

EV DIŞI GIDA TÜKETİMİNİN ANALİZİ

Yazar Tuğce Nur Tüfekçi

Gönderim Tarihi: 14-Eki-2021 05:11PM (UTC+0400)

Gönderim Numarası: 1673714267

Dosya adı: Ev_D_G_da_T_ketim_14.10.2021_1.docx (62.17K)

Kelime sayısı: 4752

Karakter sayısı: 31746

EV DIŞI GIDA TUKETİMİNİN ANALİZİ¹

¹ Tuğçe Nur Tufekci^{2*}

^{2*} Yüksek Lisans Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Onikişubat/Kahramanmaraş, E-mail: tugcenur_96@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-0999-8247>

¹ Yeşim Aytop³

³Dr. Öğr. Üyesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Onikişubat/Kahramanmaraş, E-mail: yesimmeral@ksu.edu.tr, <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 hanhalklarının sosyo-demografik özellikleri itibarıyla ev dışı gıda tüketim düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın ana materyalini Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2017 yılında 12166 hanhalkı ile gerçekleştirilmiş “Hanhalkı 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 istatistikî açıdan anlamlı bulunmuştur. Model sonucunda kadınların, evlilerin, işsizlerin ve eşi çalışmayanların ev dışı gıda harcamalarının daha az olduğu tespit edilmiştir. Hanhalklarının 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-from-home. This study aims to determine the socio-demographic characteristics affecting food away-from-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 and Multiple Regression Analysis were used in the analysis of the data. The research findings show that the average 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 unemployed wives/husbands have less expenditure on food away from home. It has been determined that as the educational 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, Foodaway-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).

¹Bu makale Tuğçe Nur TUF EKÇİ’nin “Türkiye’de Ev Dışı Gıda Tüketiminin Analizi” başlıklı yüksek lisans tez çalışmasından türetilmiştir.

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 toplamıdır (Çelikkaya, 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 münüleri 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 birçokunun yapılması çok süren aynı zamanda mükemmeliyetçi olan Türk yemeklerinin unutulmasına sebep olmuştur (Güler, 2007). Türk hızlı hazır gıda örnekleri ‘döner, pide çeşitleri, köfte ve kebab gibi ızgara çeşitleri, gözleme, tost, sandviç gibi kantin ürünleri, çiğ köfte, simit ve poğaç 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 (Akbaş 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 olmayabilir.

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 itibarıyla 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 Örnekleme Metodundan yararlanılmıştır.

Bu veriler hanehalklarının sosyo-demografik özellikleri ve dışarıda yeme alışkanlıkları 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 istatistik verileri, bilimsel dergilerde yayınlanan makaleler ve kongrelerden elde edilen veriler oluşturmaktadır.

Verilerin analizinde Tanımlayıcı İstatistikler, Tek Yönlü ANOVA Testi, 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 ve X'lere ait n adet gözlem değeri bulunuyorsa model şu biçimdedir (Günaşdı, 2014):

$$Y = b_0 + b_1X_{i1} + b_2X_{i2} + \dots + b_pX_{ip} + e_i \quad (i=1,2,\dots,n) \quad (1)$$

$$Y = b_0 + \sum_{k=1}^p b_k X_{ik} + e_i \quad (b_0, b_1, \dots, b_p \text{ ise kısmi regresyon katsayılarıdır}) \quad (2)$$

2. 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 3963.49 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	Eş Çalışma Durumu		
35-44	2851	23.4	Çalıştı	3584	29.5
45-54	2843	23.4	Çalışmadı - Çalışmadı fakat işi ile ilgisi devam ediyor	8582	70.5
55-64	2362	19.4	Sağlık Sigortası		
65 ≥	2380	19.6	Hayır	532	4.4
Eğitim Durumu			Evet	11634	95.6
Ortaokul ve Altı	8197	67.4	Gelir (TL/ay)		
Lise	2115	17.4	Düşük (2500<)	4300	35.3
Üniversite	1711	14.1	Orta (2500 – 5000)	5025	41.3
Lisans Üstü	143	1.2	Yüksek (5001≥)	2841	23.4
Hanehalkı Birey Sayısı			Harcama (TL/ay)		
≤ 2	4053	33.3	Düşük (2500<)	4922	40.5
3-5	6825	56.1	Orta (2500 – 5000)	5142	42.3
6 ≥	1288	10.6	Yüksek (5001≥)	2102	17.3
Hanehalkı Tipi			Gıda Harcaması (TL/ay)		
Çekirdek Aile	6012	49.4	Düşük (400<)	2656	21.8
Çocuksuz Çift	2355	19.4	Orta (400 – 799)	5368	44.1
Ataerkil veya Geniş Aile	1942	16.0	Yüksek (800≥)	4142	34.0
Tek Yetişkinli Aile	1792	14.7	Toplam	12166	100.0
Beraber Yaşayan Öğrenci vb. Kişiler	65	0.5			
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 4aştırma 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 2676.84 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 hane dışı gıda harcamasının da artış göstereceğini ortaya koymuştur. Kutluay Tutar ve Yazırlı (2016), yaptıkları bir çalışmada 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 oranında mutlak bir biçimde artış olduğu fakat oransal şekilde de azalış olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Koşum ve Akbay (2020), İstanbul ilinde yaptıkları bir çalışmada 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 çalışmada hane dışı gıda tüketiminde bulunan hanehalklarının gıda harcamalarının hemen hemen %26.79'unu hane 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 çalışmada gelir grupları itibarıyla hane 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 H_1 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)	2123.60 ^a	3433.20 ^b	5935.58 ^c	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) ***

^a $p < 0.10$, ^{**} $p < 0.05$, ^{***} $p < 0.01$ 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 (TS111111+ 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 (R^2 : 0.208) açıklamaktadır. Model sonucunda; cinsiyet, medeni durum, 34≤ yaş grubu, üniversite ve üstü bir okuldaki 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 taşıırken 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 hane dışı gıda tüketimiyle yaş, eğitim seviyesi, gelir ($p<0.01$) ve hanehalkı büyüklüğü, medeni durum ($p<0.05$) arasında önemli bir

ilişki tespit edilirken hane 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***
Deçalışmadurumu	-32.899	-6.313	0.000***
Harcama2	101.779	20.199	0.000***
Harcama3	270.549	39.276	0.000***
R ² : 0.208			
F: 14289.945			
p: 0.000			

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

21

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 eğitilmiş 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

- Akbaý, 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>
- Bitrak, 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.
- Çalınışur, 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, 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>) (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>) (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](https://doi.org/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](https://doi.org/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 Sociology Of Food Tokat Cuisine. 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 tarihi:13.10.2021).
- TÜİK, (2017). Hanehalkı Bütçe Anketi Verileri.(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](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.

EV DIŞI GIDA TÖKETİMİNİN ANALİZİ

ORİJİNALLİK RAPORU

%9

BENZERLİK ENDEKSİ

%8

İNTERNET KAYNAKLARI

%3

YAYINLAR

%1

ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1

dergipark.org.tr

İnternet Kaynağı

%1

2

turkdoner.com

İnternet Kaynağı

%1

3

www.akademikbakis.org

İnternet Kaynağı

%1

4

www.ktto.net

İnternet Kaynağı

<%1

5

Submitted to Kahramanmaraş Sütçü İmam University

Öğrenci Ödevi

<%1

6

www.etuder.org

İnternet Kaynağı

<%1

7

icoess.com

İnternet Kaynağı

<%1

8

www.researchgate.net

İnternet Kaynağı

<%1

9

Submitted to Adnan Menderes Üniversitesi

Öğrenci Ödevi

<%1

10	seer.ufrgs.br İnternet Kaynağı	<% 1
11	riss.kr İnternet Kaynağı	<% 1
12	ugtak.org İnternet Kaynağı	<% 1
13	www.exploredoc.com İnternet Kaynağı	<% 1
14	www.sporbilim.com İnternet Kaynağı	<% 1
15	www.turkishpoultryscience.com İnternet Kaynağı	<% 1
16	OĞUZLAR, Ayşe. "Hanehalkı Tipi ve Kır-Kent Ayırımının Diskriminant Analizi ile İncelenmesi", Akdeniz Üniversitesi, 2006. Yayın	<% 1
17	elibrary.kaznu.kz İnternet Kaynağı	<% 1
18	hdl.handle.net İnternet Kaynağı	<% 1
19	www.etuder.org.tr İnternet Kaynağı	<% 1
20	www.tutad.org İnternet Kaynağı	<% 1

21 AKBAY, Cuma, BİLGİÇ, Abdulbaki and MİRAN, Bülent. "Türkiye'de Önemli Gıda Ürünlerinin Talep Esneklikleri", Tubitak, 2008. <% 1
Yayın

22 arastirmax.com <% 1
İnternet Kaynağı

23 www.icoaef.com <% 1
İnternet Kaynağı

24 acikerisim.pau.edu.tr:8080 <% 1
İnternet Kaynağı

25 app.trdizin.gov.tr <% 1
İnternet Kaynağı

26 ebyu.edu.tr <% 1
İnternet Kaynağı

27 fr.scribd.com <% 1
İnternet Kaynağı

28 Melvin Stephens. "'3rd of tha Month": Do Social Security Recipients Smooth Consumption Between Checks?", American Economic Review, 2003 <% 1
Yayın
