

TÜKETİCİLERİN "FAST FOOD TÜRÜ" YİYECEK TERCİHLERİ

FAST FOOD PREFERENCES OF THE CONSUMERS

Ayşe Özfer ÖZÇELİK, Metin Saip SÜRÜCÜOĞLU

Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Ev Ekonomisi Yüksekokulu Beslenme Anabilim Dalı, ANKARA

ÖZET: Bu araştırma, Ankara ilinde Kızılay bölgesinde bulunan beş adet fast food işletmesinde yemek yiyen 400 kişi (187 erkek, 213 kadın) üzerinde yürütülmüştür. Erkek tüketicilerin yaş ortalaması 26.89 ± 9.91 yıl, kadın tüketicilerin ise 24.91 ± 8.71 yıldır. Araştırma sonuçlarına göre; tüketiciler hafta içi en çok öğle, hafta sonu akşam saatlerinde fast food restoranlarına gitmektedirler. Tüketicilerin fast food türü yiyecekler arasında hergün en çok tükettikleri besinlerin sırasıyla; poğaçaya (%17.50), simit (%15.25), patates kızartması (%12.50), peynirli tost (%8.75), hamburger (%6.50) ve et döner (%4.25) olduğu belirlenmiştir. Araştırmaya alınan tüketicilerin %72.25'inin midye tavayı, %67.50'sinin ıspanaklı pideyi, %63.75'inin kokoreci, %51.50'sinin sucuklu pideyi, %45.75'inin cheeseburgeri, %40.25'inin tavuk burgeri, %39.25'inin soğuk sandviçi, %38.75'inin karışık pideyi, %37.75'inin peynirli pideyi, %35.50'sinin tavuklu sandviçi hiç tüketmedikleri bulunmuştur. Bu çalışmada tüketicilerin en çok tercih ettikleri içeceklerin sırasıyla; kola, ayran, taze sıkılmış meyve suyu, çay ve renkli meşrubat olduğu da belirlenmiştir.

ABSTRACT: This research was conducted on 400 people (187 of which were male and 213 of which were female) in the Kızılay province of Ankara. The average age of the male consumers was 26.89 ± 9.91 while the average age of the female consumers was 24.91 ± 8.71 . According to the results, the consumers tend to go to the fast food restaurants particularly at noon time during the week, while at evening time during the weekend. It was determined that consumers mostly consume pie (17.50%), breadcake (15.25%), fried potatoes (12.50%), toast with cheese (8.75%), hamburger (6.50%) and döner kebab (4.25%). It was also determined that 72.25% of the consumers have never consumed the fried mussels, whereas 67.50 % of them have never consumed the pide (bread which is soft flat cakes) with spinach, the rate was 63.75% for the cooked sheep's chitterlings, 51.50% for pide with sausage, while it was 45.75% for the cheeseburger, 40.25% for the chicken burger, 39.25% for the cold sandwich, 38.75% for the mixed pide, 37.75% for the pide with cheese and 35.50% for the sandwich with chicken. According to the results of this research the beverages mostly preferred by the consumers were cola, ayran (drinks made with yogurt), fresh fruit juice, tea and colour beverages respectively.

GİRİŞ

Toplumların sosyal ve ekonomik yapılarında olan değişikliklere bağlı olarak ortaya çıkan yeni yaşam biçimleri, kendi kurallarını ve değer yargılarını da beraberinde getirmektedir. Bireyin yaşam şekli, besin seçiminde ve tüketiminde önemli rol oynamaktadır. Sanayileşme ve kentleşme ile beraber aile bireylerinin de yoğun olarak iş yaşamına katılımı, insanları ev dışında yemek yemeye itmiştir (BAYRAKTAR ve EREL 1986, ERDEM ve ARSLAN 1989). Günümüzde bu yaşam şekli, kişilerin beslenme alışkanlıklarını değiştirmiş; gıda sektörü, çabuk ve hızlı yemek zorunda kalan insanlar için hazır, yarı hazır ve dondurulmuş besinleri tüketicinin hizmetine sunmuştur (SÜRÜCÜOĞLU ve ÖZÇELİK 1998).

Fast food restoranları, bu soruna hızlı ve standart mönülerle çözüm getirmektedir. Fast Food terimi; ülkemizde hem sokakta satılan ve ayak üstü yenebilen, hem de hızlı hazır yemek sistemi anlamında kullanılmaktadır. Bugün dünyada çok sayıda hızlı hazır yemek sistemi ile çalışan şirketler vardır. Bunların büyük çoğunluğu Amerikan kaynaklı olup, Wimpy gibi İngiliz, Tivoli gibi Türk firmaları da bulunmaktadır. Bu sistemin en büyük özelliği, dünyada zincir işletmeciliği olarak faaliyet göstermesidir. Mönülerine ilk kez hamburgeri olarak başlayan bu sistem, 1950'de işletmeye açılmış, 1955'te ise zincir işletmeciliğe dönüştürülmüştür (MERDOL 1994). Bu sistemde, ilk açılan restoran Mc Donald's olup, daha sonraki yıllarda Burger King ve Kentucky Fried Chicken gibi yıllık satışları milyarlarca dolara varan işletmeler bu sisteme katılmışlardır (SHIELDS ve ELEANOR 1990). Mc Donald's 68 ülkede 14.000 restoranı ile hizmet vermekte ve gelecekte de 1000 restoran daha ilave etmeyi planladığı bildirilmektedir (HOLLINGSWORTH 1994).

Hızlı hazır yemek sisteminde, "hamburger- patates kızartması ve kola"dan oluşan mönü, popüler yemek durumundadır. Bu yüzden, hamburger, pizza, pide, döner, lahmacun gibi yiyecekleri tüketime sunan restoranlar tüketiciler tarafından en sıklıkla gidilen fast food restoranlarıdır. Amerika Birleşik Devletleri'nde, 1993 verilerine göre, en çok tercih edilen fast food ürünleri sırasıyla; pizza, jambonlu sandviç, sosisli sandviç, biftek, hamburger, peynirli makarna, hindili sandviç, spagetti ve peynirli sandviçtir (HOLLINSWORTH 1994).

Bu araştırma fast food restoranlarına yemek yemeye gelen tüketicilerin fast food türü yiyecekleri tercih durumlarını belirlemek için planlanmıştır.

MATERYAL ve METOT

Bu araştırma, Ankara ilinde Kızılay bölgesinde bulunan hamburger, pizza, döner, pide ve lahmacun yapan, beş adet fast food işletmesine yemek yemeye gelen 400 kişi üzerinde Aralık 1996-Mart 1997 tarihleri arasında yürütülmüştür.

Araştırmanın örnekleme, bu restoranlara farklı zamanlarda gelen tüketiciler arasından rasgele örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Araştırma kapsamına giren tüketicilerin %46.75'i erkek (187 kişi), %53.25'i kadındır (213 kişi). Araştırma kapsamına alınan erkek tüketicilerin yaş ortalaması ($X \pm SD$) 26.89 ± 9.91 yılı, kadın tüketicilerin ise 24.91 ± 8.71 yıldır. Araştırma verileri, araştırmaya alınan kişilerle karşılıklı görüşülerek elde edilmiştir. Veri toplamada, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Ev Ekonomisi Yüksekokulu son sınıfında okuyan ve bu konuda eğitilen dört öğrenci görev almıştır.

Anket formunda; tüketicilere ilişkin genel bilgiler, fast food türü yiyecekleri tercih durumları ve bu yiyeceklerin tüketim sıklığını içeren sorular yer almıştır.

Tercih belirtilmesi istenen soruların değerlendirilmesinde karşılaştırmanın daha belirgin olması için $T=3T1+2T2+T3$ formülünden yararlanılmıştır (ŞAHİNKAYA 1983).

ARAŞTIRMA BULGULARI ve TARTIŞMA

Bu bölümde tüketicilere ait genel bilgiler, fast food türü yiyecekleri tercih durumları ve yiyeceklerin tüketim sıklıklarına ilişkin bulgular verilmiştir.

1. Genel Bilgiler

Çizelge 1'de araştırma kapsamına alınan tüketicilerin öğrenim durumları ve yaş gruplarına göre dağılımları verilmiştir.

Çizelge 1. Tüketicilerin Öğrenim Durumları ve Yaş Gruplarının Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet \ Öğrenim Durumu	Erkek		Kadın		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Öğrenci	72	38.50	96	45.07	168	42.00
Yüksekokul mezunu	57	30.48	57	26.76	114	28.50
Lise mezunu	41	21.92	47	22.06	88	22.00
Ortaokul mezunu	11	5.89	7	3.29	18	4.50
İlkokul mezunu	6	3.21	6	2.82	12	3.00
Toplam	187	100.00	213	100.00	400	100.00
Yaş						
< 20	27	14.44	56	26.29	83	20.75
20-24	80	42.78	89	41.78	169	42.25
25-29	31	16.58	27	12.68	58	14.50
30-34	22	11.76	14	6.57	36	9.00
35 +	27	14.44	27	12.68	54	13.50
Toplam	187	100.00	213	100.00	400	100.00

Araştırma kapsamına alınan tüketicilerin %42.00'sinin halen öğrenci, %28.50'sinin yüksekokul mezunu, %22.00'sinin lise mezunu, %7.50'sinin ortaokul ve ilkokul mezunu olduğu belirlenmiştir. tüketicilerin yaş gruplarına göre dağılımları incelendiğinde; tüketicilerin büyük çoğunluğunun (%56.75) 20-29 yaş grubunda olduğu görülmektedir. 20 yaş altı grupta olanların oranı %20.75, 30 yaş ve üzerinde olanların oranı %22.50'dir.

Büyük şehirde yaşayan insanların öğün zamanları ve ana öğün yemekleri çok aksamaktadır. Özellikle öğrenci, memur, esnaf, işçi gibi gün boyunca evinden uzakta olan kişiler çalışma şartları, zaman darlığı gibi nedenlerden dolayı yemeklerini kurum mutfaklarında, restoranlarda, kebab, lahmacun veya diğer fast food servisi yapan lokantalarda yemektirler.

Araştırma kapsamına alınan tüketicilerin fast food restoranlarına gittikleri hafta içi ve hafta sonu öğün saatlerinin dağılımı Çizelge 2'de verilmiştir.

Çizelge 2. Tüketicilerin Fast Food Restoranlarına Gittikleri Öğün Saatlerinin Dağılımı

Hafta içi	<20		20-24		25-29		30-34		35 +		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Sabah (9-10)	-	-	-	-	1	1.73	-	-	2	3.70	3	0.75
Kuşluk (10-12)	3	3.62	4	2.37	-	-	2	5.56	-	-	9	2.25
Öğle (12-14)	41	49.40	78	46.15	31	53.45	25	69.44	28	51.85	203	50.75
İkinci (14-18)	19	22.89	28	16.57	8	13.79	4	11.11	8	14.82	67	16.75
Akşam (18 ve +)	13	15.66	35	20.71	10	17.24	1	2.78	10	18.52	69	17.25
Gitmeyen	7	8.43	24	14.20	8	13.79	4	11.11	6	11.11	49	12.25
Hafta sonu												
Sabah (9-10)	1	1.20	-	-	-	-	-	-	1	1.85	2	0.50
Kuşluk (10-12)	-	-	6	3.55	-	-	-	-	2	3.70	8	2.00
Öğle (12-14)	23	27.71	52	30.77	16	27.59	10	27.78	13	24.07	114	28.50
İkinci (14-18)	24	28.92	39	23.08	21	36.21	5	13.89	14	25.93	103	25.75
Akşam (18 ve +)	24	28.92	57	33.73	15	25.86	11	30.55	20	37.04	127	31.75
Gitmeyen	11	13.25	15	8.87	6	10.34	10	27.78	4	7.41	46	11.50
Toplam	83	100.00	169	100.00	58	100.00	36	100.00	54	100.00	400	100.00

Çizelge incelendiğinde; tüketicilerin hafta içi daha çok öğlen saatlerinde (%50.75), hafta sonu ise en fazla akşam saatlerinde (%31.75) fast food restoranlarına gittikleri görülmektedir. Yaş grupları dikkate alındığında hafta içinde fast food restoranlara gidilen saatler, genel toplamla benzerlik göstermektedir. Hafta sonunda ise 25-29 yaş grubunda en çok gidilen öğünün öğlen (%36.25) olduğu, diğer yaş gruplarında ise akşam öğünü için gidildiği belirlenmiştir.

BAYRAKTAR vd. (1995) yaptıkları çalışmada; tüketicilerin fast food restoranlarına gitmek için çoğunlukla öğle-akşam (14.00-18.00) saatlerini tercih ettiklerini bulmuşlardır. ABD'de çok sayıda tüketicinin fast food restoranlarında yemek yediği bildirmekte olup, tüketicilerin %7.7'sinin kahvaltıda, %48.9'unun öğle, %31.6'sının akşam saatlerinde bu restoranlara gidip yemek yedikleri ortaya çıkarılmıştır (HOLLINGSWORTH 1994).

2. Tüketicilerin Hamburger vb. Yiyecekleri Tercih Durumları

Günümüzde ev dışında yenen yemeklerin büyük çoğunluğu hızlı restoranlarda yenmektedir. Lokantalarda yemek yemenin yanında aileler, telefonla da yiyecek maddesi siparişi vermektedirler. Ayrıca, ev yemekleri yapan yerler de bulunmaktadır. Yapılan bir çalışmada; kadının da çalıştığı ailelerde siparişle yemek isteme oranı %69.1 olarak belirlenmiştir (ÜNSAL ve TERZİOĞLU 1988). Amerikalılar'ın çoğunlukla ev dışında yemek yedikleri belirtilmektedir. Ev dışında yemek yiyenlerin %78.5'i de fast food restoranlarına gitmektedirler. En yaygın olarak tüketilen yiyecekler hamburger, patates kızartması, pizza ve tavuktur. Bu beslenme modeli, Amerikan diyet kültürünün önemli bir bileşeni durumundadır (DAVIDSON et al 1996).

Çizelge 3'de tüketicilerin hamburger vb. yiyecekleri tercih durumları verilmiştir.

Çizelge 3. Tüketicilerin Hamburger vb. Yiyecekleri Tercih Durumları

Yiyecek		Yaş Grubu				
		< 20	20-24	25-29	30-34	35 ve üzeri
Hamburger	1. Tercih	46	91	31	25	25
	2. Tercih	21	34	10	5	5
	3. Tercih	5	25	7	1	9
	Toplam	72	150	48	31	39
	Puan	185	366	113	86	94
Çiğceburger	1. Tercih	7	16	6	3	8
	2. Tercih	18	28	10	4	7
	3. Tercih	16	27	7	5	1
	Toplam	41	71	23	12	16
	Puan	73	131	45	22	39
Tavukburger	1. Tercih	9	14	11	7	8
	2. Tercih	6	39	14	15	11
	3. Tercih	17	39	10	6	14
	Toplam	32	92	35	28	33
	Puan	56	159	71	57	60
Patates Kızartması	1. Tercih	20	42	7	1	8
	2. Tercih	30	55	18	12	27
	3. Tercih	24	47	23	18	12
	Toplam	84	144	48	31	47
	Puan	144	283	80	45	90
Salata bar	1. Tercih	1	6	3	-	5
	2. Tercih	8	13	6	-	4
	3. Tercih	21	31	11	6	18
	Toplam	30	50	20	6	27
	Puan	40	75	32	6	41

Çizelgeden hamburger vb. yiyeceklerin tercih durumları incelendiğinde; tüketiciler tarafından en çok tercih edilenin hamburger (844 puan) olduğu görülmektedir. Hamburger mөнüsünün tamamlayıcısı olan patates kızartması (642 puan) ikinci sırada bulunmaktadır. Bunları sırasıyla tavukburger (403 puan), cheeseburger (310 puan), salata bar (194 puan) izlemektedir.

Bütün yaş gruplarında da en çok tercih edilenin hamburger olduğu, bunu patates kızartmasının izlediği (30-34 yaş grubu hariç) görülmektedir. Hamburger vb. yiyecekler içinde üçüncü olarak tercih edilen yiyeceğin 20 yaş altındakilerde cheeseburger, 20-24, 25-29 ve 35 yaş ve üzerinde tavukburger, 30-34 yaş grubunda patates kızartması olduğu belirlenmiştir.

SAĞLAM (1991)'in 16-18 yaş grubu 600 öğrenci üzerinde yaptığı bir çalışmada; öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun okul kantinlerinde ve kafeteryalarda ayak üstü beslenme ihtiyaçlarını karşıladıkları ve buralarda daha çok hamburger, döner, sandviç, patates kızartması, lahmacun, pide, tost, yaş pasta, tatlı, çikolata türü besinler yedikleri saptanmıştır.

3. Tüketicilerin Et ve Döner Çeşitlerini Tercih Durumları

Döner, ızgara köfte, tavuk, balık ülkemizde fast food şeklinde sıklıkla tüketilen geleneksel yemeklerimizdendir. Kırmızı et ile hazırlanan dönerin yanısıra tavuk döner de ekmek arası ya da pide üzerinde tüketilmektedir. Yine ızgarada pişirilen köfte veya parça etler, midye gibi yiyecekler de ekmek arası yenmektedir.

Çizelge 4'de tüketicilerin et ve döner çeşitlerini tercih durumları verilmiştir.

Çizelgeden görüldüğü gibi; tüketiciler tarafından en çok tercih edilen geleneksel fast food yiyeceği et dönerdir (1009 puan). Bunu, sırasıyla tavuk döner (573 puan), ızgara köfte (398 puan), balık ekmek (286 puan), kokoreç (130 puan), midye tava (75 puan) izlemektedir.

Yaş grupları dikkate alındığında da; midye tava ve kokorecin tüketiciler tarafından çok az tüketildiği belirlenmiştir. Bütün yaş gruplarının en çok tercih edilen et döner olduğu görülmektedir. İkinci olarak tercih edilen yemek tavuk döner olup, sadece 30-34 yaş grubunda ızgara köfte ikinci sırada yer almıştır. Ancak tavuk döner tercih puanı da, ızgara köftenin puanına yakındır.

Ülkemizde yapılan çalışmalarda tüketicilerin gelir ve eğitim düzeylerinin et ürünleri tüketim miktarlarını etkilediği belirlenmiştir (KÖKSAL 1977, TATLIDİL vd. 1993, YALÇIN vd. 1993). Halkımızın beslenme ve tüketim kalıplarını yönlendiren başlıca etmenlerin başında, ailelerin ekonomik durumu, yani satın alma gücü gelmektedir. Tüketilen gıda maddelerinin miktarı ve kalitesi, gelir düzeyi ile pozitif bir korelasyon göstermektedir (HASİPEK ve SÜRÜCÜOĞLU 1998).

Çizelge 4. Tüketicilerin Et ve Döner Çeşitlerini Tercih Durumları

Yaş Grubu		< 20	20-24	25-29	30-34	35 ve üzeri
Yiyecek						
Et döner	1. Tercih	57	108	40	25	28
	2. Tercih	14	29	5	5	7
	3. Tercih	8	17	8	3	8
	Toplam	79	134	53	33	43
	Puan	278	399	138	88	106
Tavuk döner	1. Tercih	12	35	10	5	12
	2. Tercih	34	67	21	11	13
	3. Tercih	14	24	8	4	9
	Toplam	60	126	39	20	34
	Puan	118	263	80	41	71
Balık ekmek	1. Tercih	5	7	2	1	3
	2. Tercih	9	31	14	6	12
	3. Tercih	16	37	14	8	13
	Toplam	30	75	30	15	28
	Puan	49	120	48	23	46
Izgara köfte	1. Tercih	5	12	4	4	6
	2. Tercih	14	33	11	7	12
	3. Tercih	34	65	19	17	16
	Toplam	53	110	34	28	34
	Puan	77	167	53	43	58
Kokoreç	1. Tercih	2	3	2	1	5
	2. Tercih	8	9	4	3	6
	3. Tercih	4	16	5	2	4
	Toplam	14	28	11	6	15
	Puan	26	43	19	11	31
Midye tava	1. Tercih	2	4	-	-	-
	2. Tercih	4	-	3	4	4
	3. Tercih	7	10	4	2	4
	Toplam	13	14	7	6	8
	Puan	21	22	10	10	12

4. Tüketicilerin Pide Çeşitlerini Tercih Durumları

Pide, lahmacun çeşitleri, ülkemizde en yaygın olarak servis edilen geleneksel fast food çeşitleri arasındadır. Son yıllarda, özellikle lahmacun servisi yapan lokanta zincirleri açan işletmeler bulunmaktadır. Bu, yabancı sermayeli fast food restoranlarına karşı, rekabet oluşturması açısından olumlu bir yaklaşımdır.

Tüketicilerin pide çeşitlerini tercih etme durumları Çizelge 5'de olduğu gibidir.

Çizelge 5. Tüketicilerin Pide Çeşitlerini Tercih Durumları

Yaş Grubu Yiyecek		< 20	20-24	25-29	30-34	35 ve üzeri
		Ispanaklı pide		3	12	3
1. Tercih		2	5	2	-	1
2. Tercih		3	3	1	-	6
3. Tercih		8	20	6	4	13
Toplam		16	49	14	12	28
Puan						
Kıymalı pide		33	76	19	12	18
1. Tercih		17	40	12	8	9
2. Tercih		12	20	8	8	8
3. Tercih		62	136	39	28	35
Toplam		145	328	89	60	80
Puan						
Kuşbaşılı pide		4	19	8	7	8
1. Tercih		14	25	7	7	9
2. Tercih		17	25	6	2	7
3. Tercih		35	69	21	16	24
Toplam		57	132	59	37	49
Puan						
Peynirli pide		6	8	4	2	5
1. Tercih		9	32	9	6	7
2. Tercih		12	25	8	5	4
3. Tercih		27	65	21	12	16
Toplam		48	83	39	23	33
Puan						
Karışık pide		11	24	12	6	7
1. Tercih		8	22	9	4	10
2. Tercih		12	35	8	7	5
3. Tercih		31	81	29	17	22
Toplam		61	151	62	33	46
Puan						
Sucuklu pide		6	5	3	1	4
1. Tercih		11	10	8	6	6
2. Tercih		10	20	7	5	11
3. Tercih		27	35	18	12	21
Toplam		50	55	32	20	35
Puan						
Lahmacun		20	24	8	4	6
1. Tercih		22	35	11	5	12
2. Tercih		16	37	19	9	12
3. Tercih		58	96	38	18	30
Toplam		120	179	65	31	54
Puan						
Mantarlı pide		-	1	1	-	-
1. Tercih		-	-	-	-	-
2. Tercih		1	4	1	-	1
3. Tercih		1	5	2	-	1
Toplam		1	7	3	-	1
Puan						

Pide çeşitlerini tercih durumları genel olarak incelendiğinde; tüketiciler tarafından en çok tercih edilen pide kıymalı pide (702 puan) olup, bunu lahmacun (449 puan), karışık pide (353 puan), kuşbaşılı pide (334 puan), sucuklu pide (192 puan), ispanaklı pide (119 puan) izlemektedir. Yaş grupları göz önüne alındığında, kıymalı pidenin, bütün gruplarca en çok tercih edildiği görülmektedir.

5. Tüketicilerin Sandviç Çeşitlerini Tercih Durumları

Çizelge 6'da tüketicilerin sandviç çeşitlerini tercih durumları verilmiştir.

Çizelge 6. Tüketicilerin Sandviç Çeşitlerini Tercih Durumları

Yiyecek		Yaş Grubu				
		< 20	20-24	25-29	30-34	35 ve üzeri
Soğuk sandviç	1. Tercih	15	35	9	5	5
	2. Tercih	6	18	4	5	3
	3. Tercih	10	16	2	2	5
	Toplam	31	69	15	12	13
	Puan	67	157	37	27	26
Sosisli sandviç	1. Tercih	20	36	12	7	9
	2. Tercih	15	30	4	7	6
	3. Tercih	9	13	9	3	7
	Toplam	44	79	25	17	22
	Puan	99	181	53	38	46
Tavuklu sandviç	1. Tercih	9	31	11	10	12
	2. Tercih	9	20	8	5	7
	3. Tercih	12	23	7	8	4
	Toplam	30	74	26	23	23
	Puan	57	156	56	48	54
Peynirli tost	1. Tercih	10	16	10	4	16
	2. Tercih	8	31	4	4	2
	3. Tercih	10	23	7	7	7
	Toplam	28	70	21	15	25
	Puan	56	133	45	27	59
Sucuklu tost	1. Tercih	10	16	5	4	3
	2. Tercih	14	28	12	7	16
	3. Tercih	10	31	11	2	11
	Toplam	34	75	28	13	30
	Puan	68	135	50	28	52
Karışık tost	1. Tercih	5	14	3	3	3
	2. Tercih	13	23	14	4	8
	3. Tercih	17	38	6	8	15
	Toplam	35	75	23	15	26
	Puan	58	126	43	25	40
Kumpir	1. Tercih	14	21	9	3	6
	2. Tercih	18	19	6	4	12
	3. Tercih	15	25	16	6	5
	Toplam	47	65	31	13	23
	Puan	93	126	55	23	47

Tüketicilerin sandviç çeşitlerini tercih durumları Çizelge 6'dan incelendiğinde; sosisli sandviğin (417 puan) en çok tercih edilen sandviç çeşidi olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla tavuklu sandviç (371 puan), kumpir (344 puan), sucuklu tost (333 puan), peynirli tost (320 puan), soğuk sandviç (314 puan) ve karışık tost (292 puan) izlemektedir. Yaş grupları dikkate alındığında 20 yaş altı ile 20-24 yaş grubundakilerin en çok tercih ettikleri çeşidin sosisli sandviç, 25-29 ve 30-34 yaş grubundakilerin tavuklu sandviç, 35 yaş ve üzeri grupta ise peynirli tost olduğu görülmektedir.

6. Tüketicilerin Pastane Ürünlerini Tercih Durumları

Çizelge 7'de tüketicilerin bazı pastane ürünlerini tercih durumları görülmektedir. Çizelgeden, pastane ürünleri arasında en çok tercih edilen yiyeceklerin; yaş pasta (725 puan) ve pizza (480 puan) olduğu, bunları sırasıyla; börek (388 puan), gözleme (344 puan), poğaçaya (302 puan), simit (134 puan) ve kuru pastanın (27 puan) izlediği görülmektedir.

Yaş grupları dikkate alındığında; bütün yaş gruplarınınca pastane ürünleri içinde en çok sevilerek tüketilen yaş pastadır. İkinci olarak tercih edilenin 20 yaş altı, 20-24 ve 25-29 yaş grubunda pizza, 30-34 yaş ile 35 yaş ve üzeri grupta ise börek olduğu belirlenmiştir.

BİRER ve ERSOY (1987)'un yüksekökol öğrencileri üzerinde yaptıkları bir çalışmada; ara öğünlerde öğrencilerin %40.6'sının bisküvi, %32.2'sinin simit-poğaç, %16.6'sının sandviç-tost tükettikleri belirlenmiştir.

Çizelge 7. Tüketicilerin Pastane Ürünlerini Tercih Durumları

Yaş Grubu		< 20	20-24	25-29	30-34	35 ve üzeri
Yiyecek						
Yaş pasta	1. Tercih	50	70	22	15	20
	2. Tercih	14	37	9	3	5
	3. Tercih	10	24	13	7	4
	Toplam	74	131	44	25	29
	Puan	188	308	97	58	74
Börek	1. Tercih	6	8	11	4	15
	2. Tercih	18	36	12	14	11
	3. Tercih	14	38	11	5	6
	Toplam	38	82	34	23	32
	Puan	68	134	68	45	73
Poğaç	1. Tercih	5	17	9	1	3
	2. Tercih	13	19	13	7	12
	3. Tercih	15	30	5	7	12
	Toplam	33	66	27	15	27
	Puan	56	119	58	24	45
Simit	1. Tercih	4	11	-	1	1
	2. Tercih	2	12	3	4	3
	3. Tercih	8	15	2	2	8
	Toplam	14	38	5	7	12
	Puan	24	72	8	13	17
Gözleme	1. Tercih	2	17	2	7	8
	2. Tercih	15	29	12	5	18
	3. Tercih	16	32	13	10	7
	Toplam	33	78	27	22	33
	Puan	52	141	43	41	67
Pizza	1. Tercih	16	43	14	8	5
	2. Tercih	20	35	9	3	5
	3. Tercih	14	28	14	5	17
	Toplam	50	106	37	16	27
	Puan	102	227	74	35	42
Kuru pasta	1. Tercih	-	3	-	-	2
	2. Tercih	1	1	-	-	-
	3. Tercih	6	2	-	-	-
	Toplam	7	6	-	-	2
	Puan	8	13	-	-	6

7. Tüketicilerin Bazı Fast-Food Türü Yiyecekleri Tüketim Sıklıkları

Beslenme kültürümüzde, ayak üstü-hızlı yemek yeme biçimi yüzyıllardır uygulanmakta olan bir servis yöntemidir. Pideciler, kebabçılar, muhallebiciler kişilerin kısa sürede yemek yedikleri yerlerdir. Tablada satılan simit, börek, çörek, seyyar açık/kapalı arabalarda satılan hamur tatlıları, nohutlu pilav ve kuru fasulye, ekmeğ arası ciğer, balık, döner, köfte, ızgara et-şiş gibi bugünkü fast food sistemine benzer uygulamalar çok eskiden beri sürdürülmektedir. (SÜRÜCÜOĞLU ve ÖZÇELİK 1998). Son yıllarda batı kültürünün etkisi ile kebabın yerini hamburger, pide-lahmacunun yerini pizza, sütlü tatlıların yerini pasta ürünleri almaya başlamıştır. Özellikle, çocuk ve gençler arasında bu beslenme biçimi büyük rağbet görmektedir (BAYSAL 1993). Bu yemeklerin servis edildiği restoranların dekor-atmosferi, popüler olması, mönüdeki çeşitlilik ve özel ürünlerin olması gibi etmenler, küçük yaştaki tüketicilerin bu tip restoranları tercihlerinde önemli rol oynamaktadır (BAYRAKTAR vd. 1995).

Çizelge 8. Tüketicilerin Bazı Fast Food Türü Yiyecekleri Tüketim Sıklıkları (%)

	Tüketim Sıklığı							
	Hergün	Haftada	Haftada	15 günde	Ayda bir	Seyrek	Tüket-	Toplam
	%	2,3	bir	bir	%	%	meven	%
Pizza	2.00	6.25	11.75	17.50	15.75	27.00	19.75	100.00
Hamburger	6.50	11.25	18.00	16.00	13.25	20.00	15.00	100.00
Cheese- burger	2.00	4.50	5.25	8.25	13.00	21.25	45.75	100.00
Tavuk burger	2.25	4.75	8.00	9.25	11.00	24.50	40.25	100.00
Patates kızartma	12.50	24.50	15.75	15.25	9.50	12.50	10.00	100.00
Et-döner	4.25	17.00	23.75	21.50	16.00	12.25	5.25	100.00
Tavuk döner	2.50	9.00	18.50	17.50	16.50	19.50	16.50	100.00
Balık ekmek	1.25	3.00	8.25	9.50	10.50	30.00	37.50	100.00
Izg. köfte ekmek	2.50	6.50	12.00	18.75	16.25	24.75	19.25	100.00
Kokoreç	1.25	0.50	5.00	5.75	6.50	17.25	63.75	100.00
Midye tava	1.00	1.75	1.75	2.25	6.25	14.25	72.75	100.00
Ispanaklı pide	0.50	0.25	2.00	5.75	5.25	18.75	67.50	100.00
Kıymalı pide	1.50	4.50	13.75	19.50	24.75	28.75	7.25	100.00
Kuşbaşı pide	1.25	3.50	5.25	9.75	16.00	30.00	34.25	100.00
Peynirli pide	1.00	1.50	6.00	9.50	16.25	28.00	37.75	100.00
Sucuklu pide	1.00	1.00	4.50	7.50	12.25	22.25	51.50	100.00
Karışık pide	-	3.00	6.00	11.50	15.25	25.50	38.75	100.00
Lahmacun	3.00	10.25	12.50	21.75	18.75	20.75	13.00	100.00
Soğuk sandviç	2.25	7.00	9.50	10.75	9.50	21.75	39.25	100.00
Sosisli sandviç	1.50	8.50	9.00	13.50	11.50	23.00	33.00	100.00
Tavuklu sandviç	1.25	6.00	7.25	11.50	13.00	25.50	35.50	100.00
Peynirli tost	8.75	13.75	14.00	10.50	10.25	18.00	24.75	100.00
Sucuklu tost	5.50	12.25	12.25	13.50	10.00	20.50	26.00	100.00
Karışık tost	4.50	10.00	13.75	11.00	11.50	19.00	30.25	100.00
Kumpir	1.50	4.50	9.75	13.25	16.25	24.00	30.75	100.00
Yaş pasta	5.25	10.25	16.75	19.75	17.25	18.50	12.25	100.00
Börek	6.25	16.00	13.00	18.75	11.25	17.50	17.25	100.00
Poğaç	17.50	18.25	16.25	9.75	8.50	15.75	14.00	100.00
Gözleme	3.50	11.75	15.00	13.75	15.50	22.25	18.25	100.00
Simit	15.25	21.75	10.75	11.50	4.50	20.00	16.25	100.00

Bazı fast food çeşitlerinin tüketim sıklıkları Çizelge 8'den incelendiğinde; pizza, hamburger grubunda tüketicilerin %45.75'i cheeseburgeri, %40.25'i tavukburgeri, %19.75'i pizzayı hiç tüketmediklerini belirtmişlerdir. Bir hafta içinde en çok tüketilen (hergün+haftada 1+haftada 2-3) çeşitlerin sırasıyla; patates kızartması (%52.75), hamburger (%35.75), pizza (%20.00) olduğu belirlenmiştir. Özellikle tüketicilerin %12.50'si patates kızartmasını, %6.50'si hamburgeri hergün tükettiklerini belirtmişlerdir.

WYNE et al (1994) tarafından, Güney Kore'de fast food türü yiyeceklerin tüketim sıklığını belirlemek için yapılan bir araştırmada; kişilerin geleneksel fast food yiyecekleri daha sıklıkla tükettikleri belirlenmiş olup, batıya özgü fast food türü yiyeceklerden en sık tüketilenlerin sosisli sandviç, hamburger, patates kızartması olduğu saptanmıştır.

Ekmek arası yenilenler arasında en çok tüketilen geleneksel fast food yiyeceklerin et ve tavuk döner olduğu görülmektedir (Çizelge 8). Bir hafta içinde en sık tüketilen yiyecekler et döner (%45.00), tavuk döner (%30.00), ızgara köfte (%21.00); en az tüketilenler ise balık ekmek (%12.50), kokoreç (%6.75) ve midye tava-dır (%4.50).

Tüketicilerin %67.50'si pide çeşitleri içinde ıspanaklı pideyi, %51.50'si sucuklu pideyi hiç tüketmemektedir (Çizelge 8). Bir hafta içinde en sık tüketilen pide çeşitlerinin lahmacun (%25.75), kıymalı pide (%19.75) ve kuşbaşıli pide (%10.00) olduğu görülmektedir.

Sandviç türü yiyecekler içinde; en çok tüketilenler peynirli tost, sucuklu tost ve karışık tosttur. Soğuk sandviçi hiç tüketmeyenlerin oranı %39.25, tavuklu sandviçi tüketmeyenlerin oranı %35.50 olup, sosisli sandviç için ise bu oran %33.00 olarak belirlenmiştir. Bir hafta içinde en sık tüketilen sandviç ve tost çeşitleri için tüketim sıklığı incelendiğinde; tost çeşitlerinin, sandviç çeşitlerine göre daha çok tüketildiği görülmektedir. Tüketim sıklığına göre en çok tüketilenler sırasıyla peynirli tost (%36.50), sucuklu tost (%30.00), karışık tost (%28.25), sosisli sandviç (%19.00), soğuk sandviç (%18.75) ve tavuklu sandviç (%14.50).

YÜCECAN vd. (1993); Ankara'da beş ayrı yaz okuluna devam eden 10-18 yaş grubu öğrenciler üzerinde yaptıkları bir çalışmada; öğün aralarında öğrencilerin %28.3'ünün sandviç-tost, %27.8'inin bisküvi-kurabiye-kek, %20.9'unun simit, %10.00'unun börek-gözleme tükettiklerini belirlemişlerdir. ELMACIOĞLU (1996) hızlı hazır yemek sisteminde önceliklerin belirlenmesi üzerine yaptığı bir araştırmada; tüketicilerin %10.9'unun soslu hamburger, %10.7'sinin döner-ekmek, %10'unun gözleme, %8.7'sinin köfte-ekmek, %8.1'inin patates tava, %7.5'inin sucuk ekmek aldıklarını saptamıştır.

Çizelge 8'den de görüldüğü gibi tüketicilerin yaş pasta, börek, poğaçaya gibi pastane ürünleri içinde bir haftada en çok tükettikleri çeşitlerin; %52.00 oranıyla poğaçaya, %47.75 oranıyla simit ve %32.25 oranıyla börek olduğu bulunmuştur. Bu grup içinde poğaçaya ve simit gibi ürünlerin tüketiminin yüksek olması öğrenci ve çalışan kişilerin kahvaltı yapmadan evden ayrılmaları nedeniyle iş yerlerinde çay-simit ve çay-poğaçaya gibi yiyecekleri tüketmelerinden kaynaklanabilir.

Kolalı içecekler, özellikle batı tarzı fast food münülerin tamamlayıcısı durumundadır. Bu grup içecekler, beslenme uzmanları tarafından boş kalori kaynağı olarak kabul edilmektedir. Besleyici değeri yüksek olan süt-ayran, taze sıkılmış meyve suyu gibi içeceklerin tercih edilmesi sağlıklı beslenme açısından yararlı olacaktır.

Bu araştırmanın sonuçlarına göre genel toplamda en çok tercih edilen içeceklerin sırasıyla kola (785 puan), ayran (388 puan), taze sıkılmış meyve suyu (273 puan), çay (191 puan), renkli meşrubat (160 puan), neskafe (113 puan), hazır meyve suyu (112 puan) olduğu belirlenmiştir. SAĞLAM (1991) da 16-18 yaş grubu gençler üzerinde yaptığı bir çalışmada en çok tercih edilen içeceğin kola olduğunu, bunu süt-ayran, taze meyve suyu, konserve meyve suyunun izlediğini bulmuştur. YÜCECAN vd. (1993); 10-18 yaş grubu çocuk ve gençlerin beslenme alışkanlıklarını saptamak için yaptıkları bir araştırmada; deneklerin %60.9'unun kolalı ve sade meşrubatlar, %47.8'inin ayran-süt, %31.3'ünün taze meyve suları, %12.8'inin çay, neskafe-kakaolu içecekleri tükettiklerini belirlemişlerdir.

KAYNAKLAR

- BAYRAKTAR, M., S. EREL. 1986. "Ailede Kadının Rolü" Kavramının Evli Kadınlar ve Erkekler Açısından Karşılaştırmalı Analizi. *Ev Ekonomisi Dergisi* 1(1); 3-8.
- BAYRAKTAR, M., BABEKOĞLU, Y., M. SALMAN. 1995. Tüketicilerin Fast Food Restoran Tercihlerini Etkileyen Faktörler. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayın No: 1400, Bilimsel Araştırma ve İncelemeler: 780, Ankara, 49 sayfa.
- BAYSAL, A. 1993. Türk Yemek Kültüründe Değişmeler, Beslenme ve Sağlık Yönünden Değerlendirmeler. *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar. Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları No:3*, Ankara, 12-21 sayfa.
- BİRER, S., G. ERSOY. 1987. Metropoliten Bir Kentte Spor Yapan ve Yapmayan Üniversiteli Kız Öğrencilerin Beslenme Bilgi ve Alışkanlıkları. *Beslenme ve Diyet Dergisi* 16:153-170.
- DAVIDSON, M., KONG, J.C., DRENNAN, K.B., STORY, K., H. ANDERSON. 1996. Efficacy of the National Cholesterol Education Program Step 1 Diet. *Arch. Intern. Med.* 156(12); 305-312.
- ELMACIOĞLU, F. 1996. Hızlı Hazır Yemek Sisteminde (Fast Food) Önceliklerin Belirlenmesi. *Beslenme ve Diyet Dergisi* 25 (1): 30-34.
- ERDEM, C., P. ARSLAN: 1989. Adölesanlarda Sosyo-Ekonomik Düzeye Göre Hazır Et Ürünlerinin Tüketim Sıklığı, Ürünlerin Protein, Yağ ve Boya Maddesi Yönünden Analizleri. *Beslenme ve Diyet Dergisi* 18: 177-183.
- HASİPEK, S., M.S. SÜRÜCÜOĞLU. 1998. Beslenmede Tüketim Kalıplarının Değişimi ve Hayvansal Ürün Talebi. Hayvansal Üretimi Artırmada Yeni Yaklaşımlar Sempozyumu, Ankara, 7-9 Ocak 1998. T.C. Ziraat Bankası Kültür Yayını No:34. 303-317 sayfa.
- HOLLINGSWORTH, D. 1994. Food Service in the Fast Lane. *Food Technology* 48(9): 133-138.
- KÖKSAL, O. 1977. Türkiye'de Beslenme. Türkiye 1974 Beslenme-Sağlık ve Gıda Tüketimi Araştırması. Hacettepe Üniversitesi. Aydın Matbaası, Ankara, 566 sayfa.
- MERDOL, T.K. 1994. Dünyada ve Türkiye'de Fast Food Türleri. Hızlı Hazır Yemek Sistemi. Hizmet İç Eğitim Semineri. Ankara. 17-18 Kasım 1993, Sayfa 9-12, Türkiye Diyetisyenler Derneği Yayını: 6. Sinem Ofset, 9-12 sayfa.
- SAGLAM, F. 1991. Hızlı Hazır Yemek Sistemi (Fast Food) Üzerinde Bir Araştırma. *Beslenme ve Diyet Dergisi* 20; 187-197.
- SHIELDS, E., Y. ELEANOR. 1990. Fat in Fast Foods-Evolving Changes. *Nutrition Today* 25(2): 32-35.
- SÜRÜCÜOĞLU, M.S., A.Ö. ÖZÇELİK. 1998. Fast Food Yiyeceklerin Besin Değerleri. *Ekin Dergisi* 2(5); 98-101.
- ŞAHİNKAYA, R. 1983. Diyarbakır İli Merkez Köyleri'nde Ailelerin Kültürel ve Ekonomik Durumları. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları: 889, Bilimsel Araştırma ve İncelemeler: 524, Ankara. 72 sayfa.
- TATLIDİL, F., GÜLÇUBUK, B., H. ÇELİK. 1993. Farklı Gelir Düzeyindeki Ailelerin Tavuk Eti Tüketimi ve Bunu Etkileyen Faktörler. Uluslararası Tavukçuluk Kongresi, 13-14 Mayıs 1993, İstanbul. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Baskı Ofset Ünitesi, Ankara, 448-458 sayfa.
- ÜNSAL, A., G. TERZİOĞLU, 1988. Ailelerin Beslenme İdaresine İlişkin Davranışları. *Gıda* 13(6): 447-453.
- WYNE, M., LEE, M.J., S.J., MOON. 1994. Fast-Food Consumption in South Korea. *Journal of Consumer Studies and Home Economics* 18; 279-291.
- YALÇIN, S., AKTAŞ, N., HASİPEK, S., Ç. KOÇAK. 1993. Piliç Üretimini Geliştirilmesi Açısından İç Tüketimin İncelenmesi ve İrdelenmesi. Uluslararası Tavukçuluk Kongresi. 13-14 Mayıs 1993. İstanbul. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Baskı Ofset Ünitesi, Ankara, 164-177 sayfa.
- YÜCECAN, S., PEKCAN, G., AÇIK, S., BAYSAN, M., RAKICIOĞLU, N., OĞUZ, N., KARABUDAK, E., NURSAL, B., EROĞLU, G., E. AKAL. 1993. Ankara'da Yaz Okullarına Devam Eden Çocuk ve Gençlerin Beslenme Alışkanlıkları. *Beslenme ve Diyet Dergisi* 22(2): 179-194.