

**T.C.
ISPARTA UYGULAMALI BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**ANTALYA İLİNDE HANE HALKLARININ EV DIŞI GIDA
TÜKETİM DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ**

Semra GÖNÜL

**Danışman
Prof. Dr. Bahri KARLI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI
ISPARTA – 2019**

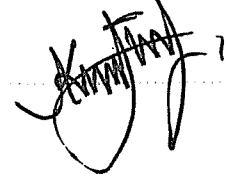


© 2019 [Semra GÖNÜL]

TEZ ONAYI

Semra GÖNÜL tarafından hazırlanan "Antalya İlinde Hanehalklarının Ev Dışı Gıda Tüketim Düzeylerinin Belirlenmesi" adlı tez çalışması aşağıdaki jüri üyeleri önünde Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı'nda YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak başarı ile savunulmuştur.

Danışman Prof. Dr. Bahri KARLI
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi



Jüri Üyesi Prof. Dr. Mevlüt GÜL
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi



Jüri Üyesi Prof. Dr. Selim Adem HATIRLI
Süleyman Demirel Üniversitesi



Enstitü Müdürü Prof. Dr. Yusuf UÇAR

TAAHHÜTNAME

Bu tezin akademik ve etik kurallara uygun olarak yazıldığını ve kullanılan tüm literatür bilgilerinin referans gösterilerek tezde yer aldığını beyan ederim.

Semra GÖNÜL

S. Gönül

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
İÇİNDEKİLER	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
TEŞEKKÜR.....	iv
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	v
ÇİZELGELER DİZİNİ	vi
1. GİRİŞ	1
2. KAYNAK ÖZETLERİ	6
3. ARAŞTIRMA ALANI HAKKINDA GENEL BİLGİLER.....	13
4. MATERYAL VE YÖNTEM	15
4.1. Materyal.....	15
4.2. Yöntem	15
4.2.1. Örnek hacminin hesaplanması	15
4.2.2. Ki-kare analizi	16
4.2.3. Lojistik regresyon analizi	17
5. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA	19
5.1. Ailelerin Demografik Özellikleri	19
5.2. Sosyokültürel Faktörler	23
5.2.1. Aile içindeki statü	23
5.2.2. Gıda tüketiminde aile içi karar verici bireylerin belirlenmesi	24
5.2.3. Satın alınan gıdaların tüketim şekillerinin belirlenmesi	27
5.2.4. Satın alınan gıdaların kimin için tüketildiğinin belirlenmesi	30
5.2.5. Evde düzenli olarak yemek yapılma durumu ve hanehalklarının tutum ve davranışlarının belirlenmesi	31
5.3. Ekonomik Faktörler.....	34
5.3.1. Ev dışı gıda tüketimine etki eden faktörlerin lojistik regresyon analizi ...	34
5.3.2. Hanehalklarının ikamet şekilleri.....	37
5.4. Psikolojik Faktörler	42
6. SONUÇ VE ÖNERİLER	66
KAYNAKLAR	69
ÖZGEÇMİŞ	74

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

ANTALYA İLİNDE HANEHALKLARININ EV DIŞI GIDA TÜKETİM DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ

Semra GÖNÜL

Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Bahri KARLI

Bu çalışmada, Antalya ili merkez ilçelerinde (Konyaaltı, Kepez, Muratpaşa, Döşemealtı) farklı gelir gruplarında (1-5000 TL, 5001-10000 TL ve 10001 TL ve üzeri) hanehalklarının ev dışı gıda tüketimine yönelik tutum ve davranışları analiz edilmiştir. Araştırma verileri yüz yüze anket yöntemi ile elde edilmiştir. 384 kişi ile görüşme yapılmıştır. Anket verileri SPSS 22.0 paket programında Ki-kare ve Logistik Regresyon analiz yöntemleri kullanılarak irdelenmiştir. Araştırma sonucu ortalama hane genişliği 2.9 kişi bulunmuştur. Ailelerin, ev dışında gıda tercih etme nedenleri; lezzetli olması (%54.40), arkadaşları ile iyi vakit geçirmek (%48.20), farklı ortamlarda yemek yeme isteği (%46.90), çocukların tercih etmesi (%36.70), ekonomik olması (%34.10), besin değerinin yüksek olması (%30.20) ve alışkanlık (%13.80) gibi kriterlerdir. Yapılan Pearson Ki-kare analizine göre tüketicilerin gelirleri ile annenin ev dışı gıda tüketiminde karar verici olmasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur. Gelir grubu arttıkça, annenin ev dışı gıda tüketim bilinç düzeyi de artmaktadır. Buna bağlı olarak ev dışı gıda tüketimine anne karar vermede etkili olmaktadır. Ankete katılan bireylerin aile içerisindeki statüsü ile gelir seviyesi arasında Pearson Ki-kare analizi sonuçlarına göre istatistiki açıdan önemli fark olmadığı tespit edilmiştir. Evde düzenli olarak yemek olması durumunun Pearson Ki-kare analizi sonuçlarına göre istatistiki açıdan önemli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma bölgesinde görüşülen tüketicilerin ev dışı gıda tüketimini etkileyen faktörleri tespit etmek amacıyla lojistik regresyon analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre, toplam gelir değişkeni ev dışı gıda tüketimine etki eden faktör olarak belirlenmiştir. Toplam gelirin artması durumunda aynı oranda ev dışı gıda tüketiminin de arttıracağını göstermektedir. Ayrıca tüketicilerin medeni durumu doğrudan beslenme alışkanlıkları ile ilgili bulunmuş ve bekarların evlilere göre daha fazla ev dışı gıda tüketmeyi tercih ettikleri tespit edilmiştir. Cinsiyetin ev dışı gıda tüketiminde önemli bir faktör olduğu belirlenmiştir. Kadınların ev dışı gıda tüketim olasılığı, erkeklere oranla daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ev dışı gıdayı sağlıklı bulma durumu da ev dışı gıda tüketim üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ev dışı gıda tüketimi, Tüketim alışkanlıkları, Gelir, Antalya

2019, 74 sayfa

ABSTRACT

M.Sc. Thesis

DETERMINATION OF FOOD OUT CONSUMPTION LEVEL OF HOUSEHOLD IN ANTALYA PROVINCE

Semra GÖNÜL

**Isparta University of Applied Sciences
The Institute of Graduate Education
Department of Agricultural Economics**

Supervisor: Prof. Dr. Bahri KARLI

In this study, attitudes and behaviours of households in different income groups (1-5000 TL, 5001-10000 TL and 10001 TL and over) in the central districts of Antalya Province (Konyaalti, Kepez, Muratpaşa, Döşemealti) were analysed. The data were obtained by face to face questionnaire and 384 people were interviewed. The data were analysed by using Chi square and Logistic Regression analysis in SPSS 22.0 package program. As a result of the study, the average household size was 2.9 people. The reasons why families prefer food outside the home: deliciousness (54.40%), having a good time with friends (48.20%), desiring to eat in different environments (46.90%), preference of children (36.70%), being economical (34.10%), high nutritional value (30.20%) and personal habit (13.80%). According to the Chi-square analysis, a statistically significant difference was found between the income of the consumers and the mother's decision-making in out-of-home food consumption. As the income group increases, the awareness of the mother's out-of-home food consumption increases, so the mother is effective in decision-making. It was found that there was no statistically significant difference between the status of the individuals who participated in the survey and their income level in the family. According to the results of Pearson Chi-square analysis, it was concluded that the fact that eating regularly at home was not statistically significant. Logistic regression analysis was used to determine the factors affecting the consumption of out-of-home food among consumers interviewed in the research area. According to the results of the analysis, total income variable was determined as the factor affecting out-of-home food consumption. It shows that if total income increases, out-of-home food consumption's ratio will increase. In addition, the marital status of the consumers was directly related to their eating habits and it was found that singles prefer to consume more out-of-home food than married people. Gender was an important factor in out-of-home food consumption. It was concluded that women are more likely to have in out-of-home food consumption than men. Status of finding out-of-home food healthy was also found to be effective in out-of-home food consumption.

Keywords: Out-of-home food consumption, Consumption habits, Income, Antalya

2019, 74 pages

TEŞEKKÜR

Bu araştırma için beni ynlendiren karşılaştığım zorlukları bilgi ve tecrbesi ile aşmamda yardımcı olan değerli Danışman Hocam Prof. Dr. Bahri KARLI'ya ve Sayın Prof. Dr. Mevlt Gl'e teőekkrlerimi sunarım. Analizlerimde yardımcı olan Dr. Osman UYSAL'a ve Ziraat Yüksek Mühendisi Alamettin BAYAV'a teşekkür ederim.

Çalışmalarımda yardımlarını ve değerli fikirlerini esirgemeyen arkadaşım Ziraat Yüksek Mühendisi Pakize GÖK GÜLER'e teşekkür ederim.

Anket çalışmalarıma verdiği destekten dolayı Tahsin ÖZDEN'e teşekkür ederim.

Çalışmamda beni değerli fikirleriyle yönlendiren Ziraat Yüksek Mühendisi İsmet İpek KAVASOĞLU'na Arş. Gör. Duygu SARI YOL'a teşekkür ederim.

Tezimin her aşamasında beni yalnız bırakmayan aileme sonsuz sevgi ve saygılarımı sunarım.

Semra GÖNÜL
ISPARTA, 2019

ŞEKİLLER DİZİNİ

	Sayfa
Şekil 1.1. Dışarıda yemek yemenin üç ana kararı arasındaki kuramsal ilişkiler	4
Şekil 5.1. Gelir gruplarına göre aylık harcanan kira değerleri (TL/ay)	38
Şekil 5.2. Gelir gruplarına göre aylık gıda satın alma sayısı (adet).....	38
Şekil 5.3. Gelir gruplarına göre aylık gıda ürünlerine ödenen ücret (TL).....	39
Şekil 5.4. Gelir gruplarına göre aylık gıda ürünlerinin toplam gelirdeki payı (%)	39
Şekil 5.5. Gelir gruplarına göre dışardan satın alınan gıda harcamalarındaki payı (%)	40
Şekil 5.6. Gelir gruplarına göre dışarıda aylık yemek yeme sıklığı (adet/ay)	50



ÇİZELGELER DİZİNİ

	Sayfa
Çizelge 3.1. Antalya ilindeki nüfusun durumu	13
Çizelge 3.2. Antalya ili nüfusun ilçelere göre dağılımı (2017).....	13
Çizelge 5.1. Gelir gruplarına göre hanehalklarının dağılımı.....	20
Çizelge 5.2. Hanehalklarının doğum yerleri	20
Çizelge 5.3. Hanehalklarının Antalya ilindeki ikamet etme süreleri	21
Çizelge 5.4. Hanehalklarının genellikle ikamet ettikleri yerler	21
Çizelge 5.5. Hanehalklarının medeni durumları	22
Çizelge 5.6. Hanehalklarının kendilerini tanımlamaları	22
Çizelge 5.7. Hanehalklarının sosyal statüsü.....	23
Çizelge 5.8. Hanehalklarının eşinin sosyal statüsü	23
Çizelge 5.9. Hanehalklarının aile içindeki statüleri	24
Çizelge 5.10. Aile içinde gıda satın alma kararını veren birey	24
Çizelge 5.11. Hanehalklarının ev dışı gıda tüketiminde aile içinde karar veren en etkili birey	25
Çizelge 5.12. Hanehalklarının ev dışı gıda tüketiminde annenin karar verme değerleri	25
Çizelge 5.13. Hanehalklarının ev dışı gıda tüketiminde babanın karar verme değerleri	26
Çizelge 5.14. Hanehalklarının ev dışı gıda tüketiminde çocuğun karar verme değerleri.....	27
Çizelge 5.15. Hanehalklarının ev dışı gıda tüketiminde aile üyelerinden diğer kişilerin karar verme değerleri	27
Çizelge 5.16. Hanehalklarının marketten satın aldığı gıdaların ana yemek olarak önemi	28
Çizelge 5.17. Hanehalklarının marketten satın alınan gıdaların yardımcı yemek olarak önemi	28
Çizelge 5.18. Hanehalklarının marketten satın alınan gıdaları aperatif yemek olarak değerlendirmesi.....	29
Çizelge 5.19. Hanehalklarının marketten satın aldıkları gıdaları diğer yemek olarak tüketimi	29
Çizelge 5.20. Hanehalklarının satın aldıkları gıdaları özel misafirler için tüketimi ..	30
Çizelge 5.21. Hanehalklarının satın alınan gıdaları ani misafirler için tüketimi	30
Çizelge 5.22. Hanehalklarının satın alınan gıdaların yoğun iş döneminde kendisi için tüketimi	31
Çizelge 5.23. Evde düzenli olarak yemek yapılması durumu.....	31
Çizelge 5.24. Evde düzenli olarak yemek olmadığı durumda hanehalklarının tercihleri.....	32
Çizelge 5.25. Evde düzenli olarak yemek olmadığı durumda 1. hanehalklarının tercihi.....	32
Çizelge 5.26. Evde düzenli olarak yemek olmadığı durumda 2. hanehalklarının tercihi.....	33
Çizelge 5.27. Evde düzenli olarak yemek olmadığı durumda 3. hanehalklarının tercihi.....	33
Çizelge 5.28. Evde düzenli olarak yemek olmadığı durumda 4. hanehalklarının tercihi.....	34
Çizelge 5.29. Hane gelir grubunda öğle veya akşam yemeğini dışarda yeme tercihi	34

Çizelge 5.30. Lojistik Regresyon modelinde kullanılan değişkenlere ilişkin açıklamalar	35
Çizelge 5.31. İkili Lojistik Regresyon modelinde çoklu doğrusal bağlantı katsayıları.....	36
Çizelge 5.32. Ev dışı gıda Lojistik Regresyon analizi sonuçları.....	37
Çizelge 5.33. Hanehalklarının ikamet şekilleri	37
Çizelge 5.34. Hanehalklarının aylık gıda satın alma sayısı	41
Çizelge 5.35. Hanehalklarının dışarıdan aldıkları gıdaların aylık tutarı	42
Çizelge 5.36. Hanehalklarının tutum ve davranışları.....	43
Çizelge 5.37. Hanehalkları gıda satın almada marka faktörü önemi	43
Çizelge 5.38. Hanehalkları gıda satın almada kalite faktörünün önemi	44
Çizelge 5.39. Hanehalkları gıda satın almada fiyat faktörün önemi	44
Çizelge 5.40. Hanehalkları için satın almada etkili olan reklam faktörünün sıralandırması	45
Çizelge 5.41. Hanehalklarının için gıda satın almada ambalaj faktörünün önemi.....	45
Çizelge 5.42. Hanehalklarının için gıda satın almada besin içeriği faktörünün önemi.....	46
Çizelge 5.43. Hanehalklarının tüketim tercihlerinde uluslararası fast food için oluşturulan sıralama	46
Çizelge 5.44. Hanehalklarının tüketim tercihlerinde uluslararası fast food için oluşturulan sıralandırma	47
Çizelge 5.45. Hanehalklarının tüketim tercihlerinde uluslararası pizza tercihi	47
Çizelge 5.46. Hanehalklarının tüketim tercihlerinde restoran dışı kebab/döner/lahmacun tercihi sıralaması	48
Çizelge 5.47. Hanehalklarının tüketim tercihlerinde yerel pizza ve hamburger tercihi sıralaması	49
Çizelge 5.48. Hanehalklarının tüketim tercihlerinde unlu mamuller için oluşturulan sıralandırma.....	49
Çizelge 5.49. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedenleri	50
Çizelge 5.50. Hanehalklarının ev dışı gıda tercih yerleri.....	51
Çizelge 5.51. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih sırası- arkadaşlarla iyi vakit geçirme.....	52
Çizelge 5.52. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih sırası- alışkanlık.....	52
Çizelge 5.53. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih sırası-farklı ortamlar	53
Çizelge 5.54. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih sırası- çocukların tercihi	53
Çizelge 5.55. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedeni sırası-lezzet	54
Çizelge 5.56. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedeni sırası- ekonomik.....	54
Çizelge 5.57. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedeni sırası- besin değeri	55
Çizelge 5.58. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedeni sırası- reklam.....	55
Çizelge 5.59. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedeni sırası- sağlık ve hijyen ..	56
Çizelge 5.60. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedeni sırası- çeşitlilik.....	56
Çizelge 5.61. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih etme nedeni sırası-annenin çalışması	57
Çizelge 5.62. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedeni sırası- çevrenin tavsiyesi.....	57
Çizelge 5.63. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedeni sırası-her zaman aynı kalite.....	58
Çizelge 5.64. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih etme nedenleri: ortam koşulları rahatlığı	58
Çizelge 5.65. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedeni sırası-servis kalitesi.....	59

Çizelge 5.66. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedeni sırası-kredi kartı	59
Çizelge 5.67. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedeni sırası-yemek pişirmeyi sevmemek	60
Çizelge 5.68. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih etmeme nedenleri: alışkanlığın olmaması	60
Çizelge 5.69. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih etmeme nedenleri: fiyatlar yüksek	61
Çizelge 5.70. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih etmeme nedeni-annenın çalışmaması	61
Çizelge 5.71. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih etmeme nedeni-doyurucu olmaması	61
Çizelge 5.72. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih etmeme nedeni- besin değeri düşük	62
Çizelge 5.73. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih etmeme nedeni: taze olmaması.	62
Çizelge 5.74. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih etmeme nedeni: sağlıklı ve hijyenik endişesi.....	62
Çizelge 5.75. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih etmeme nedeni- çeşitliliğın sınırlı olması.....	63
Çizelge 5.76. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih etmeme nedeni-evdeki bireyler	63
Çizelge 5.77. Hanehalklarının ev dışı gıdanın sağlıklı olması konusundaki yargısı .	63
Çizelge 5.78. Hanehalklarının ev dışı gıda tutum ve davranışlarının belirlenmesi ...	64
Çizelge 5.79. Hanehalklarının ev dışı gıdayı saklama koşulları bakımından sağlıklı bulmaması	64
Çizelge 5.80. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tüketme biçimi bakımından sağlıklı bulmaması	64
Çizelge 5.81. Hanehalklarının ev dışı gıdayı hijyen bakımından sağlıklı bulmaması	65
Çizelge 5.82. Hanehalklarına ev dışı gıdanın uygun koşullarda pişirilmediği için sağlıklı bulmaması	65
Çizelge 5.83. Hanehalklarının ev dışı gıdaların vitamin ve besin değerini koruyamadığının düşünöldüğü için sağlıklı bulmaması	65

1. GİRİŞ

İktisat insan ihtiyaçlarının anlaşılmasıyla başlar. Çünkü insanların tüm ekonomik faaliyetleri, susama, acıkma gibi çeşitli ihtiyaçlarını tatmine yöneliktir. Psikolog Abraham Maslow 1943 yılında yayınladığı bir çalışmada ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisini ortaya atmış, insan ihtiyaçlarını önceliklerine göre çok acı verenden en az acı verene doğru sıralamıştır ve yeme, içme, uyku gibi fizyolojik ihtiyaçlara ilk sırada yer vermiştir (Maslow, 1943). İnsanlar yaşamlarını sürdürebilmek ve mutlu bir yaşam sürebilmek için çeşitli ihtiyaçlarını gidermek zorundadırlar. Bu nedenle ihtiyaç, tatmin edildiğinde haz ve doyum, tatmin edilmediğinde ise acı ve üzüntü verir. İhtiyaçlar zorunlu ihtiyaçlar ve zorunlu olmayan ihtiyaçlar olarak ikiye ayrılır. Beslenme zorunlu ihtiyaç gurubuna girmektedir. Bu yüzden de beslenme ihtiyacı insanların hayatında her zaman önemli bir yer tutmuştur.

Beslenme, insanın büyümesi, gelişmesi, sağlıklı ve üretken olarak uzun süre yaşaması için gerekli olan besin öğelerinin yeterli ve dengeli miktarlarda alınıp vücutta kullanılmasıdır (Dölekoğlu, 2004). İnsanoğlunun zaman içerisindeki sosyo-ekonomik gelişme sürecindeki değişim; ilkel toplumdaki tarım toplumuna, tarım toplumundan sanayi toplumuna, günümüzde ise sanayi toplumunun getirmiş olduğu teknolojiyle birlikte bilgi ve teknoloji toplumuna geçiş şeklinde farklı gelişme aşamalarından geçmiştir.

İlkel toplumdaki günümüze insanların beslenme şekilleri, bağlı oldukları kültürlerine, coğrafyalarına ve sosyal statülerine göre farklı yönlerde değişerek kümülatif bir şekilde ilerleme göstermiştir. İlkel devirlerde insanoğlu avcılık ve toplayıcılık ile beslenme ihtiyacını karşılamıştır. Avladıkları hayvanları ve topladıkları bitkileri çiğ olarak tüketmekte iken, ateşin keşfedilmesiyle birlikte pişirerek tüketmeye başlamışlardır. Daha sonraki dönemlerde ise insanoğlu tohumu keşfederek tarıma yönelmiş ve yerleşik hayata geçmiştir. Yerleşik hayatın getirmiş olduğu nüfus artışı ve buna bağlı olarak tüketimin artması, üretimde ve tüketimde bireysellikten kitleliliğe geçişe neden olmuştur. Böylelikle sanayi dönemi başlamış ve insanlar artık bireysel üretim ve tüketim yerine kitlesel üretim ve tüketime geçmiştir. Sanayi dönemine bağlı olarak gelişen teknolojiyle birlikte bilgi ve teknoloji dönemine geçilmesi insanların hayatlarında çok hızlı bir değişime neden olmuştur. Tüm bu

değişimlerle birlikte insanoğlunun yaşam şekli, şartları ve buna bağlı olarak da beslenme alışkanlığı köklü bir değişime uğramıştır.

Yaşam şeklinin değişikliği insanoğlunun beslenme ihtiyacını değiştirdiği kadar hayat şartlarını ve diğer ihtiyaçlarını da değişime uğratmıştır. Her geçen gün ağırlaşan hayat şartları, aile bireylerinin çoğunu çalışmak zorunda bırakmıştır. Çalışma hayatında teknolojinin gelişmesiyle birlikte insanların iş yükü artmış, kendilerine ayırdıkları zaman azalmıştır. Artan bu hayat temposu karşısında insanların en önemli sorunu zaman ve beslenme ihtiyacını karşılamak olmuştur. Bu da insanları zamanı etkin kullanma konusunda beslenme ile ilgili ihtiyaçlarını karşılarken ev dışı gıda tüketimine yöneltmiştir. Bu yönelme ev dışı gıda sektörünün de her geçen gün büyümesine ve gelişmesine öncülük etmiştir. Örneğin; insanların evlerde yemek pişirmek yerine hazır gıdaları tüketmeye ve dışarıda yemek yemeye başlaması buna en iyi örnektir. Günümüzde insanlar artık yoğun yaşam tempoları nedeniyle evlerde yemek pişirmek yerine dışarıda yemek yemeyi, hazır ve dondurulmuş gıdalarla beslenmeyi tercih etmektedir. Beslenme alışkanlıklarındaki değişikliklerin farkında olmak ve bunların ekonomik, sosyo-demografik faktörler ve sağlık ile olan ilişkilerini saptamak, beslenme alışkanlıklarının nedenlerini ve sonuçlarını anlamaya önemli ölçüde katkı sağlayacaktır (Önder vd., 2000). Gıda, insan hayatının biyolojik olarak devam etmesi için en önemli gereksinimlerden biridir. Bu gereksinimlerin karşılanmasında bitkisel ve hayvansal kökenli kaynaklardan yararlanılmaktadır (Onurlubaş, 2011). Bu süreçte yeterli ve dengeli beslenme insan sağlığı açısından her ne kadar önemli olsa da gündelik hayatın yoğunluğu, insanları hazır gıda tüketimine yönlendirmiştir (Topuzoğlu vd., 2007). Değişen dünya koşulları ve bunun beraberinde getirdiği yaşam biçimlerindeki dönüşüm gıda sektörü ve beslenme alışkanlıklarında da bir dönüşümü zorunlu kılmıştır. Gıda ürünleri üretimi ve dolayısıyla tüketimi farklı bir boyut kazanmıştır (Mutlu, 2007).

Bu bağlamda tüketim boyutu olan araştırmalar daha da önem kazanmaya başlamıştır. Gelişmekte olan ülkelerde; nüfusun nitelik ve nicelik bakımından değişmesi, kentleşme, gelir düzeyindeki artış, kadınların iş hayatındaki oransal artışı ve gıda sektöründeki gelişmeler, toplumu tüketimi kolay ürünlere yöneltmiş, buna bağlı olarak toplu tüketim yerlerinin sayısında ve niteliğinde artışlar ortaya çıkmıştır. Öte

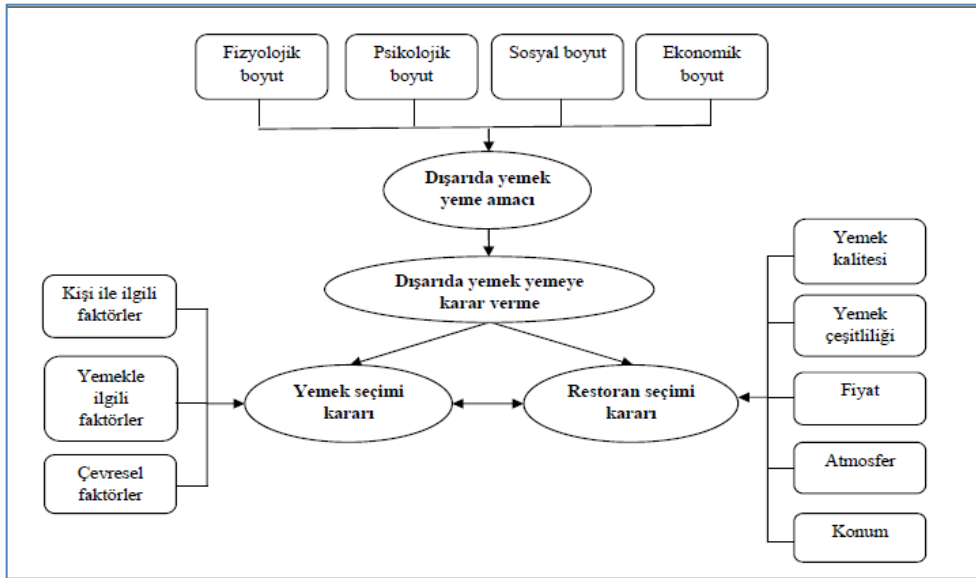
yandan, turizm sektörü gibi sektörlerin büyümesi gibi sosyo-ekonomik faktörlerin etkisiyle de tüketimin yapısı değişime uğramıştır (Balcı, 2001).

Hanehalkının tüketim harcamalarını etkileyen faktörler temelde ekonomik, psikolojik, demografik ve sosyal olmak üzere dört grupta toplanmaktadır. Tüketim harcamalarını etkileyen en önemli faktör ise ekonomidir. Ölçülebilen ekonomik faktörler içerisinde temel değişken gelir olmakla birlikte, gelir dağılımı, fiyat ve fiyat beklentileri, faiz oranları, vergi oranları, servet, geçmiş tüketim, tüketici kredileri, ekonomik kriz ve konjonktürel dalgalanma ve diğer ekonomik bulgular yer almaktadır. Gelir seviyesi tüketim harcamalarının en etkili belirleyicisi olarak kabul edilmektedir. Tüketim harcamaları üzerine etkisinin olduğu kabul edilen değişkenin, demografik faktör olduğu belirtilmiştir. Tüketicilerin satın alma kararlarını önemli oranda belirleyen demografik faktörler; meslek, yaş ve cinsiyettir. Psikolojinin tüketici davranışını en çok etkileyen bilim dallarından biri olduğu bilinmektedir. Psikolojideki algılama, öğrenme, benlik, kişilik ve tutum gibi pek çok konunun tüketici davranışlarını etkilediği düşünülmektedir (Koç, 2007). Bir toplumda tüketicilerin tercihlerine uygun mal ve hizmet üretilirken tüketiciler bunların içerisinde istediklerini seçmektedirler yani tüketici davranışlarının en önemli noktasını tüketicilerin zevk ve tercihleri oluşturmaktadır (Türkbal, 1983).

Gün geçtikçe yiyecek-içecek hizmeti veren sektörlerin ürettikleri ürün ve hizmetleri artarken, bunların tüketiciler tarafından tüketim oranı da artmaktadır. Dışarıda yemek yeme olgusu, temelde ev dışı yiyecek-içecek tüketiminin tamamını ifade eder ve bu olgu, günümüz yiyecek içecek hizmetleri endüstrisinin varoluş sebebidir. Ekonomik gelişme, tüketicilerin satın alma davranışlarını belirlemede önemli faktörlerden biridir. Engel Kanununa göre, gelir düzeyinde artış yaşanması, elde edilen gelirden gıda harcamalarına ayrılan payın azalmasına neden olmaktadır. Gıda harcamalarının gelir düzeyindeki payının azalmasına rağmen, Engel Kanununa göre kişiler, kalori başına ödedikleri ücreti artırmakta ve harcamaları ev dışı gıda tüketimine yönlendirmektedir. Demografik değişimler ve gelir düzeyindeki artışın, gıda tüketim miktarını arttırmaktan ziyade daha kaliteli gıda tercihi nedeniyle belirlenmiştir. Yüksek gelir grubunda yer alan ailelerin daha düşük gelir grubunda yer alan ailelere göre ev dışı gıda tüketimi daha fazla olmakla birlikte öğün başına ayırdıkları ücret miktarı da daha fazla olmaktadır. Eğitim düzeyindeki gelişmeler, gelir düzeyinin

artışı, pazarda ürünlerin de çeşitlenmesi ve farklılaşması, rekabetin yoğunlaşmasıyla tüketiciye yönelik faaliyetlerin artması, geleneksel aile tanımının değişmesi, sosyal sınıf ve statü farklılığının yarattığı yaşam tarzı ile zaman faktörünün giderek artan önemi, hazır gıda tüketme alışkanlığını yaşamın bir parçası haline getirmiştir. Türk toplumunda yapısal ve sosyal değişimlerin meydana gelmesi beraberinde yeni yaşam şekillerinin oluşmasına da neden olmuştur. Aile bireylerinin yoğun bir şekilde iş yaşamına katılması ve kadınların çalışma oranının gittikçe artması, bireylerin yaşam tarzının ve tüketim alışkanlıklarının değişmesinde önemli rol oynamıştır (Özdemir, 2010).

Şekil 1’de, dışarıda yemek yemenin çok yönlü karar sürecini etkileyen faktörler, kararlar ve bunlar arasındaki ilişkiler bir arada sunulmaktadır. Şekil 1’den de anlaşılacağı üzere, dışarıda yemek yemenin çok yönlü karar süreci, üç ana tüketici karardan oluşmaktadır. Bu üç ana karar birbiri ile ilişkilendirilebilir. Bu ilişkiler içinde özellikle dışarıda yemek yeme amacı, yemek ve restoran seçimi kararında etkili olabilmektedir. Nitekim Park (2004), ekonomik ve fizyolojik boyutlar içinde düşünülebilecek en kısa zamanda yemek yeme amacı ile ev dışında yemek tüketimi söz konusu olduğunda tüketiciden muhtemelen hızlı bir şekilde servis edilebilecek bir yemeği ve böyle bir yemeği sunabilecek restoranı seçmesi beklenebilir şeklinde ifade etmiştir.



Şekil 1.1. Dışarıda yemek yemenin üç ana kararı arasındaki kuramsal ilişkiler (Özdemir, 2010)

Gösterdiği hızlı gelişme ile günümüz toplumlarının sosyal yaşantısına yerleşen dışarıda yemek yeme, farklı biçimlerde tanımlanmıştır. Örneğin, bir restoran işletmesinde veya bir başkasının evinde yemek tüketimi, dışarıda yemek yeme olarak değerlendirilmektedir (Warde ve Martens, 1998). Son yıllarda, özellikle büyük şehirlerde pizza ve hamburger gibi yiyecekleri satan Batı kökenli McDonald's, Pizza Hut ve Burger King gibi lokantaların sayılarının önemli ölçüde artmasının, bunun en önemli göstergesi olduğu ifade edilmiştir (Akbay ve Boz, 2005).

Bu çalışma, Türkiye'nin beşinci büyük şehri olmasının yanında önemli bir turizm merkezi olan Antalya ilinde hanehalkının gıda tüketim yapısı içinde ev dışı tüketim alışkanlığının ne düzeyde olduğunu belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada hanehalkının ev dışında gıda tüketim durumları, tüketiyorlarsa derecesi ve tüketim kararı üzerine etkili olan faktörlerin araştırılması amaçlanmıştır. Ev dışında gıda tüketenlerin ne sıklıkta, hangi öğünlerde, nerelerde tükettikleri ve tüketim kararlarında etkili kişinin kim olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Antalya ilinde ev dışı gıda tüketiminin incelenmesi gerek nüfus gerekse toplumun yapısı düşünüldüğünde çalışmanın önemini arttırmaktadır.

2. KAYNAK ÖZETLERİ

Konu ile ilgili geniş bir literatür bulunmakla birlikte, başlıca ulusal ve uluslararası çalışmalar ve bulgular aşağıda açıklanmıştır.

Prochaska ve Schrimper'in 1973 yılında yaptıkları anket çalışması, ev dışı gıda tüketimi alanında yapılmış olan ilk çalışmalardan birisidir. Araştırmacılar, ev dışı gıda tüketiminin fırsat maliyetini ve bunu etkileyen sosyoekonomik etkenleri incelemişlerdir. Çalışmada 1965-1966 yılı USDA Hane Halkı Gıda Tüketimi verilerini kullanarak ampirik bir analiz yapmışlardır. Araştırmada on iki eyalete ilişkin regresyon analizinde 938 hane halkına ait veriler kullanılmış ve ampirik analizlere göre "evde yemek hazırlamanın fırsat maliyeti yüksek olduğu için insanlar, ev dışı gıda tüketimine yönelmektedir" sonucu çıkmıştır. Kırsal bölgelere göre şehirleşmenin yoğun olduğu bölgelerde ev dışı gıda tüketim tercihinin daha yüksek olduğu sonucuna varmışlardır.

Yen (1993), Yaptığı çalışmada, çalışan kadınların bulunduğu ve gelir düzeyi yüksek olan hane halkının göreceli olarak daha fazla ev dışı gıda tükettiklerini; kadınların yaşının ve aile büyüklüğünün tüketim düzeyinde etkili olduğunu gözlemlemiştir.

Koç vd. (1996), Adana ilinde 215 aile ile yaptıkları anketlerde, tüketicilerin gıda ürünlerinde marka tercihlerini etkileyen değişkenleri faktör analizi yöntemi ile incelemişlerdir. Anket sonuçlarının değerlendirilmesinde, marka tercihinde ürün kalitesi, fiyat ve bulunabilirlik değişkenlerinin en önemli değişkenler olduğunu bildirmişlerdir.

McDowell vd. (1997), Yunanistan'da bulunan ailelerin 1993-1994 yılları arasındaki aile bütçe verilerinden faydalanarak, ailelerin ev dışı gıda tüketimini incelemişlerdir. İncelemelerde ailelerin gelir düzeyi, büyüklüğü ve ikamet ettikleri yer üzerinden analizler gerçekleştirmişlerdir. Ev dışı gıda tüketiminde kişinin yaşı, eğitim durumu, medeni hali ve işi gibi özelliklerin etkili olduğu sonucuna varmışlardır.

Byrne vd. (1998), 1982-1989 yılları arasında dönemin ev dışı gıda tüketimi kararlarına ve harcamalarına etki eden sosyal, ekonomik ve demografik değişkenleri

araştırmışlardır. Araştırma verilerinin sonucunda gelir düzeyinde meydana gelen artışların ev dışı gıda tüketimini hem miktar olarak hem de oran olarak artırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çabuk ve Şengül (2000), Adana ilinde ikamet eden ailelerin sosyo-ekonomik özelliklerinin ev dışında gıda tüketimine etkilerini Switching Regresyon Yöntemini kullanarak araştırmışlardır.

Sürücüoğlu ve Çakıroğlu (2000), Ankara Üniversitesi öğrencilerinin hızlı ve hazır yemek tercihlerini analiz ettikleri çalışmalarında, öğrencilerin daha çok geleneksel restoranlara gittiklerini ve etli pide tercih ettiklerini saptamışlardır.

Gül vd. (2001), Adana ili kentsel alanda ailelerin ev dışı gıda tüketimlerinin belirlenmesi amacıyla Adana il merkezinde ikamet eden 377 hanehalkı ile anket çalışması yapmışlardır. Anketlerden elde edilen veriler, ev dışı gıda tüketimi yapan ailelerin ev dışı gıda tüketimindeki sıklık, zaman, yer ve yiyecek türü tercihlerinin ve ev dışı gıda tüketim kararı üzerinde etkili olan faktörlerin ortaya konması için analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda Adana ilinde ortalama hanehalkı genişliğinin 4.3 kişi olduğu ortaya konmuştur. Kentte çekirdek aile oranı %89.4'tür ve ailelerin %87'si çocuk sahibidir. Ailelerin %55.4'ü ev dışında gıda tüketme alışkanlığına sahip olup, gıda harcamalarının % 24.9'unu ev dışı gıda harcamalarından oluştuğu belirlenmiştir. Buna göre, aile gelirinin %11.7'si ev dışı gıda harcamalarında kullanılmaktadır.

Gül vd. (2003), Adana ili kentsel alandaki 377 hane halkı ile anket yaptıkları tezin analizi sonucunda, ailelerin %55.4'ünün ev dışında gıda tüketme alışkanlıkları olduğunu ve ev dışı gıda harcamalarının toplam gıda harcamaları içerisindeki oranının ise %24.9 oranında oldukça yüksek bir değere sahip olduğunu saptamışlardır. Ayrıca ailelerin gelirlerinin %11.7'sini ev dışı gıda harcamalarına ayırdıklarını da belirlemişlerdir.

Akbay ve Boz (2005), Devlet İstatistik Enstitüsü tarafından yapılmış olan "Hanehalkı Tüketim Harcamaları Anketi" verilerini kullanarak Kahramanmaraş ilinde hanehalklarının ev dışı gıda tüketimlerini analiz etmişlerdir. Araştırmada Kahramanmaraş ilindeki hanehalklarının Türkiye ortalamasına göre gelirlerinin daha

fazla oranını gıda harcamalarına ayırdıkları gözlemlenmiştir. Bu çalışma, ev dışı gıda tüketiminin lüks mal, gıda tüketiminin ise zorunlu mal olarak düşünülebileceğini göstermiştir.

Stewart vd. (2005), Amerika’da sağlıklı bir beslenme için devlet kurumlarının teşvik edilmesi konusunda yapılan çalışmada sınırlı oranda başarı elde edilmiştir. Tüketiciler için, sağlıklı beslenme arzusu ile diğer tercihlerin rekabet ettiği belirlenmiştir. Yapılan çalışmada, dışarıda yemek yeme ve seçim sıklığı da dahil olmak üzere evden uzakta yemek yeme talebinde tüketici tercihlerinin etkisi araştırılmıştır. Yemek tercihinde tüketici davranışlarında, sağlıklı beslenmenin yanısıra, tüketicinin rahatlık ile eğlenceli ve keyifli bir yemek yeme deneyimi arzusunun da etkili olduğu belirlenmiştir. Tüketicilerin uygun ve eğlenceli ise en besleyici olan tercihe yöneldikleri belirlenmiştir.

Koçbek (2005), Eskişehir ilinde etnik lokantalarda yemek yeme deneyimi olan 110 tüketici ile yaptığı anket çalışmasında, tüketicilerin bu lokantaları genellikle ailesi/dostlarıyla birlikte olmak ve yeni hoş bir yemek deneyimi yaşamak için tercih ettiklerini ve tüketicilerin bu lokantalardan memnun olduklarını, tekrar bu lokantalara gelme ve başkalarına tavsiye etme isteğinde olduklarını da belirtmiştir.

Ekeyılmaz (2006), “Antalya İlinde Ev Dışı Gıda Talebi” isimli çalışmasında Türkiye’nin önde gelen turizm merkezlerinden biri olması ve tüketim potansiyelinin yüksek olması nedeniyle, Antalya ilinde ailelerin gıda tüketim yapısını ve ev dışı gıda tüketim alışkanlığını araştırmıştır. Çalışmada, Antalya il merkezinde rastgele seçilmiş 407 hanehalkına anket uygulanmıştır. Analiz yöntemi olarak faktör ve probit analizi kullanılmıştır. Analizden elde edilen sonuçlar benzer çalışmalarla kıyaslanarak Antalya ilinin ev dışı gıda tüketim şeklinin ortaya çıkarılması için kullanılmıştır.

Çakır vd. (2010), hangi dönem ve hangi yıl belirtilecek üniversite öğrencilerin aylık harcamaları üzerine anket çalışması yapmışlardır. Çalışma sonucunda, ankete katılanların %46’sının bayan, %54’ünün ise erkek olduğu belirtilmiştir. Ankete katılanların %66’sı 0-499 TL arasında, %27’si 500 999 TL arasında ve %5’i ise 1000-1499 TL arasında bir gelire sahip olduğunu hesaplanmıştır. Ayrıca öğrencilerin

%63'ünün burs/öğrenim kredisi aldıklarını, %83'ünün burs/öğrenim kredisi dışında bir gelirinin olmadığını, %93'ünün herhangi bir yerde çalışmadığını saptamışlardır. Öğrencilerin harcama kalemleri açısından en yüksek paya (%22) barınma harcamalarının sahip olduğunu bildirilmiştir. Gıda harcamaları (%15) ve giyim harcamalarının (%14) ikinci ve üçüncü sırada yer aldığı ortaya çıkarılmıştır. Sosyo-kültürel harcamalar, sigara-alkol harcamaları ve ulaşım giderlerinin diğer önemli harcama kalemleri olduğu belirlenmiştir.

Özdemir (2010), yaptığı çalışmada yiyecek-içecek hizmetleri endüstrisinin varlık sebebi olarak kavramsallaştırılan dışarıda yemek yeme olgusuna ilişkin kuramsal bir bütüncül modelin önerilmesi amaçlanmıştır. Dışarıda yemek yemeye ilişkin (i) dışarıda yemek yeme kararı, (ii) yemek seçimi kararı ve (iii) restoran seçimi kararı olmak üzere üç ana kararın tüketicileri bir restoranda yemek deneyimine götürdüğünü ve yemek deneyiminin restoranın iç tasarımı, ürün, sosyal karşılaşma, eşlik edilme, servis, atmosfer, ödeme ve yönetim kontrol sistemi bileşenlerinin etkili olduğunu belirlemiştir.

Demir (2011), yaptığı çalışmada, Aydın'da hanehalklarının gıda tüketim talebi ekonometrik analizini yapmış ve araştırma sonuçlarına göre, ortalama hanehalkı genişliğini 2.66 kişi, ortalama hanehalkı gelirini ise 2.726.90 TL/ay olarak saptamıştır. Hanehalklarının aylık 1.202.96 TL tutarındaki toplam harcamalarının %39.19'unu gıda harcamalarına ayırdıklarını saptamıştır. Araştırma sonucunda beklendiği gibi gelir gruplarına göre düşük gelirli hanehalklarının fiyat unsurunu önemsedikleri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Korkmaz (2011), kültürel farklılıkların dondurulmuş gıda tüketim kalıplarına etkisinin Polonya ve Türkiye karşılaştırmasını yaptığı çalışmasında anket çalışmalarını Polonya'nın Wrocław şehrinde 300 katılımcıya ve Türkiye'nin Sakarya ve Balıkesir şehirlerinde 300 katılımcıya olacak şekilde, kolayda örnekleme yöntemi ile toplamda 600 anket yaparak gerçekleştirmiştir. Araştırmacı her iki ülkedeki tüketicilerin dondurulmuş gıda tüketim alışkanlıkları ve dondurulmuş gıdalara karşı tutum ve algılamaları arasında farklılıklar olduğunu gözlemlemiştir.

Vassigh (2012), Ankara’da okuyan öğrencilerin öğün tüketim alışkanlıkları üzerine yaptığı çalışmada bireylerin öğünlerini tükettikleri yere göre dağılımlarını araştırmıştır. Erkek ve kızların en fazla evde kahvaltı yaptıkları saptanmıştır. Evden sonra en fazla kahvaltı yapılan yerin erkeklerde %32.9 kızlarda ise %24.9 oranla okul kantini olduğu tespit edilmiştir. Öğle yemeğini ise erkeklerin %51.5’inin kızların ise %43.5’inin okul yemekhanesinde tükettiği saptanmıştır. Okul kantininin ise erkeklerde %28.7’sinin kızlarda %34.8’inin öğle yemeklerinde ikinci en yaygın tercihi olduğunu akşam yemeklerini ise her iki grupta da yaygın olarak evde (erkekler %45.0, kızlar %43.0) tükettiklerini belirtmiştir. Birlikte yemek yenen kişiler incelendiğinde kahvaltıda erkeklerin yalnız (%43.2) kahvaltı yaptıklarını gözlemlenirken kızların arkadaşlarıyla (%45.1) kahvaltı yaptığı saptanmıştır. Öğle ve akşam yemeklerinde ise kız ve erkeklerin çoğunlukla arkadaşları ile yemek yedikleri (öğle %70.9, akşam %56.3) ortaya koyulmuştur.

Rufino (2014), Filipinlilerde yerel halk arasında “dışarıda yemek yeme” davranışına dair hane halkları arasında anketler yapılmıştır. Hane halklarının sosyoekonomik ve demografik özelliklerine göre ev dışı gıda tüketim oranları incelenmeye çalışılmıştır. Filipinli hane halkları arasında ev dışı gıda tüketiminin yıllar içerisinde artarak, 2012 yılında %86.91 oranına kadar ulaştığı belirlenmiştir. Tüketici tercihlerinde özellikle şehirlerde ve şehirleşmiş bölgelerde evde tüketilen kişi başına düşen yıllık gıda tüketiminde % 4.41’lik artışa karşılık, ev dışı gıda tüketiminde de yıllık %9.91’lik bir yükselme eğilimi gözlenmiştir. Çalışma sonuçlarına göre, 2012 yılına kadar olan son dönemde ev dışı gıda tüketiminde gıda talebinde gelir seviyesi, aile büyüklüğü, yaş kompozisyonu, eğitim düzeyi ve medeni hal belirleyici özellikler olurken, yaş ve cinsiyet talep belirlemede önemsiz olmuştur.

Koçak (2015), Van ili İpekyolu ilçesinde hanehalklarının ev dışı yemek tüketim alışkanlıkları üzerine yaptığı çalışmada, tüketicilerin %89.58’inin hem geleneksel ve hem de fast food restoranları birlikte, %10.42’sinin ise sadece geleneksel restoranları tercih ettiklerini belirlemiştir. Araştırmacı, tüketicilerin geleneksel restoranları tercih etmesinin başlıca nedenlerinin arasında, sırasıyla 3.78, 3.51 ve 3.48 likert ölçeği ortalaması ile yemeklerin damak tadına uygun ve doyurucu olması, özel hazırlanmış mekânlar olması ve müşterilerle özel olarak ilgilenilmesi faktörlerinin etkili olduğunu gözlemlemiştir. Tüketicilerin fast food restoranları

tercih etmesinin başlıca nedenlerinin ise sırasıyla 3.95 ve 3.67 likert ölçeği ortalamasına göre merkezi yerlerde bulunmaları ve çocukların tercihinin rol aldığını saptamıştır.

Ogundari (2015), Nijerya'da hanehalkı reisinin eğitim düzeyinin ev dışı gıda tüketimine etkisini araştırmıştır. Hanehalkı eğitiminin, ev dışı gıda tüketme talebini ve olasılığını azalttığı gözlenmiştir. Hanehalkının gelir seviyesi ve küçük yaş grubuna sahip olması, ev dışı gıda tüketim olasılığını arttırmaktadır. Araştırma bulguları aynı zamanda hane halklarında eğitimin azaldığını da ortaya koymuştur. Gelir seviyesi yüksek olan hanelerde ev dışı gıda tüketim talebi gelir seviyesi düşük olan hanelere göre iki kat daha fazla olarak belirlenmiştir.

Onurlubaş vd. (2015), tüketicilerin ev dışı gıda tüketimi ile ilgili genel tutum ve eğilimlerini incelemişlerdir. Çalışma Türkiye'nin 7 coğrafi bölgesinde anket tekniği kullanılarak 1282 kişi ile yürütülmüştür. Elde etikleri sonuçlara göre araştırmaya katılanların tamamının ev dışı gıda tüketmekte olduğu tespit edilmiştir. Çalışma sonucuna göre en yüksek gelire sahip %20'lik grubun aylık gelirinin içerisindeki aylık ev dışı gıda tüketiminin payı %21.83'tür. Ev dışı gıda tüketenler tüketim yeri tercihi olarak en fazla restoranları tercih etmektedir. Ev dışı gıda tüketim nedeni olarak ilk sırada özel günler gelmektedir. Yapılan χ^2 analizi sonucuna göre tüketicilerin meslek grupları ile ev dışı gıda tüketme alışkanlıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunu bildirmişlerdir.

Yazırlı (2015), ev dışı gıda tüketimini etkileyen faktörler üzerine Aydın ili Nazilli ilçesinde yaptığı çalışmada, kentsel alanda yaşayan 230 hane halkına anket uygulamış ve hanelerde %83.9 oranda ev dışı gıda tüketimi yapıldığını ve %16.1 oranda ev dışı gıda tüketimi yapılmadığını tespit etmiştir. Araştırmacı, ev dışı gıda tüketimini etkileyen faktörlerin başında; ailelerin gelirinin, annenin statüsünün, annenin eğitim seviyesinin, bireylerin medeni durumunun ve ailelerin sahip oldukları mal varlıklarının etkisini incelemiştir.

Tutar ve Yazırlı (2016), ev dışı gıda tüketimini etkileyen faktörleri incelemişlerdir. Çalışmalarında, ev dışı gıda tüketimi yapan hane halklarının ne sıklıkla tüketim yaptıkları, günün hangi öğününü ev dışında tükettiklerini, ev dışı gıda tüketimini

nerelerde gerçekleştirdiklerini ve ev dışı gıda tüketimini etkileyen aile üyesinin kim olduğunu araştırmışlardır. Araştırmacılar, Aydın ili Nazilli ilçesinde kentsel alanda yaşan 230 hane halkına anket uygulamışlardır. Ankete katılan 230 haneden %83.9'unda ev dışı gıda tüketime yapıldığı, %16.1'inde ise ev dışı gıda tüketime yapılmadığı belirlenmiştir. Ev dışı gıda tüketimini etkileyen faktörlerin başında ailelerin gelir düzeylerinin, annenin statüsünün, annenin eğitim seviyesinin, bireylerin medeni durumunun ve ailelerin sahip oldukları mal varlıklarının etkili olduğunu belirlemişlerdir.



3. ARAŞTIRMA ALANI HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Antalya ilinin nüfusu ve cinsiyete göre dağılımı Çizelge 3.1’de verilmiştir. 2010 yılında 1.978.333 kişi olan Antalya ili nüfusu %22.64 artarak, 2018 yılında 2.426.356 kişiye ulaşmıştır. İldeki toplam nüfus içinde erkek nüfusun payı kadın nüfustan fazladır. Nitekim toplam nüfus içinde erkek nüfusun oranı 2010 yılında %50.64 iken; bu oran yıllar itibariyle fazla bir değişiklik göstermemiş ve 2018 yılında %50.37 olarak gerçekleşmiştir.

Çizelge 3.1. Antalya ilindeki nüfusun durumu

Yıl	Toplam Nüfus	Erkek		Kadın	
	Kişi	Kişi	%	Kişi	%
2010	1.978.333	1.001.908	50.64	976.425	49.36
2011	2.043.482	1.034.655	50.63	1.008.827	49.37
2012	2.092.537	1.058.070	50.56	1.034.467	49.44
2013	2.158.265	1.090.843	50.54	1.067.422	49.46
2014	2.222.562	1.122.997	50.52	1.099.565	49.48
2015	2.288.456	1.156.076	50.52	1.132.380	49.48
2016	2.328.555	1.174.936	50.46	1.153.619	49.54
2017	2.364.396	1.192.582	50.44	1.171.814	49.56
2018	2.426.356	1.222.086	50.37	1.204.270	49.63
2010-2018 Değişim %	22.64	21.97	-	23.33	-

Kaynak: TÜİK, 2018

Çizelge 3.2. Antalya ili nüfusun ilçelere göre dağılımı (2017)

İlçeler	Toplam Nüfus	Yüzde Oranları (%)
Akseki	10471	0.44
Aksu	69967	2.96
Alanya	299460	12.67
Demre	25928	1.10
Döşemealtı	59948	2.54
Elmalı	38651	1.63
Finike	48948	2.07
Gazipaşa	49555	2.10
Gündoğmuş	7593	0.32
İbradı	2646	0.11
Kaş	57123	2.42
Kemer	42568	1.80
Kepez	519970	21.99
Konyaaltı	172920	7.31
Korkuteli	53610	2.27
Kumluca	67942	2.87
Manavgat	226390	9.58
Muratpaşa	488670	20.67
Serik	122030	5.16
Toplam	2364400	100.00

Kaynak: TÜİK, 2018

Çizelge 3.2’de Antalya ili nüfusunun ilçelere göre nüfusları ve toplam il içerisindeki payı görülmektedir. Bu verilere dayanarak 2017 yılında Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemine göre Antalya ilinin nüfusu 2.364 bin olup; Kepez ilçesinin nüfusu 519 bin ile toplam nüfusun %21.99’unu oluştururken, Muratpaşa ilçesi ise 488 bin ile toplam nüfusun %20.67’sini oluşturduğu görülmektedir. Araştırma alanı olarak seçilen; Döşemealtı, Konyaaltı, Kepez ve Muratpaşa ilçelerinin toplam nüfusunun yarısından fazlasını (%52.51) oluşturmaktadır.



4. MATERYAL VE YÖNTEM

4.1. Materyal

Araştırmada birincil veriler kullanılmıştır. Birincil veriler Antalya ili merkez ilçelerdeki (Döşemealtı, Kepez, Konyaaltı ve Muratpaşa) hanehalklarından yüz yüze görüşme yapılarak anket yöntemi ile elde edilmiştir. Ayrıca, istatistiki verilerden ve konu ile ilgili araştırma sonuçlarından da yararlanılmıştır. Araştırma verileri, 1 Ekim-30 Kasım 2018 tarihinde elde edilmiştir.

4.2. Yöntem

4.2.1. Örnek hacminin hesaplanması

Araştırmada anakitleyi Antalya ili merkez ilçelerdeki hanehalkları oluşturmuştur. Çalışmada örnek sayısının belirlenmesinde Anakitle Oranlarına Dayalı Basit Tesadüfi Olasılık Örnekleme “Sonlu Anakitle” (Miran, 2011) formülünden yararlanılmıştır. Örnekleme için aşağıdaki örnek hacmi formülü kullanılmıştır.

$$n = \frac{Np(1-p)}{(N-1)\sigma_{px}^2 + P(1-P)} \quad (4.1)$$

N büyüklüğündeki sonlu bir anakitle için, belli bir özelliği taşıyanların bilinen veya tahmin edilen oranına (p) göre örnekleme yapılmak isteniyorsa, örnek hacmi formülümüz yukarıdaki gibi olacaktır. Burada p, üzerinde çalışılan özelliğin anakitledeki oranı veya rastlanma olasılığıdır. p, daha önceki araştırma veya deneyimlerden elde edilebileceği gibi, sezgisel olarak da tahmin edilebilir. Maksimum örnek hacmine ulaşabilmek için P=0.5 alınmalıdır. P'nin, 0.5'ten daha az ve daha yüksek değerleri, örnek hacmini düşürür. O nedenle p'nin bilinmediği durumlarda maksimum örnek hacmiyle çalışmak olası hatayı azaltacağından P=0.5 alınması önerilmektedir. σ_{px}^2 oranın varyansıdır.

Örnek sayısı %95 güven aralığında ve %5 hata payında 384 olarak hesaplanmıştır. Belirlenen 384 örnek aile gelir grupları itibariyle; 0- 5000 TL (I. Gelir grubu), 5001-10.000 TL (II. Gelir grubu) ve 10.000 TL'den büyük olmak üzere (III. Gelir grubu)

olmak üzere üç gruba ayrılmıştır. Bu büyüklük grupları ve ortalama dikkate alınarak analizler yapılmıştır.

Çalışmada veri toplamak amacıyla anket tekniği uygulanmıştır. Örnekleme sonucunda elde edilen örnek sayıları mahallelere dağıtılmıştır.

Antalya ilinde çalışma alanı olarak seçilen Döşemealtı, Kepez, Konyaaltı ve Muratpaşa merkez ilçelerinde mahallelere göre dağılım yapılmıştır. Bu dağılıma göre; Döşemealtı ilçesindeki mahallelerden toplam 15, Kepez ilçesindeki mahallelerden 148, Konyaaltı ilçesindeki mahallelerden 60 ve Muratpaşa ilçesindeki mahallelerden 161 aile ile görüşme yapılmıştır. Anket çalışması 1 Ekim- 30 Kasım 2018 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

Uygulanan anket çalışmasında; hanehalkının gelir, tüketim ve ev dışı tüketim eğilimleri ile ilgili sorular bulunmaktadır. Ankette hanehalkına; yaş, meslek, öğrenim durumu gibi demografik soruların yanı sıra; anket yapılan kişinin geliri, eşinin geliri, aylık gelir, aylık gıda harcaması tutarı gibi ekonomik içerikli sorular da yöneltilmiştir.

Anketlerde hanehalkının sosyo-demografik özellikleri ile hanehalkı geliri ve harcamalarına yönelik olarak 5'li Likert soruların sonuçları, ortalamalar, oransal değerler ve değişkenler arasında çapraz ilişkiler kurularak analiz edilmiştir. Ayrıca çalışmada hanehalklarına ilişkin veriler, çeşitli tanımlayıcı istatistikler ile ortaya konulmuştur.

4.2.2. Ki-kare analizi

Bu çalışmada aynı zamanda bazı değişkenler arasındaki (eğitim, gelir, ev dışı gıda, çalışan sayısı vb.) ilişkilerin karşılaştırılabilmesi için Ki-kare testi uygulanmıştır. Bu çalışmada Ki-kare testinin uygulanma nedeni, tüketicilerin sosyo demografik özellikleri ile ev dışı gıda tüketimi arasında ilişkisi olma durumu hipotezleri test edilmesidir.

Ki-kare testi, veri setindeki 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 olmadığının test edilmesinde uygun bir yöntemdir. Değişkenlerin alt grupları arasında bağımlılık, birlikte değişim olup olmadığını ortaya çıkarmak amacıyla uygulanan Ki-kare bağımsızlık testi olarak adlandırılır. H_0 hipotezi, bağımlılık yoktur şeklinde kurulur (Özdamar, 1999).

4.2.3. Lojistik regresyon analizi

Bu çalışmada ayrıca ev dışı gıda tüketimi olasılığı üzerinde bazı değişkenlerin etkisi irdelenmiştir (eğitim, gelir, çalışan sayısı vb.). Bunun için lojistik regresyon analizi uygulanmıştır.

Lojistik fonksiyonun 0 ile 1 arasında bir değişim aralığına sahip olması lojistik fonksiyonun tercih edilmesindeki ilk önemli nedendir. Lojistik model, ortaya çıkacak riski 0 ile 1 arasında herhangi bir değer olarak tahmin etmeye yarar. Başka bir ifade ile 1'in üstünde veya 0'in altında bir risk olmaz. Bu durum her model için her zaman doğru olmamaktadır (Hosmer ve Lemeshow, 1980; Bahçe, 2017). Logistik fonksiyonu olarak hesaplanabilir (Hosmer ve Lemeshow, 2000):

$$\pi(x) = \frac{\exp(\beta_0 + \beta_1 X)}{1 + \exp(\beta_0 + \beta_1 X)} \quad \text{veya} \quad P(y) = \frac{\exp(\beta_0 + \beta_1 X)}{1 + \exp(\beta_0 + \beta_1 X)} \quad 4.2$$

şeklindedir. Bu ifadenin bir diğer şekli ise,

$$\pi(x) = \frac{1}{1 + \exp(-(\beta_0 + \beta_1 X))} \quad \text{veya} \quad P(y) = \frac{1}{1 + \exp(-(\beta_0 + \beta_1 X))} \quad 4.3$$

Logistik regresyon, açıklayıcı değişkenlere göre cevap değişkeninin beklenen değerlerinin bir olasılık olarak elde edildiği regresyon yöntemidir. $\pi(x) = E(Y/x)$ değeri şartlı ortalama olarak bilinir. Şartlı ortalamanın, modelde yer alan parametrelerle $(\beta_0 + \beta_1)$ doğrusal hale dönüştürülmesi için, dönüşüme (transformasyona) tabi tutulması gerekir. Bu dönüşüme logit dönüşümü adı verilir ve aşığıdaki şekilde gösterilir:

$$g(x) = \ln\left(\frac{\pi(x)}{1-\pi(x)}\right) = \beta_0 + \beta_1 X \quad 4.4$$

Dönüşüm değişkeni $g(x)$, modeldeki parametrelerle doğrusal, süreklidir ve $-\infty$. $+\infty$ aralığında değişen değerler alır. $\pi(x)$ arttıkça $g(x)$ 'te artar ve eğer $\pi(x) < 0.5$ ise $g(x)$ negatif, $\pi(x) > 0.5$ ise $g(x)$ pozitif değerler alır (Hosmer ve Lemeshow, 1989).

Modelde sonuç değişkeninin sınırlarını genişletmek için uygulanan logit dönüşümünün bazı özellikleri şöyle sıralanabilir:

- p arttıkça logit (p) de artar.
- p . 0 ile 1 arasında iken logit (p) reel sayılar doğrusu üzerinde değerler alabilir.
- $p < 0.5$ olduğunda logit (p) < 0 ve $p > 0.5$ olduğunda logit (p) > 0 olur.

Lojistik regresyon modelinin kurulması

Bu analizde ilk olarak kullanılacak modele karar verilmiştir. Modelde, açıklayıcı ya da bağımsız değişkenlerin katsayılarının önemlilik durumu test edilmiştir. Bu noktada yaygın olarak kullanılan testler; olabilirlik oran testi (likelihood ratio test), Score testi ve Wald testidir. Modele dâhil edilen değişkenlere olabilirlik oranları ve Wald sonuçları dikkate alınarak karar verilmiştir.

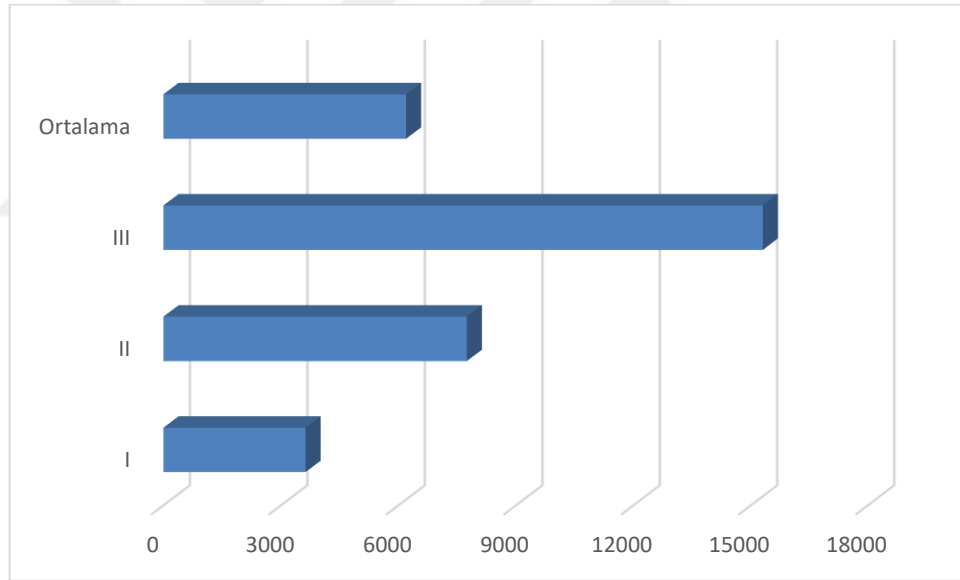
Lojistik regresyon modelindeki katsayılar yorumlanırken odds ve odds oranından yararlanır. Odds, logit dönüşümün doğal logaritmasının alınmış halidir. Odds oranı ise $x=1$ için hesaplanan Odds'un $x=0$ için hesaplanan Odds'a oranıdır. Odds oranının doğal logaritması ise LogOdds oranını verir.

5. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA

5.1. Ailelerin Demografik Özellikleri

Görüşülen kişilere, ailelerinin demografik özellikleri, genel olarak mal ve hizmet alımındaki tutumları, gelir ve harcama kalıpları hakkında sorular sorulmuştur. Antalya ilindeki ortalama hane genişliği daha önce yapılan çalışmalarda 3.5 kişi olarak belirlenmişken (Ekeyılmaz, 2006), bu çalışmada anket yapılan kişilerin ortalama hane genişliği 2.9 olarak hesaplanmıştır.

Görüşülen 384 hanede ortalamada aylık aile geliri yaklaşık 6195 TL'dir. I. gelir grubunda bu değer 3629 TL, II. gelir grubunda 7747 TL ve III. gelir grubunda 15307 TL olduğu saptanmıştır (Şekil 5.1).



Şekil 5.1. Hanehalklarının aylık geliri (TL)

Hanehalklarının gelir düzeyleri yaşadıkları ilçe ile ilişkilendirilmiş olup 1. gelir grubunun en yoğun olarak bulunduğu ilçe %48.99 ile Kepez 2. ve 3. gelir grubunun en yoğun bulunduğu ilçe ise Muratpaşa (%42.68 ve %55.17 değerleri ile) olarak saptanmıştır. Tüm gelir gruplarının oranlarının en düşük olduğu ilçe ise toplam değerinde %4.69 oranıyla Döşemealtı olarak belirlenmiştir (Çizelge 5.1). Araştırma bölgelerinde hane halklarında, en yüksek gelir grubu Muratpaşa (%40.89) ilçesinde gözlenmiştir. Bunu sırasıyla Kepez (%38.54), Konyaaltı (%15.89) ve Döşemealtı

(%4.69) ilçeleri izlemiştir. Pearson Ki-kare analizi sonuçlarına göre istatistiki açıdan önemli fark bulunmuştur.

Çizelge 5.1. Gelir gruplarına göre hanehalklarının dağılımı

İlçeler	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Toplam
	Oran (%)			
Kepez	48.99	29.94	13.79	38.54
Konyaaltı	10.10	21.02	27.59	15.89
Muratpaşa	37.37	42.68	55.17	40.89
Döşeme altı	3.54	6.37	3.45	4.69
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

(χ^2 :26.279, p<0.05)

Çizelge 5.2’de gelir gruplarına göre hanehalklarının nerede doğduğu ile ilgili ankete cevap veren tüketiciler incelendiğinde; görüşme yapılan bireylerin çoğunlukla şehirde doğmuş olduğu gözlemlenmiştir. Çizelgeden de izlenebileceği gibi en yüksek oranı %60.42 ile il merkezinde doğanlar oluştururken, bunu sırasıyla ilçede doğanlar (%27.34) ve köyde doğanlar (%12.24) takip etmiştir. Sağlıker (2010)’in yaptığı çalışmasında bireylerin %75.51’inin şehirde, %13.65’inin ilçede ve %10.84’ünün de köyde doğduğu belirlenmiştir. Araştırma sonucu diğer araştırmanın sonuçları ile yakın sonuçlar göstermektedir. Pearson Ki-kare analizi sonuçlarına göre gelir grubu ile doğum yeri arasında istatistiki açıdan önemli olmadığı bulunmuştur.

Çizelge 5.2. Hanehalklarının doğum yerleri

Doğum yeri	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
İl merkezi	54.04	68.15	62.07	60.42
İlçe	30.30	23.57	27.59	27.34
Köy	15.66	8.28	10.34	12.24
Toplam	100	100	100	100

(χ^2 :8.339, P>0.05)

Tüketicilerin Antalya ilinde ikamet etme süreleri incelendiğinde tüm gelir grupları ortalamasında en yüksek ikamet etme süresi %63.02 oranı ile 11 yıl ve üzeridir. En düşük değer ise %7.29 oranı ile 6-7 yıl olan ikamet süresidir. İkamet etme süreleri 1-3 yıl ve 8-10 yıl olan katılımcıların oranı ise sırasıyla %10.68 ve % 10.94 olarak gözlenmiştir. İkamet süresi 4-5 yıl olan katılımcıları oranı ise %8.07’dir. Pearson Ki-kare analizi sonuçlarına göre istatistiki açıdan önemli fark olmadığı bulunmuştur. (Çizelge 5.3).

Çizelge 5.3. Hanehalklarının Antalya ilindeki ikamet etme süreleri

Süre	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
1-3 Yıl	12.63	8.92	6.90	10.68
4-5 Yıl	7.07	10.83	0.00	8.07
6-7 Yıl	7.07	7.64	6.90	7.29
8-10 Yıl	11.11	11.46	6.90	10.94
11 Yıl	62.12	61.15	79.31	63.02
Ortalama	100.00	100.00	100.00	100.00

(χ^2 :7.470, P>0.05)

Çalışmada görüşülen kişilerin vakitlerini daha çok nerede geçirdiği sorusu yöneltilmiş ve elde edilen sonuçlar Çizelge 5.4'te verilmiştir. Gelir gruplarının ortalamasına göre ankete katılan kişilerin %89.32 oranında sürekli şehirde vakit geçirdiklerini, %1.3'ünün ise sürekli köyde vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir. Ankete katılan kişilerin %9.11'i çalıştıkları için sadece hafta sonlarını aile büyüklerinin bulunduğu köylere giderek değerlendirdiklerini, %0.26'sı ise diğer seçenekleri kullandıklarını bildirmişlerdir. Bu grubun vakitlerini iş ve/veya seyahat dolayısıyla yurt dışında geçirdikleri belirlenmiştir. Gelir grubu yüksek olan kişilerin, diğer gelir grubundaki kişilerden farklı olarak zamanlarını yurtdışında geçirdikleri (diğer) gözlemlenmiştir.

Çizelge 5.4. Hanehalklarının genellikle ikamet ettikleri yerler

Vakit geçirilen yer	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Sürekli Şehirde	86.87	91.72	93.10	89.32
Sürekli Köyde	1.01	1.27	3.45	1.30
Arasıra Şehir-Köy	12.12	7.01	0.00	9.11
Diğer	0.00	0.00	3.45	0.26
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

Araştırma kapsamında ankete katılan Antalya ilinde yaşayan kişilerin gelir seviyelerine göre medeni durumları Çizelge 5.5'te verilmiştir. Elde edilen ortalama verilere göre ankete katılanların %70.83'ünün evli, %24.74'ünün bekar ve %4.4'ünün ise boşanmış olduğu tespit edilmiştir. En yüksek gelir grubuna sahip olan katılımcılarda evlilik oranının en yüksek (%86.21) olduğu ve katılımcılar içerisinde hiç boşanmış birey olmadığı saptanmıştır. Yapılan Ki-kare analizine göre tüketicilerin gelirleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak fark

bulunmuştur. Gelir grubu arttıkça evli olma oranı artmakta, buna karşın gelir düzeyi azaldıkça boşanma ve/veya bekâr olma oranı artmaktadır.

Çizelge 5.5. Hanhalklarının medeni durumları

Medeni durum	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Bekâr	30.30	19.75	13.79	24.74
Evli	62.12	78.98	86.21	70.83
Boşanmış	7.58	1.27	0.00	4.43
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

(χ^2 :19.269, P<0.05)

Çizelge 5.6'da anket yapılan kişilerin kendilerini nasıl tanımladıkları ile ilgili sorulara alınan cevaplar gelire göre gruplandırılmıştır. Ankete katılan kişilerin %38.80'i konuşkan, %29.43'ü ise kendini dışa dönük olarak tanımlamışlardır. Kendisini aşırı sosyal ve içe kapanık olarak tanımlayanların yüzdesi ise %15.89 olarak belirlenmiştir. Pearson Ki-kare analizi sonuçlarına göre gelir seviyesi ile kendilerini tanımlamaları arasında istatistiki açıdan önemli fark olmadığı bulunmuştur.

Çizelge 5.6. Hanhalklarının kendilerini tanımlamaları

Kendini tanımlama	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
İçine Kapanık	17.68	14.01	13.79	15.89
Dışa Dönük	26.77	32.48	31.03	29.43
Konuşkan	37.88	39.49	41.38	38.80
Aşırı Sosyal	17.68	14.01	13.79	15.89
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

(χ^2 :2.765, P>0.05)

Antalya ilinde ankete katılan kişilerin sosyal statüleri incelenmiş ve Çizelge 5.7'de sonuçlar gösterilmiştir. Bu çalışmada ankete katılan kişiler içerisinde memurlar %67.19, emekliler %0.78 ve öğrenciler %2.08 oranındadır. Ayrıca; %26.3'ünü işçilerin, %3.65'ini ise ev hanımlarının oluşturmuştur. Yapılan çalışmada devlet memuru sayısı ile özel sektör oranları, Ekeyılmaz (2006)'ın yaptığı çalışma sonuçlarından farklıdır. Araştırmacı, yaptığı çalışmada devlet memuru sayısını oranının özel sektör çalışanına göre düşük olduğunu bulmuştur. Bunun nedeninin de Antalya ilinde devlet dairesi sayısının, özel sektör sayısına göre çok az sayıda olmasından kaynaklandığını belirterek açıklamıştır. Korkmaz (2011) ise demografik özelliklere

göre daha fazla kişi ve gruplara anket uygulanmasının sektör ile ilgili daha kapsamlı bilgi elde edilebileceğini bildirmiştir.

Çizelge 5.7. Hanehalklarının sosyal statüsü

Sosyal statü	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Öğrenci	3.54	0.64	0.00	2.08
Memur	60.61	73.25	79.31	67.19
İşçi	28.79	24.2	20.69	26.30
Ev Hanımı	6.06	1.27	0.00	3.65
Emekli	1.01	0.64	0.00	0.78

Gelir gruplarına göre anket yapılan kişilerin eşlerinin sosyal statüsü incelendiğinde; eşlerin %30.99'unun devlet memuru, %22.92'sinin ise ev hanımı olduğu belirlenmiştir. En düşük değerler ise %1.04 ile emekli ve %0.26 ile öğrenci statüsünde olan eşler olarak gözlenmiştir (Çizelge 5.8).

Çizelge 5.8. Hanehalklarının eşinin sosyal statüsü

Eşin sosyal statüsü	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Öğrenci	0.00	0.64	0.00	0.26
Memur	13.13	50.32	48.28	30.99
İşçi	15.15	12.74	20.69	14.58
Ev hanımı	30.30	14.65	17.24	22.92
Emekli	1.01	1.27	0.00	1.04
Cevap vermeyenler	40.40	20.38	13.79	30.21
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

5.2. Sosyokültürel Faktörler

5.2.1. Aile içindeki statü

Çalışmaya katılanların aile içi statüleri ve gelir dağılımı Çizelge 5.9'da verilmiştir. Gelir düzeyi ortalamasına göre tüketicilerin %61.98'i aile reisi, %25.52'si ev hanımı, %12.5'i ise evin çocuğu statüsündedir. Demir (2011)'in Aydın ili Nazilli ilçesinde yapmış olduğu benzer çalışmada ailelere hanehalkı reisini seçme seçeneği verilmiş ve ankete yanıt veren tüm bireyler hanehalkı reisini erkek birey olarak yanıtlamış olduğu için, bu çalışmada da hanehalkı reisi erkek birey ve hanehalkı reisinin eşi bayan birey olarak yer almıştır. Her iki çalışma sonucunda da benzer cevaplar verilmiştir. Ankete katılan bireylerin aile içerisindeki statüsü ile gelir seviyesi

arasında Pearson Ki-kare analizi sonuçlarına göre istatistiki açıdan önemli fark olmadığı bulunmuştur.

Çizelge 5.9. Hanehalklarının aile içindeki statüleri

Aile içi statü	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Aile reisi	63.64	59.87	62.07	61.98
Ev hanımı	26.26	24.84	24.14	25.52
Çocuk	10.10	15.29	13.79	12.50
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

(χ^2 :2.219, P>0.05)

5.2.2. Gıda tüketiminde aile içi karar verici bireylerin belirlenmesi

Çalışmada gelir gruplarına göre hanehalkına aile içinde gıda satın almaya karar veren birey sorulmuş ve gıda satın alma kararlarında etkili kişinin, gelir grupları ortalamasına göre %50 oranında anne olduğu ve bunu %28.39 oran ile baba, %12.50 oran ile anne-babanın ortak kararı ve %9.11 oran ile çocukların olduğu belirlenmiştir. Tüm gelir gruplarında ve grupların ortalamasında gıda satın alma konusunda annenin karar verici olduğu belirlenmiştir (Çizelge 5.10.). Pearson Ki-kare analizi sonuçlarına göre istatistiki açıdan önemli fark olmadığı bulunmuştur.

Çizelge 5.10. Aile içinde gıda satın alma kararını veren birey

Karar verici	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Anne	52.02	46.50	55.17	50.00
Baba	29.80	26.11	31.03	28.39
Çocuklar	8.59	10.83	3.45	9.11
Anne baba ortak	9.60	16.56	10.34	12.50
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

(χ^2 :6.301, P>0.05)

Çizelge 5.11’de hanehalkına ev dışı gıda tüketiminde aileden en etkili bireyin kim olduğu ile ilgili sorulan soruya verilen cevaplarda, gelir düzeyine göre elde edilen ortalama değerlerde, ailedeki en etkili bireylerin çocuklar (%28.91) olduğu tespit edilmiştir. İkinci en etkili birey %20.31 oranı ile anne olurken, %17.97 oranı ile diğer bireyler üçüncü sırada yer almış, tek başına baba ve anne ve babanın birlikte karar verme yüzdesi birbirine yakın değerde olmuştur. Demir (2011) ise Aydın ili Nazilli

ilçesinde yapmış olduğu çalışmada hanehalkında ev dışı gıda alışverişinde anne-baba ile yapılan tercihlerin etkin olduğunu ve bu tercihin anne ve babanın eğitim seviyesine paralel olarak arttığını gözlemlemiştir. Pearson Ki-kare analizi sonuçlarına göre gelir seviyesi ile ev dışı gıda kararındaki etkili birey arasında istatistiki açıdan önemli fark olmadığı bulunmuştur.

Çizelge 5.11. Hanehalklarının ev dışı gıda tüketiminde aile içinde karar veren en etkili birey

Ev dışı gıdada karar verici	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Anne	17.68	21.02	34.48	20.31
Baba	14.65	17.83	24.14	16.67
Çocuklar	28.79	29.94	24.14	28.91
Anne ve baba birlikte	10.61	22.93	17.24	16.15
Diğer	28.28	8.28	0.00	17.97
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

(χ^2 :41.780, P>0.05)

Antalya’da yapılan ev dışı gıda tüketimi çalışmasında aile üyelerinden annenin karar vermedeki etkinlik dereceleri beşli Likert ölçeğine göre derecelendirilerek incelendiğinde, gelir gruplarının ortalamasına göre annenin %32.55 oranı ile çok etkili olduğu, %4.43 oranında ise etkisiz olduğu gözlemlenmiştir. Ankete katılan bireylerden %23.70’i kendilerine yöneltilen soru hakkında kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Yapılan Ki-kare analizine göre tüketicilerin gelirleri ile annenin ev dışı gıda tüketiminde karar verici olmasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur. Gelir grubu arttıkça, annenin ev dışı gıda tüketim bilinç düzeyi de artmakta buna bağlı olarak anne karar vermede etkili olmaktadır (Çizelge 5.12).

Çizelge 5.12. Hanehalklarının ev dışı gıda tüketiminde annenin karar verme değerleri

Anne	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
1	21.72	16.56	13.79	19.01
2	3.03	4.46	13.79	4.43
3	38.89	25.48	13.79	31.51
4	10.61	14.65	13.79	12.50
5	25.76	38.85	44.83	32.55
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

*1.Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili
(χ^2 :29.448, P<0.05)

Antalya’da yapılan ev dışı gıda tüketimi çalışmasında aile üyelerinden babanın karar vermedeki etkinlik dereceleri beşli Likert ölçeğine göre derecelendirilerek incelendiğinde, gelir gruplarının ortalamasına göre babanın %30.21 oranında çok etkili olduğu, %3.13 oranında ise etkisiz olduğu gözlemlenmiştir. Ankete katılan bireylerin %27.34’ü kendilerine yöneltilen soru hakkında kararsız olduklarını bildirmişlerdir. Yapılan Ki-kare analizine göre tüketicilerin gelirleri ile babanın ev dışı gıda tüketiminde karar verici olmasında istatistiksel olarak fark bulunmuştur. Gelir grubu arttıkça, babanın eğitim seviyesi arttığından gıda tüketim bilinçliliğinin artması babanın buna karar verme oranını artmakta; buna karşın gelir düzeyi azaldıkça babanın eğitim ve buna bağlı olarak gelir seviyesi bu kararın oranını düşürmektedir. Ankete katılan bireylerin ortalama %27.34’ü bu soruya cevap vermedikleri için kayıp veri olarak değerlendirilmiştir (Çizelge 5.13).

Çizelge 5.13. Hanehalklarının ev dışı gıda tüketiminde babanın karar verme değerleri

Baba	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Cevapsız	34.34	23.57	0.00	27.34
1	19.70	14.65	3.45	16.41
2	2.53	3.18	6.90	3.13
3	5.56	9.55	10.34	7.55
4	13.13	16.56	24.14	15.36
5	24.75	32.48	55.17	30.21
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

*1. Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili
(χ^2 :31.043, P<0.05)

Ev dışı gıda tüketiminde gelir gruplarına göre hanehalkı ile yapılan görüşmede gıda satın almaya karar veren bireylerden çocukların karar vermedeki etkinlik dereceleri beşli Likert ölçeğine göre derecelendirilerek incelendiğinde, gelir gruplarının ortalamasına göre çocukların %39.06 oranında çok etkili olduğu, %3.13 oranında ise etkisiz olduğu belirlenmiştir. Ankete katılan bireylerden %28.39’unun kendilerine yöneltilen soru hakkında kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Pearson Ki-kare analizi sonuçlarına göre istatistiksel açıdan önemli olmadığı bulunmuştur. Ankete katılan bireylerin ortalama %28.39’u bu soruya cevap vermedikleri için kayıp veri olarak değerlendirilmiştir (Çizelge 5.14).

Çizelge 5.14. Hanehalklarının ev dışı gıda tüketiminde çocuğun karar verme değerleri

Çocuklar	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Cevapsız	32.83	25.48	13.79	28.39
1	13.64	11.46	13.79	12.76
2	2.53	3.82	3.45	3.13
3	4.55	3.18	6.90	4.17
4	12.63	12.74	10.34	12.5
5	33.84	43.31	51.72	39.06
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

*1.Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili
($\chi^2:9.218$, $P>0.05$)

Ev dışı gıda tüketiminde gelir gruplarına göre hanehalkı ile yapılan görüşmede gıda satın almaya karar veren bireylerden evde yaşayan anne, baba ve çocuk dışındaki diğer karar vericilerin etkinlik dereceleri beşli Likert ölçeğine göre derecelendirilerek incelendiğinde ise, gelir gruplarının ortalamasına göre diğerlerinin %11.20 oranında çok etkili olduğu, %0.26 oranında ise kararsız olduğu belirlenmiştir. Ankete katılan bireylerden %86.98'inin ise kendilerine yöneltilen soru hakkında kararsız olduğu saptanmıştır. Ankete katılan bireylerin ortalama %86.98'i bu soruya cevap vermedikleri için kayıp veri olarak değerlendirilmiştir (Çizelge 5.15).

Çizelge 5.15. Hanehalklarının ev dışı gıda tüketiminde aile üyelerinden diğer kişilerin karar verme değerleri

Diğerleri	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Cevapsız	81.31	92.36	96.55	86.98
1	1.52	0.00	3.45	1.04
3	0.00	0.64	0.00	0.26
4	0.51	0.64	0.00	0.52
5	16.67	6.37	0.00	11.20
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

*1.Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili

5.2.3. Satın alınan gıdaların tüketim şekillerinin belirlenmesi

Antalya'da yapılan tüketici anket çalışmasında marketten satın alınan gıdaların ana yemek olarak önem yüzdeleri beşli Likert ölçeğine göre derecelendirilerek incelendiğinde gelir gruplarına göre bireylerin %45.05 oranında hiç etkisiz, %5.99 oranında kararsız oldukları gözlenirken, %14.58'inin bu ürünleri hangi kategoride tükettiği konusunda kararsız kaldığı belirlenmiştir. Yapılan Ki-kare analizine göre

tüketicilerin gelirleri ile satın alınan gıdanın ana yemek olarak tüketilmesinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur. Ankete katılan bireylerin ortalama %14.58'i bu soruya cevap vermedikleri için kayıp veri olarak değerlendirilmiştir (Çizelge 5.16).

Çizelge 5.16. Hanehalklarının marketten satın aldığı gıdaların ana yemek olarak önemi

Ana Yemek	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Cevapsız	18.18	10.83	10.34	14.58
1	36.36	52.87	62.07	45.05
2	6.06	7.64	6.90	6.77
3	5.05	7.64	3.45	5.99
4	7.58	7.01	10.34	7.55
5	26.77	14.01	6.90	20.05
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

*1. Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili
(χ^2 :22.762, P<0.05)

Marketten satın alınan gıdaların yardımcı yemek olarak tüketilmesi yönünden önem yüzdeleri beşli Likert ölçeğine göre derecelendirilerek incelendiğinde gelir gruplarına göre bireyler %24.22 oranında hiç etkisiz ve etkili olarak aynı oranda fikir belirtmişlerdir. Bireylerden %5.99'u ise yardımcı yemek olarak etkisiz olduğunu belirtirken, %11.72'sinin bu konuda kararsız olduğu gözlenmiştir. Pearson Ki-kare analizi sonuçlarına göre istatistiki açıdan önemli olmadığı bulunmuştur. Ankete katılan bireylerin ortalama %11.72'si bu soruya cevap vermedikleri için kayıp veri olarak değerlendirilmiştir (Çizelge 5.17).

Çizelge 5.17. Hanehalklarının marketten satın alınan gıdaların yardımcı yemek olarak önemi

Yardımcı Yemek	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Cevapsız	13.13	11.46	3.45	11.72
1	23.23	25.48	24.14	24.22
2	6.06	5.73	6.90	5.99
3	13.13	12.10	17.24	13.02
4	26.26	21.66	24.14	24.22
5	18.18	23.57	24.14	20.83
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

*1. Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili
(χ^2 :4.931, P>0.05)

Marketten satın alınan gıdaların aperatif olarak tüketilmesi yönünden önem yüzdeleri beşli Likert ölçeğine göre derecelendirilerek incelendiğinde gelir gruplarına göre bireyler %28.91 oranında çok etkili ve %5.73 oranında ise aperatif olarak etkisiz olduğunu bildirirken, ankete katılan bireylerin %13.54'ünün bu konuda kararsız olduğu saptanmıştır.

Pearson Ki-kare analizi sonuçlarına göre istatistiki açıdan önemli olmadığı bulunmuştur. Ankete katılan bireylerin ortalama %13.54'ü bu soruya cevap vermedikleri için kayıp veri olarak değerlendirilmiştir (Çizelge 5.18).

Çizelge 5.18. Hanehalklarının marketten satın alınan gıdaları aperatif yemek olarak değerlendirmesi

Aperatif olarak	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Cevapsız	16.16	12.10	3.45	13.54
1	17.17	21.66	17.24	19.01
2	7.58	2.55	10.34	5.73
3	12.12	9.55	10.34	10.94
4	20.71	22.93	24.14	21.88
5	26.26	31.21	34.48	28.91
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

*1. Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili
(χ^2 :11.322, P>0.05)

Marketten satın alınan gıdaların diğer şekillerde (atıştırmalık ya da soğuk başlangıç) tüketilmesi yönünden önem yüzdeleri beşli Likert ölçeğine göre derecelendirilerek incelendiğinde, gelir gruplarına göre bireyler %0.78 oranında çok etkili, %0.52 etkisiz, %0.26 oranında bu konuda kararsız olduğunu belirtirken, ankete katılan bireylerin %98.44'ünün bu seçenek konusunda kararsız olduğu görülmüştür. Ankete katılan bireylerin ortalama %98.44'ü bu soruya cevap vermedikleri için kayıp veri olarak değerlendirilmiştir (Çizelge 5.19).

Çizelge 5.19. Hanehalklarının marketten satın aldıkları gıdaları diğer yemek olarak tüketimi

Diğer	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Cevapsız	98.99	98.09	96.55	98.44
1	0.51	0.64	0.00	0.52
3	0.00	0.64	0.00	0.26
5	0.51	0.64	3.45	0.78
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

*1. Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili

5.2.4. Satın alınan gıdaların kimin için tüketildiğinin belirlenmesi

Antalya’da yapılan tüketici anket çalışmasında, satın alınan gıdaların özel misafirler için tüketim oranının beşli Likert ölçeğine göre derecelendirilerek incelenmesinde, bireylerin gelir gruplarına göre elde edilen ortalamada %41.93 oranında hiç etkisiz, %27.34 oranında çok etkili olduğu gözlenmiştir. Pearson Ki-kare analizi sonuçlarına göre istatistiki açıdan önemli olmadığı bulunmuştur (Çizelge 5.20).

Çizelge 5.20. Hanehalklarının satın aldıkları gıdaları özel misafirler için tüketimi

Özel Misafirler İçin	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
1	41.92	41.40	44.83	41.93
2	8.59	9.55	10.34	9.11
3	12.12	5.73	3.45	8.85
4	10.1	16.56	10.34	12.76
5	27.27	26.75	31.03	27.34
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

*1.Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili
(χ^2 :8.454, P>0.05)

Dışardan satın alınan gıdaların aniden gelen misafirler için tüketim oranının beşli Likert ölçeğine göre derecelendirilerek incelenmesinde, bireylerin gelir gruplarına göre elde edilen ortalamada satın alınan gıdaların %37.50 oranında çok etkili, % 25.52 oranında etkili olduğu ve %5.21 oranında etkisiz olduğu saptanmıştır. Pearson Ki-kare analizi sonuçlarına göre istatistiki açıdan önemli olmadığı bulunmuştur (Çizelge 5.21).

Çizelge 5.21. Hanehalklarının satın alınan gıdaları ani misafirler için tüketimi

Ani Misafirler İçin	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
1	22.22	22.29	24.14	22.4
2	6.57	3.18	6.90	5.21
3	11.62	5.73	13.79	9.38
4	26.26	24.84	24.14	25.52
5	33.33	43.95	31.03	37.50
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

*1.Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili
(χ^2 :9.097, P>0.05)

Yapılan anket çalışmasında dışardan satın alınan gıdaların yoğun iş döneminde kendisi için tüketim oranının beşli Likert ölçeğine göre derecelendirilerek incelenmesinde, bireylerin gelir gruplarına göre elde edilen ortalamada satın alınan

gıdaların %64.06 oranında çok etkili, %17.45 oranında etkili olduğu ve %2.34 oranında etkisiz olduğu gözlenmiştir (Çizelge 5.22).

Çizelge 5.22. Hanehalklarının satın alınan gıdaların yoğun iş döneminde kendisi için tüketimi

Yoğun iş döneminde kendimiz için	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Toplam
	Oran (%)			
1	10.61	7.64	0.00	8.59
2	3.54	1.27	0.00	2.34
3	7.07	8.28	6.90	7.55
4	19.70	15.92	10.34	17.45
5	59.09	66.88	82.76	64.06
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

*1.Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili

5.2.5. Evde düzenli olarak yemek yapılma durumu ve hanehalklarının tutum ve davranışlarının belirlenmesi

Evde düzenli olarak yemek yapılıyor mu sorusuna gelir grupları ortalamasına göre %80.21 oranında evet, %19.79 oranında hayır yanıtı alınmıştır. Pearson Ki-kare analizi sonuçlarına göre istatistiki açıdan önemli olmadığı bulunmuştur (Çizelge 5.23).

Çizelge 5.23. Evde düzenli olarak yemek yapılması durumu

Evde düzenli olarak yemek yapıyor musunuz?	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Evet	77.27	82.17	89.66	80.21
Hayır	22.73	17.83	10.34	19.79
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

(χ^2 :3.014, P>0.05)

Evde düzenli olarak yemek olmadığı durumda tüketicilerin %82.30'unun o anki duruma göre karar verdiği, %16.90'ının kahvaltı yapmayı tercih ettiği, %0.50'inin marketten hazır gıda alarak öğününü geçiştirdiği, %0.30'unun ise dışarda yemek yemeyi tercih ettiği belirlenmiştir (Çizelge 5.24).

Çizelge 5.24. Evde düzenli olarak yemek olmadığı durumda hanehalklarının tercihleri

Evde yemek yoksa ne yaparsınız?		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Kararsız	(%)	83.30	79.60	89.70	82.30
Kahvaltı yapıyorum	(%)	15.70	19.70	10.30	16.90
Marketten hazır gıda alıyorum	(%)	0.50	0.60	0.00	0.50
Dışarda yiyorum	(%)	0.50	0.00	0.00	0.30
Toplam	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

Çizelge 5.25. Evde düzenli olarak yemek olmadığı durumda 1. hanehalklarının tercihi

Yemek olmadığında 1.Sırada		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Kararsız	(%)	56.10	70.70	58.60	62.20
Kahvaltı yapıyorum	(%)	10.60	3.80	10.30	7.80
Marketten hazır gıda alıyorum	(%)	4.50	7.00	3.40	5.50
Mikrodalga veya fırında ısıtılan yiyecekler	(%)	17.70	10.20	13.80	14.30
Dışarda yiyorum	(%)	11.10	8.30	13.80	10.20
Toplam	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

(χ^2 : 14.223, P>0.05)

Evde düzenli olarak yemek olmadığı durumda hanehalklarının %62.20'sinin tercihlerinde ilk olarak o anki duruma göre karar verdiği, %14.30'unun mikrodalga veya fırında ısıtılan yiyecekler hazırlamayı tercih ettiği, %10.20'sinin ise dışarda yemek yemeyi tercih ettiği, %7.80'inin kahvaltı yapmayı tercih ettiği, %5.50'sinin ise marketten hazır gıda alarak o öğününü tamamladığı saptanmıştır. Pearson Ki-kare analizi sonuçlarına göre istatistiki açıdan önemli olmadığı bulunmuştur. (Çizelge 5.25).

Evde düzenli olarak yemek olmadığı durumda tüketicilerin ikinci tercihlerinde %63.50'sinin o anki duruma göre karar verdiği, %12.50'sinin dışarda yemek yediği, %9.40'ının mikrodalga veya fırında ısıtılan yiyecekler hazırladığı, %8.30'unun kahvaltı yaptığı, %6.30'unun ise marketten hazır gıda alarak beslendiği belirlenmiştir. Pearson Ki-kare analizi sonuçlarına göre istatistiki açıdan önemli olmadığı bulunmuştur (Çizelge 5.26).

Çizelge 5.26. Evde düzenli olarak yemek olmadığı durumda 2. hanehalklarının tercihi

Yemek olmadığında 2.Sırada		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Kararsız	(%)	59.10	70.70	55.20	63.50
Kahvaltı yapıyorum	(%)	11.10	4.50	10.30	8.30
Marketten hazır gıda alıyorum	(%)	7.10	5.10	6.90	6.30
Mikrodalga veya fırında ısıtılan yiyecekler	(%)	8.10	10.20	13.80	9.40
Dışarda yiyorum	(%)	14.60	9.60	13.80	12.50
Toplam	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

(χ^2 :10.501, P>0.05)

Çizelge 5.27. Evde düzenli olarak yemek olmadığı durumda 3. hanehalklarının tercihi

Yemek olmadığında 3.Sırada		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Kararsız	(%)	42.90	36.30	31.00	39.30
Kahvaltı yapıyorum	(%)	31.30	46.50	37.90	38.00
Marketten hazır gıda alıyorum	(%)	15.70	11.50	20.70	14.30
Mikrodalga veya fırında ısıtılan yiyecekler	(%)	6.10	3.20	0.00	4.40
Dışarda yiyorum	(%)	4.00	2.50	10.30	3.90
Toplam	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

Evde düzenli olarak yemek olmadığı durumda hanehalklarının üçüncü olarak yaptıkları tercihlerinde %39.30'unun o anki duruma göre karar verdiği, %38.00'inin kahvaltı yaptığı, %14.30'unun marketten hazır gıda alarak beslendiği, %4.40'mın mikrodalga veya fırında ısıtılan yiyecekler hazırladığı, %3.90'ının ise dışarda yemek yediği gözlenmiştir (Çizelge 5.27).

Evde düzenli olarak yemek olmadığı durumlarda, tüketicilerin dördüncü sıradaki yaptıkları tercihlerinde %38.30'unun o anki duruma göre karar verdiği, %28.90'ının kahvaltı yaptığı, %21.10'unun marketten hazır gıda alarak beslendiği, %6.80'inin mikrodalga veya fırında ısıtılan yiyecekler hazırladığı, %4.20'sinin dışarda yemek yediği, %0.80'inin eve sipariş vererek veya dışardan alıp eve getirerek öğününü geçirdiği belirlenmiştir. (Çizelge 5.28).

Çizelge 5.28. Evde düzenli olarak yemek olmadığı durumda 4. hanehalklarının tercihli

Yemek olmadığında 4.Sırada		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Kararsız	(%)	37.40	42.00	24.10	38.30
Kahvaltı yapıyorum	(%)	30.80	26.10	31.00	28.90
Marketten hazır gıda alıyorum	(%)	19.70	20.40	34.50	21.10
Mikrodalga veya fırında ısıtılan yiyecekler	(%)	7.10	5.70	10.30	6.80
Dışarda yiyorum	(%)	4.50	4.50	0.00	4.20
Eve sipariş veriyorum veya dışardan alıp eve getiriyorum	(%)	0.50	1.30	0.00	0.80
Toplam	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

Çalışmada görüşülen bireylere hanenizde öğlen veya akşam yemeğini dışarda yiyen var mı sorusuna, %62.76 oranında evet, %37.24 oranında hayır cevabının verildiği gözlemlenmiştir (Çizelge 5.29).

Çizelge 5.29. Hane gelir grubunda öğle veya akşam yemeğini dışarda yeme tercihi

Dışarda yemek tercih eden bireyler	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Hayır	44.95	28.66	31.03	37.24
Evet	55.05	71.34	68.97	62.76
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

5.3. Ekonomik Faktörler

5.3.1. Ev dışı gıda tüketimine etki eden faktörlerin lojistik regresyon analizi

Çalışma kapsamında tüketicilerin ev dışı gıda tüketimine etki eden faktörler ikili (binary) lojistik regresyon modeli kullanılarak analiz edilmiştir. Bağımlı değişken olarak kullanılan değişken tüketicilerin ev dışı gıda tüketimidir. Bununla birlikte ikili (binary) lojistik regresyon modelinde kullanılan bağımsız değişkenler ve değişkenlere ilişkin açıklamalar Çizelge 5.30'de verilmiştir.

İkili lojistik regresyon modelinde ele alınan bağımsız değişkenlerin çoklu doğrusal bağlantı sorununa sahip olup olmadığı incelenmiştir. Çoklu doğrusal bağlantı varlığı Varyans şişirme faktörü (VIF: Variance Inflation Factor) ve Tolerans değeri (TV: Tolerance Value) yöntemleri kullanılarak araştırılmıştır. VIF 10'a eşit veya daha büyük ($VIF \geq 10$) hesaplandığında, modelde çoklu doğrusal bağlantı problemi söz

konusu olmaktadır (Pallant, 2005). Düşük VIF ve yüksek TV değerleri çoklu doğrusal bağıntının olmadığına temel göstergeleridir. Tahmin edilen denklemde çoklu doğrusallığa ilişkin sonuçlar Çizelge 5.31’de verilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre kullanılan bağımsız değişkenlere ilişkin çoklu bağlantı problemi olmadığı görülmektedir.

Çizelge 5.30. Lojistik Regresyon modelinde kullanılan değişkenlere ilişkin açıklamalar

Kullanılan değişkenler		Değişkenlere ilişkin açıklamalar
Bağımlı değişken		
Ev dışı gıda tüketimi	Kategorik	0: Ev dışı gıda tüketmeyen 1: Ev dışı gıda tüketen
Bağımsız değişkenler		
Hane halklarının toplam geliri	Kategorik	1: Ailenin aylık toplam geliri 5000 TL ve altı olanlar 2: Ailenin aylık toplam geliri 5001-10000 TL olanlar 3:10001 ve üzeri olanlar
Hane halklarının tüketim kararı	Kategorik	0: Diğer 1: Anne 2: Baba 3: Çocuk 4: Ailece
Eğitim düzeyi	Kategorik	1: Lise ve alt düzeyinde eğitime sahip 2: Lise üzeri eğitimine sahip
Cinsiyet	Kategorik	1: Kadın 2: Erkek
Ev dışı gıdayı sağlıklı bulma durumu	Kategorik	1: Sağlıklı bulan 2: Sağlıksız bulan
Medeni durum	Kategorik	0: Evli 1: Bekar
Dışarda yemek yeme nedeni	Kategorik	1: Sosyalleşme 2: Lezzetli bulma

Gerçekleştirilen lojistik regresyon modeli sonucunda Çizelge 5.32’de yer alan exp (β) değerleri, odds oranlarını göstermektedir. Lojistik regresyon; cevap değişkenin kategorik, ikili (binary, dichotomous), üçlü ve çoklu kategorilerde gözlemlendiği durumlarda açıklayıcı değişkenlerle sonuç ilişkisini belirlemede yararlanılan bir yöntemdir. Açıklayıcı değişkenlere göre cevap değişkenin beklenen değerleri olasılık olarak elde edildiği bir regresyon yöntemidir (Özdamar, 2002).

Çizelge 5.31. İkili Lojistik Regresyon modelinde çoklu doğrusal bağlantı katsayıları

Katsayılar ^a		
Model	Çoklu bağlantı istatistiği	
	Tolerans	VIF
Hane halkı toplam geliri (TL/ay)	0.881	1.135
Tüketim kararını ailede kim veriyor?	0.869	1.151
Eğitim düzeyi	0.675	1.482
Cinsiyet	0.967	1.034
Ev dışı gıda ürünlerini sağlıklı buluyor musunuz?	0.913	1.095
Medeni durum	0.697	1.434
Ev dışı gıda tüketme nedeni	0.986	1.014

Hanehalklarının ev dışı tüketimine etki eden faktörlerin belirlenmesi amacıyla kurulan modelde kullanılan değişkenlere ait katsayıların büyük çoğunluğu birbirinden farklı ve istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Bağımsız değişkenler, bağımlı değişkenin %24.1'ünü açıklamaktadır. Hosmer Lemeshow testi sonucunda Khi-kare değeri 30.287 olarak hesaplanmıştır. Anlamlılık değeri ($p=0.000 < 0.05$) düşük olduğundan kullanılan modelin uygun olduğu görülmektedir.

Bulgulara göre, toplam gelir değişkeni ev dışı gıda tüketimine etki eden faktör olarak belirlenmiştir. Toplam gelirin artması durumunda aynı oranda ev dışı gıda tüketiminin de arttıracağını göstermektedir. Ayrıca tüketicilerin medeni durumu doğrudan beslenme alışkanlıkları ile ilgili bulunmuş ve bekarlar evlilere göre daha fazla ev dışı gıda tüketmeyi tercih etmişlerdir. Cinsiyetin ev dışı gıda tüketiminde önemli bir faktör olduğu belirlenmiştir. Kadınların ev dışı gıda tüketiminde erkeklere oranla daha etkili olduğu görülmüştür. Ev dışı gıdayı sağlıklı bulma durumunda ev dışı gıda tüketiminde etkili olduğu belirlenmiştir (Çizelge 5.32).

Çizelge 5.32. Ev dışı gıda Lojistik Regresyon analizi sonuçları

	Katsayı	Standart hata	Wald değeri	Anlamlılık düzeyi	Odds oranı (Exp(B))
Sabit (C)	-0.232	1.369	0.029	0.865	0.793
Toplam gelir			5.012	0.082	
Toplam gelir (1)	1.941	0.878	4.881	0.027	6.962
Toplam gelir (2)	1.158	0.825	1.968	0.161	3.182
Eğitim düzeyi	0.157	0.869	0.032	0.857	1.170
Cinsiyet	1.569	0.673	5.430	0.020	4.800
Sağlıklı bulma	1.012	0.559	3.285	0.070	2.752
Medeni durum	2.021	0.810	6.226	0.013	7.545
Dışarıda yemek yeme nedeni	-0.055	0.528	0.011	0.918	0.947
Tüketim kararı			1.550	0.671	
Tüketim kararı (1)	-0.714	0.784	0.830	0.362	0.490
Tüketim kararı (2)	0.059	1.004	0.003	0.953	1.061
Tüketim kararı (3)	-0.744	0.951	0.612	0.434	0.475
Nagelkerke R kare= 0.241					
-2 log likelihood= 115.026					
$\chi^2 = 21.040$ p=0.001 (Hosmer and Lemeshow test)					
$\chi^2 = 30.287$ p=0.000 (Omnibus test)					

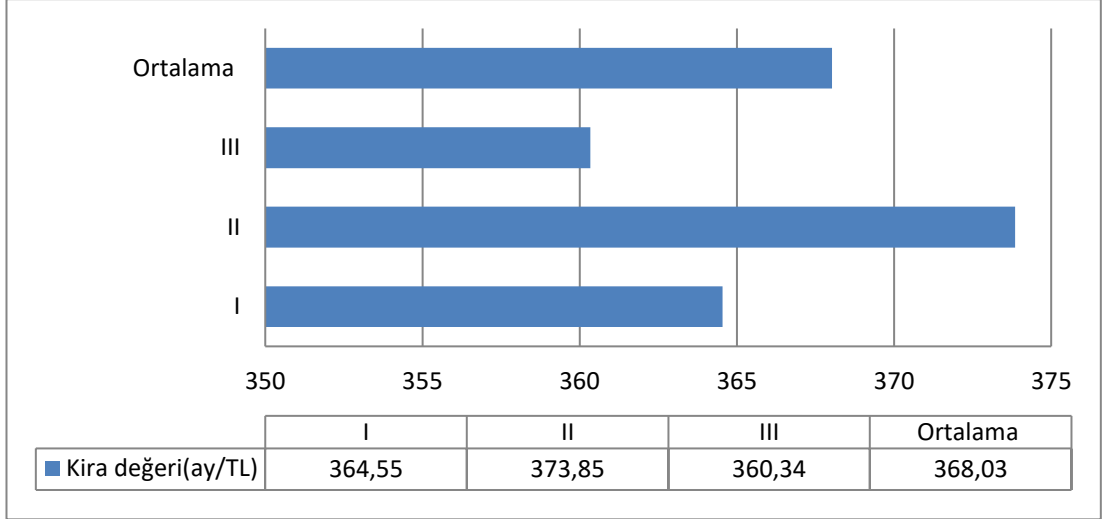
5.3.2. Hanehalklarının ikamet şekilleri

Gelir grubuna göre ikamet şekilleri irdelendiğinde, bireylerin %57.55'inin mülk sahibi, %38.02'sinin kirada, %4.43'ünün ise diğer yani akraba evinde veya lojmanda barındıkları belirlenmiştir. Pearson Ki-kare analizi sonuçlarına göre gelir ve ikamet şekli arasında istatistiki açıdan önemli fark olmadığı bulunmuştur (Çizelge 5.33).

Çizelge 5.33. Hanehalklarının ikamet şekilleri

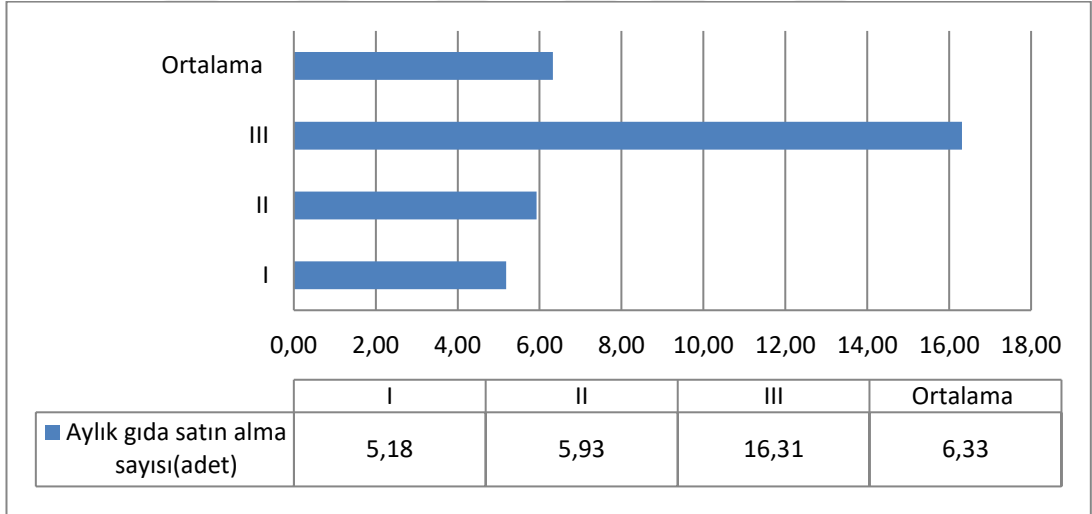
İkamet şekli	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Kira	41.92	35.03	27.59	38.02
Mülk	53.54	60.51	68.97	57.55
Diğer	4.55	4.46	3.45	4.43
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

(χ^2 :3.510, P>0.05)



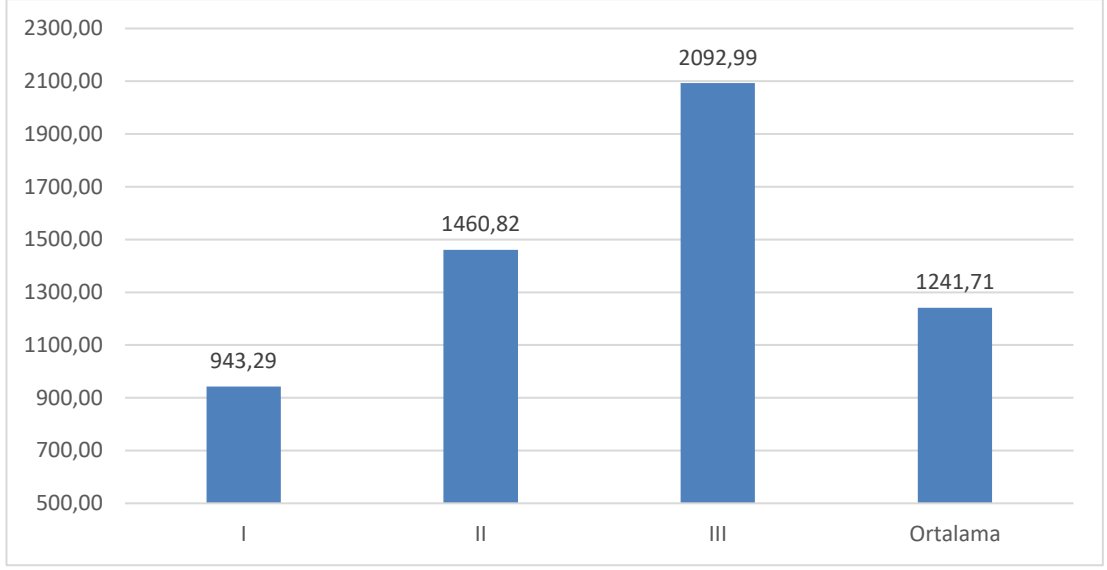
Şekil 5.2. Hanehalklarının aylık ödediği ev kirası

Antalya ilindeki ankete katılan kişilerin ikamet şekli kira olanların aylık harcanan kira ortalamaları Şekil 5.2’de görüldüğü gibidir. Gelir gruplarına göre aylık kira harcamalarının ortalamada 368.03 TL olduğu hesaplanmıştır.



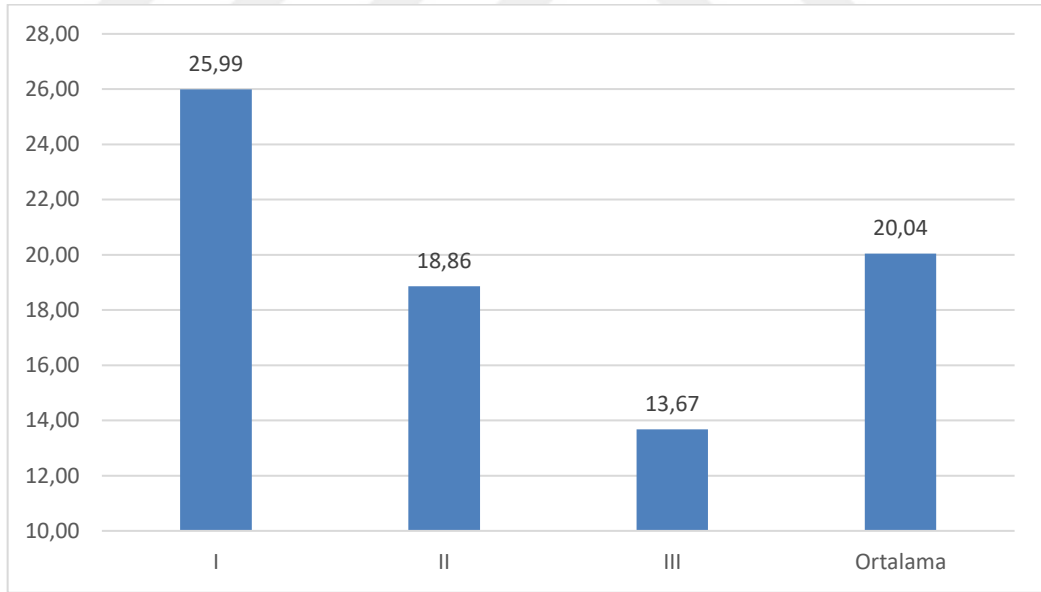
Şekil 5.3. Hanehalklarının aylık gıda satın alma sayısı

Antalya ilindeki ankete katılan kişilerin gelir gruplarına göre aylık gıda satın alma sayısı Şekil 5.3’de görüldüğü gibi bulunmuştur. Gelir gruplarına göre bireylerin aylık gıda satın alma sayısı ortalamada 6.33 adet olarak saptanmıştır.



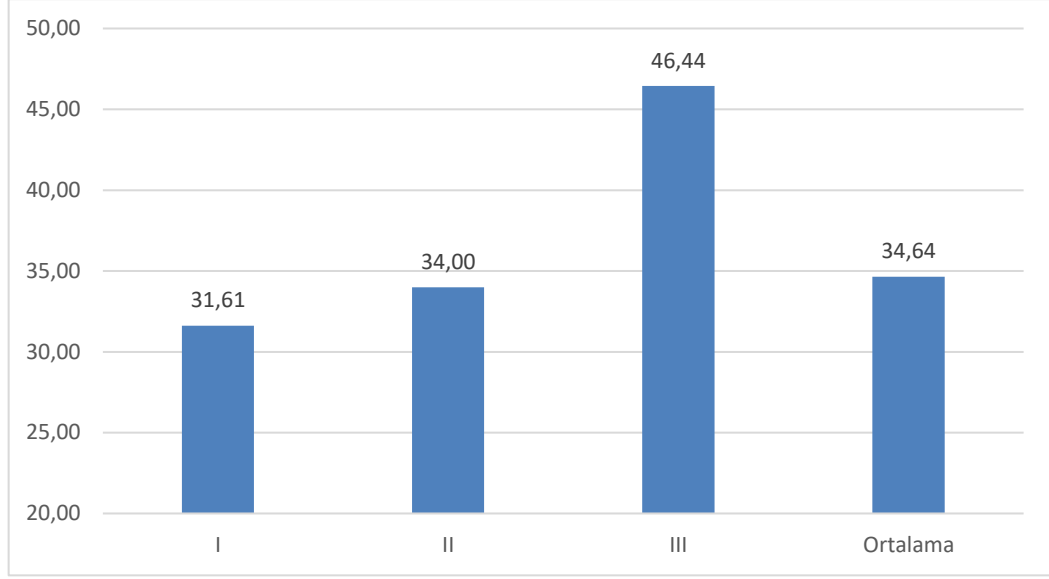
Şekil 5.4. Hanehalklarının aylık gıda ürünleri harcaması (TL)

Antalya ilindeki ankete katılan kişilerin gelir gruplarına göre aylık gıda ürünlerine harcama miktarları Şekil 5.4'te görüldüğü gibi ortalamada 1241.71 TL olarak bulunmuştur.



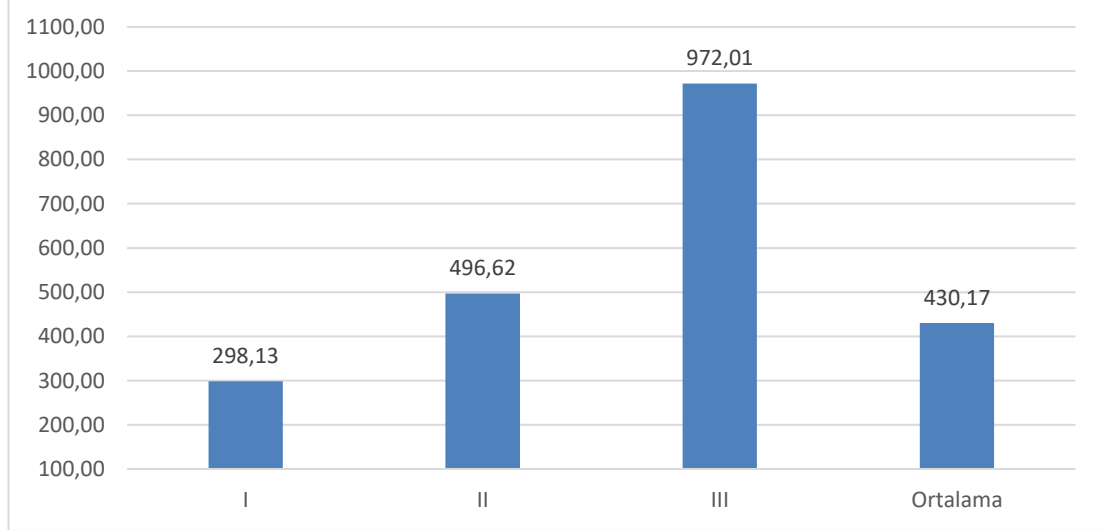
Şekil 5.5. Hanehalklarının aylık gıda ürünlerinin toplam gelirdeki payı (%)

Ankete katılan kişilerin gelir gruplarına göre aylık gıda ürünlerinin toplam gelirdeki payı Şekil 5.5'te görüldüğü gibi ortalama %20.04 olarak saptanmıştır.



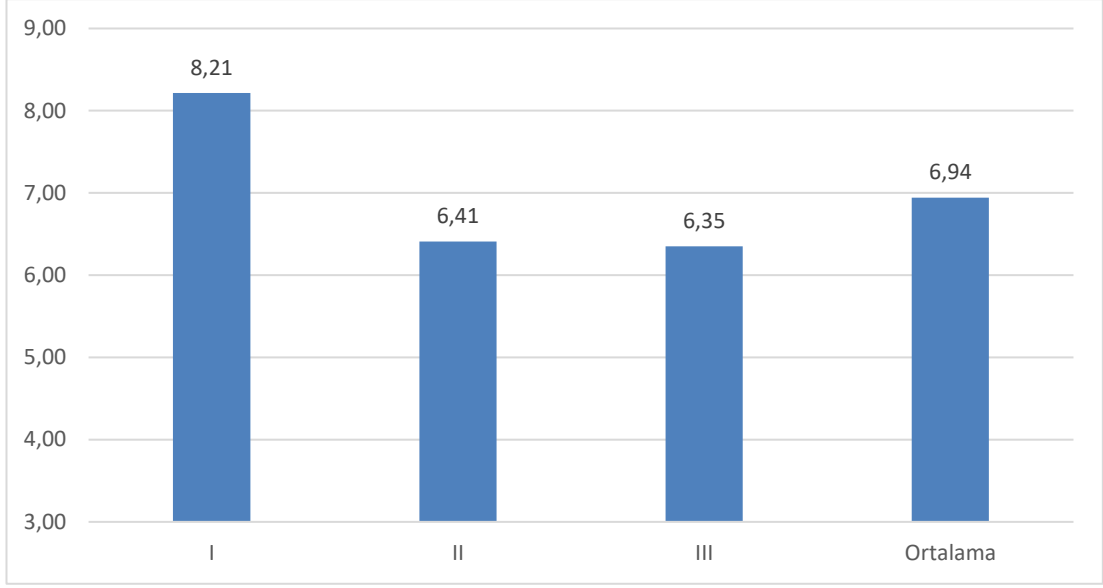
Şekil 5.6. Ev dışı gıda harcamalarının aylık gıda harcamaları içindeki payı (%)

Ankete katılan kişilerin gelir gruplarına göre ev dışı gıda harcamalarının aylık gıda harcamaları içindeki payına bakıldığında ise Şekil 5.6'da görüldüğü gibi ortalama %34.64 değeri elde edilmiştir.



Şekil 5.7. Aylık ev dışı gıda harcaması (TL)

Ankete katılan kişilerin gelir gruplarına göre aylık ev dışı gıda harcamalarına bakıldığında, ortalama 430.17TL'lik bir harcama yaptıkları belirlenmiştir (Şekil 5.7).



Şekil 5.8. Aylık ev dışı gıda harcamalarının toplam gelirdeki payı (%)

Ankete katılan kişilerin gelir gruplarına göre aylık ev dışı gıda harcamalarının toplam gelirdeki payına bakıldığında, ortalama %6.94'lük bir paya sahip olduğu belirlenmiştir (Şekil 5.8).

Gelir grubuna aylık gıda satın alma sayısına incelendiğinde, bireylerin ayda 1.88 kez kebab, 1.74 kez ev yemekleri, 1.10 kez tatlı, 0.59 kez marketten ev dışı gıda, 0.42 kez pizza satın aldığı belirlenmiştir (Çizelge 5.34).

Çizelge 5.34. Hanehalklarının aylık gıda satın alma sayısı

Satın alma sayısı	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Marketten ev dışı gıda satın alma sayısı (adet)	0.67	0.50	0.52	0.59
Kebab satın alma sayısı (adet)	1.49	2.17	2.93	1.88
Tatlı satın alma sayısı (adet)	1.01	1.18	1.21	1.10
Pizza satın alma sayısı (adet)	0.41	0.38	0.69	0.42
Ev yemekleri satın alma sayısı (adet)	0.58	3.50	0.17	1.74

Gelir grubuna aylık satın alınan gıdanın tutarına incelendiğinde bireylerin ayda 74.40 TL kebab, 36.55 TL tatlı, 17.71 TL marketten ev dışı gıda, 11.91 TL pizza ve 7.78 TL ev yemekleri için harcama yaptıkları saptanmıştır (Çizelge 5.35).

Çizelge 5.35. Hanehalklarının dışarıdan aldıkları gıdaların aylık tutarı

	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Marketten ev dışı gıda tutarı (TL/Ay)	18.35	18.38	9.72	17.71
Kebap, döner, lahmacun tutarı (TL/Ay)	44.88	96.45	156.55	74.40
Tatlı tutarı (TL/Ay)	24.66	46.43	64.31	36.55
Pizza tutarı (TL/Ay)	6.77	16.43	22.59	11.91
Ev yemekleri tutarı (TL/Ay)	8.95	6.05	9.14	7.78

5.4. Psikolojik Faktörler

Çalışmada görüşülen hanehalklarının çeşitli durumlarda genel tutum ve davranışlar beşli Likert ölçeği ile değerlendirilmiştir. Her bir duruma verilen cevapların toplamı yüz olacak şekilde Likert ölçeği ile ağırlıklandırılarak değerlendirilmiştir. Ankete katılan bireylerin gelir grubuna göre ortalama, %3.70'i ev dışı gıda tüketiminde her zaman beyaz et tercih ettiğini, %2.74'ü yemekleri vitamin, Enerji, mineral değerlerine dikkat ederek seçtiğini; %1.99'u yemeklerin daha az yağlı pişirilmesi gerektiğini düşündüğünü; %1.96'sı ise yediği yemeklerin sağlıklı olmasına dikkat ettiğini %4.20 si kırmızı etin sağlıklı olmadığını düşünürken belirtmişlerdir.

Ailelerin ekonomik eğilimlerine bakıldığında ankete katılan bireylerin %4.07'si dışarda yemek masraflı olmadığını; %3.34'ü dışarda yemek yemenin savurganlık olduğunu düşünüyor; %2.66'sının her ay bir miktar tasarruf yaptığı; %2.64'ünün genellikle her türlü alışverişte çok gezer fiyatı en uygun olanı tercih ederim dediği gözlemlenmiştir. (Çizelge 5.36).

Çizelge 5.36. Hanehalklarının tutum ve davranışları

Tutum ve davranışlar	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Kırmızı etin sağlıklı olmadığını düşünüyorum	4.17	4.22	4.28	4.20
Dışarda yemek masraflı değil	4.10	4.06	3.93	4.07
Ev dışı gıda tüketiminde her zaman beyaz et tercih ederim	3.57	3.78	4.24	3.70
Dışarda yemek yemenin savurganlık olduğunu düşünüyorum	3.27	3.42	3.34	3.34
Yemekleri vitamin, enerji, mineral değerlerine dikkat ederek seçiyorum	2.75	2.76	2.48	2.74
Her ay bir miktar tasarruf yaparım	2.58	2.74	2.79	2.66
Genellikle her türlü alışverişte çok gezer uygun fiyatlıyı tercih ederim	2.55	2.62	3.41	2.64
Yemeklerin daha az yağlı pişirilmesi gerektiğini düşünüyorum	2.04	1.92	2.07	1.99
Yediğim yemeklerin sağlıklı olmasına dikkat ediyorum	2.03	1.89	1.93	1.96

Antalya ilindeki hanehalkına yapılan ankette gıda satın alma kararlarını etkilemede kendilerine yardımcı olan faktörleri 1’den 6’ya kadar sıralandırmaları istenmiştir. Bu sıralamaya göre marka ankete katılanların %25.52’si için 3. sıradadır. %22.66’sı için 1.sırada, %22.40’ı için 2.sırada, %16.41’i için 4.sırada, %4.95’i için 5.sırada, %2.08’i için 6. sırada yer alırken; katılımcılardan %5.99’u da kararsız olduğunu bildirmişlerdir. (Çizelge 5.37).

Çizelge 5.37. Hanehalkları gıda satın almada marka faktörü önemi

Marka	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Cevapsız	6.06	5.73	6.9	5.99
1	21.72	24.84	17.24	22.66
2	19.70	25.48	24.14	22.40
3	25.25	24.84	31.03	25.52
4	16.67	15.29	20.69	16.41
5	7.58	2.55	0.00	4.95
6	3.03	1.27	0.00	2.08
TOPLAM	100.00	100.00	100.00	100.00

Antalya ilindeki hanehalkına gıda satın alma kararlarını etkilemede kendilerine yardımcı olan faktörleri 1’den 6’ya kadar sıralandırmaları istenmiştir. Bu sınıflandırmaya göre kalite ankete katılanların %44.01’i için 1.sırada, %30.47’si için 2.sırada, %14.32’si için 3.sırada, %4.69’u için 4.sırada, %1.56’sı için 5.sırada

%0.78'i için 6. sırada yer almaktadır. %4.17'si de kararsız olduğunu bildirmişlerdir. (Çizelge 5.38).

Çizelge 5.38. Hanehalkları gıda satın almada kalite faktörünün önemi

Kalite	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Kararsız	4.04	4.46	3.45	4.17
1	40.91	46.5	51.72	44.01
2	30.30	31.85	24.14	30.47
3	17.17	10.83	13.79	14.32
4	5.05	3.82	6.90	4.69
5	2.53	0.64	0.00	1.56
6	0.00	1.91	0.00	0.78
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

Antalya ilindeki hanehalkının gıda satın alma kararlarını etkilemede fiyat açısından yaptıkları sıralandırmada; katılımcıların %29.95'i için fiyat 3.sıradadır. Fiyat %21.88'i için 2.sırada, %20.83'ü için 4.sırada, %10.16'sı için 1.sıradadır. Fiyat %6.77'si için 5 sırada, %4.43'ü için 6. sırada yer alırken; %5.99'u da kararsız olduğunu bildirmişlerdir. Düşük gelir gruplarında gıda satın almada fiyatın daha önemli olduğu belirlenmiştir. Yapılan Ki-kare analizine göre tüketicilerin gelirleri ile gıda satın almada fiyat faktörünün önem sıralaması arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur (Çizelge 5.39).

Çizelge 5.39. Hanehalkları gıda satın almada fiyat faktörünün önemi

Fiyat	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Kararsız	6.57	4.46	10.34	5.99
1	16.16	3.18	6.90	10.16
2	21.72	20.38	31.03	21.88
3	26.77	35.67	20.69	29.95
4	18.69	25.48	10.34	20.83
5	4.55	8.28	13.79	6.77
6	5.56	2.55	6.90	4.43
Toplam	100	100	100	100

(χ^2 :30.884, P<0.05)

Antalya ilindeki hanehalkının gıda satın alma kararlarını etkilemede reklam açısından yaptıkları sıralandırmada; katılımcıların %62.24'ü için reklam 6.sırada, %17.97'si için 5.sırada, %4.95'i için 4.sırada, %2.60'ı için 3.sırada, %1.04'ü için 2.sırada, %0.52'si için 1.sırada yer alırken, %10.68'i de kararsız olduğunu bildirmişlerdir. (Çizelge 5.40). Korkmaz (2011) ise yaptığı çalışmada, dondurulmuş

gıdaların Polonya’da gıda satın alma tercihinde bireylerin reklamdan etkilendiğini, Türkiye’de ise bireylerin çevrenin tavsiyesinden etkilendiğini belirlemiştir.

Çizelge 5.40. Hanehalkları için satın almada etkili olan reklam faktörünün sıralandırması

Reklam	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Kararsız	9.60	12.1	10.34	10.68
1	0.51	0.64	0.00	0.52
2	1.01	0.64	3.45	1.04
3	2.53	2.55	3.45	2.60
4	6.57	3.82	0.00	4.95
5	18.18	17.2	20.69	17.97
6	61.62	63.06	62.07	62.24
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

Antalya ilindeki hanehalkının gıda satın alma kararlarını etkilemede ambalaj açısından yaptıkları sıralandırmada; katılımcıların %48.70’i için ambalaj 5.sırada, %17.19’u için 4.sırada, %14.32’si için 6.sırada, %5.21’i için 3.sırada, %3.91’i için 2.sırada %1.04’ü için 1. sırada yer alırken, %9.64’ü de kararsız olduğunu bildirmişlerdir. (Çizelge 5.41).

Çizelge 5.41. Hanehalklarının için gıda satın almada ambalaj faktörünün önemi

Ambalaj	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Kararsız	8.08	11.46	10.34	9.64
1	0.00	1.91	3.45	1.04
2	6.06	1.91	0.00	3.91
3	6.57	4.46	0.00	5.21
4	17.17	16.56	20.69	17.19
5	48.48	47.77	55.17	48.70
6	13.64	15.92	10.34	14.32
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

Antalya ilindeki hanehalkının gıda satın alma kararlarını etkilemede besin içeriği açısından yaptıkları sıralandırmada; katılımcıların %26.90’ı için besin içeriği 4.sırada, %18.23’ü için 1.sırada, %16.15’i için 3.sırada, %14.32’si için 2.sırada, %10.16’sı için 5.sırada %6.25’i için 6.sırada yer alırken, %8.59’u da kararsız olduğunu bildirmişlerdir. (Çizelge 5.42).

Çizelge 5.42. Hanehalklarının için gıda satın almada besin içeriği faktörünün önemi

Besin İçeriği	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Kararsız	8.59	8.28	10.34	8.59
1	17.17	19.11	20.69	18.23
2	14.65	15.29	6.90	14.32
3	15.15	15.92	24.14	16.15
4	27.27	24.84	27.59	26.30
5	10.10	12.10	0.00	10.16
6	7.07	4.46	10.34	6.25
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

Ankete katılan bireylerin gelir gruplarına göre ev dışı gıda tüketiminde hızlı tüketim açısından tercih ettikleri yerleri kendileri için 1'den 6'ya kadar sınıflandırmaları istenmiş ve uluslararası fast food için gelir gruplarına göre oluşturulan sıralandırma Çizelge 5.43'de verilmiştir. Uluslararası fast food, katılımcıların %11.70'i için 6.sırada, %10.40'ı için 2.sırada, %9.10'u için 3.sırada, %7.80'i için 1.sırada, %3.60'ı için 4.sırada olduğu belirlenmiştir. Ankete katılanların %50.30'u ise hızlı tüketim ürünlerini tercih etmediklerini bildirmişlerdir. Pearson Ki-kare analizi sonuçlarına göre istatistiki açıdan önemli olmadığı bulunmuştur.

Çizelge 5.43. Hanehalklarının tüketim tercihlerinde uluslararası fast food için oluşturulan sıralama

Uluslararası fast food		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Cevapsız	Sayı	102	77	14	
	(%)	51.50	49.00	48.30	50.30
1	Sayı	11	13	6	30
	(%)	5.60	8.30	20.70	7.80
2	Sayı	18	20	2	40
	(%)	9.10	12.70	6.90	10.40
3	Sayı	17	16	2	35
	(%)	8.60	10.20	6.90	9.10
4	Sayı	9	3	2	14
	(%)	4.50	1.90	6.90	3.60
5	Sayı	13	12	2	27
	(%)	6.60	7.60	6.90	7.00
6	Sayı	28	16	1	45
	(%)	14.10	10.20	3.40	11.70
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

(χ^2 :15.249, P>0.05)

Ankete katılan bireylerin gelir gruplarına göre ev dışı gıda tüketiminde hızlı tüketim açısından tercih ettikleri yerlerden uluslararası fast food için gelir gruplarına göre oluşturulan sıralandırma Çizelge 5.44'de verilmiştir. Uluslararası fast food, katılımcıların %18.00'i için 2. sırada; %9.40'ı için 1. sırada, %9.10'u için 4. sırada

%8.30'u için 3 ve 5. sırada; %1.30'u için 6. Sırada olduğu belirlenmiş olup ankete katılanların %45.60'ı ise hızlı tüketim ürünlerini tercih etmedikleri için cevap bildirmemişlerdir. Pearson Ki-kare analizi sonuçlarına göre istatistiki açıdan önemli olmadığı bulunmuştur.

Çizelge 5.44. Hanehalklarının tüketim tercihlerinde uluslararası fast food için oluşturulan sıralandırma

Uluslararası fast food		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Cevapsız	Sayı	90	72	13	175
	(%)	45.50	45.90	44.80	45.60
1	Sayı	17	17	2	36
	(%)	8.60	10.80	6.90	9.40
2	Sayı	30	31	8	69
	(%)	15.20	19.70	27.60	18.00
3	Sayı	15	15	2	32
	(%)	7.60	9.60	6.90	8.30
4	Sayı	20	13	2	35
	(%)	10.10	8.30	6.90	9.10
5	Sayı	23	8	1	32
	(%)	11.60	5.10	3.40	8.30
6	Sayı	3	1	1	5
	(%)	1.50	0.60	3.40	1.30
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

(χ^2 :11.296, P>0.05)

Çizelge 5.45. Hanehalklarının tüketim tercihlerinde uluslararası pizza tercihi

Uluslararası pizza		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Cevapsız	Sayı	107	94	19	220
	(%)	54.00	59.90	65.50	57.30
1	Sayı	7	2	2	11
	(%)	3.50	1.30	6.90	2.90
2	Sayı	14	4	0	18
	(%)	7.10	2.50	0.00	4.70
3	Sayı	11	15	1	27
	(%)	5.60	9.60	3.40	7.00
4	Sayı	30	15	3	48
	(%)	15.20	9.60	10.30	12.50
5	Sayı	14	12	3	29
	(%)	7.10	7.60	10.30	7.60
6	Sayı	15	15	1	31
	(%)	7.60	9.60	3.40	8.10
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

Ankete katılan bireylerin gelir gruplarına göre ev dışı gıda tüketiminde hızlı tüketim açısından tercih ettikleri yerlerden Uluslararası fast food için gelir gruplarına göre oluşturulan sıralandırma Çizelge 5.45'te verilmiştir. Uluslararası fast food,

katılımcıların %12.50'si için 4.sırada, %8.10'u için 6. sırada, %7.60'ı için 5.sırada, %7.00'si için 3.sırada, %4.70'i 2. sırada ve %2.90'ı için 1. sırada olduğu belirlenmiştir. Ankete katılanların %57.30'u ise hızlı tüketim ürünlerinden hazır pizzayı tercih etmedikleri için cevap belirtmemişlerdir.

Ankete katılan bireylerin gelir gruplarına göre ev dışı gıda tüketiminde hızlı tüketim açısından tercih ettikleri yerlerden Restoran dışı kebab/ döner/lahmacun için gelir gruplarına göre oluşturulan sıralandırma Çizelge 5.46'da verilmiştir. Restoran dışı kebab/ döner/lahmacun tüketimi için katılımcıların %65.60'ı için 1.sırada, %9.60'ı için 2. sırada, %8.60'ı için 3.sırada, %4.90'ı için 4.sırada, %1.80'i için 5.sırada ve %0.50'si için 6.sırada olduğu belirlenmiştir. Ankete katılanların %8.90'ı ise hızlı tüketim ürünlerinden Restoran dışı kebab/ döner/lahmacun tercih etmedikleri için cevap belirtmemişlerdir.

Çizelge 5.46. Hanehalklarının tüketim tercihlerinde restoran dışı kebab/ döner/lahmacun tercihi sıralaması

Restoran Dışı Kebab/ Döner/Lahmacun Sıralaması		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Cevapsız	Sayı	17	13	4	34
	(%)	8.60	8.30	13.80	8.90
1	Sayı	127	110	15	252
	(%)	64.10	70.10	51.70	65.60
2	Sayı	18	15	4	37
	(%)	9.10	9.60	13.80	9.60
3	Sayı	19	10	4	33
	(%)	9.60	6.40	13.80	8.60
4	Sayı	12	5	2	19
	(%)	6.10	3.20	6.90	4.90
5	Sayı	4	3	0	7
	(%)	2.00	1.90	0.00	1.80
6	Sayı	1	1	0	2
	(%)	0.50	0.60	0.00	0.50
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

Ankete katılan bireylerin gelir gruplarına göre ev dışı gıda tüketiminde hızlı tüketim açısından tercih ettikleri yerlerden Yerel Pizza ve Hamburgerciler için gelir gruplarına göre oluşturulan sıralandırma Çizelge 5.47'de verilmiştir. Yerel Pizza ve Hamburger tüketimi için katılımcıların %15.10'u için 2. sırada; %12.00'ı için 3. sırada, %6.80'i için 4. sırada %6.00'ı için 5. sırada, %4.70'i için 1. sırada ve %1.80'i için 6. sırada olduğu belirlenmiş olup ankete katılanların %53.60'ı ise hızlı tüketim ürünlerinden Yerel Pizza ve Hamburger ürünlerini tercih etmedikleri için cevap

belirtmemişlerdir. Pearson Ki-kare analizi sonuçlarına göre istatistiki açıdan önemli olmadığı bulunmuştur.

Çizelge 5.47. Hanehalklarının tüketim tercihlerinde yerel pizza ve hamburger tercihi sıralaması

Yerel Pizza ve Hamburgerciler Sıralaması		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Cevapsız	Sayı	104	85	17	206
	(%)	52.50	54.10	58.60	53.60
1	Sayı	9	8	1	18
	(%)	4.50	5.10	3.40	4.70
2	Sayı	26	27	5	58
	(%)	13.10	17.20	17.20	15.10
3	Sayı	27	17	2	46
	(%)	13.60	10.80	6.90	12.00
4	Sayı	11	14	1	26
	(%)	5.60	8.90	3.40	6.80
5	Sayı	17	4	2	23
	(%)	8.60	2.50	6.90	6.00
6	Sayı	4	2	1	7
	(%)	2.00	1.30	3.40	1.80
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

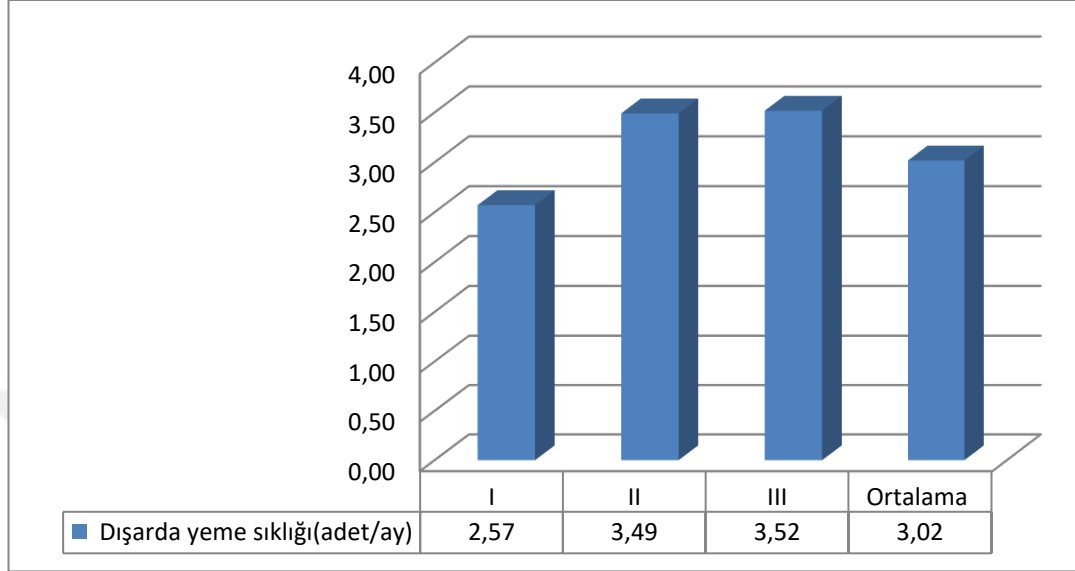
(χ^2 :10.721, P>0.05)

Çizelge 5.48. Hanehalklarının tüketim tercihlerinde unlu mamuller için oluşturulan sıralandırma

Unlu Mamuller Sıralaması		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Cevapsız	Sayı	86	83	16	185
	(%)	43.40	52.90	55.20	48.20
1	Sayı	14	3	2	19
	(%)	7.10	1.90	6.90	4.90
2	Sayı	29	23	2	54
	(%)	14.60	14.60	6.90	14.10
3	Sayı	27	20	5	52
	(%)	13.60	12.70	17.20	13.50
4	Sayı	11	11	1	23
	(%)	5.60	7.00	3.40	6.00
5	Sayı	8	10	0	18
	(%)	4.00	6.40	0.00	4.70
6	Sayı	23	7	3	33
	(%)	11.60	4.50	10.30	8.60
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

Ankete katılan bireylerin gelir gruplarına göre ev dışı gıda tüketiminde hızlı tüketim açısından tercih ettikleri yerlerden unlu mamuller için gelir gruplarına göre oluşturulan sıralandırma Çizelge 5.48’de verilmiştir. Unlu mamul tüketimi için katılımcıların %14.10’u için 2.sırada, %13.50’si için 3.sırada, %8.60’ı için 6.sırada

%6.00'ı için 4.sırada, %4.90'ı için 1.sırada ve %4.70'i için 5. sırada olduğu belirlenmiştir. Ankete katılanların %48.20'si ise hızlı tüketim ürünlerinden unlu mamul ürünlerini tercih etmedikleri için cevap belirtmemişlerdir.



Şekil 5.2. Hanehalklarının dışarıda aylık yemek yeme sıklığı

Antalya ilindeki ankete katılan kişilerin gelir gruplarına göre dışarıda aylık yemek yeme sıklığı Şekil 5.6'da görüldüğü gibi bulunmuştur. Gelir gruplarına göre bireylerin aylık yemek yeme sıklığı ortalama 3.02 adet olarak saptanmıştır.

Çizelge 5.49. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedenleri

	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Herhangi bir nedeni yok	54.04	48.41	41.38	50.78
Sosyalleşmek	12.12	12.74	17.24	12.76
Lezzet	5.56	5.10	3.45	5.21
Farklı tatlar	21.21	24.2	24.14	22.66
Çocuklar	0.00	1.91	0.00	0.78
Sağlık	4.04	4.46	6.9	4.43
Fiziki ihtiyaç (Açlık)	3.03	3.18	3.45	3.13
Pratik/hızlı	0.00	0.00	3.45	0.26
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

Çizelge 5.49'da görüldüğü gibi Antalya ilinde görüşülen tüketicilerin %50.78'i ev dışında gıda (restoran, fast-food, kebabçı, ev yemekleri işletmeleri, okul vb. kafeteryalar, ortak yemekhaneler hazır yemek alıp evde yemek vb.) tüketimlerinde herhangi bir özel sebebin olmadığını belirtmişlerdir. Görüşülen tüketicilerin

%22.66'sı farklı tatlar deneyimlemek için, %12.76'sı ise sosyalleşmek için ev dışı gıdaya yöneldiklerini belirtmişlerdir. Ev dışı gıdayı tercih etmeme durumları gelir grupları içerisinde %41.38 ile %54.04 arasında değişmektedir. Hane gelirleri ile ev dışı gıda tüketim durumu arasında istatistiki bir ilişki bulunmamıştır.

Antalya ilinde ankete katılan bireylere ev dışı gıda tüketimlerinde tercih yerleri sorulmuştur. Bireylerin ev dışı gıda tüketiminde en fazla tercih ettikleri restoranlar %36.98 oranı ile ilk sırada yer almıştır. Çalışmada elde edilen bu sonuç Ekeyılmaz (2006)'ın sonuçlarıyla paralellik göstermiştir. %18.49 oranıyla ikinci sırada en çok tercih edilen kebab-lahmacun-döner olurken, üçüncü sırayı %8.85 ile fast-food ve pizzacılar almıştır. Yazırlı (2015) yaptığı çalışmada Aydın ili Nazilli ilçesinde ev dışı gıda tüketiminde 1.sırada en fazla (%34.2 oranında) fast food ve pizzacıların tercih edildiğini belirlemiş, Koçak (2015) ise fast food ürünlerinin restorana tercih edilmiş sebebini hızlı servis (%3.98) ve yemeğin kalitesi (3.87) olarak belirleyerek, Antalya ilinde görüşme yapılan bireylerin tercihlerinden farklı sonuçlar elde etmişlerdir. Kişilerin ev dışı gıda tüketiminde ev yemekleri tercihleri %4.43, okul vb. kafeterya ve yemekhanelerden yana tercih kullanmaları %2.08 gibi düşük oranlarda olmuştur. Hazır yemek alıp evde yemek ise çok az (%0.52) tercih edilmiştir. Ankete katılan bireylerin %28.65'inin ise ev dışı gıda tüketim yeri seçiminde kararsız kaldığı gözlemlenmiştir (Çizelge 5.50).

Çizelge 5.50. Hanehalklarının ev dışı gıda tercih yerleri

Ev dışı gıda tercih yerleri	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Cevapsız	31.31	26.75	20.69	28.65
Restoranlar	32.83	42.04	37.93	36.98
Kebabçı(tablacı)-lahmacun-döner	17.68	17.20	31.03	18.49
Fast-food ve pizza	9.60	8.28	6.90	8.85
Ev yemekleri	4.04	5.10	3.45	4.43
Okul vb. kafeteryalar, yemekhaneler	3.54	0.64	0.00	2.08
Hazır yemek alıp eve gelmek	1.01	0.00	0.00	0.52
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

Antalya ilinde ev dışı gıda tüketen bireylere ev dışı gıda tüketmesine etki edebileceği düşünülen 17 faktör sıralanmış ve bu faktörlerin etkililik oranı beşli likert ölçeği ile derecelendirilmiştir. Bireylere arkadaşlarıyla iyi vakit geçirmenin ev dışı gıda tüketimindeki etkililik oranı sorulduğunda %48.20 ile çok etkili cevabı en çok

verilen yanıt olurken, %3.90 etkisiz olduğuna dair cevap en az verilen cevap olduğu gözlemlenmiştir (Çizelge 5.51).

Çizelge 5.51. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih sırası- arkadaşlarla iyi vakit geçirme

Arkadaşlarla İyi Vakit Geçirme		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
1	Sayı	65	33	6	104
	(%)	32.80	21.00	20.70	27.10
2	Sayı	8	5	2	15
	(%)	4.00	3.20	6.90	3.90
3	Sayı	12	11	2	25
	(%)	6.10	7.00	6.90	6.50
4	Sayı	31	21	3	55
	(%)	15.70	13.40	10.30	14.30
5	Sayı	82	87	16	185
	(%)	41.40	55.40	55.20	48.20
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

*1.Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili

Çalışmada bireylere ev dışı gıda tüketiminin kendisi için alışkanlık olup olmadığı sorulmuştur. Bireylerin %48.40'ı böyle bir alışkanlığının olmadığını belirtmiştir (Çizelge 5.52). Yazırlı (2015)'da çalışmasında bu durumda alışkanlığın benzer şekilde %32.10 oranında etkili olduğunu saptamıştır.

Çizelge 5.52. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih sırası- alışkanlık

Alışkanlık		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
1	Sayı	90	83	13	186
	(%)	45.50	52.90	44.80	48.40
2	Sayı	27	17	1	45
	(%)	13.60	10.80	3.40	11.70
3	Sayı	27	17	6	50
	(%)	13.60	10.80	20.70	13.00
4	Sayı	30	20	0	50
	(%)	15.20	12.70	0.00	13.00
5	Sayı	24	20	9	53
	(%)	12.10	12.70	31.00	13.80
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

*1.Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili

Ankete katılan bireylere ev dışı gıda tüketmelerinde farklı ortamlarda yemek yeme isteğinin etkili olup olmadığı sorulduğunda %46.90 oranında farklı ortamlarda yemek yeme isteğinin çok etkili olduğu yanıtı alınmıştır (Çizelge 5.53).

Çizelge 5.53. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih sırası-farklı ortamlar

Farklı Ortamlarda Yemek Yeme İsteği		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
1	Sayı	47	33	3	83
	(%)	23.70	21.00	10.30	21.60
2	Sayı	9	6	1	16
	(%)	4.50	3.80	3.40	4.20
3	Sayı	19	14	5	38
	(%)	9.60	8.90	17.20	9.90
4	Sayı	31	34	2	67
	(%)	15.70	21.70	6.90	17.40
5	Sayı	92	70	18	180
	(%)	46.50	44.60	62.10	46.90
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

*1.Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili

Çalışmada hanehalkına ev dışı gıda tüketiminde çocuklarının etkili olup olmadığı sorulmuş ve %36.70 oranında çocukların bu kararda çok etkili olduğu yanıtı alınmıştır (Çizelge 5.54). Elde edilen bu sonuç, Yazırlı'nın (2015) yaptığı çalışmada ev dışı gıda tüketiminde çocukların tercihinin %33.2 oranında etkili bulunmasıyla paralel olmuştur.

Çizelge 5.54. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih sırası- çocukların tercihi

Çocukların Tercih Ediyor		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
1	Sayı	54	32	2	88
	(%)	27.30	20.40	6.90	22.90
2	Sayı	4	1	2	7
	(%)	2.00	0.60	6.90	1.80
3	Sayı	53	37	7	97
	(%)	26.80	23.60	24.10	25.30
4	Sayı	20	28	3	51
	(%)	10.10	17.80	10.30	13.30
5	Sayı	67	59	15	141
	(%)	33.80	37.60	51.70	36.70
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

*1.Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili

Ankete katılan bireylere dışardaki yemeklerin lezzetli olmasının ev dışı gıda tüketimlerinde etkili olup olmadığı sorulduğunda, %54.40 oranında ev dışı gıda tüketim tercihinde gidilen yeri lezzetli bulmalarının çok etkili olduğu belirlenmiştir (Çizelge 5.55). Yazırlı (2015)'da yaptığı çalışmada, bu çalışmaya paralel olarak ev dışı gıda tüketiminde lezzetlilik faktörünü %50.08 oranında etkili olarak saptamıştır.

Çizelge 5.55. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedeni sırası-lezzet

Lezzetli olması		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
1	Sayı	30	21	3	54
	(%)	15.20	13.40	10.30	14.10
2	Sayı	15	6	2	23
	(%)	7.60	3.80	6.90	6.00
3	Sayı	20	19	4	43
	(%)	10.10	12.10	13.80	11.20
4	Sayı	30	23	2	55
	(%)	15.20	14.60	6.90	14.30
5	Sayı	103	88	18	209
	(%)	52.00	56.10	62.10	54.40
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100	100	100	100

*1.Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili

Ankete farklı gelir gruplarından bireyler katıldığı için ev dışı gıda tüketiminin bireyler için ekonomik olup olmadığı sorusu yöneltmiş ve %34.10 oranında tüketici tercihlerinde gidilen yerin ekonomik olmasının çok etkili olduğu yanıtı alınmıştır (Çizelge 5.56).

Çizelge 5.56. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedeni sırası- ekonomik

Ekonomik Olması		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
1	Sayı	55	58	11	124
	(%)	27.80	36.90	37.90	32.30
2	Sayı	23	16	2	41
	(%)	11.60	10.20	6.90	10.70
3	Sayı	25	17	6	48
	(%)	12.60	10.80	20.70	12.50
4	Sayı	27	11	2	40
	(%)	13.60	7.00	6.90	10.40
5	Sayı	68	55	8	131
	(%)	34.30	35.00	27.60	34.10
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

*1.Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili

Çalışmada bireylere ev dışı gıda tüketimi tercihinde besin değerinin yüksek olmasının ev dışı gıda tüketiminde etkili olup olmadığına %30.20 oranında çok etkili cevabı alınmıştır (Çizelge 5.57).

Çizelge 5.57. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedeni sırası- besin değeri

Besin Değerinin Yüksek Olması		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
1	Sayı	71	70	10	151
	(%)	35.90	44.60	34.50	39.30
2	Sayı	21	10	4	35
	(%)	10.60	6.40	13.80	9.10
3	Sayı	35	16	6	57
	(%)	17.70	10.20	20.70	14.80
4	Sayı	14	8	3	25
	(%)	7.10	5.10	10.30	6.50
5	Sayı	57	53	6	116
	(%)	28.80	33.80	20.70	30.20
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

*1.Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili

Ankete katılan bireylere ev dışı gıda tüketim tercihinde reklamın etkili olup olmadığı sorusu yöneltmiş ve %60.90 oranında reklamın bireylerin tercihlerini belirlemede hiç etkili olmadığı gözlenmiştir (Çizelge 5.58).

Çizelge 5.58. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedeni sırası- reklam

Reklamın Etkisi		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
1	Sayı	123	94	17	234
	(%)	62.10	59.90	58.60	60.90
2	Sayı	20	12	3	35
	(%)	10.10	7.60	10.30	9.10
3	Sayı	22	16	3	41
	(%)	11.10	10.20	10.30	10.70
4	Sayı	16	10	3	29
	(%)	8.10	6.40	10.30	7.60
5	Sayı	17	25	3	45
	(%)	8.60	15.90	10.30	11.70
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

*1.Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili

Çalışmaya katılan bireylere ev dışı gıda tüketim tercihinde sağlıklı ve hijyenik gıda tüketiminin etkili olup olmadığı sorusu yöneltildiğinde, %45.60 oranında sağlıklı ve hijyenik gıda tüketiminin bireylerin tercihlerini belirlemede çok etkili olduğu bulunmuştur (Çizelge 5.59).

Çizelge 5.59. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedeni sırası- sağlık ve hijyen

Sağlıklı ve Hijyenik Olması		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
1	Sayı	68	49	12	129
	(%)	34.30	31.20	41.40	33.60
2	Sayı	15	11	3	29
	(%)	7.60	7.00	10.30	7.60
3	Sayı	11	9	2	22
	(%)	5.60	5.70	6.90	5.70
4	Sayı	16	10	3	29
	(%)	8.10	6.40	10.30	7.60
5	Sayı	88	78	9	175
	(%)	44.40	49.70	31.00	45.60
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

*1. Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili

Ankete katılan bireylere ev dışı gıda tüketiminde tercih ettikleri yerlerde çeşitliliğin etkili olup olmadığı sorulduğunda %39.60 oranında yemek çeşitliliğinin çok etkili olduğu cevabını vermişlerdir (Çizelge 5.60). Yazırlı (2015)'da çalışmasında ev dışı gıda çeşitliliğinin gıda tüketimi etkinliğinde yakın değerlerde (%57.60) etkili olduğunu bulmuştur.

Çizelge 5.60. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedeni sırası- çeşitlilik

Çeşitlilik		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
1	Sayı	38	32	1	71
	(%)	19.20	20.40	3.40	18.50
2	Sayı	12	5	2	19
	(%)	6.10	3.20	6.90	4.90
3	Sayı	49	23	9	81
	(%)	24.70	14.60	31.00	21.10
4	Sayı	36	21	4	61
	(%)	18.20	13.40	13.80	15.90
5	Sayı	63	76	13	152
	(%)	31.80	48.40	44.80	39.60
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

*1. Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili

Anne bireylerin çalışması durumunda ev dışı gıda tüketim tercihlerinde gelir gruplarına göre “anne çalıştığı için yemek yapmaya vakti yok” durumunun I. Gelir grubu için %50.50 hiç etkisiz, II. Gelir grubu için %35.70 çok etkili iken, III. Gelir grubu için %41.40 oranında çok etkili olduğu gözlenmiştir. Gelir grupları ortalamasında ise bireylerin ev dışı gıdayı tercih etmelerinde bu durumun %24.50 oranında çok etkili olduğu görülmüştür (Çizelge 5.61). Yazırlı (2015)'nın benzer çalışmasında annenin çalışıyor olması durumu, bu çalışmadaki II. ve III. gelir

gruplarına dahil olan bireylerin verdiği cevaplara daha yakın oranda (%19.7 oranında) etkili olduğunu belirlemiştir.

Çizelge 5.61. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih etme nedeni sırası-anneninin çalışması

Anne Çalıştığı İçin Yemek Yapmaya Vakti Yok		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
1	Sayı	100	51	6	157
	(%)	50.50	32.50	20.70	40.90
2	Sayı	13	5	1	19
	(%)	6.60	3.20	3.40	4.90
3	Sayı	52	32	6	90
	(%)	26.30	20.40	20.70	23.40
4	Sayı	7	13	4	24
	(%)	3.50	8.30	13.80	6.30
5	Sayı	26	56	12	94
	(%)	13.13	35.70	41.40	24.50
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

*1.Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili

Ankete katılan bireylere ev dışı gıda tüketiminde çevrenin tavsiyesinin etkisinin olup olmadığına irdelenmiş ve %29.20 oranında çevre tavsiyesinin çok etkili olduğu gözlemlenmiştir (Çizelge 5.62).

Çizelge 5.62. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedeni sırası- çevrenin tavsiyesi

Çevrenin Tavsiyesi		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
1	Sayı	90	53	8	151
	(%)	45.50	33.80	27.60	39.30
2	Sayı	15	6	1	22
	(%)	7.60	3.80	3.40	5.70
3	Sayı	19	17	7	43
	(%)	9.60	10.80	24.10	11.20
4	Sayı	22	30	4	56
	(%)	11.10	19.10	13.80	14.60
5	Sayı	52	51	9	112
	(%)	26.30	32.50	31.00	29.20
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

*1.Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili

Çalışmaya katılan bireylere ev dışı gıda tüketiminde tercih ettikleri yerin her zaman aynı kalitede gıda sunmasının etkili olup olmadığı sorulmuş ve %50.00 oranında her zaman aynı kalitede bulmanın yer seçiminde çok etkili olduğu saptanmıştır (Çizelge 5.63). Yazırlı (2015)'da çalışmaya paralel olarak, her zaman aynı kalitede bulmayı %19.7 oranında etkili bulmuştur.

Çizelge 5.63. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedeni sırası-her zaman aynı kalite

Her Zaman Aynı Kalitede Olması		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
1	Sayı	39	28	6	73
	(%)	19.70	17.80	20.70	19.00
2	Sayı	16	7	2	25
	(%)	8.10	4.50	6.90	6.50
3	Sayı	20	15	4	39
	(%)	10.10	9.60	13.80	10.20
4	Sayı	29	21	5	55
	(%)	14.60	13.40	17.20	14.30
5	Sayı	94	86	12	192
	(%)	47.50	54.80	41.40	50.00
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

*1. Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili

Antalya ilinde çalışmaya katılan bireylere ev dışı gıda tüketiminde ortam koşullarının rahatlığının etkili olup olmadığına %53.60 oranında çok etkili olduğu cevabı alınmıştır (Çizelge 5.64).

Çizelge 5.64. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih etme nedenleri: ortam koşulları rahatlığı

Ortam Koşulları Rahatlığı		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
1	Sayı	32	20	4	56
	(%)	16.20	12.70	13.80	14.60
2	Sayı	12	5	2	19
	(%)	6.10	3.20	6.90	4.90
3	Sayı	20	14	3	37
	(%)	10.10	8.90	10.30	9.60
4	Sayı	36	23	7	66
	(%)	18.20	14.60	24.10	17.20
5	Sayı	98	95	13	206
	(%)	49.50	60.50	44.80	53.60
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

*1. Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili

Çalışmada bireylere ev dışı gıda tüketiminde gidilen yerde servisin kalitesinin etkili olup olmadığı sorusuna %56.30 çok etkili olduğu cevabı alınmıştır (Çizelge 5.65).

Çizelge 5.65. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedeni sırası-servis kalitesi

Servis Kalitesi		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
1	Sayı	29	21	3	53
	(%)	14.60	13.40	10.30	13.80
2	Sayı	11	4	3	18
	(%)	5.60	2.50	10.30	4.70
3	Sayı	21	17	4	42
	(%)	10.60	10.80	13.80	10.90
4	Sayı	28	23	4	55
	(%)	14.10	14.60	13.80	14.30
5	Sayı	109	92	15	216
	(%)	55.10	58.60	51.70	56.30
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

*1. Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili

Ankete katılan bireylere ev dışı gıda tüketiminde kredi kartı ile ödeme yapabilmenin etkili olup olmadığı sorulmuş ve %39.80 çok etkili olduğu, %3.10 etkisiz olduğu cevapları alınmıştır (Çizelge 5.66).

Çizelge 5.66. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedeni sırası-kredi kartı

Kredi Kartı ile Ödeyebiliyorum		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
1	Sayı	66	39	11	116
	(%)	33.30	24.80	37.90	30.20
2	Sayı	8	3	1	12
	(%)	4.00	1.90	3.40	3.10
3	Sayı	21	11	5	37
	(%)	10.60	7.00	17.20	9.60
4	Sayı	38	26	2	66
	(%)	19.20	16.60	6.90	17.20
5	Sayı	65	78	10	153
	(%)	32.80	49.70	34.50	39.80
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

*1. Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili

Gelir gruplarına göre ankete katılan bireylere ev dışı gıdayı tercih etmelerinde yemek pişirmeyi sevmemenin etkili olup olmadığı sorusuna %62.50 oranında hiç etkisiz, %15.40 oranında çok etkili olduğu cevabı verilmiştir (Çizelge 5.67). Yazırlı (2015) ise %21.80 oranında etkili bulmuştur.

Çizelge 5.67. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih nedeni sırası-yemek pişirmeyi sevmemek

Yemek Pişirmeyi Sevmemek		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
1	Sayı	127	95	18	240
	Sayı	64.10	60.50	62.10	62.50
2	(%)	11	11	1	23
	Sayı	5.60	7.00	3.40	6.00
3	(%)	26	11	1	38
	Sayı	13.10	7.00	3.40	9.90
4	(%)	10	14	0	24
	Sayı	5.10	8.90	0.00	6.30
5	(%)	24	26	9	59
	Sayı	12.10	16.60	31.00	15.40
Toplam	(%)	198	157	29	384
	Sayı	100.00	100.00	100.00	100.00

*1.Hiç etkisiz, 2. Etkisiz, 3. Kararsız, 4. Etkili, 5. Çok etkili

Antalya ilinde ankete katılan bireylere ev dışı gıda tüketimini tercih etmemelerinde etkili olabilecek nedenler sorulmuştur. Çalışmaya katılan bireylere ev dışı gıdayı tercih etmemelerinde böyle bir tüketim alışkanlıklarının olmaması seçeneğine %78.12 oranında evet cevabı alınmıştır. Yani bireyler dışarıda yemek yeme alışkanlıkları olmadığı için ev dışı gıda tüketmediklerini belirtmişlerdir (Çizelge 5.68).

Çizelge 5.68. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih etmeme nedenleri: alışkanlığın olmaması

Alışkanlığım yok		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Hayır	Sayı	44	33	7	84
	(%)	22.22	21.01	24.13	21.88
Evet	Sayı	154	124	22	300
	(%)	77.78	78.99	75.87	78.12
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

Gelir gruplarına göre ankete katılan bireylere ev dışı gıda tüketimini tercih etmemelerinde etkili olabilecek nedenlerden fiyatların etkili olup olmadığı sorulmuş ve bireylerin ev dışı gıdayı tercih etmemelerinde fiyatların yüksek olması seçeneğine %78.65 oranında evet cevabı alınmıştır. Yani bireyler dışarıda yemek yemeyi fiyatlar yüksek olduğu için tercih etmediklerini belirtmişlerdir (Çizelge 5.69).

Çizelge 5.69. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih etmeme nedenleri: fiyatlar yüksek

Fiyatlar Yüksek		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Hayır	Sayı	41	34	7	82
	(%)	20.70	21.65	24.13	21.35
Evet	Sayı	157	123	22	302
	(%)	79.30	78.35	75.87	78.65
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

Farklı gelir gruplarına göre ankete katılan bireylere ev dışı gıda tüketimi tercih etmemelerinde “anne çalışmadığından evde yemek hazırlamak için yeterince vakti var” durumunun etkili olup olmadığı sorulmuş ve bireylerin ev dışı gıdayı tercih etmemelerinde bu durumun %64.32 oranında etkisiz olduğu belirlenmiştir (Çizelge 5.70).

Çizelge 5.70. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih etmeme nedeni-annenın çalışmaması

Anne Çalışmadığından Yemek Hazırlamak İçin Yeterince Vakti Var		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Hayır	Sayı	112	116	19	247
	(%)	56.56	73.88	65.51	64.32
Evet	Sayı	86	41	10	137
	(%)	43.44	26.12	34.49	35.68
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

Çalışmada tüketicilere gelir gruplarına göre ev dışı gıda tüketmeme nedeni olarak ev dışı gıdanın doyurucu olup olmadığı sorusu sorulmuş, %60.41 oranında hayır cevabı alınmıştır. Hayır cevabı veren %39.59 oranındaki tüketiciler ise ev dışı gıdanın doyurucu olduğunu ifade etmişlerdir (Çizelge 5.71).

Çizelge 5.71. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih etmeme nedeni-doyurucu olmaması

Doyurucu değil		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Hayır	Sayı	123	90	19	232
	(%)	62.12	57.32	65.51	60.41
Evet	Sayı	75	67	10	152
	(%)	37.88	42.68	34.49	39.59
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

Ankete katılan bireylere ev dışı gıda tüketmeme nedeni olarak besin değerini düşük bulup bulmadıkları sorulmuş ve %76.83 oranında evet, %23.17 oranında hayır yanıtı alınmıştır (Çizelge 5.72).

Çizelge 5.72. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih etmeme nedeni- besin değeri düşük

Besin Değeri Düşük		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Hayır	Sayı	44	38	7	89
	(%)	22.22	24.20	24.13	23.17
Evet	Sayı	154	119	22	295
	(%)	77.78	75.80	75.87	76.83
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

Antalya ilinde bireylerin ev dışı gıda tüketmeme nedeni olarak gıdaların taze olup olmaması durumu sorulmuş ve %76.31 oranında evet yani ev dışı gıdaları taze bulmadıkları, %23.69 oranında hayır yani ev dışı gıdayı taze buldukları cevapları alınmıştır (Çizelge 5.73).

Çizelge 5.73. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih etmeme nedeni: taze olmaması

Taze Değil		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Hayır	Sayı	42	43	6	91
	(%)	21.21	27.38	20.68	23.69
Evet	Sayı	156	114	23	293
	(%)	78.79	72.62	79.32	76.31
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

Çizelge 5.74. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih etmeme nedeni: sağlıklı ve hijyenik endişesi

Sağlıklı ve Hijyenik Olduğu Konusunda Endişelerim Var		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Hayır	Sayı	25	24	2	51
	(%)	12.62	15.28	6.89	13.28
Evet	Sayı	173	133	27	333
	(%)	87.38	84.72	93.11	86.72
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

Ankete katılan bireylere ev dışı gıda tüketmemede bu gıdaların sağlıklı ve hijyenik olmadığı konusunda şüphelerinin olup olmadığı sorulduğunda bireyler %86.72 oranında evet (şüphem var), %13.28 oranında ise hayır (şüphem yok) cevabı vermişlerdir (Çizelge 5.74).

Çalışmada bireylere ev dışı gıda tüketmek istememede ürün çeşitliliğinin sınırlı olup olmadığı sorulmuş ve %76.30 oranında ürün çeşidini sınırlı bulmazken, %23.70 oranında tüketici ürün çeşidini sınırlı bulduğunu belirtmiştir (Çizelge 5.75).

Çizelge 5.75. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih etmeme nedeni- çeşitliliğin sınırlı olması

Ürün Çeşidinin Sınırlı Olduğunu Düşünüyorum		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
		Oran (%)			
Hayır	Sayı	153	119	21	293
	(%)	77.27	75.79	72.41	76.30
Evet	Sayı	45	38	8	91
	(%)	22.73	24.21	27.59	23.70
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

Ankete katılan bireylere ev dışı gıda tüketmeme nedeni olarak evdeki bireylerin istemediği için mi tüketmedikleri sorusu sorulmuş, %79.94 oranında hayır yanıtı alınırken, %20.06 oranında evet yanıtı alınmıştır (Çizelge 5.76).

Çizelge 5.76. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tercih etmeme nedeni-evdeki bireyler

Evdeki Bireyler İstemediği İçin		Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
		Oran (%)			
Hayır	Sayı	154	126	27	307
	(%)	77.77	80.25	93.10	79.97
Evet	Sayı	44	31	2	77
	(%)	22.23	19.75	6.90	20.03
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

Çalışmada ankete katılan kişilere ev dışı gıdayı sağlıklı buluyor musunuz sorusu sorulduğunda katılımcıların %79.42'si hayır, %20.57'si evet cevabını vermiştir (Çizelge 5.77).

Çizelge 5.77. Hanehalklarının ev dışı gıdanın sağlıklı olması konusundaki yargısı

Ev dışı gıda sağlıklı mıdır?	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
	Oran (%)			
Evet Sağlıklıdır	21.21	17.10	34.48	20.57
Hayır Sağlıklı Değildir	78.79	83.90	65.52	79.43
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

Yapılan çalışmada insanların %77.08'i ev dışı gıdayı sağlıksız bulmuş ve bunun üzerine ev dışı gıdanın hangi açıdan sağlıksız bulunduğu sorulup; içerisindeki katkı

maddelerinden dolayı evet diyenler %66.93 iken, hayır diyenlerin oranı %33.07 olmuştur (Çizelge 5.78).

Çizelge 5.78. Hanehalklarının ev dışı gıda tutum ve davranışlarının belirlenmesi

Ev dışı gıdayı içerisindeki katkı maddeleri bakımından sağlıklı bulmama durumu			Gelir Grupları			Gelir Grupları
			I	II	III	
Hayır	Sayı	66	49	12	127	
	(%)	33.33	31.21	41.37	33.07	
Evet	Sayı	132	108	17	257	
	(%)	66.67	68.79	58.63	66.93	
Toplam		Sayı	198	157	29	384
		(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

Ankete katılan bireylere “ev dışı gıdayı saklama koşulları bakımından mı sağlıksız buluyorsunuz?” sorusuna bireylerin %75.00 oranında hayır, %25.00 oranında evet yanıtını verdiği gözlenmiştir (Çizelge 5.79).

Çizelge 5.79. Hanehalklarının ev dışı gıdayı saklama koşulları bakımından sağlıklı bulmaması

ev dışı gıdayı saklama koşulları bakımından sağlıklı bulmama durumu			Gelir Grupları			Ortalama
			I	II	II	
Hayır	Sayı	147	117	24	288	
	(%)	74.24	74.52	82.76	75	
Evet, sağlıklı	Sayı	51	40	5	96	
	(%)	25.75	25.48	17.24	25	
Toplam		Sayı	198	157	29	384
		(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

Çalışmada bireylere “ev dışı gıdayı tüketme biçimi bakımından mı sağlıksız buluyorsunuz?” sorusuna bireyler %86.45 oranında hayır, %13.54 oranında evet cevabı vermişlerdir (Çizelge 5.80).

Çizelge 5.80. Hanehalklarının ev dışı gıdayı tüketme biçimi bakımından sağlıklı bulmaması

ev dışı gıdayı tüketme biçimi bakımından sağlıklı bulmama durumu			Gelir Grupları			Ortalama
			I	II	III	
Hayır	Sayı	170	136	26	332	
	(%)	85.85	86.62	89.65	86.45	
Evet	Sayı	28	21	3	52	
	(%)	14.15	13.38	10.35	13.55	
Toplam		Sayı	198	157	29	384
		(%)	(%)	100.00	100.00	100.00

Antalya ilinde “ev dışı gıdayı hijyen bakımından mı sağlıksız buluyorsunuz?” sorusuna ankete katılan bireyler %50.53 oranında evet yanıtını verirken, %49.97

oranında hayır cevabını verdikleri gözlenmiştir (Çizelge 5.81). Yazırlı (2015)'nın yaptığı çalışmada ise bireyler, ev dışı gıda tüketim alışkanlığı olmamasında hijyen konusunda şüphelerinin olduğunu belirtmişlerdir.

Çizelge 5.81. Hanehalklarının ev dışı gıdayı hijyen bakımından sağlıklı bulmaması

ev dışı gıdayı hijyen bakımından sağlıklı bulmama durumu		Gelir Grupları			Ortalama
		I	II	III	
Hayır	Sayı	107	70	13	190
	(%)	54.04	44.58	44.82	49.47
Evet, sağlıklı değil	Sayı	91	87	16	194
	(%)	45.96	55.42	55.13	50.53
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

Çalışmada bireyler “ev dışı gıdayı uygun koşullarda pişirilmediği için mi sağlıksız buluyorsunuz?” sorusuna bireyler %79.95 oranında hayır, %20.05 oranında evet cevabı vermişlerdir (Çizelge 5.82).

Çizelge 5.82. Hanehalklarına ev dışı gıdanın uygun koşullarda pişirilmediği için sağlıklı bulmaması

ev dışı gıdanın uygun koşullarda pişirilmediği için sağlıklı bulmama durumu		Gelir Grupları			Ortalama
		I	II	III	
Hayır	Sayı	157	124	26	307
	(%)	79.29	78.98	89.65	79.95
Evet, sağlıklı değil	Sayı	41	33	3	77
	(%)	20.71	21.02	10.35	20.05
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

Ankete katılan bireyler “ev dışı gıdayı vitamin, enerji ve besin değerini koruyamadığı için mi sağlıksız buluyorsunuz?” sorusuna %78.90 oranında hayır yanıtı verirken, %21.10 oranında evet yanıtı vermişlerdir (Çizelge 5.83).

Çizelge 5.83. Hanehalklarının ev dışı gıdaların vitamin ve besin değerini koruyamadığının düşünüldüğü için sağlıklı bulmaması

ev dışı gıdaların vitamin ve besin değerini koruyamadığının düşünüldüğü için sağlıklı bulmama durumları		Gelir Grupları			Ortalama
		I	II	III	
Hayır, sağlıklı	Sayı	158	121	24	303
	(%)	79.79	77.07	82.75	78.90
Evet, sağlıksız	Sayı	40	36	5	81
	(%)	20.21	22.93	17.25	21.10
Toplam	Sayı	198	157	29	384
	(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Antalya ili merkez ilçelerinde ev dışı gıda tüketimini etkileyen faktörlerin neler olduğunu belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada, basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçilen 384 hane halkı ile yüz yüze görüşülerek veriler temin edilmiştir. Anketlerden elde edilen veriler SPSS 22.00 programında, Ki-kare ve Lojistik regresyon analizi ile değerlendirilerek sonuçlar yorumlanmıştır.

Araştırma bölgesi olan Antalya ilinde tüm gelir gruplarına göre ortalamada %40.89 oranında Muratpaşa, %38.54 oranında Kepez, %15.89 oranında Konyaaltı ve %4.69 oranında Döşemealtı ilçelerinde tüketicilerle görüşülerek anketler gerçekleştirilmiştir

Ankete katılan bireylerin %70.83'ünün evli, %24.74'ünün bekar ve %4.43'ünün boşanmış olduğu gözlenmiştir. Tüketicilerin, %67.19'u memur, %26.30'u işçi, %3.65'i ev hanımı, %2.80'i öğrenci ve %0.78'i emekli olduğu belirlenmiştir.

Aile içinde gıda satın alımına karar veren kişinin %50.00 oranı ile annenin etken olduğu, %28.39oranı ile babanın etkin olduğu, %12.50 oranı ile anne-babanın ortak ve %9.11 oranı ile çocuğun etkin olduğu tespit edilmiştir.

Gelir gruplarına göre aile içinde ev dışı gıda tüketimine karar veren en etkili bireyin tüm gelir grupları ortalamasında %28.91 oranı ile çocuklar, %20.31 oranı ile anne, %17.97 oranı ile diğer, %16.67 oranı ile baba ve %16.15 oranı ile anne-babanın birlikte karar verdiği görülmüştür.

Tüketicilerin %80.21'inin evde düzenli olarak yemek yaptığı, evde yemek olmaması durumunda %16.99 oranında kahvaltı yapmayı tercih ettikleri gözlenmiştir.

Tüketicilerin %57.55'inin mülk sahibi, %38.02'sinin kiracı, %4.43'ünün diğer yani akrabalarının evinde veya işyerine ait lojmanlarda ikamet ettiklerini bildirmişlerdir.

Ankete katılan tüketicilerin gıda satın almada 1.sırada etkin olan faktörlerin değeri; marka için %22.66 oranında, kalite için %44.01 oranında, fiyat için %10.16

oranında, reklam için %0.52 oranında, ambalaj için %1.04 oranında, besin içeriği için % 18.23 oranında etkili değer saptanmıştır.

Tüketicilerin ev dışı gıda tüketimine farklı gelir dağılımı ortalamasına göre mekân seçiminde ilk tercihlerine bakıldığında; %65.60 oranında restoran, %4.90 oranında unlu mamuller, %4.70 oranında yerel pizzacı ve hamburger tercihleri, %2.90 oranında ulusal pizzacı, %9.40 oranında ulusal fast food'cular ve %7.80 diğer bir ulusal fast food markası gibi mekanları tercih ettikleri belirlenmiştir.

Gelir gruplarına göre dışarıda aylık yemek yeme sıklığı, I. gelir grubu için 2.57, II. gelir grubu için 3.49, III. gelir grubu için 3.52 adet olduğu belirlenmiştir.

Gelir gruplarına göre bireylerin ev dışı gıdayı tercih nedenleri irdelendiğinde; bireylerin %50.78'inin herhangi bir nedeninin olmadığı, %22.66'sının farklı tatlar tatmak için, %12.76'sı sosyalleşmek için, %5.21'inin lezzeti için, %4.43'ünün sağlıklı bulması sebebiyle, %3.13'ünün açlığını gidermek sebebiyle, %0.78'inin çocuklarının istemesi sebebiyle, %0.26'sının ise pratik ve hızlı olması sebebiyle tercih ettiklerini bildirmişlerdir.

Gelir gruplarına göre bireylerin ev dışı gıdayı tercih etmelerinde en etkili tercih nedenleri; lezzetli olması (%54.40), arkadaşları ile iyi vakit geçirmek (%48.20), farklı ortamlarda yemek yeme isteği (%46.90), çocukların tercih etmesi (%36.70), ekonomik olması (%34.10), besin değerinin yüksek olması (%30.20) ve alışkanlıkları (%13.80) şeklinde ifade edilmiştir.

Gelir gruplarına göre bireylerin ev dışı gıdayı tercih etme nedenleri için bireylere sırasıyla reklam, sağlıklı ve hijyenik olması, çeşitlilik, annenin çalışması nedeniyle yemek yapamaması, çevrenin tavsiyesi, her zaman aynı kalitede olması, ortam koşulları ve rahatlığı, servis kalitesi, kredi kartı ile ödeyebilme, yemek pişirmeyi sevmemek seçenekleri sunulmuştur. Her bir seçenek için beşli likert ölçeğine göre çok etkili bulunan oran yüzdeleri sırasıyla %11.70, %45.60, %39.60, %24.50, %29.20, %50.00, %53.60, %56.30, %39.80 ve %15.40 şeklinde olduğu tespit edilmiştir.

Gelir gruplarına göre bireylerin ev dışı gıdayı tercih etmeme nedenlerinde; bireylerin alışkanlıklarının olmaması (%78.12), fiyatı yüksek bulmaları (%78.65), anne çalışmadığı için yemek hazırlamaya yeterince vaktinin olması (%35.68), doyurucu olmaması (%39.59), besin değerinin düşük olması (%76.83), taze olmaması (%76.31), sağlıklı ve hijyenik olması konusunda şüphe duymaları (%86.72), ürün çeşidinin sınırlı olduğunu düşünmeleri (%23.70) ve evdeki diğer bireylerin istememeleri (%20.06) etkili olduğunu belirtmişlerdir.

Tüketicilerin %77.08'i ev dışı gıdayı sağlıklı bulmamıştır. Bireylerin ev dışı gıdayı sağlıklı bulmamalarının, gıdaların katkı maddesi içermeleri (%66.93), saklama koşullarındaki olumsuzluklar (%25), ev dışı gıdayı tüketme biçimi (%13.54), hijyen (%50.52), uygun koşullarda pişirilmemeleri (%20.05), vitamin ve besin değerlerini koruyamamaları (%21.10) gibi nedenlere bağlı olarak değiştiği gözlenmiştir.

Tüketicilerin eğitim seviyeleri ve gelir düzeylerinin artmasına paralel olarak ev dışı gıda tüketimi ve gıda satın alma kararlarında da önemli değişiklikler olduğu gözlenmiştir. Ev dışı gıda tüketim ve satın alınmasına karar veren hane bireyi daha yüksek oranda anneler olduğu için toplumda annelerin eğitim ve bilinç düzeyinin artırılması gelecek nesillerin daha sağlıklı ve dengeli beslenmesi açısından büyük önem arz etmektedir.

Gıda satın alma tercihinde reklamın önem derecesinin düşük olduğu, bu tercihlerde gıda kalitesinin önem değerinin yüksek olmasından dolayı üreticilerin reklam giderlerinden çok kaliteyi artırma çalışmalarına önem vermeleri daha fazla etkili olacaktır.

Global fast food tüketiminin restoran tercihinden sonra gelmesi Antalya'daki gıda işletmeleri sağlıklı ve doğal ürünlerle beslenmek isteyen bireyler için ürün çeşitliliğini, hijyenini, kalitesini, mekânın rahatlığını ve servis kalitesini arttırmaları önerilebilir.

KAYNAKLAR

- Akbay, C., Boz, I., 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.
- Aktaş, N., 1988. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Öğrencilerinin Beslenme Bilgi Düzeyleri. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları, 1040, Bilimsel Araştırma ve İncelemeleri, 554, 37s, Ankara.
- Aytekin, F., 1999. Üniversite Öğrencilerine Verilecek Beslenme Eğitiminin Beslenme Davranışlarına Olan Etkisinin İncelenmesi. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 254s, Ankara.
- Bahçe, S., 2017. Multinomiyal Logistik Regresyon Analizi ve Anket Verilerinde Uygulanabilirliği. Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 117s, Van.
- Balcı, Ü., 2001. Adana İlinde Konserve Gıda Tüketimi ve Bu Tüketimi Etkileyen Sosyo Ekonomik Faktörler. Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 120s, Adana.
- Bircan, H., 2004. Logistik Regresyon Analizi ve Tıp Verileri Üzerine bir Uygulama, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2, 185-208.
- Byrne, P. J., Capps Jr. O., Saha, A., 1996. Analysis of Food-Away-From-Home Expenditure Patterns for US Households. 1982-89. American Journal of Agricultural Economics, 78(3), 614-627.
- Byrne, P. J., Capps Jr. O., Saha, A., 1998. Analysis of Quick-Serve, Mid-Scale and Up-Scale Food Away from Home Expenditures. The International Food and Agribusiness Management Review, 1(1). 51-72.
- Çabuk, S., Şengül, S., 2000. Ailelerin Evde ve Ev Dışında Gıda Tüketimlerinin "Switching Regresyon" Yöntemiyle Belirlenmesi. İstatistik Araştırma Sempozyumu'2000, T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, Ankara.
- Çakır, M., Çakır, F., Usta, G., 2010. Üniversite Öğrencilerinin Tüketim Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi. Adnan Menderes Üniversitesi Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 2(2), 87-94.
- Demir, Y., 2011. Aydın'da Hanehalklarının Gıda Tüketim Talebi Ekonometrik Analizi, Adnan Menderes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi, 70s, Aydın.
- Dölekoğlu, Ö.C., 2004. Adana İlinde Hanehalkının Beslenme Düzeyleri ve Etkili Faktörlerin Logit Analizi ile Belirlenmesi. Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi (8), 62-86.

- Ekeyılmaz, S., 2006. Antalya İlinde Ev Dışı Gıda Talebi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi, 82s, Antalya.
- Erten, M., 2006. Adıyaman İlinde Eğitim Gören Üniversite Öğrencilerinin Beslenme Bilgilerinin ve Alışkanlıklarının Araştırılması. Gazi Üniversitesi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 129s, Ankara.
- Gül, A., Akbay, Ö.A., Özçiçek, C., Özel, R., Akbay, C., 2001. Adana İli Kentsel Alanda Ailelerin Ev Dışı Gıda Tüketimlerinin Belirlenmesi. (Yayınlanmamış Münferit Araştırma Projesi). Proje No: ZF-2001.13. Ç.Ü. Araştırma Fonu, Adana.
- Gül, A., Akbay, A.Ö., Dölekoğlu, C.Ö., Özel, R., Akbay, C., 2003. Adana İli Kentsel Alanda Ailelerin Ev Dışı Gıda Tüketimlerinin Belirlenmesi. Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, No: 95, Ankara.
- Gürler, A. Z., 2008. Tarım Ekonomisi. Nobel Yayın ve Dağıtım, Ankara.
- Heşeminia, T., Çalışkan, D., Işık, A., 2002. Ankara'da Yüksek Öğretim Öğrenci Yurtlarında Kalan Öğrencilerin Beslenme Sorunları. *İbni Sina Tıp Dergisi*, 7.155-167.
- Hosmer, DW., Lemeshow, S., 1980. Goodness of Fit Tests for the Multiple Logistic Regression Model. *Comm in Stat A*, 9, 1043-1069.
- Hosmer, D.W., Lemeshow, S., 1989. Applied Logistic Regression. John Willey and Sons, New York, USA.
- Hosmer DW. Lemeshow S..2000. Applied Logistic Regression. John Wiley and Sons, New York, 2nd Ed, New York, USA.
- Kahraman, A.B., 2011. Hacettepe Üniversitesi ile Erciyes Üniversitesinde Görev Yapan Öğretim Üyelerinin Tüketim Alışkanlıkları ve Yaşam Tarzı Profilleri. Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi, 32s. <http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/BurakmakaleSon.pdf>.
- Karakayacı, Z., Öz, Z. N., Baz, S., Koçyiğit, S., 2018. Selçuk Üniversitesi Lisans Öğrencilerinin Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi. *Selçuk J Agr Food Sci*, 32 (3), 289-296.
- Koç, A.A., Akdemir, S., Taşdan, K., 1996. Tüketicilerin Gıda Ürünlerinde Marka Tercihlerini Etkileyen Değişkenlerin Faktör Analizi ile Belirlenmesi: Adana'da Makarna Örneği. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 7-21.
- Koç, E., 2007. Tüketici Davranışları ve Pazarlama Stratejileri: Global ve Yerel Yaklaşım. Seçkin Yayıncılık, Ankara.

- Koçak, H., 2015. Van İli İpekyolu İlçesinde Hane Halklarının Ev Dışı Yemek Tüketim Alışkanlıkları. Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 78s, Van.
- Koçbek, A.D., 2005. Yiyecek-İçecek Sektöründe Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti: Etnik Restoranlara Yönelik Bir Araştırma. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- Korkmaz, N., 2011. Kültürel Farklılıkların Dondurulmuş Gıda Tüketim Kalıplarına Etkisi: Polonya-Türkiye Karşılaştırması. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 148s, Sakarya.
- Mazıcıoğlu, M.M., Öztürk, A., 2003. Üniversite 3. ve 4. Sınıf Öğrencilerinde Beslenme Alışkanlıkları ve Bunu Etkileyen Faktörler. Erciyes Tıp Dergisi, 25(4), 172-178.
- Maslow, Abraham. H (1943), A Theory of Human Motivation. Psychological Review, 50 (4): 370-396.
- McDowell, D.R., Allen-Smith, J.E., McLean-Meyinsse, P.E., 1997. Food Expenditures and Socioeconomic Characteristics: Focus on Income Class. American Journal of Agricultural Economics, 79(5), 1444-1451.
- Miran, B., 2011. Temel İstatistik. Ege Üniversitesi Basımevi, Bornova, İzmir.
- Mutlu, S., 2007. Gıda Güvenirliği Açısından Tüketici Davranışları: Adana Kentsel Kesimde Kırmızı Et Tüketimi Örneği. Ç.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Adana.
- Newbold, P., 2000. İşletme ve İktisat İçin İstatistik 4. Baskı. (Çev: Ümit Şenesen). Literatür Yayınları No:44, 983s, İstanbul.
- Odabaşı, Y., Barış, G., 2004. Tüketici Davranışı. 4. Baskı. Mediacat Kitapları, 408s, İstanbul.
- Ogundari, K., 2015. Household demand for food away from home (fafh) in nıgeria: the role of education. The Journal of Developing Areas Volume 49 No. 2 Spring 2015.
- Onurlubaş, E., 2011. Tüketicilerin Gıda Güvenliği Konusunda Bilinç Düzeylerinin Ölçülmesi 'Tokat İli Örneği'. Trakya Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, 180s, Tokat.
- Onurlubaş, E., Doğan, H.G., Gürler, A.Z., 2015. Türkiye'de Ev Dışı Gıda Tüketimin Durumu ve Tüketici Eğilimleri. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi. 8 (38). 917-924.
- Önder, F.O., Kurdoğlu, M., Oğuz, G., 2000. Gülveren Lisesi Son Sınıf Öğrencilerinin Bazı Beslenme Alışkanlıklarının Saptanması ve Bunun

Malnütrisyon Prevalansı ile Olan İlişkisi. Hacettepe Toplum Hekimliği Bülteni, 1: 1-5.

Örmeci, A.Ö., 1987. Isparta İline Bağlı Senirkent İlçesi ve Köylerinde İlkokul Çocuklarının Beslenme Durumları Üzerine Bir Araştırma. Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 112s, Ankara.

Özdamar, K., 2002. Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi-1, Kaan Kitabevi, 528s, Eskişehir.

Özdemir, B., 2010. Dışarıda Yemek Yeme Olgusu: Kuramsal Bir Model Önerisi. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 21(2), 218-232.

Özmen, M., Uzkurt, C., Özdemir, Ş., Altunışık, R., Torlak, Ö., 2012. Pazarlama İlkeleri. Anadolu Üniversitesi Yayını. No:302., 178s, Eskişehir.

Pallant, J., 2005. SPSS Survival Manual: A Step by Step Guide to Data Analysis Using SPSS for Windows, Crows Nest, NSW: Allen & Unwin.

Park, C., 2004. Efficient or Enjoyable? Consumer Values of Eatingout and Fast Food Restaurant Consumption in Korea.

Prochaska, F.J., Schrimper, R.A., 1973. Opportunity Cost of Time and Other Socioeconomic Effects on Away From Home Food Consumption. American Journal of Agricultural Economics, s. 595, Nov. 1973.

Sayılı, M., Gözener, B., 2013. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Öğrencilerinin Fast-Food Tüketim Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi. Çankırı Karatekin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4(2), 11-28.

Rufino, C.C., 2014. The Pattern of Consumption for Food Away From Home (FAFH) of Modern Filipino Households. <https://www.researchgate.net/publication/269039321>.

Stewart, H., Blisard, N., Jollife, D., Bhuyan, S. 2005. The Demand for Food Away from Home: Do Other Preferences Compete with Our Desire to Eat Healthfully? Western Journal of Agricultural Economics, February 2005, 520-536.

Sürücüoğlu, M.S., Çakıroğlu, F.P., 2000. Ankara Üniversitesi Öğrencilerinin Hızlı Hazır Yiyecek Tercihleri Üzerinde Bir Araştırma. Tarım Bilimleri Dergisi, 6 (3), 116-121.

Topuzoğlu, A., Hıdıroğlu, S., Ay, P., Önsüz, F., İkişik, H., 2007. Tüketicilerin Gıda Ürünleri ile İlgili Bilgi Düzeyleri ve Sağlık Risklerine Karşı Tutumları. TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni, 6(4): 253-258.

Tutar, K. F., Yazırlı, N., 2016. Hanehalkı Ev Dışı Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörler: Nazilli Örneği. Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 7(1): 367-392.

- TUİK, 2018. Türkiye İstatistik Kurumu Nüfus İstatistikleri. Erişim Tarihi: 09.06.2018. Web sayfası: <http://www.tuik.gov.tr>.
- Türkbal, A., 1983. Fiyat Teorisi. Erzurum. Ankara Üniversitesi Basımevi.
- Vassigh, G., 2012. Üniversite Öğrencilerinin Fiziksel Aktivite Durumları ile Sağlıklı Beslenme İndekslerinin Değerlendirilmesi. Hacettepe Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 131s, Ankara.
- Warde, A., Martens, L., 1998. Eating out and the Commercialization of Mental Life. *British Food Journal*, 100(3), 147–154.
- Yazırlı, N., 2015. Ev Dışı Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörler: Nazilli Örneği. Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 96s, Niğde.
- Yen, S.T., 1993. Working Wives and Food Away from Home: The Box-Cox Double Hurdle Model. *American Journal of Agr. Economics*, 75: 884-895.
- Yılmaz, E., Özkan, S., 2007. Üniversite Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıklarının İncelenmesi. *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 2(6), 88-104.

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Semra GÖNÜL
Doğum Yeri ve Yılı : Adana, 1981
Medeni Hali : Bekar
Yabancı Dili : İngilizce
E-posta : semragonul_@hotmail.com

Eğitim Durumu

Lise : Adana İncirlik Lisesi, 1998
Lisans : Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü

Mesleki Deneyim

Çukurova Üniversitesi: Laboratuvar teknikeri	2006-2008
Çukurova Üniversitesi: Araştırmacı olarak	2009
Akdeniz Üniversitesi: Laboratuvar teknikeri	2011-2015