, S. ve Campbell, C. (1991). Wife's Employment, Food Expenditures, and Apparent Nutrient Intake: Evidence from Canada. *American Journal of Agricultural Economics*, 73 (3), 784-794.
- Jaafar, S.N., Lumbers, M., and Eves, A., (2009). Does food really matters in the eating out experience in restaurants. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8(2), 1-11.
- Karakuş, K., Aygün, T. ve Alarşlan, E. (2008). Gaziantep ili merkez ilçede kırmızı et tüketim alışkanlıkları. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Bilimleri Dergisi (J. Agric. Sci.)*. 18 (2), 113-120.
- Lawrie, R.A. (1991). *Meat Science*. 5th Ed., Pergamon, USA.
- Ma, H., Huang J., Fuller, F. ve Rozell, S. (2006). Getting rich and eating out: consumption of food away from home in urban China. *Canadian Journal of Agricultural Economics*, 54(101),101-119.
- McCracken, V. A. ve Brandt J.A. (1987). Household consumption of food away from home: total expenditure and by type of food facility. *American Journal of Agricultural Economics*, 1987.
- MEGEP. (2006). *Yiyecek İçecek Hizmetleri I*. Ankara: T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Mesleki Eğitim Ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi.
- MEGEP. (2006). *Yiyecek İçecek Hizmetleri II*. Ankara: T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Mesleki Eğitim Ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi.
- MEGEP. (2006). *Yiyecek İçecek Hizmetleri III*. Ankara: T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi.
- Nalinci, S. (2013). *Amasya ili merkez ilçedeki hane halkının et tüketim alışkanlıkları ve et tüketimini etkileyen faktörler*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat.

- Olçay, A. ve Akçi, Y. (2014). Adıyaman ve Gaziantep’te yaşayan insanların fast-food işletmelerini tercih nedenlerinin faktörler itibariyle ortaya konmasına yönelik bir uygulama. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*. 24, 158-181. <http://dx.doi.org/10.11611/JMER370>
- Onurlubaş, E., Doğan, H.G. ve Gürler, A.Z. (2015). Türkiye’ de ev dışı gıda tüketimin durumu ve tüketici eğilimleri. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(38), 917-924.
- Öncü, M.A., Çatı, K. ve Özbay, G. (2007). Hızlı yiyecek işletmelerinin tercihinde etkili olan faktörler. *Dokuz Eylül Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 9(1), 317-336.
- Öztan, A. (2008). Et Bilimi ve Teknolojisi. TMMOB Gıda Mühendisleri Odası, Ankara.
- Petterson, A. ve Fjellström, C. (2007). Restaurants as friends of the family: fuctions of restaurant visits in everyday life. *Journal of Foodservice*,18, 207-217.
- Sams, E.R. (2001). *Poultry Meat Processing*. CRC Press. USA.
- Scholliers, P. (2008). Yenilik ve Gelenek: Gastronominin Önündeki Yeni Ufuk. Yemek: Damak Tadının Tarihi içinde. N. Elhüseyni (Çev.). İstanbul: Oğlak.
- Sikorski, Z.E. (2001). *Chemical and Functional Properties of Food Proteins*. CRC Press. USA.
- Smith, D.M. (1988). Meat proteins: functional properties in comminuted meat products. *Food Technology*. 42 (4), 116-121.
- Şeker, İ., Öze, A., Güler, H., Şeker, P. ve Özden, İ. (2011). Elazığ’da Kırmızı Et Tüketim Alışkanlıkları ve Tüketicilerin Hayvan Refahı Konusundaki Görüşleri. *Kafkas Üniversitesi Vet. Fak. Dergisi*, 17 (4): 543-550.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2012). *Yiyecek Üretimi*. Ankara: Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2015). Turizm işletme belgeli tesisler. <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9579/turizm-tesisleri.html> sayfasından erişilmiştir.

- T.C. Resmi Gazete. (2005). *Turizm tesislerinin belgelendirilmesine ve niteliklerine ilişkin yönetmelik*. <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/06/20050621-11.htm> sayfasından erişilmiştir.
- Tayar, M. ve Şen, C. (Ed.) Taşlıca, O. (1995). *Hayvansal Ürünler Teknolojisi*. Anadolu Üniversitesi.
- Tayfun, A. ve Kara, D. (2007). Turizm işletme belgeli restoranlardan hizmet alan Müşterilerin memnuniyet düzeyleri üzerine bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 273-292.
- Tayfun, A. ve Tokmak, C. (2007). Tüketicilerin Türk usulü fastfood işletmelerini tercih etme sebepleri üzerine araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 22, 169-183.
- Tezcan, İ. ve Yurtyeri, A. (1987). Et Ürünleri Teknolojisi. A.Ü. Vet. Fakültesi, Ankara.
- Tosun, Ö.O. ve Hatırlı, S.A. (2009). Tüketicilerin kırmızı et satın alım yerleri tercihlerinin analizi: Antalya ili örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 14 (2). 433-445.
- Tuncer, Ş.D. (2016). *Tavuk etinin besin değeri ve geçmişten günümüze lezzet gerçeği*. http://www.sagliklitavuk.org/assets/userfiles/files/uzmanlardan/Tavuk_Etinin_Besin_Degeri_ve_Gecmisten_Gunumuze_Lezzet_Gercegi.pdf sayfasından erişilmiştir.
- Turan, H., Erkoyuncu, İ. ve Kocatepe, D. (2013). Omega 6, omega 3 yağ asitleri ve balık. *Yunus Araştırma Bülteni*, (2), 45-50.
- TÜİK. (2013). *Yıllar itibariyle toplam hane halkı tüketim harcamasının türlerine göre dağılımı, Türkiye, 2002-2013*. http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1012 sayfasından erişilmiştir.
- TÜİK. (2015a). *Hayvansal üretim istatistikleri, haziran 2015*. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18852> sayfasından erişilmiştir.
- TÜİK. (2015b). *Kümes hayvancılığı üretimi, kasım 2015*. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21652> sayfasından erişilmiştir.
- Türk Dil Kurumu. (2015). *Güncel Türkçe Sözlük*. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.54bce14fc1fc19.95765112 sayfasından erişilmiştir.
- Türkan, C. (2009). *Mutfak Hizmetleri Yönetimi*. Ankara:Sistem Ofset.

- Türkan, C. (2012). *Turizmde Beslenme İlkeleri ve Menü Planlama*. Ankara:Sistem Ofset.
- Türkiye Halk Sağlığı Kurumu (t.y.). *Balık ve sağlık*.
<http://beslenme.gov.tr/index.php?lang=tr&page=120> sayfasından erişilmiştir.
- Ulaş, B. (2011). *Aydın İli Kentsel Alanda Kırmızı Et ve Kanatlı Eti Tüketicilerinin Kararları İle Bunları Etkileyen Faktörler*. Yüksek Lisans Tezi, GOP Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. (4. Basım). Ankara: Detay.
- Uzundumlu, A. S., Işık, H. B. ve Kırılı, M. H. (2011). İstanbul ili Küçük çekmece ilçesinde en uygun et tipinin belirlenmesi. *Alınleri Ziraat Bilimler Dergisi*, 21 (2), 40-48.
- Ünal, S., Akkuş, G. ve Akkuş, Ç. (2014). Yiyecek içecek işletmelerinde atmosfer, duygu, memnuniyet ve davranışsal sadakat ilişkisi. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi* 1, 23-49.
- Ünver, B. (1987). *Deneyisel Yiyecek Hazırlama*. Mars, Ankara.
- Varnam A.H. ve Sutherland, J.P.(1995). *Meat and Meat Products. Technology, Chemistry and Microbiology*. Food Products Series. Chapman and Hall, London.
- Yaylak, E., Taşkın, T., Koyubenbe, N. ve Konca, Y. (2010). İzmir İli Ödemiş ilçesinde kırmızı et tüketim davranışlarının belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Hayvansal Üretim*. 51(1), 21-30.
- Warde, A.ve Martens, L. (2003). *Eating Out: Social Differentiation, Consumption and Pleasure*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Warris, P.D. (2000). *Meat Science*. CABI Publishing, UK.
- Wellman, B. (1996). *Doing it ourselves*, Dan Clawson (ed), *Required Reading: Sociology's Most Influential Books.*, University of Massachusetts Press, ISBN 978-1-55849-153-3 say.71-78.
- Yar, F. (2015). *Türkiye’de gelir dağılımı & yoksulluk*. Global Analiz (2).
- Yazırlı, N. (2015). *Ev Dışı Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörler: Nazilli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.

Yen, S.T. ve Jensen, H.H. (1995). U.S. Food expenditures away from home by type of meal. *CARD Working Papers. Paper 210*.

Yıldırım, Y. (1992). *Et Endüstrisi*, Yıldırım Basımevi.

Yıldırım, F. ve Çengel, Ö. (2013). Hızlı gıda tüketimi ve tüketicilerin değerleri ve yaşam tarzlarının ilişkisi üzerine bir araştırma. *Online Academic Journal of Information Technology*. 4(11), 1-14.

Yücel, A., İşgöz, B.B. ve Çetin, K. (1994). *Hayvansal Ürünler Teknolojisi*, U.Ü. Ziraat Fakültesi, Bursa.



EKLER



EK 1. Müşteri Anket Formu

T.C GAZİ ÜNİVERSİTESİ EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Bu anket formu “Ev Dışı Et Tüketimi” konulu doktora tez çalışması için, tüketicilerin ev dışında et tüketim tercihlerini etkileyen etmenlerin incelenmesi amacıyla yürütülmektedir. Vereceğiniz cevaplar sadece bu çalışmada kullanılacaktır. Teşekkürler.

Tufan Süren

1. Yaşınız?.....
2. Cinsiyetiniz? Kadın Erkek
3. Mesleğiniz?.....
4. Nerelisiniz?.....
5. Eğitim durumunuz? İlköğretim Ortaokul Lise Üniversite ve üstü
6. Medeni durumunuz? Evli Evli değil
7. Doktor tarafından teşhis edilmiş bir hastalığınız var mı? Evet Hayır
Cevabınız “evet” ise hastalığınız nedir? Lütfen yazınız
8. Çocuğunuz var mı? Evet Hayır
9. Çocuğunuz varsa kaç çocuğunuz var?.....
10. Çocuklarınızın varsa kaç yaşındalar?
11. Aylık gelirin ne kadardır? TL
12. Dışarıda yediğinizde en çok tercih ettiğiniz 3 et çeşidi hangileridir? (Boşluğa seçeneklerin başında bulunan sayıyı yazmanız yeterli)
..... 1.Kuzu 4.Tavuk 7.Balık 10.Ahtapot 13.Diğer (Yazınız).....
..... 2.Koyun 5.Hindi 8.Midye 11.Karides
..... 3.Dana 6.Ördek 9.Kalamar 12.Istakoz
13. Dışarıda yediğinizde en çok tercih ettiğiniz 3 et yemeği hangileridir? (Boşluğa seçeneklerin başında bulunan sayıyı yazmanız yeterli)
..... 1.Kebaplar 4.Soslu yemekler 7. Çorbalar
..... 2.Izgaralar 5.Pide-lahmacun 8.Sebzeli et yemekleri
..... 3.Fırın yemekleri 6.Haşlama etler 9.Diğer (Yazınız).....
14. Hangi sıklıkla dışarıda yemek yersiniz?.....
15. Hangi sıklıkla dışarıda et yemeği yersiniz?.....
16. Daha çok hangi mevsimde dışarıda et yemeği yersiniz?
Sonbahar Kış İlkbahar Yaz Diğer (Yazınız).....
17. Daha çok hangi öğünde dışarıda et yemeği yersiniz?
Sabah Öğlen Akşam Diğer (Yazınız).....
18. Kırmızı eti tercih etme nedeniniz nedir? (Tercih etmiyorsanız boş bırakabilirsiniz)
.....
19. Kümes hayvanı etlerini tercih etme nedeniniz nedir? (Tercih etmiyorsanız boş bırakabilirsiniz)
.....
20. Deniz ürünlerini tercih etme nedeniniz nedir? (Tercih etmiyorsanız boş bırakabilirsiniz)
.....

21. Dışarıda et vb. yemekleri tercih etmenizi etkileyen faktörleri uygunluğuna göre işaretleyiniz.

| | Kesinlikle Katılıyorum | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | Kesinlikle Katılmıyorum |
|---|---------------------------|-------------|------------|--------------|----------------------------|
| Evde et yemeği hazırlamak zor oluyor | | | | | |
| Evde yapılamayacak et yemeklerini dışarıda yiyebiliyorum | | | | | |
| Dışarıda et vb. yemekleri daha ekonomik oluyor | | | | | |
| Evde et vb. yemekleri hazırlamaya zamanım olmuyor | | | | | |
| Dışarıda et vb. yemekleri daha doyurucu oluyor | | | | | |
| Dışarıdaki et vb. yemekleri daha lezzetli oluyor | | | | | |
| Dışarıda farklı et yemeklerini tadabiliyorum | | | | | |
| Et vb. yemeklerini yapmayı bilmiyorum | | | | | |
| Balık ve deniz ürünleri evde kokuya neden oluyor | | | | | |
| Evde mangal, ızgara, döner vb. türü yemekleri hazırlama imkanım yok | | | | | |
| Geleneksel/yöresel yemeklerin orijinal halini dışarıda yiyebiliyorum | | | | | |
| Ev dışında kırmızı et yediğimde hijyen konusunda endişelerim oluyor | | | | | |
| Ev dışında kümes hayvanları yediğimde hijyen konusunda endişelerim oluyor | | | | | |
| Ev dışında balık yediğimde hijyen konusunda endişelerim oluyor | | | | | |

22. Dışarıda yediğiniz et vb. yemekleri konusundaki görüşlerinizi puanlayınız.

(1 en düşük.....5 en yüksek)

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| Yemeğin lezzeti (tat, koku vb.) | | | | | |
| Yemeğin sıcaklık derecesi | | | | | |
| Yemeğin servis hızı ve şekli | | | | | |
| Yemeğin hijyen durumu | | | | | |
| Yemeğin porsiyon miktarı | | | | | |
| Yemeğin sunum şekli (görünüm vb.) | | | | | |
| Yemeğin fiyatı | | | | | |
| Yemeğin iyi pişmiş olup olmadığı | | | | | |
| Yöresel et vb. yemeklerinin aslına uygunluğu | | | | | |

23. Genelde dışarıda et vb. yemekleri ile ilgili beklentileriniz nelerdir?

.....

EK 2. Yönetici Anket Formu

T.C
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Bu anket formu “Ev Dışı Et Tüketimi” konulu doktora tez çalışması için, tüketicilerin ev dışında et tüketim tercihlerini etkileyen etmenlerin incelenmesi amacıyla yürütülmektedir. Vereceğiniz cevaplar sadece bu çalışmada kullanılacaktır. Teşekkürler.

Tufan Süren

1. Yaşınız?.....
2. Cinsiyetiniz?.....
3. Eğitim durumunuz? İlköğretim Ortaokul Lise Üniversite ve üstü
4. İşletmedeki göreviniz?.....
5. Ne kadar süredir bu işletmede çalışıyorsunuz?.....
6. İşletme ne kadar süredir faaliyette?.....
7. İşletme ne kadar süredir Turizm İşletme Belgesine sahip?.....
8. İşletmede toplam kaç çalışan var?.....
9. İşletmenin müşteri kapasitesi kaç kişidir?.....
10. İşletmenin günlük ortalama müşteri sayısı kaçtır?.....
11. İşletmenin müşteri yoğunluğunun en fazla olduğu öğün hangisidir?
 Sabah Öğlen Akşam Diğer (Yazınız).....
12. İşletmenin müşteri yoğunluğunun en fazla olduğu mevsim hangisidir?
 Sonbahar Kış İlkbahar Yaz Diğer (Yazınız).....
13. İşletmede müşteriye sunulan (menüde bulunan) et çeşitleri nelerdir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

| Kırmızı et | Kümes hayvanları | Deniz ürünleri |
|--|--|---|
| Dana eti <input type="radio"/> | Tavuk eti <input type="radio"/> | Balık <input type="radio"/> Midye <input type="radio"/> |
| Kuzu eti <input type="radio"/> | Hindi eti <input type="radio"/> | Karides <input type="radio"/> Ahtapot <input type="radio"/> |
| Diğer <input type="radio"/> (Yazınız)..... | Ördek eti <input type="radio"/> | İstiridye <input type="radio"/> İstakoz <input type="radio"/> |
| | Diğer <input type="radio"/> (Yazınız)..... | Kalamar <input type="radio"/> Diğer <input type="radio"/> |

(Yazınız)..
14. İşletmede genel olarak en çok satılan 3 et çeşidi ve bu etten yapılan 3'er et yemeği nelerdir?

| Et çeşidi | Etten yapılan yemek çeşidi | | |
|-----------|----------------------------|--------|--------|
| 1..... | 1..... | 2..... | 3..... |
| 2..... | 1..... | 2..... | 3..... |
| 3..... | 1..... | 2..... | 3..... |
15. Genel olarak müşterilerinizin eğitim durumu nedir?
 İlköğretim Ortaokul Lise Üniversite ve üstü
16. Genel olarak müşterilerinizin gelir durumu nedir?
 Alt Orta alt Orta Orta üstü Üst
17. Genel olarak hangi meslek gruplarına ait müşterileriniz olmaktadır?
1-..... 2-..... 3-.....
18. Genel olarak müşterileriniz hangi cinsiyettendir?
 Kadın Erkek
19. Genel olarak müşterileriniz hangi yaş grubundandır?
 20 ve altı 21-30 31-40 41-50 51-60 61 ve üstü

EK 3. Çalışan Anket Formu

T.C
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Bu anket formu “Ev Dışı Et Tüketimi” konulu doktora tez çalışması için, tüketicilerin ev dışında et tüketim tercihlerini etkileyen etmenlerin incelenmesi amacıyla yürütülmektedir. Vereceğiniz cevaplar sadece bu çalışmada kullanılacaktır. Teşekkürler.

Tufan Süren

1. Yaşınız?.....
 2. Cinsiyetiniz?.....
 3. Eğitim durumunuz? İlköğretim Ortaokul Lise Üniversite ve üstü
 4. İşletmedeki göreviniz?.....
 5. Ne kadar süredir bu işletmede çalışıyorsunuz?.....
 6. İşletmenin günlük ortalama müşteri sayısı kaçtır?.....
 7. İşletmenin müşteri yoğunluğunun en fazla olduğu öğün hangisidir?
Sabah Öğlen Akşam Diğer (Yazınız).....
 8. İşletmenin müşteri yoğunluğunun en fazla olduğu mevsim hangisidir?
Sonbahar Kış İlkbahar Yaz Diğer (Yazınız).....
 9. İşletmede müşteriye sunulan (menüde bulunan) et çeşitleri nelerdir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)
- | Kırmızı et | Kümes hayvanları | Deniz ürünleri | |
|--|--|---------------------------------|--|
| Dana eti <input type="radio"/> | Tavuk eti <input type="radio"/> | Balık <input type="radio"/> | Midye <input type="radio"/> |
| Kuzu eti <input type="radio"/> | Hindi eti <input type="radio"/> | Karides <input type="radio"/> | Ahtapot <input type="radio"/> |
| Diğer <input type="radio"/> (Yazınız)..... | Ördek eti <input type="radio"/> | İstiridye <input type="radio"/> | Istakoz <input type="radio"/> |
| | Diğer <input type="radio"/> (Yazınız)..... | Kalamar <input type="radio"/> | Diğer <input type="radio"/> (Yazınız)... |
10. İşletmede genel olarak en çok satılan 3 et çeşidi ve bu etten yapılan 3'er et yemeği nelerdir?
- | Et çeşidi | Etten yapılan yemek çeşidi | | |
|-----------|----------------------------|--------|--------|
| 1..... | 1..... | 2..... | 3..... |
| 2..... | 1..... | 2..... | 3..... |
| 3..... | 1..... | 2..... | 3..... |
11. Genel olarak müşterilerinizin eğitim durumu nedir?
İlköğretim Ortaokul Lise Üniversite ve üstü
 12. Genel olarak müşterilerinizin gelir durumu nedir?
Alt Orta alt Orta Orta üstü Üst
 13. Genel olarak hangi meslek gruplarına ait müşterileriniz olmaktadır?
1- 2- 3-
 14. Genel olarak müşterileriniz hangi cinsiyettendir?
Kadın Erkek
 15. Genel olarak müşterileriniz hangi yaş grubundandır?
20 ve altı 21-30 31-40 41-50 51-60 61 ve üstü

EK 4. Gözlem Formu.

T.C
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Bu gözlem formu “Ev Dışı Et Tüketimi” konulu doktora tez çalışması için, çalışmanın örneklemini oluşturan işletmelerin fiziki şartları ve atmosferinin incelenmesi amacıyla araştırmacı tarafından uygulanmaktadır.

Tufan Süren

İşletmenin fiziki şartları ve atmosferinin değerlendirilmesine yönelik ifadeler aşağıda belirtilmiştir. Değerlendirme “1” en düşük “5” en yüksek olmak üzere puanlanarak araştırmacı tarafından yapılacaktır.

| Değerlendirmeler | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| Ortamın aydınlatması yeterli (Salonun büyüklüğüne yetecek genel aydınlatma ve gerektiğinde masalar için lokal aydınlatma mevcut) | | | | | |
| Ortamın havalandırması yeterli (Genel havalandırma yeterli, gerektiğinde pencere ve tavanda ekstra havalandırmalar var, ortam sıcaklığı uygun) | | | | | |
| Ortamdaki ses düzeyi uygun (Müzik seçimi ve ses düzeyi uygun, misafirlerin birbirlerinin seslerinden rahatsız olmayacağı bir ortam var) | | | | | |
| Ortamın temizliği uygun (Zeminler temiz, ortamda rahatsız edici koku yok, sandalyeler temiz) | | | | | |
| Masaların yerleşimi düzgün (Masalar salona dengeli dağılmış, aralardan geçiş mümkün, misafirlerin rahatsız olmayacağı durumda) | | | | | |
| Masa düzeni iyi (Masalarda örtü var ve temiz, servis ve menaj takımları eksiksiz, temiz ve işletmeye özel, misafirlerin rahat olacağı bir düzen var) | | | | | |
| Dekorasyon uygun (Salonda ve masalarda renk uyumu var, dekorasyon işletmenin konseptine uygun) | | | | | |

EK 5. Ankara’da TİB Sahibi Olan Lokantalar (31.07.2015 itibariyle)

| TESİS ADI | İLÇESİ | TESİS TÜRÜ | TESİS SINIFI |
|---------------------------------------|-------------|------------|--------------|
| GÖKSU RESTORANT | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| ÇAĞLAR RESTAURANT | GÖLBAŞI | LOKANTA | 1.SINIF |
| DAFNE | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| ULUDAĞ ET LOKANTASI | YENİMAHALLE | LOKANTA | 1.SINIF |
| BEHZAT RESTAURANT | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| HAKAN 1 | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| BALIKHAN | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| ADANA SOFRASI | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| RETURN RESTORAN | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| TÜRKÜHANE SOFRA | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| AMARILLO GRILL RESTAURANT | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| KANATÇI RESTAURANT | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| GARAJ 55 | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| KAYADİBİ CENNET BAHÇE | ELMADAĞ | LOKANTA | 1.SINIF |
| GÖKSU LOKANTASI | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| RASGELE BALIKÇI ÇENGEL RESTAURANT BAR | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| HALIÇ BALIK RESTAURANT | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| MELBO | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| WR WASHINGTON RESTAURANT | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| BİG YELLOW TAXI&GASOLINE COMPANY | YENİMAHALLE | LOKANTA | 1.SINIF |
| THIS TOWN'S LAST STOP | YENİMAHALLE | LOKANTA | 1.SINIF |
| LA CUISİNE | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| RÖNESANS LOZAN PARK | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| QUICK CHINA UZAKDOĞU RESTAURANT | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| PALADAR RESTAURANT | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| LA FLAMBEE | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| NRY | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| GRAPPA | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| MİLENA RESTAURANT | KEÇİÖREN | LOKANTA | 1.SINIF |
| KOLYOZ BALIK RESTAURANT | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| ERGUVAN KASRI | GÖLBAŞI | LOKANTA | 1.SINIF |
| ÖZ SAKİİ | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| DELİ BEKİR ET BALIK MANGAL RESTAURANT | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| KALİSPERA RESTAURANT | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| NADA | YENİMAHALLE | LOKANTA | 1.SINIF |
| ULUDAĞ ET LOKANTASI | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| TEPPANYAKI ALATURKA | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |

| | | | |
|-------------------------|--------------|---------|---------|
| MOOD SHIFTERS INC. | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| THE HOUSE CAFE | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| KONUR GARAJ | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| KEYF RESTAURANT | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| BREWER | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| NEFİS BALIKEVİ | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| KEBAP YENİR | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| NAME RESTAURANT | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| 7 ON HEAVEN | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| BEERALL LOKANTASI | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| YILDIZ BADE RESTAURANT | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| PARK EHLİKEYF | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| VİLLA RESTAURANT | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| FİESTA RESTAURANT | ÇANKAYA | LOKANTA | 1.SINIF |
| ÇAKIRKEYFF RESTORAN | YENİMAHALLE | LOKANTA | 1.SINIF |
| CAMGÖZ BALIK LOKANTASI | KÜÇÜKÇEKMECE | LOKANTA | 1.SINIF |
| BALIKÇI RÜZGARI | ÇANKAYA | LOKANTA | 2.SINIF |
| RUHİ BEY | ÇANKAYA | LOKANTA | 2.SINIF |
| SUSHICO-CHINESE IN TOWN | ÇANKAYA | LOKANTA | 2.SINIF |
| ADANALI USTANIN YERİ | ÇANKAYA | LOKANTA | 2.SINIF |
| KOLİBA | ÇANKAYA | LOKANTA | 2.SINIF |
| TRİLYE | ÇANKAYA | LOKANTA | 2.SINIF |
| SÜVARİ OCAKBAŞI | YENİMAHALLE | LOKANTA | 2.SINIF |
| ÖZ KÖROĞLU RESTAURANT | ÇANKAYA | LOKANTA | 2.SINIF |
| BİRBARAN | YENİMAHALLE | LOKANTA | 2.SINIF |
| YAKAMOZ DİPLOMAT | ÇANKAYA | LOKANTA | 2.SINIF |
| MEZZALUNA | ÇANKAYA | LOKANTA | 2.SINIF |
| MEANDROS | ÇANKAYA | LOKANTA | 2.SINIF |
| KNIGHT & FLIGHT | ÇANKAYA | LOKANTA | 2.SINIF |
| BEYKOZ | GÖLBAŞI | LOKANTA | 2.SINIF |
| ZİLZURNA RESTAURANT | ÇANKAYA | LOKANTA | 2.SINIF |
| KEBAP 49 | ÇANKAYA | LOKANTA | 2.SINIF |
| ANKARA HÜSREV LOKANTASI | ÇANKAYA | LOKANTA | 2.SINIF |
| EL PASO II | ÇANKAYA | LOKANTA | 2.SINIF |

EK 6. Araştırma Evrenini Oluşturan Lokantalar

| | | |
|--|-------------|---------|
| 1.GÖKSU RESTORAN | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 2.ÇAĞLAR RESTAURANT | GÖLBAŞI | 1.SINIF |
| 3.DAFNE | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 4.ULUDAĞ ET LOKANTASI | YENİMAHALLE | 1.SINIF |
| 5.BEHZAT RESTAURANT | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 6.HAKAN I | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 7.BALIKÇI RÜZGARI RESTAURANT | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 8.BALIKHAN | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 9.ADANA SOFRASI | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 10.AMARILLO GRILL RESTAURANT | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 11.ÖZ KÖROĞLU | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 12.KANATÇI RESTAURANT | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 13.KAYADİBİ CENNET BAHÇE | ELMADAĞ | 1.SINIF |
| 14.GÖKSU LOKANTASI | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 15.RASGELE BALIKÇI ÇENGEL RESTAURANT BAR | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 16.HALİÇ BALIK RESTAURANT | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 17.MELBO | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 18.EL PASO II | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 19.WR WASHINGTON RESTAURANT | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 20.THİS TOWN'S LAST STOP | YENİMAHALLE | 1.SINIF |
| 21.RÖNESANS LOZAN PARK | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 22.PALADAR RESTAURANT | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 23.KOLYOZ BALIK RESTAURANT | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 24.ÖZ SAKİİ | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 25.DELİ BEKİR ET BALIK MANGAL RESTAURANT | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 26.ULUDAĞ ET LOKANTASI | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 27.KEBAP YENİR | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 28.NAME RESTAURANT | ÇANKAYA | 1.SINIF |
| 29.ADANALI USTANIN YERİ | ÇANKAYA | 2.SINIF |
| 30.TRİLYE | ÇANKAYA | 2.SINIF |
| 31.SÜVARİ OCAKBAŞI | YENİMAHALLE | 2.SINIF |
| 32.YAKAMOZ DİPLOMAT | ÇANKAYA | 2.SINIF |
| 33.BEYKOZ | GÖLBAŞI | 2.SINIF |
| 34.KEBAP 49 | ÇANKAYA | 2.SINIF |

EK 7. 2005/8948 Sayılı TİB Yönetmeliği (İlgili kısımlar)

<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/06/20050621-11.htm>

Yönetmelik

Karar Sayısı : 2005/8948

Ekli "Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik" in yürürlüğe konulması; Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 5/4/2005 tarihli ve 42424 sayılı yazısı üzerine, 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'nun 37. maddesinin (A) bendine göre, Bakanlar Kurulu'nca 10/5/2005 tarihinde kararlaştırılmıştır.

Ahmet Necdet SEZER
CUMHURBAŞKANI
Recep Tayyip ERDOĞAN
Başbakan

M. V. GÖNÜL A. ŞENER M. A. ŞAHİN B. ATALAY
Dışişleri Bak. ve Başb. Yrd. V. Devlet Bak. ve Başb. Yrd. Devlet Bak. ve Başb. Yrd. Devlet Bakanı
A. BABACAN M. AYDIN G. AKŞİT A. COŞKUN
Devlet Bakanı Devlet Bakanı Devlet Bakanı
C. ÇİÇEK M. V. GÖNÜL A. AKSU K. UNAKITAN
Adalet Bakanı Milli Savunma Bakanı İçişleri Bakanı Maliye Bakanı
H. ÇELİK Z. ERGEZEN R. AKDAĞ M. H. GÜLER
Milli Eğitim Bakanı Bayındırlık ve İskan Bakanı Sağlık Bakanı Ulaştırma Bakanı V.
R. AKDAĞ M. BAŞESGİOĞLU A. COŞKUN
Tarım ve Köyişleri Bakanı V. Çalışma ve Sos. Güv. Bakanı Sanayi ve Ticaret Bakanı
M. H. GÜLER A. KOÇ O. PEPE
Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Kültür ve Turizm Bakanı Çevre ve Orman Bakanı

Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik

BİRİNCİ KISIM

Başlangıç Hükümleri

Amaç

Madde 1 Bu Yönetmeliğin amacı, yeni turizm tesisi türlerinin gelişmesine olanak sağlanması, mevcut turizm yatırım ve işletmelere ait tesislerin geliştirilmesi, turizm tesislerinin asgari niteliklerinin belirlenmesi, bu tesisler arasında standart birliğinin sağlanması ve kalitenin yükseltilmesidir.

Kapsam

Madde 2 Bu Yönetmelik, turizm tesislerine turizm yatırımı ve turizm işletmesi belgelerinin verilmesine, bu tesislerin yönetim, personel ve işletme özellikleri ile uymak zorunda oldukları fiziki şartlara, işletmecilik esaslarına, uygulanacak fiyat tarifelerinin hazırlanmasına ve onaylanmasına ilişkin hükümleri kapsar.

Dayanak

Madde 3 Bu Yönetmelik, 12.3.1982 tarihli ve 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanununun 37. maddesinin (A) bendinin (2) numaralı alt bendi hükmü uyarınca hazırlanmıştır.

Tanımlar

Madde 4 Bu Yönetmelikte geçen,

- Bakanlık: Kültür ve Turizm Bakanlığını,
- Bakan: Kültür ve Turizm Bakanını,
- Kanun: Turizmi Teşvik Kanununu,
- Turizm yatırımı: Turizm tesislerine yapılan yatırımları,
- Turizm işletmesi: Türk veya yabancı uyruklu, gerçek veya tüzel kişilerce, birlikte veya ayrı ayrı gerçekleştirilen ve turizm tesislerinde faaliyet gösteren ticari işletmeleri,
- Turizm tesisi: Turizm yatırımı kapsamında bulunan veya turizm işletmesi faaliyetinin yapıldığı tesisleri ve bunların ayrıntıları ile tamamlayıcı unsurlarını,
- Belgeli turizm yatırım ve işletmeleri: Bu Yönetmelik hükümlerine göre Bakanlıkça belgelendirilmiş turizm yatırım ve işletmelerini,
- Turizm belgesi: Turizm yatırımı belgesi, ana turizm yatırımı belgesi, turizm işletmesi belgesi veya kısmi turizm işletmesi belgesini,
- Turizm yatırımı belgesi: Bu Yönetmelikte nitelikleri belirtilen tesis için Bakanlıkça yatırım aşamasında verilen belgeyi,

- j) Turizm işletmesi belgesi: Bu Yönetmelikte nitelikleri belirtilen tesis için Bakanlıkça işletme aşamasında verilen belgeyi,
- k) Kısmi turizm işletmesi belgesi: Bu Yönetmelikte nitelikleri belirtilen faaliyeti gösteren, tür ve sınıfının gerektirdiği zorunlu üniteleri yapılmış tesis için, yapılacak olan diğer üniteleri yatırım kapsamında tutularak Bakanlıkça verilen belgeyi,
- l) Sınıflandırma: Turizm işletmesi belgeli tesislerin; asgari nitelikler, kapasite, fiziki özellikler, kullanılan malzeme standardı, işletme ve hizmet kalitesi ile personelin nitelikleri ve eğitim düzeyi gibi ölçütlerinin sınıflandırma komisyonunca değerlendirilerek, tür ve sınıfının belirlenmesini,
- m) Geçiş dönemi turizm belgesi: Bu Yönetmeliğin geçici 4 üncü maddesine göre verilen belgeyi, ifade eder.

İKİNCİ KISIM

Genel Hükümler

Turizm yatırımı belgesi talebi

Madde 5 Turizm yatırımı belgesi taleplerinde, aşağıda belirtilen belgelerin aslı veya aslını vermeye yetkili merci veya noterce onaylanmış suretleri ile yazılı olarak Bakanlığa başvurulur:

- Başvuru dilekçesi,
- Yatırımın yeri, tür ve sınıfı, kapasitesi, finansmanı ve pazarlaması gibi bilgileri içeren rapor,
- Ortaklardan birinin veya birkaçının adına yatırımcı veya işletmeci olarak belge düzenlenmesinin talep edilmesi halinde bu hususta ortaklar arasında düzenlenen muvafakat name,
- Talebin şirket veya adi ortaklık adına yapılması halinde tescile ilişkin Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi ile imza sirküleri, isim tescili yapılmış ise tescile ilişkin belge,
- Bakanlıkça gerekli görüldüğü durumlarda; türü, yöresi, büyüklüğü veya konumu gibi nedenlerle özellik arz eden yatırımların, bu özelliklerini genel olarak yansıtan uygun ölçekte fikir projesi,
- Tesis tescilli kültür varlığında kurulacaksa buna ilişkin belge.

Turizm işletmesi belgesi talebi

Madde 6 Belgeli turizm yatırımının tamamlanıp işletmeye hazır olması durumunda, belge sahibi tarafından aşağıda belirtilen belgelerin aslı veya aslını vermeye yetkili merci veya noterce onaylanmış suretleri ile birlikte yazılı olarak Bakanlığa başvurulur.

- Başvuru dilekçesi,
- İşyeri açma ve çalışma ruhsatı.

Doğrudan turizm işletmesi belgesi talebi

Madde 7 Turizm yatırımı belgesi almadan doğrudan turizm işletmesi belgesi taleplerinde, 5inci maddenin (e) bendi hariç, 5 ve 6. maddelerde belirtilen belgelerle birlikte yazılı olarak Bakanlığa başvurulur.

Turizm belgesi başvurularının değerlendirilmesi

Madde 8 Turizm belgesinin verilmesi, bu belgenin diğer bir turizm belgesine çevrilmesi, kapsamının değiştirilmesi, belge devri, süre uzatımı ve sınıflandırma konularına ilişkin talepler Bakanlıkça incelenir. Eksik veya mevzuata aykırı evrakla yapılan başvurular, gerekçesi belirtilerek reddedilir.

Başvurular tüm başvuru belgelerinin tam olarak Bakanlığa tesliminden itibaren 60 gün içerisinde sonuçlandırılır. Yapılan denetimlerde tesiste tamamlanabilir eksiklikler bulunması halinde tamamlanması için başvuruna Bakanlıkça süre verilebilir. İlgilinin tesisteki eksikliğin tamamladığını bildirmesinden itibaren 60 gün içerisinde başvuru sonuçlandırılır.

Turizm belgesi başvurularının bu süre içerisinde sonuçlandırılmaması durumunda; Bakanlığın değerlendirme hakkı saklı kalmak ve müktesep hak teşkil etmemek üzere, belge düzenlenerek verilir.

Turizm işletmesi belgesi veya kısmi turizm işletmesi belgesi taleplerinde, tesisin tür ve sınıfının asgari nitelikleri, kapasitesi, fiziki özellikleri, kullanılan malzemelerin standardı, işletme ve hizmet kalitesi, personel nitelikleri ile bu Yönetmeliğin 5 inci maddesinin (e) bendi kapsamında değerlendirilen tesislere ait fikir projelerinin uygunluğu denetlenerek uygun görülenler belgelendirilir. Denetimlerde; Yönetmelikte belirtilen metrik limitlere uyulmadığının tespiti halinde, işlev ve yöre özellikleri göz önünde bulundurulur limitlerin en fazla yüzde on oranında eksikliği uygun görülebilir.

Belge devri talepleri

Madde 9 Tahsisli yatırım ve işletmelerin tahsis koşulları saklı kalmak kaydıyla, turizm belgesinin devrine ilişkin taleplerde, aşağıda belirtilen belgelerin aslı veya aslını vermeye yetkili merci veya noterce onaylanmış suretleri ile yazılı olarak Bakanlığa başvurulur:

- İşyeri açma ve çalışma ruhsatı,
- Talebin şirket adına yapılması halinde şirket tesciline ilişkin Türkiye Ticaret Sicil Gazetesi ile şirkete ait imza sirküleri, isim tescili yapılmış ise tesciline ilişkin belge.

Belgenin adına düzenlenmesini talep eden kişi, devir işlemi yapılmadan önce mevcut belge sahibi veya Bakanlıkça gerekli görülmesi durumunda mal sahibince noter huzurunda verilmiş onay ile tesisin dosyası hakkında Bakanlıktan bilgi talep edebilir.

Tahsisli yatırım ve işletmelerin tahsis koşulları saklı kalmak kaydıyla; belge devri talebinde bulunulması halinde, tesise ilişkin Bakanlıkça yürütülen idari işlemler, bu talebin değerlendirilmesini engellemez.

Belge sahibinin değişmesi tesisin cezai sicilini ortadan kaldırmaz.

Sınıflandırma çalışmaları

Madde 10 Tesisin fiziksel nitelikleri ile işletme ve hizmet kalitesinin sürekliliğinin değerlendirilmesi amacıyla, turizm işletmesi belgeli tesislerde talep üzerine veya Bakanlığın gerekli gördüğü hallerde sınıflandırma çalışması yapılır.

Sınıflandırma çalışmaları için tesisin tür ve sınıfının nitelikleri, kapasitesi, fiziki özellikleri, kullanılan malzemenin standardı, işletme ve hizmet kalitesi ile personelin nitelikleri ve eğitim düzeyi gibi kriterlerin yer aldığı, puanlama sistemine dayalı, Bakanlıkça hazırlanan değerlendirme formları tesiste Sınıflandırma Komisyonu'nca uygulanır.

Sınıflandırma Komisyonu; iki Bakanlık kontrolörü ile turizm belgeli tesislerin oluşturduğu derneğin ya da birliğin bir temsilcisinden veya üç Bakanlık kontrolöründen oluşur. Kıdemli olan kontrolör, Komisyona başkanlık eder.

Sınıflandırma çalışmaları sonucunda; üst sınıf için belirlenen puan barajını aşan üstün hizmet düzeyindeki işletmelere yeni sınıfın gerektirdiği asgari fiziksel niteliklere bakılmaksızın bir üst sınıfı, nitelikleri düşük olanlara ise asgari fiziksel niteliklerini taşıdıkları sınıfın bir alt sınıfı verilir.

Değerlendirme Kurulunun oluşumu

Madde 11 Değerlendirme Kurulu; Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü'nün bağlı olduğu Müsteşar Yardımcısının başkanlığında, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürü, Kontrolörler Kurulu Başkanı, Birinci Hukuk Müşaviri ile turizm belgeli tesislerin oluşturduğu derneğin ya da birliğin bir temsilcisinden oluşur.

Kurulun raportörlük ve sekreteryaya hizmetleri Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğünce yürütülür.

Değerlendirme Kurulu gerekli gördüğü hallerde görüş almak üzere uzman çağırabilir.

Değerlendirme Kurulunun görev ve çalışma esasları

Madde 12 Bu Yönetmeliğin 42 ve 51 inci maddelerinde belirtilen tesislere turizm yatırımı, turizm işletmesi veya kısmi turizm işletmesi belgesi verilmesi, uygulamalardaki görüş farklılıkları Değerlendirme Kurulunca karara bağlanır. Değerlendirme Kurulu, Başkanın çağırısı üzerine toplanır. Kurul, kararlarını üye tam sayısının salt çoğunluğu ile alır. Karşı oylar ayrıntılı gerekçelerle belirtilir. Kurul kararları Bakan onayı ile yürürlüğe girer. Bu Yönetmelik uyarınca alınması gerekli tüm evrak tamamlanmadan dosya Kurula sunulamaz.

ÜÇÜNCÜ KISIM

Turizm Tesislerinin Genel Nitelikleri

Yerleşme özellikleri ile mahallerin düzenlenmesi

Madde 13 Tesisler; yapı ve dekorasyon olarak yöre, çevre ve doğa ile uyumlu, pazarlama ve işletmenin gereklerini sağlayabilecek şekilde bu Yönetmelikte öngörülen fonksiyonlara ve ölçülere uygun, nitelikli malzeme ile tefriş, dekore edilerek donatılmış mekanlarda gerçekleştirilir. Yapının tamamı belge kapsamında değil ise; belge kapsamı dışındaki yerlerin müşteriye rahatsız etmeyen bir kullanımda olması, görünüşü bozmaması ve belgeli kısımlardan ayrılması, belge kapsamındaki yerin ise ayrı bir girişinin olması gerekir.

Bir tesis bünyesinde, bu Yönetmelikte asgari nitelikleri belirlenmiş olan diğer tesis türlerinin bulunması halinde, bu türlerin bu Yönetmeliğin ilgili hükümlerine uygun olarak düzenlenmesi gerekir.

Bahçesi olan tesislerde, bahçeler özenle ve çevrenin doğal yapısıyla uyumlu olarak düzenlenir, yeterince aydınlatılır ve sürekli bakımları sağlanır.

Genel mahallerde, kadın ve erkek müşteriler için ihtiyacı karşılayacak sayıda tuvalet ve lavabo bulundurulur.

Tesisin bütün mekanlarında yeterli doğal veya mekanik havalandırma bulunur. Çiftlik evi ve köy evi hariç olmak üzere yıl boyu açık tesisler ile sadece kış aylarında açık tutulan tesisler merkezi sistemle ısıtılır.

Yeterli kapasitedeki klima sistemleri de bu amaç için kullanılabilir. Yazlık işletmeler, geçici ve kısmi ihtiyaçlar için elektrikli veya benzeri uygun sistemlerle ısıtılabilir.

Tesislerde, devamlı ve yeterli basınçta sıcak ve soğuk su bulunur. Şehir şebekesi haricinde temin edilen sular için otomatik klorlama ve arıtma tesisatı yapılır.

Dış ve çevre aydınlatmaları, müşterileri rahatsız etmeyecek ve doğal yaşamın etkilenmesini önleyecek şekilde düzenlenir. Toplam kapasitesi yüz yatağın veya yüz kuverin üzerinde olan tesislerde kapasiteye uygun jeneratör bulundurulur.

Güzellik ve estetik amaçlı düzenlemeler

Madde 14 Tesis bünyesinde, müşterilere güzellik veya estetik amaçlı hizmetler veren güzellik merkezi veya güzellik salonu bulunması durumunda işletme belgesi aşamasında ilgili idaresinden alınan uygunluk yazısı ile başvurulur.

Personelin nitelikleri

Madde 15 Turizm tesislerinde görevli personelin hizmet standardını yükseltmek amacıyla eğitim için gerekli önlemler işveren tarafından alınır ve uygulanır.

Turizm işletmeleri personeli, çalışmaları sırasında işlerine ve görev mahallerine uygun, özel ve temiz kıyafet giyerler.

Her işletmede ilk yardım konusunda sertifikalı personel çalıştırılır.

Tanıtım, bilgilendirme ve fiyat tarifeleri

Madde 16 Tesis tanıtımı Bakanlıktan alınan belgeye uygun olarak yapılır. Tesis tanıtımında tüketici hakları açısından doğru bilgilere yer verilir, ülke turizmini zedeleyecek ya da yanıltıcı olabilecek tanıtımlarda bulunulamaz.

Belgeli tesisler, Bakanlıkça istenen her tür bilgiyi ve belgeyi zamanında ibraz etmekle yükümlü olup belge kapasitelerindeki değişiklikleri Bakanlığa bildirmek zorundadırlar. Onaylı fiyat tarifeleri, müşteri profiline göre belirlenecek dillerde gerektiğinde müşteriye verilmek üzere hazır bulundurulur. Konaklama tesisleri, oda ve yatak fiyatlarını müşterinin kolayca görüp okuyabileceği şekilde teşhir eder. Yeme içme ve eğlence tesislerinde uygulanan fiyatlar liste halinde müşteriye sunulur. Bu hal, onaylı tarifelerin istendiği takdirde müşteriye verilmesi gereğini ortadan kaldırmaz. Fiyat listelerinde şikayetlerin yapılacağı mercilerin adres, telefon numaraları ve elektronik posta adresleri belirtilir.

Sağlık, temizlik ve çevre korunmasına yönelik önlemler

Madde 17 Turizm tesislerinde, her türlü tesisatın tasarımında, kullanılan yapı malzemelerinin seçiminde, suyun temizliğinde ve klorlanmasında, yiyecek içecek maddelerinin hazırlanmasında, depolanmasında ve saklanmasında hijyen ve sağlık kurallarına uyulur. Açık büfelerde yiyeceklerin bozulmasını engelleyecek soğutucu ve ısıtıcı gibi düzenlemeler bulunur. Tesislerde turist sağlığını tehdit eden hastalıkların oluşmasını önleyecek gerekli önlemler alınır. Kapasitesi beş yüz yatak ve üzerinde olan konaklama tesislerinde sürekli doktor hizmeti bulunur, sürekli hemşire bulundurulur, ayrıca revir düzenlemesi yapılır. Tesislerin temizlik ve bakımları düzenli olarak yapılır. Meydana gelebilecek arızaların en kısa zamanda giderilmesi için gerekli önlemler alınır.

Tesislerde havuz, yatak odası banyoları gibi ünitelerde termo mineral su, mineralli su, deniz kaynaklı su, çamur, gaz gibi doğal unsurların tedavi amacı olmaksızın kullanılması durumunda, ilgili idaresinden alınan bu kullanımın sakıncalı olmadığına ilişkin yazı ile başvurulur.

Turizm tesisleri; doğal varlıklar, biyolojik çeşitlilik, sosyal, kültürel ve tarihi değerler ile yöresel değerlerin koruma, kullanma dengeleri ve turizm kaynaklarının sürdürülebilirliği gözetilerek işletilir. Tesisler, atıklarının çevreye zarar vermesini önleyecek gerekli önlemleri alır. Atık sular ilgili mevzuatta belirtilen parametre ve standartlara uygun olarak arıtılmadan hiçbir şekilde açığa, akarsulara, göllere veya denize akıtılamaz. Katı atıklar; akarsular, göller, denizler ve benzeri alıcı ortamlar ile çevrenin olumsuz yönde etkilenmesine neden olacak yerlere bırakılamaz. Katı atıklarla ilgili yönetmeliklere uygun olarak; belediye sınırları içerisinde bulunan tesisler, çöplerin belediyece toplanmasına kadar geçecek süre içinde bunların muhafazası için, belediye sınırları dışında yer alan tesisler ise çöplerin koku, pislik ve hasarat yapmayacak biçimde muhafazası ve sağlıklı yöntemlerle bertarafı için gerekli önlemleri alırlar. Yiyecek ve içecekler, bozulmalarını önleyecek biçimde, uygun ısıda muhafaza edilir. Bu amaçla düzenlenen soğuk saklama depolarında kapılar içeriden anahtarsız açılabilir ve bir alarm düzeni olacak şekilde düzenlenir.

DÖRDÜNCÜ KISIM

Tesis Türleri

İKİNCİ BÖLÜM

Yeme İçme ve Eğlence Tesisleri

Madde 26 Lokantalar; tabldot, alakart veya özel yemek ve bu yemeklere uygun servisler ile yeme içme ihtiyaçlarını karşılayan tesislerdir. Lokantalar ikinci ve birinci sınıf olarak sınıflandırılırlar. İkinci sınıf lokantalar, müstakilen belgelendirilemez. Lokantaların sınıflandırılmalarında Yönetmelikte belirlenen nitelikler kadar işletmenin dekorasyonu, hizmet standardı, yemeklerin nefaset, kalite ve sunuş özellikleri de dikkate alınır. Lokantalarda canlı yemek müziği, çevreyi ve müşteriyi rahatsız etmeksizin

yapılabilir. Türk mutfağına yönelik hizmet verilmesi halinde Türk kahvesi ve çayı geleneksel usullere uygun hazırlanarak sunulur. İkinci sınıf lokantaların yemek salonu kapasitesi en az elli kişiliktir. Birinci sınıf lokantaların toplam kapasitesi en az yüz elli kişilik olup en az elli kişilik bir ana salon düzenlenmesi kaydı ile kapasitenin kalan kısmı ayrı salonlarda düzenlenebilir. Salon kapasiteleri, müşteri yerleşiminin rahat bir şekilde sağlanması koşuluyla, müşteriye hizmet verilen alanların kişi başına 1.2 metrekareye bölünmesiyle hesaplanır. Salonlar mutfak ile doğrudan bağlantılı veya servis mutfağı bulunacak şekilde düzenlenir. Ancak aynı kattaki salonlar için fonksiyonel düzenleme sağlanması kaydıyla tek bir servis mutfağı veya mutfak bağlantısı yeterli görülebilir.

Mutfak için ayrılan alan, kapasiteye yeterli hizmet verilebilmesine imkan sağlayacak şekilde düzenlenmesi kaydıyla; ikinci sınıf lokantalarda müşteriye yemek hizmeti verilen salonun yüzde yirmi beşinden daha küçük, birinci sınıf lokantalarda ise, yüzde yirmi beş alan şartı aranmaksızın, elli metrekareden küçük olamaz. Hazırlama, pişirme, servis ofisi, servis bankosu bulaşık bölümleri ve mutfak fonksiyonlarını yerine getiren diğer alanlar bu alana dahildir.

İkinci sınıf lokantalar aşağıda belirtilen asgari nitelikleri taşırlar, Aşağıda belirtilen mahaller, bünyesinde yer aldığı tesiste lokantanın işleyişine de hizmet verecek şekilde bulunuyorsa ayrıca aranmaz.

- a) Tüm hacimlerin, fonksiyon ve sınıfına uygun malzeme ile tefriş ve dekore edilerek aydınlatılması,
- b) İdare odası,
- c) Kadın ve erkek için ayrı müşteri tuvaletleri,
- d) Personel için soyunma yerleri ile lavabo, duş ve tuvaleti,
- e) Malzeme deposu,
- f) Soğuk dolap veya içerden açılabilen soğuk saklama deposu,
- g) Mutfakta;
 - 1) Kuzine,
 - 2) Tesiste verilen yiyecek türlerine uygun hazırlık yerleri,
 - 3) Servis takımları için kapasiteye yeterli bulaşık makinesi,
- h) Salon ve servis birimleri ayrı katlarda ise servis merdiveni veya monşarj.

Birinci sınıf lokantalar; ikinci sınıf lokantalar için aranan şartlarla birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşıyan tesislerdir:

- a) Giriş holü,
- b) Servis mahalleri ile bağlantılı ayrı servis girişi,
- c) Bankolu vestiyer,
- d) Müzik yayını,
- e) Havalandırma ve klima sistemi,
- f) Mutfakta;
 - 1) Fırın,
 - 2) Yemekleri ve tabakları sıcak saklama teçhizatı,
 - 3) Tatlı ve pasta hazırlık yerleri,
- g) Sıcak ve soğuk yemekler ile tatlı çeşitlerinden en az beşer adedinin yer aldığı mönü.

Kafeteryalar

Madde 27 Kafeteryalar; süratli, temiz ve kaliteli yeme içme hizmetinin garson servisi olmadan müşteriye sunulduğu, müstakilen belgelendirilemeyen en az elli kişilik tesislerdir. Kafeteryalar aşağıda belirtilen nitelikleri taşırlar:

- a) Tüm hacimlerin, fonksiyon ve sınıfına uygun malzeme ile tefriş ve dekore edilerek aydınlatılması,
- b) Kişi başına en az 1.2 metrekare alan düşecek şekilde düzenlenmiş yemek salonu,
- c) Yiyecek türlerinin teşhir de edildiği servis bankosu,
- d) İdare odası,
- e) Kadın ve erkek için ayrı müşteri tuvaletleri,
- f) Personel için soyunma yerleri ile lavabo, duş ve tuvaleti,
- g) Servis bankosu ve mutfak ayrı katlarda ise servis merdiveni veya monşarj,
- h) Malzeme deposu,
- i) Soğuk dolap veya içerden açılabilen soğuk saklama deposu,
- j) Mutfakta
 - 1) Tesiste verilen yiyecek türlerine uygun hazırlık yerleri,
 - 2) İhtiyaca uygun pişirme donanımı.

Bu maddede belirtilen mahaller, bünyesinde yer aldığı tesiste kafeteryanın işleyişine de hizmet verecek şekilde bulunuyorsa ayrıca aranmaz.

BEŞİNCİ KISIM

Çeşitli Hükümler

Özel hükümler

Madde 52 Turizm belgesi; bu Yönetmelikte yer alan ve kendi tür ve sınıfı için gerekli asgari nitelikleri sağlayan birden fazla türün bir araya gelerek oluşturacakları tesislere de verilebilir.

Turizm kompleksleri, turizm kentleri ve tatil merkezlerindeki apart otel üniteleri, tatil siteleri, ve butik tatil villaları ile apart oteller dışındaki turizm belgeli tesislerde devre tatil hakkı hariç devre mülk gibi şerhe konu şahsi haklar tapuya tescil ettirilemez, bu tür tesislere turizm belgesi verilemez, bu sisteme kısmen veya tamamen geçtiği tespit edilen tesislerin belgeleri iptal edilir.

Bu maddenin ikinci fıkrasında belirtilen devre mülk gibi şerhe konu şahsi haklar tapuya tescil ettirilebilen tesislerde, bu haklara ilişkin üçüncü kişilerle yapılacak sözleşmelerde kullanılan genel yazı karakterinden en az üç punto daha büyük karakter ile yazılmak üzere “ Turizm belgesinin Kanun uyarınca iptal edilmesi durumunda işletme ve kalitenin devamlılığı Bakanlığın sorumluluğunda değildir.” ibaresine yer verilir.

Tahsisli yatırım ve işletmelerde bu ibarenin tapuya şerh edileceği, tahsis şartnamesinde belirtilir.

Tesise ait ünitelerin aralarında yol, akarsu veya benzeri ayrımlar bulunan farklı parsellerde gerçekleştirilmesi durumunda, hizmet ve işletme birliği ile fonksiyonel bağlantı sağlanması kaydıyla tüm üniteler tek belge kapsamında değerlendirilir.

Müstakil olarak belgelendirilemeyen türlere, bünyesinde yer aldıkları ve müstakilen belgelendirilebilen türlerin asli fonksiyonlarının önüne geçecek şekilde faaliyet göstermelerine izin verilmez.

İlgili mevzuatta belirtilen hususların sağlanması ve Bakanlıkça uygun görülmesi halinde Turizm Belgesi, Kültür Belgesine veya Kültür Belgesi, Turizm Belgesine çevrilebilir.

Turizm yatırımı belgesinin süresi ve yatırımın izlenmesi

Madde 53 İnşaata başlama süresi belge tarihinden itibaren bir yıla, işletmeye açılma süresi ise yatırım belgesi verilmesinden itibaren dört yıla kadar olmak üzere yatırımın özellikleri ve yatırıma başlama koşulları dikkate alınarak Bakanlıkça belirlenir. Ancak işletmeye açılma süresi, belge sahibinin talebi halinde ve Bakanlıkça uygun görülmesi durumunda uzatılabilir. Tahsisli arazilerde bu süre tahsis koşullarına göre belirlenir. Kısmi turizm işletmesi belgesinde yatırım kapsamında kalan üniteler, yatırımın niteliğine göre Bakanlıkça belirlenecek süreler içerisinde tamamlanmak zorundadır, ancak bu süre belge sahibinin talebi halinde ve

Bakanlıkça uygun görülmesi durumunda uzatılabilir. Belgeli turizm yatırımının tamamlanıp işletmeye hazır olması durumunda, belge sahibi tarafından Yönetmeliğin 6. maddesinde yer alan belgeler ile birlikte yazılı olarak başvurulur.

Mücbir sebepler ile kamudan kaynaklanan ve Bakanlıkça kabul edilebilir hukuki ve idari uyumsuzlıklardan doğmuş sebeplerin devam ettiği sürece yatırım süreleri işletilmez.

Turizm belgesinin iptali

Madde 54 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanununun belge iptaline ilişkin maddesinde açıklanan nedenlerden en az birinin gerçekleştiğinin tespit edilmesi durumunda tesislerin belgesi iptal edilir.



GAZİ GELECEKTİR...