

X, Y ve Z Kuşağı Bireylerin Yeme Alışkanlıklarını Etkileyen Motivasyon Faktörlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma

Yeliz DEMİR

Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Turizm Fakültesi
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
yelizdemir@isparta.edu.tr
ORCID: 0000-0003-0184-6828

Geliş tarihi / Received: 29.07.2023

Kabul tarihi / Accepted: 25.10.2023

Öz

Çalışmanın amacı, X, Y ve Z kuşağı bireylerinin yeme alışkanlıklarını etkileyen yeme motivasyon faktörlerini belirlemektir. Kolayda örnekleme yöntemiyle 328 katılımcıdan veri toplanmıştır. Açıklayıcı ve doğrulayıcı analizler sonucunda katılımcıların yeme alışkanlıklarında duygusal, sağlık ve ekonomi motivasyonlarının etkisi olduğu tespit edilmiştir. Tek yönlü varyans analizi sonucunda Z kuşağı katılımcıların X ve Y kuşağı katılımcılara göre yeme alışkanlıklarında duygusal motivasyona ve ekonomi motivasyonuna daha çok önem verdikleri tespit edilmiştir. Buna ilaveten Z kuşağının yeme alışkanlıklarında en etkili motivasyon faktörünün duygusal motivasyon olduğu tespit edilmiştir. X kuşağı katılımcıların ise yeme alışkanlıklarında Y ve Z kuşağı katılımcılara göre sağlık motivasyonuna daha fazla önem verdikleri anlaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: *Kuşak, tüketici davranışı, yeme alışkanlıkları, yeme psikolojisi*

A Study to Determine the Motivation Factors Affecting the Eating Habits of Generation X, Y, and Z Individuals

Abstract

The aim of the study is to determine the eating motivation factors affecting the eating habits of Generation X, Y, and Z individuals. Data were collected from 328 participants using the convenience sampling method. As a result of explanatory and confirmatory analyses, it was determined that emotional, health, and economic motivations influenced the eating habits of the participants. As a result of a one-way analysis of variance, it was determined that Generation Z participants gave more importance to emotional motivation and economic motivation in their eating habits than Generation X and Generation Y participants. In addition, it was determined that the most effective motivation factor in the eating habits of Generation Z was emotional motivation. It was understood that Generation X participants gave more importance to health motivation in their eating habits than Generation Y and Generation Z participants.

Keywords: *Generation, consumer behavior, eating habits, eating psychology.*

Giriş

Yeme alışkanlığı kavramı, Rivera Medina vd. (2020) tarafından “sosyal ve kültürel etkilere tepki olarak insanları belirli gıdaları veya diyetleri seçmeye, tüketmeye ve kullanmaya yönlendiren bilinçli, toplu ve tekrarlayıcı davranışlar” olarak aktarılmaktadır. Güler (2010) yeme alışkanlıklarının kültürün bir parçası olarak bir toplumdan diğerine farklılık gösterebileceğini vurgulamaktadır.

Uluslararası literatürde farklı ülkelerdeki bireylerin gıda seçimini (Guiné vd., 2021) ve yeme alışkanlıklarını (Guiné vd., 2019; Kalnina vd., 2022) etkileyen değişkenleri belirlemeye yönelik araştırmaların yapıldığı görülmektedir. Ulusal literatürde belirli demografik özelliklere sahip bireylerin yeme alışkanlıklarını (Akın vd., 2022; Özmen vd., 2007), ev dışı yeme alışkanlıklarını (Demirel ve Hatırlı, 2020; Ertürk, 2019), koronavirüs sonrası dışarıda yeme alışkanlıklarını (Özel ve Yıldız, 2021) ve Türk mutfak kültüründe yeme içme alışkanlıklarını inceleyen (Güler, 2010) çalışmalar yapıldığı görülmektedir.

Dikkate alınan değişkenlere göre demografik durumun bireylerin yeme alışkanlıklarında farklılıklara neden olduğu belirtilmektedir (Mascherini vd., 2021; Kollataj vd., 2011). Bu kapsamda kuşak farklılığının bireylerin yeme davranışları (Sarıkaya vd., 2021), besin seçim güdeleri (Öztürk ve Tekeli, 2021), gıda tüketimleri (Okat vd., 2021), yeme alışkanlıkları (Sitoayu vd., 2023) ve yeme içme alışkanlıkları (Kazkondu, 2020) üzerinde etkisi olduğu görülmektedir. Bu çalışmada farklı kuşaklara mensup bireylerin yeme alışkanlıklarını etkileyen motivasyon kaynaklarının belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Kavramsal Çerçeve

Yeme motivasyonu

“Yemek yeme eylemi, vücudu beslemek ve beyin

fonksiyonlarını desteklemek için gerekli olan temel bir motivasyon davranışı olmasına rağmen belirli bir öğünde ne kadar yeneceğine karar vermek daha karmaşık bir süreçtir” (Butler ve Eckler, 2018, s. 673). İlgili literatürde bireylerin yeme davranış ve alışkanlıklarını etkileyen motivasyon faktörlerini belirlemeye yönelik çeşitli araştırmaların yapıldığı görülmektedir. Renner vd. (2012) tarafından günlük hayatta bireylerin neden belirli gıdalarını seçtiklerini anlamak için Yeme Motivasyon Ölçeği (TEMS) genişletilmiştir. Bununla birlikte yeme motivasyon ölçeğinin (TEMS) Brezilya’da (Moraes ve Alvarenga, 2017) ve Türkiye’de (Karaağaç ve Andaç-Öztürk, 2022) kullanılabilirliğine ilişkin geçerlilik ve güvenilirlik çalışmalarının yapıldığı görülmektedir.

Proje koordinatörü Guine tarafından 2016-2018 yıllarında gıda seçimleri ve yeme uygulamaları ile ilişkili psiko-sosyal motivasyonları belirlemeye yönelik yürütülen proje sonrasında bireylerin yiyecek seçimleri ve yeme uygulamalarıyla ilişkili psiko-sosyal motivasyon ölçeği (EATMOT) geliştirilmiştir (Guine, 2016). Guine vd. (2021) tarafından 16 ülke katılımcısından elde edilen veriler neticesinde EATMOT ölçeğinde sağlık, duygusal durum, ekonomiklik ve uygunluk, sosyal ve kültürel etkiler, çevresel ve politik belirleyiciler ve pazarlama ve reklam olmak üzere altı boyut belirlenmiştir. Kalnina vd. (2022) Portekiz, Letonya, Litvanya ve Amerikan Birleşik Devleti’ndeki katılımcılardan EATMOT ölçeğiyle veri topladıkları çalışmada, farklı ülkelerdeki katılımcıların yiyecek seçiminde motivasyon faktörlerine verdikleri önem dereceleri arasında farklılıklar olduğu belirtilmiştir. Korzeniowska ve Guine (2023) ise EATMOT ölçeğini kullanarak gerçekleştirdikleri çalışmada, Polonyalı tüketicilerin gıda satın alma kararlarının çoğunlukla duygusal, çevresel ve ekonomik motivasyon tarafından yönlendirildiği belirtilmektedir. Dunn vd. (2022)

Amerikan Birleşik Devletleri'ndeki yetişkinlerde EATMOT ölçeğinin psikometrik özelliklerini ve demografik ilişkilerini değerlendirdikleri çalışmada, ABD örnekleme için EATMOT ölçeğinin kısaltılmış versiyonunun (sağlık, duygusal ve çevresel/politik motivasyonlar) geçerli olduğu saptanmıştır. EATMOT ölçeğinin kullanıldığı çalışmalar incelendiğinde ilgili literatürde bu ölçeğin farklı ülkelerdeki bireylerin gıda seçimlerini ve yeme alışkanlıklarını tespit etmek için kullanılan uluslararası bir ölçek olarak kabul edildiğinden aşağıdaki araştırma hipotezi geliştirilmiştir:

H1: Katılımcıların yeme alışkanlıklarını etkileyen istatistiksel açıdan anlamlı yeme motivasyon faktörleri bulunmaktadır.

Kuşakların yeme alışkanlıkları

Kuşak kavramı ile ilgili, Becer (2021) insanların yaşadıkları dönemin sosyal, ekonomik ve siyasi olaylarından etkilendiğini ve belirli bir zaman diliminde benzer olaylara maruz kalan insanların, aynı kuşağın insanları olarak sınıflandırılabilirliğini belirtmektedir. Bulgan ve Göktaş (2016, s.26) kuşakların sınıflandırılmasıyla alakalı farklı görüşler bulunduğunu vurgulamaktadır. Buna karşın X kuşağının doğum yılı aralığını 1965-1979, Y kuşağının doğum yılı aralığını 1980-1999 ve Z kuşağının doğum yılı aralığını 2000 ve sonrası (Bayramov vd., 2021; Bulgan ve Göktaş, 2016; Demir ve Sağlam, 2023) olarak veren çalışmalar bulunmaktadır.

Sarıkaya vd. (2021) Y ve Z kuşaklarının yeme davranışlarında birtakım farklılıklar olduğunu tespit etmişlerdir. Öztürk ve Tekeli (2021) Y ve Z kuşaklarının besin seçim güdülerini karşılaştırdıkları çalışmada Z kuşağı tüketicilerinin sağlıklı olarak değerlendirdikleri besinleri duygusal yönden çekici olmamalarına rağmen tükettiklerini belirtmektedirler. Okat vd. (2021) Koronavirüs günlerinde X ve Y kuşaklarının gıda tüketimlerini inceledikleri çalışmada pandemi döneminde Y kuşağının X kuşağından daha çok

şarküteri ürünlerini tükettiklerini tespit etmişlerdir. Sitoayu vd. (2023) Y kuşağının pandemi sırasında Z kuşağına göre yeme alışkanlıklarında daha fazla değişiklik yaşadığını belirtmektedirler. İlgili literatürde elde edilen bilgiler ışığında kuşak farklılığının yeme alışkanlıklarında önem verilen yeme motivasyon faktörlerinde farklılığa neden olabileceği düşünüldüğünden H2 hipotezi aşağıdaki şekilde yazılmıştır:

H2: Kuşak farklılığı yeme alışkanlığında dikkate alınan yeme motivasyon faktörlerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığa neden olmaktadır.

Yöntem ve Alan Araştırması

Araştırmada veriler anket ile toplanmıştır. Zaman ve diğer sınırlamalar nedeniyle anket soruları katılımcılara çevrimiçi olarak dağıtılmıştır. Anketin birinci bölümünde dört adet demografik ifadeye (cinsiyet, eğitim durumu, meslek ve gelir) yer verilmiştir. Anketin ikinci bölümünde bireylerin yiyecek seçimleri ve yeme uygulamalarıyla ilişkili psiko-sosyal motivasyonlarına (EATMOT) ilişkin 33 ifade bulunmaktadır (Guiné vd., 2021; Kalnina vd., 2022). Ankette kullanılan 33 ifade Kalnina vd. (2022) yaptığı çalışmadan alınmıştır. Anketin bu bölümünde bulunan ifadeleri değerlendirmek için 5'li likert ölçeği kullanılmıştır (1=Kesinlikle Katılmıyorum; 5=Kesinlikle Katılıyorum). Anketin orijinal dili İngilizce olduğundan alanında uzman iki kişi tarafından ölçekte bulunan ifadeler önce Türkçe'ye çevrilmiştir. Daha sonra alanında uzman bağımsız bir kişi tarafında ankette bulunan ifadeler tekrar İngilizce'ye çevrilerek ifadeler arasındaki tutarlılık incelenmiştir. Türkçe ankette bulunan ifadelerin anlaşılma durumunu belirlemek için gastronomi ve gıda mühendisliği alanından 5 akademisyene anket elden ulaştırılarak ifadeler hakkındaki görüşleri alınmıştır. Araştırmanın evreni Türkiye'de yaşayan X, Y ve Z kuşağına mensup bireyler oluşturmaktadır. Örneklemini ise tesadüfi olmayan örnekleme

yönteminden kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen katılımcılar oluşturmaktadır. Anket çevrimiçi paylaşım araçları aracılığıyla dağıtılmış ve toplanmıştır.

Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulunun 2022 yılı 29 sayılı kararı ile bu araştırmadaki uygulamanın etik açıdan uygun olduğuna karar verilmiştir.

Bulgular ve Tartışma

Katılımcıların yarısından fazlası kadın ve doğum yılı aralığı 1980-1999'dur. Katılımcıların önemli bir çoğunluğunun ön lisans, lisans ve lisansüstü eğitime sahip olduğu, özel sektör çalışanı olduğu ve gelirinin 9000 ve üzeri olduğu Çizelge 1'de gösterilmektedir.

Çizelge 1

Katılımcıların demografik özellikleri

Değişken	Sayı (n)	Yüzde (%)	
Cinsiyet	Kadın	228	69,5
	Erkek	100	30,5
Doğum yılı	1965-1979 (X)	47	15,02
	1980-1999 (Y)	190	60,70
	2000 ve üstü (Z)	76	24,28
Eğitim	İlköğretim	8	2,4
	Lise	22	6,7
	Ön lisans	98	29,9
	Lisans	105	32,0
	Lisansüstü	93	28,4
	Diğer	2	0,6
Meslek	Öğrenci	103	31,50
	Serbest meslek	13	3,98
	İşçi	4	1,22
	Kamu çalışanı	65	19,88
	Özel sektör	106	32,42
	Çalışmıyor	36	11
Gelir (TL)	4000-5000	76	26,67
	5001-6000	22	7,72
	6001-7000	22	7,72
	7001-8000	28	9,83
	8001-9000	16	5,61
	9000 ve üstü	94	32,98
	Belirtilmemiş	27	9,47

Ölçekte bulunan ortak değişkenleri tanımlayıcı kategoriler şeklinde birleştirmek için (Yong ve Pearce, 2013, s.80) açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. İlk uygulanan faktör analizi sonucunda “Gıda reklam kampanyaları belirli yiyecekleri yeme isteğimi artırıyor”, “Beni uyanık ve enerjik tutan yiyecek veya içecekleri (kahve, kola, enerji içecekleri gibi) sık sık tüketirim” ve “Genellikle kalite/fiyat oranı iyi olan yiyecekleri seçerim” ifadeleri birden fazla faktör altına girdiği ve bu ifadelerin yük değerleri arasındaki farkın ,10’un altında olması nedeniyle (Kaya, 2013), ifadelerde binişiklik sorunu olduğu anlaşıldığından ölçekten çıkarılmıştır. “Kolesterolumü yükseltse bile düzenli olarak tükettiğim bazı yiyecekler var”, “Kan şekerimi yükseltse bile düzenli olarak tükettiğim yiyecekler var”, “Yiyecek satın alırken genellikle markette gerçekleşen pazarlama kampanyalarını dikkate almam”, “Genellikle kendiliğinden gözüme çarpan yiyecekleri satın alırım (örneğin, göz hizasında, çekici renkler, hoş ambalajlar)” ve “Pişirmek için dondurulmuş sebzelerden daha çok taze sebzeler satın alırım” ifadeleri ilgisi olmayan faktör altında toplandığından ölçekten çıkarılmıştır. Ayrıca “Rahatlamama yardımcı olan yiyecek veya içecekleri sık sık tüketirim (çay, kırmızı şarap gibi)” ve “Yediğim yiyeceklerin hijyeni ve güvenliği konusunda çok endişeliyim” ifadelerinin faktör yükleri ,30’un altında

olduğundan ölçekten çıkarılmıştır (Göktaş vd., 2019). Son olarak “Yediğim yiyecekleri reklamlardan tanıdığım veya televizyonda gördüğüm için yiyorum” ifadesinin eşkökenlilik değerinin (,071) ,50 değerinin (Yozcu, 2018) çok altında olması nedeni ile ölçekten çıkarılarak açıklayıcı faktör analizi tekrarlanmıştır. Tekrarlanan açıklayıcı faktör analizine ilişkin bulgular Çizelge 2’de gösterilmektedir. Yirmi bir ifade içeren ölçeğin KMO değerinin ,841 olduğu ve değer mükemmel sayılabileceği kabul edilmektedir (Yaşlıoğlu, 2017). Çizelge 2’de görülen Bartlett’in Küresellik Testi sonucunda ($P = ,000$) değişkenler arasında kısmi korelasyonlar temelinde ilişki (Büyüköztürk, 2010) bulunduğu anlaşılmıştır. Toplam varyansın %55,243’ünü açıklayan özdeğeri 1’in üstünde toplam 4 boyut elde edilmiştir. Elde edilen boyutlar Kalnina vd. (2022) çalışmasındaki boyutlarla paralellik göstermektedir. Kalnina vd. (2022) çalışmasında “Alışverişlerimi promosyonlar veya indirimler olduğunda planlamaya çalışırım” ifadesi pazarlama motivasyonu altında geçerken bu çalışmada bu ifade “Ekonomik Motivasyon” boyutundadır. Ancak ifade indirimle ilgili olduğu için bu ifadenin “Ekonomi Motivasyonu” faktörü altında kalmasına karar verilmiştir. Pazarlama boyutu 2 ifadeden oluşmuş ve CA değeri 0,386’dır. Bu nedenle pazarlama boyutu doğrulayıcı faktör analizine dahil edilmemiştir.

Çizelge 2

Yeme motivasyon ölçeğinin açıklayıcı faktör analizi

İfadeler	Yeme Motivasyon Faktörleri			
	Duygusal	Sağlık	Ekonomi	Pazarlama
Benim için yemek duygusal bir teselli işlevi görüyor (D8)	,873			
Kendimi yalnız hissettiğimde yemek yiyerek kendimi teselli ediyorum (D6)	,855			
Yapacak bir şeyim olmadığında daha çok yiyorum (D7)	,811			
Yiyecekler stresle başa çıkmama yardımcı oluyor (D1)	,769			
Depresyonda olduğumda daha çok tatlı isteğim oluyor (D9)	,675			
Yemek beni iyi hissettiriyor (D5)	,663			
Beni sağlıklı tutan yiyecekleri yemek benim için önemlidir (S8)	,763			
Günlük beslenmemin bol miktarda vitamin ve mineral içermesi benim için önemlidir (S4)	,711			
Katkı maddesi içermeyen yiyecekleri yemeye çalışırım (s6)	,710			
Düşük besin kalitesi nedeniyle işlenmiş yiyecekleri yemekten kaçınırım (s7)	,706			
Genellikle sağlıklı ve dengeli bir beslenme düzeni uyguladım (S3)	,685			
Genetiği değiştirilmiş organizmalar içeren yiyeceklerden kaçınırım (S10)	,563			
Beslenme düzenimin az yağlı olması benim için önemlidir (S2)	,559			
Genellikle indirimde olan yiyecekleri alırım (E6)			,799	
Tükettiğim yiyecekleri alım gücüme uygun olduğu için seçiyorum (E3)			,728	
Bir yiyecek seçmenin ana nedeni düşük fiyattır (E2)			,671	
Alışverişlerimi promosyonlar veya indirimler olduğunda planlamaya çalışırım (P7)			,627	
Genellikle hazırlaması kolay yiyecekler alırım (E5)			,551	
Yemeye hazır veya önceden pişirilmiş yiyecekleri satın almayı tercih ederim (E7)			,530	
Yiyecek seçimlerini yaparken markalar benim için önemlidir (P6)				,785
Alışverişe çıktığımda, reklam kampanyalarına inanmak yerine gıda etiketlerini okumayı tercih ederim (P4)				,609
Cronbach Alpha	,882	,814	,753	,386
Özdeğer	5,361	2,643	2,386	1,210
Varyans Açıklama Oranı (%)	25,529		11,364	5,763
Toplam Varyans Açıklama Oranı (%)	55,243			
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Uygunluk Ölçüsü				,841
Barlett'in Küresellik Testi		Yaklaşık Ki Kare	2579,913	
		sd	210	
		P	,000	

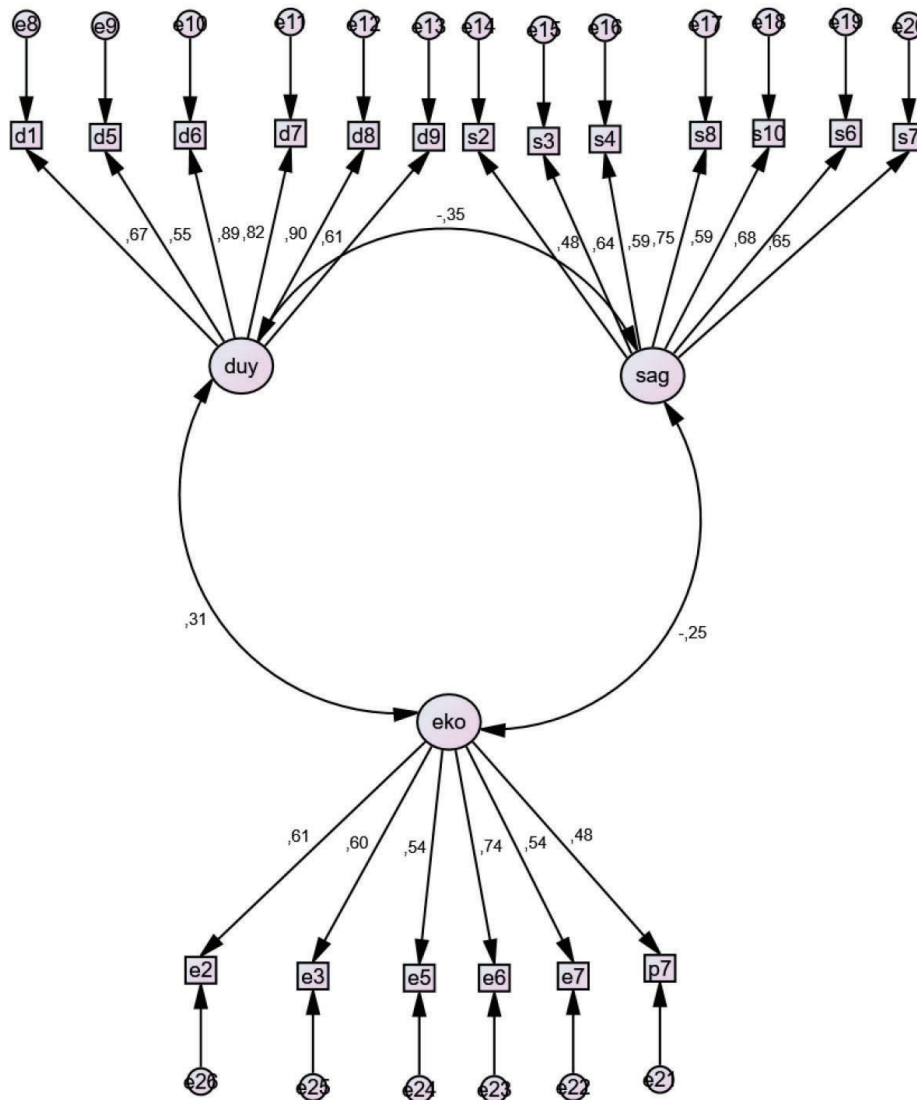
Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ile test edilen faktör yapısını doğrulamak için Doğrulayıcı Faktör Analizinin (DFA) uygulanmasına karar verilmiştir (Demir, 2022). Doğrulayıcı Faktör Analizi AMOS 21 programı üzerinden gerçekleştirilmiştir (Şekil 1).

Çizelge 3'te yeme motivasyon modelinin ölçüm analizi sonuçları gösterilmektedir. Modelle ilişkin uyum değerleri incelendiğinde CMIN

($2 \leq \chi^2/sd \leq 3$), RMSEA ($,05 \leq RMSEA \leq ,08$) ve SRMR ($,05 \leq SRMR \leq ,10$) değerlerinin kabul edilebilir seviyede olduğu tespit edilmiştir. GFI ($,90 \leq GFI \leq ,95$), CFI ($,95 \leq CFI \leq ,97$) ve NFI ($,90 \leq NFI \leq ,95$) (Çapık, 2014; Demir, 2022; Dursun ve Karagöz, 2010; Erkokmaz vd., 2013) değerleri kabul edilebilir değerin biraz altında olmasına karşın modelin genel olarak kabul edilebilir olduğu söylenebilir.

Şekil 1.

Doğrulayıcı faktör analizi Amos çıktısı



Çizelge 3'teki ölçekteki ifadelerin çarpıklık değeri 2'den ve basıklık değeri 7'den küçük olması nedeniyle modelin çok değişkenli normallik varsayımını sağladığı kabul edilmiştir (Tekin, 2017; Türk, 2009). Modelde yakınsak geçerliliğini sağlanması için gözlenen değişkenlerin standardize faktör yüklerinin ,50'den büyük ve istatistiksel açıdan anlamlı olması gerektiği belirtilmektedir (Doğan ve Yılmaz, 2017). Modeldeki P7 (,483) ve S2 (,483) dışındaki diğer

gözlenen değişkenler, 5'ten büyük olduğundan modelin yakınsak geçerliliğe sahip olduğu kabul edilebilir (Çizelge 3). Modeldeki her bir yapının birleşik güvenilirlik (CR) değeri ,7'den büyük olduğu (Doğan ve Yılmaz, 2017) ve her yapı için ortalama açıklanan varyans (AVE) değeri, CR değerinden düşük olduğundan ölçeğin benzeşim geçerliliğini sağladığı tespit edilmiştir (Demir, 2022; Şengül, 2020). Bu sonuçlara göre H1 hipotezi desteklenmiştir.

Çizelge 3.

Yeme motivasyon modelinin ölçüm analizi sonuçları

Gizli Değişkenler (Faktörler)	Gözlenen Değişkenler	Standardize Faktör Yükleri (λ)	P değeri	Çarpıklık	Basıklık	Ortalama Açıklanan Varyans (AVE)	Birleşik Güvenilirlik (CR)
Duygusal Motivasyon	D1	,667	***	-,211	-1,083	,566	,883
	D5	,552	***	-,964	,592		
	D6	,889	***	,421	-1,169		
	D7	,820	***	,040	-1,371		
	D8	,904	***	,250	-1,304		
	D9	,607	***	,048	-1,308		
Ekonomik Motivasyon	E2	,608	***	,871	,204	,350	,760
	E3	,601	***	-,573	-,640		
	E5	,543	***	,092	-1,140		
	E6	,745	***	,095	-,859		
	E7	,539	***	,618	-,311		
	P7	,483	***	-,220	-,910		
Sağlık Motivasyonu	S2	,483	***	-,677	-,242	,399	,784
	S3	,640	***	-,221	-,661		
	S4	,595	***	-,659	-,053		
	S6	,685	***	-,319	-,736		
	S7	,652	***	-,154	-,871		
	S8	,747	***	-1,083	1,567		
	S10	,588	***	-,553	-,361		

Uyum indeksleri: $\chi^2=410,179$; $P=,000$; serbestlik derecesi=149; χ^2 /serbestlik derecesi (CMIN)=2,753; RMSEA=,073; NFI=,837; GFI=,875; CFI=,889; SRMR=,0739

Doğrulamalı faktör analizi sonucunda katılımcıların yeme alışkanlıklarında etkili olan faktörlerin duygusal motivasyon, sağlık motivasyonu ve ekonomi motivasyonu olduğu tespit edilmiştir. Kuşak farklılığının dikkate alınan yeme motivasyonu üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığa neden olup olmadığını tespit etmek

için tek yönlü varyans analizi gerçekleştirilmiştir. Varyansların homojen dağılımına ilişkin Levene testi sonuçları Çizelge 4'te gösterilmektedir. Çizelge 4'e göre grup varyansları homojen dağıldığından ($P > 0,05$) (Aksoy ve Baş, 2016; Çetin ve Kumkale, 2020) katılımcıların yeme alışkanlıklarında önem ver

dikleri yeme motivasyon boyutlarının mensubu olunan kuşağa göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek için tek yönlü varyans analizi

gerçekleştirilmiştir. Grupların örneklem sayıları arasında fark olması nedeniyle Scheffe testi uygulanmıştır (Erkol ve Erbasan, 2018).

Çizelge 4.

Kuşağa göre Levene testi sonucu

	Levene testi	Sd1	Sd2	P
Duygusal Motivasyon	2,085	2	310	,126
Sağlık Motivasyonu	,280	2	310	,756
Ekonomi Motivasyonu	2,322	2	310	,100

Sd: Serbestlik derecesi

Tek yönlü varyans analizi sonucuna göre farklı kuşak mensubu katılımcıların yeme alışkanlıklarında önem verdikleri yeme motivasyon fak-

törleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı ($P < 0,05$) farklılıklar bulunmaktadır (Çizelge 5).

Çizelge 5.

Katılımcıların doğum yılı aralığına göre yeme motivasyonuna verdikleri öneme ilişkin bulgular

Boyutlar	Kuşak	N	X	P
Duygusal Motivasyon	1965-1979 (X)	47	2,92	,004
	1980-1999 (Y)	190	3,05	
	2000 ve üzeri (Z)	76	3,46	
Sağlık Motivasyonu	1965-1979 (X)	47	3,98	,000
	1980-1999 (Y)	190	3,61	
	2000 ve üzeri (Z)	76	3,39	
Ekonomi Motivasyonu	1965-1979 (X)	47	2,64	,001
	1980-1999 (Y)	190	2,85	
	2000 ve üzeri (Z)	76	3,11	

Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını görmek için Scheffe testi uygulanmıştır (Çizelge 6). Çizelge 6'da gösterilen Scheffe testi sonuçlarına göre Z kuşağı katılımcıların X ve Y yeme alışkanlıklarında duygusal motivasyona ve ekonomi motivasyonuna daha çok önem verdikleri tespit edilmiştir. Bu araştırmanın önemli sonuçlarından biri Z kuşağının yeme alışkanlıklarında duygusal motivasyonun en etkili motivasyon kaynağı olduğu görülmektedir. Bununla ilgili Aksoy (2022, s.116) duygusal

motivasyonların bireyleri tüketmeye teşvik ettiğini vurgulamaktadır. Ayrıca Dünya Sağlık Örgütü, 650 milyon yetişkin, 340 milyon ergen ve 39 milyon çocuk olmak dünya çapında toplam bir milyardan fazla insanın obez olduğunu ve sayının hala arttığını vurgulanmaktadır (World Health Organization, 2022). X kuşağı katılımcıların ise yeme alışkanlıklarında Y ve Z kuşağı katılımcılara göre sağlık motivasyonuna daha fazla önem verdikleri anlaşılmıştır. Bu sonuca göre H2 hipotezi kısmen desteklenmiştir.

Çizelge 6.

Gruplar arasında fark olup olmadığını belirten analiz sonuçları

Boyutlar	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	P	Anlamlı Fark (Scheffe)
Duygusal Motivasyon	Gruplar arası	11,670	2	5,835	5,718	,004	X-Z
	Gruplar içi	316,347	310	1,020			Y-Z
	Toplam	328,017	312				
Sağlık Motivasyonu	Gruplar arası	10,113	2	5,057	11,237	,000	X-Y
	Gruplar içi	139,504	310	,450			X-Z
	Toplam	149,617	312				
Ekonomi Motivasyonu	Gruplar arası	7,072	2	3,536	6,801	,001	X-Z
	Gruplar içi	161,166	310	,520			Y-Z
	Toplam	168,238	312				

Sonuç

Bireyin, yemek için hangi gıdaları seçtiği, seçtiği bu gıdaları tüketime hazır hale getirmesi ve bunları tüketme şekli yemek alışkanlıklarına işaret etmektedir. Bireylerde, yeme alışkanlıklarının nasıl oluştuğunun, bu alışkanlıklarını etkileyen faktörlerin neler olduğunun belirlenmesi bireylerin yeme alışkanlıklarının pozitif yönde etkilenmesi için önemli konuların başında gelmektedir.

X, Y ve Z kuşağı bireylerinin yeme alışkanlıklarını etkileyen yeme motivasyon faktörlerini belirlemek için yapılan bu çalışmada katılımcıların yeme alışkanlıklarında etkili olan motivasyon boyutlarının duygusal motivasyon, sağlık motivasyonu ve ekonomi motivasyonu olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca kuşak farklılığının yeme alışkanlıklarında dikkate alınan yeme motivasyon faktörlerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığa neden olduğu tespit edil

miştir. Buna göre Z kuşağı katılımcıların X ve Y kuşağı katılımcılara göre yeme alışkanlıklarında duygusal motivasyona ve ekonomi motivasyonuna daha çok önem verdikleri tespit edilmiştir. Buna ilaveten Z kuşağının yeme alışkanlıklarında en etkili motivasyon faktörünün duygusal motivasyon olduğu belirlenmiştir. X kuşağı katılımcıların ise yeme alışkanlıklarında Y ve Z kuşağı katılımcılara göre sağlık motivasyonuna daha fazla önem verdikleri anlaşılmıştır. Bu araştırma örneğinde yaş grubu içerisinde X kuşağının yaşı itibarıyla yeme alışkanlıklarında sağlık motivasyonuna önem vermesi ise öngörülen bir sonuçtur.

Bu çalışmada elde edilen sonuçlar göre toplumun geneli olmak üzere özellikle gençlerin hissettikleri olumsuz duyguları bastırmak için göstermiş oldukları yeme davranışlarının ilerleyen zamanlarda bedensel sağlıklarını da etkileyebileceği ve bu durumun da olumsuz duygular hissetmelerine neden olabileceği televizyonda, radyoda, sosyal medyada ve okullarda yeme bozukluğu, yeme motivasyonları, yeme alışkanlıkları, sağlıklı beslenme, duygusal yeme davranışı gibi konularda düzenlenecek olan seminerler, paneller ve eğitimler gibi etkinliklerle gençlerin bu konularda farkındalıkları artırılabilir.

Bu çalışmada verilerin anket ile toplanması araştırmanın başında gelen sınırlılıklardan biri olup sonuçların derinlemesine yorumlanmasına engellemektedir. Ayrıca çalışmada X, Y ve Z kuşağı katılımcıların yeme alışkanlıklarını etkileyen yeme motivasyon faktörleri incelenmesi sonuçların genellenebilirliği açısından diğer bir sınırlılıktır. Bu nedenlerle sonuçların derinlemesine yorumlanması ve farklı demografik özelliklere sahip bireylerle yeme davranışları ve dikkate aldıkları yeme motivasyonlarını tespit edebilmek için yarı yapılandırılmış veya yapılandırılmamış görüşmeler yapılabilir.

Kaynakça

Akın, S., Akyüz, E. Y., Bülbül, E., Tekce, K., Türk, S., Kaplanoğlu, F. N., Demir, Y. (2022). Bir devlet üniversitesinde okumakta olan sağlık bilimleri öğrencilerinde obezite görülme sıklığı ve obezite farkındalık düzeyi ile yeme alışkanlıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Sağlık ve Toplum*, 32(1), 92–102.

Aksoy, S., Baş, M. (2016). Türkiye’de faaliyet gösteren GMS operatörlerinin marka kişiliklerinin karşılaştırılması üzerine ampirik bir çalışma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2), 509–538.

Aksoy, İ.U. (2022). Tüketim kültürünün gıda takviyesi reklamları üzerinden yeniden üretimi: pharmaton “asla pes etme” reklam filminin eleştirel söylem çözümlemesiyle incelenmesi. H. Çiftçi, D. Çini Şimşek (Ed.), *7th International Communication in The New World Proceedings Book* içinde (s.116–124). Digital Communication Journal.

Bayramov, S., Geylan, A., Geylan, S. B. (2021). X, Y ve Z kuşak çalışanlarının esnek çalışmaya yönelik tutumlarının karşılaştırılması. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 122–139.

Becer, T. (2021). The influence of generations Y and Z on career future. *International Journal of Management and Social Researches*, 8(15), 91–103.

Bulgan, G., Göktaş, P. (2016). X, Y ve Z kuşağı engellilerinin turizme erişebilirliğinin karşılaştırılması. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 24–49.

Butler, M. J., Eckel, L. A. (2018). Eating as a motivated behavior: modulatory effect of high fat diets on energy homeostasis, reward processing and neuroinflammation. *Integrative Zoology*, 13(6), 673–686.

- Büyüköztürk, Ş. (2010).** *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Pegem Akademi.
- Çapık, C. (2014).** Geçerlik ve güvenirlik çalışmalarında doğrulayıcı faktör analizinin kullanımı. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 17(3), 196–205.
- Çetin, O. İ., Kumkale, İ. (2020).** Tekstil sektöründe demografik faktörlerin kişilik özellikleri, örgütsel intikam niyeti, örgüt iklimi ve bağlamsal performans üzerine etkisi. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 18–40.
- Demir, Y. (2022).** *Eğitim mutfaklarında gıda israfını belirlemeye yönelik bir araştırma* (Tez no. 714389) [Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Demir, Y., Sağlam, K. (2023).** X, Y ve Z Kuşaklarının Türk kahvesi tüketim alışkanlıklarına yönelik bir araştırma. *Aydın Gastronomy*, 7(1), 57–73.
- Demirel, O., Hatırlı, S. A. (2020).** Türkiye’de ev-dışı yemek yeme alışkanlığının analizi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 16(4), 976–988.
- Doğan, R. Ş., Yılmaz, V. (2017).** Üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyetlerinin betimlenmesine yönelik bir yapısal eşitlik modeli önerisi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(2), 742–764.
- Dunn, D., Keenan-Miller, D., Isoldi, K. K., Sarcona, A., Dolar, V., Guiné, R. P. (2022).** Measurement and correlates of food selection motivations in a United States sample. *American Journal of Health Behavior*, 46(2), 186–196.
- Dursun, Y., Kocagöz, E. (2010).** Yapısal eşitlik modellemesi ve regresyon: karşılaştırmalı bir analiz. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (35), 1–17.
- Erkol, M., Erbasan, Ö. (2018).** Öğretmenlerin çevre eğitimi öz-yeterliklerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 20(3), 810–825.
- Erkorkmaz, Ü., Etikan, İ., Demir, O., Özdamar, K., Sanisoğlu, S. Y. (2013).** Doğrulayıcı faktör analizi ve uyum indeksleri. *Türkiye Klinikleri Journal of Medical Sciences*, 33(1), 210–223.
- Ertürk, M. (2019).** Çocuklu ailelerin dışarıda yeme alışkanlıkları. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18(4), 1592–1610.
- Göktaş, S., Işıklı, B., Önsüz, M. F., Yenilmez, Ç., Metintaş, S. (2019).** Ruh sağlığı okuryazarlığı ölçeği’nin (Rsoy ölçeği) Türkçe geçerlilik ve güvenilirliğinin değerlendirilmesi. *Konuralp Medical Journal*, 11(3), 424–431.
- Guine R. (2016).** Psycho-social motivations associated with food choices and eating practices (EATMOT). <https://raquelguine.wixsite.com/eatmot/sobre> adresinden 22.10.2023 tarihinde alınmıştır.
- Guiné, R., Ferrão, A. C., Ferreira, M., Correia, P., Cardoso, A. P., Duarte, J., Rumbak, I., Shehata A-M., Vittadini, E., Papageorgiou, M. (2019).** The motivations that define eating patterns in some Mediterranean countries. *Nutrition & Food Science*, 49(6), 1126–1141.
- Guiné, R., Duarte, J., Ferrão, A. C., Ferreira, M., Correia, P., Cardoso, A. P., Bartkiene, E., Szücs, V., Nemes, L., Ljubicic, M., Cernelic-Bizjak, M., Isoldi K., El Kenawy, A., Ferreira V., Straumite E., Korzeniowska M., Vittadini E., Leal, M., Frez-Munoz, L., Pa**

- pageorgiou, M., Djekić, I. (2021).** The eating motivations scale (EATMOT): Development and validation by means of confirmatory factor analysis (CFA) and structural equation. *Slovenian Journal of Public Health*, 60(1), 4–9.
- Güler, S. (2010).** Türk mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26, 24–30.
- Kalnina, I., Straumite, E., Klava, D., Kruma, Z., Bartkiene, E., Isoldi, K. K., Correia, P., Ferreira M., Guiné, R. P. F. (2022).** Analysis of factors that influence eating habits in different countries. *Journal of Hygienic Engineering and Design*, 38, 169–179.
- Karaağaç, R. M., Öztürk, S. A. (2022).** Yeme motivasyonu anketi kısa formunun Türkçe uyarlanması: geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, (16), 33–47.
- Kaya, M. F. (2013).** Sürdürülebilir kalkınmaya yönelik tutum ölçeği geliştirme çalışması. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (28), 175–193
- Kazkondur, İ. (2020).** Türkiye’de yeme içme alışkanlıklarının kuşaklara göre değişimi (Tez no. 629947) [Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Kollağaj, W., Sygit, K., Sygit, M., Karwat, I. D., Kollağaj, B. (2011).** Eating habits of children and adolescents from rural regions depending on gender, education, and economic status of parents. *Annals of Agricultural and Environmental Medicine*, 18(2), 393–397
- Korzeniowska, M., Guine, R. (2023).** The eat-mot questionnaire as a useful tool in food purchase motivational study. 15th Pangborn sensory science symposium-meeting new challenges in a changing world. SSRN eLibrary. <https://ssrn.com/abstract=4550476>
- Mascherini, G., Catelan, D., Pellegrini-Giampietro, D. E., Petri, C., Scaletti, C., Gulisano, M. (2021).** Changes in physical activity levels, eating habits and psychological well-being during the Italian COVID-19 pandemic lockdown: Impact of socio-demographic factors on the Florentine academic population. *PLoS One*, 16(5). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0252395>
- Moraes, J. M. M., Alvarenga, M. D. S. (2017).** Cross-cultural adaptation and apparent and content validity of the short version of The Eating Motivation Survey (TEMS) in Brazilian Portuguese. *Cadernos de Saúde Pública*, 33. <https://doi.org/10.1590/0102-311X00010317>
- Okat, Ç., Özer, S., Uçkan Çakır, M. (2021).** Koronavirüs günlerinde X ve Y kuşaklarının gıda tüketimlerinin incelenmesi. Cobanoğlu, C., Gunlu Kucukaltan, E., Tuna, M., Basoda, A., Dogan, S. (Ed.), *Daha iyi bir dünya için turizm* içinde (s. 223-234). USF M3 Publishing. <https://www.doi.org/10.5038/9781955833028>
- Özel, G., Yıldız, F. (2021).** Covid-19 Sonrası dışarıda yemek yeme alışkanlıklarının planlı davranış teorisi kapsamında değerlendirilmesi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 20(2), 953–972.
- Özmen, D., Çetinkaya, A. Ç., Ergin, D., Şen, N., Erbay, P. D. (2007).** Lise öğrencilerinin yeme alışkanlıkları ve beden ağırlığını denetleme davranışları. *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 6(2), 98–105.
- Öztürk, E., Tekeli, S. (2021).** Tüketicilerin besin seçim güdeleri: Y ve Z kuşaklarının karşılaştırılması. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 147–182.
- Renner, B., Sproesser, G., Strohbach, S., Schupp, H. T. (2012).** Why we eat what we eat. The eating motivation survey (TEMS). *Appetite*, 59(1), 117–128. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2012.04.004>

- Rivera Medina, C., Briones Urbano, M., de Jesús Espinosa, A., Toledo López, Á. (2020).** Eating habits associated with nutrition-related knowledge among university students enrolled in academic programs related to nutrition and culinary arts in Puerto Rico. *Nutrients*, 12(5), 1408. <https://doi.org/10.3390/nu12051408>
- Sarıkaya, G. S., Demirci, B., Erol, E. (2021).** Y ve Z kuşağının yeme davranışının belirlenmesi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 4(2), 329–342.
- Sitoayu L, Dewanti LP, Melani V, Sumitra PA, Marpaung MR. (2023).** Differences in eating habits, stress, and weight changes among Indonesian generations Y and Z students during the COVID-19 Pandemic. *Journal of Research and Health*, 13(2), 79–86.
- Şengül, H. (2020).** Üniversite öğrencileri yeme davranışları ölçeği: geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *EJONS International Journal on Mathematic, Engineering and Natural Sciences*, 4(15), 708–721.
- Tekin, Z. (2017).** Pazarlama etiğinde makya-velizm. *Journal of International Social Research*, 10(50), 814–821.
- Türk, Z. (2009).** Denetim firmalarının sunduğu hizmet kalitesi müşteri tatmini ve sadakati: Servperf ölçeği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(1), 399–416.
- World Health Organization. (2022).** World Obesity Day 2022 – Accelerating action to stop obesity. <https://www.who.int/news/item/04-03-2022-world-obesity-day-2022-accelerating-action-to-stop-obesity> adresinden 22.10.2023 tarihinde alınmıştır.
- Yaşhoğlu, M. M. (2017).** Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74–85.
- Yong, A. G., Pearce, S. (2013).** A beginner’s guide to factor analysis: Focusing on exploratory factor analysis. *Tutorials in quantitative methods for psychology*, 9(2), 79–94.
- Yozcu, S. (2018).** Mağaraların rekreasyonel kullanımı ve mağaracılık motivasyonları: Ayvayini Mağarası örneği (Tez no. 502583) [Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.