



GAZİANTEP UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Journal homepage: <http://dergipark.org.tr/tr/pub/jss>



Araştırma Makalesi • Research Article

Covid-19 Sonrası Dışarıda Yemek Yeme Alışkanlıklarının Planlı Davranış Teorisi Kapsamında Değerlendirilmesi

Evaluation of Post Covid-19 Dining Out Habits Within the Context of The Theory of Planned Behavior

Gamze ÖZEL^{a*} Fatih YILDIZ^b

^aÖğr. Gör., Kilis 7 Aralık Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu, Kilis / TÜRKİYE
ORCID: 0000-0002-9316-7277

^bÖğr. Gör., Kilis 7 Aralık Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu, Kilis / TÜRKİYE
ORCID: 0000-0001-9420-8002

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 14 Temmuz 2020

Kabul tarihi: 9 Mart 2021

Anahtar Kelimeler:

Planlı Davranış Teorisi,

Covid-19,

Dışarıda Yemek Yeme Alışkanlığı

ÖZ

Tüm canlılar için önemli olan beslenme, insanlar için de en temel ihtiyacı oluşturmaktadır. Hayatta kalıp neslini devam ettirme çabasında olan insanlık, tarih boyunca besine kolay ve rahat ulaşabilmenin yollarını aramıştır. Bu çaba besinin ve beslenmenin günümüze kadar birçok değişime ve gelişime uğramasını sağlamıştır. Tarih öncesi dönemden 19. yy'a kadar olan süreçte bireysel boyutta olan beslenme zamanla endüstriyellemeye kadar gelişerek gelmiştir. Bir sektör haline gelen yiyecek içecek hizmetlerinin yaygınlaşmasıyla birlikte dışarıda yemek yeme alışkanlık haline gelmiştir. Turizm sektörü içerisinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri ulusal veya uluslararası krizlerden ve risklerden yüksek oranda etkilenmektedir. Dünya genelinde başlayan Covid-19 salgını sonrasında yaşanan kısıtlamalar ile birlikte yiyecek içecek işletmeleri faaliyetlerini geçici süreyle durdurmak zorunda kalmışlardır. Fakat, normalleşme süreci ile birlikte belirlenen kurallara uyulması şartıyla faaliyetlerine yeniden başlamışlardır. Karantina veya kısıtlama sürecinde mevcut salgının yaşatmış olduğu olumsuz koşullar, tüketicilerin dışarıda yemek yemeye ilişkin davranışlarını belirsizleştirmektedir. Bu kapsamda, planlı davranış teorisiyle tüketicilerin dışarıda yemek yeme niyetlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların dışarıda yemek yemeye ilişkin tutumlarının yüksek, subjektif normlarının düşük, algılanan davranışsal kontrollerinin yüksek ve niyetlerinin ise oldukça düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Korelasyon analizi sonucunda planlı davranış teorisini oluşturan değişkenlerin birbirleriyle anlamlı bir ilişkiye sahip oldukları görülmüştür. Regresyon analizine göre de davranışa yönelik tutum, niyet üzerinde anlamlı bir etkiye neden olmazken, subjektif normlar ve algılanan davranışsal kontrolün davranışsal niyet üzerinde anlamlı bir etkiye neden olduğu tespit edilmiştir.

ARTICLE INFO

Article History:

Received July 14, 2020

Accepted March 9, 2021

Keywords:

Planned Behavior Theory,

Covid-19,

Eating Habits Outside

ABSTRACT

Nutrition, which is important for all living things, also constitutes the most basic need for humans. Humanity, trying to survive and continue its generation, has sought ways to reach food easily and comfortably throughout history. This effort has led to many changes and developments in food and nutrition until today. From the prehistoric period to the 19th century, the nutrition, which was in individual dimension, has developed over time until industrialization. Eating out has become a habit with the spread of food and beverage services, which have become a sector. Food and beverage businesses operating in the tourism sector are highly affected by national or international crises and risks. With the restrictions experienced after the Covid-19 epidemic that started around the world, food and beverage businesses had to temporarily stop their activities. However, they resumed their activities provided that the rules determined with the normalization process were followed. The negative conditions caused by the current epidemic during the quarantine or restriction process obscure the behavior of consumers regarding eating out. In this context, it was aimed to determine the eating intention of consumers with the planned behavior theory. According to the results of the research, it was concluded that the participants' attitudes towards eating out were high, their subjective norms were low, their perceived behavioral control was high, and their intentions were quite low. As a result of the correlation analysis, it was seen that the variables constituting the planned behavior theory have a significant relationship with each other. According to the regression analysis, it was determined that while attitude towards behavior did not have a significant effect on intention, subjective norms and perceived behavioral control had a significant effect on behavioral intention.

* Sorumlu yazar/Corresponding author.
e-posta: gozel@kilis.edu.tr

EXTENDED ABSTRACT

Planned Behavior Theory, based on the Reasoned Action Theory developed by Fishbein and Ajzen, states the factors that determine the decisions that individuals can make while performing their behavior. While there are two factors in the Reasoned Theory of Action, the attitude towards behavior and subjective norms affecting the intention to realize the behavior, the behavioral control variable that is perceived to cover the situations outside the individual's was added to the Planned Behavior Theory (Akıncı and Kıymalıoğlu, 2018, p.394).

Nutritional needs, which are basically our physiological needs, have become a social event where different needs can be met together. Individuals can eat out not only to meet their physiological needs, but also to have a good time, experience new tastes, and provide social and psychological relaxation (Akpulat, 2016, p.53).

In fact, the culinary culture of the regions can have an impact on the travel motivation of individuals, and individuals can also decide to travel to experience new tastes. In this context, it can be said that many factors such as the tastes, appearances, the environment in which they are served, its nutritional value, and being healthy and reliable have an impact on the decision to eat outside.

Food and beverage businesses within the tourism sector are also affected by the crises experienced. Covid-19, which originated in the Wuhan province of China and spread all over the world as with the first appearance in Turkey in March precautions and restrictions such as the prohibition of the gradual closure of the border and overseas flights began. Many practices such as curfews applied after the announcement of pandemic, the operation of workplaces with minimum personnel, and the closure of businesses that offer food and beverage services have caused people to change their habits for activities outside. Within the scope of normalization, it is important to determine the level of the demands of the people as a result of opening the enterprises that only offer takeaway provided that they comply with the social distance rules and other hygiene rules that took place on June 15. In this context, this study was carried out in order to determine the intentions of the Covid-19 epidemic in 2020 to go to food and beverage businesses, whether people can safely eat out or not, within the scope of Planned Behavior Theory.

The universe of this research, which was conducted to evaluate the Covid-19 epidemic in the scope of planned behavioral theory regarding whether the consumers' eating intention, was the individuals who have the habit of eating out and the number of samples was determined as 384 (Sekaran as cited in Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu and Yıldırım, 2012, p.137). Since the face-to-face survey could not be applied within the limitations applied during the epidemic process, the questionnaire created was implemented via Google survey via social media and e-mail, and feedback was received from 448 people. The scale was created by obtaining the information and data related to the subject as a result of the literature review within the framework of the Planned Behavior Theory model developed by Ajzen (1991). In the first part of the questionnaire, which was formed within the scope of Planned Behavior Theory, 6 items regarding behaviors, 5 items regarding subjective norms, 5 items regarding perceived behavioral control and 5 items regarding behavioral intent were asked to measure consumers' attitudes. 5-point Likert scale from 1-strongly disagree to 5-strongly agree was used to indicate the attitudes of the participants towards the expressions. In the second part of the survey, expressions were added to determine the demographic characteristics of the consumers, as well as to determine their frequency of eating out before Covid-19, their reasons and whether the rules to be applied were considered sufficient for consumers to eat out. Percentage and frequency distributions related to the demographic characteristics of the participants were determined in the study. T-test and anova analysis were used to determine whether there was a significant difference between demographic characteristics and attitude towards behavior, subjective norms, perceived behavioral control and behavioral intent. In order to determine the relationship between attitude towards behavior, subjective norms, perceived behavioral control and behavioral intent, correlation analysis and regression analysis were used to determine the effect of attitudes towards behavior, subjective norms, perceived behavioral control on behavioral intent.

As a result of the reliability analysis, it has been determined that the test measurements are reliable and the data show normal distribution. The results obtained from the expressions formed within the scope of planned behavioral theory indicated that attitudes towards eating out during the normalization process were high, subjective norms were low, perceived behavioral control was high, and behavioral intent was low.

According to the analyzes conducted to determine the differences between variables, the attitudes towards behavior differ according to the educational status and income levels of the individuals, and when the subjective norms are examined, only the difference is determined according to the gender variable, and when the perceived behavioral control is examined, the difference is determined with all variables except gender. When the results related to behavioral intent were examined, it was observed that there was a differentiation according to gender and age. According to the results of the analysis conducted to determine the relationships between variables, it was concluded that all variables are related to each other, a positive weak relationships were detected between attitude towards behavior and behavioral intent, a positive medium level relationship between attitude towards behavior and perceived behavioral control, attitude towards behavior and behavioral intent. A very weak positive correlation was found between subjective norms and perceived behavioral control, and a medium positive correlation was found between subjective norms and behavioral intent. In addition, a very weak positive correlation was found between perceived behavioral control and behavioral intent. Although variables have relations with each other, it was observed that the relationship between subjective norms and behavioral intent has the highest value. Finally, according to the results obtained to determine the effect, it was concluded that attitude towards behavior does not have a significant effect on behavioral intention, whereas subjective norms and perceived behavioral control have a significant effect on behavioral intent. According to this, it can be concluded that intentions are low due to the fact that the study was carried out during the normalization period and also individuals thought that their opinions would not be approved such as by their families and friends, although their attitudes were high. In addition to this, it can be stated that low intention is caused by subjective norms having the highest effect on intention even though people have enough time, money and determine that the decision belongs to them.

Giriş

Tüketiciler temel yaşamsal ihtiyaçlarından olan beslenmeyi birçok şekilde karşılamaktadır. Hem evde hem de dışarıda bu ihtiyacı gideren tüketiciler dışarıda yemek yemeyi birçok sebepten dolayı tercih etmektedir. Sadece açlık ihtiyacının giderilmesi değil bununla birlikte tatmin, zihinsel rahatlama, motivasyon, sosyalleşme, hoş zaman geçirme vb. faktörler dışarıda yemek yeme tercihini etkileyebilmektedir. Tüketicilerin yaşam şekillerinde, gelir ve tüketim alışkanlıklarındaki değişimler, insanların dışarıda yemek yemeye ilgisini artırmıştır. Özellikle değişen ve gelişen yaşam biçimi, etkin hizmet veren işletmelerin kurulmasını gerektirmiş ve yiyecek içecek işletmelerini tüketiciler açısından önemli bir konuma getirmiştir (Yüksekbilgili, 2014, s. 6261).

Tüketicilerin tüketime yönelik tutumları sadece ekonomik değişimlerden değil aynı zamanda politik ve savaş gibi sebeplerden dolayı da değişiklik gösterebilmektedir. Ekonomik gelirleri çerçevesinde bakıldığında, bireyler kapasite ve istekleri doğrultusunda davranışlarını belirlemektedir. Ekonomik verilerin dışında tüketicilerin sosyal çevrelerinin de davranışları üzerinde etkili olduğu söylenebilir (Özdemir, 2013, s.8). 2019 yılı itibarıyla tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgını da savaş ve politik nedenler gibi dünya ekonomisini etkilemektedir. Ülkemizde karantina ve kısıtlamalar sonrası normalleşme süreciyle yiyecek içecek işletmeleri belirli kurallar dahilinde hizmete başlamıştır. Salgın sonucunda ortaya çıkan karantina ve kısıtlamalar tüketicilerin hem ekonomik hem de psikolojik sorunlarla karşılaşmalarına neden olmuştur.

Dışarıda yemek yemeyi etkileyen faktörler sadece sağlık riskleri değil aynı zamanda alınan önlemlerle birlikte psikolojik kararların da etkili olduğu söylenebilir (Odabaşı ve Barış, 2014, s.32-36). Bu doğrultuda Covid-19 salgınının etkisi devam ederken normalleşme sürecinde tedbirler uygulanmakla beraber tüketicilerin davranışlarında değişiklikler olabileceği düşünülmektedir. Çalışmanın temel amacı planlı davranış teorisini oluşturan davranışa yönelik tutum, sübjektif norm ve algılanan davranışsal kontrolün tüketicilerin dışarıda yemek yeme niyetlerine etkisinin belirlenmesidir.

Kavramsal Çerçeve ve İlgili Literatür

İnsanlık, tarih boyunca her canlı gibi hayatta kalma mücadelesi içerisinde olmuştur. Yaklaşık 2,5 milyon yıldır devam eden bu mücadelenin son 12 bin yılı hariç tamamını avcı-toplayıcı kültüre sahip olarak sürdürmüş ve zamanının çoğunluğunu besin elde etmek ile harcamıştır. Yerleşik düzene geçen insanlar, hayvan ve bitkileri ehlileştirmeye başlamış ve insanlık için önemli bir dönemeç olan besin üreticisi konumuna geçmişlerdir (Akın ve Çevik, 2017, s.11). Böylelikle, insanlar bitki yetiştirmeyi, depolama teknikleri ile yetiştirdiği bitkileri saklamayı ve bunları pişirerek lezzetli hale getirmeyi öğrenmişlerdir (Özkaya ve Cömert, 2017, s.6). Çanak çömlekler ile yemek kaplarının ve ehlileştirilen bitki ve hayvanların da artmasıyla yemekler çeşitlenmiştir. Bunun sonucunda yörelerin kendilerine özgü mutfak kültürleri ortaya çıkmıştır (Akın ve Çevik, 2017, s.11).

Zamanla insanların yaşam şekillerinin değişmesi beslenme kültürlerinde de değişmelere neden olmuştur. Türklerin Anadolu'ya göç etmeleriyle birlikte uzun bir süre tarım ve hayvancılıkla geçimlerini sağlamaları, bu gelişmeye gösterilebilecek önemli örneklerinden biridir. Zamanla tarım, coğrafya, ekonomi, inançlar ve demografik faktörlerin etkisiyle insanların beslenme ile ilgili davranışları gelişmeye ve değişmeye başlamıştır. Yemek yeme sadece karın doyurma etkinliği olarak değil, aynı zamanda sofraya kurma ve farklı yiyecekleri bir arada tadabilme geleneği haline de gelmiştir (Özkaya ve Cömert, 2017, s.6). İnsanların istediği veya haz duyduğu biçimde beslenmesi; deneyimleri, alışkanlıkları, inançları, gelenek ve görenekleri gibi faktörlerle şekillenerek bireyden bireye, toplumdaki topluma değişiklik

gösterebilir. Bu değişikliklerle beraber her toplumun kendine has mutfak ve beslenme kültürü oluşur. Bu kültür yemek hazırlama, pişirme, besin seçimi ve sofranın düzeninde belirgin bir hal alır (Baysal, 2012, s.2).

Modern zamanlar öncesinde dışarıda yemek yemek için az gelişmiş pazarların varlığından söz edilebilir. Bu pazarlardaki çoğu besin, ticari etkileşim dışında ve toplumsal mecburiyet sonucunda ortaya çıkmıştır. Bütün sosyal antropolojik ve tarihsel açıklamalarda yer alan geleneksel toplumların konukseverliği, seyahat eden veya ilk defa bölgeye gelen kişilere dahi gösterilmektedir (Beardsworth ve Keil, 2011, s.171). Gıdalar, insanlık tarihi boyunca önemli bir yer elde etmiş ve doğum, düğün ve ölüm gibi mühim görülen bu günler yemeklerle anılmış (Maviş, 2008, s.2); kimi zaman ise savaşların sebebi olmuştur (Özkaya ve Cömert, 2017, s.1). Toplumsal bir iletişim aracı haline gelen yiyecek ve içecekler dost, akraba ve tanıdıkların bir masada toplanmalarına imkân tanımıştır (Maviş, 2008, s.2). Bunun yanı sıra, komşuluk ilişkileri de akrabalık bağı olarak görülerek kutlama, bayram vb. günlerde yemeklerin paylaşılması gereken sebepler olarak görülmüşlerdir. Antropoloji literatüründe de cömert ziyafetlerin varlığından söz edilmektedir (Beardsworth ve Keil, 2011, s.171).

Modernizasyon süreci ile birlikte kentleşmeye bağlı olarak elde edilen statü temelinde toplumsal yükümlülükler ve akrabalık bağlarına gösterilen önemin giderek azalması, gıda tedariki için pazara duyulan gereksinimi ortaya çıkarmıştır. Bağımsız hale gelen birey ve gruplar seyahat etme ve kentleşmenin sonucunda evlerinden uzak kalarak yakınları ile bağlantı kurabilme imkânları olmadığından, dışarıda yemek yeme olayının karşılıklılık temelinden çok ticari bir temelde başladığı görülmektedir (Beardsworth ve Keil, 2011, s.175). Ekonomik, sosyal ve kültürel yaşamlarda meydana gelen gelişme ve değişimlerin, toplumların beslenme alışkanlıklarında da süreç içerisinde değişimlere neden olduğu söylenebilir (Baysal, 2012, s.2). Sanayi devrimi ile birlikte boş zamanların artması, sosyal yaşamda meydana gelen değişimler, insanların beslenme ihtiyaçlarını karşılamaya dönük faaliyette olan işletmelerin sayısının artmasına ve gelişmesine neden olmuştur. Bu kapsamda bireylerin yiyecek içecek işletmelerine dönük oluşturdukları talep, ülke ekonomilerinin gelişmesinde ve hizmet endüstrisinin büyümesinde etkili olmuştur (Bucak ve Aracı, 2013, s.207).

Temelde fizyolojik ihtiyaçlarımızdan olan yemek ihtiyacı, günümüzde farklı ihtiyaçların da birlikte karşılanabildiği sosyal bir olay haline dönüşmüştür. Bireyler, bir taraftan yemeklerini yerken diğer taraftan da sosyal ortamlarında zaman geçirme, sohbet etme, güzel vakit geçirme, iç huzur elde etme gibi amaçlarını aynı anda tatmin edebilmektedirler (Akpulat, 2016, s.53). Bu bağlamda dışarıda yemek yeme olgusu zaman içerisinde farklı ihtiyaçları tatmine yönelik gerçekleştirilen bir eylem haline dönüşmüştür.

Tüketici davranışı olarak dışarıda yemek yeme olgusu restoranlarda, fastfood restoranlarda veya geleneksel sokak yemekleri yeme gibi çeşitli şekillerde gerçekleşebilmektedir (Nişancı, Özdoğan ve Bölüktepe, 2018, s.62). Dışarıda yemek yeme tercihinde bulunan kişi önceden plan yaparak zamanını ve restoranı kendisi belirleyebilirken dışarıya çıkma kararını da aynı kolaylıkla verebilir (Shore, 2008, s.302). Dışarıda yemek yeme evde yemek hazırlamaktan daha ekonomik, kolaylık ve zamandan kazanma gibi etkileri olabilir. Aynı zamanda sosyal açıdan ise kültürel etkileşim, aile ve arkadaşlarla birlikte olma, statü ve prestij gibi nedenlerden de tercih edilebilmektedir (Özdemir, 2010, s.221).

Tarihsel süreç içerisinde değişen mutfak kültürleri, dışarıda yemek yemenin insanlar için bir alışkanlık haline gelmesine, hatta mutfakların turizm ürünü haline gelerek insanlar için temel çekim öğeleri içerisinde yer almasına neden olmuştur. Böylelikle, turizm anlayışının deniz, kum, güneş, eğlence ve kültürel faaliyetler olarak görülmesinin yanında yörelerin sahip oldukları mutfak mirası da turizm ürünü olarak görülmeye başlanmıştır (Scholliers, 2008,

s.334-335). Dışarıda sunulan yemekler ve yöre mutfağı, bireyleri seyahat etmeye yönelterek zevkli bir deneyim elde etmelerini sağlar (Chang, Kivela ve Mak, 2011, s.307). Yemeklerin genel anlamda önem kazanmasının nedenleri olarak; fayda, tat, fiyat, sağlamlık, sosyal değerler sayılabilir (Sobal, Bisogni, Devine ve Jastran 2006, s.8-9). Dengeli ve sağlıklı beslenme genel olarak bir toplumun bütün bireylerinin sağlığının korunması, ekonomik ve sosyal yönden gelişmesinde, refah düzeyinin artmasında temel koşullardan birisidir (Bilici, 2008, s.7). Bu nedenle dışarıda yiyecek içecek hizmeti sunulan işletmelerin sundukları yemeklerin hem gereken besin öğelerini içermesi hem de bireyin yeterli ve dengeli beslenmesini sağlayacak ürünlerin sunulması önem arz etmektedir.

Planlı davranış teorisi, Fishbein ve Ajzen (1975) tarafından geliştirilmiş olan gerekçeli eylem teorisine dayanmakta olup bireylerin davranışlarını gerçekleştirirken alabileceği kararları belirleyen faktörleri de belirtmektedir. Gerekçeli eylem teorisinde, davranışı gerçekleştirme niyetini etkileyen davranışa yönelik tutum ve sübjektif normlar olmak üzere iki faktör bulunurken planlı davranış teorisinde ise bireyin iradesi dışındaki durumları da kapsayacak şekilde algılanan davranışsal kontrol değişkeni eklenmiştir (Akıncı ve Kıymalıoğlu, 2018, s.394). Gerekçeli eylem teorisine tüketicinin kontrolü altındaki davranışları açıklamakta yeterli olsa da algılanan davranışsal kontrolün de eklenmesi sonucunda ortaya çıkan planlı davranış teorisinin açıklayabileceği davranış alanı genişlemiştir (Eyler, 2016, s.78). Aynı zamanda bu değişkenler, demografik faktörler, kişilik özellikleri, genel tutumlar, zekâ, duygular vb. arka planda olan faktörleri de içermektedir (Ajzen, 2015, s.126). Planlı davranış teorisine göre davranışsal niyetleri bireylerin davranışa yönelik tutumları, öznel normları ve algılanan davranışsal kontrollerinden etkilenmektedir (Yarış, 2018, s.72). Tutumlar bireylerin yaşamış olduğu çevresel koşullar, duygu, değer, inançları gibi faktörlerle değişebilir. Bu faktörlerde değişiklikler meydana gelince tutum ve davranışların da değişmesi öngörülebilir. Tutum her ne kadar insan davranışları üzerinde etkili olsa da aralarında doğrudan bir ilişki her zaman kurulamayabilir. Bir tutum, her kişi ve ortamda aynı davranış şeklinde oluşmayabilir (Erdoğan'dan aktaran Şimşek, Akdenci ve Çelik, 2010, s.79).

Norm kavramının bir toplum ya da grup tarafından yaygın olarak kabul gören, yokluğu yaptırıma neden olabilecek, ait olduğu toplum veya grupların değer verdikleri kurallar şeklinde ifade edilebilir (Avcıkurt, 2009, s.110). Sübjektif normlarda davranışların iki şekilde hareke geçtiği varsayılır. Bunlardan ilki, davranışı gerçekleştirecek bireyin ilgili kişilerin davrandığı gibi davranmaya dönük olan isteklilik durumu, ikincisi ise davranışta bulunacak bireyin nasıl davranması gerektiğine ilişkin ilgili kişilerin düşüncelerini algılama şeklidir (Özer ve Yılmaz, 2010, s.37). Kolayca erişilebilen normatif inançlar davranışı eyleme dönüştürme konusunda algılanan toplumsal baskı ya da sübjektif norm üretmek için bir araya gelir (Ajzen, 2015, s.125).

Algılanan davranışsal kontrol, bir davranışı gerçekleştirmenin bireyin kendi kontrolünde olup olmadığı kapsamında yetenek ve imkânlarını algılamasını ifade eder. Bu algı, davranışı kolaylaştıran veya baskı altına alan faktörlerle birlikte şekillenir (Kocagöz ve Dursun, 2010, s.140). Bu durumda, kişinin davranışı gerçekleştirme yeteneğini etkileyebilecek faktörleri algılaması da davranışların biçimlenmesi bakımından önem arz etmektedir (Ajzen, 2015, s.125). Davranışsal niyet kavramı bir davranışa dahil olma olasılığı şeklinde ifade edilmektedir (Oliver'dan aktaran Ayazlar ve Gün, 2018, s.385). Genel olarak davranışa yönelik tutum ile sübjektif norm ne kadar uygunsa ve algılanan davranışsal kontrol de ne kadar yüksek ise bireyin de davranışı gerçekleştirme niyetinde olma olasılığı yüksektir. İnsanlar davranışları üzerinde gerçek kontrole sahip oldukları ölçüde davranışı gerçekleştirmeleri beklenir (Ajzen, 2015, s.125).

Dışarıda yemek yemeye yönelik geliştirdiği modelde Özdemir (2010), dışarıda yemek yemeye ilişkin üç ana tüketici kararı olabileceğini belirtmiştir. Bunlar; dışarıda yemek yemeye

karar verme, yenecek yemeğe karar verme ve yemek yenecek restorana karar vermedir. Böylelikle, tüketicilerin dışarıda yemek yeme amaçlarını, yemek seçimlerini, restoran seçimlerini etkileyen faktörlerin önem kazandığını ve tüketiciler dışarıda yemek yemeye karar verirken fizyolojik, psikolojik, ekonomik ve sosyal nedenlerin; yemek seçiminde kişi ile ilgili faktörler, yemekle ilgili faktörler ve çevresel faktörlerin etkili olduğu belirtilmiştir. Dışarıda yemek yeme aynı zamanda bir deneyimdir. Dışarıda yemek yeme olgusu amaçlar, kararlar, yemek deneyimi ve deneyim sonrası değerlendirme boyutlarını içeren bütüncül bir kuramsal model çerçevesinde tanımlanabilir hale gelmekte ve sadece fizyolojik nedenlerle değil ruhsal iyileşme, mutluluk, sosyal etkileşim, zaman tasarrufu, statü ve prestij gibi çok sayıda ve farklı nedenlerle bir restoran işletmesinin ziyaret edilebileceğini belirtilmiştir. Üstelik tüketiciler için yemek ve restoran seçiminde yemek kalitesi ve çeşitliliği kadar sağlık ve beslenme ile hijyen konularının da önemli faktörler olduğu belirlenmiştir.

Yiyecek içecek hizmetlerinde sağlık faktörünün önemli bir yer edinmesi nedeniyle ulusal veya uluslararası sağlık riskleri bu sektörü etkilemektedir. 2019 yılının sonlarında Çin Halk Cumhuriyeti'nin, Vuhan şehrinin deniz ürünleri pazarında ortaya çıkan ve 'yeni koronavirüs (Covid-19)' olarak teşhis edilen salgın 2020 yılı itibarıyla tüm dünyayı etkisi altına almıştır. Koronavirüslerin (CoV) belirtilerine bakıldığında soğuk algınlığı şeklinde belirtiler gösterse de SARS-CoV ve MERSCoV virüs ailesine bağlı olması ve bu durumun daha ciddi hastalıklara neden olabildiğini göstermiştir. Virüsün yüzeyinde bulunan çubuksu uzantıların taca benzemesi nedeniyle, Latince taç anlamına gelen "corona" kelimesiyle korona virüs ismi kullanılmaya başlanmıştır (Sağlık Bakanlığı, 2020, s.7-8).

Covid-19 salgını, insanlar açısından ortaya çıkardığı sağlık problemlerinin yanında gelecekle ilgili belirsizlikler, endişe ve korku yaratarak insanların refah seviyelerini ve ekonomik yaşamı da ciddi bir biçimde etkilemektedir (Telek, 2020, s.2764). Covid-19'un bir salgın haline gelip yayılmasıyla birlikte birçok ülke sınırlarını kapatmak zorunda kalmıştır. Ülkeler salgını durdurabilmek adına sokağa çıkma yasakları ve bazı kısıtlamaları hayata geçirerek hızlı bir şekilde bu salgından kurtulmayı amaçlamışlardır. Ülkemizde de ilk vakanın mart ayında görülmesi ile birlikte kademeli olarak sınırların kapatılması ve yurt dışı uçuşlarının yasaklanması gibi önlem ve kısıtlamalar başlamıştır. Ancak bu kısıtlamaların uzun süre devam etmesiyle hem ekonomik hem de sosyal açıdan bazı sorunlar ortaya çıkmıştır. Pandemi ilan edildikten sonra uygulanan sokağa çıkma yasakları, işyerlerinin asgari personelle çalıştırılması, yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelerin kısıtlanması gibi pek çok uygulama kişilerin dışarıda gerçekleştirdikleri etkinliklere yönelik alışkanlıklarının değişmesine neden olmuştur. Normalleşme kapsamında yiyecek içecek işletmelerinin 15 Haziran ile birlikte gerçekleşen sosyal mesafe kuralları ve diğer hijyen kurallarına uymak şartıyla açılması sonucunda tüketicilerin dışarıda yemek yeme niyetlerinin belirlenmesi önem arz etmektedir.

Korkmaz ve Sertoğlu (2013), planlı davranış teorisi kapsamında genç tüketicilerin sürdürülebilir gıda tüketimi davranışının güven ve değerler bağlamında tartışılmasına yönelik yapmış oldukları çalışmada; genç tüketicilerin sürdürülebilir gıda ürünlerini satın alma niyetinde, elde edilebilirlik, sübjektif norm, tutum ve algılanan tüketici etkililiği değişkenlerinin etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Yeşil yıldızlı otelleri ziyaret eden otel müşterilerinin, tekrar ziyaret etme niyetlerini Planlanmış Davranış Teorisi kapsamında inceledikleri çalışmada Özer, Kemer ve Gültekin (2015); katılımcıların tekrar ziyaret etme niyetinde etkili olan faktörleri algılanan hizmet kalitesi ve sübjektif normlar olduğunu belirterek tutum ve algılanan davranışsal kontrolün niyet üzerinde etkili olmadığını belirlemişlerdir.

Yay ve Çalışkan (2016), çevreci otel restoranında yemek yeme niyetinde etkili olan bağımsız değişkenleri belirlemek amacıyla planlanmış davranış teorisinden yararlanılarak oluşturdukları çalışmada; tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrol çevreci restoranda yemek yeme niyetini tahmin ettiği için araştırma modeli doğrulandığı belirlenmiştir.

Ünlüöner ve Işın'ın (2018) turistlerin yerel yiyecek tüketimine yönelik davranışsal niyetlerinin belirlenmesi için olan planlı davranış teorisi kullandıkları çalışmalarında; tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrolün davranışsal niyeti etkilediği tespit edilmiştir.

Şahin ve Solunoğlu (2019) tarafından planlı davranış teorisi kapsamında tüketicilerin sokak yemeklerine ilişkin tutum ve niyetlerine ilişkin yapılan çalışma sonucuna göre ise algılanan davranışsal kontrol ve sübjektif normlar niyet üzerinde pozitif etkide bulunurken, davranışa yönelik tutumun negatif etkide bulunduğu tespit edilmiştir.

Demir, Günaydın ve Demir (2020)'in Coronavirüs (Covid-19)'ün Türkiye'de turizm üzerindeki öncüllerinin, etkilerinin ve sonuçlarının değerlendirilmesine yönelik yaptığı çalışma; bireylerin turist olarak daha dikkatli, seçici ve sağlık koşullarına dikkat eden davranışlar içinde olacaklarını göstermektedir. Turistlerin kalabalık turizm tesisleri, ulaşım araçları, restoran ve eğlence yerleri, tur programları ve transferlerden kaçındıkları sonucuna ulaşılmıştır. Aynı şekilde yoğun dönem ve yerlerin değil sakin ve hijyenik yerlerin daha fazla ilgi görebileceği belirlenmiştir.

Yenişehirlioğlu ve Salha (2020)'nin Covid 19 pandemisinin Türkiye iç turizmine yansımalarına yönelik yapılan çalışma sonuçlarına bakıldığında Türkiye'de hizmet sunan otellerin genellikle hijyen açısından bazı sorunlarının olduğu ve bu durumun tüketicilerin tatil planlamasında önemli bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Otel gibi konaklama tesislerinde tatil yapmaktansa daha sakin sosyal mesafenin kolaylıkla uygulanabileceği veya insanlardan uzak tatil yapabilecekleri yerleri tercih ettikleri görülmektedir.

Türker (2020) tarafından Covid-19 salgınının turizm sektörüne etkisini değerlendirmeye yönelik yapılan çalışma sonuçlarına bakıldığında tüketicilerin Covid-19 süreciyle birlikte turizm tesislerinden yeni beklentilerinin olacağı belirlenmiştir. Bu beklentilerin en önemlilerinin hijyen ve güven olduğu görülmektedir. Hijyen ve güvenin oluşturabilmesi için bu doğrultuda yeni standartların ve sertifikasyon sisteminin oluşturulması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Duygun (2020) tarafından Covid-19 pandemisi sırasında tüketicilerin yaşam tarzlarının değerlendirilmesi kapsamında yapılan çalışmaya göre tüketimin Covid-19 etkisiyle birlikte kısıtlandığı ve insanların yaşam alanları ile sosyal yaşamlarını sınırladıkları görülmektedir. Tüketicilerin evde daha çok zaman geçirdikleri bu nedenle de tüketim alışkanlıklarının değiştiği, bu durumda tüketici davranışlarını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Alışverişlerde genellikle temel ihtiyaçlarını karşılamaya yöneldikleri ve evden dışarı çıkmadan online olarak gerçekleştirdikleri tespit edilmiştir.

Akyol (2020)'un turizm eğitimi alan öğrencilerin Covid-19 salgınına yönelik görüşlerine ilişkin yapılan çalışmasına bakıldığında bireysel turistik hareketlerin artacağı ve kitle turizmin azalacağı, kalabalık ortamlardan uzaklaşılacağı ve daha sakin destinasyonların tercih edileceği beklentilerinin olduğu belirlenmiştir.

Yöntem

Dünya genelinde Covid-19 salgını sonrası tüketicilerin dışarıda yemek yeme niyetlerinin planlı davranış teorisi kapsamında değerlendirilmesi amacıyla gerçekleştirilen bu araştırmanın evrenini dışarıda yemek yeme alışkanlığı olan bireyler oluşturmaktadır. Evrenin

1.000.000 olması durumunda örneklem sayısının 384 olarak kabul edildiğinden (Sekaran'dan aktaran Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2012, s.137), örneklem sayısı 384 olarak belirlenmiştir. Salgın sürecinde uygulanan sınırlamalara bağlı olarak anketin yüz yüze gerçekleştirilmesi mümkün olmamıştır. Bu sebeple, oluşturulan araştırma anketi katılımcılara online anket, sosyal medya ve e-mail aracılığıyla ulaştırılmış, 448 kişiden geri bildirim alınmıştır. Araştırma ölçeği, Ajzen (1991) tarafından geliştirilen planlı davranış teorisinin modeli ışığında, alan yazında konuya ilişkin bilgi ve verilerden esinlenerek oluşturulmuştur. Planlı davranış teorisi kapsamında oluşturulan anketin ilk bölümünde davranışa yönelik tutuma ilişkin 6 ifade, subjektif normlara yönelik 5 ifade, algılanan davranışsal kontrole yönelik 5 ifade, davranışsal niyete yönelik 5 ifade yer almaktadır. Ölçekte yer alan ifadeler 5'li likert şeklinde oluşturulmuştur. Katılımcıların ifadeleri değerlendirme seçenekleri "(1)-Kesinlikle Katılmıyorum, (2)-Katılmıyorum, (3)-Kararsızım (4)-Katılıyorum ve (5)-Kesinlikle Katılıyorum" şeklindedir. Anketin ikinci kısmında ise tüketicilerin demografik özelliklerine ilişkin ifadelerin yanı sıra Covid-19 öncesinde dışarıda yemek yeme sıklıkları, nedenleri ve Covid-19 sonrası normalleşme sürecinde uygulanacak kuralların tüketicilerin dışarıda yemek yemeleri için yeterli görülüp görülmediğine ilişkin düşüncelerini de belirlemek amacıyla ifadeler eklenmiştir.

Ölçümün güvenilirliğine ilişkin yapılan analiz sonucunda; davranışa yönelik tutumun güvenilirlik katsayısı 0,815, subjektif normların 0,786, algılanan davranışsal kontrolün 0,645 ve davranışsal niyetin 0,959 olarak tespit edilmiştir. Bu kapsamda test ölçümlerinin güvenilir olduğunu söylemek mümkündür. Verilerin normal dağılım gösterebilmesi için basıklık ve çarpıklık değerlerinin +1,0 ile -1,0 arasında olması gerekmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2015, s.211). Elde edilen verilerin normal dağılımına ilişkin yapılan analiz sonucunda davranışa yönelik tutum boyutu basıklık değeri ,237 ve çarpıklık değeri -,925, subjektif norm boyutuna ilişkin basıklık değeri -,938 ve çarpıklık değeri ,007, algılanan davranışsal kontrole ilişkin basıklık değeri ,571 ve çarpıklık değeri -,917 son olarak davranışsal niyete ilişkin basıklık değeri -,304 ve çarpıklık değeri ,812 olarak bulunmuştur. Bu değerlere göre verilerin normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir.

Çalışmada, katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin yüzde ve frekans dağılımları belirlenmiştir. Demografik özelliklerine göre davranışa yönelik tutum, subjektif normlar, algılanan davranışsal kontrol ve davranışsal niyetin farklılaşmasını tespit etmeye yönelik t testi ve anova analizi uygulanmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkilerin yönünü test etmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Bununla birlikte, bağımsız değişkenlerin (davranışa yönelik tutum, subjektif normlar, algılanan davranışsal kontrol) davranışsal niyet üzerinde etkisini belirlemek amacıyla da regresyon analizi uygulanmıştır.

Bulgular

Araştırma kapsamında elde edilen veriler ışığında istatistiki analizler gerçekleştirilmiştir. Yapılan faktör analizine göre ölçek davranışa yönelik tutuma ilişkin 4 ifade, subjektif normlara ilişkin 3 ifade, algılanan davranışsal kontrole ilişkin 3 ifade ve davranışsal niyete ilişkin 5 ifade şeklinde boyutlandırılmıştır. Ölçekte bulunan davranışa yönelik tutuma ilişkin "Normalleşme sürecinde dışarıda yemek yeme faydalıdır" ve "Normalleşme sürecinde yemek yemem gereklidir", subjektif normlara ilişkin "Normalleşme sürecinde fikrine önem verdiğim kişiler dışarıda yemek yemem gerektiğini düşünür" ve "Birlikte yemek yemekten zevk aldığım kişiler normalleşme sürecinde dışarıda yemek yememi onaylar" , algılanan davranışsal kontrole ilişkin "Normalleşme sürecinde dışarıda yemek yiyebilecek olanaklara sahibim" ve "Normalleşme sürecinde kurallara uyan işletmelere ulaşabileceğimden eminim" ifadeleri birden fazla faktöre yüklenme yaptığından ankette çıkarılmıştır.

Tablo 1: Faktör Analizi Sonuçları

	Faktör Yükleri	Faktörün Açıklayıcılığı %
Davranışa Yönelik Tutum		17,525
DYT1: Normalleşme sürecinde dışarıda yemek yeme ilgi çekicidir	,800	
DYT2: Normalleşme sürecinde dışarıda yemek yeme sağlıklıdır	,887	
DYT3: Normalleşme sürecinde dışarıda yemek yeme keyiflidir	,885	
DYT4: Normalleşme sürecinde dışarıda yemek yeme güvenlidir	,428	
Sübjektif Normlar		13,807
SN1: Normalleşme sürecinde ailem dışarıda yemek yememi destekler	,743	
SN2: Normalleşme sürecinde arkadaşlarım dışarıda yemek yememi destekler	,813	
SN3: Ailem ve arkadaşlarımla fikirleri benim için önemlidir	,725	
Algılanan Davranışsal Kontrol		12,137
ADK1: Normalleşme sürecinde dışarıda yemek yeme kararı bana aittir	,712	
ADK2: Normalleşme sürecinde dışarıda yemek yiyecek paraya sahibim	,809	
ADK3: Normalleşme sürecinde dışarıda yemek yemeye zaman ayırabilirim	,700	
Davranışsal Niyet		30,149
DN1: Normalleşme sürecinde dışarıda yemek yeme niyetim var	,858	
DN2: Normalleşme sürecinde dışarıda yemek yemeyi çevreme tavsiye edebilirim	,906	
DN3: Normalleşme sürecinde dışarıda yemek yemeyi planlamak isterim	,917	
DN4: Normalleşme sürecinde dışarıda yemek yemeye çaba gösteririm	,895	
DN5: Normalleşme sürecinde dışarıda yemek yemeye istekli olurum	,908	
Toplam		73,619
Kaiser-Meyer-Olkin	0,890	
Barlett Küresellik Testi	Yaklaşık ki-kare:4485,876 Df: 105 p=,000	

Örnekleme yeterliliğine yönelik yapılan Kaiser-Meyer-Olkin testine göre 0,890 değeri şeklinde oldukça yüksek değer almış olup matriste bulunan tüm korelasyonların anlamlılığını gösteren Barlett küresellik testinin anlamlı olduğu ($p=,000$) sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 2: Katılımcıların Kişisel Özelliklerine İlişkin Bulgular

Değişkenler		f	%
Cinsiyet	Kadın	237	52,9
	Erkek	211	47,1
Yaş	20'nin altında	19	4,2
	20-29 arası	246	54,9
	30-39 arası	152	33,9
	40-49 arası	24	5,4
	50-59 arası	3	0,7
	60 ve üstü	4	0,9
Medeni durum	Bekar	290	64,7
	Evli	158	35,3
Eğitim durumu	İlköğretim	10	2,2
	Lise	43	9,6
	Önlisans	108	24,1
	Lisans	176	39,3
	Lisansüstü	111	24,8
Meslek	Çalışmıyor	81	18,1
	Öğrenci	83	18,5
	Özel Sektör	118	26,3
	Kendi işi-Esnaf-Serbest meslek	25	5,6
	Kamu Çalışanı	137	30,6
	Emekli	4	0,9
Gelir	2500 TL ve daha az	203	45,3
	2501-5000 TL arası	139	31,0
	5001 TL ve üzeri	106	23,7
Toplam		448	100,00

Katılımcıların demografik özelliklerine yönelik elde edilen veriler Tablo 2'de gösterilmiştir. Katılımcıların %52,9'u kadın, %47,1'i erkek, %54,9'u 20-29 yaş aralığında, %33,9'u 30-39 yaş aralığında, %64,7'si bekâr ve %35,3'ü evlidir. Eğitim bakımından ise büyük çoğunluğun önlisans (%24,1), lisans (%39,3) ve lisansüstü (%24,8) düzeylerinde oldukları anlaşılmıştır. Mesleki dağılımlara göre ise; %18,1'inin çalışmadığı, %18,5'inin öğrenci olduğu, %26,3'ünün özel sektörde çalıştığı, %5,6'sının kendi işinde esnaf veya serbest meslek sahibi oldukları, %30,6'sının kamu çalışanı, %0,9'unun da emekli olduğu görülmektedir. Gelir durumlarına göre katılımcıların %45,3'ünün 2500 TL ve daha az, %31'inin 2501-5000TL arası, %23,7'sinin 5001 TL ve üzeri gelire sahip oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 3: Katılımcıların Dışarıda Yemek Yeme Sıklıklarına İlişkin Bulgular

Dışarıda yemek yeme sıklığı	f	%
Her gün	58	12,9
Haftada 1-2	227	50,7
Ayda 1-2	124	27,7
2-3 ayda 1	39	8,7
Toplam	448	100

Covid-19 öncesi katılımcıların dışarıda yemek yeme sıklıkları ile ilgili yöneltilen ifadeye ilişkin elde edilen bulgular Tablo 3'de gösterilmektedir. Buna göre Covid-19 öncesinde katılımcıların yarısı (%50,7) haftada 1 veya 2 defa dışarıda yemek yediklerini belirtmişlerdir.

Tablo 4: Katılımcıların Dışarıda Yemek Yeme Nedenlerine İlişkin Bulgular

Dışarıda Yemek Yeme Nedeni	1 %	2 %	3 %	4 %	5 %	\bar{x}	SD
Psikolojik olarak kendimi rahat hissetmek için.	17,0	17,0	18,8	29,0	18,3	3,14	1,36
Evde yemek hazırlamak zaman aldığı ve zor olduğu için.	29,5	28,8	14,7	18,5	8,5	2,47	1,31
Sosyalleşmek için.	14,7	15,0	18,8	35,3	16,3	3,23	1,30
Restoran özelliğinden dolayı (Atmosferi, bilinirliği ve konumu).	16,3	15,2	21,4	25,7	21,4	3,20	1,37
Hizmet özelliğinden dolayı (çalışanların davranışı ve servis hızı).	13,2	18,8	17,0	34,4	16,7	3,22	1,29
Yemeklerin özelliğinden dolayı (Kaliteli, tat ve çeşitlilik).	10,9	11,2	15,0	30,8	32,1	3,62	1,32
Parasal değerler için (Fiyat uygunluğu ve paranın karşılığını alma).	14,7	14,5	17,9	34,8	18,1	3,27	1,31
İşletmelerin hijyen kurallarına uymaları.	9,6	8,0	12,7	33,3	36,4	3,78	1,27

1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

Katılımcıların Covid-19 öncesinde dışarıda yemek yeme tercihlerinde etkili olan faktörlere ilişkin oluşturulan ifadelere katılım durumları Tablo 4’de gösterilmektedir. Tabloya bakıldığında; en yüksek ortalamaların 3,78 ile işletmelerin hijyen kurallarına uymaları ve 3,62 ile yemeklerin özelliği olarak belirlenmiştir.

Tablo 5: Katılımcıların Uygulanacak Kuralların Yeterliliğine İlişkin Düşüncelerine Yönelik Bulgular

Uygulanacak Kuralların Yeterliliği	1 %	2 %	3 %	4 %	5 %	\bar{x}	SD
Uygulanacak kuralların dışarıda yemek yemem için yeterli olacağını düşünüyorum	18,8	24,1	28,8	19,9	8,5	2,75	1,21

1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

Covid-19 sonrasında uygulanacak kurallara ilişkin yayınlanan genelgede bulunan kuralların tüketicilerin dışarıda yemek yemesi konusunda yeterli olup olmadığına ilişkin veriler Tablo 5’de yer almaktadır. İfadeye katılımcıların %42,9’u olumsuz bakarken, %28,8’ide kararsız kaldıklarını belirtmiştir. Buna göre katılımcıların yarıya yakınının uygulanacak kuralların kendilerinin dışarıda yemek yemeleri konusunda yeterli olacağını düşünmedikleri söylenebilir.

Tablo 6: Katılımcıların Planlı Davranış Teorisi Kapsamında Oluşturulan İfadelere Katılım Durumları

İfadeler	1 %	2 %	3 %	4 %	5 %	\bar{x}	SD
Davranışa Yönelik Tutum						3,71	0,95
DYT1	6,3	8,0	14,7	31,9	39,1	3,89	1,18
DYT2	4,9	8,0	10,9	27,9	48,2	4,06	1,16
DYT3	7,1	7,4	12,7	31,7	41,1	3,92	1,21
DYT4	12,7	21,7	30,1	24,3	11,2	2,99	1,19
Sübjektif Norm						2,86	1,05
SN1	19,0	20,3	27,7	25,0	8,0	2,82	1,22
SN2	24,1	23,4	23,2	22,5	6,7	2,64	1,25
SN3	13,6	21,0	19,4	30,1	15,8	3,13	1,29

Algılanan Davranışsal Kontrol						3,84	0,86
ADK1	5,4	4,9	12,1	26,3	51,3	4,13	1,13
ADK2	5,6	6,7	16,3	31,5	40,0	3,93	1,15
ADK3	6,3	10,7	29,5	36,8	16,7	3,47	1,08
Davranışsal Niyet						2,22	1,09
DN1	24,3	27,9	28,1	12,1	7,6	2,50	1,19
DN2	37,3	38,2	11,4	9,8	3,3	2,03	1,08
DN3	35,5	33,7	11,6	13,6	5,6	2,20	1,21
DN4	41,1	31,0	12,1	12,5	3,3	2,06	1,15
DN5	32,8	31,0	16,7	12,1	7,4	2,30	1,24

1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

Tüketicilerin Covid-19 salgını sonrası uygulanacak kurallar ile normalleşme sürecinde dışarıda yemek yeme niyetlerini belirlemeye yönelik planlı davranış teorisi kapsamında oluşturulan ifadelere katılım durumları Tablo 6’da gösterilmektedir. Davranışa yönelik tutum değişkeninin oldukça yüksek ortalamaya sahip olduğu (ortalama: 3,71) görülmektedir. Buna göre, katılımcıların en çok dışarıda yemek yemenin sağlıklı olduğu (ortalama: 4,06) ve dışarıda yemek yemekten keyif alacakları (ortalama: 3,92) ifadelerine katılım sağladıkları görülmektedir. Sübjektif normların düşük değer aldığı (ortalama: 2,86) söylenebilir. Buna göre katılımcılar, arkadaşlarının (ortalama: 2,64) ve ailesinin (ortalama: 2,82) dışarıda yemek yemesini desteklemeyeceği yönünde düşündüklerini belirtmişlerdir. Algılanan davranışsal kontrol oldukça yüksek değer (ortalama: 3,84) almıştır. Katılımcılar en çok dışarıda yemek yeme kararının kendilerine ait olduğunu (ortalama: 4,13) ve dışarıda yemek yiyebilecek paraya sahip olduklarını (ortalama: 3,93) ifade etmişlerdir. Son olarak davranışsal niyete ilişkin elde edilen sonuçlara bakıldığında oldukça düşük ortalamaya sahip olduğu (ortalama: 2,22) görülmektedir. Katılımcılar dışarıda yemek yemeyi çevrelerinde olan kişilere tavsiye etmeyi düşünmedikleri (ortalama: 2,03) ve dışarıda yemek yemeye çaba göstermeyecekleri (ortalama: 2,06) sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 7: Katılımcıların Demografik Değişkenlerinin Davranışa Yönelik Tutum Boyutuna İlişkin Farklılık Analizi

Değişkenler		n	\bar{x}	SD	t	p
Cinsiyet	Kadın	237	3,73	0,95	,325	0,746
	Erkek	211	3,70	0,95		
Medeni durum	Bekar	290	3,69	0,96	-,658	0,511
	Evli	158	3,75	0,94		
Değişkenler		n	\bar{x}	SD	f	p
Yaş	20'nin altında	19	3,48	0,83	,959	0,443
	20-29 arası	246	3,79	0,89		
	30-39 arası	152	3,63	1,06		
	40-49 arası	24	3,60	0,94		
	50-59 arası	3	4,08	0,38		
	60 ve üstü	4	3,87	0,77		
Eğitim durumu	İlköğretim	10	3,57	0,92	3,996	0,003
	Lise	43	3,22*	1,00		
	Önlisans	108	3,78*	0,92		
	Lisans	176	3,84*	0,93		
	Lisansüstü	111	3,66	0,94		
	Çalışmıyor	81	3,68	0,89	2,159	0,058
	Öğrenci	83	3,64	0,79		

Meslek	Özel Sektör	118	3,94	0,96	3,028	,049
	Kendi işi-Esnaf-Serbest meslek	25	3,74	0,87		
	Kamu Çalışanı	137	3,58	1,06		
	Emekli	4	3,93	0,65		
Gelir	2500 TL ve daha az	203	3,77	0,91	3,028	,049
	2501-5000 TL arası	139	3,78	0,99		
	5001 TL ve üzeri	106	3,52	0,95		

Katılımcıların demografik özelliklerine göre davranışa yönelik tutumlarının farklılaşmalarına ilişkin t testi ve anova analizi uygulanmıştır. Tablo 7’de gösterilen analiz sonuçlarına göre katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum ve mesleklerine göre davranışa yönelik tutumları açısından anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p>0,05$). Bunun yanında, davranışa yönelik tutum, eğitim durumuna ($p=0,003$) göre anlamlı farklılık göstermektedir. Buna göre, lisans (ortalama farkı: ,61559, $p<0,05$) ve önlisans (ortalama farkı: ,56029, $p<0,05$) mezunları ve lise mezunları ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olduğu, lisans ve önlisans mezunlarının lise mezunlarının ortalamasından istatistiksel olarak daha büyük olduğu görülmüştür. Buradan hareketle, lisans ve önlisans mezunlarının lise mezunlarına göre davranışa yönelik tutumlarının daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Gelir düzeylerine bakıldığında ise $p<0,05$ olup aralarında fark görünse de gruplar arası istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Tablo 8: Katılımcıların Demografik Değişkenler Açısından Sübjektif Norm Boyutuna İlişkin Farklılaşması

Değişkenler		n	\bar{x}	SD	t	p
Cinsiyet	Kadın	237	2,71	0,98	-3,341	0,001
	Erkek	211	3,04	1,09		
Medeni durum	Bekar	290	2,92	1,03	1,597	0,111
	Evli	158	2,76	1,08		
Değişkenler		n	\bar{x}	SD	f	p
Yaş	20’nin altında	19	3,01	0,92	,974	0,433
	20-29 arası	246	2,84	1,03		
	30-39 arası	152	2,83	1,11		
	40-49 arası	24	3,05	0,94		
	50-59 arası	3	4,00	0,88		
	60 ve üstü	4	2,91	0,99		
Eğitim durumu	İlköğretim	10	2,70	1,12	2,116	0,78
	Lise	43	2,56	0,99		
	Önlisans	108	3,05	1,05		
	Lisans	176	2,90	1,06		
	Lisansüstü	111	2,76	1,02		
Meslek	Çalışmıyor	81	2,72	0,93	1,562	0,170
	Öğrenci	83	3,07	1,01		
	Özel Sektör	118	2,79	1,13		
	Kendi işi-Esnaf-Serbest meslek	25	2,70	1,20		
	Kamu Çalışanı	137	2,90	1,02		
	Emekli	4	3,58	1,39		
Gelir	2500 TL ve daha az	203	2,86	1,06	,832	0,436
	2501-5000 TL arası	139	2,80	1,07		
	5001 TL ve üzeri	106	2,97	1,00		

Katılımcıların demografik özelliklerine göre subjektif normlarına ilişkin farklılaşmaları belirlemeye yönelik t testi ve anova analizinden yararlanılmıştır. Tablo 8’de görüldüğü üzere yaş, medeni durum, eğitim durumu, meslek ve gelir durumlarına göre $p>0,05$ olduğundan anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Subjektif normlarda sadece cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılık ($p=0,001$) görülmüştür. Buna göre erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre subjektif normlara ilişkin ifadelerle daha fazla katıldıkları söylenebilir.

Tablo 9: Katılımcıların Demografik Değişkenler Açısından Algılanan Davranışsal Kontrol Boyutuna İlişkin Farklılaşması

Değişkenler		n	\bar{x}	SD	t	p
Cinsiyet	Kadın	237	3,78	0,85	-1,652	,099
	Erkek	211	3,91	0,86		
Medeni durum	Bekar	290	3,74	0,90	3,643	,000
	Evli	158	4,03	0,73		
Değişkenler		n	\bar{x}	SD	f	p
Yaş	20'nin altında	19	3,28*	1,06	3,605	,003
	20-29 arası	246	3,76	0,83		
	30-39 arası	152	4,01*	0,88		
	40-49 arası	24	3,95	0,52		
	50-59 arası	3	4,00	1,00		
	60 ve üstü	4	4,25	0,87		
Eğitim durumu	İlköğretim	10	3,56	0,86	8,782	,000
	Lise	43	3,36*	1,00		
	Önlisans	108	3,62*	0,95		
	Lisans	176	4,02*	0,79		
	Lisansüstü	111	4,00*	0,67		
Meslek	Çalışmıyor	81	3,52	0,87	9,258	,000
	Öğrenci	83	3,47	0,86		
	Özel Sektör	118	4,04	0,77		
	Kendi işi-Esnaf-Serbest meslek	25	4,00	0,61		
	Kamu Çalışanı	137	4,05	0,83		
	Emekli	4	4,25	0,95		
Gelir	2500 TL ve daha az	203	3,61*	0,89	15,368	,000
	2501-5000 TL arası	139	4,09*	0,80		
	5001 TL ve üzeri	106	3,96*	0,75		

Katılımcıların demografik özelliklerine göre algılanan davranışsal kontrol değişkeninin farklılaşmasına yönelik t testi ve anova analizi uygulanmış olup (Tablo 9) sadece cinsiyet değişkeni ile anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p>0,05$). Katılımcıların yaş düzeylerine ($p=0,003$), medeni durumlarına ($p=0,000$), eğitim durumlarına ($p=0,000$), mesleklerine ($p=0,000$) ve gelir düzeylerine ($p=0,000$) göre algılanan davranışsal kontrolün farklılaştığı görülmektedir. Bu kapsamda evli olan katılımcıların bekar katılımcılara göre ve 30-39 yaş aralığında olanların 20 yaş ve altında olanlara göre algılanan davranışsal kontrollerinin daha yüksek olduğu söylenebilir (ortalama farkı: ,73465, $p<0,05$). Eğitim durumuna bakıldığında lisans mezunları ile lise (ortalama farkı: ,67649, $p<0,05$) ve önlisans (ortalama farkı: ,40046, $p<0,05$) mezunları arasında aynı zamanda lisansüstü mezunları ile de lise (ortalama farkı: ,63866, $p<0,05$) ve önlisans (ortalama farkı: ,38263, $p<0,05$) mezunları arasında anlamlı bir farklılık olduğu, lisans ve lisansüstü mezunlarının lise ve önlisans mezunlarının ortalamalarından istatistiksel olarak daha büyük olduğu belirlenmiştir. Bu kapsamda lisans ve

lisansüstü mezunlarının lise ve önlisans mezunlarına göre algılanan davranışsal kontrollerinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Gelir düzeylerine bakıldığında 2501-5000 TL arasında gelire sahip olanlar (ortalama farkı: ,48584, $p<0.05$) ve 5001 TL ve üzeri gelire sahip olanlar (ortalama farkı: ,35293, $p<0.05$) ile 2500TL ve daha az gelire sahip olanlar arasında anlamlı bir farklılık olduğu, 2501-5000TL ve 5001 TL ve üzeri gelire sahip olanların 2500 TL ve daha az gelire sahip olanlara göre algılanan davranışsal kontrollerinin daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 10: Katılımcıların Demografik Değişkenler Açısından Davranışsal Niyet Boyutuna İlişkin Farklılaşması

Değişkenler		n	\bar{x}	SD	t	p
Cinsiyet	Kadın	237	2,02	0,97	-4,094	0,000
	Erkek	211	2,44	1,17		
Medeni durum	Bekar	290	2,29	1,12	1,826	0,069
	Evli	158	2,09	1,03		
Değişkenler		n	\bar{x}	SD	f	p
Yaş	20'nin altında	19	2,37	0,93	2,379	0,038
	20-29 arası	246	2,15*	1,07		
	30-39 arası	152	2,19*	1,09		
	40-49 arası	24	2,92*	1,24		
	50-59 arası	3	2,60	1,31		
	60 ve üstü	4	2,20	1,32		
Eğitim durumu	İlköğretim	10	2,48	1,47	,911	0,458
	Lise	43	2,01	1,03		
	Önlisans	108	2,27	1,05		
	Lisans	176	2,28	1,18		
	Lisansüstü	111	2,12	0,96		
Meslek	Çalışmıyor	81	2,01	0,84	1,686	0,137
	Öğrenci	83	2,30	1,06		
	Özel Sektör	118	2,34	1,23		
	Kendi işi-Esnaf-Serbest meslek	25	1,96	1,10		
	Kamu Çalışanı	137	2,20	1,09		
	Emekli	4	3,00	1,25		
Gelir	2500 TL ve daha az	203	2,21	1,05	,136	0,873
	2501-5000 TL arası	139	2,19	1,16		
	5001 TL ve üzeri	106	2,26	1,08		

Katılımcıların demografik özelliklerine göre davranışsal niyet değişkeninin farklılaşmasına yönelik t testi ve anova analizi uygulanmıştır (Tablo 10). Yapılan analizlere göre medeni durum ($p=0,069$), eğitim durumu ($p=0,458$), meslek ($p=0,137$), gelir düzeyleri ($p=0,956$) ile davranışsal niyet arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Bunun yanı sıra cinsiyet ($p=0,000$) ve yaş değişkenine ($p=0,038$) göre davranışsal niyetin farklılaştığı belirlenmiştir. Buna göre erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre davranışsal niyetlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Yaş değişkenine ilişkin sonuçlara bakıldığında ise 40-49 yaş aralığında olanların 20-29 yaş (ortalama farkı: ,77297, $p<0.05$) ve 30-39 yaş (ortalama farkı: ,72895, $p<0.05$) aralığında olanlara göre dışarıda yemek yeme niyetlerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 11: Değişkenler Arası İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Korelasyon Analizi

		DYT	SN	ADK	DN
DYT	Pearson Korelasyon	1	,371**	,425**	,281**
	Sig.		,000	,000	,000
SN	Pearson Korelasyon	,371**	1	,113*	,567**
	Sig.	,000		,016	,000
ADK	Pearson Korelasyon	,425**	,113*	1	,185**
	Sig.	,000	,016		,000
DN	Pearson Korelasyon	,281**	,567**	,185**	1
	Sig.	,000	,000	,000	

****0,01 düzeyinde anlamlı * 0,05 düzeyinde anlamlı**

Araştırma modelindeki değişkenler arasındaki ilişkilerin yönünü test etmek amacıyla korelasyon analizi yapılmış olup elde edilen bulgular Tablo 11’de yer almaktadır. Elde edilen bulgulara göre davranışa yönelik tutum değişkeni ile subjektif normlar arasında anlamlı pozitif yönde $r=,371$ ile zayıf bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre davranışa yönelik tutum ile subjektif normlar arasında anlamlı ($p=,000$) bir ilişki vardır. Davranışa yönelik tutum ile algılanan davranışsal kontrol arasında anlamlı pozitif yönde $r=,425$ orta şiddette ilişki olduğu tespit edilmiştir. Buna göre davranışa yönelik tutum ile algılanan davranışsal kontrol arasında anlamlı ($p=,000$) bir ilişki vardır. Davranışa yönelik tutum ile davranışsal niyet arasında anlamlı pozitif yönde $r=,281$ zayıf bir ilişki olduğu görülmüştür. Buna göre davranışa yönelik tutum ile davranışsal niyet arasında anlamlı ($p=,000$) bir ilişki vardır sonucuna ulaşılmaktadır. Subjektif normlar ile algılanan davranışsal kontrol arasında anlamlı pozitif yönde $r=,113$ çok zayıf ilişki olduğu bulunmuş olup subjektif normlar ile algılanan davranışsal kontrol arasında anlamlı bir ilişki vardır ($p=,016$). Subjektif normlar ile davranışsal niyet arasında pozitif yönde $r=,567$ orta düzeyde ilişki olduğu görülmüştür. Buna göre subjektif normlar ile davranışsal niyet arasında anlamlı bir ilişki vardır ($p=,000$). Algılanan davranışsal kontrol ile davranışsal niyet arasında $r=,185$ pozitif yönde çok zayıf ilişki tespit edilmiştir. Buna göre algılanan davranışsal kontrol ile davranışsal niyet arasında anlamlı bir ilişki vardır ($p=,000$) sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 12: Değişkenlerin Etkisini Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizi

Bağımsız Değişkenler	Beta	t	p	F	R	R²
DYT	,033	,727	,468	75,039	,580	,332
SN	,542**	12,997	,000			
ADK	,109*	2,547	,011			

****Değer 0,01 düzeyinde anlamlıdır *Değer 0,05 düzeyinde anlamlıdır**

Araştırmanın bağımsız değişkenlerini oluşturan davranışa yönelik tutum, subjektif normlar ve algılanan davranışsal kontrolün, bağımlı değişken olan davranışsal niyet üzerinde etkisini belirlemeye yönelik yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 12’de gösterilmiştir. Tabloda görüldüğü üzere davranışa yönelik tutum, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol boyutları davranışsal niyetteki değişimin %33,2’sini açıklamaktadır. Davranışa yönelik tutum boyutu davranışsal niyet boyutu üzerinde anlamlı etkiye neden olmamaktadır. Subjektif norm boyutunun davranışsal niyet üzerinde anlamlı etkiye neden olduğu ($p<0.05$), subjektif norm boyutundaki bir birimlik artış ile davranışsal niyetin 0,54 artacağını söylemek mümkündür. Algılanan davranışsal kontrol boyutunun davranışsal niyet üzerinde anlamlı bir etkiye neden olduğu ($p<0.05$) ve algılanan davranışsal kontrol boyutundaki bir birimlik artışın davranışsal niyet üzerinde 0,10’luk artışa neden olacağını söylemek mümkündür.

Sonuç

Planlı davranış teorisi kapsamında oluşturulan ifadelerden elde edilen sonuçlara bakıldığında normalleşme sürecinde dışarıda yemek yemeye ilişkin davranışa yönelik tutumların yüksek, sübjektif normların düşük, algılanan davranışsal kontrolün yüksek, davranışsal niyetin ise düşük ortalama değer aldığı görülmüştür. Katılımcılar dışarıda yemek yemeyi sağlıklı ve keyif alabilecekleri bir etkinlik olarak görürken, aile ve arkadaşlarının desteklemeyeceğini belirttikleri, aynı zamanda dışarıda yemek yeme kararının kendilerine ait olup yeterli paraya sahip olmakla beraber çevrelerine dışarıda yemek yemeyi tavsiye etmeyecekleri ve bu konuda çaba göstermeyecekleri sonuçlarına ulaşılmıştır. Tutum ve algılanan davranışsal kontrol boyutlarının yüksek ortalamaya sahip olmasına rağmen niyetin düşük çıkmasının, çalışmanın normalleşme sürecinin ilk aşamasında gerçekleştirildiğinden kaynakladığını belirtebiliriz. Salgının devam etmesi nedeniyle kişilerin, aile, arkadaş çevresi ve fikirlerine önem verdikleri kişilerin salgına yakalanmasını önlemek için davranışını gerçekleştirme niyetinde olmadıklarını söylemek de mümkündür.

Değişkenler arası farklılıkları belirlemeye yönelik yapılan analizlere göre kişilerin eğitim durumlarına göre davranışa yönelik tutumlarının farklılaştığı, lisans ve önlisans mezunu katılımcıların lise mezunlarına göre dışarıda yemek yemeye ilişkin tutumlarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Sübjektif normlara bakıldığında sadece cinsiyet değişkenine göre farklılık tespit edilmiş olup erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre daha yüksek ortalamaya sahip olduğu belirlenmiştir. Algılanan davranışsal kontrole bakıldığında ise cinsiyet dışındaki tüm değişkenler ile farklılık tespit edilmiş olup, evli katılımcıların bekar katılımcılara göre, 30-39 yaş aralığında olan katılımcıların 20 yaş ve altında olan katılımcılara göre, lisans ve lisansüstü mezunlarının lise ve önlisans mezunlarına göre, 2501-5000 TL ve 5001 TL ve üzeri gelir düzeyinde olan katılımcıların 2500 TL ve daha az gelire sahip olanlara göre algılanan davranışsal kontrollerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Buna göre evli, 30-39 yaş aralığında olan, lisans ve lisansüstü mezunu, 2501 TL üzerinde geliri olan katılımcıların yeterli zaman ve paraya sahip oldukları ve kararın kendilerine ait olduğu yönündeki ifadelerle daha fazla katılım sağladıkları tespit edilmiştir. Davranışsal niyete ilişkin sonuçlar ise cinsiyet ve yaş değişkenine göre farklılaşma olduğunu, erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre, 40-49 yaş aralığında olanların 20-29 ve 30-39 yaş aralığında olanlara göre davranışsal niyetlerinin daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Buna göre, erkek katılımcıların ve 40-49 yaş aralığında olanların dışarıda yemek yemeye daha olumlu yaklaştıkları ifade edilebilir.

Değişkenler arası ilişkileri belirlemeye yönelik yapılan analiz sonucuna göre tüm değişkenlerin birbirleriyle ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Davranışa yönelik tutum ile sübjektif normlar arasında pozitif yönlü, davranışa yönelik tutum ile algılanan davranışsal kontrol arasında pozitif yönlü, davranışa yönelik tutum ile davranışsal niyet arasında pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Sübjektif normlar ile algılanan davranışsal kontrol ve davranışsal niyet arasında pozitif yönlü ilişki ortaya konmuştur. Bununla birlikte algılanan davranışsal kontrol ile davranışsal niyet arasında da pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Değişkenlerin birbirleriyle ilişkilerine bakıldığında özellikle sübjektif normların davranışsal niyetle aralarındaki ilişkinin en yüksek değere sahip olduğu görülmektedir. Etkiyi belirlemeye yönelik yapılan analizlerden elde edilen sonuçlara göre, davranışa yönelik tutumun davranışsal niyet üzerinde anlamlı bir etkiye sebep olmadığı, buna karşın sübjektif normlar ve algılanan davranışsal kontrolün davranışsal niyet üzerinde anlamlı etkiye neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan çalışmanın normalleşme döneminde uygulanıyor olması kişilerin her ne kadar tutumları yüksek olsa da aile ve arkadaşları gibi fikirlerini dikkate aldıkları ve kişilerin onaylamayacağını düşünmelerinden hareketle niyetlerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılabilir. Bununla birlikte, kişilerin yeterli zaman paraya sahip olmaları ve kararın kendilerine ait

olduğunu belirlemelerine rağmen niyetin düşük çıkmasının, subjektif normların niyet üzerinde en yüksek etkiye neden olduğundan kaynaklandığı söylenebilir. Subjektif normların davranışsal niyete etkisi kapsamında elde edilen bulgular Korkmaz ve Sertoğlu (2013), Özer vd. (2015) tarafından yapılan çalışmalarla ve subjektif normların yanı sıra algılanan davranışsal kontrolün de davranışsal niyete etkisi kapsamında Yay ve Çalışkan (2016), Ünlüönen ve Işın (2018), Şahin ve Solunoğlu (2019) tarafından yapılan çalışmalarla örtüşmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre haftada bir veya iki defa dışarıda yemek yeme alışkanlığı olan ve tercihlerini genellikle işletmelerin hijyen kurallarına uymaları ve yemeklerin özelliğinin etkilediği katılımcıların dışarıda yemek yeme niyetlerinin düşük olduğu belirlenmiştir. Türker (2020) tarafından yapılan çalışmaya göre de Covid-19 sonrası turizm tesislerinden en önemli beklentilerin hijyen ve güven olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Normalleşme sürecinde uygulanacak kuralların yeterli olup olmayacağına ilişkin olumsuz bir izlenimin ve dışarıda yemek yemelerinin aile ve arkadaşları tarafından desteklenmeyeceği şeklinde düşüncenin varlığı kişilerin niyetleri üzerinde oldukça etkili olduğu görülmüştür. Bu kapsamda Demir vd. (2020), Akyol (2020), Yenişehirlioğlu ve Salha (2020) tarafından yapılan çalışmalarda Covid-19 sonrası tüketicilerin kalabalık yerlerden uzak durma eğiliminde oldukları sonucuyla örtüşmektedir. Aynı zamanda Duygun (2020)'un yaptığı çalışmada tüketici davranışlarının değiştiği yönündeki sonuç salgın öncesinde sık dışarıda yemek yeme eğiliminde olan katılımcıların niyetlerinin değiştiği sonucuyla benzerlik göstermektedir.

Kişilerin her ne kadar olumlu tutum ve algıları olsa da dışarıda yemek yeme niyetlerinin oldukça düşük çıktığından hareketle, bu süreç içerisinde işletmelerin sunulan ürünlerin hijyenik olduğu ve gereken kuralların uygulandığına yönelik bilgilendirmeleri ile subjektif normların yükseleceği düşünülmektedir. Buna bağlı olarak, bireylerin çevresinden oluşabilecek olumsuz yansımalar ortadan kalkacağından niyetlerinde de artış olacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda, her işletmenin dijital ortamlarda tüketicilerini bilgilendirmeleri, güvenli bir işletme olduklarını ikna etmeleri gerekmektedir. Salgının gereken kurallara dikkat edildiği sürece asgari oranda kişileri etkileyeceğine ilişkin algının oluşturulması önem arz etmektedir. Çalışmanın normalleşme aşamasının ilk zamanlarında uygulanmış olması kişilerin bilgi eksikliği, güvensizlik, deneyimleme imkanının bulunmaması, verebilecekleri kararların ailelerini de etkileyebileceği gibi durumları düşünüyor olmalarından dolayı dışarıda yemek yeme niyetlerinin düşük olduğu söylenebilir. Süreç içerisinde araştırmanın kısıtlarında oluşan olumlu veya olumsuz koşullar kapsamında ileride yapılacak çalışmaların karşılaştırma imkanı sunacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour. *Organization Behaviour and Human Decision Process*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2015). Consumer attitudes and behavior: The theory of planned behavior applied to food consumption decisions. *Rivista di Economia Agraria*, 70(2), 121-138.
- Akın, G. ve Çevik, A. (2017). Beslenme kültürünün ortaya çıkışı ve gelişim tarihi. Bozok, D., Avcıkurt, C., Doğdubay, M., Sarioğlan, M. ve Girgin, G. K. (Ed.). *Gastronomi üzerine araştırmalar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akıncı, S. ve Kıymalıoğlu, A. (2018). Planlı davranış teorisi. Yağcı, M., İ. ve Çabuk, S. (Ed.). *Pazarlama teorileri*. 2. Baskı. İstanbul: Vizyon Basımevi.
- Akputat, N. A. (2016). Bölgede yaşayanların yöresel mutfak kültürü ile ilgili algısının belirlenmesi: Ödemiş örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 6(1), 52-58.
- Akyol, C. (2020). Turizm eğitimi alan öğrencilerin Covid-19 salgınına yönelik görüşleri. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel (JOGHAT)*, 3(1), 112-121.

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri spss uygulamalı*. 7. Baskı, Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Avcıkurt, C. (2009). *Turizm sosyolojisi*. 3. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ayazlar, R. A. ve Gün, G. (2018). Yiyecek deneyiminin müşteri memnuniyeti ve davranışsal niyetine etkisi. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(18), 377-397.
- Baysal, A. (2012). *Genel beslenme*. 14. Baskı. Ankara: Hatipoğlu Yayınları.
- Beardsworth, A. ve Keil, T. (2011). *Yemek sosyolojisi*. (A. Dede, Çev.) Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Bilici, S. (2008). *Toplu beslenme sistemleri çalışanları için hijyen el kitabı*. Ankara: T.C Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Beslenme ve Fiziksel Aktiviteler Daire Başkanlığı Beslenme Bilgi Serisi.
- Bucak, T. ve Aracı, Ü. E. (2013). Türkiye’de gastronomi turizmi üzerine genel bir değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30), 203-216.
- Chang, R. C. Y., Kivela, J. ve Mak, A. H. N. (2011). Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: when eastmeets west. *Tourism Management*, 32(2), 307-316.
- Demir, M., Günaydın, Y. ve Demir, Ş. Ş. (2020). Koronavirüs (Covid-19) salgınının Türkiye’de turizm üzerindeki öncülleri, etkileri ve sonuçlarının değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 80-107.
- Duygun, A. (2020). Covid-19 pandemisi sırasında tüketicilerin yaşam tarzlarının değerlendirilmesi. *Econder International Academic Journal*, 4(1), 232-247.
- Eyler, N. (2016). *50 yaş üstü bireylerin planlı davranış teorisi kapsamında sağlık amacıyla seyahat etme niyetlerinin belirlenmesine ilişkin bir araştırma Ankara örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Fishbein, M. ve Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri felsefe-yöntem-analiz*. 2. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kocagöz, E. ve Dursun, Y. (2010). Algılanan davranışsal kontrol, Ajzen’in teorisinde nasıl konumlanır? Alternatif model analizleri. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(19), 139-152.
- Korkmaz, S. ve Sertoğlu, A. E. (2013). Genç tüketicilerin sürdürülebilir gıda tüketimi davranışının güven ve değerlere dayanan planlı davranış teorisi kapsamında tartışılması. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(1), 127-152.
- Maviş, F. (2008). *Endüstriyel yiyecek üretimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Nişancı, Z. N., Özdoğan, Y. ve Bölüktepe, F. E. (2018). Dışarıda yemek yeme davranışının nedenlerini belirlemeye yönelik İzmir ilinde bir araştırma. *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 60-71.
- Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2014). *Tüketici davranışı*. İstanbul: Mediacat.
- Özdemir, B. (2010). Dışarıda yemek olgusu: kuramsal bir model önerisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 218-232.
- Özdemir, G., Z. (2013). *Tüketici güveninin tüketim harcamaları ile ilişkisi ve öngörü gücü: Türkiye örneği*. Yayınlanmış Uzmanlık Yeterlilik Tezi. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası İletişim ve Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Özer, G. ve Yılmaz, E. (2010). Planlı davranış teorisi (pdt) ile muhasebecilerin bilgi teknolojisi kullanımına yönelik bir uygulama. *World of Accounting Science*, 12(2), 33-54.
- Özer, L., Kemer, Ü. ve Gültekin, B. (2015). Genişletilmiş planlanmış davranış teorisi kapsamında yeşil yıldızlı otelleri tekrar ziyaret etme niyeti. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(4), 59-85.
- Özkaya, F. D. ve Cömert, M. (2017). *Türk mutfağında yolculuk*. Ankara: Detay yayıncılık.

- Sağlık Bakanlığı, (2020). *Covid-19 genel bilgiler, epidemiyoloji ve tanı*, Erişim tarihi: 24.08.2020, https://covid19.saglik.gov.tr/Eklenti/38597/0/covid-19rehberigenel_bilgiler_epidemiyojivetanipdf.pdf
- Scholliers, P. (2008). Yenilik ve gelenek: Gastronominin önündeki yeni ufuk. Freedman, P. (Ed.). *Yemek: damak tadının tarihi*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Shore, E. (2008). Dışarıda yemek. Freedman, P. (Ed.) *Yemek damak tadının tarihi*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Sobal, J., Bisogni, A. C., Devine, M. C. ve Jastran, M. (2006). *A conceptual model of the food choice process over the life course*. Cambridge: Biddles LTD.
- Şahin, E. ve Solunoğlu, A. (2019). Planlı davranış teorisi kapsamında sokak yemeği yeme niyetinin ölçülmesi: Mersin örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(3), 383-397.
- Şimşek, M. S., Akdemci, T. ve Çelik, A. (2010). *Davranış bilimleri*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Telek, C. (2020). Covid-19 salgınının Türkiye turizm sektörü üzerindeki muhtemel etkileri. *International Social Sciences Studies*, 6(65), 2757-2765.
- Türker, Ö. G. (2020). Covid-19 salgını turizm sektörünü nasıl etkiler? Turizm akademisyenleri perspektifinden bir değerlendirme. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(2), 207- 224.
- Ünlüöner, K. ve Işın, A. (2018). Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin yerel yiyecekleri tüketme niyeti üzerine planlı davranış teorisi kapsamında bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 662-689.
- Yarış, A. (2018). *Sürdürülebilir yiyecek- içecek hizmetleri: yeşil restoran hareketi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Yay, Ö. ve Çalışkan O. (2016). Planlı davranış teorisi bağlamında çevreci otel restoranında yemek yeme niyeti. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13(2), 103-122.
- Yenişehirlioğlu, E. ve Salha, H. (2020). Covid 19 pandemisinin Türkiye iç turizmüne yansımaları: Değişen talep üzerine bir araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(37), 355-368.
- Yüksekbilgili, Z. (2014). Restoran seçim ölçütleri üzerine bir araştırma. *Journal of Yasar University*, 9(36), 6261-6380.