**EV DIŞI GIDA TÜKETİMİNİN ANALİZİ[[1]](#footnote-2)**

**Tuğçe Nur Tüfekçi2\***

*2\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Onikişubat/Kahramanmaraş, E-mail:* [*tugcenur\_96@hotmail.com*](mailto:tugcenur_96@hotmail.com)*,* [*https://orcid.org/0000-0002-0999-8247*](https://orcid.org/0000-0002-0999-8247)

**Yeşim Aytop3**

*3Dr. Öğr. Üyesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Onikişubat/Kahramanmaraş, E-mail:* [*yesimmeral@ksu.edu.tr*](mailto:yesimmeral@ksu.edu.tr)

[*https://orcid.org/0000-0002-8464-2427*](https://orcid.org/0000-0002-8464-2427)

**Özet:**

Son yıllarda ev dışı gıda tüketiminin hızla arttığını görmekteyiz. Dışarıda yemek seçeneğinin artması, yoğun iş temposu nedeniyle evde yemek hazırlamaya zaman bulamama, sosyalleşme gibi sebeplerin ev dışı gıda tüketimini artırdığı bilinmektedir. Bu araştırmada Türkiye’de ikamet eden hanehalklarının sosyo-demografik özellikleri itibariyle ev dışı gıda tüketim düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın ana materyalini Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2017 yılında 12166 hanehalkı ile gerçekleştirilmiş ’’Hanehalkı Bütçe Anketi’’ verileri oluşturmaktadır. Verilerin analizinde Tanımlayıcı İstatistikler, Tek Yönlü ANOVA Testi ve Çoklu Regresyon Analizi kullanılmıştır. Araştırma bulgularında, ankete katılan bireylerin ev dışı gıda harcamaları ortalama 183.06 TL/ay olarak belirlenmiştir. Ev dışı gıda tüketiminde etkili olan sosyodemografik özellikleri belirlemek amacıyla oluşturulan Çoklu Regresyon Modelinde kullanılan 11 değişkenden 10’u istatistiki açıdan anlamlı bulunmuştur. Model sonucunda kadınların, evlilerin, işsizlerin ve eşi çalışmayanların ev dışı gıda harcamalarının daha az olduğu tespit edilmiştir. Hanehalklarının eğitim seviyesi yükseldikçe ve harcamaları arttıkça ev dışı gıda harcamalarının da artmakta olduğu saptanmıştır. Araştırma sonuçlarının ev dışı gıda tüketiminin gerçekleştirildiği lokanta, kafe, kantin, paket servis yapan işletmeler gibi birçok işletmenin pazarlama politikalarını oluştururken yararlanacakları bir kaynak olması beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** TÜİK, ev dışı gıda, tüketim, Çoklu Regresyon Analizi.

**ANALYSIS OF HOUSEHOLD CONSUMPTİON OF FOOD-AWAY-FROM-HOME**

**Abstract:**

In recent years, the consumption of food away from home has increased rapidly. It is known that the increase in the choice of take-away food, the inability to find time to prepare meals at home due to the intense work, and socialization increase the consumption of food away-from home. This study aims to determine the socio-demographic characteristics affecting food awayfrom-home consumption of households residing in Turkey. Material of the research consists of the "Household Budget Survey" data conducted by the Turkish Statistical Institute (TURKSTAT) with 12166 households in 2017. Descriptive statistics, One- Way ANOVA Test and Multiple Regression Analysis were used in the analysis of the data. The research findings show that the average food away-from-home expenditures of the consumers were determined as 183.06 TL/month. Ten of the 11 variables used in the linear regression model, which was created to determine the socio-demographic characteristics that are effective in food away from home consumption, were found to be statistically significant. Women, married people, unemployed people and having unemployedwives/husbands have less expenditure on food away from home. It has been determined that as the education level of the households increases and their expenditures increase, their food away from home expenditures increase as well. It is expected that the results of the research will be a resource that businesses, such as restaurants, cafes, canteens, takeaway businesses will be used when creating their marketing strategies.

**Keywords**: TURKSTAT, Food away-from-home, Consumption, Multiple Regression Analysis.

1. Bu makale Tuğçe Nur TÜFEKÇİ’nin ‘Türkiye’de Ev Dışı Gıda Tüketiminin Analizi’başlıklı yüksek lisans tez çalışmasından türetilmiştir. [↑](#footnote-ref-2)