

T.C.
UŞAK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

GIDA MÜHENDİSLİĞİ ANABİLİM DALI

**UŞAK İLİNDE HAZIR YEMEK HİZMETİ ALAN FARKLI
SOSYO-EKONOMİK DÜZEYE SAHİP KİŞİLERİN YEME
DAVRANIŞLARININ VE MENÜ TERCİHLERİNİN
BELİRLENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÖZGE ÇAM

KASIM 2019
UŞAK

T.C.
UŞAK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

GIDA MÜHENDİSLİĞİ ANABİLİM DALI

**UŞAK İLİNDE HAZIR YEMEK HİZMETİ ALAN FARKLI
SOSYO-EKONOMİK DÜZEYE SAHİP KİŞİLERİN YEME
DAVRANIŞLARININ VE MENÜ TERCİHLERİNİN
BELİRLENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÖZGE ÇAM

UŞAK 2019

Özge ÇAM tarafından hazırlanan “Uşak İlinde Hazır Yemek Hizmeti Alan Farklı Sosyo-Ekonomik Düzeye Sahip Kişilerin Yeme Davranışlarının ve Menü Tercihlerinin Belirlenmesi” adlı bu tezin Yüksek Lisans tezi olarak uygun olduğunu onaylarım.

Dr. Öğr. Üyesi Buket AYDENİZ GÜNEŞER
Tez Danışmanı, Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı

Bu çalışma, jürimiz tarafından oy çokluğu ile Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Dr. Öğr. Üyesi Buket AYDENİZ GÜNEŞER
(Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı, Uşak Üniversitesi)

Doç. Dr. Onur GÜNEŞER
(Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı, Uşak Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÖGÜTCÜ
(Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

Tarih: 05/11/2019

Bu tez ile U.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu Yüksek Lisans derecesini onamıştır.

Doç. Dr. Murat Kemal KARACAN
Fen Bilimleri Enstitüsü Müdürü

TEZ BİLDİRİMİ

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını bildiririm.

Özge ÇAM



**UŞAK İLİNDE HAZIR YEMEK HİZMETİ ALAN FARKLI
SOSYO-EKONOMİK DÜZEYE SAHİP KİŞİLERİN YEME
DAVRANIŞLARININ VE MENÜ TERCİHLERİNİN
BELİRLENMESİ
(Yüksek Lisans Tezi)**

Özge ÇAM

**UŞAK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

Kasım 2019

ÖZET

Bu araştırma, Uşak ilinde hazır yemek hizmeti alan farklı yaş, cinsiyet ve sosyoekonomik düzeye sahip kişilerin yeme alışkanlıklarını, beyaz yakalı ve mavi yakalı olarak adlandırılan çalışan sınıflarının yemek tercihlerini, menü seçimlerini, gıda güvenliği ve hijyen bilgilerini vb. durumları ortaya koymak ve bunlarla ilgili sorunları giderme konusunda neler yapılabileceğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışma neticesinde, hazır yemek hizmeti alan kişilerin günlük öğün düzenleri, öğün içerikleri, menü tercihleri ve özel beslenme alışkanlıklarına (tuz kullanımı, baharat kullanımı, alkollü içecek tüketimi vb.) yönelik değerli bilgiler elde edilmiştir. Hazır yemek hizmeti alan kişilerin yemeğin hazırlandığı, taşındığı ve hatta servis edildiği mekânların hijyeni konusunda gerekli titizliğe sahip olması ise tüketici bilinçlendirmesi ve gıda güvenliğinin yaygınlaştırılması bakımından umut verici olarak değerlendirilmiştir.

Bilim Kodu:

Anahtar Kelimeler: Beslenme, menü, tüketici, anket, sosyo-ekonomik

Sayfa Adedi: 64

Tez Yöneticisi: Dr. Öğretim Üyesi Buket Aydeniz-Güneşer

**EVALUATION OF THE EATING BEHAVIOURS AND MENU CHOICE OF
INDIVIDUALS FROM DIFFERENT SOCIO-ECONOMIC LEVELS WHO
READY-TO-EAT MEALS SERVICE IN UŞAK PROVINCE**

(M. Sc. Thesis)

Özge ÇAM

**UNIVERSITY OF UŞAK
GRADUATE SCHOOL OF NATURAL AND APPLIED SCIENCES**

November 2019

ABSTRACT

The aims of this study were to investigate eating habits of people who received ready-to-eat at different age, gender, and socioeconomic levels service, to determine of food or menü preferences of the worker classes called as white collar and blue collar, to carried out consumer's food safety and food hygiene knowledge and also to indicate what can be done about related problems of these situations in Uşak city.

As a result of this study, valuable scientific findings have been obtained as daily meal scheme and contents, menü preferences and special dietary habits (use of salt or spice, consumption of alcoholic beverages etc.) of people who receive ready-to-eat.

Moreover, he presence of people who have knowledge about on hygiene status of food cooking, food transfer and also food service areas evaluated as epted as a promising approach in terms of consumer awareness and food safety dissemination.

Science Code:

Key Words: Nutrition , menu, consumer survey, socio-economy

Page Number: 64

Supervisor: Dr. Buket Aydeniz-Güneşer

TEŞEKKÜR

Çalıőmalarım boyunca değerli yardım ve katkılarıyla beni yönlendiren Hocam Dr. Öğr. Üyesi Buket Aydeniz-Güneşer'e, beni bu zaman kadar yetiőtiren, en büyük emek sahibi olan anne ve babama, uzun süren çalıőmalarım sonucu bana karşı sabrını ve desteğini yitirmeyen eőime ve biricik oğluma őükranlarımı sunarım. Sevgili kardeőlerim ve dostlarıma anket uygulamasına gösterdikleri katkılarından dolayı ayrıca teőekkürü bir borç bilirim.

Özge ÇAM

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
ÇİZELGELERİN LİSTESİ.....	vi
ŞEKİLLERİN LİSTESİ.....	vii
SİMGE VE KISALTMALAR.....	viii
1. GİRİŞ.....	1
2. KURAMSAL TEMELLER VE LİTERATÜR ÖZETİ.....	7
3. MATERYAL ve YÖNTEM.....	10
3.1 Materyaller.....	10
3.2 Yöntem.....	11
4 BULGULAR ve TARTIŞMA.....	12
4.1 Katılımcılara Ait Demografik Verilerin Değerlendirilmesi.....	12
4.2 Katılımcıların Ekmek Tüketim Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi.....	14
4.3 Katılımcıların Günlük Öğün Düzenlerini ve Menü Tercihlerini Etkileyen Özel Durumların Değerlendirilmesi.....	15
4.4 Katılımcıların Özel Tüketim Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi.....	17
4.5 Katılımcıların Dışarıda Aldıkları Yemek Hizmetine Ait Özel Tercihlerinin Değerlendirilmesi.....	21
4.6 Katılımcıların Dışarıda Aldıkları Yemek Hizmetine Ait Genel Hijyen Durumunun Değerlendirilmesi.....	23
4.7 Katılımcılara Sunulan Menülerin Genel Beğeni Durumlarının Değerlendirilmesi.....	25
4.8 Katılımcılardan Elde Edilen Verilerin Korelasyonları.....	30
4.9 Katılımcıların Ekmek Tüketim Alışkanlıkları, Günlük Öğün Düzenleri ve Menü	

Tercihlerine Ait Verilerin Korelasyonu.....	32
4.10 Katılımcıların Özel Tüketim Alışkanlıklarına Ait Verilerin Korelasyonu.....	34
4.11 Katılımcıların Dışarıda Aldıkları Yemek Hizmetine İlişkin Özel Tercihlerinin Korelasyonu.....	36
4.12 Katılımcıların Dışarıda Aldıkları Yemek Hizmetine Ait Genel Hijyen Durumu Korelasyonu	36
4.13 Katılımcılara Sunulan Menülerin Genel Beğeni Durumlarına Ait Verilerin Korelasyonu.....	38
5. SONUÇ ve ÖNERİLER.....	40
KAYNAKLAR.....	43
EKLER.....	46
EK 1- ÇALIŞMADA KULLANILAN ANKET FORMU.....	47
ÖZGEÇMİŞ	53

ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge	Sayfa
Çizelge 4.1 Anket katılımcılarına ait demografik veriler	13
Çizelge 4.2 Anket katılımcılarının ekmek tüketim alışkanlıklarına ait veriler	15
Çizelge 4.3 Anket katılımcılarının öğün düzenleri ve öğün içeriklerine ait veriler.....	16
Çizelge 4.4 Anket katılımcılarının bireysel tüketim tercihlerine ait veriler	20
Çizelge 4.5 Anket katılımcılarının dışarıda yemek hizmeti almalarıyla ilgili bireysel tercihleri.....	22
Çizelge 4.6 Anket katılımcılarının dışarıda yemek hizmeti aldıkların yerin genel hijyen durumuna ait görüşleri.....	24
Çizelge 4.7 Anket katılımcılarının servis edilen menülerin içeriklerine ait görüşleri.....	26
Çizelge 4.8 Katılımcılardan toplanan demografik verilerin korelasyonu.....	31
Çizelge 4.9 Katılımcıların ekmek tüketim alışkanlıkları, günlük öğün düzenleri ve menü tercihlerine ait verilerin korelasyonu.....	33
Çizelge 4.10 Katılımcıların özel tüketim alışkanlıklarına ait verilerin korelasyonu.....	35
Çizelge 4.11 Katılımcıların dışarıda aldıkları yemek hizmetine ilişkin özel tercihlerini korelasyonu.....	37
Çizelge 4.12 Katılımcıların dışarıda aldıkları yemek hizmetine ait genel hijyen durumu Korelasyonu.....	37
Çizelge 4.13 Katılımcılara sunulan menülerin genel beğeni durumlarına ait verilerin Korelasyonu.....	39

ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 3.1. Anket katılımcılarının cinsiyet dağılımları.....	10
Şekil 3.2. Anket katılımcılarının yaş dağılımları.....	11
Şekil 3.3. Porsiyon Ölçüleri Müdahale Algoritması	29



SİMGELER VE KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış bazı simgeler ve kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Simge

%

Açıklama

Yüzde oranı

Kısaltmalar

BSÖ

Açıklama

Beslenme Servisi Örgütü

TBS

Toplu Beslenme Sistemi

1. GİRİŞ

Yaşamın başlangıcından, hayatın bitmesine kadar olan süreçte her canlının beslenmeye olan isteği elzemdir. Bu elzem ihtiyaç ve endüstriyel gelişmelerin hız kazandığı kentsel yaşamdaki ekonomik güçlenme ve çalışan kişi sayısının oransal artışı sonucunda giderek önem kazanan bir sistem olarak ifade edilmektedir [1]. Kentleşmenin artması ile beraberinde ekonomi ve sanayileşmede artmıştır. Buna bağlı olarak çalışan sayısındaki artış hızının yüksekliği ve çalışanlara verilen, zamanla daha da iyileşen çalışma şartlarının artması ile toplu beslenme hizmetinin temelleri atılmıştır. Toplu yemeğin hem işverene hem de işçi/çalışanlara olumlu geri dönüşleri vardır. Örneğin zaman motivasyon iş gücünün artması gibi etkileri söz konusudur. Yerleşim alanlarının genişlemesi, nüfus artışlarının olması ile de toplu beslenme hizmeti veren tüm kurumların faaliyet alanları ve performanslarında dikkat çeken değişiklikler meydana getirmiştir [1]. Kişilerin yaşadıkları, çalıştıkları kısacası buldukları yerden ayrılmadan yiyecek ve içecek seçmelerine imkân sağlayan ve sunan “Toplu Beslenme Sistemleri ” bu hizmeti alan kişilerin beslenme ihtiyaçlarını gidermek, beslenme sorunlarını tespit etmek, yönetmek ve önlemek için çalışan kuruluşlardır. Toplu beslenmede üretimin kontrol altına alınması, üretimde standardizasyonun sağlanması, müşteri memnuniyetinin sağlanması gibi hususlar önemlidir. Toplu tüketimin olduğu başlıca yerler; hastaneler, eğitim kurumları, özel ihtiyaca yönelik bakım merkezleri, konaklama hizmeti veren kuruluşlar biçiminde ifade edilmiştir [2].

Ülkemizde kentleşme ve sanayileşmenin olmadığı zamanlarda, nüfusun yaklaşık beşte birinin toplu beslenme servislerini tercih ettiği düşünülmekteydi. Son zamanlarda yapılan nüfus verileri göz önüne alındığında, ülkemiz genelinde çalışan nüfusun %41'e ulaşması önemlidir. Ayrıca çalışanların nüfus oranının %64 düzeyinde erkek ve % 36 düzeyinde kadınlardan oluşmasıyla birlikte genel nüfusun daha önceki yıllarda toplu beslenme hizmeti alan kişilere kıyasla daha da arttığı gözlenmiştir [3].

Toplu beslenme hizmetleri birçok unsurdan oluşmaktadır. Bu unsurlar maddeler halinde sıralandığında;

- Kültür farklılıkları,
- Menü-maliyet faktörleri,
- Tüketicinin isteği ve beklentisi göz önüne alınarak toplu beslenme hizmeti için elzem olan yiyecek ve içeceklerin belirlenmesi,
- retilecek ve tüketimi yapılacak olan her türlü gıda, hammadde, yarı mamul ve mamul gibi menüde yer alan malzemelerin miktarlarının belirlenmesi,
- Maliyetlerinin hesaplanması,
- Toplu tüketim hizmeti için belirlenen alandan (mutfaktan) servis alanına (yemekhane) kadar kullanılacak tüm alet ekipmanların belirlenmesi,
- Servis edilecek yiyecek ve içecek grubunun ön hazırlık aşamalarının yapılması,
- Her yemek, içecek tatlı, meze vs. gibi gruplara uygun pişirme işlemi,
- Yiyeceklerin ve içeceklerin servis edilmesi,
- Mutfak ve yemekhaneden çıkan atıl yemek, evsel atık, plastik, teneke vs. gibi atıkların ve artıkların kaldırılması,
- Servis hizmetinin en son ve önemli aşamalarından olan biri olan bulaşıkların yıkanması

olarak ifade edilebilir

Toplu Beslenme Hizmetinin bir diğer unsuru da personeldir. Personel yönetimi, gıda maliyeti, ürün girdi-çıktı kontrol edilmesi, maliyet hesabı ve ofis hizmetleri gibi konuları kapsayan bir hizmetler bütünüdür. Bu hizmetlerin kolay bir Şekilde uygulanması ve devamlılığının sağlanması açısından tüm bu Őartların yerine getirilmesi gerekmektedir. Bu Őartlardan birisi hizmetin yapılacağı alana kapasiteye uygun bir mutfak belirlenmeli ve buna uygun olarak da yemekhane planlamasının yapılmasıdır [4].

Toplu beslenme hizmetinin planlı bir Şekilde yürütülebilmesi için öncesinden menü planlanması ve bu plana göre yiyecek-içecek, kullanılacak malzemelerin belirlenmesi, üretilecek olan kuver ve satış kuverlerinin tahmini bir Şekilde planlanması da gerekmektedir. Menünün müşteri memnuniyetini, önerilerini, isteklerini göz önüne

olarak hazırlanması işletmenin amaç ve hedeflerine ulaşmasında en önemli rolü üstlenmektedir. İşletme sahipleri veya yöneticileri menüyü sadece maliyet odaklı oluşturmadan müşteri memnuniyeti, mevsimsel ve kültürel farklılıkları, sağlıkla alakalı özel durumları(diyabet, obezite, tansiyon vs.) baz alarak planlanmalıdır [5] .

Toplu beslenme hizmetlerinin temelini oluşturmakta olan menüler hizmetin yapılacağı alana göre menü ve içeriği belirlenmeli kalori hesaplanması beslenme değerleri oluşturulmalıdır [6].

1.1 Menü ve Menü Planlama

Latince “Minutus” sözcüğünden türeyen ‘menü’ sözcüğü kelime anlamı olarak “küçük, az” ı ifade etmektedir. Dilimizde yer alan mini, minör, minimum sözcükleri de benzer şekilde bu Latince kökenden türemiştir [7]. Türk Dil Kurumu’na göre menünün tanımı: Yenecek yemeklerin listesi, “Sofraya çıkarılacak yemeklerin hepsi” olarak verilmiştir [8]. Menünün en kısa tanımı Beslenme Servisi Örgütü tarafından (BSÖ) servise sunulan yemek listesi biçimindedir [5].

Uygun menünün planlanmasının sağlayacağı birçok farklı avantaj bulunmaktadır: Bunlar arasında:

- i. Tüketici ve müşterinin memnun kılınması
- ii. Personel motivasyonunun sağlanması
- iii. Çalışan personelin görev tanımlarının ve görev dağılımının dengeli yapılması
- iv. Maliyet hesaplarına ve satın alma prosedürlerine hız kazandırılması
- v. İşletmenin ihtiyaç duyulan araç-gereç ve yiyecek gereksinimlerinin belirlenmesi yer almaktadır [9].

İşletmelerin menülerini hazırlama aşamasında başlıca dikkat etmeleri gereken unsur, bu hizmeti alan bireylerin günlük kalori ve besin grubu ihtiyaçlarıdır. Bu durum hem bireylerin sağlığı hem de iş ve yaşam performansları için kritik öneme sahiptir [10]. Bu amaca uygun menü planlayabilmek için; Menü sunulacak bireylerin temel besin

gereksinimleri, özel sağlık durumları, yaş aralıklarının dikkate alınması ve besinlerin hazırlanmasında gıda güvenliğine dikkat edilmesi gerekmektedir [11]. Temel altı grupta yer alan besin öğelerinin dengeli biçimde ve uygun oranlarda alınmasının bireyin sosyal ve ekonomik yaşantısında meydana getireceği tüm değişikliklerde göz önünde bulundurulmalıdır [12].

1.2 Menülerin Gruplandırılması

Menülerin hazırlanmasında farklı amaçlar gözetilebilmektedir. Menüleri kullanım amaçlarına göre menüleri dört ana başlık altında gruplandırabiliriz. [13]

Sunma şekli ve fiyat yapısı açısından menüler aşağıdaki gibi gruplandırılabilir;

- a. **Tabldot Menüler:** Menüde bulunan tüm yiyeceklerin ve içeceklerin birlikte gruplandırıldığı genel olarak çorba, ana yemek, ara sıcak ve soğuk olarak sunulduğu menü çeşididir. Hazır yemek endüstrisinde kullanılan ve fiyat açısından da en uygun standart bir menüdür.
- b. **Alakart Menüler:** Yiyecek ve içeceklerin farklı farklı listelendiği ve her ürüne farklı fiyat listesinin oluşturulduğu menülerdir. Menüde belirtilen ürünlerin, müşteri tarafından yiyecek – içecekleri seçme imkânı vardır [13].

İşletmelerin amaca uygun olarak bazı menüleri değiştirip bazı menüleri değiştirmemektedir. Bu menüler aşağıdaki gibi gruplandırılabilir.

Sabit Menüler: İşletmelerin hizmet politikalarına göre değişmeyen menülerdir. Örnek olarak Restoranlarda, lokantalarda ve fast- food tarzı olan yerlerde kullanılır.

Devirli Menüler: Her gün hatta her öğünde değişkenlik gösteren menülerdir. İşletmelerde genellikle aylık ve öğünler baz alınarak yapıla bilinir [13].

Yemek öğünleri açısından menüler aşağıdaki gibi gruplandırılabilir;

- a. **Kahvaltı Menüleri:** Kahvaltı menüleri diğer menülere kıyasla fiyatları daha düşük ve servisi hızlı olan menülerdir. Son zamanlarda Açık büfe kahvaltılarda yaygınlaşmıştır.

- b. **Öğle Menüsü:** İşletmelerde en çok kullanılan öğün ve menüdür. Genel olarak tabldot veya alakart menülerden oluşmaktadır.
- c. **Brunch:** Sabah kahvaltısı ve öğle yemeği kelimelerinin birleşmesinden oluşan bu menü her iki öğünü de kapsar. Kahvaltı başlama saati ile ikinci çayına kadar uzanan zaman diliminden oluşmaktadır.
- d. **Akşam Menüsü:** Hastane, yurtlarda, ordu vs. gibi konaklamalı olan yerlerde daha çok kullanılan menülerdir [13].

Özel durumlarda kullanılan menülerde aşağıdaki gibi gruplandırılabilir;

- a. **Çocuk Menüsü:** Okul, kreş vs. gibi çocukların yoğunlukla buldukları yerlerde tercih edilen ve çocukların büyüme ve gelişme faktörlerini değerlendirerek hazırlanan menülerdir. Yiyecek ve içecek Porsiyonları buna göre hazırlanmalıdır.
- b. **Alkollü İçecekler Menüsü:** Genellikle Alkollü mekânlarda ve turizm-eglenme sektöründe kullanılmaktadır.
- c. **Tatlı Menüsü:** İşletmelerin cinsine ve büyüklüğüne göre tatlı türleri ve sayıları değişir.
- d. **Oda Servisi Menüsü :** Genellikle yatılı hizmet veren kurumlarda müşteriye hizmet kolaylığı sağlaması açısından kullanılan menülerdir.
- e. **Özel Mutfak Menüsü :** Belli bir ülkeye veya yörenin kültürel değerlerine göre hazırlanan menülerdir. Örn. Türk mutfacı veya Ege yöresi gibi.
- f. **Ziyafet Menüleri :** Ziyafet türüne bağlı olarak değişkenlik gösteren menülerdir. Kutlama törenleri, kokteyl vb [13].

1.3 Hazır Yemek Endüstrisi

İnsanların temel ihtiyaçlarını karşılamak adına ‘‘Hazır Yemek Endüstrisi’’ Gıda endüstrisi işletmelerinin başında yer almaktadır. Hazır yemek sektörü, taşımali hizmet, yerinde üretim, merkezi mutfak yönetiminde yerinde üretim ve paket hizmeti veren servis olarak alt sınıflara ayrılmaktadır.

Bu çalışma, Uşak ilinde hazır yemek hizmeti alan tüketicilerin menü tercihlerini, menü kavramından beklentilerini, yeme alışkanlıklarını vb. faktörleri ortaya koymak amacıyla

gerçekleştirilmiştir. Araştırmada yüz yüze görüşme yoluyla anket tekniğinden yararlanılmış ve tüm amaçlar aşağıdaki maddeler halinde sıralanmıştır;

- Uşak ilinde toplu beslenmenin yapıldığı alanlarda müşteri memnuniyet dinamiklerinin belirlenmesi,
- Tercih edilen yemek gruplarının ve beslenme alışkanlıklarının belirlenmesi,
- Çalışma yapılacak olan kişilerin eğitim seviyelerinin belirlenmesi,
- Uşak ilinde hazır yemek hizmeti alan farklı yaş, cinsiyet ve sosyo-ekonomik düzeye sahip kişilerin yeme alışkanlıklarının belirlenmesi,
- Beyaz yakalı ve mavi yakalı olarak adlandırılan çalışan sınıflarının yemek tercihlerinin belirlenmesi,
- Anket katılımcılarının genel gıda güvenliği ve hijyen bilgilerine dair durumların ortaya koyulması.

2. KURAMSAL TEMELLER VE LİTERATÜR ÖZETİ

Adana ilinde toplu beslenme yapılan bazı kurumların menülerinin değerlendirilmesi ve tüketici görüşlerinin belirlenmesine yönelik yapılan bir çalışma da, menünün besin değeri bakımından uygunluğu (%96.1), menüde sunulan yemeklerin kıvamı (%85.3) ve tat uygunluğu (%71.7) gibi kriterlerin tüketiciler için önemli tercih faktörleri olduğu belirlenmiştir [14].

İstanbul piyasasında hazır yemek üretimi yapan işletmelerde çalışan personelin hijyen bilgi düzeyini belirlemek amacıyla yapılan bir başka çalışma da ise, bu sektörde çalışan personelin öğrenim durumlarının (%41,6'sı ilkokul, %48,7'si ortaöğrenim ve %9,7'si üniversite) düşük olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca öğrenim düzeyi yüksek olan personelin hijyen ve sanitasyon konusunda bilgi düzeyinin de yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu durum sektörde çalışan personelin eğitiminin ne kadar önemli olduğunu ortaya koymuştur [15].

Van ilinde lise son sınıf öğrencilerin beslenme alışkanlıkları üzerine cinsiyetlerinin etkisini tespit etmeye yönelik yapılan bir diğer çalışmada, ankete katılan öğrencilerin yarıdan (% 53) fazlasının düzenli beslendiği tespit edilmiştir. Erkek ve kız öğrencilerin öğün sayıları karşılaştırıldığında ise erkeklerin %32,2'sinin 2 öğün, % 37,3'ünün 3 öğün, % 27,1'inin 4 öğün ve %3,4'ünün ise günde 5 ve üstü öğün yemek yediği tespit edilmiştir. Öğün sayıları kız öğrenciler için analiz edildiğinde ise % 24,1'inin 2 öğün, %35,6'sının 3 öğün, % 37,4'ünün 4 öğün ve % 2,9'unun ise 5 öğün ve üstü yemek yediği gözlenmiştir. Aynı araştırmada beslenme düzeni için önemli bir başka bulguya daha ulaşılmış ve lahmacun, kebab, döner gibi geleneksel besinleri tüketmeyenlerin öğrencilerin oranı % 7,1 olmasına karşın, hamburger, tost, sandviç, pizza gibi fast-food tarzı besinleri tüketen öğrencilerin oranı % 18,3 olarak tespit edilmiştir [16].

Yalova ilinde yaşıyan farklı eğitim ve gelir düzeyine sahip bireylerin beslenme alışkanlıkları değerlendirilmiş ve zamansızlık ve iştahsızlık gibi sebeplerin öğün atlamada başlıca etken olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların yemek yemedeki önceliklerini yemeklerin lezzetli ve taze olmasının etkilediği görülmüş; günlük beslenmede tüketilmesi tavsiye edilen zeytinyağının genel olarak yetersiz tüketildiği, tüketilmesi tavsiye edilmeyen katı yağların ise katılımcıların çoğu tarafından sıklıkla tercih edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Tüketicilerin bir öğünde tükettikleri ekmek miktarları sorulduğunda ise büyük çoğunluğun (%49) yarım ve bir tam ekmek tükettiği; sosyo-ekonomik durumu iyi olmayan kişilerin besin ihtiyacını genelde ekmek ile karşıladığı ve sonuç olarak bu durumun kişileri daha ucuz ekmek almaya yönelttiği tespit edilmiştir. En çok tüketilen ekmek türü bu çalışma için beyaz ekmek (%73,6), tam buğday ekmeği (%57), kepekli ekmek (%40), çavdar ekmeği (%35) ve tost ekmeği (%27) biçiminde sıralanmıştır [17].

İstanbul Halk Ekmek Büfe işletmeciliği dinamikleri ile müşteri profili ve tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmada, tüketicilerin ekmeği sofraya koyuş biçimi değerlendirilmiş ve ince dilim halinde sunanların %30, bölünmüş büyük parçalar halinde sunanların ise %29 olduğu ifade edilmiştir. Ekmek israfını önlemek ve bayatlamayı yavaşlatabilme adına ekmeğin ince dilimler halinde doğranması gerektiği düşünülmektedir. Kişilerin yiyeceği kadar ekmeği alıp ve bunu tüketmesiyle, ekmek israfının önüne geçilebileceği vurgulanmıştır [18]. Günlük yemek menülerine göre ekmek tüketiminin ve kullandığı ekmek miktarının değişip değişmediği şeklinde soruya tüketicilerin %85 'lik kısım evet yanıtını vermiştir. Geriye kalan %15 'lik bir kısım ise ekmek kullanımını alışkanlık haline getirdiği düşünülmektedir [18].

Tüketicilerin gıda güvenliğiyle ilgili bilgi-tutum ve davranışlarına yönelik yapılan bir başka çalışmada, yiyecek maddelerinin satıldığı yerin koşullarının (temizlik vb.) önemli olmasına dikkat eden kişi oranının tüm katılımcıların %82'si olduğu, kokusu olan gıdaların

besin zehirlenmesine neden olacağını düşünerek tüketmeyen kişi oranının ise %82,1 olduğu belirtilmiştir [19].

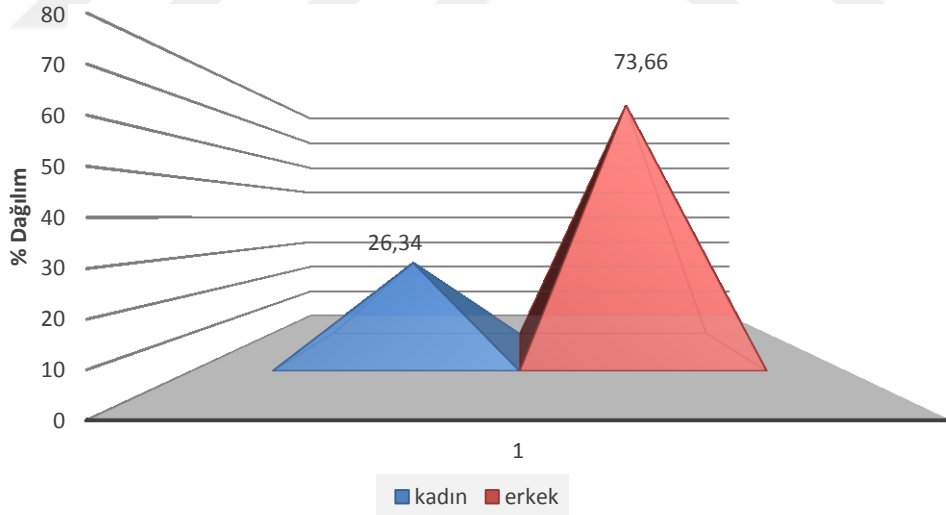
Trakya Bölgesindeki üniversitelerde çalışan akademik personelin beslenme alışkanlıkları üzerine yapılan bir araştırmada, ana öğünlerin atlayıp-atlanmadığı sorusu yöneltilmiş ve evet cevabı verenlere hangi öğünü atladıkları sorulmuştur. Katılımcıların %56,6'sı kahvaltıyı hiç atlamazken ,%43,4 'ü her zaman ya da bazen öğün atladığını ifade etmiştir. Katılımcıların %25,8'i kahvaltıyı haftada 1-3 kez, %9,5'i 15 günde 1 kez ve daha seyrek atlarken; %8 'i ise her zaman atladığını bildirmiştir. Çalışmadan elde edilen başka bir bulguya göre, akademisyenlerin %46,2 'si öğle yemeğini hiç atlamazken, %53,8 'i bazen ya da her zaman atlamaktadır. Akademisyenlerin ise %82,6 'sı akşam yemeğini hiç atlamazken en fazla atlanan öğün "öğlen öğünü" olarak işaretlenmiştir. Öğün atlamanın en önemli sebebi vakit olmaması ve unutmak olarak saptanmıştır [20].

3. MATERYAL ve YÖNTEM

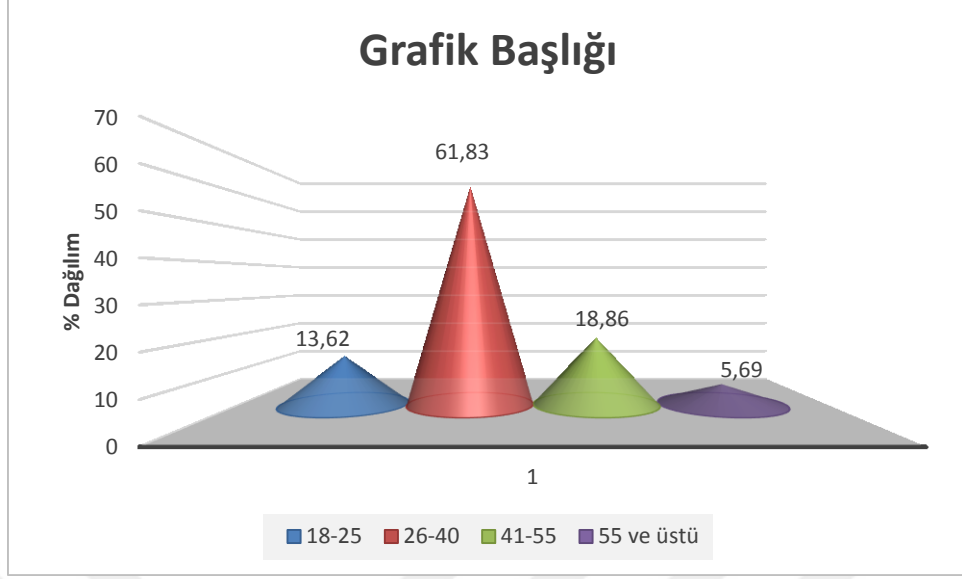
3.1. Materyaller

Bu araştırmada, Uşak merkez ve ilçelerinde hazır yemek hizmeti alan farklı yaş, cinsiyet ve sosyo-ekonomik düzeye sahip kişilerin yeme davranışlarının ve menü tercihlerinin belirlenmesi amacıyla yürütülmüştür. Bu amaç doğrultusunda Nisan 2019-Ekim 2019 tarihleri arasında seçili bölgelerden rastgele örnekleme yöntemiyle seçilen 668 kişiye ekte verilen anket formu (EK I) uygulanmıştır. Anket formunda yer alan ilk kısım sorular katılımcının kişisel bilgilerine yönelik olup, bunu takiben sağlık durumunu, temel beslenme davranışlarını, menü tercihlerini, özel yeme alışkanlıklarını ve son olarak da hazır yemek hizmeti aldıkları ortamın temizliği ve servis hizmetiyle ilgili memnuniyet durumlarını ortaya koymaktadır.

Araştırmaya katılan 668 bireyin cinsiyet ve yaş gruplarına göre dağılımları sırasıyla Şekil 3.1 ve 3.2’te verilmiştir.



Şekil 3.1. Anket katılımcılarının cinsiyet dağılımları.



Şekil 3.2. Anket katılımcılarının yaş dağılımları.

Ankete katılanların yarısından fazlasını (%73.4) erkeklerin oluşturduğu ve tüm katılımcılar arasında yaş gruplarının dağılımları incelendiğinde ise, en büyük yüzdelik dilimin (%61.8) 26-40 yaş aralığında olduğu, 55 yaş ve üstü kişilerin ise ankete daha az katılım sağladıkları (% 5.7) göze çarpmaktadır.

3.2. Yöntem

Seçilen kişilere aldıkları yemek hizmetini değerlendirebilecekleri, öneri, tercih ve sorunlarını ifade edebilecekleri 39 soruluk bir anket (Ek 1) uygulaması gerçekleştirilmiştir.. Anket çalışması ile elde edilen veriler bilgisayar ortamında Minitab [7] ve SPSS [8] istatistik paket programları kullanılarak analiz edilmiş ve bulgular uygun tablo ve grafikler halinde sunulmuştur.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Mevcut araştırma, Uşak ilinde hazır yemek hizmeti alan tüketicilerin yeme alışkanlıkları üzerine yapılmış ilk çalışmadır. Buna ilaveten, beyaz yakalı ve mavi yakalı olarak adlandırılan çalışan sınıflarının yemek tercihleri, menü seçimleri arasındaki farklılıklar da ilk kez bu çalışma ile ortaya konulmuştur. Tez çalışması, Uşak ilinde hazır yemek hizmeti alan tüketicilerin genel gıda güvenliği ve hijyen bilgisini ölçmeye yönelik yapılmış önemli bilgileri barındırmaktadır.

4.1. Katılımcılara Ait Demografik Verilerin Değerlendirilmesi

Çalışmanın amacına ulaşması için olabildiğince farklı sosyo-ekonomik düzeydeki kişilere erişilmiş ve bu kapsamda 668 kişiye anket uygulaması gerçekleştirilmiştir.

Katılımcıların yaş, cinsiyet, meslek ve gelir dağılımı gibi temel verilerini belirlemeye yönelik sorulan sorulara verilen cevapların değerlendirilmesi Çizelge 4.1' de görülmektedir. Bu verilerden yola çıkıldığında, anket uygulamasına katılan kişilerin büyük çoğunluğunun erkek, 26-40 yaş aralığında ve medeni durum olarak evli olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların, okuryazar ve lisansüstü öğrenim durum dağılımları eşit olarak görülmektedir (%2,10). Katılımcıların büyük bir kısmının ise (% 49,10) lise mezunu olduğu ve bunu %31,74'lik dilimle üniversite mezunlarının takip ettiği belirlenmiştir. .

Katılımcıların, serbest meslek, memur, işçi, yönetici, emekli ve diğer farklı grupları içeren meslek dağılımları da irdelenmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun(%62,43), işçi çok az bir kısmının (%3,14) emekli olduğu belirlenmiştir. Yönetici ve emekli meslek dağılım oranları birbirine en yakın olup, yönetici meslek grubunun yüzdelik oranı (%4,04) emekli meslek grubu yüzdelik oranından (%3,14) daha fazladır.

Yapılan çalışmanın amacının belirlenmesinde en önemli kriterlerden biri olan katılımcıların gelir dağılımları incelendiğinde 2000-3500 TL gelir düzeyine sahip kişilerin çoğunlukta olduğu 5000 TL ve üstü gelir durumuyla, 2000 TL ve altı olarak gelir düzeyine sahip kişi sayısının ise sırasıyla %8,98 ve kişilerin sayısı 59 kişi (% 8,83) olarak belirlendiği görülmektedir.

Yapılan anket çalışmasında köy, kasaba, kent merkezi gibi yerleşim yerlerinden ziyade

katılımcıların çoğunun (% 66,77) kent merkezinde ikamet ettikleri belirlenmiştir. Obezitenin en çok karşılaşılan sağlık sorununun başında gelmesi de (% 19,91) dikkat çekmektedir.

Çizelge 4.1. Anket katılımcılarına ait demografik veriler

<i>Katılımcıların cinsiyet dağılımı</i>	Frekans	Yüzdeler (%)
Kadın	176	26,34
Erkek	492	73,66
Toplam	668	100,0
<i>Katılımcıların yaş dağılımı</i>		
18-25	91	13,62
26-40	413	61,83
41-55	126	18,86
55 ve üstü	38	5,69
Toplam	668	100,0
<i>Katılımcıların medeni durumu</i>		
Bekâr	189	28,29
Evli	479	71,71
Toplam	668	100
<i>Katılımcıların öğrenim durumu dağılımı</i>		
Okuryazar	14	2,10
İlköğretim	100	14,97
Lise	328	49,10
Üniversite	212	31,74
Lisansüstü	14	2,10
Toplam	668	100
<i>Katılımcıların meslek dağılımı</i>		
Serbest meslek	78	11,68
Memur	63	9,43
İşçi	417	62,43
Yönetici	27	4,04
Emekli	21	3,14
Diğer	62	9,28
Toplam	668	100
<i>Katılımcıların gelir dağılımı</i>		
2000 TL ve altı	59	8,83
2000-3500 TL	304	45,51
3500-5000 TL	245	36,68
5000 TL ve Üstü	60	8,98
Toplam	668	100
<i>Katılımcıların yerleşim dağılımı</i>		
Köy	55	8,23
Kasaba	166	25,00
Kent merkezi	446	66,77
Toplam	668	100

<i>Katılımcıların özel sağlık durumları</i>		
Kalp damar hastalıkları	30	4,49
Eklemler ve Kemik hastalıkları	124	18,57
Diyabet	22	3,29
Sindirim sistemi hastalıkları	48	7,19
Alerji	85	12,72
Obezite	133	19,91
Diğer.....	226	33,83
Toplam	668	100

4.2. Katılımcıların Ekmek Tüketim Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi

Ekmek, ucuz olması ve doyurucu özelliğinin yanı sıra sofraların en temel besin kaynağı olmasından dolayı önemli bir yere sahiptir. Katılımcılara günlük beslenme düzenleri içerisinde ekmek tüketim alışkanlıklarını belirlemek amacıyla bazı sorular yöneltilmiştir (Çizelge 4.2).

Ekmek tüketimi kişiden kişiye değişiklik göstermektedir. 668 katılımcının %33,8'lik kısmı öğünlerinde yarım ekmek tüketimini tercih etmekte ve bu değeri sırasıyla öğünde 1 ve daha fazla ekmek tüketimi (% 25,9) takip etmektedir.

Ankete katılan bireylerin yaklaşık %20'sinin obeziteden rahatsızlık duymasına rağmen, tam buğday ekmeğine kıyasla (%11,53) rafine undan yapılan beyaz ekmeği daha fazla (%14,07) tercih ettikleri dikkat çekmektedir. Bununla birlikte tüm tüketim değerleri arasında kepekli ekmek tüketimi tam buğday ekmeğe kıyasla 3 kat daha fazladır.

Ekmeğin bayat olması (%17,96) ve uygun büyüklükte dilimlenmemiş olması (%17,21) ekmek artığı bırakma nedeni olarak yakın tercihlere sahiptir. Yemeğin sulu olmaması ekmek tüketimini azalttığı, sulu yemekte ise ekmek kullanımının arttığı ve dolayısıyla ekmek artığı bırakmanın azaldığı göstermektedir. Katılımcıların 617 kişisi ekmek artığı bırakmakta olup sadece 51 kişisi (%7,63) ekmek artığını bırakmamaktadır. Ekmek artığının fazla olması ekmek israfına neden olmaktadır. Ekmeğin kilo kazandırdığını düşünen kişi sayısı ise 76 dır.

Çizelge 4.2 Anket katılımcılarının ekmek tüketim alışkanlıklarına ait veriler

<i>Bir öğünde tüketilen ekmek miktarı</i>	Frekans	Yüzelik dilim (%)
Çeyrek Ekmek	120	17,96
Yarım Ekmek	225	33,68
1 Bütün Ekmek	150	22,46
1 ekmekten daha fazlası	173	25,9
Toplam	668	100,0
<i>En çok tüketilen ekmek türü</i>		
Beyaz un/buğday ekmeği	94	14,07
Tam buğday ekmeği	77	11,53
Kepekli ekmek	242	36,23
Yulaf/çavdar ekmeği	81	12,13
Ekşi maya ekmek	92	13,77
Köy ekmeği	78	11,68
Diğer	4	0,6
Toplam	668	100,0
<i>Yemekler sırasında ekmek artığı bırakma nedeni</i>		
Sulu yemek olmadığı zaman	167	25
Bayat olduğu için	120	17,96
Uygun büyüklükte dilimlenmediği için	115	17,21
Yemeğin bazı kısımlarını tüketemediğim için	139	20,81
Kilo kazandırdığı için	76	11,38
Artık bırakmıyorum	51	7,63
Toplam	668	100

4.3 Katılımcıların Günlük Öğün Düzenlerini ve Menü Tercihlerini Etkileyen Özel Durumların Değerlendirilmesi

Katılımcıların günlük öğün düzenlerini ve menü tercihlerini etkileyen özel durumlarını belirlemek amacıyla bazı sorular yöneltilmiştir (Çizelge 4.3).

İnsan sağlığının önemli bir bölümü beslenmeden geçer. Doğru beslenme öğün sayısı, öğünleri atlamamakla, tüketilen besinlerin besleyici değerleriyle ve miktarlarıyla doğrudan ilişkilidir. Katılımcıların günlük öğün sayılarının değişmesinin nedenleri; çalışma saatlerinin uzunluğu, iş yoğunluğu, düzensiz hayat, ara öğün sayısındaki artış veya azalma, bir öğünde tüketilen yemek miktarı ile ilişkilendirilebilir.

Tez bulguları incelendiğinde ankete katılan 1/5' i (%21,26) günlük öğün sayılarını ‘‘2 öğün’’ olarak ifade edilmiştir. ‘‘4 ve daha fazla öğün yapan kişiler ise tüm katılımcıların yaklaşık 1/3

'ünü oluşturmaktadır (%34,13) .

Katılımcıların büyük bir çoğunluğu öğüne ayırdığı süre ile yemek yeme hızı arasında bir ilişki olduğu düşünülmekte olup yemeği çok hızlı yediği belirlenmiştir. Bu veriler incelendiğinde katılımcıların 3/4'ten fazlasının (%37,72) 0-15 dakika aralığında yemek yediği ve 1 saati aşan kişi sayısının önemsiz kabul edilebilecek düzeyde (%1,5) olduğu belirlenmiştir. Son yıllarda giderek artan daha doğal beslenme isteğiyle mevsimine uygun ürünleri tercih etmek arasında önemli bir ilişki vardır. Mevsimine uygun ürün tüketen kişi sayısının (%46,41), mevsimine uygun ürün tüketimine dikkat etmeyen kişi sayısına göre (%24,85) yaklaşık 2 kat daha yüksek olması, tüketici farkındalığının değerlendirilmesi bakımından önemli bir bulgudur.

Uşak ili hazır yemek hizmeti alan katılımcıların yemek seçiminde dikkat edilen en önemli kriter ''yemeğin lezzetli olması'' olarak belirlenmiştir. Bunu takiben sırayla ''yemeğin doyurucu olması'' (%26,95) , ''yemeğin sağlıklı olması '' (%25,9), 'yemeğin ucuz olması' (%7,04) ve 'yemeğin sunumu ' (%5,69)'da tüketicinin yemek seçiminde öneme sahiptir. Tüketicilerin sağlıklı beslenme alışkanlıklarının artması için tüketicilerin bilinçlendirilmesine daha da önem verilmesi gerektiği anlaşılmıştır.

Çizelge 4.3 Anket katılımcılarının öğün düzenleri ve öğün içeriklerine ait veriler

Günlük öğün sayısı	Frekans	Yüzdelerik dilim (%)
2 öğün	142	21,26
2-4 öğün	298	44,61
4 ve daha fazla öğün	228	34,13
Toplam	668	100,0
Bir öğünde yemeğe ayrılan süre		
0-15dk	252	37,72
15-30 dk.	260	38,92
30-45 dk.	124	18,56
45-60 dk.	22	3,29
60 dk. ve üstü	10	1,5
Toplam	668	100,0
Mevsimine uygun ürün tüketmeye dikkat etme durumu		
Evet	310	46,41
Hayır	192	28,74
Önemsemiyorum	166	24,85
Toplam	668	100

<i>Yemek seçimini etkileyen başlıca faktör</i>		
Doyurucu olması	180	26,95
Sağlıklı olması	173	25,9
Lezzetli olması	230	34,41
Yemeğin sunumu	38	5,69
Ucuz olması	47	7,04
Toplam	668	100

4.4 Katılımcıların Özel Tüketim Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi

Katılımcıların özel tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi için bazı sorular yöneltilmiştir (Çizelge 4.4). Tüketiciler, ekonomik, psikolojik, fizyolojik ve kişinin sosyal hayatı nedeni ile dışarda yemek yeme kararlarını alırlar. Dışarda yemek hizmeti alacağı yeri ve tüketeceği menü tercihlerini kişi kendisi belirler. Bu belirleme esnasında ise hizmet alacağı yerin lokanta, cafe, restoran vb. tarzda olmasını, hizmet verilen mekândaki yemeklerin çeşitliliği, yemeklerin fiyatının kişinin sosyo- ekonomik düzeyine uygun olması, ödeme imkânları, mekânın atmosferi ve/veya iç tasarımı, mekânın konumu birer ayrı yâda bütünsel faktör olarak ele alabilir.

Çalışma kapsamında dışarıda yemek hizmeti alan kişilerin tercih düzeninde ilk 3 sırada ev yemekleri yapan restoranlar (%34,48), ızgara, kebab, pide ve döner hizmeti veren restoranlar (%26,84) ve fast-food tipi hizmet veren restoranlar (% 26,69) yer almaktadır. Buna ilaveten imkân olduğu takdirde dünya mutfakları menüsüyle hizmet veren restoranlar da (%11,39) katılımcılar için tercih edilebilir bulunmuştur.

Uşak ilinde yapılan bu anket çalışmasında katılımcıların çoğunun ev yemekleri yapan restoranları deneyimlediği, ev yemekleri yapan restoranlardaki menü ile tatmin oldukları, yeni tatları denemek istemeyişleri “Foodneophobia” başka bir deyişle yeni yiyecekleri deneme korkusu sebep olabileceği gibi aynı zamanda müşteri memnuniyetinin sağlandığı tespit edilmiştir [21].

Bireylerin restoran tercihlerinde menünün yapımının hızlı, doyurucu, ucuz, damak tadına uygun ve lezzetli olmasıyla, yaygın olması, paket servislerinden yararlanılması gibi faktörlerin etkili olduğu düşünülmektedir.

Yağlar, insan vücudundaki hücre, doku ve organların yapı taşında bulunan aynı zamanda yaşamsal faaliyetleri doğrudan etkileyen ve yaşamsal faaliyetlerin devamlılığını sağlamakta en önemli yere sahiptir. Bu sebepten yağların insan beslenmesinde önemli yere sahip olan proteinler ve karbonhidratlar gibi insan vücuduna alınması elzemdir.

Katılımcıların yağ tercihleri irdelendiğinde sıvı yağdan olarak (%41,47) ayçiçek yağını, katı yağ olarak ise margarini (%15,59) tercih ettikleri görülmektedir. Bu tercihlerinde özellikle fiyatlarının diğer yağlara kıyasla daha ucuz ve daha erişilebilir olmasının etkili olduğu düşünülmektedir.

Anadolu topraklarında yaşayan medeniyetlerden günümüze kadar gelen ve Türk mutfağında yapılan yemeklerin çoğu, mevsimine göre bol salçalı yâda bol domatesle yapılan kırmızı renge sahip olan yemeklerdir [22]. Bu çalışma kapsamında, Türk örf ve adetlerinden, deneyimlerinden yola çıkarak kırmızı soslu (%41,23) yemeklere tüketicilerin daha yatkın olduğu tespit edilmesine rağmen, katılımcıların bir kısmının (% 15,6) sos tercih etmemesi de dikkat çeken bir sonuçtur.

Yemeklerde kullanılan yağ, yemek çeşidine ve yemek pişirme yöntemine göre farklılık göstermektedir. Örneğin pişirme yöntemi olan kızartma da kullanılan yağ oranı fazla iken, bir diğer pişirme yöntemi olan haşlamada yâda ızgarada ise daha az yağ kullanılmakta yâda hiç yağ kullanılmamaktadır. Katılımcıların yemeklerde kullanılan yağ oranına dikkat etmeleri değerlendirildiğinde, yemeklerin pişirme usulüne uygun olarak kullanılan yağ miktarlarını önemsemeyen kişi sayısı (%30,28) bu pastada en büyük dilime sahip bulunmuştur.

Türk Gıda Baharat Tebliği 'ne (Tebliğ No: 2013/12) göre baharat; çeşitli bitkilerin tohum, çekirdek, meyve, çiçek, kabuk, kök, yaprak gibi kısımlarının bütün halde ve/veya parçalanması, kurutulması, öğütülmesiyle elde edilen; gıdalara renk, tat, koku ve lezzet verici olarak katılan doğal bileşikler veya bunların karışımı olarak açıklanmaktadır [23]. Yemeklerde baharat kullanımının sebebi hazırlanan ve tüketilecek gıdaların daha yenilebilir hale gelmesi, rengi kokusu ve lezzet gibi bileşenlerin yeme isteğini artırmasıdır. Aynı zamanda her baharatın kendine ait özeliği olmasından dolayı tercih edilmektedir. Türkiye'de yaygın olarak kullanılan baharatlar karabiber, kimyon, kekik, tarçın, karanfil, zencefil, yenibahar, nane, kırmızıbiber ve anasondur.

Katılımcıların %48,12'sinin yemeklerde baharat tüketim alışkanlığı olduğu, % 24,51'inin ise baharat kullanma alışkanlığının olmadığı Çizelge 4.4' te açıkça görülmektedir

Kişiler damak zevkine uygun olarak yemek öncesinde, esnasında veya sonrasında içecek tercih edebilmektedir. Aynı zamanda yiyecek-içecek işletmelerinin rekabet ortamının her geçen gün artarak ivmelendiği de bilinmektedir. Türk Gıda Kodeksi Alkolsüz İçecekler Tebliği'ne göre gazlı içecekler karbondioksit ile gazlandırılmış olan meyveli, aromalı, kola,

tonik, gibi içeceklerdir [23]. Alkolsüz içeceklerin önemli bir kısmı gazlı içeceklerden oluşmaktadır. Gazlı içeceklerin de önemli bir kısmı kolalı içeceklerden oluşmaktadır.

Katılımcıların dışarda aldıkları yemek hizmetlerinin yanında içecek hizmeti almalarına yönelik sorular yöneltilmiştir. Ülkemizde yiyecek ve içecek sektöründe genellikle menülerde yer alan içecekler gazlı içecekler (kola, gazoz vb.), alkollü içecekler, soda/maden suyu/ ayran, şalgam suyu, soğuk çay, su ve gibi temel alt başlıklara ayrılmaktadır. Tüm bu alt başlıklar kapsamında gazlı içecek tüketiminin (%40,3), açık ara önde olduğu ve onu sırasıyla çayın (% 18,8) ve ayranın (% 15,) takip ettiği tespit edilmiştir.

Türk Gıda Kodeksi Tuz Tebliği'ne göre (Tebliğ No: 2013/48) sofraya tuzu doğrudan tüketiciye sunulan, ince öğütülmüş, iyotla zenginleştirilmiş, rafine edilmiş veya edilmemiş yemeklik tuzlardır. Bu tuzlara 25-40 mg/kg düzeyinde potasyum iyodat katılması zorunludur [24]. Gıda sanayi tuzu ise gıda sanayinde kullanılan yemeklik tuzlardır ancak bunlara iyot eklenmesi zorunlu değildir. Dolayısıyla yemek hizmeti veren kuruluşlar yemeklerinde sanayi tuzu kullanmakta olup servis alanlarında kullanılan masalarda ise sofraya tuzu olarak müşteriye sunulmaktadır [25].

Yemeklerde tuz kullanımı kişiden kişiye değişiklik göstermektedir. Sağlık sebeplerinden dolayı yemeklerde tuzsuz tüketim olduğu gibi ,geçmişten gelen alışkanlıklarını devam ettiren bireylerde tuz kullanımı farklılık sergilemektedir. Ülkemizde ve dünyada tuz kullanımına dair dikkat çeken etkinlikler ve yapılan çalışmalarla birlikte tuz kullanımının azaltıldığı belirlenmiştir

Tüm katılımcıların arasında %35 'lik bir kesimin tuz tüketimini tercih etmediği bunu takiben %28,38 'lik kesimin ise 'az tuz 'kullandığı belirlenmiştir. 'Tuzlu'' hatta 'aşırı tuzlu' yemekleri tercih eden katılımcıların olduğu da göze çarpmış ve bu katılımcıların oranları sırayla %21,7 ve %14,4 olarak kaydedilmiştir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) ve ülkemizde ise Sağlık Bakanlığı ve vakıflar (Türk Böbrek Vakfı) tarafından yürütülen kampanyaların tuz kullanılmasının azaltılması ve farkındalığın sağlanması yönünde pozitif etki sağladığı sonucuna varılmıştır.

Çizelge 4.4. Anket katılımcılarının bireysel tüketim tercihlerine ait veriler

Dışarda yemek hizmeti alma tercihi	Frekans	Yüzdellik dilim (%)
Ev yemekleri yapan restoranlarda	230	34,48
Fast-food tipi hizmet veren restoranlarda	178	26,69
Izgara, kebab, pide ve döner hizmeti veren restoranlarda	179	26,84
Dünya mutfakları menüsüyle hizmet veren restoranlarda	76	11,39
Diğer.....	4	0,6
Toplam	667	100,0
<i>Yemekte kullanılan yağ tercihi</i>		
Mısırözü yağı	103	15,42
Ayçiçek yağı	277	41,47
Margarin	102	15,27
Zeytinyağı	150	22,45
Tereyağı	36	5,39
Toplam	668	100,0
<i>Yemekte sos kullanımı tercihi</i>		
Beyaz Sos	142	21,29
Kırmızı Sos	275	41,23
Sos Sevmiyorum	104	15,59
Yerine göre	146	21,89
Toplam	667	100
<i>Yemeklerin yağ oranına dikkat etme durumu</i>		
Evet	270	40,48
Hayır	195	29,24
Farketmez	202	30,28
Toplam	667	100
<i>Yemekte baharat kullanımı</i>		
Evet	320	48,12
Hayır	163	24,51
Farketmez	182	27,37
Toplam	665	100
<i>Yemek esnasında içecek tüketim tercihi</i>		
Gazlı içecekler	268	40,3
Çay	125	18,8
Alkollü içkiler	21	3,16
Soda/maden suyu	56	8,42
Ayran	101	15,19
Şalgam suyu	16	2,4
Sadece su	78	11,73
Toplam	668	100
<i>Yemeklerde tuz kullanımı</i>		

Tuzsuz	238	35,74
Tuzlu	145	21,77
Aşırı tuzlu	94	14,11
Az tuzlu	189	28,38
Toplam	666	100

4.5 Katılımcıların Dışarıda Aldıkları Yemek Hizmetine Ait Özel Tercihlerinin Değerlendirilmesi

Günümüzde yaşam standartlarının değişimi, gelir düzeyinin ve yeme içme alışkanlıklarının farklılık göstermesi gibi nedenler dışarıda yemek yeme eğiliminin artmasına sebep olmaktadır. Bireylerin evlerinde yapılmayan yemeklerin tamamına dışardan alınan yemek hizmeti diyebiliriz. Dışardan yemek hizmeti, hastane, okul, fabrika gibi tüketici sayısı yoğun olan yerlerin yanı sıra daha az kişiye hizmet verebilen cafe, restoran gibi yiyecek-içecek işletmelerini de kapsamaktadır.

Tüketicilerin giderek bilinçlenmesi ve işletmeler arası rekabetin olmasından dolayı müşterilerin istek ve beklentilerini karşılamak müşterilerine daha iyi hizmet sunmak müşteriyi kaybetmemek adına önlemler ve bir sistem geliştirilmelidir.

Yapılan anket çalışmasında (Çizelge 4.5) katılımcıların nerdeyse yarısının (%41,17) yemek yeme hizmeti aldıkları firmanın mutfağı/üretim alanı hakkında bilgi sahibi olmak isteğı tespit edilmiştir. İlginç bir şekilde, çalışmaya katılan 181 kişi (%27,10) ise yemek hizmeti aldığı firmanın mutfağı/üretim alanı hakkında bilgi sahibi olmak yönünde bir isteğe sahip değildir.

Dışarıda yemek hizmeti verilen yerlerde belirtilen menüler kişilere menü kartlarıyla birlikte sunulmakta ve genellikle görsel içermektedir. Bu sırada tüketici sunulan menüler ile kendi daha önceki yemek deneyimleri arasında bir karşılaştırma yapmaktadır. Karşılaştırma ilk olarak yemeğın orijinaline uygun olup olmadığı, porsiyonlama, tabakta sunumu, şekil, renk gibi kalite faktörleri ile başlayıp daha sonra tadım ile devam etmektedir. Bu kalite faktörleri müşterinin beklentilerini karşılamak ve tatmin etmek için birbiri ile bağlantılıdır. Katılımcılar, işletmenin yemek menüsünde memnun kalmadığı zaman farklı tutum ve davranışlar içerisini girmektedir.

Sosyal medyanın ve hızlı iletişim ağının giderek beğeni ya yaygınlaştığı günümüzde, tüketicilerin beğeni ya da eleştirisel tutumlarını paylaşma istekleri de irdelenmiştir. Yemek menüsünden memnun kalmadığı zaman çevresindeki insanlara anlatma ihtiyacı duyan

katılımcı sayısı % 32,58 iken, katılımcıların %20,36' sı herhangi bir bildirimde bulunmayacağını ifade etmiştir. Katılımcılarda görülen davranış farklılıkları yaklaşık yarı yarıyadır. 55 kişi ise (%8,30) memnuniyetsizliklerini günümüzün en popüler iletişim aracı olan sosyal medyada /basında duyulmasını sağlamayı, daha geniş kitlelerle paylaşmayı tercih etmiştir.

Çizelge 4.5. Anket katılımcılarının dışarıda yemek hizmeti almalarıyla ilgili bireysel tercihleri

	Frekans	Yüzelik dilim (%)
<i>Yemek yemek hizmeti aldığınız firmanın mutfağı/üretim alanı hakkında bilgi sahibi olma isteği</i>		
Evet	275	41,17
Hayır	181	27,10
İlgilenmiyorum	212	31,74
Toplam	668	100,0
<i>Dışarıda yemek hizmeti alma tercihi</i>		
Ev yemekleri yapan restoranlarda	230	34,48
Fastfood tipi hizmet veren restoranlarda	178	26,69
Izgara, kebab, pide ve döner hizmeti veren restoranlarda	179	26,84
Dünya mutfakları menüsüyle hizmet veren restoranlarda	76	11,39
Diğer.....	4	0,6
Toplam	667	100,0
<i>Yemek menünüzden memnun kalmadığınız zaman sergilediğiniz davranış biçimi</i>		
Çevremdeki insanlara anlatırım.	216	32,58
Çalıştığım yerin yetkililerine durumu bildiririm.	203	30,62
Sosyal medyada/basında duyulmasını sağlarım	55	8,30
Yemeğimi kendim hazırlayarak, getiririm.	32	4,83
Herhangi bir şey yapmam.	135	20,36
Diğer (lütfen belirtiniz)	22	3,32
Toplam	663	100

4.6 Katılımcıların Dışarıda Aldıkları Yemek Hizmetine Ait Genel Hijyen Durumunun Değerlendirilmesi

Dışarıda yemek hizmet alınan kar amacı güden işletmeler için en önemli şey müşteri devamlılığını ve prestijini kaybetmemektir. Bu sebeple toplu beslenme sisteminin önemli faktörlerinden biri olan yemek hizmeti veren kuruluşların personel, yemeklerin dağıtımda kullanılan araç – gereçlerin hijyen durumu, yemekhanelerin temizliği duvar, zemin, masa sandalye temizliği, yemekhanede bulunan masaların yeterli büyüklükte olması, yemek yenilmesi için kullanılan tabak, kaşık, çatal, bardak gibi kişiye özel araç ve gereçlerin temizliğinin iyi yapılması, yemek yenilen yerin havadar ve aydınlatmalarının yeterli olması gerekmektedir. Katılımcılara dışarıda yemek hizmeti aldıkları yerin genel hijyen durumunun değerlendirilmesi için bazı sorular yöneltilmiştir (Çizelge 4.6).

Katılımcılarda yaklaşık yarısı (%46,41) yemek hizmeti aldıkları yerde sunulan yemekleri dağıtım esnasında kullanılan araç-gereçlerin hijyenik açıdan eksik olduğunu düşünürken, bu konuda kararsız kalan önemli bir kitle (%21,41) vardır.

Anket sonuçlarında belirlenen rakamlar oldukça yüksek olmasına rağmen kişiler dışarıda yemek hizmeti almaya devam etmektedir. Katılımcıların bu olumsuz düşünceleri veya kararsız olmasının altında yatan nedenler iyi araştırılıp analizler yapıp sonucunda da gerekli önlemler alınmalıdır.

Dışardan hizmet alan tüketiciler için sadece menüde yenilen yemek değil, yemekhanede bulunan masaların yeterli büyüklükte ve sayıda olması da avantajdır. Anket sonuçlarına göre Uşak ilinde dışardan hizmet alan katılımcıların büyük çoğunluğu (%49,4) masalarının yeterli büyüklükte olduğunu düşünmektedir. Yemek hizmetinde kullanılan masa ve sandalyeler günlük olarak en çok kullanılan, el değen ve temizliği günün yâda haftanın belli periyotlarında yapılabilen malzemelerdir. Genellikle servis yoğunluğundan dolayı çok iyi bir şekilde temizlenememekte sadece silinmektedir. Masa ve sandalyelerin temizliği konusunda tüm katılımcıların %24,40'ı kararsız kalırken, % 27,54'lük kesim yeterince temiz oldukları yönünde fikir beyan etmiştir.

Çizelge 4.6 Anket katılımcılarının dışarıda yemek hizmeti aldıkların yerin genel hijyen durumuna ait görüşleri

	Frekans	Yüzelik dilim (%)
<i>Yemeklerin dağıtım esnasında kullanılan araç-gereçlerin hijyen durumu</i>		
Yeterince temiz olduklarını düşünüyorum	161	24,1
Hijyenik açıdan eksik olduklarını düşünüyorum	310	46,41
Öğünlere göre değişiklik gösterdiğini düşünüyorum	54	8,08
Kararsızım	143	21,41
Toplam		100
<i>Yemek hizmeti aldığınız yerin genel hijyen puanlaması</i>		
<i>Yemekhanenin Temizliği</i>		
Kesinlikle/Hiç iyi değil	37	5,54
İyi Değil	24	3,59
Kararsızım	145	21,71
İyi	299	44,76
Kesinlikle iyi	163	24,40
Toplam	668	100
<i>Masaların büyüklüğü</i>		
Kesinlikle/Hiç iyi değil	7	1,05
İyi Değil	21	3,14
Kararsızım	142	21,26
İyi	330	49,4
Kesinlikle iyi	168	25,15
Toplam	668	100
<i>Masa/sandalye temizliği</i>		
Kesinlikle/Hiç iyi değil	7	1,05
İyi Değil	21	3,14
Kararsızım	163	24,40
İyi	293	43,86
Kesinlikle iyi	184	27,54
Toplam	668	
<i>Kaşık, çatal, bardak temizliği</i>		
Kesinlikle/Hiç iyi değil	8	1,20
İyi Değil	23	3,44
Kararsızım	108	16,17
İyi	358	53,59
Kesinlikle iyi	171	25,60
Toplam	668	
<i>Aydınlatma ve havalandırma</i>		
Kesinlikle/Hiç iyi değil	6	0,9
İyi Değil	17	2,54
Kararsızım	98	14,67
İyi	334	50,00
Kesinlikle iyi	213	31,89
Toplam	668	

4.7 Katılımcılara Sunulan Menülerin Genel Beğeni Durumlarının Değerlendirilmesi

Anket katılımcılarının servis edilen menülerin içeriklerine ait görüşler için sorular sorulmuş ve sunulan yemeklerin kıvamı, sıcaklığı, porsiyonu vb. temel kalite parametrelerini değerlendirmeleri istenmiştir.(Çizelge 4.7)

Dışardan hizmet alan 76 kişinin yemeklerin temizliğinin iyi olmadığı konusunda olumsuz düşünceleri vardır. Katılımcılardan 413 kişi yemeklerin temizliği ise ‘iyi’ ve hatta’ kesinlikle iyi’ olarak nitelendirilmiş, 179 kişi ise bu konuda kararsız olduğunu belirtmiştir.

Dışarda hizmet alan kişilerin aslında üretimi genel olarak görmediği, fakat işletmelerde bulunan personelin kılık -kıyafet, saç, sakal gibi kişisel temizliğinden, servis yapılan mekânın masa, sandalye, kaşık-çatal vb. temizliğinden yola çıkarak üretimin temizliğine ilişkin bir algı oluşturdukları düşünülmektedir.

Menü oluştururken sunulan yemeklerin birbiri ile uyumlu olduğunu düşünen kişi sayısı (%38,62) ile uyumlu olduğunu düşünmeyen (%11,23) ve kararsız (%24,10) olan kişi sayısının toplamları birbirine yakındır. Dolayısıyla dışarda hizmet alan kişilerin yaklaşık yarısı sunulan menülerin birbiri ile uyumlu olduğunu düşünmektedir.

Dışardan yemek hizmeti alan katılımcılardan yemeğin görünüşünün hiç iyi olmadığını düşünen yalnızca 3 (%0,45) kişidir. Bu verilerden yola çıkarak yemeğin görünüşünün yemeğin çeşidine uygun olduğunu ve dışardan yemek hizmeti alan kişilerin yemeğin görünüşü ile ilgili tatmin olduklarını, işletmelerin ise müşteri beklentilerine uygun hareket ettiklerini düşünebiliriz.

Yemeğin sunumunda, porsiyonlanması da ve elbet görünüşünde önem taşıyan bir kriterde ‘yemeğin kıvamı’dır. Ankete katılan tüm katılımcılara bu konuda bir soru yöneltilmiş ve yemeğin kıvamını genel olarak beğenmeyen 53 kişi olduğu gözlenmiştir Bu konuda kararsız kalan kişi sayısı ise 160 kişidir (%24,02). Dışarda yemek hizmeti veren işletmelerin, pişirme tekniğinin değişik olması, her işletmenin yemek, tatlı, salat bar, çorba vs. gibi ürünlerin reçetelerinin farklılık göstermesi olabildiği gibi yapılacak yemeklerin personel tarafından reçeteye uygun olarak yapılmaması gibi yemeğin tüm duyuşal özelliğini etkileyen parametrelerin etkisi olabilir.

Yemeklerin duyuşal özelliğini etkileyen bir diğer parametre uygun pişirme sıcaklığı ve sunum sıcaklığıdır. Dışarda yemek hizmeti alınan yerlerin birçoğunda yemekler benmaride,

salataların salat bar denilen alttan soğutuculu yatay dolaplarda servis edildiği bilinmektedir.

Çizelge 4.7 Anket katılımcılarının servis edilen menülerin içeriklerine ait görüşleri

<i>Yemeklerin Temizliği</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzelik dilim (%)</i>
Kesinlikle/Hiç iyi değil	36	5,39
İyi Değil	40	5,99
Kararsızım	179	26,80
İyi	243	36,38
Kesinlikle iyi	170	25,45
Toplam	668	
<i>Yemeklerin birbiriyle uyumu</i>		
Kesinlikle/Hiç iyi değil	6	0,9
İyi Değil	75	11,23
Kararsızım	161	24,10
İyi	258	38,62
Kesinlikle iyi	168	25,15
Toplam	668	
<i>Yemeklerin görünüşü</i>		
Kesinlikle/Hiç iyi değil	3	0,45
İyi Değil	69	10,36
Kararsızım	125	18,77
İyi	291	43,69
Kesinlikle iyi	178	26,73
Toplam	666	100
<i>Yemeklerin kıvamı</i>		
Kesinlikle/Hiç iyi değil	6	0,9
İyi Değil	47	7,06
Kararsızım	160	24,02
İyi	282	42,34
Kesinlikle iyi	171	25,68
Toplam	666	100
<i>Yemeklerin sıcaklığı</i>		
Kesinlikle/Hiç iyi değil	8	1,20
İyi Değil	46	6,90
Kararsızım	148	22,19
İyi	236	35,38
Kesinlikle iyi	229	34,33
Toplam	667	100
<i>Yemeklerin yağı</i>		
Kesinlikle/Hiç iyi değil	19	2,85
İyi Değil	50	7,50
Kararsızım	160	23,99
İyi	271	40,63
Kesinlikle iyi	167	25,04
Toplam	667	100
<i>Yemeklerin porsiyonu</i>		

Kesinlikle/Hiç iyi değil	8	1,20
İyi Değil	40	6,01
Kararsızım	126	18,92
İyi	279	41,89
Kesinlikle iyi	213	31,98
Toplam	666	100
<i>Yemeklerin çeşitliliği</i>		
Kesinlikle/Hiç iyi değil	7	1,05
İyi Değil	42	6,30
Kararsızım	111	16,64
İyi	247	37,03
Kesinlikle iyi	260	38,98
Toplam	667	100

Sunulan sıcak yemeklerin tatlı, salat bar gibi soğuk ürünlerin sıcaklığının korunması ve günün ilk hizmeti alan kişi ile günün son hizmeti alan kişi arasında sunum sıcaklıklarında farklılık olmaması beklenmektedir. Yapılan anket sonucuna göre, ankete katılanların %70 'i sunulan yemek sıcaklıkları için olumlu düşüncelere sahiptir. Dolayısıyla sunulan yemeklerin ve yemek çeşitlerinin beğenilmesi ve hizmet kalitesinin artırılması için sunum sıcaklığının korunması ve bu şekilde servis edilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Vücudun sağlıklı bir şekilde tüm faaliyetleri yerine getirebilmesi için sağlıklı ve yeterli beslenmesi gerekmektedir. Bir yetişkin insan vücudunda yaklaşık %18 yağ bulunmaktadır. [26].

Vücuda alınması gereken besin öğeleri yaş, cinsiyet ve sağlık durumlarından dolayı birbirlerinden farklılık gösterebilmektedir. Bu sebeple tüketilen yemeklerin kalorileri çalışma şartları, cinsiyet, yaş, sağlık durumu (obezite vs.) gibi faktörler ele alınarak, günlük alınması gereken kaloriler hesaplanmaktadır. Katılımcıların yarıya yakını (%40,63) menüde sunulan yemeklerin içeriğini 'iyi' olarak nitelendirirken %10 'luk bir kesim 'iyi olmadığını düşünmektedir.

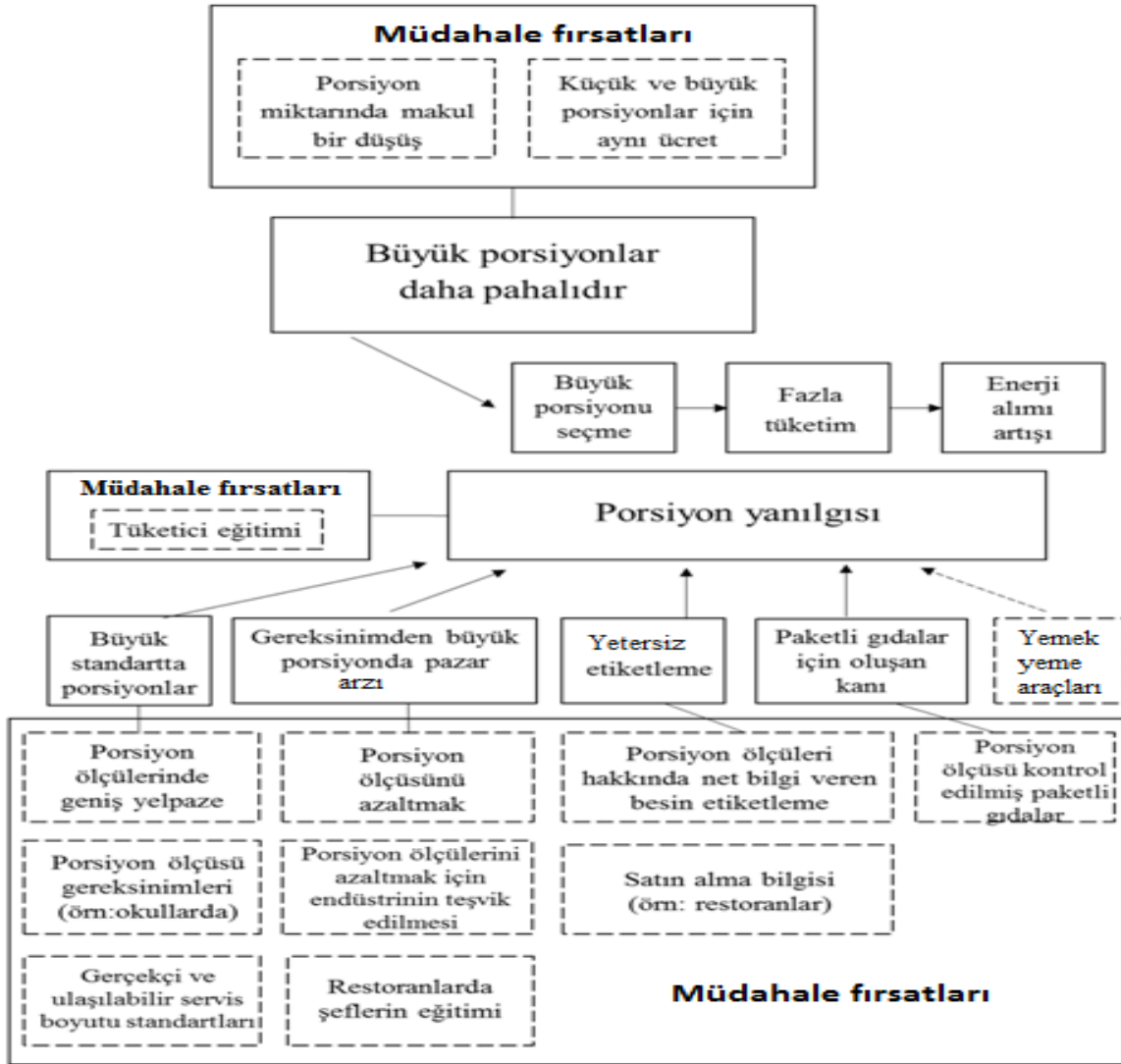
Toplu beslenme sisteminin bir parçası olan dışardan alınan yemek hizmetlerinde porsiyonlama karşılaşılan en büyük sorunlardan biridir. Porsiyon kişiden kişiye göre farklılık gösterebilir. İşletmeler kalite standartlarını, maliyetlerini ve ürünlerdeki gramajın standardını sağlamak ve aynı zamanda dışardan hizmet alan kişilerinde haklarının korunması için bu yöntemler geliştirilmiştir. Bu yöntemle kişiler alması gereken kalori ihtiyaçlarını karşıladıkları için motivasyon ve iş yerindeki performansını artırıp, motivasyon ve performansının azalmamasına ,iş kazası ve olabilecek meslek hastalık durumlarının önüne

geçilmesi sağlanmalıdır. Porsiyon azlığında olabilecek sıkıntıların yanı sıra fazla porsiyonlama yapılması ise beraberinde obezite gibi hastalıklara sebebiyet verirken kişinin tüketebileceğinin fazlası artık olarak kalmakta, tüketilmemektedir.

Kişiye verilen yemeklerin gereğinden fazla olması yemek artığına sebep olur. Buda işletmelerin maliyetlerinin artmasına, israfa ve çevre kirliliğine sebep olmaktadır. Dolayısıyla gerek müşterinin gerekse işletmelerin çıkarlarını korumak için porsiyonların standartları bulunmalı ve sürekliliği sağlanmalıdır. Porsiyonların büyüklüğü, küçüklüğü yâda gramajları personelden personele değişiklik göstermemeli servis yapılan alet ekipmanların standart olması gerekmektedir. Çünkü bireyler tabağa konulan en büyük porsiyonu normal porsiyon olarak algılama eğilimine girerler. Bu büyük porsiyonlar giderek standart hale gelerek kişide normalmiş algısı oluşturabilir [27].

Porsiyonlamadaki algıların iyileştirilmesi ve müşterinin porsiyon yanılığını ortadan kaldırmak için 'Porsiyon Ölçüleri Müdahale Algoritması' (Şekil 3.3) geliştirilmiştir [28].

Anket çalışmasının sonuçlarına bakıldığında ise yemek porsiyonunu iyi bulmayan kişi sayısının 40 (%6,01), porsiyon konusunda kararsız olan kişi sayısının (%18,92) 3/1 kadar olduğu belirlenmiştir. Yemeklerin porsiyonları konusunda iyi ve çok iyi seçeneklerini işaretleyen kişilerin sayısının toplam 492 (%73,87) olması Uşak ilinde hizmet alan katılımcıların porsiyonlardan memnun olduğu belirlenmiştir.



Şekil 3.3 Porsiyon Ölçüleri Müdahale Algoritması [23]

Toplu yemek hizmeti veren yerlerde genellikle 3 kap, 4 kap olarak adlandırılan ve aynı zamanda yemek çeşitliği anlamına da gelen tabir kullanılır. Genellikle menüler oluşturulurken çorba, ara sıcak, ana yemek, soğuk(tatlı –salata bar ve içecek) olacak şekilde planlanır. Bazı kurum ve işletmelerde farklılık gösterilebilir ve ekstra menüye dâhil edilen yemek çeşitleri olabilir. Fakat yerinde üretim yâda taşınmalı yemek hizmeti veren yerlerde menü kısıtlaması olduğundan çeşitlilikte az olabilmektedir. Genellikle bu tür yerlerde çorba, ana yemek, ara sıcak(makarna, pilav, börek çeşitleri),tatlı, yoğurt, salata vb. gibi çeşitlerden biri olacak biçimde 4 kap olarak adlandırılmaktadır. Dışardan hizmet alan kişilerin beklentilerini karşılamak ve hizmet alan kişileri tatmin etmek adına mümkün olduğunca

yemek çeşitliliği artırılarak devamlılığı sağlanmalıdır.

Yapılan anket sonuçlarına göre yemek hizmetini dışardan alan kişilerin %76,01'inin yemeklerin çeşitliliğinden memnun olduğu sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla dışarda yemek hizmeti veren işletmelerin müşteri beklentilerini ve menü uyumunu göz önünde bulundurarak, yemekleri çeşitlendirip, bu etkenlerin devamlılığın sağlandığı düşünülmektedir.

4.8. Katılımcılardan Elde Edilen Verilerin Korelasyonları

Araştırmaya katılan bireylerin her bir soru grubu için verdikleri cevapların arasındaki ilişki korelasyon analizi kullanılarak değerlendirilmiştir (Çizelge 4.8-4.13).

Ankete katılan bireylerin cinsiyet, yaş-meslek dağılımı, aylık gelir düzeyleri vb. durumlarını belirlemeye yönelik olarak alınan cevaplar arasında önemli ve pozitif ilişkiler olduğu Çizelge 4.8'de görülmektedir. Katılımcıların yaş dağılımları ile öğrenim durumu arasındaki korelasyonun istatistiksel olarak önemli olduğu fakat negatif korelasyon sergilediği dikkat çeken ilk bulgudur. Bununla birlikte, tüketicilerin yaş dağılımlarının, meslek dağılımları ve özel sağlık durumları arasındaki ilişki önemsiz bulunmuştur. Öğrenim durumunun önemli bir ilişki sergilemediği ($p=0,284$) tek parametre katılımcıların meslek dağılımları olurken, öğrenim durumlarıyla gelir dağılımları, yerleşim dağılımları ve özel sağlık durumları arasında pozitif yönde ve önemli korelasyonlar belirlenmiştir.

Çizelge 4.8. Katılımcılardan toplanan demografik verilerin korelasyonu

<i>Soru 1-8</i>	Katılımcıların cinsiyet dağılımı	Katılımcıların yaş dağılımı	Katılımcıların medeni durumu	Katılımcıların öğrenim durumu dağılımı	Katılımcıların meslek dağılımı	Katılımcıların gelir dağılımı	Katılımcıların yerleşim dağılımı	Katılımcıların özel sağlık durumları
Katılımcıların cinsiyet dağılımı	1	0,105 0,006	0,194 0,000	0,063 0,105	0,129 0,001	0,216 0,000	0,149 0,000	0,297 0,000
Katılımcıların yaş dağılımı	0,105* 0,006 [¥]	1	0,286 0,000	-0,087 0,025	-0,040 0,306	0,224 0,000	0,016 0,000	-0,068 0,079
Katılımcıların medeni durumu	0,194 0,000	0,286 0,000	1	-0,104 0,007	0,080 0,038	0,067 0,085	-0,137 0,000	0,143 0,000
Katılımcıların öğrenim durumu dağılımı	0,063 0,105	-0,087 0,025	-0,104 0,007	1	0,041 0,284	0,333 0,000	0,447 0,000	0,211 0,000
Katılımcıların meslek dağılımı	0,129 0,001	-0,040 0,306	0,080 0,038	0,041 0,284	1	-0,073 0,059	-0,026 0,495	0,283 0,000
Katılımcıların gelir dağılımı	0,216 0,000	0,224 0,000	0,067 0,085	0,333 0,000	-0,073 0,059	1	0,310 0,000	0,103 0,007
Katılımcıların yerleşim dağılımı	0,149 0,000	0,016 0,000	-0,137 0,000	0,447 0,000	-0,026 0,495	0,310 0,000	1	0,155 0,000
Katılımcıların özel sağlık durumları	0,297 0,000	-0,068 0,079	0,143 0,000	0,211 0,000	0,283 0,000	0,103 0,007	0,155 0,000	1

* Korelasyon katsayısı [¥] p-değeri

4.9. Katılımcıların Ekmek Tüketim Alışkanlıkları, Günlük Öğün Düzenleri ve Menü Tercihlerine Ait Verilerin Korelasyonu

Ankette yöneltilen soruların bir kısmı, tüketicilerin çoğunun vazgeçilmezi olan ekmek tüketimine yöneliktir (Çizelge 4.9). Verilen cevaplar arasındaki incelendiğinde, bir öğünde tüketilen ekmek miktarı ile tüketilen ekmek çeşidi arasında önemli ($p=0,000$) ve pozitif korelasyon olduğu göze çarpmaktadır.

Bununla beraber yemek sırasında veya sonrasında ekmek artığı bırakma nedeni ile tüketilen ekmek çeşidi arasında da önemli bir korelasyon ($p=0,000$) olmasına rağmen, bir günde tüketilen ekmek miktarı ($p=0,125$) ve günlük öğün sayısı ile ($p=0,388$) ilişkili olmadığı tespit edilmiştir.

Hazır yemek hizmeti alan tüketicilere yönelik yapılan bu anket, bazen sabah yada akşam ama çoğunlukla öğle yemeğini hizmet şeklinde alan kişilerin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların günlük öğün düzenleri ile öğünlerde tükettikleri menü tercihlerine ilişkin verilerin ait korelasyonları da (Çizelge 4.9) değerlendirilmiştir.

Günlük öğün sayısı ile bir öğüne ayrılan süre arasında önemli bir ilişki ($p=0,000$) ve negatif korelasyon olduğu, diğer bir ifadeyle günlük öğün sayısı arttıkça tüketicilerin yemek yemeye daha az vakit ayırdığı dikkati çekmektedir. Benzer biçimde, gözlenen diğer bir negatif korelasyon sonucunda günlük öğün sayısındaki artışın, mevsimine uygun ürün tüketmeye daha az özen gösterilmesine yol açtığı bulgusuna ulaşılabilir.

Ekmek tüketim alışkanlıklarının, tüketicilerin menü tercihleri ve öğün düzenleri içerisinde farklı rollere sahip olduğu söylenebilir. Örneğin tüketilen ekmek türü ile günlük öğün sayısı, bir öğünde yemeğe ayrılan süre ve mevsimine uygun ürün tüketme isteğiyle önemli bir korelasyon sergilemediği belirlenmiştir ($p \geq 0,005$).

Bir yemeğin seçilmesine etki eden faktörleri (doyurucu olması, sağlıklı olması, lezzetli olması, yemeğin sunumu, ucuz olması) belirlemek amacıyla yöneltilen sorunun ise tüketilen ekmek türü ve mevsimine uygun ürün tüketme isteği haricinde, Çizelge 4.9 da yer alan diğer tüm cevaplar ile önemli ve pozitif bir korelasyon içerisinde olduğunu söylemek mümkündür.

Katılımcıların mevsimine uygun ürün tüketmeye dikkat etme durumu ve yemek seçimini etkileyen başlıca faktörlerin en çok tüketilen ekmek tüketimiyle önemsenecek bir ilişki olmadığı ve pozitif korelasyona sahip olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.9. Katılımcıların ekmek tüketim alışkanlıkları, günlük öğün düzenleri ve menü tercihlerine ait verilerin korelasyonu

<i>Soru 9-11, 13-16 ve 18</i>	Bir öğünde tüketilen ekmek miktarı	En çok tüketilen ekmek türü	Yemekler sırasında ekmek artığı bırakma nedeni	Günlük öğün sayısı	Bir öğünde yemeğe ayrılan süre	Mevsimine uygun ürün tüketmeye dikkat etme durumu	Yemek seçimini etkileyen başlıca faktör
Bir öğünde tüketilen ekmek miktarı	1	0,141	0,059	0,512	-0,196	0,045	0,337
		0,000	0,125	0,000	0,000	0,245	0,000
En çok tüketilen ekmek türü	0,141*	1	0,201	0,044	-0,016	0,030	0,033
	0,000 [¥]		0,00	0,260	0,682	0,443	0,388
Yemekler sırasında ekmek artığı bırakma nedeni	0,059	0,201	1	0,033	-0,175	-0,243	0,132
	0,125	0,00		0,388	0,000	0,000	0,01
Günlük öğün sayısı	0,512	0,044	0,033	1	-0,243	-0,116	0,375
	0,000	0,260	0,388		0,000	0,003	0,000
Bir öğünde yemeğe ayrılan süre	-0,196	-0,016	-0,175	-0,243	1	0,160	-0,093
	0,000	0,682	0,000	0,000		0,000	0,017
Mevsimine uygun ürün tüketmeye dikkat etme durumu	0,045	0,030	-0,143	-0,116	0,160	1	0,060
	0,245	0,443	0,000	0,003	0,000		0,121
Yemek seçimini etkileyen başlıca faktör	0,337	0,033	0,132	0,375	-0,093	0,060	1
	0,000	0,388	0,01	0,000	0,017	0,121	

En sevilen yemek türü
* Korelasyon katsayısı [¥]p-değeri

4.10. Katılımcıların Özel Tüketim Alışkanlıklarına Ait Verilerin Korelasyonu

Ankette yöneltilen soruların bir kısmı Katılımcıların özel tüketim alışkanlıklarına yöneliktir. (Çizelge 4.10.) Yemeklerde kullanılan yağ ve sos tercihleri arasında önemli bir ilişki olup, pozitif korelasyon belirlenmiştir. ($p=0,000$)

Beklendiği üzere yemeklerde kullanılan yağ miktarı ve yemeklerde servis edilen sosların tüketiminin artması ile içecek tüketiminin artması arasında doğrusal bir ilişki bulunmuştur. Benzer biçimde yemekte kullanılan baharat miktarı ile sos tüketimi arasında önemli bir ilişki ($p=0,000$) ve pozitif korelasyon vardır. Yemeklerde sosları tercih edenlerin baharatı da tercih ettiği düşünülmektedir. Öte yandan yemeklerde baharat kullanımını ile yemeklerde tuz kullanımı arasında negatif korelasyon olup ($p \leq 0,005$) baharat kullanımının artması ile yemeklere ilave edilen yâda kullanılan tuz miktarının azaldığı görülmektedir. Yemeklerde baharat ve sos kullanımını tercih edenlerin, bu baharat ve soslardan gelebilecek olan tuz benzeri tatlar nedeniyle daha az tuz kullandıkları düşünülmektedir. Yemeklerinin yeteri kadar tuzlu olduğunu düşündüğünü bu sebeple tuz kullanımını azalttığını tespit edilmiştir.

Çizelge 4.10. Katılımcıların özel tüketim alışkanlıklarına ait verilerin korelasyonu

<i>Soru 19-24</i>	Yemekte kullanılan yağ tercihi	Yemekte sos kullanımı tercihi	Yemeklerin yağ oranına dikkat etme durumu	Yemekte baharat kullanımı	Yemek esnasında içecek tüketim tercihi	Yemeklerde tuz kullanımı
Yemekte kullanılan yağ tercihi	1	0,446	0,081	0,108	0,322	0,040
		0,000	0,036	0,006	0,000	0,304
Yemekte sos kullanımı tercihi	0,446*	1	0,087	0,192	0,252	0,066
	0,000 [¥]		0,025	0,000	0,000	0,088
Yemeklerin yağ oranına dikkat etme durumu	0,081	0,087	1	0,552	0,130	-0,169
	0,036	0,025		0,000	0,001	0,000
Yemekte baharat kullanımı	0,108	0,192	0,552	1	0,065	-0,111
	0,006	0,000	0,000		0,094	0,004
Yemek esnasında içecek tüketim tercihi	0,322	0,252	0,130	0,065	1	0,031
	0,000	0,000	0,001	0,094		0,420
Yemeklerde tuz kullanımı	0,040	0,066	-0,169	-0,111	0,031	1
	0,304	0,088	0,000	0,004	0,420	

* Korelasyon katsayısı [¥] p-değeri

4.11. Katılımcıların Dışarıda Aldıkları Yemek Hizmetine İlişkin Özel Tercihlerinin Korelasyonu

Katılımcıların dışarıda aldıkları yemek hizmetine ilişkin özel tercihlerine ilişkin ait korelasyonlar (Çizelge 4.11) değerlendirilmiştir.

Katılımcıların yemek menüsünden memnun kalmadığı zaman sergilediği davranış biçimi ile dışardan yemek hizmeti alınan firmanın mutfağı/üretim alanı hakkında bilgi sahibi olma isteği ile arasında negatif korelasyon ($p=0,000$) olduğunu söylemek mümkündür. Diğer bir deyişle dışardan alınan hizmetten memnun kalınmadığı zaman yemek hizmeti alan kişinin mutfak yâda üretim alanı hakkında bilgi sahibi olmak istemekle, belki de bu memnuniyetsizliğin sebebini irdelemek istemektedirler. isteği artmakta olduğunu söylemek mümkündür.

Katılımcıların yemek menüsünden memnun kalınmadığı zaman sergilenen davranış biçimi ile dışardan hizmet alma tercihi arasında önemli bir ilişki olup ($p \leq 0,005$) aralarında pozitif korelasyon mevcuttur. Hizmetten memnun kalmak, o hizmeti almaya devam etmemiz için önemli bir faktördür.

4.12. Katılımcıların Dışarıda Aldıkları Yemek Hizmetine Ait Genel Hijyen Durumu Korelasyonu

Katılımcıların dışarıda aldıkları yemek hizmetine ait genel hijyen durumuna ilişkin verilere ait korelasyonlar (Çizelge 4.12) değerlendirilmiştir.

Anket verilerine göre yemeklerin dağıtımı esnasında kullanılan araç-gereçlerin hijyen durumu ile yemekhanenin temizliği arasında negatif korelasyon olup ($p=0,00$) sanıldığı aksine birbiri ile bağlantılı bulunmamıştır. Yemeklerin dağıtımında kullanılan araç gereçlerin temizliği ile diğer seçenekler olan, masaların büyüklüğü, masa-sandalye temizliği, kaşık, çatal, bardak temizliği, aydınlatma ve havalandırma faktörleri arasındaki hiçbir korelasyon olmadığı tespit edilmiştir.

Buna karşın yemekhanenin temizliği ile masaların büyüklüğü, masa-sandalye temizliği, kaşık, çatal, bardak temizliği, Aydınlatma ve havalandırma ile pozitif korelasyon olup birbiri ile önemli düzeyde ilişkili olduğu belirlenmiştir. ($p=0,000$) tüm bu faktörler birbiri ile bağlantılı olduğu be bir bütün halinde ele alınabileceği düşünülebilir örneğin masa sandalye temizliğinin sağlanmış fakat kaşık çatalların temizliğinin sağlanmaması o işletmedeki hijyen algısının değişmesine ve prestij kaybına sebep olabilir. Bu sebeple işletmelerin müşterilerin beklentilerini belirlemede bu faktörleri göz önünde bulundurarak hareket edebilirler.

Çizelge 4.11. Katılımcıların dışarıda aldıkları yemek hizmetine ilişkin özel tercihlerinin korelasyonu

<i>Soru 12, 17 ve 25</i>	Yemek hizmeti aldığınız firmanın mutfağı/üretim alanı hakkında bilgi sahibi olma isteği	Dışarıda yemek hizmeti alma tercihi	Yemek menünüzden memnun kalmadığınız zaman sergilediğiniz davranış biçimi
Yemek yemek hizmeti aldığınız firmanın mutfağı/üretim alanı hakkında bilgi sahibi olma isteği	1	0,097 0,012	-0,179 0,000
Dışarıda yemek hizmeti alma tercihi	0,097* 0,012 [¥]	1	0,123 0,002
Yemek menünüzden memnun kalmadığınız zaman sergilediğiniz davranış biçimi	-0,179 0,000	0,123 0,002	1

* Korelasyon katsayısı ¥ p-değeri

Çizelge 4.12. Katılımcıların dışarıda aldıkları yemek hizmetine ait genel hijyen durumu korelasyonu

<i>Soru 26-31</i>	Yemeklerin dağıtımı esnasında kullanılan araç-gereçlerin hijyen durumu	Yemekhanenin Temizliği	Masaların büyüklüğü	Masa sandalye temizliği	Kaşık, çatal, bardak temizliği	Aydınlatma ve havalandırma
Yemeklerin dağıtımı esnasında kullanılan araç-gereçlerin hijyen durumu	1	-0,197 0,00	-0,010 0,787	-0,034 0,374	0,049 0,209	0,043 0,268
Yemekhanenin Temizliği	-0,197* 0,00 [¥]	1	0,693 0,000	0,781 0,000	0,637 0,000	0,283 0,000
Masaların büyüklüğü	-0,010 0,787	0,693 0,000	1	0,773 0,000	0,710 0,000	0,514 0,000
Masa/sandalye temizliği	-0,034 0,374	0,781 0,000	0,773 0,000	1	0,745 0,000	0,482 0,000
Kaşık, çatal, bardak temizliği	0,049 0,209	0,637 0,000	0,710 0,000	0,745 0,000	1	0,664 0,000
Aydınlatma ve havalandırma	0,043 0,268	0,283 0,000	0,514 0,000	0,482 0,000	0,664 0,000	1

* Korelasyon katsayısı ¥ p-değeri

4.13 Katılımcılara Sunulan Menülerin Genel Beğeni Durumlarına Ait Verilerin Korelasyonu

Katılımcılara sunulan menülerin genel beğeni durumlarına ilişkin verilerine ait korelasyonlar (Çizelge 4.13.) değerlendirilmiştir.

Anket katılımcılarına göre yemeklerin temizliği, yemeklerin birbiri ile uyumu, yemeklerin görünüşü, yemeklerin kıvamı, yemeklerin sıcaklığı, yemeklerin yağı, yemeklerin porsiyonu, yemeklerin çeşitliği arasında pozitif korelasyon olup birbirleri ile önemli etkilere sahip olduğu belirlenmiştir ($p=0,000$)

Yemeklerin porsiyonlanması ile menülerin genel beğenisi arasında uzaktan ilişki olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların yemeklerin, alet ekipmanların, yemekhanenin temizliği gibi konuları göz ardı etmediğini aksine bu kriterlere de dikkat ettiği belirlenmiştir.

Hazır yemek hizmeti alan katılımcıların bir diğer dikkat ettikleri konu ise yemeklerin yağı olduğu belirlenmiştir. Yemeklerde kullanılan yağlar ile yemeklerin sıcaklığı arasında pozitif bir korelasyon vardır.

Çizelge 4.13. Katılımcılara sunulan menülerin genel beğeni durumlarına ait verilerin korelasyonu

<i>Soru 32-39</i>	Yemeklerin Temizliği	Yemeklerin birbiriyle uyumu	Yemeklerin görünüşü	Yemeklerin kıvamı	Yemeklerin sıcaklığı	Yemeklerin yağı	Yemeklerin porsiyonu	Yemeklerin çeşitliliği
Yemeklerin Temizliği	1	0,807	0,855	0,677	0,701	0,489	0,456	0,466
		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Yemeklerin birbiriyle uyumu	0,807*	1	0,821	0,803	0,783	0,604	0,550	0,582
	0,000 [¥]		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Yemeklerin görünüşü	0,855	0,821	1	0,817	0,805	0,626	0,605	0,610
	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Yemeklerin kıvamı	0,677	0,803	0,817	1	0,826	0,758	0,681	0,638
	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
Yemeklerin sıcaklığı	0,701	0,783	0,805	0,826	1	0,698	0,678	0,688
	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
Yemeklerin yağı	0,489	0,604	0,626	0,758	0,698	1	0,711	0,601
	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
Yemeklerin porsiyonu	0,456	0,550	0,605	0,681	0,678	0,711	1	0,834
	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
Yemeklerin çeşitliliği	0,466	0,582	0,610	0,638	0,688	0,601	0,834	1
	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	

* Korelasyon katsayısı ¥ p-değeri

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan bu tez kapsamında, yaş, cinsiyet, farklı meslek grupları gibi faktörlerin yanı sıra yaşanan yerleşim yerlerine göre yeme alışkanlıklarındaki ve kalori ihtiyacındaki farklılıkların ortaya koyulması, yemek hizmeti alan tüketicilerin menünün uyumu ve çeşitliliği, gramajı, sezonsal tercihleri, yemek yeme süreleri vb tercihlerinin değerlendirilmesi ve Uşak ilinin tarımsal yapısını, sosyo-ekonomik düzeyini, davranış kalıplarını ve yemeklerin bölgeden bölgeye göre değişiminin incelenmesi amaçlanmış ve çalışma bitiminde önemli bulgular ortaya koyulmuştur.

Verilerden yola çıkıldığında, anket uygulamasına katılan kişilerin büyük çoğunluğunun erkek, 26-40 yaş aralığında ve medeni durum olarak evli olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların büyük bir kısmının ise lise mezunu olduğu (% 49,10) ve işçi sınıfında yer aldığı (% 62,43) belirlenmiştir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu 2000-3500 TL gelir düzeyine sahipken, %66,7'si kent merkezinde ikamet etmektedir. Katılımcıların özel sağlık durumları incelendiğinde ise dünyada ve ülkemizde de giderek artan obezitenin her 5 katılımcıdan birinde rastlanan en önemli sağlık problemi olduğu ortaya koyulmuştur. . Ekmeğin kilo kazandırdığını düşünen (%11,38) 76 kişi tespit edilmiştir.

Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun günde yarım ekmeği tükettiği (%33,68); en çok tercih edilen ekmeği çeşidinin ise %36,23 oranıyla kepekli ekmeği olduğu ve bunu % 14,07 oranıyla beyaz ekmeğin takip ettiği belirlenmiştir.

Ankete katılan 298 kişi günde '2 ve 4 öğün', 228 kişi ise 'günde 4 ve daha fazla öğün' yaptığını ifade etmiştir. Katılımcıların %39'luk kısmının yemeğe ayırdığı süre 15-30 dk. olup, yemeğe ayrılan süresi 0-15 dk. olan kişi % 37 lik bir dilime sahiptir. Birbirine yakın olan bu değerler yemeklerin çok hızlı tüketildiğini göstermektedir.

Mevsimine uygun ürün tüketen kişi sayısının (%46,41), mevsimine uygun ürün tüketimine dikkat etmeyen kişi sayısına göre (%24,85) yaklaşık 2 kat daha yüksek olması, tüketici farkındalığının değerlendirilmesi bakımından önemli bir bulgudur.

Katılımcılar yemeğin sunumu, ucuz yada pahalı olmasından çok, sırasıyla lezzetli, doyurucu ve sağlıklı olmasına dikkat etmişlerdir

Katılımcıların dışarda yemek hizmeti almak istediği restoranlar en çok %34,48 ile ev yemeği yapan yerler, %26,84 ile ızgara, kebab pide ve döner hizmeti veren restoranların olarak belirlenmiştir.

Yemeklerde kullanılan yağ tercihi çoğunlukla %41,47 ile ayçiçek yağından yana olurken,

soğuk sıkım zeytinyağı ise tüm katılımcıların %22,45'i tarafından tercih etmişlerdir. Yemeklerde kullanılan yağ oranına dikkat eden kişi sayısı ise dikkat çeken bir değerdedir (% 40,48).

Katılımcıların 320 kişisi yemeklerde baharat kullandığını, 163 kişisi ise baharat kullanımının tercih etmediğini dile getirmiştir. Yemek esnasında içeceğe kullanımı sorgulandığında ise gazlı içeceklerin (% 40,3) tercih sıralamasında açık ara önde olduğu, şalgam suyunun ise minimum tüketime sahip olduğu (% 2,4) göze çarpmaktadır.

Yemeklerde tuz kullanımının bakıldığında ise çoğu kişinin sağlıklı yaşamı destekler nitelikte tuz kullanımından kaçındığı (%35,74) belirlenmiş ve yemeğini aşırı tuzlu tüketmeyi tercih eden kişi sayısı % 14 lük bir dilimle ifade edilmiştir. İmi tercih eden kişi sayısı ise 94 'dür. Menülerde sunulan yemeklerin hijyenik açıdan iyi olduğunu düşünen 243 (%36,38) kişi varken, yemeklerin birbiri ile uyumlu olduğunu belirten 258 kişi (% 38,62), kesinlikle iyi olduğunu belirten ise 168 kişi (% 25,15) olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak yemeklerin görünüşü, kıvamı, ve sıcaklığının iyi olduğunu belirtmişlerdir.

Uşak ilinde hazır yemek hizmeti alan katılımcıların yemek seçiminde dikkat edilen en önemli kriter yemeğin lezzetli olması olarak analiz edilmiştir. Tüm katılımcılar arasında 230 kişi için (%34,41) yemek lezzetinin önemli olduğu, 38 kişi içinse (%5,64) yemek sunumunun önemli olduğu belirlenmiştir. Tüketicilerin sağlıklı beslenme alışkanlıklarının artması için tüketicilerin bilinçlendirilmesine daha da önem verilmesi gerektiği anlaşılmıştır.

Katılımcılara göre yemekhanenin temizliği ile masaların büyüklüğü, masa-sandalye temizliği, kaşık, çatal, bardak temizliği, aydınlatma ve havalandırma ile pozitif korelasyon olup birbiri ile önemli düzeyde ilişkili olduğu belirlenmiştir. Tüm bu faktörlerin birbiriyle bağlantılı olup, bir bütün halinde ele alınması gerekmektedir. Örneğin masa sandalye temizliğinin sağlanmasına karşın, kaşık çatalların temizliğinin sağlanmaması o işletmedeki hijyen algısının değişmesine ve prestij kaybına sebep olabilir. Bu sebeple işletmelerin müşterilerin beklentilerini belirlemede bu faktörleri göz önünde bulundurarak hareket edebilirler.

Anket katılımcılarına göre yemeklerin temizliği, yemeklerin birbiri ile uyumu, yemeklerin görünüşü, yemeklerin kıvamı, yemeklerin sıcaklığı, yemeklerin yağı, yemeklerin porsiyonu, yemeklerin çeşitliliği arasında pozitif korelasyon olup birbirleri ile önemli etkilere sahip olduğu belirlenmiştir.

Sonuç olarak bu çalışma bitiminde Uşak ilinde hazır yemek/toplu beslenme hizmeti alan toplamda 668 kişiye ilişkin demografik verilere ulaşılmış ve ilk aşamada bu temel verilerin bireylerin beslenme alışkanlıklarıyla ilişkisi irdelenmiştir. Bunun yanı sıra, toplu beslenme hizmeti alan kişilerin günlük öğün düzenleri, öğün içerikleri, menü tercihleri ve özel beslenme alışkanlıklarına (tuz kullanımı, baharat kullanımı, alkollü içecek tüketimi vb.) yönelik değerli bilgiler elde edilmiştir.

Her kesimden kişinin öğün vazgeçilmezi olan ekmek tüketimine yönelik yapılan değerlendirmelerin, gerek ekmek israfını önlemede gerekse menü içeriklerinin belirlenmesinde önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Hazır yemek hizmeti alan kişilerin yemeğin hazırlandığı, taşındığı ve hatta servis edildiği mekanların hijyeni konusunda gerekli titizliğe sahip olması ise tüketici bilinçlendirmesi ve gıda güvenliğinin yaygınlaştırılması bakımından umut vericidir.

KAYNAKLAR

- [1] Acımiş, D. 1996. ‘‘Adana’da Toplu Beslenme Yapılan Kurumlarda Uygulanmakta Olan Menülerin Değerlendirilmesi’’ Bilim Uzmanlığı Tezi Ankara.
- [2] Biber, S. 1985. ‘‘Toplu Beslenme Yapılan Kuruluşlarda Yiyeceklere Uygulanan Satın Alma ve Kontrol Yöntemleri ile Depolama Teknikleri ‘‘ Milli Produktivite Merkezi Yayınları: 325,181-196, Ankara.
- [3] Anonim 1993, Yayın No:1616, D.İ.E. Matbaası, Ankara. /BEYHAN, Y; CİĞERİM, N, 1995. . *Genel Nüfus Sayımı, T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü Toplu Beslenme Sistemlerinde Menü Yönetimi ve Denetimi, Kök Yayıncılık, Ankara*
- [4] Kızıltan, G. 1998. ‘‘Günde Beş Yüz ve Üzeri Kişiyeye Yemek Servisi Yapan Toplu Beslenme Kurumlarında Kullanılan Araç-Gereçler, Yemek Üretim ve Servis Kalitesine Etkileri ve Karşılaşılan Sorunlar.’’ *Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Toplu Beslenme Sistemleri Uzmanlık Tezi, Ankara. 1998.*
- [5] Çetinkaya, O. 1996. ‘‘Yiyecek İçecek Endüstrisinde Menü Planlama ve Yiyecek ve İçeceğin Geliştirilmesi (Varan Konaklama Söğütözü Tesislerinde Örnek Bir Uygulama)’’. Yüksek Lisans Tezi, *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Eğitimi Bilim Dalı, Ankara., 1996.*
- [6] Lattin, G. W. 1985. ‘‘The Lodging and Food Service Industry, 3 Rd Ed. The Educational Institute Of The American Hotel And Motel Association, Michigan.
- [7] Anonymous, 1978. ‘‘Websters’s New World Dictionary of the American Language,’’ Second Edition, Villiam Collins World Publishing Co., Cleveland 1978, p. 888.
- [8] TDK Türk Dil Kurumu <https://tdk.gov.tr/> erişim tarihi 24.07.2019
- [9] Cığirim, N. Beyhan , Y., 1994. ‘‘Menü Tipleri ve Çeşitli Menü Örnekleri, Yiyecek İçecek Hizmeti Veren İşletmelerde Menü Planlama,’’ Umpro Eğitim Seminerleri,Ankara.
- [10] Ganem,B.,C. 1990. ‘‘Nutritional Menu Concepts For The Hospitality Industry’’, Van Nostrand Reinhold, New York

- [11] Bulduk, S. 1993. ‘‘Beslenme Eğitiminin Gerekliliği YA-PA Okul ncesi Eğitimi ve Yaygınlaştırılması Semineri ‘‘YA-PA Okul Yayınları , Cağaloğlu, İstanbul.
- [12] Baysal, A.1989. ‘‘Beslenmenin Sağlık ve Ekonomi Yönünden nemi, Toplu Gıda Tketicimi Yapılan Kuruluşlarda İnsan Gücü Verimliliğini Artırmaya Yönelik Beslenme Teknikleri’’ Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları 325. şenol Matbaası Ankara.
- [13] Bolat, 1995. ‘‘Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Menü Planlaması ve Fiyatlandırma.’’ Balıkesir Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi*, sayfa 133 ,Balıkesir
- [14] Atılđan M. 2008 ‘‘Adana’da Toplu Beslenme Yapılan Bazı Kurumların Menülerinin Değerlendirilmesi ve Tüketiciler Görüşlerinin Belirlenmesi’’
- [15] akıcı, A. C.& Yıldız, E. (2019). Yiyeceklerle İlgili Kişilik zelliklerinin Lezzet Davranışına Etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2), 898-917.
- [16] Demirel S. 2009 Hazır Yemek retimi Yapan İşletmelerde alışanların Hijyen Bilgi Düzeylerinin Belirlenmesi *Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı*
- [17] Yağcı, S. (2010). Van ilinde lise son sınıf ğrencilerinin beslenme alışkanlıkları üzerine cinsiyetlerinin etkisi (Master's thesis, Namık Kemal Üniversitesi).
- [18] Hafızoğlu M. 2018 İstanbul Halk Ekmek Büfe İşletmeciliği Dinamikleri ile Müşteri Profili ve Tüketiciler Alışkanlıklarının Belirlenmesi
- [19] Kılıç D. 2008 *Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi Bilim Dalı* Tüketicilerin Gıda Güvenliği ile İlgili Bilgi-Tutum ve Davranışları
- [20] Bodur S. (1991). Türk Ailesinin Beslenme Alışkanlıkları. *Türk Aile Ansiklopedisi*, Ankara T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yayınları,188-194.
- [21] Dara, R. 2010. Sofralara Geldi Bahar Baharatlar- Kokulu Otlar Yerel ve Evrensel Tatlar. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- [22] Türk Gıda Kodeksi (TGK),1998. Yemeklik zeytinyağı ve Yemeklik Prina Yağı

Hakkında Tebliğ(Tebliğ No:98/7),Tarım ve Köy işleri Bakanlığı, Ankara

[23] Ayaz A., Tuz tüketimi ve sağlık *Hacettepe Üniversitesi - Sağlık Bilimleri*

Fakültesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü Şubat - 2008 ANKARA

[24] Anonim, 2019.

[https://www.bernacil.com/baharatlar/?kc=HAIDA\(%E3%83%8F%E3%82%A4%E3%83%80\)-HD921-255/30ZR22-95W-pq278959p](https://www.bernacil.com/baharatlar/?kc=HAIDA(%E3%83%8F%E3%82%A4%E3%83%80)-HD921-255/30ZR22-95W-pq278959p) (erişim tarihi: 05/12/2019)

[25] Kavak, S., & Yaman, M. (2007). Almanya’da Yaşayan Türk Ailelerinin Beslenme Alışkanlıklarındaki Değişimin Saptanması.

[26] Yücel, B. (2015). Sağlık çalışanlarının beslenme alışkanlıkları ve beslenme bilgi düzeylerinin incelenmesi (Master's thesis, Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü).

[27] Tümer H. *Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beslenme Ve Diyetetik Ana Bilim Dalı Toplu Beslenme Servislerinde Porsiyon Kontrolü Ve Türkiye’ye Özgü Ölçü Kabı Geliştirme Doktora Tezi Ankara (2017)*

[28] Steenhuis I, Leeuwis F, Vermeer W. Small, Medium, Large or Supersize: Trends in food Portion Sizes in the Netherlands, *Public Health Nutr* 13: 852–857,2010.



EK-1 ÇALIŞMADA KULLANILAN ANKET FORMU

Uşak İlinde Hazır Yemek Hizmeti Alan Farklı Sosyo-Ekonomik Düzeye Sahip Kişilerin Yeme Davranışlarının ve Menü Tercihlerinin Değerlendirilmesi -Anket Soruları

Ankete vermiş olduğunuz yanıtlar hiçbir şekilde isim belirtilerek açıklanmayacak ve amacı dışında kullanılmayacaktır. Akademik amaçlı olan bu çalışmaya katılımınızdan dolayı sizlere teşekkür ederiz.

1) Cinsiyetiniz

- a) Bayan
- b) Bay

2) Yaşınız

- a) 18-25
- b) 26-40
- c) 41-55
- d) 55 ve üstü

3) Medeni Durumunuz

- a) Bekâr
- b) Evli

4) Mesleğiniz

- a) Serbest meslek
- b) Memur
- c) İşçi
- d) Yönetici
- e) Emekli
- f) Diğer (lütfen belirtiniz)

5) Ailenizin aylık toplam gelir durumu nedir?

- a) 2000 TL ve altı
- b) 2000-3500 TL
- c) 3500-5000 TL
- d) 5000 TL ve Üstü

6) Öğrenim Durumunuz nedir?

- a) Okuryazar
- b) İlköğretim

- c) Lise
- d) Üniversite
- e) Lisans üstü

7) Yaşamınızın çoğunu geçirdiğiniz yer?

- a) Köy
- b) Kasaba
- c) Kent

8) Herhangi bir sağlık sorununuz var mı?

- a) Kalp-damar hastalıkları
- b) Eklemsel, romatizmal hastalıklar
- c) Şeker hastalığı
- d) Sindirim sistemi hastalıkları
- e) Alerjik reaksiyonlar
- f) Obezite
- g) Diğer.....

9) Bir öğünde tükettiğiniz ekmek miktarı ortalama ne kadardır?

- a) Çeyrek Ekmek
- b) Yarım Ekmek
- c) 1 Bütün Ekmek
- d) 1 ekmekten daha fazlası

10) En çok tükettiğiniz ekmek türü nedir?

- a) Beyaz un/buğday ekmeği
- b) Tam buğday ekmeği
- c) Kepekli ekmek
- d) Yulaf/çavdar ekmeği
- e) Ekşi maya ekmek
- f) Köy ekmeği
- g) Diğer

11) Yemeklerde ekmek artığı bırakma nedeniniz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

- a) Sulu yemek olmadığı zaman
- b) Bayat olduğu için
- c) Yeterince pişmemiş olduğu için
- d) Uygun büyüklükte dilimlenmediği için
- e) Yemeğin bazı kısımlarını tüketemediğim için
- g) Kilo kazandırdığı için

12) Yemek yediğiniz yada yemek hizmeti aldığınız firmanın mutfağı/üretim alanı hakkında bilgi sahibi olmak ister miydiniz?

- a) Evet
- b) Hayır
- c) İlgilenmiyorum

13) Yemek seçimlerinizi etkileyen başlıca faktör nedir?

- a) Doyurucu olması
- b) Sağlıklı olması
- c) Tat/lezzet olması
- d) Sunumu
- e) Ucuz olması

14) En sevdiğiniz yemek türü nedir? (En fazla 3 seçenek işaretleyebilirsiniz)

- a) Et Yemekleri
- b) Sebze Yemekleri
- c) Etli/kıymalı sebze yemekleri
- d) Pilav, Makarna
- e) Hamur İşleri
- f) Etli /kıymalı Kuru baklagil Yemekleri
- g) Çorba
- h) Meyve
- ı) Yoğurt
- i) Salatalar
- j) Tatlılar
- k) Kahvaltı

15) Bir günde kaç öğün yemek yersiniz?

- a) 2 öğün
- b) 2-4 öğün
- c) 4 ve daha fazla öğün

16) Bir öğünde yemek yemeğe ayırdığınız süre ne kadardır?

- a) 0-15dk
- b) 15-30 dk
- c) 30-45 dk
- d) 45-60 dk
- e) 60 dk ve üstü

17) Dışarda yemek yediğiniz zamanlarda en çok nerede yemek yemeyi tercih edersiniz?

- a) Ev yemekleri yapan restoranlarda
- b) Fast-food tipi hizmet veren restoranlarda
- c) Izgara, kebab, pide ve döner hizmeti veren restoranlarda

d) Dünya mutfakları menüsüyle hizmet veren restoranlarda e) Diğer.....

18) Yemek tercihlerinizde mevsimine uygun ürünleri tüketmeye dikkat ediyormusunuz?

- a) Evet
- b) Hayır
- c) Önemsemiyorum

19) Yemeklerinizde en çok hangi yağı tercih edersiniz?

- a) Mısırözü yağı
- b) Ayçiçek yağı
- c) Margarin
- d) Zeytinyağı
- e) Tereyağı

20) Yemeklerinizde beyaz sos mu kırmızı sos mu tercih edersiniz?

- a) Beyaz Sos
- b) Kırmızı Sos
- c) Sos Sevmiyorum
- d) Yerine Göre

21) Yemeklerinizin yağ oranına dikkat eder misiniz?

- a) Evet
- b) Hayır
- c) Farketmez

22) Yemek tüketiminde baharat (karabiber, kekik, nane vs) kullanımı tercih edermisiniz?

- a) Evet
- b) Hayır
- c) Farketmez

23) Yemek esnasında hangi içeceği tüketmeyi tercih edersiniz?

- a) Gazlı içecekler
- b) Çay
- c) Alkollü içkiler
- d) Soda/maden suyu
- e) Ayran
- f) Şalgam suyu
- g) Sadece su

24) Yemeklerinizde tuz kullanım tercihiniz nedir?

- a) Tuzsuz
- b) Tuzlu
- c) Aşırı tuzlu
- d) Az tuzlu

25) Yemek menünüzden memnun kalmadığınız zaman aşağıdaki davranışlardan hangisini sergilersiniz?

- a) Çevremdeki insanlara anlatırım.
- b) Çalıştığım yerin yetkililerine durumu bildiririm.
- c) Sosyal medyada/basında duyulmasını sağlarım
- d) Yemeğimi kendim hazırlayarak, getiririm.
- e) Herhangi bir şey yapmam.
- f) Diğer (lütfen belirtiniz)

26) Yemeklerin dağıtımı esnasında kullanılan araç-gereçlerin temizliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?

- a) Yeterince temiz olduklarını düşünüyorum
- b) Hijyenik açıdan eksik olduklarını düşünüyorum
- c) Öğünlere göre değişiklik gösterdiğini düşünüyorum.
- c) Kararsızım

Yemek hizmeti aldığınız yerin (yemekhane, lokanta) aşağıdaki özelliklerini sizin için önem sırasına göre 1- 5 arası numaralandırınız

(1:Hiç İyi Değil - 5: Çok İyi)

	1	2	3	4	5
(27) Yemek yenilen yerin genel hijyeni					
(28) Masaların boyutu					
(29) Masa / sandalye genel hijyen durumu					
(30) Kaşık, çatal, bardak temizliği					
(31) Aydınlatma, havalandırma koşulları					

Size sunulan yemek menüsüne ait aşağıdaki özellikleri önem sırasına göre 1- 5 arası numaralandırınız

(1:Hiç İyi Değil - 5: Çok İyi)

	1	2	3	4	5
(32) Yemek yenilen yerin genel hijyeni					
(33) Sunulan yemeklerin birbiriyle uyumu					
(34) Sunulan yemeğin görünümü					
(35) Sunulan yemeğin kıvamı					
(36) Sunulan yemeğin sıcaklığı					
(37) Sunulan yemeğin yağı					
(38) Sunulan yemeğin porsiyonu					
(39) Sunulan yemeklerin çeşitliliği					

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

- İsim Soyisim : Özge ÇAM
- Doğum Yeri : İzmir
- Doğum Tarihi : 21/11/1987
- Uyuşu : TC
- Medeni Durumu : Evli
- Ehliyet : B Sınıfı
- Tel : 0 505 971 77 65
- E-mail : zgedanyldz@gmail.com



İŞ TECRÜBELERİ

- Pınar Süt ve Süt Ürünleri (2008) Gıda Tekniker Stajyer ;
- Pınar Entegre Et ve Un Sanayi (2013) Gıda Mühendisi Stajyer ;
- Cebeci Süt ve Süt Ürünleri Tarım Hayvancılık San. Ve Tic. Ltd. Şti. (2014-2015) ;
Süt alım laboratuvarı, Kimya Laboratuvarı, Mikrobiyoloji Laboratuvarı, Kalite Kontrol, sorumlusu, Hijyen Sorumlusu ve Depo Sevkiyat Kalite Sorumlusu olarak görev aldım. Yemekhaneye gelen işlenmiş, işlenmemiş, yarı işlenmiş taze, kurutulmuş, bakliyat v.s gibi ürünlerin son kullanma tarihleri ve dolap derecelerinin takibini yaptım. Son olarak da KALİTE SİSTEMLERİ YÖNETİCİLİĞİ yaptım.(ISO, HACCP, iş akış şemaları, üretim şemaları, talimatlar v.s)
-Süt alımı
-Kimya Laboratuvarı
-Mikrobiyoloji Laboratuvarı
-Hijyen Sorumlusu
-Depo Sevkiyat Kalite Kontrol Sorumlusu
-Kalite Sistemleri Yöneticisi
-Yemekhane Kalite Kontrol Birimlerinde görev aldım.

Sofra compass da Proje Müdürlüğü 2017-2018

BCC Hazır yemek Üretim Hizmetleri A.Ş. TÜPRAG Kışladağ altın madeni proje müdürlüğü 2018- halen

ÖĞRENİM DURUMU

- Uşak Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Gıda Mühendisliği ABD. Yüksek Lisans 2016-2019
- Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi Mühendislik Fakültesi (Gıda Mühendisliği) 2010-2014
- Afyon Kocatepe Üniversitesi Sultandağı Meslek Yüksek Okulu (GıdaTecnolojisi) 2007-2009
- Eskişehir Anadolu Üniversite Açıköğretim Fakültesi (Çalışma Ekonomisi) 2006-2008

KURS BİLGİLERİ

- HACCP
- ISO 22000
- MİKROBİYOLOJİ EĞİTİMİ
- HİJYEN EĞİTİMİ (İşyeri)
- ISO 22000 GIDA GÜVENLİĞİ YÖNETİM SİSTEMİ (Es Eğitim Danışmanlık)
- ISO 9001:2008 KALİTE YÖNETİM SİSTEMİ (Es Eğitim Danışmanlık)
- ISO 9001:2008 İÇ TETKİKÇİ (Es Eğitim Danışmanlık)
- ISO 14001 ÇEVRE YÖNETİM SİSTEMİ (Es Eğitim Danışmanlık)
- ISO 27001 BİLGİ GÜVENLİĞİ YÖNETİM SİSTEMİ (Es Eğitim Danışmanlık)
- ISO 50001 ENERJİ YÖNETİMİ SİSTEMİ (Es Eğitim Danışmanlık)
- ENTEGRE YÖNETİM SİSTEMİ (Es Eğitim Danışmanlık)
- OHSAS 180001 İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ (Es Eğitim Danışmanlık)
- STRATEJİK YÖNETİM (Es Eğitim Danışmanlık)
- CV OLUŞTURMA VE MÜLAKAT TEKNİKLERİ (Es Eğitim Danışmanlık)
- RİSK YÖNETİMİ (Es Eğitim Danışmanlık)

PROJE VE GÖREV BİLGİLERİ

- Süleyman Demirel Üniversitesi Gıda Kulübü "4.sınıf temsilciliği"ve "AR-GE sorumlusu " olarak aktif görev aldım
- Süleyman Demirel Üniversitesi Gıda Mühendisliği "Genç Gıdacılar Topluluğunda"aktif görev aldım
- T.C Avrupa Birliği Bakanlığı,AB Eğitim ve Gençlik Programları Merkez Başkanlığınca yürütülen "Hayatboyu Öğrenme Programı (LLP)" kapsamında gerçekleştirilen "Küçük Hayatlar Büyük Adımlar" sosyal sorumluluk projesinde aktif görev aldım.(01.02.2012-31.01.2013)
- 17-19 Nisan 2014 tarihleri arasında Çukurova Üniversitesi 4.geleneksel Gıdalar sempozyumu'na "Kars Gravyer Peyniri" isimli Poster Bildirisi

YABANCI DİL VE DÜZEYİ

- İngilizce (orta seviye)
- Almanca (Başlangıç)

BİLGİSAYAR BECERİLERİ

- Microsoft Office (2003, 2007, 2010 ve 2013 Sürümleri)
- Diğer ofis programları