**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 sosyo-demografik 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 CONSUMPTION 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-fromhome. 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.

**GİRİŞ**

Karşılandığında etkileri yok olmasına rağmen bir müddet sonra tekrar beliren beslenme, giyinme, barınma ve güvenlik gibi gereksinimleri insanlar yaşamlarını sürdürebilmek için karşılamak durumundadırlar (Özüşen ve Yıldız, 2012). Beslenme; büyüme, gelişme, onarma, sağlıklı bir hayatı ve vücudun eylemlerini sürdürmek için bütün gıdalardan düzenli bir biçimde ve gereken miktarda tüketmektir (TÜBER, 2015).

Bireylerin beslenme tercihlerinde kültür çok önemli bir faktördür. Kültür; bireylerin bilgi ve birikimleri, inançları, ahlaki kararları, örf ve adetleri, deneyimleri, sanat ve estetik değerlerini kapsayan unsurların tamamıdır (Coşgun, 2012). Yemek kültürünün çeşitlerinin çoğalması ve özel hale gelmesinde ekolojik ortam, dini inanç, kültürel birikim, sosyal ve etnik gruplar, eğitim seviyesi, kültürel mirasın tamamının damak tercihleriyle birbirini tamamlamasının etkisi çok önemlidir (Sağır, 2012). Satın alma gücü elinde olan ve gereksinimini yeni fark eden bir birey, satın alma kararını almadan önce yaşadığı toplumun kültürel etkilerine uygun davranıp daha sonra kendi bireysel ve psikolojik etkenleri etkisiyle de karar almaktadır (Yıldırım, 2016).

Zorunlu beslenme gereksinimini gerçekleştirme gayesinin haricinde bireyler; aile ve dostları ile beraber vakit geçirme, farklı bir ortamda bulunma, hususi bir günü kutlama, neşeli vakit geçirme, sosyalleşme, çocukların arzu etmesi ve benzeri sebepler ile dışarıda yemek yemeyi tercih etmektedirler (Ertürk 2018; Ertürk, 2019a). Türkiye’de kervansaraylar ile ortaya çıkan ev dışı gıda tüketimi, önceleri sokak satıcılığı biçiminde iken 1800’lü yılların bitiminde İstanbul ilinde Pera ve Galata Bölgesinde kurulmaya başlanan lokanta ve restoran biçimindeki yerler ile değişik sınırlara erişmiştir (Ertürk, 2018). Hızlı hazır gıdanın tarihi 1900’lü senelerin ilk zamanlarına kadar dayanmaktadır (Chavadi ve Kokatnur, 2008). Hızlı hazır gıda mönüleri ilk sıralarda belli miktarda ürün ile sınırlı iken pazar genişledikçe çeşitler artış göstermiş ve belirli hamburger zincirleri yalnızca ‘pizza, piliç, kızarmış patates, sandviç ve salata’ ile kalmayıp bunlara ilaveten daha farklı çeşitleri de pazarda sunmuştur (Korkmaz, 2005). Hızlı hazır yiyeceklerin zahmetsiz yenilebilmesi ve pratikliği bireyleri etkilemiş ve bu durum nefis ve besin değeri yüksek olan birçoğunun yapılması çok süren aynı zamanda meşakkatli olan Türk yemeklerinin unutulmasına sebep olmuştur (Güler, 2007). Türk hızlı hazır gıda örnekleri ‘döner, pide çeşitleri, köfte ve kebap gibi ızgara çeşitleri, gözleme, tost, sandviç gibi kantin ürünleri, çiğ köfte, simit ve poğaça gibi pastane ürünleri’ biçiminde gruplandırılabilir. (Uğur, 2018).

Günümüzde ailelerin sofrada geçirdiği vakit gitgide daralmış olmakla beraber kutlamalar ve kadınların “gün” olarak isimlendirdiği konukluklar da artık ev dışı gıda tüketim yerlerinde gerçekleştirilmektedir (Altaş ve Varnacı Uzun, 2017). Ev dışı gıda tüketiminin büyük bir kısmını dışarıda yemek yeme ve içme eylemleri kapsamaktadır (Ertürk, 2019b). Tüketicilerin ev dışı gıda talebine, gelir ve fiyatlar ile başka birçok sosyo-demografik ve kültürel etken etki etmektedir (Akbay ve Boz, 2005). Hazır Yemek Sektörü (Ev Dışı Yemek Sektörü); otel, restoran, fast-food restoranları, kurumsal gıda hizmetleri olarak dört temel bölümden meydana gelmektedir (TAVAK, 2018).

Bireylerin iş saatleri haricinde kalan az zamanlarını daha verimli kullanmak için düşündüğü eylemlerden biri olan yemek yeme sürelerini azaltma fikirleri fast food (hızlı hazır gıda) kavramının oluşumuna ortam hazırlamıştır (Yazıcıoğlu ve ark., 2013). Kısa bir müddette hazırlanıp, çabuk bir biçimde servis yapılan gıdalara fast food (ayaküstü beslenme) denmektedir (Keskin, 2012). Fast food tüketimi ev dışı gıda tüketimi içerisinde yer almaktadır. Her fast food ürünü ev dışı gıda olarak kabul edilebilirken, her ev dışı gıda bir fast food ürünü değildir. Örneğin hamburger bir fast food, dolayısıyla da ev dışı gıdadır. Fakat restoranda yenen bir porsiyon yemek ev dışı gıda olabilirken bir fast food ürünü olmamaktadır.

Ev Dışı Tüketim Tedarikçileri Derneği (ETÜDER) ve Ipsos Araştırma Şirketinin gerçekleştirdiği Foodservice Monitor 2014 isimli Ev Dışı Tüketim Pazarı Araştırması neticesinde Türkiye’nin ‘7 büyük ilinin 81 ilçesindeki 2 bin 751 sokak ve 92 bin 743 Ev Dışı Tüketim noktasında’ gerçekleştirilen 2014 sene bitimi itibariyle ev dışı tüketim harcaması 50 milyar TL olmak üzere kişi başı ev dışı harcaması yaklaşık 650 TL/yıl olarak tespit edilmiştir. Ayrıca bu rakam Avrupa’da yaklaşık 2 bin 335 TL/yıl iken ABD’de ise yaklaşık 5 bin 660 TL/yıldır (ETÜDER, 2016a). Ev Dışı Tüketim Tedarikçileri Derneği ve Ipsos Araştırma Şirketinin gerçekleştirdiği Foodservice Monitor isimli Ev Dışı Tüketim Paneli Araştırması neticesinde restoran, kafe ve otel olmak üzere yeme-içme ve konaklama toplamının ev dışı tüketim harcamalarının yaklaşık %80’ini oluşturduğu tespit edilmiştir (ETÜDER, 2016b). Türkiye İstatistik Kurumu Hanehalkı Bütçe Araştırması'nın 2017, 2018 ve 2019 senelerine ait verilerin bir araya getirilmiş hali neticesinde; TR1 (İstanbul) bölgesi bütün harcama türlerinde en fazla oranda olup lokanta ve otel harcamalarının %28.9’u bu bölgede yapılmıştır (TÜİK, 2019).

Bu çalışmada, Türkiye İstatistik Kurumu 2017 Yılı Hanehalkı Bütçe Anketi verisi kullanılarak, ev dışı gıda harcamasında etkili olan sosyo demografik özelliklerin ve belirlenmesi amaçlanmıştır.

Bu amaçlara istinaden aşağıdaki hipotezler test edilmiştir:

H1: Gelir arttıkça ev dışı gıda harcaması artmaktadır.

H2: Sosyo demografik özellikler ev dışı gıda harcamasında etkilidir.

1. **Materyal ve Metot**

Çalışmanın birincil verilerini, 2017 yılında 12166 kişi ile Türkiye’nin çeşitli illerinde gerçekleştirilmiş Türkiye İstatistik Kurumu’na ait B tipi mikro veri seti Hanehalkı Bütçe Anketi verileri oluşturmaktadır (TÜİK, 2017). Örnek hacminin belirlenmesinde Tabakalı İki Aşamalı Küme Örneklemesi Metodundan yararlanılmıştır.

Bu veriler hanehalklarının sosyo-demografik özellikleri ve dışarıda yeme alışkanları ile lokanta, kafe, bar gece kulübü vb. harcamaları, fast food ve paket servis hizmetleri harcamaları ve kantin harcamalarını içermektedir. Bu durumda ev dışı gıda tüketimi lokanta, kafe, bar gece kulübü vb. harcamaları, fast food ve paket servis hizmetleri harcamaları ve kantinlerde yapılan harcamalardan oluşmaktadır. Çalışmanın ikincil verilerini; daha önce konu ile ilgili yayınlanmış olan araştırma raporları, kurumların istatistiki verileri, bilimsel dergilerde yayınlanan makaleler ve kongrelerden elde edilen veriler oluşturmaktadır.

Verilerin analizinde Tanımlayıcı İstatistikler, Tek Yönlü ANOVA Testi ve Çoklu Regresyon Modelinden yararlanılmıştır. Hanehalklarının ev dışı gıda harcamaları ile gelir ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını saptamak amacı ile Tek Yönlü ANOVA Testinden (F-Testi) ve bağımlı değişken olan Y ile bağımsız değişkenler olan X’ler arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla da Çoklu Regresyon Analizinden yararlanılmıştır. Çoklu doğrusal regresyon modelinde en az iki bağımsız değişken olup Y bağımlı değişkeniyle p adedince bağımsız değişken arasında bulunan ilişki doğrusal ise Y ve X’lere ait n adet gözlem değeri bulunuyorsa model şu biçimdedir (Günaşdı, 2014):

Y=b0+b1Xi1+b2Xi2+….+bpXip+ei, (i=1,2,…..n) (1)

Y= b0kXikei (b0, b1….bp ise kısmi regresyon katsayılarıdır) (2)

1. **Araştırma Bulguları**

Çizelge 1’de ankete katılan bireylerin yaş ortalaması 50.83 olarak belirlenmiş ve katılımcıların çoğunluğunun; erkek (%85.4), evli (%82.4), ortaokul ve altı bir okuldan mezun (%67.4) olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların hanesinde yaşayan kişi sayısının ortalama 3.47 olduğu ve büyük bir bölümünün de hanelerinde 3-5 kişi (%56.1) olduğu saptanmıştır. Ankete katılan bireylerin çoğunluğunun; çekirdek hanehalkı tipine (%49.4) sahip ve apartman konut tipinde (%53.8) oturduğu belirlenmiştir. Katılımcıların büyük bir bölümünün; anket yapılan ayda çalıştığı (%66.6) ve eşlerinin ise çalışmadığı yada çalışmadığı fakat işi ile ilgisinin devam ettiği (%70.5) saptanmıştır. Ankete katılan bireylerin çoğunluğunun sağlık sigortasının olduğu (%95.6) gözlemlenmiştir. Ayvaz Kızılgöl ve İpek (2019), TÜİK 2002-2016 Hanehalkı Bütçe Anketi Mikro Veri Setleri’ni kullanarak yaptıkları çalışmada Türkiye’de hanelerin %33’ünün tek çocuklu yada çocuğu olmayan çekirdek aile hanehalkı tipi ve hanehalkı reislerinin çoğunluğunun; sağlık sigortasına (%87) sahip ve ilköğretim mezunu (%48), evli (%87) ve eşlerinin çalışmadığını (%77) tespit etmişlerdir.

Katılımcıların gelir ortalamaları 3963.46 TL/ay olup üç gruba ayrılmıştır. Buna göre 2500 TL/ay’dan az gelire sahip olanlar düşük, 2500-5000 TL/ay aralığında gelire sahip olanlar orta, 5001 TL/ay ve üzeri gelire sahip olanlar da yüksek gelir grubunu oluşturmaktadır. Ankete katılan bireylerin harcama ortalamaları 3554 TL/ay olup, üç gruba ayrılmıştır. Buna göre 2500 TL/ay’dan az harcamaya sahip olanlar düşük, 2500-5000 TL/ay aralığında harcamaya sahip olanlar orta, 5001 TL/ay ve üzeri harcamaya sahip olanlar da yüksek harcama grubunu oluşturmaktadır. Katılımcıların gıda harcama ortalamaları 768.84 TL/ay olup üç gruba ayrılmıştır. Buna göre 400 TL/ay’dan az gıda harcamasına sahip olanlar düşük, 400-799 TL/ay aralığında gıda harcamasına sahip olanlar orta, 800 TL/ay ve üzeri gıda harcamasına sahip olanlar da yüksek gıda harcama grubunu oluşturmaktadır.

Çizelge 1.Hanehalklarının Sosyo-demografik Özellikleri

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Frekans** | **%** |  | **Frekans** | **%** |
| **Cinsiyet** | | | **Konut Tipi** | | |
| Erkek | 10392 | 85.4 | Müstakil, İkiz yada Sıralı Ev | 5618 | 46.2 |
| Kadın | 1774 | 14.6 | Apartman | 6547 | 53.8 |
| **Medeni Durum** | | | Diğer | 1 | 0.0 |
| Bekar | 2136 | 17.6 | **Çalışma Durumu** | | |
| Evli | 10030 | 82.4 | Çalıştı | 8102 | 66.6 |
| **Yaş (Yıl)** | | | Çalışmadı - Çalışmadı fakat işi ile ilgisi devam ediyor | 4064 | 33.4 |
| ≤ 34 | 1730 | 14.2 |
| 35-44 | 2851 | 23.4 | **Eş Çalışma Durumu** | | |
| 45-54 | 2843 | 23.4 | Çalıştı | 3584 | 29.5 |
| 55-64 | 2362 | 19.4 | Çalışmadı - Çalışmadı fakat işi ile ilgisi devam ediyor | 8582 | 70.5 |
| 65 ≥ | 2380 | 19.6 |
| **Eğitim Durumu** | | | **Sağlık Sigortası** | | |
| Ortaokul ve Altı | 8197 | 67.4 | Hayır | 532 | 4.4 |
| Lise | 2115 | 17.4 | Evet | 11634 | 95.6 |
| Üniversite | 1711 | 14.1 | **Gelir (TL/ay)** | | |
| Lisans Üstü | 143 | 1.2 | Düşük (2500< ) | 4300 | 35.3 |
| **Hanehalkı Birey Sayısı** | | | Orta (2500 – 5000) | 5025 | 41.3 |
| ≤ 2 | 4053 | 33.3 | Yüksek (5001≥ ) | 2841 | 23.4 |
| 3-5 | 6825 | 56.1 | **Harcama (TL/ay**) | | |
| 6 ≥ | 1288 | 10.6 | Düşük (2500< ) | 4922 | 40.5 |
| **Hanehalkı Tipi** | | | Orta (2500 – 5000**)** | 5142 | 42.3 |
| Çekirdek Aile | 6012 | 49.4 | Yüksek (5001≥ ) | 2102 | 17.3 |
| Çocuksuz Çift | 2355 | 19.4 | **Gıda Harcaması (TL/ay)** | | |
| Ataerkil veya Geniş Aile | 1942 | 16.0 | Düşük (400< ) | 2656 | 21.8 |
| Tek Yetişkinli Aile | 1792 | 14.7 | Orta (400 – 799) | 5368 | 44.1 |
| Beraber Yaşayan Öğrenci vb. Kişiler | 65 | 0.5 | Yüksek (800≥ ) | 4142 | 34.0 |
| **Toplam** | 12166 | 100.0 |
| **Toplam** | 12166 | 100.0 |  | | |

Çizelge 2’de ankete katılan bireylerin çoğunluğunun hanelerinde öğlen veya akşam yemeklerini dışarıda (lokanta, açık büfe, dönerci vb. yerlerde) yeme alışkanlığı olduğu (%70.3) saptanmıştır. Onurlubaş ve ark. (2015), Türkiye’nin 7 coğrafi bölgesinde yaptıkları çalışmada katılımcıların çoğunluğunun akşam ev dışında yemek yediklerini (%59) saptamışlardır. Kuluay Tutar ve Yazırlı (2016), Aydın ilinin Nazilli ilçesinde kentsel bölgedeki hanehalklarının çoğunluğunun (%76.7) akşam dışarıda yemek yedikleri sonucuna ulaşmışlardır. Çalmaşur ve Daştan (2020), Erzurum ilinde yaptıkları çalışmada dışarıda yemek yiyen katılımcıların çoğunluğunun öğlen (%51.0) sonrasında da akşam öğününü (%12.5) tercih ettiklerini belirlemişlerdir. Yapılan çalışmalar bu araştırma ile benzer sonuçlar göstermektedir. Katılımcıların büyük bir kısmının hanelerinde kahvehane, kafe, lokal vb. yerlere gitme alışkanlığı olan birey olmadığı (%76.5) belirlenmiştir.

**Çizelge 2. Hanehalklarının Dışarıda Yeme Alışkanlıkları**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Frekans** | **Yüzde (%)** |
| **Hanede Öğlen veya Akşam Yemeklerini Dışarıda Yeme Alışkanlığı** | | |
| Evet | 3618 | 29.7 |
| Hayır | 8548 | 70.3 |
| **Hanede Kahvehane, Kafe, Lokal vb. Yerlere Gitme Alışkanlığı** | | |
| Evet | 2863 | 23.5 |
| Hayır | 9303 | 76.5 |

Çizelge 3’te ankete katılan hanehalklarının toplam harcamaları ortalama 3554.69 TL/ay, gıda harcamaları ortalama 768.84 TL/ay ve ev dışı gıda harcamaları ortalama 183.06 TL/ay olarak belirlenmiştir. ANOVA Testi sonucuna göre harcama ile gelir grupları arasında istatistiki açıdan önemli farklılık (p<0.01) bulunmuştur. LSD Testi sonucuna göre; tüm gelir gruplarında harcamaların birbirinden farklı olduğu ve en fazla yüksek gelirli tüketicilerin harcama yaptıkları saptanmıştır. Akbay ve Boz (2005), Kahramanmaraş ilinde gerçekleştirdikleri çalışmada gıda tüketimleri ve ev ve ev dışı gıda tüketimlerinde gelirlerindeki artışla eş yönde mutlak bir biçimde artış olduğu fakat oransal şekilde de azalış olduğunu saptamışlardır. Ekeyılmaz (2006), yaptığı araştırmasında gelir arttıkça ev dışı gıda harcamasının da artış göstereceğini ortaya koymuştur. Kutluay Tutar ve Yazırlı (2016), yaptıkları bir araştırmada gıda tüketim araştırmalarında gelirin önem taşıyan bir faktör olduğunu ve hanelerin gelir seviyeleri artış gösterdikçe ev dışı gıda tüketiminin de artacağını belirlemişlerdir. Bıtrak ve Hatırlı (2019), Isparta ilinde yaptıkları çalışmada hanehalklarının gelirlerinde bir artış olduğunda tüketim harcamaları, gıda harcamaları ve ev dışı gıda harcamalarında da artış olduğunu saptamışlardır. Bununla beraber hanehalklarının gelirlerinde bir artış olduğunda toplam gelirleri içindeki gıda harcamaları oranınında mutlak bir biçimde artış olduğu fakat oransal şekilde de azalış olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Koşum ve Akbay (2020), İstanbul ilinde yaptıkları bir araştırmada katılımcıların aylık gelirleri artış gösterdikçe ortalama gıda harcamalarının da artış göstereceğini belirlemişlerdir. Bununla beraber gıda harcamalarının toplama harcamadan aldığı payı düşük gelir düzeyinde %24.70, düşük orta seviyesinde % 18.46 ve yüksek gelir düzeyinde ise %13.14 olduğunu tespit etmişlerdir.Yapılan çalışmalar bu araştırma ile benzer sonuçlar göstermektedir.

Hanehalklarının toplam harcamaları içerisinde gıda harcamaları oranı ortalama %25.28 olarak saptanmıştır. ANOVA Testi sonucu istatistiki olarak önemli (p<0.01) bulunmuştur. LSD Testi sonucuna göre; tüm gelir gruplarında harcamaların birbirinden farklı olduğu ve en fazla düşük gelirli tüketicilerin gıda harcaması yaptıkları tespit edilmiştir. Bıtrak ve Hatırlı (2019), toplam gıda harcamalarının toplam tüketim harcamaları içindeki oranının ayda %27.01 olduğunu tespit etmişlerdir.

Hanehalklarının toplam harcamaları içerisinde ev dışı gıda harcamalarının oranı ortalama %4.95 ve toplam gıda harcaması içerisinde ev dışı gıda harcamaları oranının da ortalama %36.07 olduğu saptanmıştır. Bu durum yapılan ANOVA Testi sonucunda istatistiki açıdan önemli (p<0.01) bulunmuştur. Ev dışı gıda harcamalarının hangi gelir grupları arasında farklılık gösterdiğini bulmak amacıyla LSD testi yapılmış ve bu farklılığın tüm gelir gruplarında yaşandığı görülmüştür. Buna göre en fazla yüksek gelirli tüketicilerin ev dışı gıda harcaması yaptıkları tespit edilmiştir. Ekeyılmaz (2006), Antalya ilinde yaptığı araştırmada ev dışı gıda tüketiminde bulunan hanehalklarının gıda harcamalarının hemen hemen %26.79’unu ev dışı gıda harcamasına ayırdıklarını belirlemiştir. Bıtrak ve Hatırlı (2019), bütün hanehalklarının ev dışı gıda harcamalarının gıda harcamalarındaki oranının ayda ortalama %28.19 olduğunu saptamışlardır. Gönül ve Karlı (2019), yaptıkları araştırmada gelir grupları itibariyle ev dışı gıda harcamalarının gıda harcamaları içerisindeki oranının ayda ortalama %34.64 olduğunu tespit etmişlerdir.

Hanehalklarının lokanta, kafe, bar, gece kulübü harcamaları ortalama 105.83 TL/ay, fast food ve paket servis hizmetleri harcamaları ortalama 1.71 TL/ay ve kantin harcamaları ise ortalama 75.52 TL/ay olarak saptanmış ve hanehalkı geliri yükseldikçe bu harcamaların arttığı belirlenerek ANOVA Testi sonucu, istatistiki açıdan anlamlı (p<0.01) bulunmuştur. LSD Testi sonucuna göre; tüm gelir gruplarında harcamaların birbirinden farklı olduğu ve en fazla yüksek gelirli tüketicilerin bu harcamaları yaptıkları tespit edilmiştir. Koşum ve Akbay (2020), katılımcıların gelirleri arttıkça fast food tüketim harcamalarının da artacağını belirlemişlerdir.

Hanehalklarının toplam ev dışı gıda harcamaları içerisinde lokanta, kafe, bar, gece kulübü vb. yerlerde yaptıkları harcamaların oranı ortalama %48.55, fast food ve paket servis hizmetleri harcamalarının oranı ortalama %2.34 ve kantin harcamalarının oranı ortalama %29.58 olarak belirlenmiştir. Bu durum yapılan ANOVA Testi sonucu istatistiki açıdan önemli (p<0.01) bulunmuştur. Tüm gelir grupları arasında bu harcamaların birbirinden farklılık gösterdiği LSD Testi sonucunda bulunmuştur. Buna göre en fazla yüksek gelirli tüketicilerin lokanta, kafe, bar, gece kulübü vb. harcamaları yaptığı; en çok düşük gelirli tüketicilerin fast food ve paket servis hizmetleri harcamaları yaptığı ve en fazla orta gelirli tüketicilerin kantin harcamaları yaptığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Çizelge 3. Hanehalklarının Gelir Grupları İtibariyle Harcamaları

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Gelir Grubu (TL/ay) | | | | |
|  | Düşük (<2500) | Orta (2500-5000) | Yüksek (≥5001) | Toplam (Ort.) | F-testi  (p değeri) |
| Toplam Harcama (TL/ay) | 2123.60a | 3433.20b | 5935.58c | 3554.69 | 2230.891  (0.000) \*\*\* |
| Gıda Harcaması (TL/ay) | 575.34 a | 796.12 b | 1013.47 c | 768.84 | 556.441  (0.000) \*\*\* |
| Toplam Harcama İçerisinde Gıda Harcamasının Oranı (%) | 29.02 a | 25.00 b | 20.10 c | 25.28 | 365.440  (0.000) \*\*\* |
| Ev Dışı Gıda Harcaması (TL/ay) | 77.87 a | 172.58 b | 360.82 c | 183.06 | 1097.306  (0.000) \*\*\* |
| Toplam Harcama İçerisinde Ev Dışı Gıda Harcamasının Oranı (%) | 3.51 a | 5.28 b | 6.55 c | 4.95 | 268.547  (0.000) \*\*\* |
| Toplam Gıda Harcaması İçerisinde Ev Dışı Gıda Harcamasının Oranı (%) | 23.36 a | 34.66 b | 57.80 c | 36.07 | 34.851  (0.000) \*\*\* |
| Lokanta, Kafe, Bar, Gece Kulübü vb. Yerlerde Yapılan Harcamalar | 39.08 a | 88.36 b | 237.76 c | 105.83 | 737.538  (0.000) \*\*\* |
| Fast Food ve Paket Servis Hizmetleri Harcamaları | 1.06 a | 1.96 b | 2.22 c | 1.71 | 16.771  (0.000) \*\*\* |
| Kantinlerde Yapılan Harcamalar | 37.72 a | 82.26 b | 120.83 c | 75.52 | 373.819  (0.000) \*\*\* |
| Toplam Ev Dışı Gıda Harcamaları İçerisinde Lokanta, Kafe, Bar, Gece Kulübü vb. Yerlerde Yapılan Harcamaların Oranı (%) | 39.78 a | 49.38 b | 60.34 c | 48.55 | 199.377  (0.000) \*\*\* |
| Toplam Ev Dışı Gıda Harcamaları İçerisinde Fast Food ve Paket Servis Hizmetleri Harcamaların Oranı (%) | 3.24 a | 2.17 b | 1.26 c | 2.34 | 23.540  (0.000) \*\*\* |
| Toplam Ev Dışı Gıda Harcamaları İçerisinde Kantinlerde Yapılan Harcamaların Oranı (%) | 21.31 a | 34.83 b | 32.81 c | 29.58 | 157.334  (0.000) \*\*\* |

**\*p < 0.10, \*\* p < 0.05, \*\*\* p < 0.01 anlamlılık düzeyinde istatistiki açıdan önemlidir.**

Hanehalklarının toplam ev dışı gıda tüketimlerine etki eden etkenleri saptamak için Çoklu Regresyon Modeli kurulmuştur. Çizelge 4’te Çoklu Regresyon Modelinde kullanılan değişkenler ile ilgili bilgiler, ortalamaları ve standart sapmaları bulunmaktadır. Modelde kullanılan hanehalkı birey sayısı sürekli değişken biçiminde modele dahil edilirken diğer bazı değişkenlerde dummy değişkeni haline getirilip modele dahil edilmiştir. Modelde kullanılan bağımlı değişken toplam ev dışı gıda harcamaları ve bağımsız değişkenler ise cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim, hanehalkı büyüklüğü, çekirdek hanehalkı tipi, çalışma durumu, eş çalışma durumu ve harcamadır.

Çizelge 4.Modeldeki Değişkenler ile ilgili Bilgiler

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Açıklama** | **Ort.** | **Std. Sapma** |
| **Bağımlı Değişken** | | | |
| Edtharcaması | Toplam Ev Dışı Gıda Harcaması (TS11111+ TS11112+ TS11120) | 183.06 | 272.325 |
| **Bağımsız Değişkenler** | | | |
| Dcinsiyet | Cinsiyet (Erkek: 0 Kadın: 1) | 0.15 | 0.353 |
| Dmedenidurum | Medeni durum (Bekar: 0 Evli: 1) | 0.82 | 0.380 |
| Yaşgrup1 | Yaş için dummy değişkeni (34≤ : 1 Diğerleri: 0) | 0.14 | 0.349 |
| Yaşgrup2\* | Yaş için dummy değişkeni (35 - 44: 1 Diğerleri: 0) | 0.23 | 0.424 |
| Yaşgrup3\* | Yaş için dummy değişkeni (45 - 54: 1 Diğerleri: 0) | 0.23 | 0.423 |
| Yaşgrup4\* | Yaş için dummy değişkeni (55 - 64: 1 Diğerleri: 0) | 0.19 | 0.396 |
| Yaşgrup5\* | Yaş için dummy değişkeni (65≥: 1 Diğerleri: 0) | 0.20 | 0.397 |
| Değitim1\* | En son bitirilen okul için dummy değişkeni (Orta okul ve altı: 1 Diğerleri: 0) | 0.67 | 0.469 |
| Değitim2 | En son bitirilen okul için dummy değişkeni (Lise: 1 Diğerleri: 0) | 0.17 | 0.379 |
| Değitim3 | En son bitirilen okul için dummy değişkeni (Üniversite ve üzeri: 1 Diğerleri: 0) | 0.15 | 0.359 |
| HHB | Hanehalkı Büyüklüğü Yıl (Sürekli değişken) | 3.47 | 1.795 |
| Hhtipi1 | Hanehalkı Tipi için dummy değişkeni (Çekirdek Aile: 1 Diğerleri: 0) | 0.49 | 0.500 |
| Hhtipi2\* | Hanehalkı Tipi için dummy değişkeni (Çocuksuz Çift: 1 Diğerleri: 0) | 0.19 | 0.395 |
| Hhtipi3\* | Hanehalkı Tipi için dummy değişkeni (Ataerkil veya Geniş Aile: 1 Diğerleri: 0) | 0.16 | 0.366 |
| Hhtipi4\* | Hanehalkı Tipi için dummy değişkeni (Tek yetişkinli aile ve bir arada yaşayan öğrenci, işçi vb. kişiler: 1 Diğerleri: 0) | 0.15 | 0.360 |
| Dçalışmadurumu | Anket Ayındaki Çalışma Durumu için dummy değişkeni (Çalıştı: 0 Çalışmadı fakat işi ile ilgisi devam ediyor- Çalışmadı: 1) | 0.33 | 0.472 |
| Deşçalışmadurumu | Anket Ayında Eş Çalışma Durumu için dummy değişkeni (Çalıştı: 0 Çalışmadı fakat işi ile ilgisi devam ediyor- Çalışmadı: 1) | 0.71 | 0.456 |
| Harcama1\* | Toplam Harcama (TL/ay) için dummy değişkeni (2500< : 1 Diğerleri: 0) | 0.40 | 0.491 |
| Harcama2 | Toplam Harcama (TL/ay) için dummy değişkeni (2500 -5000: 1 Diğerleri: 0) | 0.42 | 0.494 |
| Harcama3 | Toplam Harcama (TL/ay) için dummy değişkeni: (5001≥ : 1 Diğerleri:0) | 0.17 | 0.378 |

**\*Referans kategori olarak alınmıştır.**

Çizelge 5’te hanehalklarının toplam ev dışı gıda harcamalarına göre Çoklu Regresyon Modeli kurulmuş ve modelin istatistiki olarak anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır (F:289.945, p: 0.000). Modeldeki açıklayıcı değişkenler olan; cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim, hanehalkı büyüklüğü, hanehalkı tipi, çalışma durumu, eş çalışma durumu ve harcama bağımlı değişken olan hanehalklarının toplam ev dışı gıda harcamalarının %20.8’ ini (R2: 0.208) açıklamaktadır. Model sonucunda; cinsiyet, medeni durum, 34≤ yaş grubu, üniversite ve üstü bir okuldan mezun olma durumu, çekirdek hanehalkı tipi, çalışma durumu, eş çalışma durumu ve harcama değişkenleri (p<0.01) ve lise mezunu olma durumu (p<0.05) istatistiki olarak önem taşırken hanehalkı büyüklüğü (p>0.10) istatistiki olarak anlamlı bulunmamıştır. Kısacası modelde kullanılan 11 değişkenden 10’u istatistiki açıdan anlamlı bulunmuştur. Erzurum ilinde yapılan bir araştırma sonucuna göre ev dışı gıda tüketimiyle yaş, eğitim seviyesi, gelir (p<0.01) ve hanehalkı büyüklüğü, medeni durum (p<0.05) arasında önemli bir ilişki tespit edilirken ev dışı gıda tüketimiyle cinsiyet arasında önemli bir ilişki saptanmamıştır (Çalmaşur ve Daştan, 2020).

Kadınların ev dışı gıda harcamaları erkeklere göre ayda 63.57 TL daha azdır. Evlilerin ev dışı gıda harcamaları bekârlara göre ayda 91.33 TL daha azdır. Yaşları 34 ve daha küçük olan hanehalklarının aylık ev dışı gıda harcamaları diğer yaş gruplarından 26.79 TL daha fazladır. Ortaokul ve altı bir okuldan mezun olan hanehalklarının aylık ev dışı gıda harcamaları diğer hanehalklarından daha azdır. Bununla birlikte ortaokul ve altı bir okuldan mezun olan hanehalklarına göre; lise mezunu olan hanehalkları ayda 20.28 TL, üniversite ve üzeri bir okuldan mezun olan hanehalkları ise ayda 76.15 TL daha fazla ev dışı gıda harcaması yapmaktadır. Çekirdek hanehalkı tipine sahip olan hanehalkları diğer hanehalklarına göre ayda 26.04 TL daha fazla ev dışı gıda harcaması yapmaktadır.

Anket ayında çalışmamış olan yada çalışmamış olup işi ile alakası sürenlerin, çalışanlara göre ev dışı gıda harcaması ayda 60.48 TL daha azdır. Anket ayında eşi çalışmamış olup yada eşi çalışmamış olduğu halde işi ile ilgisi devam edenlerin eşi çalışanlara göre ev dışı gıda harcaması ayda 32.90 TL daha azdır. Hanehalklarının toplam harcamaları arttıkça ev dışı gıda harcamaları da artmaktadır. Bununla beraber ayda 2500-5000 TL aralığında toplam harcama yapan hanehalkları ayda 2500 TL’den daha az toplam harcama yapan hanehalklarına göre ayda 101.78 TL daha fazla ev dışı gıda harcaması yapmaktadır. Ayda 5001 TL ve üstünde toplam harcama yapan hanehalkları ayda 2500TL’den daha az toplam harcama yapan hanehalklarına göre ayda 270.55 TL daha fazla ev dışı gıda harcaması yapmaktadır. Sonuçlar demografik özelliklerin ev dışı gıda harcaması üzerinde etkili olduğunu göstermekte ve H2 hipotezi kabul edilmektedir.

Çizelge 5. Hanehalklarının Toplam Ev Dışı Gıda Harcamalarının Sosyo-demografik Göre Çoklu Regresyon Modeli ile Analizi

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **B (Katsayı)** | **t - Değeri** | **p-Değeri** |
| Sabit Terim | 181.691 | 17.308 | 0.000\*\*\* |
| Dcinsiyet | -63.565 | -6.824 | 0.000\*\*\* |
| Dmedenidurum | -91.330 | -10.150 | 0.000\*\*\* |
| Yaşgrup1 | 26.792 | 4.051 | 0.000\*\*\* |
| Değitim2 | 20.284 | 3.294 | 0.001\*\* |
| Değitim3 | 76.146 | 11.053 | 0.000\*\*\* |
| HHB | 2.238 | 1.623 | 0.105 |
| Hhtipi1 | 26.044 | 4.985 | 0.000\*\*\* |
| Dçalışmadurumu | -60.480 | -10.752 | 0.000\*\*\* |
| Deşçalışmadurumu | -32.899 | -6.313 | 0.000\*\*\* |
| Harcama2 | 101.779 | 20.199 | 0.000\*\*\* |
| Harcama3 | 270.549 | 39.276 | 0.000\*\*\* |
| R2: 0.208  F: 289.945  p: 0.000 | | | |

**\*p < 0.10, \*\* p < 0.05, \*\*\* p < 0.01 anlamlılık düzeyinde istatistiki açıdan önemlidir.**

**SONUÇ VE ÖNERİLER**

Bu araştırmada, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2017 Yılı Hanehalkı Bütçe Anketi verisi kullanılarak, Türkiye’de ikamet eden hanehalklarının evdışı gıda tüketimini etkileyen sosyo-demografik özellikleri belirlemek amaçlanmıştır. Araştırmada 2017 yılında TÜİK tarafından 12166 örnek hanehalkı ile gerçekleştirilmiş “Hanehalkı Bütçe Anketi’’ verilerinden yararlanılmıştır.

Araştırma sonucunda gelirin harcamalar üzerinde önemli bir faktör olduğu ve gelir arttıkça toplam harcamaların, gıda harcamalarının ve ev dışı gıda harcamalarının arttığı belirlenmiştir. Çalışmada toplam ev dışı gıda harcaması ile sosyo-demografik özellikler arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla Çoklu Regresyon Modeli oluşturulmuştur. Model sonucuna göre kadınların erkeklerden, evlilerin de bekârlardan daha az toplam ev dışı gıda harcamasında bulundukları gözlemlenmiştir. Yaşları 34 ve daha küçük olan bireylerin de aylık ev dışı gıda harcamalarının diğer yaş gruplarından daha fazla olduğu saptanmıştır. Bununla birlikte hanehalklarının eğitim düzeyi ve toplam harcamaları arttıkça toplam ev dışı gıda harcamalarının da artış eğiliminde olduğu tespit edilmiştir. Model sonucuna göre ev dışı gıda tüketimini yapan bireylerin daha çok erkek, bekar, genç ve eğitimli ve geliri yüksek bireylerden oluştuğunu söyleyebiliriz. Ev dışı gıda tüketimini gerçekleştiren müşteri profilinin belirlenmesi ve yapılacak uygulamalarda hedef kitleyi göz önüne alarak yapılan iyileştirmeler işletmeler açısından son derece önemlidir. Bunun yanı sıra daha az tüketim yapan müşterilerin profilinin belirlenmesi ve potansiyel müşterilerin tüketimi artırmaya yönelik yapılacak stratejiler müşteri sayısını ve profilini değiştirecektir. Bu çalışmanın sonuçlarının özellikle ev dışı gıda tüketimi yapılan işletmelerin üretim ve pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirirken yararlanacakları bir kaynak olacağı düşünülmektedir.

Dışarıda beslenmenin arttığı ve bir gereksinim haline dönüştüğü günümüz koşullarında, bireylerin ev dışı gıda tüketim tercihlerinde yaşanan sorunların en az seviyeye indirilmesi, tüketici beklenti ve isteklerini karşılayan temiz, hijyenik ve çevreci pazarlama anlayışlarının benimsenmesi ev dışı gıda tüketimi üzerinde olumlu katkılar sağlayacaktır.

**KAYNAKÇA**

Akbay, C. & Boz, İ. (2005).Kahramanmaraş’ta Ailelerin Ev ve Ev Dışı Gıda Tüketim Talebi ve Tüketici Davranışlarının Ekonomik Analizi. KSÜ Fen ve Mühendislik Dergisi 8 (1), 122-131.

Altaş, A. & Varnacı Uzun, F.(2017). Üniversite öğrencilerinin yemek tercihleri: Aksaray Üniversitesi öğrencileri üzerine bir çalışma. Journal of Human Sciences, 14 (4), 4435-4452. <https://doi:10.14687/jhs.v14i4.5113>

Ayvaz Kızılgöl, Ö. & İpek, E.(2019).Türkiye’de Hanehalkı Tasarruf Davranışının Analizi, İzmir İktisat Dergisi. 34 (3), 331-344. https://Doi: 10.24988/ije.2019343816

Bıtrak, O. O. & Hatırlı, S. A.(2019). Isparta İlinde Hanehalklarının Ev Dışı Gıda Tüketimini Etkileyen Sosyo-Ekonomik Faktörlerin Analizi. Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 5 (2), 46-63. https://DOI: 10.29131/uiibd.591909

Chavadi, C. A. & Kokatnur, S. S.(2008). Consumer Expectation and Perception of Fast Food Outlets: An Empirical Study in Davangere. Icfai University Journal of Services Marketing, 6 (2), 6-21.

Coşgun, M.(2012).Popüler Kültür Ve Tüketim Toplumu, Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi. Batman Üniversitesi Uluslararası Katılımlı Bilim Ve Kültür Sempozyum, 18-20 Nisan, 1 (1), 837-850.

Çalmaşur, G. & Daştan, H.(2020).Erzurum İlinde Hanehalklarının Ev Dışı Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörler. Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 6 (1), 97-111. https://DOI: 10.29131/uiibd.681035

Ertürk, M.(2018).Tüketicilerin Dışarıda Yemek Yeme Nedenleri. Gaziantep University Journal of Social Sciences, 17 (3), 1203-1224.

Ertürk, M.(2019a). Çocukla Yemeğe Çıkmak: Ailelerin Bakışlarına Yönelik Nitel Bir Araştırma (Eating Out with Children: A Qualitative Research on Family Perspectives). Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 7 (2), 785-804. https://DOI: 10.21325/jotags.2019.392

Ertürk, M.(2019b).Çocuklu Ailelerin Dışarıda Yeme Alışkanlıkları. [Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi](https://dergipark.org.tr/tr/pub/jss), 18 (4), 1592-1610.

Ekeyılmaz, S.(2006).Antalya İlinde Ev Dışı Gıda Talebi. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gıda Ekonomisi ve İşletmeciliği Yüksek Lisans Programı, Antalya.

ETÜDER, (2016a).[Ev dışında bir yılda 650 TL harcadık](https://www.etuder.org.tr/2016/06/05/ev-disinda-bir-yilda-650-tl-harcadik/index.html). (https://www.etuder.org.tr/2016/06/05/ev-disinda-bir-yilda-650-tl-harcadik/index.html) (Erişim tarihi:13.10.2021).

ETÜDER, (2016b).[ETÜDER, Ev Dışı Tüketim Pazarı’nda belirsizliğe son verdi](https://www.etuder.org.tr/2016/06/05/etuder-ev-disi-tuketim-pazarinda-belirsizlige-son-verdi/index.html). (https://www.etuder.org.tr/2016/06/05/etuder-ev-disi-tuketim-pazarinda-belirsizlige-son-verdi/index.html) (Erişim tarihi:13.10.2021).

Günaşdı, N. E.2014. Çok Değişkenli Çoklu Doğrusal Regresyon Analizinin İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.

Gönül, S. & Karlı, B. (2020). Antalya İlinde Hanehalklarının Ev Dışı Gıda Tüketimi ve Tüketici Eğilimleri. Mustafa Kemal Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi, 25 (1), 10-19. https://DOI: 10.37908/mkutbd.618516

Güler, S.(2007).Türk Mutfağının Değişim Nedenleri Üzerine Genel Bir Değerlendirme. I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler, 4-5 Mayıs, Antalya,18-28.

Keskin, E. B.(2012). Sürdürülebilir Kent Kavramına Farklı Bir Bakış: Yavaş Şehirler (Cittaslow). PARADOKS Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi, 8 (1), 81-99.

Koşum, T. & Akbay, C.(2021).İstanbul İli Kent Merkezinde Tüketicilerin Fast Food Tüketim Alışkanlıkları. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 20 (78), 553-568. https://DOI:10.17755/esosder.681350

Korkmaz, S.(2005).Fast Food (Hızlı Yemek) Pazarında Rekabetçi Stratejilerin Etkinliği: Üniversite Gençliğinin Tercihlerinin Üniversite Gençliğinin Tercihlerinin Analizi. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı:2, Sayfa: 22-39.

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

Onurlubaş, E., Doğan, H. G.& Gürler, A. Z.(2015).Türkiye’de Ev Dışı Gıda Tüketimin Durumu ve Tüketici Eğilimleri.Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8 (38), 917-924.

Özüşen, B. &Yıldız, Z.(2012). Buzul Çağı’ndan İlk Çağ’a Tüketimin Tarihi, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi. 4 (7), 1-16.

Pallant, J.(2016).SPSS Kullanma Klavuzu SPSS İle Adım Adım Veri Analizi. 1. Baskı (6. Baskısından tercüme edilmiştir):265-278, Ankara.

Sağır, A.(2012). Bir Yemek Sosyolojisi Denemesi Örneği Olarak Tokat Mutfağı As A Case Of Socıology Of Food Tokat Cuısıne. International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, 7 (4), 2675-2695.

TAVAK, (2018). Türkiye’de Yeme-İçme Sektörünün Boyutları Gastronomi Ekonomisi. (<https://tavakvakfi.org/wp-content/uploads/2019/01/2018-Gastronomi-Ekonomisi-2018-converted.pdf>) (Erişim tarihi:13.10.2021).

TÜBER, (2015).Türkiye Beslenme Rehberi, TC Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü.([https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/saglikli-beslenme-hareketli-hayat-db/Turkiye\_Beslenme\_Rehberi\_TUBER\_18\_04\_2019.pdf) (Erişim](https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/saglikli-beslenme-hareketli-hayat-db/Turkiye_Beslenme_Rehberi_TUBER_18_04_2019.pdf)%20(Erişim) tarihi:13.10.2021).

TÜİK, (2017). Hanehalkı Bütçe Anketi Verileri.([www.tuik.gov.tr/Kurumsal/Mikro\_Veri](http://www.tuik.gov.tr/Kurumsal/Mikro_Veri))

TÜİK, (2019). Hanehalkı Tüketim Harcaması (Bölgesel), 2019. (https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Household-Consumption-Expenditures-(Regional)-2019-33594).

Uğur, U.(2018). Gençlerin Fast Food Tüketimlerinin Sembolik Tüketim Kapsamında Değerlendirilmesi: Sivas İlinde Bir Araştırma. Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi, Sayı:67, 1-9.

Yazıcıoğlu, İ., Işın, A. & Koç, B.(2013).Üniversite Öğrencilerinin Fast Food Ürünleri Tercih Etme Nedenleri ( The Reasons of University Students’ Preference to Fast Food Products). Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 1 (1), 36-41.

Yıldırım, Y.(2016). Tüketicinin Satın Alma Karar Sürecinde Bilgi Kaynakları ve Güvenirlikleri: Referans Grubu Olarak Yakın Çevrenin Etkisinin İncelenmesi. Akademik Yaklaşımlar Dergisi, 7 (1), 214-231.

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