

T.C.  
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANA BİLİM DALI

**TÜRKİYE'DEKİ TATLI TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI:  
Y KUŞAĞININ (18-25 YAŞ ARASI)  
İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

YAŞAR SEVİMLİ

GAZİANTEP  
ARALIK 2018

T.C.  
GAZIANTEP ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANA BİLİM DALI

**TÜRKİYE'DEKİ TATLI TÜKETİM  
ALİŞKANLIKLARI: Y KUŞAĞININ (18-25 YAŞ  
ARASI) İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR  
ARAŞTIRMA**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**YAŞAR SEVİMLİ**

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Salih SÖNMEZDAĞ

GAZIANTEP  
ARALIK 2018

T.C.  
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANA BİLİM DALI

TÜRKİYE'DEKİ TATLI TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI: Y KUŞAĞININ (18-25  
YAŞ ARASI) İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA  
YAŞAR SEVİMLİ

Tez Savunma Tarihi: 14. 12. 2018

Sosyal Bilimler Enstitüsü Onayı

  
Doç. Dr. Zekiye ANTAKYALIOĞLU  
SBE Müdürü

Bu tezin Yüksek Lisans/Doktora tezi olarak gerekli şartları sağladığını onaylarım.

  
Dr. Öğr. Üyesi Oya ÖZKANLI  
Enstitü ABD Başkanı

Bu tez tarafımda (tarafımızca) okunmuş, kapsamı ve niteliği açısından bir Yüksek Lisans/Doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

  
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Salih SÖNMEZDAĞ  
Tez Danışmanı

Bu tez tarafımızca okunmuş, kapsam ve niteliği açısından bir Yüksek Lisans/Doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri:

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Salih SÖNMEZDAĞ

Dr. Öğr. Üyesi Oya ÖZKANLI

Prof. Dr. Haşim KELEBEK

İmzası  
  
  


## ETİK BEYAN

Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Yaşar SEVİMLİ

14.12.2018

## ÖZET

### TÜRKİYE'DEKİ TATLI TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI: Y KUŞAĞININ (18-25 YAŞ ARASI) İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

SEVİMLİ, Yaşar

Yüksek Lisans Tezi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları ABD

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Salih SÖNMEZDAĞ

Aralık 2018, 76 Sayfa

Mutfak kültürü, yeme içme ve toplumun düzeni, yiyeceklerin diğer kültür elemanlarıyla ilişkisi, yemeklerin içine konan gıdalar gibi alt başlıkları kapsayan bir tanım olmakla birlikte, toplumu oluşturan bireyler tarafından kültür sonucunda öğrenilen, bir sonraki nesle aktarılan, beslenme davranışlarının tümünü kapsamaktadır. Tüketim alışkanlıkları da mutfak kültürüne paralel bir tanım içermektedir. Bir toplumda tüketilen gıdalar, sunum şekilleri, tercihler, yemek yeme adabı, tarih boyunca gelişen ritüeller, sanayileşme ve teknoloji gibi unsurlar tüketim alışkanlıklarının oluşmasında önemli rol oynamaktadır. Bu çalışmada, foodie olarak nitelendirilen Y kuşağının tatlı tüketim alışkanlıklarını ölçmek amaçlanmıştır. Y kuşağının tatlı tüketim alışkanlıklarını ölçmek için 18-25 yaş arasındaki Y kuşağına mensup 390 bireye anket yöntemi uygulanmıştır. Anket verileri, Türkiye’de 2016-2017 döneminde İstanbul, Gaziantep, Konya illerinde ikamet eden katılımcılarla yüz yüze görüşülerek ve farklı bölgelerden insanların bulunduğu sosyal medya platformları üzerinden online olarak toplanmıştır. Y kuşağının kişisel özelliklerinin tatlı tüketim alışkanlıklarına etkisi Bağımsız Örneklem T-Testi, Tek Yönlü Varyans Analizi ve Korelasyon Analizi ile ölçümlenmiştir. Y kuşağının demografik özelliklerinin tatlı tüketim alışkanlıklarına dağılımı, nerede, nasıl, ne zaman tatlı tükettiği, Y kuşağına mensup kişilerin tatlı tüketimine bakış açısı gibi sonuçlar anket sonucunda verilerin frekans ve yüzde dağılımlarının değerlendirilmesi ile elde edilmiştir. Çalışmanın sonunda Y kuşağının tatlı tüketim alışkanlıklarında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Sonuçlar değerlendirildiğinde Y kuşağının geliri artıkça tatlının lezzetine daha da önem verdiği görülmektedir. Tatlıları sık tüketen Y kuşağı üyelerinin tatlının sunumuna dikkat ettiği tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Tatlı, Tüketim Alışkanlıkları, Y Kuşağı, Gastronomi

**ABSTRACT****DESSERT CONSUMPTION HABITS IN TURKEY: A STUDY OF  
INVESTIGATING GENERATION Y (BETWEEN THE AGES OF 18-25)**

SEVİMLİ, Yaşar

Master Thesis, Department of Gastronomy and Culinary Arts

Adviser: Asst. Prof. Dr. Ahmet Salih SÖNMEZDAĞ

December 2018, 76 Pages

Culinary culture is a definition which contains subtitles like eating and drinking habits and society regulations, relations between food and other cultural components as well as all of the alimentation behaviour which passes down to next generation and learned as a result of culture by the individuals who compose the society. Consumption habits also have a parallel definition with culinary culture. In a society, foods which have been consuming, presentation methods, preferences, eating manners, rituals throughout history, industrialization and technology play a significant role on formation of consumption habits. In this study, it was aimed to measure consumption habits of generation Y which are called as foodies. To measure the consumption habits of generation Y, a survey was applied to 390 people who are between 18-25 years old. Survey data were collected online through social media platforms, and face to face, participants residing in Istanbul, Gaziantep, and Konya in 2016-2017 in Turkey. The effects of Y generations personnel traits on dessert consumption habits were evaluated by T-test, On way Varians Analysis and Correlation Analysis. Results like distribution of Y generations demographical characteristics according to dessert consumption habits, Y generations viewpoint to dessert consumption and how, when, where they consume desserts were obtained at the end of the surveys from assessment of percentage and frequencies of datum. As a result, significant differences were appointed from Y generations dessert consumption habits. According to findings, it was concluded that when Y generation earn more, they tend to give more importance to find pleasure in desserts. It was also reviewed that, Y generation members who consume desserts often pay attention to presentation of dessert.

**Keywords:** Dessert, Consumption Habits, Generation Y, Gastronomy

## ÖNSÖZ

“Türkiye'deki Tatlı Tüketim Alışkanlıkları: Y Kuşağının (18 – 25 Yaş Arası) İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma” adlı tez çalışmamın her aşamasında büyük ilgi ve anlayış ile bana yol gösteren, desteğini hiçbir zaman esirgemeyen ve çabalarıyla büyük katkıda bulunan çok kıymetli danışmanım Dr. Öğretim Üyesi Ahmet Salih SÖNMEZDAĞ' a sonsuz minnet ve saygılarımı sunarım.

Bu tez çalışması Gaziantep Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından GSF.YLT.17.01 proje numarasıyla desteklenmiştir. Desteklerinden dolayı BAP Koordinasyon Birimi'ne teşekkürlerimi sunarım.

Bugünlere gelmemi sağlayan, hayatımın her aşamasında beni sonsuz destekleyen, sevgilerini hiçbir zaman esirgemeyen aileme ve eşime çok teşekkür ederim.

İsimlerini saymadığım ama her daim yanımda olup beni cesaretlendiren tüm değerli bireylere sonsuz teşekkür ederim.

ARALIK 2018  
YAŞAR SEVİMLİ

## İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	ii
ÖNSÖZ.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
TABLolar LİSTESİ.....	vi
KISALTMALAR.....	viii
BİRİNCİ BÖLÜM	
1.1 GİRİŞ.....	1
İKİNCİ BÖLÜM	
2.1 TATLI TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI İLE İLGİLİ ÖNCEKİ KAYNAKLARIN ÖZETLERİ.....	4
2.2 Y KUŞAĞI İLE İLGİLİ ÖNCEKİ KAYNAKLARIN ÖZETLERİ.....	8
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	
3.1 TÜRK MUTFAĞINDA TATLI KÜLTÜRÜNÜN TARİHÇESİ.....	12
3.1.1 Orta Asya Dönemi Tatlı Kültürü.....	13
3.1.2 Selçuklu Dönemi Tatlı Kültürü.....	14
3.1.3 Osmanlı Dönemi Tatlı Kültürü.....	17
3.1.4 Cumhuriyet Dönemi Tatlı Kültürü.....	22
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	
4.1 ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	24
4.2 ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI.....	24
4.3 ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ.....	24
4.4 VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ VE ARAÇLARI.....	25
4.5 VERİ TOPLAMA ARAÇLARININ GEÇERLİLİK VE GÜVENİLİRLİĞİ.....	29
4.6 VERİLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	29
BEŞİNCİ BÖLÜM	
5.1 DEMOGRAFİK BULGULAR.....	31
5.2 TATLI TÜKETİMİNDE BELİRLEYİCİ FAKTÖRLERİN DEMOGRAFİK BİLGİLER VE TATLI TÜKETİM ALIŞKANLIKLARINA GÖRE İNCELENMESİ.....	34
5.3 TATLI TÜKETİMİ KONUSUNDAKİ GÖRÜŞLERİN DEMOGRAFİK BİLGİLER VE TATLI TÜKETİM ALIŞKANLIKLARINA GÖRE İNCELENMESİ.....	46
5.4 TARTIŞMA.....	61
ALTINCI BÖLÜM.....	
6.1 SONUÇ VE ÖNERİLER.....	63



KAYNAKLAR .....	66
ÖZGEÇMİŞ .....	75
CURRICULUM VITAE .....	76



## TABLolar LİSTESİ

<b>Tablo 4.1.</b>	Y Kuşağı (18-25 Yaş Arası) Tatlı Tüketim Alışkanlıkları Ölçme Anketi .....	26
<b>Tablo 4.2.</b>	Tatlı Tüketim Alışkanlığı Ölçeğine İlişkin Güvenirlilik Analizi .....	29
<b>Tablo 5.1.</b>	Katılımcıların Demografik Bilgilerinin İncelenmesi .....	31
<b>Tablo 5.2.</b>	Katılımcıların Tatlı Tüketim Alışkanlıklarına Yönelik Bilgilerin İncelenmesi .....	32
<b>Tablo 5.3.</b>	Katılımcılar Tarafından En Sevilen ve En Çok Tüketilen İlk Üç Tatlı Sıralaması .....	33
<b>Tablo 5.4.</b>	Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Cinsiyet Değişkenine Göre İncelenmesi .....	34
<b>Tablo 5.5.</b>	Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Yaş Değişkenine Göre İncelenmesi .....	35
<b>Tablo 5.6.</b>	Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Meslek Değişkenine Göre İncelenmesi .....	35
<b>Tablo 5.7.</b>	Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Eğitim Durumu Değişkenine Göre İncelenmesi .....	36
<b>Tablo 5.8.</b>	Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Ailenin Yanında Yaşama Durumu Değişkenine Göre İncelenmesi .....	37
<b>Tablo 5.9.</b>	Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Günlük Çalışma Saati Değişkenine Göre İncelenmesi .....	37
<b>Tablo 5.10.</b>	Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Aylık Gelir Değişkenine Göre İncelenmesi .....	38
<b>Tablo 5.11.</b>	Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Tatlı Tüketim Sıklığı Değişkenine Göre İncelenmesi .....	39
<b>Tablo 5.12.</b>	Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Tatlı Tüketim Zamanı Değişkenine Göre İncelenmesi .....	40
<b>Tablo 5.13.</b>	Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Tüketilen Tatlı Grubu Değişkenine Göre İncelenmesi .....	41
<b>Tablo 5.14.</b>	Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Tüketilen Tatlı Çeşidi Değişkenine Göre İncelenmesi .....	42
<b>Tablo 5.15.</b>	Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Günlük Ortalama Tatlı Tüketim Tutarı Değişkenine Göre İncelenmesi .....	43
<b>Tablo 5.16.</b>	Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin En Çok Tüketilen Mekân Değişkenine Göre İncelenmesi .....	43
<b>Tablo 5.17.</b>	Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Dışarıda Tatlı Tüketme Sebebi Değişkenine Göre İncelenmesi .....	44
<b>Tablo 5.18.</b>	Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Evde Tüketmek İçin Tatlı Alınan Mekân Değişkenine Göre İncelenmesi .....	45

<b>Tablo 5.19.</b> Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Cinsiyet Değişkenine Göre İncelenmesi .....	46
<b>Tablo 5.20.</b> Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Yaş Değişkenine Göre İncelenmesi .....	47
<b>Tablo 5.21.</b> Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Meslek Değişkenine Göre İncelenmesi .....	48
<b>Tablo 5.22.</b> Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Eğitim Durumu Değişkenine Göre İncelenmesi .....	49
<b>Tablo 5.23.</b> Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Ailenin Yanında Yaşama Durumu Değişkenine Göre İncelenmesi .....	49
<b>Tablo 5.24.</b> Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Günlük Çalışma Saati Değişkenine Göre İncelenmesi .....	50
<b>Tablo 5.25.</b> Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Aylık Gelir Değişkenine Göre İncelenmesi .....	51
<b>Tablo 5.26.</b> Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Tatlı Tüketim Sıklığı Değişkenine Göre İncelenmesi .....	52
<b>Tablo 5.27.</b> Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Tatlı Tüketim Zamanı Değişkenine Göre İncelenmesi .....	53
<b>Tablo 5.28.</b> Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Tüketilen Tatlı Grubu Değişkenine Göre İncelenmesi .....	54
<b>Tablo 5.29.</b> Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Tüketilen Tatlı Çeşidi Değişkenine Göre İncelenmesi .....	55
<b>Tablo 5.30.</b> Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Günlük Ortalama Tatlı Tüketim Tutarı Değişkenine Göre İncelenmesi.....	56
<b>Tablo 5.31.</b> Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin En Çok Tatlı Tüketilen Mekân Değişkenine Göre İncelenmesi .....	57
<b>Tablo 5.32.</b> Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Dışarıda Tatlı Tüketme Sebebi Değişkenine Göre İncelenmesi .....	58
<b>Tablo 5.33.</b> Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Evde Tüketmek İçin Tatlı Alınan Mekân Değişkenine Göre İncelenmesi .....	60

**SEMBOLLER VE KISALTMALAR**

<b>ABD:</b>	Ana Bilim Dalı
<b>Çev.:</b>	Çeviren
<b>Ed.:</b>	Editör
<b>F:</b>	F testi/ Varyans Analizi (ANOVA, Analysis Of Variance)
<b>GSM:</b>	Global System for Mobile Communications
<b>İBM SPSS:</b>	International Business Machines Statistical Package for the Social Sciences
<b>İSMMM:</b>	İstanbul Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası
<b>N:</b>	Eleman sayısı
<b>n:</b>	Kişi sayısı
<b>p:</b>	p değeri/anlamlılık
<b>pp:</b>	Sayfalar
<b>ss:</b>	Sayfa sayısı
<b>ss:</b>	Standart sapma
<b>t:</b>	t testi
<b>TDK:</b>	Türk Dil Kurumu
<b>TÜİK:</b>	Türkiye İstatistik Kurumu
<b>vb.:</b>	ve benzeri
<b>vd.:</b>	ve diğerleri
<b><math>\bar{x}</math>:</b>	Aritmetik ortalama

## BİRİNCİ BÖLÜM

### GİRİŞ

#### 1.1 GİRİŞ

İnsan, tarih boyunca birçok değişim ve gelişimden geçmiştir ve bu değişim ve gelişimler, kültürü oluşturmaktadır. Kültürünü oluşturan insan, kültürünü geleceğe aktarmayı ister ve bu süreçte insanın varlığı önemli bir rol oynamaktadır. İnsan varlığı öncelikle fizyolojik ihtiyaçlar üzerine kuruludur ki bunlar yeme-içmeyle başlar ve barınmayla devam etmektedir. Maslow (1954)'a göre insan öncelikle fizyolojik ihtiyaçlarını tamamlar ve bir sonraki aşama olan güvenlik ihtiyaçlarına geçer. Bu aşamaları sırasıyla; ait olma, sevgi, değer ve son olarak kendini gerçekleştirme ihtiyaçları takip etmektedir.

Fizyolojik ihtiyaçların en önemlisi olan beslenme, sadece acıkma hissini bastırmak veya insanın canının istediğini yemesi değildir. Bilimsel açıdan büyüüp gelişmek ve sağlıklı olarak uzun yıllar yaşanması için zorunlu olan besinlerin vücuda alınıp kullanması, beslenme olarak tanımlanmaktadır (Baysal, 1990: 4). Bu beslenme ihtiyacının karşılanması için yiyeceği bulma, hazırlama ve tüketme eylemleri insanlık tarihi boyunca hayatın hep önemli bir bölümünü kapsayarak ayrıcalıklı bir yere sahip olmuştur. Günlük yaşam içerisinde belirli rutinlerle gerçekleştirilen bu eylemlere kültürel açıdan bakıldığında gastronomi kelimesi ortaya çıkmaktadır (Küçükşahin, 2016: 5).

Gastronomi kelimesi bilindiği üzere Yunancadan türemiştir. Mide anlamına gelen 'gaster' ve yasa anlamına gelen 'nomas' sözcükleri gastronomi kavramını etimolojik olarak oluşturmuştur. Gastronomi birçok bakış açısına sahip ve tanımlanma sınırı olmayan bir konudur (Gillespie ve Cousins, 2011: 5). Türk Dil Kurumu (TDK, 2016) gastronomiyi, 'Yemeği iyi yeme merakı ve sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi' şeklinde açıklamıştır.

Yemeğin tarihi insanlık tarihi ile paraleldir. Ateşin bulunmasıyla ilk insanlar pişirmeyi öğrenmiş ve günümüz modern mutfakın temelleri atılmaya başlanmıştır (Argıllı, 2005: 13). Mutfak kültürü, yeme içme ve toplumun düzeni, yiyeceklerin diğer kültür elemanlarıyla ilişkisi, yemeklerin içine konan gıdalar gibi alt başlıkları kapsayan bir tanım olmakla birlikte, toplumu oluşturan bireyler tarafından kültür sonucunda öğrenilen, bir sonraki nesle aktarılan, beslenme davranışları ve tüketim alışkanlıklarının tümüdür. Bir toplumun mutfak kültürü; coğrafya, iklim, tarım, hayvancılık, inanışlar, gelenekler ve görenekler, sağlık vb. etkenler çerçevesinde şekillenmektedir. Toplumun geçim kaynağının tarım olması, göçebe bir hayat sürmesi, bulunduğu coğrafyanın yaşamaya uygun olması gibi özellikler beslenme standartlarını, gıdaları tüketilebilir hale getirme biçimini yani tüketim alışkanlıklarını belirlemektedir. Aynı zamanda toplumun ekonomik yapısı da mutfak kültürünün belirleyici niteliklerinden bir tanesidir (Baysal, 1990: 4; Bekar ve Zağralı, 2015: 58; Beşirli, 2010: 160).

Tüketim alışkanlıkları mutfak kültürüne paralel bir tanım içermektedir. Bir toplumda tüketilen gıdalar, sunum şekilleri, tercihler, yemek yeme adabı, tarih boyunca gelişen ritüeller, sanayileşme ve teknoloji gibi unsurlar tüketim alışkanlıklarının oluşmasında önemli rol oynamaktadır (Önçel ve Göde, 2016: 106). Tatlılar Türk mutfak kültüründe her zaman önemli bir yere sahip olmuştur (Şanlıer vd., 2008: 1123). Türk mutfakında tatlıların hamur işi tatlılar, sütlü tatlılar, taze ya da kuru meyve ve sebzeyle yapılan tatlılar olarak ayrılabilceği ortaya koyulmuştur. Baklava, hamur tatlılarının başında gelmektedir, ayrıca helvalar da çeşitliliği bakımından ayrı bir grupta yer almaktadır. Sebze ve meyvelerle yapılan tatlılara hoşaf lar örnek gösterilebilmektedir. Sütlü tatlılara ise muhallebi, sütlaç, kazandibi, keşkül örnek verilip, bu tatlıların enerji ve besin değeri açısından en dengeli tatlı çeşitlerinden olduğu belirlenmiştir (Ertaş ve Karadağ, 2013: 123).

Türk mutfakının tatlı kültürü, tatlı tüketim alışkanlıklarının şekillenmesindeki en önemli etkenlerdendir. Literatürdeki tatlı tüketim alışkanlıkları ile alakalı çalışmalara bakıldığında üniversite öğrencilerinin geleneksel Türk tatlılarını bilme durumu, gençlerin çikolata tüketim tercihleri, Kahramanmaraş halkının dondurma tüketim alışkanlıkları, Japonların tatlı yiyeceklere yönelik tutumları, Finlandiya'daki ergen bireylerin tatlı yiyecekleri tüketimi, Fransız çocuklarında tatlı yiyecek tüketimi ve tatlı beğenisi arasındaki ilişki gibi konuların incelendiği görülmüştür (Bulduk,

1993; Divert, vd. 2016; Honkala, vd. 1982; Katou, vd. 2004; Özdoğan, 2008; Tiryaki ve Akbay, 2009).

Çalışmanın araştırma alanı olan Y kuşağı, genel olarak Millennials veya Milenyum Kuşağı olarak adlandırılmaktadır (Latif ve Serbest, 2014: 141-142). Ayrıca Y kuşağı; yeme ve içmeden hoşlanması, yiyeceklere ilgi göstermesi, yeni açılan restoranları deneyimlemek ve yiyeceğe dair bilgileri araştırmak istemesinden dolayı 'foodie' olarak da tanımlanmaktadır (Millennials: The Foodie Generation, 2014). Y kuşağı kavramı, 1993 yılında o zamanın ergenlerini X kuşağından ayırmak için ortaya konulmuştur (Yüksekbilgili, 2013: 343). Y kuşağının yaş aralığı halen tartışılmaktadır. Literatürdeki genel görüşe göre Y kuşağı yaş aralığı 1980-2000 yılları arasında kapsamaktadır. Çalışmada, Lower (2008:80)'ın belirlediği 1980-2001 yılları bazı alınıp, modifiye edilerek yaş aralığı 18-25 yaş (1992-1999) yılları arası olarak belirlenmiştir.<sup>1</sup> Bunun nedeni öğrenim gören Y kuşağına ulaşılacak ve daha verimli sonuçlar elde etmek istenmesinden kaynaklıdır. Ayrıca, Y kuşağının araştırma alanı olarak seçilmesinin nedeni; önceki çalışmalarda Y kuşağının tatlı tüketim alışkanlıkları açısından incelenmemiş olmasıdır.

Çalışmada, Türkiye'de ikamet eden 1992-1999 yılları arasında doğmuş Y kuşağına dahil bireylerin tatlı tüketim alışkanlıkları incelenmiştir. Veriler soru cevap anket yöntemi kullanılarak belirlenmiş ve istatistiksel olarak değerlendirilmiştir.

---

<sup>1</sup> 2017 yılı baz alınmıştır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### KAYNAK ÖZETLERİ

#### 2.1 TATLI TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI İLE İLGİLİ ÖNCEKİ KAYNAKLARIN ÖZETLERİ

Honkala vd. (1982) Finlandiya'daki ergen bireylerin tatlı yiyecekleri tüketimini incelemişlerdir. Çalışmada Finlandiya'da yaşayan 13-19 yaş arasındaki 3209 ergen bireye e-posta yoluyla anket yapılarak şeker içeren gıdaların tüketim sıklığı analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda hane halkının eğitim ve mesleki durumu ile çocukların şeker tüketimi arasında açık bir ilişki olduğu görülmüştür. Sosyal statünün düşük olduğu evlerde yaşayan çocukların diğerlerinden daha fazla şeker tükettiği ortaya koyulmuştur.

Bulduk, (1993) üniversite öğrencilerinin geleneksel Türk tatlılarını bilme durumu üzerine bir çalışma yapmıştır. Çalışma Gazi Üniversitesinde eğitim gören 625 öğrenciye anket yapılarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmada öğrencilerin ailelerinin %79,68'nde genellikle tatlıları annelerin yaptığı, evde yapılan tatlılarda en yüksek sırayı %45,5 ile aşurenin aldığı, kış mevsiminde kabak tatlısının pişirilme oranının %51,4 bulunduğu ortaya koyulmuştur. Son olarak çalışmada üniversite gençliğinin dışarıdan tatlı satın alırken baklava, tulumba gibi tatlıların yanı sıra Fransız mutfağından krem karamel, profiterol gibi tatlıları da tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Holt vd. (2000) çalışmalarında, su, portakal suyu, muhallebi ve bisküvide sakkarozun çeşitli seviyelerde algılanmasının ve bunun tercih edilmesinin, Avustralya'da yaşayan 69 Kafkasya göçmeni Avustralyalı ve 63 Malezyalı üniversite öğrencisinde şeker ve tatlı gıdaların alımlarıyla ilişkisini incelemişlerdir. Çalışmada Avustralya grubunun portakal suyu ve bisküvi örnekleri için Malezya grubundan daha fazla beğenme derecesine sahip olduğu görülmüştür.

Katou, vd. (2004) Japonların tatlı yiyeceklere yönelik tutumlarına yaş ve cinsiyetin etkisi üzerine bir çalışma yapmışlardır. Çalışmada 18 yaşından büyük 426



Japon'a anket yapılmıştır. Çalışmanın sonunda genç Japon katılımcıların, tatlılık konusunda daha olumlu düşüncelere sahip olduğu ve diğer yaş grubundaki katılımcılara göre daha fazla tatlı yiyecek tükettiği sonucuna varılmıştır.

Ergen bireylerin beslenme alışkanlıklarını ölçmek amacıyla 2001-2002 yılları arasında 11, 13 ve 15 yaşlarında 305 öğrenciye okul saatlerinde sağlık ve yaşam tarzı faktörleri konusunda anket çalışması yapılmıştır. Çalışmanın sonuçları ergen bireylerin beslenme alışkanlıklarının iyileştirilmesi ve sağlığın geliştirilmesi için teşvik programlarına ihtiyaç duyulduğunu göstermiştir (Vereecken, vd. 2005).

Kaplan, (2006) Ankara Üniversitesi'nin çeşitli fakülte ve yüksekokullarında lisans eğitimi için Türk Cumhuriyetleri'nden (Azeri, Kazak, Kırgız, Özbek ve Türkmen) gelen 200 öğrencinin ülkelerine ait mutfak kültürlerini belirlemek amacıyla bir çalışma yapmıştır. Çalışmada, öğrencilerin evlerinde en çok yapılan tatlıların sütlaç ve un helvası, tatlı içeceklerin ise limonata ve şerbet olduğu saptanmıştır. Ayrıca çalışmayla birlikte öğrencilerin ülkelerinde tatlı yapımında %74,5'inin şekeri tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Sosa ve Hough, (2006) Arjantin'de düşük ve orta gelirli ailelere yönelik menülerin ve tatlı aperatiflerin duyuşal olarak kabul edilebilirliğini çalışmışlardır. Araştırmada düşük ve orta gelirli hanelerden eşit şekilde seçilmiş 11-13 yaş aralığındaki gençlerin ve 25-50 yaş aralığındaki kadınların oluşturduğu 320 kişiye makarna, güveç yemeği, çorbalar, sütlaç, kek, kurabiye, mısır gevreği gibi yiyecekler tattırılmıştır. Çalışmada, orta gelirli gençlerin ve yetişkinlerin menüler için benzer ortalama puanlarını verdiği tespit edilmiştir. Gençler için sütlaç hariç, diğer tüm tatlı aperatifler yüksek kabul edilebilirlik puanı aldığı görülmüştür.

Sormaz vd. (2008) fast food yemek tercihleri üzerine bir çalışma yapmışlardır. Çalışma, Kocaeli ilinde 360 lise öğrencisine anket yapılarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, 14 tane geleneksel ve batılı tarzdaki tatlı öğrencilerin tercihlerine sunulmuştur. Geleneksel tatlı çeşitleri içinde en çok tercih edilenin baklava olduğu belirlenmiştir. Baklavadan sonra en çok tercih puanı alan tatlılar; erkek öğrencilerde kadayıf, yaş pas pasta ve sütlaç; kız öğrencilerde yaş pasta, tulumba tatlısı ve sütlaç olarak belirlenmiştir.

Gençlerin çikolata tüketim tercihleri ve bu tercihleri etkileyen unsurları belirlemek üzerine yapılan bir araştırmada 15-25 yaş arasındaki 350 lise ve üniversite öğrencisine anket yöntemi uygulanmıştır. Çalışma sonunda Türkiye'de çikolata ürünleri sektörünü korurken, çikolata ürünlerinin pazardaki payı ve rekabet gücünü

artırmak için istikrarlı hükümet politikaları gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Bunların yanı sıra tüketicilerin eğitim seviyelerinin artırılması tavsiye edilmiştir (Özdoğan, 2008).

Şanlıer, vd. (2008) Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Fakültesinde okuyan 270 öğrenciye anket yöntemi uygulayarak, Türk mutfağındaki geleneksel tatlı ve helvaları gençlerin tanıma durumu üzerine bir çalışma yapmışlardır. 84 tane Türk tatlısının ve helvasının gençler arasında bilinip bilinmediği ortaya koyulmuştur. Çalışmada gençlerin %75,6'sı elması ve incir uyutmasını, %76,3'ü sürganiyeyi, %78,2'si fitırı, %80,4'ü asideyi, %81,5'i nazlı aş, %81,9'u küncülü akıt ve samsayı, %84,9'u sabuniyeyi bilmedikleri ortaya koyulmuştur. Çalışma sonucunda Türk yemeklerinin gençler tarafından yeterince bilinmediği ifade edilmiştir.

Tiryaki ve Akbay, (2009) Kahramanmaraş'ta dondurma tüketim alışkanlığını 18 yaş üzeri 376 kişiye anket uygulayarak çalışmışlardır. Çalışmanın sonuçlarına göre Kahramanmaraş ilinde tüketicilerin %70,8'i Kahramanmaraş dondurması tükettikleri saptanmıştır. Bununla birlikte, anket yapılan tüketicilerden dondurma tüketen bireylerin %8,2'si daha çok markalı dondurmaları tercih etmiştir. %21'inin ise hem Kahramanmaraş dondurması hem de markalı dondurmaları tükettikleri belirlenmiştir.

Michon, vd. (2010) yaş, cinsiyet ve tüketim alışkanlıklarının reçelli keklerin beğenisine olan etkisinin araştırılması üzerine bir çalışma yapmışlardır. Çalışmada, iki tasarım değişkeniyle 12 çeşit reçelli kek, lezzet ve doku analizi yapılmak üzere beş farklı yaş grubuna ait 274 tüketiciden oluşan bir gruba tattırılmıştır. Sonuçlar erkeklerin ve yaşlıların daha çok beğenme puanı verdiğini göstermiştir.

Sağlıklı beslenme alışkanlıkları üzerine yapılan bu çalışmada gıdaların lezzeti hakkında bilgi veren tat ve koku duyusunun gelişimi incelenmiştir. Çocukların doğuştan gelen diyet tercihleri ve alışkanlıklarının erken yaştaki beslenme deneyimleriyle nasıl etkileşim kurduğu tartışılmıştır. Çalışma sonunda çocukların tatlı ve tuzlu olan gıdaları tercih ettiği ve acı tadı reddettiği yargısına varılmıştır (Mennella ve Ventura, 2011).

Gül, (2011) sağlıklı beslenme kavramı ile Çukurova Üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin beslenme alışkanlıklarına yönelik tutum ve davranışlarını belirlemek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışma, çoğunluğu 21-22 yaşlarında olan 350 öğrenciyle yapılmıştır. Çalışmada, öğle yemeğini ev veya yurttan yiyen öğrencilerin %2,6'sı hamur tatlılarını, %4,8'i sütlü tatlıları tercih ettiği tespit edilmiştir. Öğle yemeğini lokanta veya yemekhanede yiyen öğrencilerin ise %5,8'i

hamur tatlılarını, %8,1'i sütlü tatlıları tercih ettiği ortaya koyulmuştur. Aynı şekilde akşam yemeğini ev veya yurtda yiyenlerin %3'ünün hamur tatlılarını, %4,6'sının da sütlü tatlıları tercih ettiği görülürken, Akşam yemeğini lokanta veya yemekhanede yiyen öğrencilerin ise %4,3'ü hamur tatlılarını, %6,3'ü sütlü tatlıları seçtiği sonucuna ulaşılmıştır.

Şanlıer vd. (2012) 18-25 yaş arası 490 üniversite öğrencisine anket yöntemi uygulayarak gençlerin Türk mutfağına bakış açısını incelemişlerdir. Çalışma sonucunda elde edilen veriler doğrultusunda üniversite öğrencilerinin %55,3'ünün keşkeği, %44,9'unun hoşmerimi sevmediği buna karşın öğrencilerin %90,4'ünün mantıyı, %89'unun zeytinyağlı dolmayı, %82,4'ünün karnıyarığı sevdiği tespit edilmiştir. Aynı zamanda yöresel yemeklerin eskiye oranla sık yapılmadığı ve gençlerin daha çok hazırlanması kolay yemekleri tercih ettiği de saptanmıştır. Son olarak çalışmada, öğrencilerin %64'ü Türk mutfağının unutulduğu, %53'ü Türk mutfağının dünyada tanındığı, %32'si bu konu ile ilgili bilgisinin olmadığı, %15'i ise Türk mutfağının dünyada tanınmadığı görüşlerine sahip olduğu tespit edilmiştir.

Young ve McCoy (2015) Y kuşağının çikolatalı şekerlemeleri seçmedeki çeşitli ürün özelliklerinin önemine ilişkin kararları üzerine çalışmışlardır. Çalışmada katılımcıların ürün özellikleri arasında bir dizi seçim yapmalarının istendiği bir deney gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda iyi marka olmak için organik, sertifikalı, etik kaynaklı ve yağmur ormanları dostu olmak gibi seçeneklerin önemli olduğu sonucuna varılmıştır.

Arıkan, (2015) üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıklarını tespit etmek amacıyla Dumlupınar Üniversitesinde öğrenim gören 490 öğrenciye anket yöntemi uygulayarak bir çalışma yapmıştır. Yapılan çalışmada Türkiye'de bölgelere göre beslenme alışkanlıkları durumu ortaya koyulmuştur. Akdeniz ve Ege Bölgesi'nde tatlıların daha az tercih edildiği tespit edilmiştir.

Fransız çocuklarında tatlı yiyecek tüketimi ve tatlı beğenisi arasındaki ilişki üzerine yapılan çalışmada 7-12 yaş arasındaki 101 çocuğa sakkaroz içeriği bakımından değişik üç farklı gıda ürünü (şekerli su, sulu çilek şurubu ve sütte mısır gevreği) tattırılmış ve 9 maddelik hedonik ölçekte değerlendirmesi istenmiştir. Sonuç olarak çalışmada tatlılık beğenisinin tatlı içecek tüketimi, tahıl/süt/meyve ürünü tüketimi veya şeker tüketimindeki artış ile ilişkili olmadığı ortaya koyulmuştur (Divert, vd. 2016).

## 2.2 Y KUŞAĞI İLE İLGİLİ ÖNCEKİ KAYNAKLARIN ÖZETLERİ

Y kuşağı ile alakalı literatür oldukça geniştir. Önceki çalışmalar incelendiğinde, Y kuşağının farklı yaş aralıkları olduğu araştırmalar tarafından öne sürülmüştür. Y kuşağının yaş aralığını Broadbridge vd. (2007: 526) 1977-1994, Demirkaya vd. (2015: 189) 1980-2000 ve Keleş (2011: 131) 1980-1999 yılları arasında olduğunu belirtirken, Tolbize (2008: 4) çalışmasında yer verdiği kaynaklara dayandırarak Y kuşağının en alt sınırının 1978 ve en üst sınırının 2002 olduğunu öne sürmüştür. Lower (2008: 80) ise yaş aralığını 1980-2001 olarak belirlemiştir. Bütün bu yaş aralıklarına dair görüşlere ek olarak Türkiye’de Y kuşağı yaş aralığı 1980-2000 yılları arası olarak saptanmıştır (Kuru, 2014: 2).

Y kuşağının genel özellikleri önceki çalışmalar incelenerek aşağıda verilmiştir;

1. Y kuşağının teknoloji ile yakından ilgilendiği, teknolojiye çok hâkim olduğu tespit edilmiştir. Bu sebeple Y kuşağının dijital kuşak olarak adlandırıldığı görülmüştür (İSMMMO, 2014).
2. Baycan (2017: 81) çalışmasında Y kuşağının teknolojiye ilgili olması sebebiyle sosyal medyada da aktif olduklarını belirtmiş ve Y kuşağının %87’sinin Facebook kullandığını tespit etmiştir. Ayrıca çalışmada, Y kuşağının %43’ünün markaların kendilerine e-posta yoluyla ulaşmasını tercih ettikleri belirtilmiştir.
3. Y kuşağı diğer kuşaklarla karşılaştırıldığında, Y kuşağının yaşam amaçlarından birisinin, elde etmiş oldukları olumlu ekonomik şartlarla hayattan zevk almak olduğu ortaya koyulmuştur (Acılıoğlu, 2015: 28).
4. Kömürcüoğlu (2015: 61) çalışmasında Y kuşağının itaat etmekte zorlanan, eleştiriyi kabullenemeyen, sürekli bir şeylerden şikâyet eden, yaptıkları karşısında hemen takdir edilmeyi bekleyen bir yapıya sahip olduğunu belirtmiştir.
5. Y kuşağının kendine güvenen, dışa dönük, eğlenceli, onurlu ve hoşgörülü bir toplumun oluşmasına yol açan, yeni bir gönüllülük dalgasına neden olan bir nesil olduğu vurgulanmıştır (Tulgan ve Martin, 2001: 4).
6. Yüksekbilgili (2013: 346) Y kuşağının sabırsız olarak nitelendirildiğini açıklamıştır. Yapılan çalışmada, ailenin Y kuşağı için önemli olduğu, ilişki merkezli bir yapıya ve toplum bilincine sahip olduğu belirtilmiştir. Ayrıca Y kuşağının özgürlük için mücadele etmeyi sevdiği vurgulanmıştır.
7. Y kuşağının başarının merkezine eğitimi yerleştirdiği saptanmıştır. Sürekli yeni üniversitelerin açılması, yüksek lisans yapanların çoğalması ve akademiye

duyulan ilginin gidererek artması gibi sebepler Y kuşağı için eğitimin önemini açıkladığı belirtilmiştir (Kuyucu, 2017: 857).

8. Aydın (2016: 76) çalışmasında Y kuşağının değişime açık olduğunu, Y kuşağı için saygının kendiliğinden elde edileceğini değil kazanabilmek için uğraşı vermek gereken bir olgu olduğunu vurgulamıştır. Ayrıca çalışmada, Y kuşağının hızlı hareket edebilen, sorunları kolayca çözebilme potansiyeline sahip bir yapıda olduğu belirtilmiştir.
9. Mitchell (2005) yaptığı çalışmada, Y kuşağının kendilerini iş ile ifade etmeyi sevdiklerini belirtmiştir. Aynı zamanda çalışmayla birlikte, Y kuşağının çoklu görevlerde bulunmak istediği, ekip çalışmasına yatkın olduğu, iş başında öğrenmeyi sevdiği ve iş-yaşam dengesini korumaya dikkat ettiği tespit edilmiştir.
10. Tufur (2011: 35) Y kuşağının en önemli özelliğinin iş, okul, evlilik, hayat vb. konularda önlerine çıkarılan her şeyi sorgulamak istemeleri olduğunu belirtmiştir ve Y kuşağının kendi içinde bireyci, kariyer odaklı, idealist ve aile odaklı olarak 4'e ayrılabilceğini açıklamıştır.

Sweeney, (2006) çalışmasında istatistiki olarak önemli farklılıklar gösteren ve tüm toplumları etkileyecek olan Y kuşağının davranışlarını incelemiştir. Çalışmanın sonunda Y kuşağının önceki kuşaklardan çok farklı olduğu ve bu davranışların çoğunun yaşam boyu yaşayan kültürünün bir parçası olarak kalacağı sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca çalışmada, Y kuşağının tercih edilen davranışlarının kolejler, üniversiteler, kütüphaneler, diğer kuruluşların stratejik planlama ve tasarım hizmetlerinde önemli bir faktör olması gerektiği tavsiyesinde bulunulmuştur.

Brown vd. (2009) çalışmalarında Y kuşağı üyeleri arasındaki kariyer seçim faktörleri ve kamu hizmeti algılamalarını tespit etmişleridir. Araştırmada Y kuşağının iş yeri tutumları, sektör tercihleri, teknoloji kullanımı demografik özelliklerle ilişkilendirilerek ortaya koyulmuştur. Anket sonuçlarına göre Y kuşağı için geleneksel fayda, maaş ve sağlık sigortası iş konusundaki önemli faktörlerden olduğu ortaya çıkmıştır.

Y kuşağı ve öğrenme konulu çalışmada, Y kuşağının öğrenme tercihleri ve 'eksik becerileri' tanımlanmıştır. Y kuşağının gelişimiyle ilgilenen kişilere önerilerde bulunularak Y kuşağının tüm nesiller için öğrenme geleceği üzerindeki olumlu etkisini vurgulanmıştır. Y kuşağının ev, okul, iş hayatındaki güçlü ve zayıf yönlerine çalışmada yer verilmiştir. Araştırmanın sonunda Y kuşağının desteklenen öğrenme ve

gelişme yöntemlerinden faydalanmak istediği, okulda ve evde aynı iletişim biçimlerinden yararlanmak istediği sonucuna ulaşılmıştır (Schofield ve Honoré, 2009).

Yaşa ve Bozyiğit, (2012) çalışmalarında Y kuşağı tüketicileri tarafından kullanılan cep telefonları ve GSM operatörlerinin cinsiyet ve gelir özellikleri ile ilişkisini tespit etmişlerdir. Çalışma, Mersin'deki iki üniversitede toplam 294 öğrenci ile anket yöntemi uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonucuna göre tüketicilerin gelirleri arttıkça daha pahalı cep telefonu markalarını tercih ettikleri saptanmıştır. Ayrıca çalışmayla birlikte cep telefonu satın alırken popülerliğe dikkat edildiği ve özelliklerine alışılan markaların tercih edildiği tespit edilmiştir.

Önder, (2012) kuşak değişiminin profesyonel yaşama etkisi üzerine bir konu çalışmıştır. Çalışmasında kuşak kavramına, kuşakların döngüsüne, kuşakların üstlendiği rollere, Türkiye'de kuşaklara göre nüfus dağılımı, iş hayatında kuşaklar, teknolojinin kuşaklara etkisi, iletişim biçimlerindeki farklılıklar, Y kuşağının çalışma yaşamındaki tutumları, kuşakların karşılaştırılması, Y kuşağı bakışıyla diğer kuşakları değerlendirilmesi ve son olarak Y kuşağının yöneticilerden beklentileri gibi konulara yer vermiştir.

Altuntuğ, (2012: 203) kuşaktan kuşağa tüketim olgusu üzerine yaptığı çalışmada, kuşak olgusunu açıklayarak kuşaklar boyu dünyada meydana gelen değişimler, pazarlamada yaşanan değişimler, tüketim ve tüketicinin değişimi gibi konulara yer vermiştir. Çalışmanın sonunda tüketicileri temsil ettikleri kuşaklar üzerinden anlamaya çalışmak, pazarlamacılara değişik bakışlar kazandırarak, daha tutarlı pazarlama taktikleri geliştirmeyi sağlamak sonucuna ulaşılmıştır.

Albayrak ve Özkul, (2013) çalışmasında Y kuşağına mensup turistlerin tatil yapacakları yerleri seçmelerinde destinasyon imajının etkisini belirlemeyi, Y kuşağı turistlerinin özellikleri ile destinasyon algıları arasındaki ilişkiyi ortaya koyarak destinasyon pazarlamasında yeni öneriler getirmeyi amaçlamıştır. Araştırma, Türkiye'de 384 kişi ile yüz yüze anket yapılarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, destinasyon imajının katılımcıların eğitim düzeyine, cinsiyetine, gelir durumuna göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Son olarak çalışmada, Y kuşağı turistlerinin dinlenme, eğlenme, yeni yerler öğrenme eğiliminde oldukları için uygun fiyata kaliteli ve lüks bir tatil aradıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Bolton vd. (2013) Y kuşağı ve sosyal medya kullanımı konusunu incelemişlerdir. Çalışmanın amacı, Y kuşağının sosyal medya kullanımıyla ilgili bildiklerini ve bilmediklerini gözden geçirmek ve bireyler, şirketler, toplumlar

üzerindeki etkilerini değerlendirmek olarak belirlenmiştir. Çalışmada, Y kuşağının sosyal medya kullanımı toplumu, şirketi, pazar piyasasını değiştirdiği ve meydana gelen değişikliklerin yeni iş modellerinin, yeni ürünlerin ve süreçlerin doğmasına sebep olacağı yargısına varılmıştır.

Tükel (2014) çalışmasında tüketim ve tüketim kültürünün tanımına açıklamıştır. Y kuşağının tüketim kültürünü önemseydiğini aktarmıştır. Çalışmada, Y kuşağının tüketim seçimlerinde tüketim kültürün etkisi araştırılmıştır. Y kuşağının tüketim alışkanlıklarının kendileri için bir sınıf aidiyeti anlamına geldiği, kimlik oluşturmada önemli bir öge olduğu vurgulanmıştır.

Y kuşağının haber alma yöntemi üzerine yapılan çalışmada, Amerika'da 18 ile 34 yaşları arasında 1,045 kişiye anket uygulanmıştır. Araştırmada, haberlerin Y kuşağının çevrimiçi etkinliklerinin büyük bir parçası olduğu, Y kuşağının eğlence, haberler ve günlük hayatları hakkında bilgi içeren birçok konuyu takip ettiği tespit edilmiştir (American Press Institute, 2015).

Coşkun, (2016) çalışmasında Y kuşağına üye üniversite öğrencilerinin mizaçlarına bağlı olarak girişimciliğe olan yatkınlığı incelemiştir. Çalışmada 518 öğrenciye ulaşılarak anket uygulanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre duygusal karmaşa, geçinme, öğrenme isteği ve sorumluluk alabilme gibi kişilik özellikleri ile girişimcilik arasında anlamlı bir ilişki ortaya çıkmıştır. Son olarak devlet üniversitesinde eğitim gören ile vakıf üniversitede eğitim gören öğrencilerin girişimciliğe olan yatkınlıkları arasında fark olmadığı sonucuna varılmıştır.

Korkmaz, (2017) çalışmasının hedefini Y kuşağının liderlik tarzı beklentilerini saptamak ve bu bağlamda Y kuşağının kişisel özelliklerini tespit etmek olarak belirlemiştir. 212 kişinin katıldığı anketle hazırlanan bu çalışmada, Y kuşağının yönetim düzeyine bakışı değerlendirilmiştir. Yapılan analizler sonunda Y kuşağının bireysel özelliklerinin liderlik tarzı beklentisini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TÜRK MUTFAĞINDA TATLI KÜLTÜRÜNÜN TARİHÇESİ

#### 3.1 TÜRK MUTFAĞINDA TATLI KÜLTÜRÜNÜN TARİHÇESİ

Mutfak kültürü; beslenmeyi sağlayan yemek, yiyecek, içecek türleri ve bunların hazırlanma, pişirilme, saklanma ve tüketilme sürecini kapsamaktadır. Bu sürece bağlı olarak mekân ve ekipman, yeme-içme geleneği ile gelişen inanış ve uygulamalardan oluşan bütünsel ve özgün bir yapıyı anlatmaktadır. (Çevik, 2004). Mutfak kültürünün insanların yemekle ilgili davranışsal, sözel ve simgesel üretimlerinin zaman içerisinde alışkanlıklara, gelenek ve göreneklere dönüşmesiyle ortaya çıkan bir durum olduğu tespit edilmiştir (Halıcı, 2013: 220). Dünyadaki bütün toplumların kendilerine ait bir mutfak kültürüne ve beslenme şekline sahip olduğu görülmektedir. Bir toplumun mutfak kültüründen bahsetmek için öncelikle o coğrafyanın kültürünü değerlendirmek gerekmektedir. Toplumların mutfak kültürü, içinde yaşadığı yörenin coğrafi özellikleri, dini inancı, tarımsal özellikleri, ekonomik şartları ve diğer toplumlarla olan etkileşim durumuna göre şekillenmektedir. Belirtilen bu faktörlerdeki herhangi bir değişim mutfak kültürüne de yansımaktadır. Bu şekilde mutfak kültürleri birbirinden etkilenip zenginleşmekte ya da başka bir mutfak kültürünün içinde yöreselleşmektedir (Saatcı, 2016: 7; Közleme, 2012: 25-26).

Türk mutfak kültürü Orta Asya'dan M.Ö 200'lü yıllardan 21. yüzyıla kadar uzanıp, Asya ve Anadolu topraklarının zengin ürün çeşitliliği ve tarihsel süreç içinde ilişki kurulan uygarlıkların kattığı özelliklerle yoğrulup, zaman içinde bazı değişimler yaşamış ve günümüze kadar ulaşmıştır. Türk mutfak kültürü yerel mutfakların özgün etkilerini içinde taşıyan köklü ve çok yönlü bir yapıya sahiptir (Kızıldemir, vd. 2014: 193; Çevik, 2004). İnsanların yaratıcı güçlerini ancak göçebe yaşamın süregeldiği dönemlerde tam olarak kullanabildiği varsayıldığında, Türk mutfağının binlerce yıl süren gelişim sonunda ortaya çıkan bir sentez mutfağı olduğu bilinmektedir (Kasaba, 1998: 342).



Genel olarak bakıldığında Türk Mutfağı kendi içinde Orta Asya, Selçuklu, Osmanlı ve Cumhuriyet olmak üzere 4 döneme ayrılmaktadır (Kızıldemir, vd. 2014) Türk mutfağındaki tatlı kültürü de bu dönemlere göre ele alınmıştır.

### 3.1.1 Orta Asya Dönemi Tatlı Kültürü

Türklerin, anayurtları olarak benimsenmiş olan Orta Asya’da, oldukça uzun bir tarih kesitinde göçebe hayat yaşamış oldukları bilinmektedir. O dönemlerde Türklerin dağınık topluluklar olarak yaşamlarını sürdürdükleri, Hunlar, Göktürkler ve Uygurlar gibi kabile biçiminde devletler kurdukları ve yerleşik kültürlerden İran, Hindistan ve Çin’le etkileşim içinde yaşamış oldukları bilinmektedir. Söz konusu olan bu etkileşimin, doğal olarak mutfak kültürünü de etkilemiş olduğu sonucuna varılmaktadır (Gürsoy, 2004: 76).

Çin’in kuzey tarafında bulunan Orta Asya, Türklerin ilk anayurdu olarak tarihte yer almıştır. Buradaki toprakların tarım açısından verimsizliği, halkın göçebe bir yaşam sürmesine ve hayvancılığa yönelmesine sebep olmuştur. Dolayısıyla yazın dağlara, kışın ise düz alandaki bölgelere yerleştikleri ve beraberindeki hayvanları da mevsimsel duruma göre otların daha bol olduğu yerlere götürdükleri gözlemlenmiştir (Akşin, 2012: 3-4).

Tahıl olarak arpa, buğday, yulaf ve çavdarın dışında, Çinlilerden haraç ya da vergi olarak alınmış olan darıyı da Türklerin severek tükettiği bilinmektedir. Ayrıca çeşitli türlerinin yetiştirildiği ve ekmek yapımında kullanıldığı bilinen darı, farklı şekillerde de tüketilmiştir. Öz halinde su veya sütte kaynatılarak üstüne yağ ilavesiyle yapılan, sıklıkla yenilen ve sevilen “kürşek”, darının farklı kullanımına örnek olarak verilebilmektedir. Darıdan yapılan ve günümüze kadar gelen bozanın ise o dönemde içecek olarak kullanıldığı ayrıca “sök” ve “bengi” adlı daha sert içkilerin de Orta Asya’daki Türkler tarafından severek tüketildiği bilinmektedir (Gürsoy, 2004: 76).

Çin kültüründen alınmış olan bir diğer tahıl türünün de pirinç olduğu görülmektedir. Orta Asya’nın güneyinde kalan Kaşgar, Kuzey Pamir ve Hotan gibi bölgelerde ekilen pirincin, Türkler tarafından XI. yüzyılda “tuturgan” olarak adlandırıldığı gözlemlenmiştir (Gürsoy, 2004: 77). Tatlı ve tuzlu birçok yemek türünde kullanılan pirinç, bu dönemde içerisine şeker atılarak pişirilip, içerisine buz eklenerek günümüzde sütlaca benzeyen bir tür tatlı şeklinde tüketilmiş olduğu belirlenmiştir (Genç, 1981: 62).

Türklerin meyve üretimine önem vererek birçok meyve türünü de yetiştirdiği bilinmektedir. Bölgenin asıl yerli meyveleri zerdali ve kayısı olmakla birlikte armut, üzüm, şeftali, elma, karpuz, fındık ve fıstık gibi ürünlerin isimlerinin Kaşgarlı Mahmud'un eserinde yer aldığı bilinmektedir (Alpargu, 2008: 22). Mevsimine göre meyveleri taze olarak tüketmiş ve kurutarak kış için saklamış oldukları belirtilmiştir. Ayrıca, taze meyveleri kaynatıp pekmez, kuru meyveleri de hoşaf yaparak tüketmiş oldukları tespit edilmiştir (Yılmaz, 2004: 53).

Farklı toplumların mutfak kültürlerinde önemli bir yeri olan tatlı tüketiminin Orta Asya'da alışlagelmiş bir olgu olmadığı belirtilmiştir. O dönemlerde Orta Asya'da, günümüzdeki gibi baklava, kadayıf, pasta, kek ya da katmerlerin mevcut olmadığı bilinmektedir. Ancak İslamiyet'in kabul edilmesiyle birlikte, Orta Asya Türklerinin göç sürecinde diğer uygarlıkların mutfaklarından önemli ölçüde etkilendikleri ve çoğunlukla tatlılar yerine meyvelerin tüketildiği tespit edilmiştir (Genchef, 2017).

Batu ve Batu (2016: 43), unlu tatlıların kökeninin Orta Asya olduğunu ve tatlı türlerinin de Anadolu'ya geldikten sonra bu topraklardaki kültürlerden etkilendiğini ifade etmişlerdir.

### **3.1.2 Selçuklu Dönemi Tatlı Kültürü**

Anadolu topraklarında Selçukluların mutfağını şekillendiren önemli durumlardan biri yerleşik hayata geçme, diğeri ise Türkler arasında İslamiyet'in kabul edilmesi olduğu bilinmektedir. Diğer taraftan Anadolu gerek toprak özellikleri gerekse iklim ve bitki örtüsü bakımından Orta Asya bölgesine nazaran farklılıklar gösterdiği için Selçuklu mutfağında önemli değişiklikler görüldüğü belirlenmiştir. Zira Anadolu toprakları sebze/meyve çeşitliliği açısından daha zengin olmanın yanı sıra, çok sayıda deniz ürünleri ve balığın bol miktarda oluşu, bu toprakları Orta Asya'dan farklı kılmıştır (Eksen, 2001: 13).

Selçuklularda yemeklerle birlikte misafirlere sunulan ikramlar da önemli yer tuttuğu belirtilmiştir. Yemeğin haricinde kış mevsiminde tarçınlı sıcak şerbet, yazın ise bal, koruk ve nar şerbeti sunulmasının kibarlık olarak görüldüğü vurgulanmıştır (Ünver, 1982: 2). Ayrıca, gülsuyu, incir ve üzümünden yapılan şerbetlerin de yapıldığından söz edilmiştir (Şahin, 2008: 49-52).

Şekerden önce ve şekerin bulunmadığı zamanlarda Türk tatlılarının tatlandırıcı öğelerini bal ve pekmezin oluşturduğu bilinmektedir (Baysal, 1997: 118).

Selçuklular zamanında şekerin, ithal edilmesi nedeniyle lüks bir gıda maddesi olduğu, halkın şeker ihtiyacını bal, pekmez ve meyvelerden karşıladığı bilinmektedir (Turan, 2008: 361). Bal ve pekmezin tatlandırıcı olmasının yanı sıra tedavi amacıyla çeşitli şerbet ve macunların içine katılarak hastalara verildiği belirtilmiştir (Mevlâna Celaleddin-i Rumi, 1992: 104).

Tatlıların, şeker, bal ve pekmez ile tatlandırılıp ceviz, badem ve diğer kuru yemişler ilave edilerek yapıldığı ve özellikle misafir ağırlanırken sunulduğu bilinmektedir. Bu dönemde un, pirinç, süt gibi malzemeler kullanılarak helva, palûze (pelte), hoşmerim, baklava, kadayıf, zerde ve şekerin gül ile karıştırılmasıyla yapılan gülbeşeker gibi birçok tatlı çeşidinin yapıldığı bilinmektedir. Tatlının bu dönemde yemek kadar önem gördüğü belirtilmiştir. Ayrıca vakfiyelerde vakfa alınacak aşçının özellikleri arasında her türlü yemeği yapmasının yanında tatlı yapma konusunda da usta olması gerektiğinin şart kılındığı belirlenmiştir (Şahin, 2008: 49-52).

Şekerin Türkiye Selçukluları döneminde var olması onun tüm halk tarafından kullanıldığı anlamına gelmediği belirtilmiştir. Lüks bir gıda olması yüzünden, yüksek ve zengin tabaka dışındaki halkın, tatlandırıcı olarak pekmez ya da bal kullanmaya devam ettiği belirtilmektedir (Turan, 2008: 290). Eflaki (2006: 624) eserinin bir yerinde üzüm hasadının sona erdiğini ve pekmez kaynatıldığından söz etmiştir. Ancak üzümün yanı sıra dut pekmezi ve nar pekmezinden de bahsedilmiştir.

Baba İlyas-ı Horasani'nin müritlerinin, yiyecekleri yemeklere şeker bulunmadığı zaman bal karıştırdığı belirtilmiştir (Merçil, 2000: 45). Yine Mevlana'nın (1992: 109), "Yoksa sen balla pişirilmiş ağdalı tatlılara sinek mi kesildin" sözü de balın şeker yerine kullanılmış olduğunu göstermektedir. Gelen misafire bal çıkarıldığını belirten Mevlâna, bunu Hazreti Ali'nin üç yüce âdetinden birine bağlayarak, "damaklarının tatlılaşıp benim hakkımda dua etmeleri için fakir misafirlere süzölmüş bal ikram ediyorum. Belki bununla ölümün acılığı da benim damağımda tatlılaşır" şeklinde ifade etmiştir (Eflaki, 2006: 233).

Helva, Selçuklu mutfağında önemli bir yere sahiptir. Helvanın şeker, yağ, fıstık, bal veya pekmez ile yapıldığı belirtilmiştir. Mevlâna Mesnevi'de cevizli ve bademli helvalardan söz etmiştir. Ayrıca Celaleddin Karatay'ın yaptırmış olduğu kervansarayda, her cuma akşamı bal helvası yapıp bütün yolculara dağıtılmasının şart kılındığı vurgulanmıştır. (Merçil, 2000: 54; Turan, 1948: 56-57). Aynı şekilde Niksarlı Ahi Pehlivan Zaviyesinde de her cuma gecesi bal helvasının yapıldığı belirtilmiştir (Yediyıldız, 1987: 288).

Bu dönemde, helvanın evde pişirilmesinin yanı sıra dükkânlarda da pişirilip satıldığı belirtilmiştir. Helva yapıp satan kişilere ‘helva-ger’ denildiği ifade edilmiştir (Merçil, 2000: 54). Yapılan helvaların sadece dükkânlarda değil, tepsi içinde seyyar olarak da satıldığı bilinmektedir. Ayrıca Mesnevi’de, tepsi içinde helva satmaya çalışan bir çocuğun hikâyesi anlatılmıştır (Mevlâna Celaleddin-i Rumi, 1973: 288).

Selçuklular döneminde Anadolu’da sevilerken tüketilen helvanın, içerdiği lüks malzemeler nedeniyle genellikle şehirlerde yapıldığı belirtilmiştir. Günümüzde de yaygın bir şekilde görülen ölünün arkasından helva yapma âdetinin, Selçuklular zamanına dayandığı bilinmektedir<sup>2</sup> (Akkor, 2013: 32).

Selçuklular döneminde Anadolu’da en sevilen tatlılardan olduğu bilinen gülbeşekerin tarifi, “ilk olarak gül çiçeğini meydana getiren kokulu yapraklarının dibindeki beyaz yerleri kesilerek atılır, kırmızıları bir kaba konurdu. Ardından üzerine bol şeker serpilir, limon sıkılır sonra yoğurulup hamur haline getirilir ve bir kavanoza doldurulur. İstenildiği zaman öyle de yenir, bir bardağa konup üstüne su ilave edilerek karıştırılır, şerbet olarak da içilirdi. Ayrıca istenirse ondan reçel de yapılırdı” şeklinde tasvir edilmiştir (Mevlâna Celaleddin-i Rumi, 1992: 307).

Farsça palûde kelimesine dayanan ve yaygınlığı sebebiyle farklı yerlerde pek çok değişik isimle anılan palûze veya peltenin, nişasta ve şekerden yapılan genellikle soğuk tüketilen bir tatlı olduğu bilinmektedir (İvgin, 1984: 77). Paluzenin, yüzyıllarca şairlere ilham vermiş bir tatlı olduğu söylenmektedir. Mevlâna, Divan-ı Kebir’de “Öyle tatlar var sende, öylesine tatlısın ki, yağlıya-ballıya boş vermişsin, kendi yağında kavrul, kendi balımla tatlan. Zaten paluzesin, tattan, lezzetten ibaretsin sen” sözleriyle paluzeyi benzetme aracı olarak kullanmıştır (Işın, 2008: 204).

Kamus-u Turki’de, “nişasta ve şekerle yapıp soğuk yenen pelte” olarak geçen paluze Türkiye Selçukluları devri kaynaklarında bir tatlı türü olarak yerini almıştır (Şemseddin Sami, 2001: 347).

Selçuklu döneminde tüketilen bir diğer tatlı çeşidi olan zerdenin, safranla renklendirilen ve genellikle balla tatlandırılan bir pirinç tatlısı olduğu belirtilmiştir (Oral, 2002: 27).

---

<sup>2</sup> Yoğ: Ölü gömüldükten sonra üç yahut yedi güne kadar verilen yemek (Kaşgarlı Mahmud, 2006: 143). Basan; Ölü gömüldükten sonra yenen yemek. Buradan alınarak “yoğ basan” denir (Kaşgarlı Mahmud, 2006: 398). Ölünün ardından yemek dağıtma ananesinin Selçuklular döneminde Anadolu’da helva dağıtmak şeklinde tezahür ettiği ve günümüze kadar geldiği anlaşılmaktadır.

Kökeni ile ilgili olarak birçok tartışmaya konu olmuş olan baklava, Selçuklular döneminde Anadolu’da da yapılan bir tatlı çeşidi olduğu ifade edilmiştir. Baklava sözcüğünün, Orta Asya ve Türkçe kökenli bir kelime olup, zamanla Osmanlıcaya geçtiği belirtilmiştir. Baklavanın eski Türkçede “baklağu,” “baklağı” olarak kullanıldığı vurgulanmıştır (Eliacıık, 2012: 2).

### 3.1.3 Osmanlı Dönemi Tatlı Kültürü

Osmanlı mutfağı, füzyon mutfak kavramını 700 yıllık tarihi içinde, doğal olarak barındırmıştır. Anadolu topraklarına göç etmiş olan Türklerin geleneksel mutfak ile bölgesel halkların mutfakları birleşmiş ve Anadolu kültüründe daha eskilerden kalan halkaların mutfak öğelerini de kendi mutfak geleneklerine ekleyen farklı bir mutfak kültürü oluşmuştur. Dolayısıyla Hititler, Romalılar ve Yunanlılara dek süren birçok yemek unsuru muhafaza edilerek Osmanlı mutfağında yer bulmuştur. Çok çeşitli uygarlıkların izlerini yemek kültüründe devam ettiren Osmanlı mutfağı, İmparatorluğun mutfağı olma özelliğini de taşıyan ve bu felsefeyi içinde barındıran bir mutfak olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü Osmanlı mutfağı denildiğinde yemek kültürü, sanatı, zenginliği ve çeşitliliği akla gelmektedir (Haydaroğlu, 2003: 10).

Osmanlı mutfağında şekerin geç dönemde kullanılmaya başlandığı bilinmektedir. Dolayısıyla eski dönemlerde rafine şekerin yerini bal ve kurutulmuş meyvelerin almış olduğu görülmektedir. O dönemde bal ve kurutulmuş meyvelerin pahalı yiyecekler olduğu ve bu sebeple daha çok zengin kişilerin sofralarında yer aldığı belirtilmiştir (Şavkay, 2000b: 7-8). Osmanlı saraylarında mutfağın önemli bir kısmı tatlı üretimine ayrılarak, bal ve pekmez en fazla kullanılan tatlandırıcı olmuş ancak belli bir süreçten sonra şeker bu tür tatlandırıcıların yerini almıştır (Baysal, 1990: 35).

14. yüzyıldan itibaren mutfaklara girmeye başlayan şekerin geniş kitlelere ulaşmasının oldukça uzun bir zaman aldığı belirtilmiştir. Şekerin 15. yüzyılda hala lüks bir gıda maddesi olduğu ve 16. yüzyılda ancak ekonomik durumu iyi olanların sofralarında şekerli ürünlerin yer aldığı bilinmektedir. Yüksek miktarda şeker tüketilmesine rağmen, saray için şeker değerli bir gıda maddesi olma özelliğini 17. yüzyılda dahi kaybetmemiş ancak tamamen balın yerine geçememiştir (Bilgin, 2004: 129).

16. yüzyılda Kanuni Sultan Süleyman’ın oğullarının sünnet düğününde, 53 çeşit tatlının ikram edildiği bilinmektedir. Ziyafete katılanlara 15 çeşit helva ve 20

çeşit reçel olmak üzere pek çok tatlı çeşidi sunulmuş, bütün bu tatlılar için 60 kantar ve yaklaşık 3.400 kg şeker harcanmıştır (Tez, 2012: 69; Yerasimos, 2005: 238).

Osmanlı sarayında tatlıların helvahanelerde yapıldığı ifade edilmektedir. Helvahanede yılda sadece bir kere “ot gecesinde” yüksek miktarda macunların yapıldığı vurgulanmıştır. Helvahane mutfağını harem mutfağından ayıran özellikler, yüksek kalorili macunların saray halkına sunulması ve az çeşitli, zahmet isteyen ürünlerin hazırlanması olarak özetlenmiştir (Gürsoy, 2004: 109).

Şekerin mutfaklarda yer almasıyla birlikte bir tatlı çeşidi olarak yapılan akide şekerinin, sert ve şeffaf bir şekerleme türü olduğu belirtilmiştir. Akide şekerinin, çok çeşitli meyve ve baharatlarla tatlandırılarak ya da fındık, fıstık eklenerek hazırlandığı bilinmektedir. Osmanlı döneminde akide şekerinin günümüzdeki gibi küçük parçalar halinde kesilmediği belirtilmiştir. Akide şekerinin 19. yüzyıl ortasına kadar ortası hafif çukur, daire şeklinde veya top şeklinde hazırlandığı bilinmektedir. Akide şekerinin Osmanlı İmparatorluğu için temsili bir mahiyeti olduğu ve devlete bağlılıklarının ifadesi olarak salı günleri ve ulufe günlerinde yeniçeriler tarafından, Divan-ı Hümayun mensuplarına ve yeniçeri ocağının yüksek rütbeli subaylarına sunulduğu ifade edilmiştir. Ayrıca, Kanuni'nin oğulları Bayezid ve Cihangir'in sünnet düğünü ziyafetinde, elma akidesi sunulduğu bilinmektedir (Işın, 2008: 24). Sarayın helvahanesinde 15. Yüzyıldan beri incir, ceviz, kayısı, badem ve kestane şekeri üretildiği yapılan çalışmalar sonunda ortaya konmuştur. 1456 yılında Fatih Sultan Mehmet'in oğullarının sünnetinde tepsilerle meyve şekerlemeleri ikram edilmiş, artanlar kutulara konarak, yemeğe gelen konuklara hediye edilmiştir. 1720'deki şenlikte ise 64 kg kestane şekeri ile 519 kg badem şekerlemesi yapılmış ve halka dağıtılmıştır (Yerasimos, 2005: 256).

Osmanlı mutfağında aşure, pelte, güllaç, helva, akide, lokum gibi tatlılara, şekerlemelere ve özellikle saray çevresinden gelen insanların tükettikleri şerbetlere misk ve amberin konulduğu tespit edilmiştir (Işın, 2008: 104). Lokum, “boğazı rahatlatan” anlamındaki “rahat-ul-hukum” olarak isimlendirilmiş ve 15. yüzyıldan itibaren Osmanlı mutfağında yerini almıştır. Ayrıca bu dönemde, Tatlılara önceden tatlandırıcı olarak bal ve pekmez kullanılırken, kıvamı için un da kullanıldığı bilinmektedir (Batu ve Batu, 2016: 44).

Misk ve amber dışında tatlılarda kullanılan bir diğer ürün ise küllü sudur. Kül, suyun altına tamamen çökünce üstündeki suyun süzülerek alınıp kullanıldığı görülmektedir. Küllü suyun tatlı yapımında kullanılmasına 18. yüzyılda adı geçen

pirinç baklavası tarifinde rastlanmaktadır. Buna göre pirinç baklavasının sadeyağ, küllü su, bal ya da kesilmiş şekerin, pirinç unuyla karıştırılıp fırında pişirilmesi ile hazırlandığı ve tatlının piştikten sonra baklava gibi dilimlenmesinden dolayı bu adı aldığı belirtilmiştir (Sefercioğlu, 1985: 23).

Osmanlı saray mutfağında kadayıf denildiğinde eğer çeşit belirtilmemişse, tel kadayıfın anlaşıldığı ifade edilmektedir. Bunun yanı sıra, lokmaların üzerine dövülmüş ceviz, susam, şeker ya da tarçın serpilerek yenildiği bilinmektedir. 18. yüzyıla ait lokma tariflerinde yumurtalı ya da yoğurtlu hamur, 19. yüzyıla ait tariflerde ise mayalı hamur kullanıldığı belirtilmiştir. Özellikle bu dönemde, “lokum” kelimesinin “lokma” anlamında kullanıldığı görülmektedir (Işın, 2008: 172).

Baklavanın adına 18. yüzyıla kadar çok rastlanılmamaktadır (Yerasimos, 2005: 279). Baklavaların hamurları genellikle aynı olmakla birlikte, hamurun katlanışının, kesilişinin, tepsie yerleştirilmesinin ve harcının, bir baklava türünü diğerinden ayırdığı bilinmektedir (Şavkay, 2000b: 124). Arap aşçılar tarafından yapılmaya başlanan baklavanın, giderek sarayın ve zengin konakların kutlamalarda bayramlarda, Ramazan ayında tercih ettiği bir tatlı haline geldiği gözlemlenmiştir. Bayezid ve Cihangir’in 1539’daki sünnet düğününde ve 1720 yılındaki başka bir sünnet düğününde de tüm konuklara, yemekten sonra baklava sunulduğu tespit edilmiştir. Ayrıca baklavanın Ramazan’ın on beşinci günü yapılan Hırka-i Şerif ziyareti sırasında yeniçerilere verildiği ve sıradan bir tatlı olarak görüldüğü önceki çalışmalarda vurgulanmıştır (Işın, 2008: 42; Yerasimos, 2005: 279).

Kadayıf-ı hassa, zerde, muhallebi, zülbiye, lokma ve halkaçini gibi tatlıların Valide Sultan ve padişah için yapıldığı bilinmektedir. Bunların yanı sıra kızılıcak, ayva, mesir, deva-i misk ve cevâriş gibi onlarca tür macunun da sarayın diğer tatlıları arasında bulunduğu önceki çalışmalarda belirtilmiştir. Eğlenceler eşliğinde ilaç için ve her yıl Nevruz kutlamalarında yapılan macunların ilk önce lala tarafından padişaha sunulduğu ve arkasından da bütün saray halkına dağıtıldığı saptanmış ve padişah için yapılan macunların içine 61 çeşit baharatın katıldığı tespit edilmiştir (Bilgin, 2004: 87; Gürsoy, 2004: 98-100).

Şerbetli tatlı çeşitlerinden “çörek kadayıfı” tel kadayıfın uzun rulo haline getirildikten sonra burulup, tepsie dış kenardan başlayarak çevire çevire yerleştirilmesiyle yapıldığı belirtilmektedir (Işın, 2010: 173). Osmanlı saray mutfağında kadayıf için dakik-i kadayıf adı verilen özel bir un kullanıldığı ifade

edilmiş olup, Tel kadayıfın bazen sarayda yapıldığı, bazen de dışarıdan alınarak saray helvahanesinde şerbeti eklendiği bilinmektedir (Samancı, 2006: 186).

Erken dönem Osmanlı mutfağında sütün uzak yerlerden ve bozulmadan İstanbul pazarına ulaştırılması zor olduğundan dolayı, sütlü tatlıların, helvalara ve meyveli tatlılara oranla daha az olduğu bilinmektedir. Ayrıca 17. yüzyılın ortalarına kadar süt ürünlerinin tüketiminin de pek fazla olmadığı da tespit edilmiştir (Yerasimos, 2005: 270). Tatlı yapımında kullanılan sütün katışıksız olmasının tercih edildiği ve ancak yeterince katışıksız sütü bulmanın mümkün olmadığı bilinmektedir. Bu bağlamda katışıksız süte (süd-i halis) ve karışık süte (süd-i mahlût) adının verildiği ifade edilmiştir (Samancı, 2006: 190). Osmanlı saray mutfağında, sütlü tatlıların hemen hepsinin açık ateşte ya da fırında pişirilerek hazırlandığı saptanmıştır. Bu dönemde sütlü tatlılar, sıcak ya da soğuk olarak tüketildiği bilinirken, genellikle soğuk tüketilmektedir (Şavkay, 2000b: 80).

Sütlü tatlılardan “tavukgöğsü”nün Osmanlılara Bizans’tan geçen bir tatlı olduğu bilinmektedir. Bugün “sütlac” olarak bilinen “sütlü aş” tatlısının da Osmanlı mutfağında kendine bir yer bulduğu tespit edilmiştir. İtalya’da 1570 yılında Papa’nın verdiği bir ziyafette, üzerine tarçın serpilen “Türk usulü sütlü pirinç”in sunulması; sütlacın Osmanlılardan Avrupa’ya geçtiğinin bir varsayımı olarak görülmektedir (Işın, 2010: 345). Sütlü aşın sütsüz ama yine de tatlı bir biçimi de “nazlı aş” adı altında bilinmektedir. Sütün eksikliğini, bu tatlıda soğuduktan sonra üzerine bol dövülmüş ceviz ya da badem eklenerek giderildiği belirtilmiştir. Tatlıların üzerine böyle kuruyemişlerin eklenmesi, Anadolu mutfak geleneğinin tipik özelliklerinden biri olduğunu göstermektedir (Şavkay, 2000a: 247). “Güllü aş” kelimesinden türemiş olan güllacın ise ince nişastalı yufkalardan hazırlandığı bilinmektedir. Osmanlı dönemindeki güllacın genellikle şeker şerbetiyle yapıldığı ve güllaca gülsuyu, misk, kaymak, antepfıstığı, badem ya da fındık katıldığı yapılan çalışmalara sonucunda ortaya konulmuştur (Işın, 2010: 131).

Zerde, Selçuklular zamanında da yapıldığı bilinen, pirinç, bal ve safranla pişirilen, Osmanlı döneminde her zaman sevinçli ve kutsal günlerde tüketilen tahıllı tatlılardan bir tanesidir. Bu tatlının, 16. yüzyılda sütlü zerde, 17. yüzyılda tarçınlı, karanfilli ve kuru üzümlü zerdelerin yapıldığı belirtilmiştir. Ayrıca 17. yüzyılda kavunlu zerdenin de yapıldığı tespit edilmiştir. 19. yüzyıl sonunda ise zerdenin üzerine, ufaltılmış şerbetlik şeker serpilerek süslendiği arşiv taramaları sonucunda ortaya konulmuştur (Işın, 2010: 412).



Helva, tatlı yiyecekler ve şekerlemelere verilen genel bir addır. 18. yüzyılın sonuna dek Osmanlıca yemek kitaplarında tüm tatlılar için “Hulviyyat” ya da “Haleviyyat” sözcükleri kullanılmaktadır. Osmanlıda tat veya görünüm olarak helvaya benzetilen “Kudret Helvası”, “Hint Helvası” gibi bazı yiyecek maddelerine de helva adının verildiği tespit edilmiştir (Işın, 2010: 144). Helva, yalnızca sarayın ve İstanbul’un değil, tüm imparatorluğun, tüm toplumsal kesimlerin ve tüm zamanların tatlısı olarak adlandırılmaktadır. Ayrıca helva, Osmanlıda “helva sohbetleri” adı altında yapılan toplantılarda simgesel rol üstlenmiştir (Yerasimos, 2005: 248).

Osmanlılarda şerbet, meyve suları, reçel, hoşaf ve hatta sütün karla karışması sonucunda farklı tatlıların da önceki çalışmalar sonucunda yapıldığı belirlenmiştir. Bunlar arasında karın en yaygın kullanım biçimlerinden olan “karma,” “karsanbaş” veya “kar helvası” olarak bilinen tatlı türü, günümüze dek ulaşan tatlı çeşitlerinden bir tanesidir. Kar helvasının çatılara yağın temiz karlardan alınıp sahanlara konarak üzerine bir miktar üzüm pekmezi dökülerek kaşıkla tüketildiği gözlemlenmiştir. Temiz karın üzerine pekmez, bal veya meyveli şurupların dökülmesiyle yapılan bu tatlının yakın dönemlere kadar yaygın olarak tüketildiği ifade edilmektedir. Karla hazırlanan pekmezli kar, yoğurtlu, kar, kar hoşafı, sütlü kar ve boncuklu kar reçeli gibi tatlı besinlerin ekmek, çörek ve simitle tüketildiği de önceki çalışmalarda tespit edilmiştir (Gözcü ve Akçiçek, 2012: 285-286).

19. yüzyılda Osmanlılarda Türk dondurmasının süt ve meyve suyunun karla karıştırılarak elde edildiğine ilişkin bazı gözlemlerde bulunulmuştur. Bu dönemde özellikle sarayda dondurmanın tüketildiği ve ayrıca dondurmacı esnafının da mevcut olduğu bilinmektedir. Bu tür dondurmaların, Osmanlı sarayının ziyafetlerinde vazgeçilmez bir unsur olarak 17. yüzyılın sonlarından itibaren tüketilmeye başlandığı tespit edilmiştir (Gözcü ve Akçiçek, 2012: 292).

Selçuklu mutfağında da yer alan bir tatlı olan paluze (pelte), Osmanlıda 15. yüzyıldan itibaren çarşıda satılan bir ürünlerden bir tanesidir (Şahin, 2008: 51). Palûde, üzüm suyuyla, zengin evlerinde ise bal veya şekerle yapılmaktadır. Palûdelere bol miktarda badem, safran, gülsuyu ve misk katılmakta ve kalıplara dökülerek süslü şekiller verilmektedir (Işın, 2010: 288-289). Sefercioğlu (1985) palûde yerine “Falûzec” kelimesini kullanmıştır. Yerasimos (2005) bu kullanımı, “Paludenin Arapçaya geçmiş hali” olarak açıklamakla birlikte, “pelteşin” ismiyle kullanıldığına da vurgu yapmaktadır.

Saray ve çevresinde Fransız mutfağı merakı Abdülmecit döneminde başlamış ve Abdülaziz döneminde hız kazanmıştır. Batılılaşma hareketlerinin başladığı süreçte reçeller murabbaların yerini, bisküviler kurabiyelerin yerini, pasta ve gatolar revanilerin yerini, kremalar peltelerin yerini almıştır. Ayrıca, 19. yüzyıldan sonra batılılaşmanın etkisiyle Osmanlı mutfağındaki tatlıların, alaturka ve alafranga tatlılar olmak üzere ikiye ayrıldığı ifade edilmiştir. Alafranga tatlılara elma, kayısı, erik gibi meyvelerden yapılan börekler, meyve kızartmaları, badem ve mereng pastası gibi tatlılar örnek olarak verilmiştir (Işın, 2008: 126).

Öte yandan 19. yüzyılda, önceki yüzyıllarda tatlandırıcı olarak kullanılan bal ve üzüm pekmezinin pek kullanılmadığı, yerine ise kayda değer miktarlarda şeker kullanıldığı tespit edilmiştir (Samancı, 2006: 191). Osmanlı döneminde özen gösterilmesi gereken tatlıların reçetelerinde, iyi şeker cinslerinin kullanılması gerektiği ve ziyafetlerde tatlının yemek sonunda değil, yemeğin ortasında veya tuzluların arasında yenildiği ifade edilmiştir (Işın, 2008: 16-30).

Osmanlı sarayı ve civarında öncelikli olarak resmi ziyaretlerle tanınmaya başlayan Fransız mutfağı, zamanla elit İstanbul mutfağında yeni tatların oluşmasına yol açmıştır (Samancı, 2008: 216).

### **3.1.4 Cumhuriyet Dönemi Tatlı Kültürü**

Türk mutfağının son döneminin Cumhuriyet dönemi olduğu bilinmektedir. Orta Asya ve Selçuklu etkilerini devam ettiren Osmanlı, mutfak kültürünü Cumhuriyete taşımıştır (Samancı, 2016: 87). Cumhuriyetin ilk yıllarında teknolojik gelişmelerin ve iletişimin yetersiz olmasından dolayı bazı yörelerdeki yemekler korunurken, bazı yemeklerin de teknolojik gelişmelerin ve iletişimin artmasıyla yaygınlaşmaya başladığı bilinmektedir (Akın vd. 2015: 44).

Cumhuriyetin ilanından sonra, batılılaşma sürecinin hızlanması, sanayileşme, hızlı kentleşme gibi olgularla birlikte hızlı beslenme tarzı giderek arttığı görülmüştür. Sütlü ve şerbetli tatlıların yanı sıra, yaş pastalar, gatolar ve kakaolu tatlılar da tüketilmeye başlanmıştır. Ayrıca, Amerika ve Avrupa'dan getirilen yeni gıda maddeleri ve mutfak araç-gereçleriyle, gıda üretim biçimlerinde de yenilikler olmuştur. 19. yüzyılda turta ve pasta yapımında kullanılan vidalı fırın kapları, şarlot kabı, çikolata ibriği, waffle makinesi ve krep tavası gibi mutfak gereçleri Türk mutfağında yer alarak, üretim biçimlerinde değişimler yaşanmıştır (Bilgin, 2011: 241).

Pastalar ve pastacılık, Tanzimat'tan sonra ortaya çıkan batılılaşma hareketleriyle Cumhuriyet döneminde İstanbul mutfağına girmiştir. Bu dönemde, İstanbul kent kültürünün geleneksel fırınlarına, börekçiler, baklavacılar ve kadayıfçılar gibi tatlı üzerine çalışan esnaflar arasına pastacılar da eklenmiştir. Bu suretle 19. yüzyılın sonlarından itibaren İstanbul mutfağında lokma, helva, zerde, kadayıf, güllaç, baklava, kazandibi, muhallebi gibi geleneksel Türk tatlılarıyla birlikte Avrupa kökenli pasta türleri yer almaya başlamıştır (Samancı, 2016: 92).

Cumhuriyet döneminde batılılaşma doğrultusunda tatlı kültüründeki değişim hızla devam etmiştir. Ancak özellikle İstanbul'a 1950 sonrasında ve ikinci kez de 1965'te yaşanan göç dalgası, gelenlerin geleneksel halk mutfağı kültürünü de beraberinde getirmeleri ve sayıca yerleşik nüfustan fazla olmaları sonucunda tatlı ve şekerlemede geleneksel dönüşü başlatmıştır. 1965'ten sonra İstanbul'da lokmacılar, sütlü tatlıcılar, şekerlemeciler, baklavacılar ve dondurmacıların sayısı artmıştır. İrmik helvası, Sultanahmet köftecilerinin geleneksel tatlısı olarak yaşatılmıştır. 1970'li yıllara kadar Sirkeci'de bulunan şerbetçilerin hepsi gazlı içecek rekabetine dayanamayarak kapanmıştır ve yalnızca Kapalıçarşı'da turistik ilgi sonucu seyyar şerbet satıcıları kalmıştır (Gürsoy, 2009: 92).

Türk mutfağında geçmişten beri özel günler önemli bir yer tutmaktadır. Özel günlerde tatlılar sıklıkla tüketilmektedir. Kandillerde lokma, cenazelerde helva, Muharrem ayında aşure, Ramazan'da güllaç, düğünlerde baklava tüketilmesi özel günlerde tatlı tüketimine örnek gösterilebilmektedir (Baysal, 1990: 68; Közleme, 2012: 265).

Türk mutfağının son dönemi olan Cumhuriyet dönemi, doğal olarak önceki dönemlerin izini taşımaktadır. Tatlılar bu dönemde, bölgelere göre değişiklik göstermekle birlikte Anadolu'da yaygın olarak tüketilmektedir. Anadolu'da tatlılarda bal ve pekmez kullanımı devam etmektedir. Üzümün bol olduğu yerlerde pekmez kaynatma geleneksel olarak Türk kadının uğraşları arasındadır. Lokum, dünyaca Türk tatlısı olarak tanınmıştır. Gaziantep'in baklavası, Hatay'ın künefesi, Balıkesir'in hoşmerimi, Erzurum'un kadayıf dolması, Trabzon'un Hamsiköy sütlacı, Kahramanmaraş'ın dondurması, İzmir'in lokması, İzmit'in pişmaniyesi gibi örnekler yapıldığı yerlerle özdeşleşmiş, hatta Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından coğrafi işaret olarak tescillenmiştir (Tescilli Coğrafi İşaretler, 2018; Tezcan, 2016).

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

### **MATERYAL VE YÖNTEM**

#### **4.1 ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ**

Araştırma modeli olarak Y kuşağının tatlı tüketim alışkanlıklarını ölçmek amacıyla betimsel tarama modeli tercih edilmiştir. Bu araştırmanın değişkenleri demografik bilgiler ve 18-25 yaş arası Y kuşağı üyelerinin tatlı tüketim alışkanlıklarıdır.

#### **4.2 ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI**

Bu araştırma Türkiye’de ikamet eden 18-25 yaş arası Y kuşağına mensup kişilerden toplanacak verilerle sınırlıdır. Araştırmada bireylere dair bilgiler ‘Sosyodemografik Bilgi Formu’nda yer alan sorularla sınırlıdır. Araştırmada bireylerin tatlı tüketim alışkanlıklarına dair bilgiler, ‘Tatlı Tüketim Alışkanlıkları Ölçeği’nde yer alan sorularla sınırlıdır.

#### **4.3 ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ**

Araştırmanın evrenini, 2016-2017 döneminde Türkiye’de ikamet eden Y kuşağına mensup 18-25 yaş arasındaki bireyler oluşturmaktadır. TÜİK’ten ‘31 Aralık 2016 tarihli adrese dayalı nüfus kayıt sistemi sonuçları cinsiyet ve yaşa göre il nüfusları’ verileri elde edilmiştir. Veriler incelendiğinde 2016 sonu itibariyle genel görüşe göre 1980 – 2000 yıl aralıkları ele alındığında Y kuşağı nüfusu 26.986.041’dir. Yine aynı 2016 verileri incelendiğinde tez çalışması için ele alınan 18 – 25 yaş nüfusu 10.257.414 olduğu bilinmektedir. Seçilen örneklem hacmi bu bilgi doğrultusunda hesaplanmıştır. Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004: 49-50) tarafından hazırlanan örneklem büyüklüğü standartlarına göre  $p=0.5$  ve  $q=0.5$  olasılıklarında, 0.05 örnekleme hatasıyla  $\alpha=0.05$  güven aralığında 1.000.000’un üzerinde kişiden oluşan bir evrende en az 384 kişilik bir örneklem ile çalışılması gerekmektedir.

Araştırmanın örnekleme amaçlı örnekleme yöntemlerinden, kolayda örnekleme yolu ile seçilmiştir. Bu tekniğe göre araştırmacı çalışması için gerekli olan hacimdeki örnekleme sağlamak için en kolay ulaşılabılır olan uygun profildeki denekler ile görüşerek veri toplar.

Kayıp değer ve uç değer analizleri yapılmadan önce örnekleme oluşturan toplam katılımcı sayısının 422 olduğu belirlenmiştir. Öncelikle, katılımcılardan ölçükleri ya hiç doldurmamış olanlar ya da belli bir maddeden sonra boş bırakanlar veya birden fazla maddeyi işaretlemiş olanlar tespit edilmiştir ve 32 katılımcının bu sebepler dolayısıyla araştırma örnekleminde çıkarılmasına karar verilmiştir. Sonuç olarak, araştırmanın analizlerine 390 katılımcıya ait sağlıklı gözlem dahil edilmiştir. Bu bağlamda araştırmanın örneklemini, 2016-2017 döneminde Türkiye’de ikamet eden 18-25 yaş arasındaki 390 birey oluşturmaktadır.

#### **4.4 VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ VE ARAÇLARI**

Araştırmanın verileri Y kuşağının tatlı tüketim alışkanlıklarını ölçmek için belirlenen örneklem çerçevesinde araştırma grubuna giren Türkiye’de 2016-2017 döneminde İstanbul, Gaziantep, Konya illerinde ikamet eden katılımcılarla yüz yüze görüşülerek ve farklı bölgelerden insanların bulunduğu sosyal medya platformlarından online olarak toplanmıştır. Veri toplama aşaması 1 ay sürmüştür.

Y kuşağının tatlı tüketim alışkanlıklarını ölçmek için belirlenen örneklem çerçevesinde Y kuşağına mensup kişilere araştırmacı tarafından belirlenen anket uygulanmıştır. Anket, demografik bilgi formu ve likert tipi ‘Tatlı Tüketim Alışkanlıkları Ölçeği’ formundan oluşmaktadır. Ankette cinsiyet, yaş, eğitim durumu, meslek, gelir düzeyi gibi yer alan sorularla ankete katılanların demografik özellikleri öğrenilmiştir. Uygulanan anket Tablo 4.1.’de verilmiştir.

Tablo 4.1. Y Kuşağı (18-25 Yaş Arası) Tatlı Tüketim Alışkanlıkları Ölçme Anketi

<b>Y KUŞAĞI (18 – 25 Yaş Arası) TATLI TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI ÖLÇME ANKETİ</b>				
				<b>TARİH:</b>
<b>Aşağıdaki demografik özellikleri size uygun şekilde işaretleyin.</b>				
<b>Cinsiyet:</b>				
<input type="checkbox"/> Kız				<input type="checkbox"/> Erkek
<b>Yaş:</b>				
<input type="text"/>				
<b>Medeni Durum:</b>				
<input type="checkbox"/> Evli	<input type="checkbox"/> Bekar	<input type="checkbox"/> Boşanmış		
<b>Meslek:</b>				
<input type="checkbox"/> İşsiz	<input type="checkbox"/> Özel Sektör	<input type="checkbox"/> Kamu Sektörü	<input type="checkbox"/> Öğrenci	
<b>Eğitim Durumu:</b>				
<input type="checkbox"/> İlköğretim	<input type="checkbox"/> Lise	<input type="checkbox"/> Ön Lisans	<input type="checkbox"/> Lisans	<input type="checkbox"/> Lisansüstü
<b>Ailenin Yanında Yaşama Durumu:</b>				
<input type="checkbox"/> Evet				<input type="checkbox"/> Hayır
<b>Günlük Çalışma Saati:</b>				
<input type="checkbox"/> 7 Saat ve Altı	<input type="checkbox"/> 8 Saat	<input type="checkbox"/> 9 Saat ve Üzeri		
<b>Gelir Düzeyi:</b>				
<input type="checkbox"/> Gelir Yok	<input type="checkbox"/> 300-1000 TL Arası	<input type="checkbox"/> 1001-2000 TL Arası	<input type="checkbox"/> 2001-3000 TL Arası	<input type="checkbox"/> 3001 TL ve Üzeri
<b>Aşağıdaki tatlı tüketme alışkanlıkları kriterlerini size uygun seçiniz.</b>				
<b>1. Ne sıklıkla tatlı tüketiyorsunuz?</b>				
✓ Günde 1				
✓ 3 günde 1				
✓ Haftada 1				
✓ 3 Ayda 1				
✓ 6 Ayda 1				
<b>2. Genellikle ne zaman tatlı yersiniz?</b>				
✓ Kahvaltıda				
✓ Öğlen Yemeğinde				
✓ Akşam Yemeğinde				
✓ Ara Öğünlerde				
✓ Atıştırılabilir Olarak				
✓ Diğer				
<b>3. Aşağıdakilerden en çok hangisini tercih ediyorsunuz?</b>				
✓ Türk Tatlıları				
✓ Yabancı Tatlılar				

Tablo 4.1. (devam)

**4. Aşağıdaki tatlı çeşitlerinden en çok hangisini tüketiyorsunuz?**

- ✓ Sütü Tatlılar
- ✓ Hamur İşi Tatlılar
- ✓ Meyve ve Sebze Tatlıları
- ✓ Kurabiyeler, Kekler
- ✓ Helvalar
- ✓ Pastalar

**5. En sevdiğiniz ve en çok tükettiğiniz 3 tatlıyı sırasıyla aşağıdaki kutucuğa yazın.**

1	
2	
3	

**6. Tatlı tüketimine günlük ortalama ne kadar harcıyorsunuz?**

- ✓ 5 TL ve altı
- ✓ 6 TL – 15 TL arası
- ✓ 16 TL – 25 TL arası
- ✓ 26 TL ve üstü

**7. En çok hangi mekânda tatlı tüketiyorsunuz?**

- ✓ Tatlıcı ve Pastaneler
- ✓ Kafe ve Restoranlar
- ✓ Ev
- ✓ Okul
- ✓ İşyeri
- ✓ Diğer

**8. Hangi amaçla daha çok dışarıda tatlı tüketirsiniz?**

- ✓ Kolaylık sağladığı için
- ✓ Yeni tatlı deneyimleri kazanmak için
- ✓ Sosyalleşmek için
- ✓ Kutlama yapmak için

**9. Evde tatlı tüketmek için tatlıları daha çok nereden satın alırsınız?**

- ✓ Pastaneler
- ✓ Tatlıcılar
- ✓ Fırınlr
- ✓ Süpermarketler
- ✓ Evde yapılır

**10. Aşağıda tatlı tüketiminizi kısıtlayan sebeplerden size uygun olanı seçiniz.**

- ✓ Tatlı tüketimimi kısıtlayan sebep yok.
- ✓ Şeker Hastalığı
- ✓ Diş Sağlığı
- ✓ Çölyak Hastalığı
- ✓ Yüksek Kalori
- ✓ Şeker Alerjisi

Tablo 4.1. (devam)

11. Bir tatlıyı tüketmemde aşağıdaki seçenekler belirleyicidir.					
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Lezzet					
İçindeki Malzemeler					
Sunum					
Fiyat					
Mekânın Ambiyansı					
Tatlının Popülerliği					
Arkadaş Tavsiyesi					

  

12. Tatlı Tüketim Ölçeğindeki Maddeleri Size Uygun Şekilde Doldurunuz.					
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Tatlı yapmayı bilmiyor olmam tatlı tüketimimi artırır.					
Yöresel tatlıları denemeyi severim.					
Özel günler, (bayramlar, kandiller, Muharrem ayı, doğum günü, evlilik vb.) diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır.					
Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum.					
Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.					
Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım					
Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.					



#### 4.5 VERİ TOPLAMA ARAÇLARININ GEÇERLİLİK VE GÜVENİLİRLİĞİ

Güvenirlik, aynı şeyin bağımsız ölçümleri arasındaki kararlılıktır; ölçülmek istenen belli bir şeyin, sürekli olarak aynı sembolleri almasıdır; aynı süreçlerin izlenmesi ve aynı ölçütlerin kullanılması ile aynı sonuçların alınmasıdır; ölçmenin, tesadüfi yanılgılardan arınık olmasıdır. Özellikle pilot çalışmalarda önemli olan güvenilirlik analizi, katılımcıların algılarını ölçmek istenen konuya göre ölçülmek istenilen algının tüm katılımcılar tarafından aynı düzeyde algılanıp algılanmadığını belirlemede önemli bir rol oynar. Pilot çalışmalarda güvenilirlik analizi sonucu çıkan sonuçlarda ölçek içerisinde bazı soruların gerçek örnekleme uygulanmadan önce çıkarılması veya ters çevrilmesi önerilebilir (Topoğlu ve Erden, 2012: 5).

Tablo 4.2 Tatlı Tüketim Alışkanlığı Ölçeğine İlişkin Güvenirlik Analizi

Alt Boyutlar	Cronbach's Alpha	N
Tatlı Tüketim Alışkanlığını Belirleyici Psikolojik Özellikler	0,669	7
Tatlı Tüketim Alışkanlığını Belirleyici Çevresel ve İçeriksel Özellikler	0,654	7

Tablo 4.2'deki 7 maddeden oluşan tatlı tüketim alışkanlığını belirleyici psikolojik özellikler alt boyutuna ilişkin güvenilirlik katsayısı incelendiğinde, ölçeğe ait Cronbach's Alpha değerlerinin 0,669 olarak hesaplandığı görülmektedir. Bu değerler ölçeğin güvenilirliğinin  $0,60 < \text{cronbach's alpha} < 0,80$  arasında olduğundan ölçeğin "güvenilir" düzeyde olduğunu gösterir.

Tablo 4.2'deki 7 maddeden oluşan tatlı tüketim alışkanlığını belirleyici çevresel ve içeriksel özellikler alt boyutuna ilişkin güvenilirlik katsayısı incelendiğinde, ölçeğe ait Cronbach's Alpha değerlerinin 0,654 olarak hesaplandığı görülmektedir. Bu değerler ölçeğin güvenilirliğinin  $0,60 < \text{cronbach's alpha} < 0,80$  arasında olduğundan ölçeğin "güvenilir" düzeyde olduğunu gösterir.

#### 4.6 VERİLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırmada elde edilen veriler IBM SPSS 21 paket programı aracılığıyla istatistiki test ve analizler uygulanarak çözümlenmiştir. Ve çözümlenen veriler söz konusu istatistiksel test ve analizlerin bilimsel gereklilikleri doğrultusunda değerlendirilerek raporlanmıştır.

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen yüz yüze görüşmeler sonrası ilk 50 ve sonrasında 200 kişinin katılımı ile anket formunun güvenilirliği tekrar ölçümlenmiştir. Araştırma anket formunda yer alan ölçeklerin faktör yapısının uyumunu belirlemek

için Temel Bileşenler Analizi (Principal Components Analysis) ve faktör gruplarını oluşturmak için Varimax Döndürmesi (Varimax Rotation) kullanılmıştır. Y kuşağının tatlı tüketiminin belirleyicileri faktör analizi ve betimleyici istatistikler aracılığıyla ölçümlenmiştir. Yapılan değerlendirmede ölçeğin gerekli kriterlere uymaması sebebiyle ölçek soruları toplam puan alınması yerine madde madde değerlendirilmiştir.

Y kuşağının kişisel özelliklerinin tatlı tüketim alışkanlıklarına etkisi Bağımsız Örnekler T-Testi, Tek Yönlü Varyans Analizi ile ölçümlenmiştir. Y kuşağının demografik özelliklerinin tatlı tüketim alışkanlıklarına dağılımı, nerede, nasıl, ne zaman tatlı tükettiği, Y kuşağına mensup kişilerin tatlı tüketimine bakış açısı gibi sonuçlar anket sonucunda verilerin frekans ve yüzde dağılımlarının değerlendirilmesi ile elde edilmiştir. Bu ve buna benzer Y kuşağının tatlı tüketim alışkanlıkları üzerine oluşan veri sonuçları ayrıntılı bir şekilde yorumlanmıştır.

**Güvenirlilik Analizi:** Güvenirlilik analizi, ölçmede kullanılan araçların güvenilirliğini değerlendirmek amacıyla geliştirilmiş bir yöntemdir. **Faktör Analizi:** birbirleriyle ilişkili çok sayıdaki değişkeni az sayıda, daha anlamlı, kolay anlaşılabilir ve birbirinden bağımsız faktörler haline getiren ve yaygın olarak kullanılan çok değişkenli istatistik tekniklerinden biridir. **Bağımsız Örnekler T-Testi:** İki aritmetik ortalama arasındaki farkın manidarlığını test etmede kullanılan parametrik bir analizdir. **Tek Yönlü Varyans analizi:** İki ya da daha fazla ortalama arasında fark olup olmadığı ile ilgili önermeyi test etmek amacıyla kullanılan parametrik bir testtir (Kalaycı, 2010).

## BEŞİNCİ BÖLÜM

### BULGULAR VE TARTIŞMA

#### 5.1 DEMOGRAFİK BULGULAR

Tablo 5.1. Katılımcıların Demografik Bilgilerinin İncelenmesi

Özellikler	Değişkenler	n	%
Cinsiyet	Kadın	251	64
	Erkek	139	36
Yaş	18-21 Yaş	170	44
	22-25 Yaş	220	56
Medeni Durum	Bekâr	390	100
Meslek	Öğrenci	303	78
	Çalışan	87	22
Eğitim Durumu	Lise Mezunu	206	53
	Lisans Mezunu	184	47
Ailenin Yanında Yaşama Durumu	Evet	158	41
	Hayır	232	59
Günlük Çalışma Saati	7 Saat ve altı	276	71
	8 Saat	71	18
	9 Saat ve üzeri	43	11
Aylık Gelir	Geliri Yok	210	54
	300 TL – 1000 TL	74	19
	1001 TL – 2000 TL	53	14
	2001 TL – 3000 TL	28	7
	3001 TL ve Üzeri	25	6
<b>Toplam</b>		390	100

Araştırmaya katılan Y kuşağındaki kişilerin %64'ü (n=251) kadın ve %36'sı (n=139) erkektir. Kişilerin %44'ü (n=170) 18-21 yaş ve %56'sı (n=220) 22-25 yaş arasındadır. Kişilerin tamamı bekârdır. Kişilerin %78'i (n=303) öğrenci ve %22'si (n=87) çalışandır. Alınan bilgilere göre %53'ü (n=206) lise mezunu olan kişilerin %47'si (n=184) lisans mezunudur. Kişilerin %41'i (n=158) ailesinin yanında yaşadığını ve

%59'u (n=232) yaşamadığını ifade etmiştir. Bireylerin %71'i (n=276) günde 7 saat ve altı, %18'i (n=71) 8 saat, %11'i (n=43) 9 saat ve üzeri süre ile çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların %54'ü (n=210) geliri olmadığını, %19'u (n=74) 300 TL – 1000 TL, %14'ü (n=53) 1001 TL – 2000 TL, %7'si (n=28) 2001 TL – 3000 TL ve %6'sı (n=25) 3001 TL ve üzerinde aylık gelire sahip olduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 5.2. Katılımcıların Tatlı Tüketim Alışkanlıklarına Yönelik Bilgilerin İncelenmesi

Tüketim Alışkanlıkları	Değişkenler	n	%
Tatlı Tüketim Sıklığı	Günde 1	158	41
	3 günde 1	149	38
	Haftada 1	83	21
Tatlı Tüketim Zamanı	Kahvaltıda-Öğle Yemeğinde	37	9
	Akşam Yemeğinde	78	20
	Ara Öğünlerde	91	24
	Atıştırma Olarak	184	47
Tüketilen Tatlı Grubu	Türk Tatlıları	227	58
	Yabancı Tatlılar	163	42
Tüketilen Tatlı Çeşidi	Sütlü Tatlılar	196	50
	Hamur İşli Tatlılar	80	21
	Kurabiyeler, Kekler	64	16
Günlük Ortalama Tatlı Tüketim Tutarı	Pastalar	50	13
	5 TL ve altı	241	62
	6 TL – 15 TL arası	149	38
En Çok Tatlı Tüketilen Mekân	Ev	157	40
	Kafe ve Restoranlar	129	33
	Okul	38	10
	Tatlıcı ve Pastaneler	66	17
Dışarıda Tatlı Tüketme Sebebi	Kolaylık sağladığı için	156	40
	Sosyalleşmek, Kutlama Yapmak için	112	29
	Yeni tatlı deneyimleri kazanmak için	122	31
Evde Tüketmek İçin Tatlı Alınan Mekân	Pastaneler	80	21
	Süpermarketler	151	39
	Tatlıcılar	104	27
	Fırınlarda	21	5
	Evde Yapılır	34	8
Tatlı Tüketimini Kısıtlayan Sebepler	Tatlı tüketimini kısıtlayan sebep yok.	185	47
	Yüksek Kalori	163	42
	Diş Sağlığı	26	7
	Şeker Hastalığı	16	4
<b>Toplam</b>		390	100

Araştırmaya katılan Y kuşağındaki bireylerin tatlı tüketim alışkanlıkları incelendiğinde kişilerin %41'i (n=158) günde 1, %38'i (n=149) 3 günde 1, %21'i

(n=83) haftada 1 kere tatlı tükettiğini ifade etmiştir. Kişilerin %9'u (n=37) kahvaltıda-öğle yemeğinde, %20'si (n=78) akşam yemeğinde, %23'ü (n=91) ara öğünlerde ve %47'si (n=184) atıştırma olarak tatlı tükettiğini ifade etmişlerdir. Kişilerin %58'i (n=227) Türk tatlıları ve %42'si (n=163) yabancı tatlılar tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Kişilerin %50'si (n=196) sütlü tatlılar, %21'i (n=80) hamur işi tatlılar, %16'sı (n=64) kurabiyeler, kekler ve %13'ü (n=50) pastaları tüketmeyi tercih etmektedirler. Bir günde tatlı tüketimi için kişilerin %62'si (n=241) 5 TL ve altı, %38'i (n=149) 6 TL – 15 TL arası ücret harcadıklarını ifade etmişlerdir. Bireylerin %40'ı (n=157) en çok ev, %33'ü (n=129) kafe ve restoranlar, %10'u (n=38) okul, %17'si (n=66) tatlıcı ve pastanelerde tatlı tükettiklerini belirtmişlerdir. Kişilerin %40'ı (n=156) kolaylık sağladığı için, %29'u (n=112) sosyalleşmek, kutlama yapmak için, %31'i (n=122) yeni tatlı deneyimleri kazanmak için dışarıda tatlı tüketmeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların %21'i (n=80) pastaneler, %39'u (n=151) süpermarketler, %27'si (n=104) tatlıcılar, %5'i (n=21) fırınlardan aldıklarını ve tatlıları evde tüketirken %9'u (n=34) evde yapılan tatlıları tükettiklerini ifade etmişlerdir. Kişilerin %47'si (n=185) tatlı tüketimini kısıtlayan sebep olmadığını, %42'si (n=163) yüksek kalori, %7'si (n=26) diş sağlığı ve %4'ü (n=16) şeker hastalığı sebebi ile tatlı tüketimlerinin kısıtlandığını ifade etmiştir.

Tablo 5.3. Katılımcılar Tarafından En Sevilen ve En Çok Tüketilen İlk Üç Tatlı Sıralaması

Tatlı Çeşitleri	En Sevilen ve En Çok Tüketilen 1. Tatlı		En Sevilen ve En Çok Tüketilen 2. Tatlı		En Sevilen ve En Çok Tüketilen 3. Tatlı	
	n	%	n	%	n	%
<b>Çikolata</b>	78	20	19	5	29	10
<b>Baklava ve Türevleri</b>	56	14	35	9	34	12
<b>Sütlaç</b>	35	9	30	8	18	6
<b>Kek Çeşitleri</b>	26	7	27	7	12	4
<b>Pasta</b>	19	5	36	9	30	10
<b>Kazandibi</b>	18	5	17	4	6	2
<b>Profiterol</b>	18	5	16	4	14	5
<b>Kurabiye</b>	18	5	17	4	16	6
<b>Sufle</b>	14	4	21	5	14	5
<b>Waffle</b>	12	3	6	2	6	2
<b>Muhallebi, Tavuk Göğsü</b>	11	3	21	5	7	2
<b>Puding, Supangle</b>	11	3	14	4	12	4
<b>Künefe</b>	10	3	9	2	12	4
<b>Trileçe</b>	10	3	14	4	17	6
<b>Cheesecake</b>	9	2	29	8	9	3

Tablo 5.3. (devam)

<b>Magnolia</b>	9	2	9	2	0	0
<b>Ekler</b>	8	2	8	2	10	3
<b>Kabak Tatlısı</b>	8	2	5	1	0	0
<b>Dondurma</b>	6	2	9	2	1	0
<b>Şekerpare</b>	6	2	10	3	3	1
<b>Tiramisu</b>	4	1	11	3	3	1
<b>Kadayıf</b>	4	1	8	2	2	1
<b>Ekmek kadayıfı</b>	0	0	2	1	9	3
<b>Tulumba</b>	0	0	1	0	8	3
<b>Revani</b>	0	0	1	0	3	1
<b>Keşkül</b>	0	0	3	1	3	1
<b>Kemalpaşa</b>	0	0	1	0	3	1
<b>İrmik helvası</b>	0	0	4	1	9	3
<b>Toplam</b>	390	100	383	100	290	100

Tablodaki bilgiler değerlendirildiğinde Y kuşağına üye katılımcıların %20'si en sevdiği ve en çok tükettiği 1. tatlı çeşidinin 'çikolata' olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca katılımcıların %9'u en sevdiği ve en çok tükettiği 2. tatlı çeşidinin 'pasta' ve 'baklava ve türevleri' olduğunu belirtirken, %12'si de en sevdiği ve en çok tükettiği 3. tatlı çeşidinin yine 'baklava ve türevleri' olduğunu ifade etmişlerdir.

## 5.2 TATLI TÜKETİMİNDE BELİRLEYİCİ FAKTÖRLERİN DEMOGRAFİK BİLGİLER VE TATLI TÜKETİM ALIŞKANLIKLARINA GÖRE İNCELENMESİ

Tablo 5.4. Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Cinsiyet Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörler	Cinsiyet	n	$\bar{x}$	ss	t	p
Lezzet	Kadın	251	1.5	1.1	1.081	.280
	Erkek	139	1.4	1.0		
İçindeki malzemeler	Kadın	251	2.2	1.3	1.412	.159
	Erkek	139	2.4	1.4		
Sunum	Kadın	251	2.8	1.2	0.387	.699
	Erkek	139	2.5	1.2		
Fiyat	Kadın	251	2.5	1.3	1.137	.256
	Erkek	139	2.2	1.3		
Mekânın ambiyansı	Kadın	251	2.5	1.1	-0.774	.439
	Erkek	139	2.3	1.1		
Tatlının popülerliği	Kadın	251	2.2	1.1	1.676	.095
	Erkek	139	2.0	1.0		
Arkadaş tavsiyesi	Kadın	251	3.0	1.2	0.366	.714
	Erkek	139	2.6	1.3		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; lezzetin ( $t=1.081$ ;  $p=.280$ ), içindeki malzemelerin ( $t=1.412$ ;  $p=.159$ ), sunumun ( $t=.387$ ;  $p=.699$ ), fiyatın ( $t=1.137$ ;  $p=.256$ ), mekânın ambiyansının ( $t=-.774$ ;  $p=.439$ ), tatlının popülerliğinin ( $t=1.676$ ;  $p=.095$ ) ve arkadaş tavsiyesinin ( $t=.366$ ;  $p=.714$ ) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Tablo 5.5. Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Yaş Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörler	Yaş	n	$\bar{x}$	ss	t	p
Lezzet	18-21 Yaş	170	1.4	.9	0.867	.387
	22-25 Yaş	220	1.6	1.1		
İçindeki malzemeler	18-21 Yaş	170	2.5	1.3	0.581	.562
	22-25 Yaş	220	2.1	1.3		
Sunum	18-21 Yaş	170	2.7	1.2	-0.206	.837
	22-25 Yaş	220	2.7	1.2		
Fiyat	18-21 Yaş	170	2.5	1.3	0.561	.575
	22-25 Yaş	220	2.4	1.3		
Mekânın ambiyansı	18-21 Yaş	170	2.4	1.2	0.498	.619
	22-25 Yaş	220	2.5	1.1		
Tatlının popülerliği	18-21 Yaş	170	1.9	1.0	-0.979	.328
	22-25 Yaş	220	2.2	1.1		
Arkadaş tavsiyesi	18-21 Yaş	170	2.9	1.2	1.221	.223
	22-25 Yaş	220	2.8	1.3		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; lezzetin ( $t=.867$ ;  $p=.387$ ), içindeki malzemelerin ( $t=.581$ ;  $p=.562$ ), sunumun ( $t=-.206$ ;  $p=.837$ ), fiyatın ( $t=.561$ ;  $p=.575$ ), mekânın ambiyansının ( $t=.498$ ;  $p=.619$ ), tatlının popülerliğinin ( $t=-.979$ ;  $p=.328$ ) ve arkadaş tavsiyesinin ( $t=1.221$ ;  $p=.223$ ) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Tablo 5.6. Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Meslek Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörler	Meslek	n	$\bar{x}$	ss	t	p
Lezzet	Öğrenci	303	1.4	1.0	1.224	.222
	Çalışan	87	1.7	1.3		
İçindeki malzemeler	Öğrenci	303	2.3	1.3	1.149	.251
	Çalışan	87	2.1	1.4		
Sunum	Öğrenci	303	2.7	1.2	-0.464	.643
	Çalışan	87	2.8	1.3		
Fiyat	Öğrenci	303	2.4	1.3	1.748	.081
	Çalışan	87	2.5	1.3		

Tablo 5.6. (devam)

Mekânın ambiyansı	Öğrenci	303	2.5	1.1	1.282	.201
	Çalışan	87	2.4	1.2		
Tatlının popülerliği	Öğrenci	303	2.1	1.0	1.032	.303
	Çalışan	87	2.0	1.1		
Arkadaş tavsiyesi	Öğrenci	303	2.8	1.3	0.275	.783
	Çalışan	87	3.0	1.2		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; lezzetin ( $t=1.224$ ;  $p=.222$ ), içindeki malzemelerin ( $t=1.149$ ;  $p=.251$ ), sunumun ( $t=-.464$ ;  $p=.643$ ), fiyatın ( $t=1.748$ ;  $p=.081$ ), mekânın ambiyansının ( $t=1.282$ ;  $p=.201$ ), tatlının popülerliğinin ( $t=1.032$ ;  $p=.303$ ) ve arkadaş tavsiyesinin ( $t=.275$ ;  $p=.783$ ) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin mesleğe göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Tablo 5.7. Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Eğitim Durumu Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörler	Eğitim Durumu	n	$\bar{x}$	ss	t	p
Lezzet	Lise Mezunu	206	1.3	.9	-0.173	.862
	Lisans Mezunu	184	1.6	1.2		
İçindeki malzemeler	Lise Mezunu	206	2.4	1.3	0.742	.459
	Lisans Mezunu	184	2.1	1.4		
Sunum	Lise Mezunu	206	2.7	1.2	0.319	.750
	Lisans Mezunu	184	2.7	1.3		
Fiyat	Lise Mezunu	206	2.5	1.3	0.864	.388
	Lisans Mezunu	184	2.3	1.3		
Mekânın ambiyansı	Lise Mezunu	206	2.5	1.1	0.440	.660
	Lisans Mezunu	184	2.5	1.2		
Tatlının popülerliği	Lise Mezunu	206	2.1	1.0	-1.444	.149
	Lisans Mezunu	184	2.1	1.1		
Arkadaş tavsiyesi	Lise Mezunu	206	2.8	1.3	-0.326	.744
	Lisans Mezunu	184	2.9	1.2		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; lezzetin ( $t=-.173$ ;  $p=.862$ ), içindeki malzemelerin ( $t=.742$ ;  $p=.459$ ), sunumun ( $t=.319$ ;  $p=.750$ ), fiyatın ( $t=.864$ ;  $p=.388$ ), mekânın ambiyansının ( $t=.440$ ;  $p=.660$ ), tatlının popülerliğinin ( $t=-1.444$ ;  $p=.149$ ) ve arkadaş tavsiyesinin ( $t=-.326$ ;  $p=.744$ ) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).



Tablo 5.8. Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Ailenin Yanında Yaşama Durumu Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörler	Ailenin Yanında Yaşama Durumu	n	$\bar{x}$	ss	t	p
Lezzet	Evet	158	1.4	1.0	-0.457	.648
	Hayır	232	1.5	1.1		
İçindeki malzemeler	Evet	158	2.3	1.3	1.054	.292
	Hayır	232	2.3	1.4		
Sunum	Evet	158	2.7	1.2	1.867	.063
	Hayır	232	2.7	1.2		
Fiyat	Evet	158	2.4	1.3	0.796	.426
	Hayır	232	2.4	1.3		
Mekânın ambiyansı	Evet	158	2.6	1.1	-0.391	.696
	Hayır	232	2.4	1.1		
Tatlının popülerliği	Evet	158	2.2	1.0	0.039	.969
	Hayır	232	2.1	1.0		
Arkadaş tavsiyesi	Evet	158	3.0	1.2	2.471	.014
	Hayır	232	2.8	1.3		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; lezzetin ( $t=-.457$ ;  $p=.648$ ), içindeki malzemelerin ( $t=1.054$ ;  $p=.292$ ), sunumun ( $t=1.867$ ;  $p=.063$ ), fiyatın ( $t=.796$ ;  $p=.426$ ), mekânın ambiyansının ( $t=-.391$ ;  $p=.696$ ) ve tatlının popülerliğinin ( $t=.039$ ;  $p=.969$ ) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin ailenin yanında yaşama durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Bilgilere göre arkadaş tavsiyesinin ( $t=2.471$ ;  $p=.014$ ) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin ailenin yanında yaşama durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir ( $p<0.05$ ).

Tablo 5.9. Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Günlük Çalışma Saati Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörler	Günlük Çalışma Saati	n	$\bar{x}$	ss	F	p
Lezzet	7 Saat ve altı	276	1.4	1.0	.260	.771
	8 Saat	71	1.8	1.3		
	9 Saat ve üzeri	43	1.5	1.1		
İçindeki malzemeler	7 Saat ve altı	276	2.3	1.3	1.274	.281
	8 Saat	71	2.0	1.3		
	9 Saat ve üzeri	43	2.4	1.4		
Sunum	7 Saat ve altı	276	2.7	1.2	.209	.811
	8 Saat	71	2.8	1.2		
	9 Saat ve üzeri	43	2.7	1.3		
Fiyat	7 Saat ve altı	276	2.3	1.3	4.650	.010
	8 Saat	71	2.4	1.3		
	9 Saat ve üzeri	43	3.0	1.3		

Tablo 5.9. (devam)

Mekânın ambiyansı	7 Saat ve altı	276	2.4	1.2	.622	.538
	8 Saat	71	2.5	1.2		
	9 Saat ve üzeri	43	2.7	1.0		
Tatlımın popülerliği	7 Saat ve altı	276	2.1	1.0	2.146	.118
	8 Saat	71	2.1	1.1		
	9 Saat ve üzeri	43	2.1	.9		
Arkadaş tavsiyesi	7 Saat ve altı	276	2.9	1.3	2.878	.057
	8 Saat	71	2.9	1.3		
	9 Saat ve üzeri	43	2.9	1.1		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; lezzetin ( $F=.260$ ;  $p=.771$ ), içindeki malzemelerin ( $F=1.274$ ;  $p=.281$ ), sunumun ( $F=.209$ ;  $p=.811$ ), mekânın ambiyansının ( $F=.622$ ;  $p=.538$ ), tatlımın popülerliğinin ( $F=2.146$ ;  $p=.118$ ) ve arkadaş tavsiyesinin ( $F=2.878$ ;  $p=.057$ ) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin günlük çalışma saatine göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Bilgilere göre fiyatın ( $F=4.650$ ;  $p=.010$ ) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin günlük çalışma saatine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir ( $p<0.05$ ).

Tablo 5.10. Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Aylık Gelir Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörler	Aylık Gelir	n	$\bar{x}$	ss	F	p
Lezzet	Geliri Yok	210	1.4	1.0	3.397	.010
	300 TL – 1000 TL	74	1.3	.7		
	1001 TL – 2000 TL	53	1.6	1.2		
	2001 TL – 3000 TL	28	1.5	1.1		
	3001 TL ve Üzeri	25	2.0	1.4		
İçindeki malzemeler	Geliri Yok	210	2.4	1.4	0.468	.759
	300 TL – 1000 TL	74	2.1	1.2		
	1001 TL – 2000 TL	53	2.4	1.5		
	2001 TL – 3000 TL	28	1.6	1.2		
	3001 TL ve Üzeri	25	2.4	1.4		
Sunum	Geliri Yok	210	2.7	1.2	1.259	.286
	300 TL – 1000 TL	74	2.6	1.2		
	1001 TL – 2000 TL	53	2.6	1.2		
	2001 TL – 3000 TL	28	2.8	1.2		
	3001 TL ve Üzeri	25	2.9	1.3		
Fiyat	Geliri Yok	210	2.4	1.3	1.284	.276
	300 TL – 1000 TL	74	2.3	1.3		
	1001 TL – 2000 TL	53	2.5	1.3		
	2001 TL – 3000 TL	28	2.0	1.2		
	3001 TL ve Üzeri	25	2.6	1.2		

Tablo 5.10. (devam)

	Geliri Yok	210	2.5	1.2		
	300 TL – 1000 TL	74	2.1	1.1		
Mekânın ambiyansı	1001 TL – 2000 TL	53	2.8	1.1	1.729	.143
	2001 TL – 3000 TL	28	2.5	1.1		
	3001 TL ve Üzeri	25	2.5	1.2		
	Geliri Yok	210	2.1	1.0		
	300 TL – 1000 TL	74	2.1	1.1		
Tatlının popülerliği	1001 TL – 2000 TL	53	2.2	1.1	2.416	.048
	2001 TL – 3000 TL	28	2.0	1.1		
	3001 TL ve Üzeri	25	2.0	1.0		
	Geliri Yok	210	2.9	1.3		
	300 TL – 1000 TL	74	2.8	1.3		
Arkadaş tavsiyesi	1001 TL – 2000 TL	53	2.9	1.3	1.922	.106
	2001 TL – 3000 TL	28	2.7	1.3		
	3001 TL ve Üzeri	25	3.2	.9		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; içindeki malzemelerin ( $F=4.468$ ;  $p=.759$ ), sunumun ( $F=1.259$ ;  $p=.286$ ), fiyatın ( $F=1.284$ ;  $p=.276$ ), mekânın ambiyansının ( $F=1.729$ ;  $p=.143$ ), tatlının popülerliğinin ( $F=2.416$ ;  $p=.048$ ) ve arkadaş tavsiyesinin ( $F=1.922$ ;  $p=.106$ ) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin aylık gelire göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Bilgilere göre lezzetin ( $F=3.397$ ;  $p=.010$ ) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin aylık gelire göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir ( $p<0.05$ ).

Tablo 5.11. Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Tatlı Tüketim Sıklığı Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörler	Tatlı Tüketim Sıklığı	n	$\bar{x}$	ss	F	p
Lezzet	Günde 1	158	1.5	1.1		
	3 günde 1	149	1.5	1.1	3.972	.020
	Haftada 1	83	1.3	.7		
İçindeki malzemeler	Günde 1	158	2.4	1.4		
	3 günde 1	149	2.4	1.4	0.796	.452
	Haftada 1	83	2.0	1.2		
Sunum	Günde 1	158	2.6	1.2		
	3 günde 1	149	2.8	1.2	3.417	.034
	Haftada 1	83	2.5	1.2		
Fiyat	Günde 1	158	2.5	1.3		
	3 günde 1	149	2.4	1.3	2.797	.062
	Haftada 1	83	2.2	1.2		
Mekânın ambiyansı	Günde 1	158	2.5	1.1		
	3 günde 1	149	2.5	1.1	0.356	.701
	Haftada 1	83	2.4	1.2		

Tablo 5.11. (devam)

	Günde 1	158	2.1	1.1		
Tatlının popülerliği	3 günde 1	149	2.1	1.0	1.207	.300
	Haftada 1	83	2.0	1.0		
	Günde 1	158	2.9	1.3		
Arkadaş tavsiyesi	3 günde 1	149	3.1	1.1	1.221	.296
	Haftada 1	83	2.4	1.3		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; içindeki malzemelerin ( $F=.796$ ;  $p=.452$ ), fiyatın ( $F=2.797$ ;  $p=.062$ ), mekânın ambiyansının ( $F=.356$ ;  $p=.701$ ), tatlının popülerliğinin ( $F=1.207$ ;  $p=.300$ ) ve arkadaş tavsiyesinin ( $F=1.221$ ;  $p=.296$ ) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin tatlı tüketim sıklığına göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Bilgilere göre lezzetin ( $F=3.972$ ;  $p=.020$ ), sunumun ( $F=3.417$ ;  $p=.034$ ) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin tatlı tüketim sıklığına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir ( $p<0.05$ ).

Tablo 5.12. Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Tatlı Tüketim Zamanı Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörler	Tatlı Tüketim Zamanı	n	$\bar{x}$	ss	F	p
Lezzet	Kahvaltıda-Öğle Yemeğinde	37	1.4	1.0	1.679	.171
	Akşam Yemeğinde	78	1.6	1.2		
	Ara Öğünlerde	91	1.5	1.1		
	Atıştırmalık Olarak	184	1.4	1.0		
İçindeki malzemeler	Kahvaltıda-Öğle Yemeğinde	37	2.3	1.4	2.249	.082
	Akşam Yemeğinde	78	2.6	1.4		
	Ara Öğünlerde	91	2.4	1.4		
	Atıştırmalık Olarak	184	2.1	1.3		
Sunum	Kahvaltıda-Öğle Yemeğinde	37	2.5	1.3	3.634	.013
	Akşam Yemeğinde	78	2.7	1.2		
	Ara Öğünlerde	91	2.9	1.2		
	Atıştırmalık Olarak	184	2.6	1.2		
Fiyat	Kahvaltıda-Öğle Yemeğinde	37	2.2	1.3	0.250	.861
	Akşam Yemeğinde	78	2.5	1.3		
	Ara Öğünlerde	91	2.5	1.3		
	Atıştırmalık Olarak	184	2.3	1.3		
Mekânın ambiyansı	Kahvaltıda-Öğle Yemeğinde	37	1.9	1.1	3.509	.015
	Akşam Yemeğinde	78	2.3	1.2		
	Ara Öğünlerde	91	2.7	1.2		
	Atıştırmalık Olarak	184	2.5	1.1		
Tatlının popülerliği	Kahvaltıda-Öğle Yemeğinde	37	1.7	.8	1.127	.338
	Akşam Yemeğinde	78	2.1	1.0		
	Ara Öğünlerde	91	2.2	1.0		
	Atıştırmalık Olarak	184	2.2	1.1		
Arkadaş tavsiyesi	Kahvaltıda-Öğle Yemeğinde	37	2.8	1.4	0.776	.508
	Akşam Yemeğinde	78	2.7	1.3		
	Ara Öğünlerde	91	3.0	1.2		
	Atıştırmalık Olarak	184	2.9	1.2		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; lezzetin ( $F=1.679$ ;  $p=.171$ ), içindeki malzemelerin ( $F=2.249$ ;  $p=.082$ ), fiyatın ( $F=.250$ ;  $p=.861$ ), tatlının popülerliğinin ( $F=1.127$ ;  $p=.338$ ) ve arkadaş tavsiyesinin ( $F=.776$ ;  $p=.508$ ) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin tatlı tüketim zamanına göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Bilgilere göre sunumun ( $F=3.634$ ;  $p=.013$ ), mekânın ambiyansının ( $F=3.509$ ;  $p=.015$ ) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin tatlı tüketim zamanına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir ( $p<0.05$ ).

Tablo 5.13. Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Tüketilen Tatlı Grubu Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörler	Tüketilen Tatlı Grubu	n	$\bar{x}$	ss	t	p
Lezzet	Türk Tatlıları	227	1.6	1.1	-2.124	.034
	Yabancı Tatlılar	163	1.3	.9		
İçindeki malzemeler	Türk Tatlıları	227	2.3	1.4	-2.638	.009
	Yabancı Tatlılar	163	2.2	1.3		
Sunum	Türk Tatlıları	227	2.7	1.2	-1.761	.079
	Yabancı Tatlılar	163	2.7	1.2		
Fiyat	Türk Tatlıları	227	2.3	1.3	0.025	.980
	Yabancı Tatlılar	163	2.6	1.3		
Mekânın ambiyansı	Türk Tatlıları	227	2.4	1.2	-0.196	.845
	Yabancı Tatlılar	163	2.6	1.1		
Tatlının popülerliği	Türk Tatlıları	227	2.1	1.0	-0.929	.353
	Yabancı Tatlılar	163	2.1	1.0		
Arkadaş tavsiyesi	Türk Tatlıları	227	2.8	1.3	1.019	.309
	Yabancı Tatlılar	163	3.0	1.2		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; sunumun ( $t=-1.761$ ;  $p=.079$ ), fiyatın ( $t=.025$ ;  $p=.980$ ), mekânın ambiyansının ( $t=-.196$ ;  $p=.845$ ), tatlının popülerliğinin ( $t=-.929$ ;  $p=.353$ ) ve arkadaş tavsiyesinin ( $t=1.019$ ;  $p=.309$ ) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin tüketilen tatlı grubuna göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Bilgilere göre lezzetin ( $t=-2.124$ ;  $p=.034$ ), içindeki malzemelerin ( $t=-2.638$ ;  $p=.009$ ) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin tüketilen tatlı grubuna göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir ( $p<0.05$ ).

Tablo 5.14. Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Tüketilen Tatlı Çeşidi Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörler	Tüketilen Tatlı Çeşidi	n	$\bar{x}$	ss	F	p
Lezzet	Sütlü Tatlılar	196	1.5	1.0	2.918	.034
	Hamur İşi Tatlılar	80	1.4	1.0		
	Kurabiyeler, Kekler	64	1.5	1.1		
	Pastalar	50	1.4	1.1		
İçindeki malzemeler	Sütlü Tatlılar	196	2.2	1.3	0.833	.476
	Hamur İşi Tatlılar	80	2.5	1.4		
	Kurabiyeler, Kekler	64	2.3	1.3		
	Pastalar	50	2.4	1.4		
Sunum	Sütlü Tatlılar	196	2.6	1.2	3.524	.015
	Hamur İşi Tatlılar	80	2.8	1.3		
	Kurabiyeler, Kekler	64	2.8	1.2		
	Pastalar	50	2.7	1.2		
Fiyat	Sütlü Tatlılar	196	2.4	1.3	0.656	.580
	Hamur İşi Tatlılar	80	2.4	1.3		
	Kurabiyeler, Kekler	64	2.3	1.3		
	Pastalar	50	2.6	1.3		
Mekânın ambiyansı	Sütlü Tatlılar	196	2.4	1.1	3.376	.018
	Hamur İşi Tatlılar	80	2.6	1.2		
	Kurabiyeler, Kekler	64	2.8	1.2		
	Pastalar	50	2.1	1.1		
Tatlının popülerliği	Sütlü Tatlılar	196	2.1	1.1	0.989	.398
	Hamur İşi Tatlılar	80	2.1	1.0		
	Kurabiyeler, Kekler	64	2.3	1.0		
	Pastalar	50	2.0	1.0		
Arkadaş tavsiyesi	Sütlü Tatlılar	196	2.9	1.2	0.276	.842
	Hamur İşi Tatlılar	80	2.6	1.3		
	Kurabiyeler, Kekler	64	3.0	1.2		
	Pastalar	50	2.9	1.3		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; içindeki malzemelerin (F=.833; p=.476), sunumun (F=3.524; p=.015), fiyatın (F=.656; p=.580), tatlının popülerliğinin (F=.989; p=.398) ve arkadaş tavsiyesinin (F=.276; p=.842) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin tüketilen tatlı çeşidine göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir (p>0.05).

Bilgilere göre lezzetin (F=2.918; p=.034), mekânın ambiyansının (F=3.376; p=.018) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin tüketilen tatlı çeşidine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir (p<0.05).

Tablo 5.15. Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Günlük Ortalama Tatlı Tüketim Tutarı Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörler	Günlük Ortalama Tatlı Tüketim Tutarı	n	$\bar{x}$	ss	t	p
Lezzet	5 TL ve altı	241	1.4	1.0	-.344	.731
	6 TL – 15 TL arası	149	1.6	1.1		
İçindeki malzemeler	5 TL ve altı	241	2.2	1.3	-1.480	.140
	6 TL – 15 TL arası	149	2.4	1.4		
Sunum	5 TL ve altı	241	2.7	1.2	-2.458	.014
	6 TL – 15 TL arası	149	2.7	1.3		
Fiyat	5 TL ve altı	241	2.4	1.3	-1.809	.071
	6 TL – 15 TL arası	149	2.5	1.3		
Mekânın ambiyansı	5 TL ve altı	241	2.4	1.1	-1.003	.317
	6 TL – 15 TL arası	149	2.5	1.2		
Tatlının popülerliği	5 TL ve altı	241	2.0	1.0	-2.815	.005
	6 TL – 15 TL arası	149	2.3	1.1		
Arkadaş tavsiyesi	5 TL ve altı	241	2.8	1.2	-1.923	.055
	6 TL – 15 TL arası	149	3.0	1.3		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; lezzetin ( $t=-.344$ ;  $p=.731$ ), içindeki malzemelerin ( $t=-1.480$ ;  $p=.140$ ), fiyatın ( $t=-1.809$ ;  $p=.071$ ), mekânın ambiyansının ( $t=-1.003$ ;  $p=.317$ ) ve arkadaş tavsiyesinin ( $t=-1.923$ ;  $p=.055$ ) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin günlük ortalama tatlı tüketim tutarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Bilgilere göre sunumun ( $t=-2.458$ ;  $p=.014$ ), tatlının popülerliğinin ( $t=-2.815$ ;  $p=.005$ ) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin günlük ortalama tatlı tüketim tutarına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir ( $p<0.05$ ).

Tablo 5.16. Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin En Çok Tatlı Tüketilen Mekân Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörler	En Çok Tatlı Tüketilen Mekân	n	$\bar{x}$	ss	F	p
Lezzet	Ev	157	1.5	1.1	5.261	.001
	Kafe ve Restoranlar	129	1.5	1.0		
	Okul	38	1.3	.8		
	Tatlıcı ve Pastaneler	66	1.5	1.1		
İçindeki malzemeler	Ev	157	2.3	1.4	3.003	.030
	Kafe ve Restoranlar	129	2.2	1.3		
	Okul	38	2.3	1.3		
	Tatlıcı ve Pastaneler	66	2.3	1.3		
Sunum	Ev	157	2.5	1.2	2.547	.056
	Kafe ve Restoranlar	129	2.8	1.2		
	Okul	38	2.8	1.2		
	Tatlıcı ve Pastaneler	66	2.9	1.2		

Tablo 5.16. (devam)

Fiyat	Ev	157	2.5	1.3	0.684	.563
	Kafe ve Restoranlar	129	2.3	1.3		
	Okul	38	2.7	1.4		
	Tatlıcı ve Pastaneler	66	2.4	1.2		
Mekânın ambiyansı	Ev	157	2.4	1.1	1.170	.321
	Kafe ve Restoranlar	129	2.5	1.2		
	Okul	38	2.5	1.1		
	Tatlıcı ve Pastaneler	66	2.5	1.2		
Tatlının popülerliği	Ev	157	2.1	1.0	0.680	.564
	Kafe ve Restoranlar	129	2.2	1.1		
	Okul	38	2.0	1.0		
	Tatlıcı ve Pastaneler	66	2.1	1.0		
Arkadaş tavsiyesi	Ev	157	2.9	1.2	1.441	.230
	Kafe ve Restoranlar	129	2.9	1.3		
	Okul	38	3.0	1.2		
	Tatlıcı ve Pastaneler	66	2.7	1.3		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; sunumun ( $F=2.547$ ;  $p=.056$ ), fiyatın ( $F=.684$ ;  $p=.563$ ), mekânın ambiyansının ( $F=1.170$ ;  $p=.321$ ), tatlının popülerliğinin ( $F=.680$ ;  $p=.564$ ) ve arkadaş tavsiyesinin ( $F=1.441$ ;  $p=.230$ ) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin en çok tatlı tüketilen mekâna göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Bilgilere göre lezzetin ( $F=5.261$ ;  $p=.001$ ), içindeki malzemelerin ( $F=3.003$ ;  $p=.030$ ) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin en çok tatlı tüketilen mekâna göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir ( $p<0.05$ ).

Tablo 5.17. Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Dışarıda Tatlı Tüketme Sebebi Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörler	Dışarıda Tatlı Tüketme Sebebi	n	$\bar{x}$	ss	F	p
Lezzet	Kolaylık sağladığı için	156	1.4	1.0	1.682	.187
	Sosyalleşmek, Kutlama Yapmak için	112	1.5	1.1		
	Yeni tatlı deneyimleri kazanmak için	122	1.5	1.1		
İçindeki malzemeler	Kolaylık sağladığı için	156	2.2	1.3	1.911	.149
	Sosyalleşmek, Kutlama Yapmak için	112	2.4	1.3		
	Yeni tatlı deneyimleri kazanmak için	122	2.3	1.4		
Sunum	Kolaylık sağladığı için	156	2.6	1.2	2.482	.085
	Sosyalleşmek, Kutlama Yapmak için	112	2.7	1.2		
	Yeni tatlı deneyimleri kazanmak için	122	2.8	1.2		



Tablo 5.17. (devam)

Fiyat	Kolaylık sağladığı için	156	2.4	1.3	0.877	.417
	Sosyalleşmek, Kutlama Yapmak için	112	2.5	1.3		
	Yeni tatlı deneyimleri kazanmak için	122	2.3	1.3		
Mekânın ambiyansı	Kolaylık sağladığı için	156	2.5	1.1	0.883	.414
	Sosyalleşmek, Kutlama Yapmak için	112	2.4	1.2		
	Yeni tatlı deneyimleri kazanmak için	122	2.4	1.1		
Tatlının popülerliği	Kolaylık sağladığı için	156	1.9	1.0	1.527	.219
	Sosyalleşmek, Kutlama Yapmak için	112	2.2	1.1		
	Yeni tatlı deneyimleri kazanmak için	122	2.2	1.1		
Arkadaş tavsiyesi	Kolaylık sağladığı için	156	2.8	1.3	0.852	.427
	Sosyalleşmek, Kutlama Yapmak için	112	2.8	1.3		
	Yeni tatlı deneyimleri kazanmak için	122	3.0	1.3		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; lezzetin ( $F=1.682$ ;  $p=.187$ ), içindeki malzemelerin ( $F=1.911$ ;  $p=.149$ ), sunumun ( $F=2.482$ ;  $p=.085$ ), fiyatın ( $F=.877$ ;  $p=.417$ ), mekânın ambiyansının ( $F=.883$ ;  $p=.414$ ), tatlının popülerliğinin ( $F=1.527$ ;  $p=.219$ ) ve arkadaş tavsiyesinin ( $F=.852$ ;  $p=.427$ ) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin dışarıda tatlı tüketme sebebine göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Tablo 5.18. Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörlerin Evde Tüketmek İçin Tatlı Alınan Mekân Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketiminde Belirleyici Faktörler	Evde Tüketmek İçin Tatlı Alınan Mekân	n	$\bar{x}$	ss	F	p
Lezzet	Pastaneler	80	1.3	.9	1.878	.113
	Süpermarketler	151	1.5	1.0		
	Tatlıcılar	104	1.6	1.2		
	Fırınlr	21	1.4	1.1		
	Evde Yapılır	34	1.4	.9		
İçindeki malzemeler	Pastaneler	80	2.6	1.4	1.366	.245
	Süpermarketler	151	2.1	1.3		
	Tatlıcılar	104	2.3	1.3		
	Fırınlr	21	2.5	1.4		
	Evde Yapılır	34	2.3	1.4		
Sunum	Pastaneler	80	2.8	1.2	1.315	.264
	Süpermarketler	151	2.7	1.3		
	Tatlıcılar	104	2.7	1.1		
	Fırınlr	21	2.5	1.3		
	Evde Yapılır	34	2.5	1.3		

Tablo 5.18. (devam)

	Pastaneler	80	2.6	1.3		
	Süpermarketler	151	2.5	1.3		
Fiyat	Tatlıcılar	104	2.2	1.3	0.936	.443
	Fırınlr	21	2.6	1.4		
	Evde Yapılır	34	2.0	1.4		
	Pastaneler	80	2.5	1.1		
Mekânın ambiyansı	Süpermarketler	151	2.5	1.1		
	Tatlıcılar	104	2.6	1.1	2.254	.063
	Fırınlr	21	1.9	1.2		
	Evde Yapılır	34	1.9	1.1		
	Pastaneler	80	2.1	1.1		
Tatlının popülerliği	Süpermarketler	151	2.1	1.0		
	Tatlıcılar	104	2.1	1.1	3.980	.004
	Fırınlr	21	2.1	1.2		
	Evde Yapılır	34	1.9	1.2		
	Pastaneler	80	3.3	1.0		
Arkadaş tavsiyesi	Süpermarketler	151	2.8	1.3		
	Tatlıcılar	104	2.7	1.3	.486	.746
	Fırınlr	21	2.7	1.5		
	Evde Yapılır	34	2.7	1.3		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; lezzetin ( $F=1.878$ ;  $p=.113$ ), içindeki malzemelerin ( $F=1.366$ ;  $p=.245$ ), sunumun ( $F=1.315$ ;  $p=.264$ ), fiyatın ( $F=.936$ ;  $p=.443$ ), mekânın ambiyansının ( $F=2.254$ ;  $p=.063$ ) ve arkadaş tavsiyesinin ( $F=.486$ ;  $p=.746$ ) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin evde tüketmek için tatlı alınan mekâna göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Bilgilere göre tatlının popülerliğinin ( $F=3.980$ ;  $p=.004$ ) tatlı tüketiminde belirleyici faktör olma özelliğinin evde tüketmek için tatlı alınan mekâna göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir ( $p<0.05$ ).

### 5.3 TATLI TÜKETİMİ KONUSUNDAKİ GÖRÜŞLERİN DEMOGRAFİK BİLGİLER VE TATLI TÜKETİM ALIŞKANLIKLARINA GÖRE İNCELENMESİ

Tablo 5.19. Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Cinsiyet Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşler	Cinsiyet	n	$\bar{x}$	ss	t	p
Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır.	Kadın	251	2.4	1.2	1.081	.280
	Erkek	139	2.3	1.2		
Yöresel tatlıları denemeyi severim.	Kadın	251	2.6	1.3	1.412	.159
	Erkek	139	2.5	1.3		

Tablo 5.19. (devam)

Özel günler, (bayramlar, kandiller, Muharrem ayı, doğum günü, evlilik vb.) diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır.	Kadın	251	2.3	1.3	0.387	.699
	Erkek	139	2.2	1.4		
Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum.	Kadın	251	2.3	1.2	1.137	.256
	Erkek	139	2.1	1.1		
Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.	Kadın	251	2.3	1.3	-0.774	.439
	Erkek	139	2.4	1.3		
Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	Kadın	251	2.3	1.3	1.676	.095
	Erkek	139	2.1	1.1		
Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	Kadın	251	2.0	1.3	0.366	.714
	Erkek	139	2.0	1.2		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; "Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır." ( $t=1.081$ ;  $p=.280$ ), "Yöresel tatlıları denemeyi severim." ( $t=1.412$ ;  $p=.159$ ), "Özel günler, diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır." ( $t=.387$ ;  $p=.699$ ), "Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum." ( $t=1.137$ ;  $p=.256$ ), "Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım." ( $t=-.774$ ;  $p=.439$ ), "Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım." ( $t=1.676$ ;  $p=.095$ ) ve "Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir." ( $t=.366$ ;  $p=.714$ ) ifadesine katılma düzeyinin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Tablo 5.20. Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Yaş Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşler	Yaş	n	$\bar{x}$	ss	t	p
Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır.	18-21 Yaş	170	2.4	1.2	0.867	.387
	22-25 Yaş	220	2.3	1.2		
Yöresel tatlıları denemeyi severim.	18-21 Yaş	170	2.6	1.3	0.581	.562
	22-25 Yaş	220	2.5	1.3		
Özel günler, (bayramlar, kandiller, Muharrem ayı, doğum günü, evlilik vb.) diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır.	18-21 Yaş	170	2.2	1.3	-0.206	.837
	22-25 Yaş	220	2.3	1.4		
Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum.	18-21 Yaş	170	2.2	1.1	0.561	.575
	22-25 Yaş	220	2.2	1.1		
Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.	18-21 Yaş	170	2.3	1.4	0.498	.619
	22-25 Yaş	220	2.3	1.3		
Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	18-21 Yaş	170	2.2	1.2	-0.979	.328
	22-25 Yaş	220	2.3	1.2		
Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	18-21 Yaş	170	2.1	1.3	1.221	.223
	22-25 Yaş	220	1.9	1.3		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; "Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır." ( $t=.867$ ;  $p=.387$ ), "Yöresel tatlıları denemeyi severim." ( $t=.581$ ;  $p=.562$ ), "Özel günler, diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır." ( $t=-.206$ ;  $p=.837$ ), "Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum." ( $t=.561$ ;  $p=.575$ ), "Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım." ( $t=.498$ ;  $p=.619$ ), "Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım." ( $t=-.979$ ;  $p=.328$ ) ve "Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir." ( $t=1.221$ ;  $p=.223$ ) ifadesine katılma düzeyinin yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Tablo 5.21. Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Meslek Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşler	Meslek	n	$\bar{x}$	ss	t	p																																																															
Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır.	Öğrenci	303	2.4	1.2	1.224	.222																																																															
	Çalışan	87	2.2	1.3			Yöresel tatlıları denemeyi severim.	Öğrenci	303	2.6	1.3	1.149	.251	Çalışan	87	2.4	1.4	Özel günler, (bayramlar, kandiller, Muharrem ayı, doğum günü, evlilik vb.) diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır.	Öğrenci	303	2.2	1.3	-0.464	.643	Çalışan	87	2.3	1.4	Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum.	Öğrenci	303	2.3	1.1	1.748	.081	Çalışan	87	2.0	1.2	Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.	Öğrenci	303	2.3	1.3	1.282	.201	Çalışan	87	2.1	1.3	Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	Öğrenci	303	2.3	1.2	1.032	.303	Çalışan	87	2.1	1.2	Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	Öğrenci	303	2.0	1.3	0.275	.783	Çalışan
Yöresel tatlıları denemeyi severim.	Öğrenci	303	2.6	1.3	1.149	.251																																																															
	Çalışan	87	2.4	1.4			Özel günler, (bayramlar, kandiller, Muharrem ayı, doğum günü, evlilik vb.) diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır.	Öğrenci	303	2.2	1.3	-0.464	.643	Çalışan	87	2.3	1.4	Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum.	Öğrenci	303	2.3	1.1	1.748	.081	Çalışan	87	2.0	1.2	Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.	Öğrenci	303	2.3	1.3	1.282	.201	Çalışan	87	2.1	1.3	Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	Öğrenci	303	2.3	1.2	1.032	.303	Çalışan	87	2.1	1.2	Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	Öğrenci	303	2.0	1.3	0.275	.783	Çalışan	87	2.0	1.3								
Özel günler, (bayramlar, kandiller, Muharrem ayı, doğum günü, evlilik vb.) diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır.	Öğrenci	303	2.2	1.3	-0.464	.643																																																															
	Çalışan	87	2.3	1.4			Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum.	Öğrenci	303	2.3	1.1	1.748	.081	Çalışan	87	2.0	1.2	Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.	Öğrenci	303	2.3	1.3	1.282	.201	Çalışan	87	2.1	1.3	Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	Öğrenci	303	2.3	1.2	1.032	.303	Çalışan	87	2.1	1.2	Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	Öğrenci	303	2.0	1.3	0.275	.783	Çalışan	87	2.0	1.3																			
Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum.	Öğrenci	303	2.3	1.1	1.748	.081																																																															
	Çalışan	87	2.0	1.2			Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.	Öğrenci	303	2.3	1.3	1.282	.201	Çalışan	87	2.1	1.3	Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	Öğrenci	303	2.3	1.2	1.032	.303	Çalışan	87	2.1	1.2	Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	Öğrenci	303	2.0	1.3	0.275	.783	Çalışan	87	2.0	1.3																														
Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.	Öğrenci	303	2.3	1.3	1.282	.201																																																															
	Çalışan	87	2.1	1.3			Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	Öğrenci	303	2.3	1.2	1.032	.303	Çalışan	87	2.1	1.2	Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	Öğrenci	303	2.0	1.3	0.275	.783	Çalışan	87	2.0	1.3																																									
Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	Öğrenci	303	2.3	1.2	1.032	.303																																																															
	Çalışan	87	2.1	1.2			Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	Öğrenci	303	2.0	1.3	0.275	.783	Çalışan	87	2.0	1.3																																																				
Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	Öğrenci	303	2.0	1.3	0.275	.783																																																															
	Çalışan	87	2.0	1.3																																																																	

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; "Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır." ( $t=1.224$ ;  $p=.222$ ), "Yöresel tatlıları denemeyi severim." ( $t=1.149$ ;  $p=.251$ ), "Özel günler, diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır." ( $t=-.464$ ;  $p=.643$ ), "Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum." ( $t=1.748$ ;  $p=.081$ ), "Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım." ( $t=1.282$ ;  $p=.201$ ), "Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım." ( $t=1.032$ ;  $p=.303$ ) ve "Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir." ( $t=.275$ ;  $p=.783$ ) ifadesine katılma düzeyinin mesleğe göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Tablo 5.22. Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Eğitim Durumu Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşler	Eğitim Durumu	n	$\bar{x}$	ss	t	p																																																															
Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır.	Lise Mezunu	206	2.4	1.2	-0.173	.862																																																															
	Lisans Mezunu	184	2.4	1.2			Yöresel tatlıları denemeyi severim.	Lise Mezunu	206	2.6	1.3	0.742	.459	Lisans Mezunu	184	2.5	1.3	Özel günler, (bayramlar, kandiller, Muharrem ayı, doğum günü, evlilik vb.) diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır.	Lise Mezunu	206	2.3	1.4	0.319	.750	Lisans Mezunu	184	2.2	1.3	Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum.	Lise Mezunu	206	2.3	1.2	0.864	.388	Lisans Mezunu	184	2.2	1.1	Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.	Lise Mezunu	206	2.3	1.4	0.440	.660	Lisans Mezunu	184	2.3	1.3	Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	Lise Mezunu	206	2.2	1.2	-1.444	.149	Lisans Mezunu	184	2.4	1.2	Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	Lise Mezunu	206	2.0	1.3	-0.326	.744	Lisans Mezunu
Yöresel tatlıları denemeyi severim.	Lise Mezunu	206	2.6	1.3	0.742	.459																																																															
	Lisans Mezunu	184	2.5	1.3			Özel günler, (bayramlar, kandiller, Muharrem ayı, doğum günü, evlilik vb.) diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır.	Lise Mezunu	206	2.3	1.4	0.319	.750	Lisans Mezunu	184	2.2	1.3	Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum.	Lise Mezunu	206	2.3	1.2	0.864	.388	Lisans Mezunu	184	2.2	1.1	Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.	Lise Mezunu	206	2.3	1.4	0.440	.660	Lisans Mezunu	184	2.3	1.3	Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	Lise Mezunu	206	2.2	1.2	-1.444	.149	Lisans Mezunu	184	2.4	1.2	Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	Lise Mezunu	206	2.0	1.3	-0.326	.744	Lisans Mezunu	184	2.0	1.3								
Özel günler, (bayramlar, kandiller, Muharrem ayı, doğum günü, evlilik vb.) diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır.	Lise Mezunu	206	2.3	1.4	0.319	.750																																																															
	Lisans Mezunu	184	2.2	1.3			Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum.	Lise Mezunu	206	2.3	1.2	0.864	.388	Lisans Mezunu	184	2.2	1.1	Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.	Lise Mezunu	206	2.3	1.4	0.440	.660	Lisans Mezunu	184	2.3	1.3	Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	Lise Mezunu	206	2.2	1.2	-1.444	.149	Lisans Mezunu	184	2.4	1.2	Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	Lise Mezunu	206	2.0	1.3	-0.326	.744	Lisans Mezunu	184	2.0	1.3																			
Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum.	Lise Mezunu	206	2.3	1.2	0.864	.388																																																															
	Lisans Mezunu	184	2.2	1.1			Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.	Lise Mezunu	206	2.3	1.4	0.440	.660	Lisans Mezunu	184	2.3	1.3	Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	Lise Mezunu	206	2.2	1.2	-1.444	.149	Lisans Mezunu	184	2.4	1.2	Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	Lise Mezunu	206	2.0	1.3	-0.326	.744	Lisans Mezunu	184	2.0	1.3																														
Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.	Lise Mezunu	206	2.3	1.4	0.440	.660																																																															
	Lisans Mezunu	184	2.3	1.3			Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	Lise Mezunu	206	2.2	1.2	-1.444	.149	Lisans Mezunu	184	2.4	1.2	Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	Lise Mezunu	206	2.0	1.3	-0.326	.744	Lisans Mezunu	184	2.0	1.3																																									
Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	Lise Mezunu	206	2.2	1.2	-1.444	.149																																																															
	Lisans Mezunu	184	2.4	1.2			Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	Lise Mezunu	206	2.0	1.3	-0.326	.744	Lisans Mezunu	184	2.0	1.3																																																				
Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	Lise Mezunu	206	2.0	1.3	-0.326	.744																																																															
	Lisans Mezunu	184	2.0	1.3																																																																	

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; "Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır." ( $t=-.173$ ;  $p=.862$ ), "Yöresel tatlıları denemeyi severim." ( $t=.742$ ;  $p=.459$ ), "Özel günler, diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır." ( $t=.319$ ;  $p=.750$ ), "Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum." ( $t=.864$ ;  $p=.388$ ), "Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım." ( $t=.440$ ;  $p=.660$ ), "Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım." ( $t=-1.444$ ;  $p=.149$ ) ve "Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir." ( $t=-.326$ ;  $p=.744$ ) ifadesine katılma düzeyinin eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Tablo 5.23. Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Ailenin Yanında Yaşama Durumu Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşler	Ailenin Yanında Yaşama Durumu	n	$\bar{x}$	ss	t	p																			
Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır.	Evet	158	2.3	1.2	-0.457	.648																			
	Hayır	232	2.4	1.2			Yöresel tatlıları denemeyi severim.	Evet	158	2.7	1.3	1.054	.292	Hayır	232	2.5	1.3	Özel günler, (bayramlar, kandiller, Muharrem ayı, doğum günü, evlilik vb.) diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır.	Evet	158	2.4	1.4	1.867	.063	Hayır
Yöresel tatlıları denemeyi severim.	Evet	158	2.7	1.3	1.054	.292																			
	Hayır	232	2.5	1.3			Özel günler, (bayramlar, kandiller, Muharrem ayı, doğum günü, evlilik vb.) diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır.	Evet	158	2.4	1.4	1.867	.063	Hayır	232	2.1	1.3								
Özel günler, (bayramlar, kandiller, Muharrem ayı, doğum günü, evlilik vb.) diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır.	Evet	158	2.4	1.4	1.867	.063																			
	Hayır	232	2.1	1.3																					

Tablo 5.23. (devam)

Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum.	Evet	158	2.3	1.2	0.796	.426
	Hayır	232	2.2	1.1		
Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.	Evet	158	2.3	1.3	-0.391	.696
	Hayır	232	2.3	1.3		
Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	Evet	158	2.3	1.3	0.039	.969
	Hayır	232	2.3	1.2		
Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	Evet	158	2.2	1.3	2.471	.014
	Hayır	232	1.9	1.2		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; "Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır." ( $t=-.457$ ;  $p=.648$ ), "Yöresel tatlıları denemeyi severim." ( $t=1.054$ ;  $p=.292$ ), "Özel günler, diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır." ( $t=1.867$ ;  $p=.063$ ), "Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum." ( $t=.796$ ;  $p=.426$ ), "Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım." ( $t=-.391$ ;  $p=.696$ ) ve "Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım." ( $t=.039$ ;  $p=.969$ ) ifadesine katılma düzeyinin ailenin yanında yaşama durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Bilgilere göre "Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir." ( $t=2.471$ ;  $p=.014$ ) ifadesine katılma düzeyinin ailenin yanında yaşama durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir ( $p<0.05$ ).

Tablo 5.24. Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Günlük Çalışma Saati Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşler	Günlük Çalışma Saati	n	$\bar{x}$	ss	F	p
Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır.	7 Saat ve altı	276	2.4	1.2	.260	.771
	8 Saat	71	2.4	1.2		
	9 Saat ve üzeri	43	2.3	1.2		
Yöresel tatlıları denemeyi severim.	7 Saat ve altı	276	2.6	1.3	1.274	.281
	8 Saat	71	2.5	1.3		
	9 Saat ve üzeri	43	2.3	1.4		
Özel günler, (bayramlar, kandiller, Muharrem ayı, doğum günü, evlilik vb.) diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır.	7 Saat ve altı	276	2.2	1.4	.209	.811
	8 Saat	71	2.2	1.3		
	9 Saat ve üzeri	43	2.4	1.4		
Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum.	7 Saat ve altı	276	2.3	1.1	4.650	.010
	8 Saat	71	2.0	1.1		
	9 Saat ve üzeri	43	1.8	1.0		
Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.	7 Saat ve altı	276	2.3	1.3	.622	.538
	8 Saat	71	2.2	1.3		
	9 Saat ve üzeri	43	2.1	1.3		

Tablo 5.24. (devam)

Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	7 Saat ve altı	276	2.3	1.2	2.146	.118
	8 Saat	71	2.3	1.3		
	9 Saat ve üzeri	43	1.9	1.1		
Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	7 Saat ve altı	276	2.0	1.3	2.878	.057
	8 Saat	71	2.2	1.3		
	9 Saat ve üzeri	43	1.6	1.1		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; "Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır." ( $F=.260$ ;  $p=.771$ ), "Yöresel tatlıları denemeyi severim." ( $F=1.274$ ;  $p=.281$ ), "Özel günler, diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır." ( $F=.209$ ;  $p=.811$ ), "Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum." ( $F=4.650$ ;  $p=.010$ ), "Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım." ( $F=.622$ ;  $p=.538$ ), "Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım." ( $F=2.146$ ;  $p=.118$ ) ve "Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir." ( $F=2.878$ ;  $p=.057$ ) ifadesine katılma düzeyinin günlük çalışma saatine göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Tablo 5.25. Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Aylık Gelir Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşler	Aylık Gelir	n	$\bar{x}$	ss	F	p
Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır.	Geliri Yok	210	2.4	1.2	3.397	.010
	300 TL – 1000 TL	74	2.2	1.2		
	1001 TL – 2000 TL	53	2.7	1.3		
	2001 TL – 3000 TL	28	1.8	.7		
	3001 TL ve Üzeri	25	2.5	1.4		
Yöresel tatlıları denemeyi severim.	Geliri Yok	210	2.6	1.3	0.468	.759
	300 TL – 1000 TL	74	2.6	1.3		
	1001 TL – 2000 TL	53	2.4	1.4		
	2001 TL – 3000 TL	28	2.6	1.3		
	3001 TL ve Üzeri	25	2.5	1.4		
Özel günler, (bayramlar, kandiller, Muharrem ayı, doğum günü, evlilik vb.) diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır.	Geliri Yok	210	2.2	1.3	1.259	.286
	300 TL – 1000 TL	74	2.2	1.3		
	1001 TL – 2000 TL	53	2.2	1.4		
	2001 TL – 3000 TL	28	2.8	1.4		
	3001 TL ve Üzeri	25	2.4	1.3		
Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum.	Geliri Yok	210	2.2	1.1	1.284	.276
	300 TL – 1000 TL	74	2.0	1.2		
	1001 TL – 2000 TL	53	2.4	1.2		
	2001 TL – 3000 TL	28	2.0	1.1		
	3001 TL ve Üzeri	25	2.2	1.2		

Tablo 5.25. (devam)

	Geliri Yok	210	2.4	1.4		
Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.	300 TL – 1000 TL	74	2.0	1.2	1.729	.143
	1001 TL – 2000 TL	53	2.5	1.3		
	2001 TL – 3000 TL	28	2.1	1.2		
	3001 TL ve Üzeri	25	2.2	1.2		
	Geliri Yok	210	2.4	1.3		
Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	300 TL – 1000 TL	74	2.0	1.1	2.416	.048
	1001 TL – 2000 TL	53	2.4	1.2		
	2001 TL – 3000 TL	28	1.8	1.0		
	3001 TL ve Üzeri	25	2.4	1.2		
	Geliri Yok	210	2.0	1.3		
Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	300 TL – 1000 TL	74	2.0	1.3	1.922	.106
	1001 TL – 2000 TL	53	2.3	1.5		
	2001 TL – 3000 TL	28	1.7	1.0		
	3001 TL ve Üzeri	25	1.6	1.1		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; "Yöresel tatlıları denemeyi severim." ( $F=.468$ ;  $p=.759$ ), "Özel günler, diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır." ( $F=1.259$ ;  $p=.286$ ), "Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum." ( $F=1.284$ ;  $p=.276$ ), "Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım." ( $F=1.729$ ;  $p=.143$ ) ve "Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir." ( $F=1.922$ ;  $p=.106$ ) ifadesine katılma düzeyinin aylık gelire göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Bilgilere göre "Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır." ( $F=3.397$ ;  $p=.010$ ), "Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım." ( $F=2.416$ ;  $p=.048$ ) ifadesine katılma düzeyinin aylık gelire göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir ( $p<0.05$ ).

Tablo 5.26. Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Tatlı Tüketim Sıklığı Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşler	Tatlı Tüketim Sıklığı		$\bar{x}$	ss	F	p
	n					
Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır.	Günde 1	158	2.3	1.2	3.972	.020
	3 günde 1	149	2.6	1.2		
	Haftada 1	83	2.1	1.2		
Yöresel tatlıları denemeyi severim.	Günde 1	158	2.5	1.3	0.796	.452
	3 günde 1	149	2.7	1.3		
	Haftada 1	83	2.5	1.3		
Özel günler, (bayramlar, kandiller, Muharrem ayı, doğum günü, evlilik vb.) diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır.	Günde 1	158	2.1	1.3	3.417	.034
	3 günde 1	149	2.5	1.4		
	Haftada 1	83	2.1	1.3		



Tablo 5.26. (devam)

Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum.	Günde 1	158	2.1	1.2	2.797	.062
	3 günde 1	149	2.4	1.1		
	Haftada 1	83	2.1	1.1		
Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.	Günde 1	158	2.3	1.4	0.356	.701
	3 günde 1	149	2.4	1.3		
	Haftada 1	83	2.3	1.3		
Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	Günde 1	158	2.3	1.3	1.207	.300
	3 günde 1	149	2.3	1.2		
	Haftada 1	83	2.1	1.1		
Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	Günde 1	158	2.1	1.4	1.221	.296
	3 günde 1	149	1.9	1.2		
	Haftada 1	83	2.0	1.2		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; "Yöresel tatlıları denemeyi severim." (F=.796; p=.452), "Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum." (F=2.797; p=.062), "Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım." (F=.356; p=.701), "Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım." (F=1.207; p=.300) ve "Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir." (F=1.221; p=.296) ifadesine katılma düzeyinin tatlı tüketim sıklığına göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir (p>0.05).

Bilgilere göre ""Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır." (F=3.972; p=.020), "Özel günler, diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır." (F=3.417; p=.034) ifadesine katılma düzeyinin tatlı tüketim sıklığına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir (p<0.05).

Tablo 5.27. Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Tatlı Tüketim Zamanı Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşler	Tatlı Tüketim Zamanı	n	$\bar{x}$	ss	F	p
Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır.	Kahvaltıda-Öğle Yemeğinde	37	2.3	1.3	1.679	.171
	Akşam Yemeğinde	78	2.3	1.1		
	Ara Öğünlerde	91	2.6	1.2		
	Atıştırılabilir Olarak	184	2.3	1.2		
Yöresel tatlıları denemeyi severim.	Kahvaltıda-Öğle Yemeğinde	37	2.3	1.3	2.249	.082
	Akşam Yemeğinde	78	2.9	1.2		
	Ara Öğünlerde	91	2.6	1.4		
	Atıştırılabilir Olarak	184	2.5	1.3		
Özel günler, (bayramlar, kandiller, Muharrem ayı, doğum günü, evlilik vb.) diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır.	Kahvaltıda-Öğle Yemeğinde	37	2.0	1.3	3.634	.013
	Akşam Yemeğinde	78	2.6	1.4		
	Ara Öğünlerde	91	2.4	1.4		
	Atıştırılabilir Olarak	184	2.1	1.3		

Tablo 5.27. (devam)

Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum.	Kahvaltıda-Öğle Yemeğinde	37	2.3	1.1	0.250	.861
	Akşam Yemeğinde	78	2.2	1.1		
	Ara Öğünlerde	91	2.3	1.1		
	Atıştırılabilir Olarak	184	2.2	1.1		
Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.	Kahvaltıda-Öğle Yemeğinde	37	2.9	1.3	3.509	.015
	Akşam Yemeğinde	78	2.4	1.2		
	Ara Öğünlerde	91	2.2	1.3		
	Atıştırılabilir Olarak	184	2.2	1.3		
Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	Kahvaltıda-Öğle Yemeğinde	37	2.3	1.3	1.127	.338
	Akşam Yemeğinde	78	2.4	1.1		
	Ara Öğünlerde	91	2.4	1.3		
	Atıştırılabilir Olarak	184	2.2	1.3		
Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	Kahvaltıda-Öğle Yemeğinde	37	2.0	1.3	0.776	.508
	Akşam Yemeğinde	78	2.2	1.3		
	Ara Öğünlerde	91	2.0	1.3		
	Atıştırılabilir Olarak	184	1.9	1.3		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; "Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır." ( $F=1.679$ ;  $p=.171$ ), "Yöresel tatlıları denemeyi severim." ( $F=2.249$ ;  $p=.082$ ), "Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum." ( $F=.250$ ;  $p=.861$ ), "Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım." ( $F=1.127$ ;  $p=.338$ ) ve "Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir." ( $F=.776$ ;  $p=.508$ ) ifadesine katılma düzeyinin tatlı tüketim zamanına göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Bilgilere göre "Özel günler, diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır." ( $F=3.634$ ;  $p=.013$ ), "Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım." ( $F=3.509$ ;  $p=.015$ ) ifadesine katılma düzeyinin tatlı tüketim zamanına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir ( $p<0.05$ ).

Tablo 5.28. Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Tüketilen Tatlı Grubu Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşler	Tüketilen		$\bar{x}$	ss	t	p
	Tatlı Grubu	n				
Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır.	Türk Tatlıları	227	2.3	1.2	-2.124	.034
	Yabancı Tatlılar	163	2.5	1.2		
Özel günler, (bayramlar, kandiller, Muharrem ayı, doğum günü, evlilik vb.) diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır.	Türk Tatlıları	227	2.1	1.4	-1.761	.079
	Yabancı Tatlılar	163	2.4	1.3		

Tablo 5.28. (devam)

Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum.	Türk Tatlıları	227	2.2	1.1	0.025	.980
	Yabancı Tatlılar	163	2.2	1.2		
Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.	Türk Tatlıları	227	2.3	1.3	-0.196	.845
	Yabancı Tatlılar	163	2.3	1.3		
Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	Türk Tatlıları	227	2.2	1.2	-0.929	.353
	Yabancı Tatlılar	163	2.3	1.3		
Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	Türk Tatlıları	227	2.1	1.3	1.019	.309
	Yabancı Tatlılar	163	1.9	1.3		
Yöresel tatlıları denemeyi severim.	Türk Tatlıları	227	2.4	1.3	-2.638	.009
	Yabancı Tatlılar	163	2.8	1.3		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; "Özel günler, diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır." ( $t=-1.761$ ;  $p=.079$ ), "Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum." ( $t=.025$ ;  $p=.980$ ), "Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım." ( $t=-.196$ ;  $p=.845$ ), "Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım." ( $t=-.929$ ;  $p=.353$ ) ve "Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir." ( $t=1.019$ ;  $p=.309$ ) ifadesine katılma düzeyinin tüketilen tatlı grubuna göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Bilgilere göre "Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır." ( $t=-2.124$ ;  $p=.034$ ), "Yöresel tatlıları denemeyi severim." ( $t=-2.638$ ;  $p=.009$ ) ifadesine katılma düzeyinin tüketilen tatlı grubuna göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir ( $p<0.05$ ).

Tablo 5.29. Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Tüketilen Tatlı Çeşidi Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşler	Tüketilen Tatlı Çeşidi	n	$\bar{x}$	ss	F	p
Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır.	Sütlü Tatlılar	196	2.4	1.2	2.918	.034
	Hamur İşi Tatlılar	80	2.1	1.3		
	Kurabiyeler, Kekler	64	2.6	1.1		
	Pastalar	50	2.2	1.2		
Yöresel tatlıları denemeyi severim.	Sütlü Tatlılar	196	2.6	1.3	0.833	.476
	Hamur İşi Tatlılar	80	2.4	1.3		
	Kurabiyeler, Kekler	64	2.6	1.3		
	Pastalar	50	2.6	1.3		

Tablo 5.29. (devam)

Özel günler, (bayramlar, kandiller, Muharrem ayı, doğum günü, evlilik vb.) diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır.	Sütlü Tatlılar	196	2.4	1.4	3.524	.015
	Hamur İşi Tatlılar	80	1.9	1.3		
	Kurabiyeler, Kekler	64	2.5	1.4		
	Pastalar	50	2.0	1.3		
Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum.	Sütlü Tatlılar	196	2.2	1.1	0.656	.580
	Hamur İşi Tatlılar	80	2.2	1.3		
	Kurabiyeler, Kekler	64	2.4	1.1		
	Pastalar	50	2.3	1.2		
Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.	Sütlü Tatlılar	196	2.4	1.3	3.376	.018
	Hamur İşi Tatlılar	80	2.3	1.3		
	Kurabiyeler, Kekler	64	2.5	1.4		
	Pastalar	50	1.8	1.0		
Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	Sütlü Tatlılar	196	2.3	1.2	0.989	.398
	Hamur İşi Tatlılar	80	2.1	1.2		
	Kurabiyeler, Kekler	64	2.5	1.3		
	Pastalar	50	2.2	1.1		
Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	Sütlü Tatlılar	196	2.0	1.2	0.276	.842
	Hamur İşi Tatlılar	80	2.1	1.4		
	Kurabiyeler, Kekler	64	2.0	1.3		
	Pastalar	50	1.9	1.3		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; "Yöresel tatlıları denemeyi severim." ( $F=.833$ ;  $p=.476$ ), "Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum." ( $F=.656$ ;  $p=.580$ ), "Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım." ( $F=.989$ ;  $p=.398$ ) ve "Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir." ( $F=.276$ ;  $p=.842$ ) ifadesine katılma düzeyinin tüketilen tatlı çeşidine göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Bilgilere göre "Tatlı yapmayı bilmiyor olmam tatlı tüketimimi artırır." ( $F=2.918$ ;  $p=.034$ ), "Özel günler, diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır." ( $F=3.524$ ;  $p=.015$ ), "Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım." ( $F=3.376$ ;  $p=.018$ ) ifadesine katılma düzeyinin tüketilen tatlı çeşidine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir ( $p<0.05$ ).

Tablo 5.30. Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Günlük Ortalama Tatlı Tüketim Tutarı Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşler	Günlük					
	Ortalama Tatlı Tüketim Tutarı	n	$\bar{x}$	ss	t	p
Tatlı yapmayı bilmiyor olmam tatlı tüketimimi artırır.	5 TL ve altı	241	2.4	1.2	-.344	.731
	6 TL – 15 TL arası	149	2.4	1.2		

Tablo 5.30. (devam)

Yöresel tatlıları denemeyi severim.	5 TL ve altı	241	2.5	1.3	-1.480	.140
	6 TL – 15 TL arası	149	2.7	1.3		
Özel günler, (bayramlar, kandiller, Muharrem ayı, doğum günü, evlilik vb.) diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır.	5 TL ve altı	241	2.1	1.3	-2.458	.014
	6 TL – 15 TL arası	149	2.5	1.4		
Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum.	5 TL ve altı	241	2.1	1.1	-1.809	.071
	6 TL – 15 TL arası	149	2.3	1.2		
Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.	5 TL ve altı	241	2.2	1.3	-1.003	.317
	6 TL – 15 TL arası	149	2.4	1.3		
Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	5 TL ve altı	241	2.1	1.2	-2.815	.005
	6 TL – 15 TL arası	149	2.5	1.3		
Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	5 TL ve altı	241	1.9	1.2	-1.923	.055
	6 TL – 15 TL arası	149	2.2	1.4		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; "Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır." ( $t=-.344$ ;  $p=.731$ ), "Yöresel tatlıları denemeyi severim." ( $t=-1.480$ ;  $p=.140$ ), "Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum." ( $t=-1.809$ ;  $p=.071$ ), "Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım." ( $t=-1.003$ ;  $p=.317$ ) ve "Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir." ( $t=-1.923$ ;  $p=.055$ ) ifadesine katılma düzeyinin günlük ortalama tatlı tüketim tutarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Bilgilere göre "Özel günler, diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır." ( $t=-2.458$ ;  $p=.014$ ), "Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım." ( $t=-2.815$ ;  $p=.005$ ) ifadesine katılma düzeyinin günlük ortalama tatlı tüketim tutarına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir ( $p<0.05$ ).

Tablo 5.31. Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin En Çok Tatlı Tüketilen Mekân Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşler	En Çok Tatlı Tüketilen Mekân	n	$\bar{x}$	ss	F	p
Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır.	Ev	157	2.4	1.2	5.261	.001
	Kafe ve Restoranlar	129	2.4	1.2		
	Okul	38	2.8	1.2		
	Tatlıcı ve Pastaneler	66	1.9	1.0		
Yöresel tatlıları denemeyi severim.	Ev	157	2.7	1.3	3.003	.030
	Kafe ve Restoranlar	129	2.6	1.3		
	Okul	38	2.1	1.3		
	Tatlıcı ve Pastaneler	66	2.3	1.3		

Tablo 5.31. (devam)

Özel günler, (bayramlar, kandiller, Muharrem ayı, doğum günü, evlilik vb.) diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır.	Ev	157	2.1	1.3	2.547	.056
	Kafe ve Restoranlar	129	2.5	1.4		
	Okul	38	2.0	1.3		
	Tatlıcı ve Pastaneler	66	2.4	1.4		
Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum.	Ev	157	2.2	1.1	0.684	.563
	Kafe ve Restoranlar	129	2.2	1.2		
	Okul	38	2.4	1.1		
	Tatlıcı ve Pastaneler	66	2.3	1.2		
Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.	Ev	157	2.4	1.3	1.170	.321
	Kafe ve Restoranlar	129	2.2	1.3		
	Okul	38	2.0	1.3		
	Tatlıcı ve Pastaneler	66	2.4	1.3		
Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	Ev	157	2.3	1.2	.680	.564
	Kafe ve Restoranlar	129	2.3	1.2		
	Okul	38	2.0	1.2		
	Tatlıcı ve Pastaneler	66	2.4	1.2		
Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	Ev	157	2.1	1.3	1.441	.230
	Kafe ve Restoranlar	129	2.0	1.3		
	Okul	38	1.6	1.1		
	Tatlıcı ve Pastaneler	66	2.1	1.2		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; "Özel günler, diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır." ( $F=2.547$ ;  $p=.056$ ), "Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum." ( $F=.684$ ;  $p=.563$ ), "Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım." ( $F=1.170$ ;  $p=.321$ ), "Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım." ( $F=.680$ ;  $p=.564$ ) ve "Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir." ( $F=1.441$ ;  $p=.230$ ) ifadesine katılma düzeyinin en çok tatlı tüketilen mekâna göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

Bilgilere göre "Tatlı yapmayı bilmiyor olmam tatlı tüketimimi artırır." ( $F=5.261$ ;  $p=.001$ ), "Yöresel tatlıları denemeyi severim." ( $F=3.003$ ;  $p=.030$ ) ifadesine katılma düzeyinin en çok tatlı tüketilen mekâna göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir ( $p<0.05$ ).

Tablo 5.32. Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Dışarıda Tatlı Tüketme Sebebi Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşler	Dışarıda Tatlı Tüketme Sebebi	n	$\bar{x}$	ss	F	p
Tatlı yapmayı bilmiyor olmam tatlı tüketimimi artırır.	Kolaylık sağladığı için	156	2.4	1.3	1.682	.187
	Sosyalleşmek, Kutlama Yapmak için	112	2.2	1.1		
	Yeni tatlı deneyimleri kazanmak için	122	2.5	1.2		

Tablo 5.32. (devam)

	Kolaylık sağladığı için	156	2.4	1.3		
Yöresel tatlıları denemeyi severim.	Sosyalleşmek, Kutlama Yapmak için	112	2.7	1.3	1.911	.149
	Yeni tatlı deneyimleri kazanmak için	122	2.7	1.4		
Özel günler, (bayramlar, kandiller, Muharrem ayı, doğum günü, evlilik vb.) diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır.	Kolaylık sağladığı için	156	2.1	1.3		
	Sosyalleşmek, Kutlama Yapmak için	112	2.3	1.3	2.482	.085
	Yeni tatlı deneyimleri kazanmak için	122	2.5	1.4		
Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum.	Kolaylık sağladığı için	156	2.3	1.1		
	Sosyalleşmek, Kutlama Yapmak için	112	2.2	1.2	0.877	.417
	Yeni tatlı deneyimleri kazanmak için	122	2.1	1.1		
Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.	Kolaylık sağladığı için	156	2.3	1.3		
	Sosyalleşmek, Kutlama Yapmak için	112	2.2	1.3	0.883	.414
	Yeni tatlı deneyimleri kazanmak için	122	2.4	1.3		
Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	Kolaylık sağladığı için	156	2.2	1.2		
	Sosyalleşmek, Kutlama Yapmak için	112	2.1	1.1	1.527	.219
	Yeni tatlı deneyimleri kazanmak için	122	2.4	1.3		
Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	Kolaylık sağladığı için	156	2.1	1.2		
	Sosyalleşmek, Kutlama Yapmak için	112	2.1	1.3	0.852	.427
	Yeni tatlı deneyimleri kazanmak için	122	1.9	1.3		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; "Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır." (F=1.682; p=.187), "Yöresel tatlıları denemeyi severim." (F=1.911; p=.149), "Özel günler, diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır." (F=2.482; p=.085), "Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum." (F=.877; p=.417), "Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım." (F=.883; p=.414), "Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım." (F=1.527; p=.219) ve "Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir." (F=.852; p=.427) ifadesine katılma düzeyinin dışarıda tatlı tüketme sebebine göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir (p>0.05).

Tablo 5.33. Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşlerin Evde Tüketmek İçin Tatlı Alınan Mekân Değişkenine Göre İncelenmesi

Tatlı Tüketimi Hakkındaki Görüşler	Evde Tüketmek İçin Tatlı Alınan Mekân	n	$\bar{x}$	ss	F	p
Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır.	Pastaneler	80	2.6	1.2	1.878	.113
	Süpermarketler	151	2.2	1.1		
	Tatlıcılar	104	2.5	1.3		
	Fırınlr	21	2.2	1.1		
	Evde Yapılır	34	2.1	1.3		
Yöresel tatlıları denemeyi severim.	Pastaneler	80	2.6	1.4	1.366	.245
	Süpermarketler	151	2.6	1.3		
	Tatlıcılar	104	2.4	1.3		
	Fırınlr	21	2.8	1.3		
	Evde Yapılır	34	2.9	1.1		
Özel günler, (bayramlar, kandiller, Muharrem ayı, doğum günü, evlilik vb.) diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır.	Pastaneler	80	2.4	1.4	1.315	.264
	Süpermarketler	151	2.3	1.3		
	Tatlıcılar	104	2.0	1.3		
	Fırınlr	21	2.4	1.5		
	Evde Yapılır	34	2.3	1.3		
Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu düşünüyorum.	Pastaneler	80	2.3	1.2	0.936	.443
	Süpermarketler	151	2.2	1.1		
	Tatlıcılar	104	2.3	1.1		
	Fırınlr	21	2.1	1.3		
	Evde Yapılır	34	1.9	1.1		
Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım.	Pastaneler	80	2.1	1.2	2.254	.063
	Süpermarketler	151	2.4	1.3		
	Tatlıcılar	104	2.5	1.4		
	Fırınlr	21	2.4	1.4		
	Evde Yapılır	34	1.8	1.1		
Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım.	Pastaneler	80	2.3	1.1	3.980	.004
	Süpermarketler	151	2.5	1.3		
	Tatlıcılar	104	2.2	1.3		
	Fırınlr	21	2.0	1.1		
	Evde Yapılır	34	1.6	.8		
Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir.	Pastaneler	80	2.1	1.2	0.486	.746
	Süpermarketler	151	2.0	1.3		
	Tatlıcılar	104	1.9	1.3		
	Fırınlr	21	2.3	1.5		
	Evde Yapılır	34	2.1	1.2		

Tabloda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde; "Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır." (F=1.878; p=.113), "Yöresel tatlıları denemeyi severim." (F=1.366; p=.245), "Özel günler, diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır." (F=1.315; p=.264), "Tatlı tüketiminin yemeği sonlandırmak için iyi bir yöntem olduğunu"



düşünüyorum." (F=.936; p=.443), "Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım." (F=2.254; p=.063) ve "Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir." (F=.486; p=.746) ifadesine katılma düzeyinin evde tüketmek için tatlı alınan mekâna göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir (p>0.05).

Bilgilere göre "Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım." (F=3.980; p=.004) ifadesine katılma düzeyinin evde tüketmek için tatlı alınan mekâna göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir (p<0.05).

#### 5.4 TARTIŞMA

Araştırmanın bulguları sonucunda Y kuşağının tatlı tüketim tercihlerinde fiyatı dikkate alma düzeylerinin aylık gelir düzeyine göre farklılık göstermediği belirlenmiştir. Bu çalışmadan farklı olarak Tan (1993) tarafından Adana ilinde yurtlarda kalan üniversite öğrencileri arasında yapılan bir çalışmada, gıda tüketiminde sadece fiyata bakan öğrencilerin düşük gelir grubunda yer aldıkları belirlenmiştir.

Bu çalışmada Y kuşağı tarafından en sevilen ikinci tatlı çeşidinin baklava ve türevleri olduğu, Y kuşağının öncelikli tatlı tüketim tercihleri arasında un helvasının ve tulumbanın yer almadığı, künefenin ve revaninin düşük oranda yer aldığı öğrenilmiştir. Benzer şekilde Kaplan (2006) Ankara Üniversitesine Türk Cumhuriyetlerinden gelen öğrencilerin ülkelerine ait mutfak kültürünü değerlendirmeleri üzerine düzenlendiği bir çalışmada, Azeri bireylerin evlerinde en çok baklava tatlısının yapıldığı, un helvasının Azeri, Özbek ve Türkmen bireyler tarafından yüksek oranda tercih edildiği, Azeri, Kırgız, Kazak, Türkmen ve Özbek bireylerin tüketiminde tulumbanın pek yer almadığı, künefenin ve revaninin ise düşük oranda yer aldığı gözlenmiştir.

Bulgulara göre kadın Y kuşağı üyelerinin "Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım." ve "Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım." ifadesine, katılma düzeyi arasında anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir. Bu çalışmadan farklı olarak Küçükerdönmez (2008) tarafından yapılan çalışmada kadın bireylerin sinirli ve üzüntülü iken daha çok yemek yedikleri belirlenmiştir. Ayrıca bu çalışmada, Y kuşağının tatlıları en çok ara öğünlerde ve atıştırmalık olarak tercih ettikleri belirlenmiştir. Benzer şekilde yine Küçükerdönmez (2008) tarafından yapılan çalışmada, kadın bireylerin tatlıları ara öğünlerde daha çok tükettikleri tespit edilmiştir.

Bu çalışmada Y kuşağının tatlıları en çok ev ve restoranlarda tükettikleri belirlenmiştir. Bu çalışma ile benzer doğrultuda olarak Gül (2011) tarafından Çukurova Üniversitesi öğrencilerinin beslenme alışkanlıklarına yönelik yapılan araştırmada üniversite öğrencilerinin tatlıları akşam yemeğinde en çok ev ve yurtlarda, öğle yemeğinde ise en çok restoranlarda tükettiği belirlenmiştir.



## ALTINCI BÖLÜM

### SONUÇ VE ÖNERİLER

#### 6.1 SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmanın bulguları doğrultusunda Y kuşağının tatlı tüketim alışkanlıkları ile ilgili aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır;

- ✓ Aylık geliri yüksek olan bireylerin, düşük olan bireylere göre tatlı tüketimi tercihinde lezzeti dikkate alma oranının daha yüksek olduğu saptanmıştır.
- ✓ Tatlı tüketim sıklığı yüksek olan bireylerin, düşük olan bireylere göre tüketim tercihlerinde lezzeti dikkate alma oranının daha yüksek olduğu belirlenmiştir.
- ✓ Çoğunlukla Türk tatlılarını tercih eden bireylerin, yabancı tatlıları tercih eden bireylere göre tatlı tüketim tercihlerinde lezzeti dikkate alma oranının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.
- ✓ Tatlı tüketim sıklığı yüksek olan bireylerin, düşük olan kişilere göre tatlı tüketimi tercihinde sunumu dikkate alma oranının daha yüksek olduğu belirlenmiştir.
- ✓ Tatlı tüketimine günlük ortalama 6-15 TL harcayan bireylerin, daha az harcayan kişilere göre tatlı tüketimi tercihinde sunumu dikkate alma oranının daha yüksek olduğu saptanmıştır.
- ✓ Günde 9 saatin üzerinde çalışan bireylerin, daha az süre ile çalışan kişilere kıyasla tatlı tüketiminde fiyat unsuruna daha fazla dikkat ettikleri gözlemlenmiştir.
- ✓ Çoğunlukla, kurabiye ve kekleri tercih eden bireylerin diğer tatlıları tercih eden kişilere göre tatlı tüketimi tercihinde mekânın ambiyansını dikkate alma oranının daha yüksek olduğu saptanmıştır.
- ✓ Günlük ortalama tatlı tüketim tutarı 6-15 TL olan kişilerin, daha az harcayan kişilere kıyasla tatlı tüketimi tercihinde tatlının popülerliğini dikkate alma oranının daha yüksek olduğu görülmüştür.

- ✓ Ev dışındaki yerlerden tatlı alan bireylerin, evde tatlı yapan kişilere göre tatlı tüketimi tercihinde tatlının popülerliğini dikkate alma oranının daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir.
- ✓ Ailesi ile yaşayan kişilerin, ailesinden ayrı yaşayanlara kıyasla tatlı tüketimi tercihinde arkadaş tavsiyesini dikkate alma oranının, daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir.
- ✓ Ailesi ile yaşayan kişilerin "Sağlık için tatlı tüketiminin dengede tutulması gereklidir." ifadesine, ailesinden ayrı yaşayanlara kıyasla daha fazla katıldığı belirlenmiştir.
- ✓ En çok akşam yemeğinde ve ara öğünlerde tatlı tüketen bireylerin "Özel günler, diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır." ifadesine, diğer kişilere kıyasla daha fazla katıldığı belirlenmiştir.
- ✓ En çok kahvaltıda ve öğle yemeklerinde tatlı tüketen kişilerin "Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım." ifadesine, diğer bireylere göre daha fazla katıldığı saptanmıştır.
- ✓ Yabancı tatlıları tüketen bireylerin "Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır." ve "Yöresel tatlıları denemeyi severim." ifadelerine, Türk tatlılarını tüketen kişilere kıyasla daha fazla katıldığı belirlenmiştir.
- ✓ Kurabiyeleri, kekleri ve sütlü tatlıları tüketen bireylerin "Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır.", "Özel günler, diğer günlere göre tatlı tüketimimi artırır." ve "Tatlı tüketimine genellikle kendimi mutlu hissetmek için ihtiyaç duyarım." ifadelerine diğer tatlıları tüketen kişilere kıyasla daha fazla katıldığı tespit edilmiştir.
- ✓ En çok okulda tatlı tüketen bireylerin "Tatlı yapmayı biliyor olmam tatlı tüketimimi artırır." ifadesine, diğer kişilere kıyasla daha fazla katıldığı saptanmıştır.
- ✓ En çok evde tatlı tüketen kişilerin "Yöresel tatlıları denemeyi severim." ifadesine, diğer bireylere göre daha fazla katıldığı görülmüştür.
- ✓ Evde tüketmek için en çok süpermarketler ve pastanelerden tatlı alan kişilerin "Tatlı tüketimine genellikle stresimi azaltmak için ihtiyaç duyarım." ifadesine, diğer bireylere kıyasla daha fazla katıldığı gözlemlenmiştir.

Araştırmaya katılan Y kuşağı üyelerinin %41'i günde bir kez, %38'i üç günde bir tatlı tüketmektedir. Y kuşağı %47'lik bir oranla tatlıyı en çok atıştırmalık olarak

tercih etmektedir. Y kuşağının tatlıyı atıştırmalık olarak tüketmesini, tatlıya en çok %62'lik oranla 5 TL ve altı ücret harcanması ve %39'luk oranla evde tüketmek için tatlının en çok süpermarketlerden alınması desteklemektedir. En çok süpermarketlerden tatlı alınmasına ek olarak Y kuşağı tatlıyı %40'lık bir oranla en çok evde tüketirken, %33'lük oranla kafe ve restoranlarda, %17'lik oranla tatlıcı ve pastanelerde, %10'luk oranla okulda tüketmektedir. Y kuşağı tatlıyı en çok %40'lık oranla kolaylık sağladığı için dışarıda tüketmeyi tercih etmektedir. Bu oranı %31'lik oranla yeni tatlı deneyimleri edinmek için dışarıda tatlı tüketenler takip etmektedir. Bu oran %31 de olsa Y kuşağının tatlı tüketimi açısından foodie yönünü göstermektedir. Ayrıca Y kuşağının en çok %58'i Türk tatlılarını tercih ederken, tüketilen tatlı grubu olarak en çok %50'lik oranla sütlü tatlılar tüketilmektedir.

Y kuşağına dahil katılımcıların %78'i öğrencidir. %54'ünün geliri yoktur. Bu sebeple katılımcılar tüketecekleri tatlıya daha az para harcamaya dikkat etmektedirler. Tatlıya daha az para harcamak için tatlıyı en çok atıştırmalık olarak ve evde tüketmektedirler. Buna ek olarak Y kuşağı, evde tüketmek için en çok süpermarketlerden tatlıları almaktadır. Sonuçlara bakıldığında Y kuşağının geliri artıkça tatlının lezzetine daha da önem verdiği görülmektedir. Tatlıları sık tüketen Y kuşağı üyelerinin tatlının sunumuna dikkat ettiği tespit edilmiştir.

Sonuçlar değerlendirildiğinde, Y kuşağını hedef kitlesi olarak belirlemek isteyen tatlı ve pastacılık sektörünün fiyatları oldukça uygun düzeyde tutması gerektiği söylenebilir. Böylece Y kuşağı, tatlıları süpermarketlerden almaktan vazgeçebilir. Pastanelerde ve tatlıcılarda Y kuşağına özel ücretsiz tatlı yapma eğitimleri düzenleyerek işletmelerin pazarlaması yapılabilir. En fazla sütlü tatlı grubunu tüketmeyi tercih eden Y kuşağına hitap eden inovatif sütlü tatlılar sunulabilir. Y kuşağına üye katılımcıların %42'si yüksek kaloriyi tatlı tüketimini kısıtlayan sebep olarak belirtmiştir. Bu sebeple işletmeler menülerinde hafif, diyet tatlılara yer verebilir. Y kuşağının foodie olma potansiyeli kullanılarak Y kuşağına yeni lezzetler pazarlanabilir. Bütün bu öneriler, Türk mutfağında tatlıcılığın gelişmesinde rol oynayabilir. Foodie olarak nitelendirilen Y kuşağı ile büyük bir ivme kazanan gastronomi alanının aynı çatıda bulunduğu birçok çalışma yapılabilir

## KAYNAKLAR

- Acıloğlu, İ. (2015). *İş'te Y Kuşığı*. Elma Yayınevi, Ankara, ss. 28.
- Akın, G., Özkoçak, V. ve Gültekin, T. (2015). Geçmişten Günümüze Geleneksel Anadolu Mutfak Kültürünün Gelişimi. *Antropoloji Dergisi*, (30):33-53.
- Akkor, Ö. (2013). *Selçuklu Mutfağı*. Alfa Yayınları, İstanbul, ss. 32.
- Akşin, S. (2012). *Kısa Türkiye tarihi*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, ss. 3-4.
- Albayrak, A. ve Özkul, E. (2013). Y Kuşığı Turistlerin Destinasyon İmaj Algıları Üzerine Bir Araştırma. *Turkish Studies*, 8(6):15-31.
- Alpargu, M. (2008). 12. Yüzyıla Kadar İç Asya'da Türk Mutfak Kültürü. *Türk Mutfağı*, Bilgin, A. ve Samancı, Ö. (Ed.). Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayınlar Genel Müdürlüğü, Ankara, ss. 17-26.
- Altuntuğ, N. (2012). Kuşaktan Kuşağa Tüketim Olgusu ve Geleceğin Tüketici Profili. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1):203-212.
- American Press Institute. (Mart 2015). How Millennials Get News: Inside the Habits of America's First Digital Generation. <http://www.mediainsight.org/PDFs/Millennials/Millennials%20Report%20FINAL>, (09.07.2017).
- Argıllı, E. (2005). *Elif'in Mutfağından Ağzınıza Layık 400 Tarif*. Omega Yayınları, İstanbul, ss. 13.
- Aydın, İ. (2016). Yönetimde Kuşak Farklılıkları, Birlikte Çalışma ve Kuşakların Yönetimi. *Prof. Dr. Ziya Bursalıoğlu'na Armağan*, Balcı, A. ve Aydın, İ. (Ed.). Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Yayınları, Ankara, ss. 69-94.
- Batu, A. ve Batu, H. S. (2016). Türk Tatlı Kültüründe Türk Lokumunun Yeri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1):42-52.
- Baycan, P. (2017). *Sosyal Medyanın Y Kuşığı Satın Alma Davranışı Üzerindeki Rolü*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, İstanbul, ss. 81

- Baysal, A. (1990). *Beslenme Kültürümüz*. Kültür Bakanlığı Yayınları:1230, Ankara, ss. 4, 35, 68.
- Baysal, A. (1997). Türk Mutfağında Pekmez ve Ürünleri. *V. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi*, Ankara, ss. 118
- Bekar, A. ve Zağralı, E. (2015). Türk Yemek Kültürü ve Teknolojik Gelişmelerin Yemek Kültürü Üzerine Etkileri. *Journal of Tourism Theory and Research*, 1(1):56-67.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, Kültür ve Kimlik. *Milli Folklor Dergisi*, (87):159-169.
- Bilgin, A. (2004). *Osmanlı Saray Mutfağı*. Kitabevi Yayınları, İstanbul, ss. 87, 129.
- Bilgin, A. (2011). Osmanlı Döneminde İstanbul Mutfak Kültürü. *Akademik Araştırmalar Dergisi*, 12(47-48):229-245.
- Bolton, R., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayı, S., Gruber, T., Komarova Loureiro, Y. ve Solnet, D. (2013). Understanding Generation Y and Their Use of Social Media: A Review and Research Agenda. *Journal of Service Management*, 24(3):245-267.
- Broadbridge, A. M., Maxwell, G. A. ve Ogden, S. M. (2007). 13\_2\_30 Experiences, Perceptions and Expectations of Retail Employment for Generation Y. *Career Development International*, 12(6):523-544.
- Brown, S., Carter , B., Collins, M., Gallerson, C., Giffin, G., Greer, J., Griffith, R., Johnson, E. ve Richardson, K. (2009). Generation Y in the Workplace. <http://bush.tamu.edu/psaa/capstones/projects/2009/2009GenerationYintheWorkplace.pdf>, (05.07.2017).
- Bulduk, S. (1993). Üniversite Öğrencilerinin Geleneksel Türk Tatlılarını Bilme Durumu Üzerine Bir Araştırma. *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*, Toygar, K. (Ed.). Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları, Ankara, ss. 22-26.
- Coşkun, H. (2016). *Devlet ve Vakıf Üniversitelerinde Y Kuşağı Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Yatkınlığı ile İlişkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, ss. 1-118.
- Çevik, N. K. (Ekim 2004). Türk Mutfak Kültürü. <http://turkoloji.cu.edu.tr/HALKBILIM/mutfakkulturu.pdf>, (13.11.2016).
- Demirkaya, H., Akdemir, A., Karaman, E. ve Atan, Ö. (2015). Kuşakların Yönetim Politikası Beklentilerinin Araştırılması. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(1):186-204.

- Divert, C., Chabanet, C., Schoumacker, R., Martin, C., Lange, C., Issanchou, S. ve Nicklaus, S. (2016). Relation Between Sweet Food Consumption and Liking for Sweet Taste in French Children. *Food Quality and Preference*, 18-27.
- Eflaki, A. (2006). *Ariflerin Menkabeleri*. Yazıcı, T. (Çev.), Kabalcı Yayınları, İstanbul, ss. 233, 624.
- Eksen, İ. (2001). *Çok Kültürlü İstanbul Mutfağı*. Sel Yayıncılık, İstanbul, ss. 13.
- Eliaçık, M. (2012). Baklavaname. *International Journal of Social Science*, 5(4):1-9.
- Ertaş, Y. ve Gezmen Karadağ, M. (2013). Sağlıklı Beslenmede Türk Mutfak Kültürünün Yeri. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(1):117-136.
- Genchef. (Temmuz 2017). Orta Asya Mutfak Kültürü. <https://www.genchef.com/single-post/2017/07/11/Orta-Asya-Mutfak-Kulturu-Vol-2>, (10.04.2018).
- Genç, R. (1981). XI. yüzyılda Türk mutfağı. Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları, *Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri*, Ankara, ss.57-68.
- Gillespie, C. ve Cousins, J. (2011). *European Gastronomy Into The 21st Century*. Routledge, New York, pp. 5.
- Gözcü, A. ve Akçiçek, E. (2012). Osmanlı Mutfağında Kar ve Buz. I. *Türk Mutfak Kültürü Sempozyumu*, Bilgin, A. ve Samancı, Ö. (Ed.), Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Yayınları, Bilecik, ss.268-298.
- Gül, T. (2011). *Sağlıklı Beslenme Kavramı ve Üniversite Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıklarına Yönelik Tutum ve Davranışları: Çukurova Üniversitesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana, ss. 1-107.
- Gürsoy, D. (2004). *Tarihin Süzgecinde Mutfak Kültürümüz*. Oğlak Yayınları, İstanbul, ss. 76, 77, 98-100, 109.
- Gürsoy, D. (2009) *Acı Şeker*. Oğlak Yayınları, İstanbul, ss. 92.
- Halıcı, N. (2013). *Açıklamalı Yemek ve Mutfak Terimleri Sözlüğü*. Oğlak Yayıncılık, İstanbul, ss. 220.
- Haydaroğlu, İ. (2003). Osmanlı Saray Mutfağından Notlar. *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 22(34):1-9.
- Holt, S., Cobiack, L., Beaumont-Smith, N., Easton, K. ve Best, D. (2000). Dietary Habits and the Perception and Liking of Sweetness among Australian and



- Malaysian Students: A Cross-cultural Study. *Food Quality and Preference*, 299-312.
- Honkala, E., Eskola, A., Rimpela, M. ve Rajala, M. (1982). Consumption of Sweet Foods Among Adolescents in Finland. *Community Dentistry and Oral Epidemiology*, 10(3):103-110.
- İSMMMÖ. (Ocak 2014). Türkiye'nin Geleceğini 25 Milyonluk Kitle Belirleyecek. <http://archive.ismmmo.org.tr/docs/basin/2014/BULTEN/T%C3%BCrkiye%E2%80%99nin%20Yarat%C4%B1c%C4%B1%20Gelece%C4%9Fi%20Y%20Ku%C5%9Fa%C4%9F%C4%B1%20Raporu%20Bas%C4%B1n%20B%C3%BClteni.PDF>, (05.01.2018).
- İşın, P. M. (2008). *Gülbeşeker Türk Tatlıları Tarihi*. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, ss. 16-30, 42, 104, 126, 172, 204.
- İşın, P. M. (2010). *Osmanlı Mutfak Sözlüğü*. Kitap Yayınevi, İstanbul, ss. 131, 144, 173, 288-289, 345, 412.
- İvgin, H. (1984). Geleneksel Bir Türk Tatlısı: Pelte. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, *Geleneksel Türk Tatlıları Sempozyumu Bildirileri*, Ankara, ss.58-77.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kaplan, D. (2006). *Ankara Üniversitesine Türk Cumhuriyetlerinden Gelen Öğrencilerin Ülkelerine Ait Mutfak Kültürünü Değerlendirmeleri*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, ss. 1-147.
- Karasar, N. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Nobel Yayınları, Ankara.
- Kasaba, R. (1998). Göç ve Devlet: Bir İmparatorluk Cumhuriyet Karşılaştırması. Tarih Vakfı Yurt Yayınları, *Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Problemler, Araştırmalar, Tartışmalar, I. Uluslararası Tarih Kongresi*, İstanbul, ss. 336-343.
- Katou, Y., Mori, T. ve Ikawa, Y. (2004). Effect of Age and Gender on Attitudes Towards Sweet Foods Among Japanese. *Food Quality and Preference*, 171-179.
- Keleş, H. N. (2011). Y Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Bahçeşehir Üniversitesi Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2):129-139.

- Kızıldemir, Ö., Öztürk, E. ve Sarıışık, M. (2014). Türk Mutfak Kültürünün Tarihsel Gelişimde Yaşanan Değişimler. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(3):191-210.
- Korkmaz, S. (2017). *Y Kuşağında Liderlik Tarzı Beklentisine Etki Eden Kişilik Faktörü Üzerine Kesitsel Bir Çalışma*. Yüksek Lisans Tezi, Çag Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin, ss. 1-98.
- Kömürcüoğlu, H. (2015). *Y Kuşağını Anlamak Bir Gezi Parkı Araştırması*. Kanguru Yayınları, Ankara, ss. 61.
- Közleme, O. (2012). *Türk Mutfak Kültürü ve Din*. Rağbet Yayınları, İstanbul, ss. 25-26, 265.
- Kuru, İ. (2014). *Y Kuşağı ve İş Yaşam Dengesi*. Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, ss. 2.
- Kuyucu, M. (2017). Y Kuşağı ve Teknoloji: Y Kuşağının İletişim Teknolojilerini Kullanım Alışkanlığı. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(2):845-872.
- Küçükerdönmez, Ö. (2008). *Mevsimsel Değişikliklerin Hacettepe Üniversitesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü Öğrencilerinin Besin Tüketimi, Beslenme Alışkanlıkları, Antropometrik Ölçümleri ve Bazı Serum Vitamin Düzeyleri Üzerine Etkisi*. Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara, ss. 1-294.
- Küçükşahin, E. (2016). Gastronomi ve Medya İlişkisi. *Gastronomi ve Medya*, Yılmaz, H. (Ed.). Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir, ss. 2-27.
- Latif, H. ve Serbest, S. (2014). Türkiye'de 2000 Kuşağı ve 2000 Kuşağının İş ve Çalışma Anlayışı. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 2(4):132-163.
- Lower, J. (2008). Brace Yourself Here Comes Generation Y. *Critical Care Nurse*, 28(5):80-85.
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and Personality*. Harper & Row Publishers, New York, pp. 1-369.
- Mennella, J. ve Ventura, A. (2011). Early Feeding: Setting the Stage for Healthy Eating Habits. *Nestlé Nutrition Workshop Series: Pediatric Program*, 153-168.
- Merçil, E. (2000). *Türkiye Selçuklularında Meslekler*. TTK Yayınları, Ankara, ss. 45-54.

- Mevlana Celaleddin-i Rumi. (1973). *Mesnevi*. Gölpinarlı, A. (Çev.), Milliyet Yayınları, İstanbul, ss. 288.
- Mevlana Celaleddin-i Rumi. (1992). *Divan-ı Kebir*. Gölpinarlı, A. (Çev.), İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara, ss. 104, 109, 307.
- Michon, C., O'Sullivan, M. G., Sheehan, E., Delahunty, C. M. ve Kerry, J. P. (2010). Investigation of The Influence of Age, Gender and Consumption Habits on The Liking of Jam-filled Cakes. *Food Quality and Preference*, 553-561.
- Millennials: The Foodie Generation. (Aralık 2014). <http://corporate.univision.com/2014/12/millennials-the-foodie-generation/> (21.01.2017).
- Mitchell, B. (2005). Understanding and Managing Different Generations. [http://www.valueoptions.com/spotlight\\_YIW/pdfs/articles/Understanding\\_and\\_Managing\\_Different\\_Generations.pdf](http://www.valueoptions.com/spotlight_YIW/pdfs/articles/Understanding_and_Managing_Different_Generations.pdf), (22.11.2017).
- Oral, M. Z. (2002). Selçuklu Devri Yemekleri ve Ekmekleri. *Yemek Kitabı Tarih-Halkbilimi-Edebiyat*, Koz, M. S. (Ed.). İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, ss. 18-34.
- Önçel, S. ve Göde, M. Ö. (2016). Gastronomiye Sosyolojik Bir Bakış. *Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi*, Yılmaz, H. (Ed.). Detay Yayıncılık, Ankara, ss. 97-114.
- Önder, D. G. (2012). Kuşak Değişiminin Profesyonel Yaşama Etkisi. İstanbul Proje Yönetim Derneği, *Proje Yönetimi Ulusal Kongresi*. İstanbul.
- Özdoğan, E. N. (2008). Gençlerin Çikolata Tüketiminde Tercihleri Üzerine Bir Alan Araştırması. *New World Sciences Academy Dergisi*, 3(1):158-170.
- Saatçı, G. (2016). Kültürel Miras Olarak Gastronomi. *Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi*, Yılmaz, H. (Ed.). Detay Yayıncılık, Ankara, ss. 1-18.
- Samancı, Ö. (2006). 19. Yüzyılın İkinci Yarısında Osmanlı Elitinin Yeme-İçme Alışkanlıkları. *Soframız Nur Hanemiz Mamur: Osmanlı Maddi Kültüründe Yemek ve Barınak*, Faroqhi, S. ve Neumann, C. (Ed.). Kitap Yayınevi, İstanbul, ss. 185-208.
- Samancı, Ö. (2008). İmparatorluğun Son Döneminde İstanbul ve Osmanlı Saray Mutfak Kültürü. *Türk Mutfağı*, Bilgin, A. ve Samancı, Ö. (Ed.). Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara, ss. 199-219.

- Samancı, Ö. (2016). Cumhuriyet Döneminde Türk Mutfak Kültürü. *Türk Mutfak Kültürü*, Arıkan, A. D. (Ed.). Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, ss. 86-105.
- Schofield, C. P. ve Honoré , S. (2009). Generation Y and Learning. *The Ashridge Journal* , 26-32.
- Sefercioğlu, M. N. (1985). *Türk Yemekleri: 18. Yüzyıla Ait Yazma Bir Yemek Risalesi*. Feryal Basımevi, Ankara, ss. 23.
- Sormaz, Ü., Sürücüoğlu, M. S. ve Akan, L. S. (2008). Beslenme Kültüründeki Eğilim: Fast Food Yemek Tercihleri. Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları, 38. *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*, Ankara, ss. 1211-1232.
- Sosa, M. ve Hough, G. (2006). Sensory Acceptability of Menus and Sweet Snacks Among Children and Adults From Low and Medium Income Households in Argentina. *Food Quality and Preference*, 590-597.
- Sweeney, R. (Aralık 2006). Millennial Behaviors & Demographics. Newark, <http://unbtl.ca/teachingtips/pdfs/sew/Millennial-Behaviors.pdf>, (08.03.2018).
- Şahin, H. (2008). Türkiye Selçuklu ve Beylikler Dönemi Mutfağı. Türk Mutfağı, Bilgin, A. ve Samancı, Ö. (Ed.). Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara, ss. 39-55.
- Şanlıer, N., Cömert, M. ve Özkaya, F. D. (2008). Türk Mutfağındaki Geleneksel Tatlı ve Helvaları Gençlerin Tanıma Durumu. Gıda Teknolojisi Derneği, *Türkiye 10. Gıda Kongresi*, Erzurum, ss. 1123-1127.
- Şanlıer, N., Cömert, M. ve Özkaya, F. D. (2012). Gençlerin Türk Mutfağına Bakış Açısı. *Milli Folklor*, 24(94):152-161.
- Şavkay, T. (2000a). *Osmanlı Mutfağı*. Şekerbank Yayınları, İstanbul, ss. 247.
- Şavkay, T. (2000b). *Tatlı Kitap Türk ve Dünya Tatlıları*. Şekerbank Yayınları, İstanbul, ss. 7-8, 80, 124.
- Şemseddin Sami. (2001). *Kamus-u Turki*. Çağrı Yayınları, İstanbul, ss. 347.
- Tan, A. (1993). *Adana İli Üniversite Yurt Öğrencilerinin Gıda Tüketim Harcamalarının Yapısı ve Sorunları*. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana, ss. 1-71.
- Tescilli Coğrafi İşaretler. (2018). Türk Patent ve Marka Kurumu, <http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalRegisteredList/> (10.07.2018).

- Tez, Z. (2012). *Lezzetin Tarihi Geçmişten Bugüne Yiyecek, İçecek ve Keyif Vericiler*. Hayykitap, İstanbul, ss. 69.
- Tezcan, M. (2016). Türkler'de Yemek Yeme Alışkanlıkları ve Buna İlişkin Davranış Kalıpları. <http://www.turkish-cuisine.org/turk-yemek-kulturu-202/turklerde-yemek-yeme-aliskanliklari-199.html>, (18.11.2016).
- Tiryaki, G. Y. ve Akbay, C. (2009). Kaharamanmaraş'ta Dondurma Tüketim Alışkanlığı. *Gıda Dergisi*, 34(3):143-148.
- Tolbize, A. (Ağustos 2008). Generational Differences In the Workplace. [http://rtc.umn.edu/docs/2\\_18\\_Gen\\_diff\\_workplace.pdf](http://rtc.umn.edu/docs/2_18_Gen_diff_workplace.pdf), (18.01.2017).
- Topoğlu, O. ve Erden, E. (2012). Bireysel Çalgı Eğitimi Dersine Yönelik Tutum Ölçeğinin Geliştirilmesi. *Akademik Bakış Dergisi*, (31):1-11.
- Tufur, M. (Mayıs 2011). Türkiye'nin Y kuşağı. Conento, [http://www.conento.com.tr/uploads/Conentodan\\_Trkiyenin\\_Y\\_Kua\\_Aratrma\\_Raporu.pdf](http://www.conento.com.tr/uploads/Conentodan_Trkiyenin_Y_Kua_Aratrma_Raporu.pdf), (04.06.2017).
- Tulgan, B. ve Martin , C. A. (2001). *Managing Generation Y: Global Citizens Born in the Late Seventies and Early Eighties*. Human Resource Development Press, Amherst, pp. 4.
- Turan, O. (1948). Selçuklu Devri Vakfiyeleri III Celaleddin Karatay Vakıfları ve Vakfiyeleri. *Belleten*, XII(45):56-57.
- Turan, O. (2008). *Selçuklular Tarihi ve Türk-İslam Medeniyeti*. Ötüken Neşriyat, İstanbul, ss. 290, 361.
- TÜİK. (2013). Temel İstatistikler / Nüfus ve Demografi / Yaş ve Cinsiyete Göre Nüfus. <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>, (24.11.2017).
- Tükel, İ. (2014). Tüketimin Yeni Aktörleri: “Y Kuşağı”. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, 1-22.
- Türk Dil Kurumu. (2018). Güncel Türkçe Sözlük. <http://www.tdk.gov.tr/> (10.06.2018).
- Ünver, S. (1982). Selçuklular, Beylikler ve Osmanlılarda Yemek Usulleri ve Vakitleri, Ankara Üniversitesi Basımevi, *Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri*, Ankara, ss. 1-13.
- Vereecken, C. A., Henauw, S. ve Maes, L. (2005). Adolescents' Food Habits: Results of the Health Behaviour in School-aged Children Survey. *British Journal of Nutrition*, 423-431.

- Yaşa, E. ve Bozyiğit, S. (2012). Y Kuşağı Tüketicilerinin Cep Telefonu ve GSM Operatörleri Tercihi: Mersin İlindeki Üniversite Öğrencilerinin Tercihlerini Belirlemeye Yönelik Pilot Bir Araştırma. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1):29-46.
- Yaşar Arıkan, Z. (2015). *Üniversite Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıkları: Dumlupınar Üniversitesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kütahya, ss. 1-102.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Detay Yayıncılık, Ankara, ss. 49-50.
- Yediyıldız, B. (1987). Niksarlı Ahi Pehlivan'ın dârü's-sulehâsı. *Türk Tarih ve Kültüründe Tokat Sempozyumu*, Ankara, ss. 281-290.
- Yerasimos, M. (2005). *500 Yıllık Osmanlı Mutfağı*. Boyut Yayıncılık, İstanbul, ss. 238, 248, 256, 270, 279.
- Yılmaz, A. (2004). *İşyerimiz Mutfak Mesleğimiz Aşçılık Sanatımız Pişirmek*. Boyut Yayıncılık, İstanbul, ss. 53.
- Young, M. E. ve McCoy, A. W. (2015). Millennials and Chocolate Product Ethics: Saying One Thing and Doing Another. *Food Quality and Preference*, 42-53.
- Yüksekbilgili, Z. (2013). Türk Tipi Y Kuşağı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(45):342-35

## ÖZGEÇMİŞ

Yaşar SEVİMLİ 1993 yılında Konya’da doğdu. 2015 yılında Çanakkale 18 Mart Üniversitesi / Gökçeada Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu / Gastronomi bölümünden yüksekokul birincisi olarak mezun oldu. 2015 güz döneminde Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı’nda yüksek lisans eğitimi almaya başladı. 2017 Eylül ayında Altınbaş Üniversitesi / Uygulamalı Bilimler Fakültesi / Gastronomi bölümünde Araştırma Görevlisi olarak göreve başladı. Akademik çalışmalarına ve eğitim hayatına devam etmektedir.

## **CURRICULUM VITAE**

Yaşar SEVİMLİ was born in 1993 in Konya. He graduated from Çanakkale 18 Mart University / Gökçeada School of Applied Science / Gastronomy as the first place in 2015. In the fall of 2015, he has started his master's degree in Gaziantep University Social Sciences Institute Gastronomy and Culinary Arts Department. In September 2017, he started to work as a research assistant at Altınbaş University / Faculty of Applied Sciences / Department of Gastronomy. He has been continuing his academic studies and education career.