



Antalya ilinde hanehalklarının ev dışı gıda tüketimi ve tüketici eğilimleri

Determining of household consumption level of food away from home in Antalya province

Semra GÖNÜL¹ , Bahri KARLI¹ 

¹Isarta University of Applied Sciences, Faculty of Agriculture, Department of Agricultural Economics, Isarta, Turkey.

MAKALE BİLGİSİ / ARTICLE INFO

Makale tarihçesi / Article history:

DOI: [10.37908/mkutbd.618516](https://doi.org/10.37908/mkutbd.618516)

Geliş tarihi /Received: 11.09.2019

Kabul tarihi/Accepted: 17.10.2019

Keywords:

Out-of-home food consumption,
Consumption habits, Income, Antalya

✉ Corresponding author: Semra GÖNÜL

✉: semragonul@hotmail.com

Ö Z E T / A B S T R A C T

Aims: In this study, attitudes and behaviors of households in different income groups (1-5000 TL, 5001-10000 TL, and 10001 TL and over) in the central districts of Antalya Province (Konyaaltı, Kepez, Muratpaşa, Döşemealtı) were analyzed.

Methods and Results: The data were obtained by face to face questionnaires and a total of 384 people were interviewed. The data of the survey were evaluated in SPSS 22.0 package program. As a result of the study, the average household size was 2.9 people. The reasons why families prefer food outside the home were: deliciousness (54.40%), having a good time with friends (48.20%), desiring to eat in different environment (46.90%), preference of children (36.70%), being economical (34.10%), high nutritional value (30.20%) and habit (13.80%).

Conclusions: It was found that children are the most effective individuals in family decision making in out-of-home food consumption and that the average monthly fee for consumers is 207.55 TL.

Significance and Impact of the Study: Turkey's fifth-largest city, as well as being an important tourism center in Antalya province, when its population and society's structure considered examination of food consumption outside the home increases the importance of the study.

Atif / Citation: Gönül S, Karlı B (2020) Antalya ilinde hanehalklarının ev dışı gıda tüketimi ve tüketici eğilimleri. *MKU. Tar. Bil. Derg.* 25(1) : 10-19. DOI: 10.37908/mkutbd.618516

GİRİŞ

Beslenme; insanın büyümesi, gelişmesi, üretken olması ve sağlıklı bir yaşamın devam etmesi için gerekli olan besin değerlerinin yeterli ve dengeli miktarlarda alınmasıdır (Dölekoğlu, 2004).

İlkel toplumdan günümüze insanların beslenme şekilleri, bağlı oldukları kültürlerine, coğrafyalarına ve sosyal statülerine göre farklı yönlerde değişerek kümülatif bir şekilde ilerleme göstermiştir. İlkel devirlerde insanoğlu avcılık ve toplayıcılık ile beslenme ihtiyacını karşılamıştır. Avladıkları hayvanları ve topladıkları bitkileri çiğ olarak tüketmekte iken, ateşin keşfedilmesiyle birlikte pişirerek tüketmeye başlamışlardır. Daha sonraki dönemlerde ise insanoğlu tohumu keşfederek tarıma yönelmiş ve yerleşik hayata geçmiştir. Yerleşik hayatın getirmiş olduğu nüfus artışı ve buna bağlı olarak tüketimin

artması, üretimde ve tüketimde bireysellikten kitleliliğe geçişe neden olmuştur. Böylelikle sanayi dönemi başlamış ve insanlar artık bireysel üretim ve tüketim yerine kitleli üretim ve tüketime geçmiştir. Sanayi dönemine bağlı olarak gelişen teknolojiyle birlikte bilgi ve teknoloji dönemine geçilmesi insanların hayatlarında çok hızlı bir değişime neden olmuştur. Tüm bu değişimlerle birlikte insanoğlunun yaşam şekli, şartları ve buna bağlı olarak da beslenme alışkanlığı köklü bir değişime uğramıştır.

Yaşam şeklinin değişikliği insanoğlunun beslenme ihtiyacını değiştirdiği kadar, hayat şartlarını ve diğer ihtiyaçlarını da değişime uğratmıştır. Her geçen gün ağırlaşan hayat şartları, aile bireylerinin çoğunu çalışmak zorunda bırakmıştır. Çalışma hayatında teknolojinin gelişmesiyle birlikte insanların iş yükü artmış, kendilerine ayırdıkları zaman azalmıştır. Artan bu hayat temposu

karşısında insanların en önemli sorunu zaman ve beslenme ihtiyacını karşılamak olmuştur. Bu da insanları zamanı etkin kullanma konusunda beslenme ile ilgili ihtiyaçlarını karşılar, ev dışı gıda tüketimine yöneltmiştir. Bu yönelme, ev dışı gıda sektörünün de her geçen gün büyümesine ve gelişmesine öncülük etmiştir. Günümüzde insanlar artık yoğun yaşam tempoları nedeniyle evlerde yemek pişirmek yerine dışarıda yemek yemeyi, hazır ve dondurulmuş gıdalarla beslenmeyi tercih etmektedir. Beslenme alışkanlıklarındaki değişikliklerin farkında olmak ve bunların hem ekonomik hem sosyo-demografik faktörler hem de sağlık ile olan ilişkilerini belirlemek, beslenme alışkanlıklarının nedenlerini ve sonuçlarını ortaya koymada önemli ölçüde katkı sağlamaktadır (Önder ve ark., 2000).

İnsan hayatının devam edebilmesi için en önemli ihtiyaçlarından birisi gıdadır. Gıda, bitkisel ve hayvansal ürünlerden karşılanmaktadır (Onurlubaş, 2011). İnsan sağlığı açısından yeterli ve dengeli beslenme önemli olduğu için, çalışma hayatının yoğunluğu ve diğer etmenler nedeniyle; insanlar hazır gıda tüketimine yönelmektedir (Topuzoğlu ve ark., 2007). Günümüzdeki ekonomik ve sosyal şartlardaki değişim ve insanların yaşam biçimindeki dönüşüm; gıda sektörü ve beslenme alışkanlıklarında da değişimi zorunlu kılmıştır. Dolayısıyla, bu dönüşüm ve değişim sonucu gıda ürünleri üretimi ve tüketimi de farklı bir boyut kazanmıştır (Mutlu ve Yurdakul, 2008).

Hem ekonomik hem sosyal hem de sağlık alanındaki değişim ve dönüşümlere bağlı olarak; tüketim boyutu olan araştırmalar daha da önem kazanmaya başlamıştır. Gelişmekte olan ülkelerde; nüfusun hem nitelik hem nicelik bakımından değişmesi, kentleşme oranının artması, insanların gelir düzeyinin yükselmesi, kadınların iş hayatına katılımının giderek artması ve gıda sektöründeki pozitif gelişmeler; toplumu tüketimi kolay ürünlere yöneltmiştir. Dolayısıyla, toplu tüketim yerlerinin sayısında ve niteliğinde de önemli artışlar ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda, turizm sektörü gibi hizmet sektörlerinin büyümesi ve sosyo-ekonomik faktörlerin etkisiyle de tüketimin yapısı değişime uğramıştır (Balci, 2001).

Hanehalkının tüketim harcamalarını etkileyen faktörler dört grupta ele alınmaktadır. Bunlar; ekonomik, psikolojik, demografik ve sosyal faktörlerdir. Ekonomi, tüketim harcamalarını etkileyen en önemli faktördür. Ölçülebilen ekonomik faktörler içerisinde çeşitli değişkenler yer almaktadır. Temel değişken gelir olmakla birlikte, gelir dağılımı, fiyat ve fiyat beklentileri, faiz oranları, vergi oranları, servet, geçmiş tüketim, tüketici kredileri, ekonomik kriz, konjonktürel dalgalanma ve diğer ekonomik bulgular yer almaktadır. Gelir seviyesi

tüketim harcamalarının en etkili belirleyicisi olarak kabul edilmiştir. Tüketim harcamaları üzerine etkisinin olduğu kabul edilen diğer değişken demografik faktörlerdir. Tüketicilerin satın alma kararlarını önemli oranda belirlemeye bu faktörler; gelir, meslek, yaş ve cinsiyettir. Tüketici davranışını en çok etkileyen bilim dallarından biri olduğu bilinen psikolojide algılama, öğrenme, benlik, kişilik ve tutum gibi birçok çok konunun tüketici davranışlarını etkilediği düşünülmektedir (Koç, 2007). Bir toplumda tüketicilerin tercihlerine uygun mal ve hizmet üretilirken, tüketiciler bunların içerisinde arzu ve isteklerine uygun olanlarını seçmektedirler. Dolayısıyla tüketicilerin zevk ve tercihleri, tüketici davranışlarının en önemli unsurlarıdır (Türkbal, 1983).

Gün geçtikçe yiyecek-içecek hizmeti veren sektörlerin ürettikleri ürün ve hizmetleri artarken, bunların tüketiciler tarafından tüketim oranı da artmaktadır. Dışarıda yemek yeme olgusu, temelde ev dışı yiyecek-içecek tüketiminin tamamını ifade eder ve bu olgu, günümüz yiyecek-içecek hizmetleri endüstrisinin varoluş sebebidir. Ekonomik gelişme, tüketicilerin satın alma davranışlarını belirlemede önemli faktörlerden biridir. Engel Kanununa göre, gelir düzeyinde artış yaşanması, elde edilen gelirden gıda harcamalarına ayrılan payın azalmasına neden olmaktadır.

Engel Kanununa göre, gıda harcamalarının gelir düzeyindeki payının azalmasına rağmen kişiler kalori başına ödedikleri ücreti artırmakta ve harcamaları ev dışı gıda tüketimine yönlendirmektedir. Demografik değişimler ve gelir düzeyindeki artışın, gıda tüketim miktarını arttırmaktan ziyade daha kaliteli gıda tercihinin neden olduğu belirlenmiştir. Yüksek gelir grubunda yer alan ailelerin daha düşük gelir grubunda yer alan ailelere göre ev dışı gıda tüketimi daha fazla olmakla birlikte, öğün başına ayırdıkları ücret miktarı da daha fazla olmaktadır. Eğitim düzeyindeki artışlar, gelir düzeyindeki iyileşmeler, talep edilen ürünlerin çeşitlenmesi ve farklılaşması, rekabetin ortamının etkisiyle tüketiciye yönelik faaliyetlerin artması, geleneksel aile tanımının değişmesi, sosyal sınıf ve statü farklılığının ortaya çıkardığı yaşam tarzı ile zaman faktörünün giderek artan önemi; hazır gıda tüketme alışkanlığını yaşamın bir parçası haline getirmiştir. Türk toplumunda yapısal ve sosyal değişimlerin meydana gelmesi beraberinde yeni yaşam şekillerinin oluşmasına da neden olmuştur. Aile bireylerinin yoğun bir şekilde iş yaşamına katılması ve kadınların çalışma oranının gittikçe artması; bireylerin yaşam tarzının ve tüketim alışkanlıklarının değişmesinde önemli rol oynamaktadır (Özdemir, 2010). İnsanlar çeşitli amaçlarla dışarıda yemek yemeyi tercih etmektedirler. Yalnızca zamandan tasarruf etmek için değil aynı zamanda dışarıda yemek yemenin daha ucuz olması,

farklı lezzetler araması da etkili faktörler arasında sayılabilir.

Hanehalklarının ev dışı gıda tüketimine yönelik tutum ve davranışlarını inceleyen çalışmalar son yıllarda ağırlık kazanmıştır. Bu çalışmalar birincil ve ikincil verilere dayanmaktadır. Yapılan çalışmalar, ailelerin demografik özellikleri ve ekonomik durumları dikkate alınarak; farklı istatistikî yöntemler kullanılarak analiz edilmiştir. Bu çalışmalardan bazıları Koç ve ark. (1996), Elmacioğlu (1996), Özçelik ve Sürücüoğlu (1998), Seçkin (1999), Uçar (2000), Çabuk ve Şengül (2000), Sürücüoğlu ve Çakıroğlu (2000), Özcan ve ark. (2001), (2002) Gül ve ark. (2003), Abdulai ve Auber (2004), Dölekoğlu ve Yurdakul (2004), Akbay (2005), Akbay ve Boz (2005), Koçbek (2005), Lee ve Tan (2006), Ekeyılmaz (2006), Kahraman (2006), Ma ve ark. (2006), Bai ve ark. (2008), Çakır ve ark. (2010), Özdemir (2010), Demir (2011), Koçak (2015), Onurlubaş ve ark. (2015), Kutluay Tutar ve Yazırlı (2016), Karakayacı ve ark. (2018), Akbay (2018) olup; ev dışı gıda tüketim konusunun farklı disiplinler altında incelendiğini göstermektedir.

Bu çalışma, Türkiye'nin beşinci büyük şehri olmasının yanında önemli bir turizm merkezi olan Antalya ilinde hanehalklarının gıda tüketim yapısı içinde ev dışı tüketim alışkanlığının ne düzeyde olduğunu belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada hanehalklarının ev dışında gıda tüketim durumları, tüketiyorlarsa derecesi ve tüketim kararı üzerine etkili olan faktörlerin araştırılması amaçlanmıştır. Ev dışında gıda tüketenlerin; ne sıklıkta, hangi öğünlerde, nerelerde tükettikleri ve tüketim kararlarında etkili kişinin kim olduğu belirlenmiştir. Antalya ilinde ev dışı gıda tüketiminin incelenmesi gerek nüfus gerekse toplumun yapısı düşünüldüğünde çalışmanın önemini arttırmaktadır.

MATERYAL ve YÖNTEM

Materyal

Araştırmada birincil veriler kullanılmıştır. Birincil veriler Antalya ili merkez ilçelerdeki (Döşemealtı, Kepez, Konyaaltı ve Muratpaşa) hanehalklarından yüz yüze görüşme yapılarak anket yöntemi ile elde edilmiştir. Ayrıca, istatistikî verilerden ve konu ile ilgili araştırma sonuçlarından da yararlanılmıştır.

Yöntem

Araştırmada kullanılan verilerin temin edildiği örnek, hanehalklarının belirlenmesindeki anakitleyi Antalya ili merkez ilçelerdeki hanehalkları oluşturmuştur. Çalışmada örnek sayısının belirlenmesinde "Anakitle Oranlarına Dayalı Basit Tesadüfi Olasılık Örneklemesi Sonlu Anakitle" (Miran, 2002) formülünden

yararlanılmıştır. Örneklemeye için aşağıdaki örnek hacmi formülü kullanılmıştır.

Anket yapılacak örnek işletme sayısının belirlenmesinde tabakalı örneklemeye yönteminden "Neyman Yöntemi" kullanılmıştır (Yamane, 2001). Buna göre ana kitleyi temsil edecek örnek sayısı aşağıdaki formülle hesaplanmıştır.

$$\frac{Np(1-p)}{(N-1)\sigma_{px}^2 + P(1-P)}$$

N büyüklüğündeki sonlu bir anakitle için, belli bir özelliği taşıyanların bilinen veya tahmin edilen oranına (p) göre örneklemeye yapmak istenilirse, örnek hacmi formülü yukarıdaki gibi olacaktır. Burada p, üzerinde çalışıldığı özelliğin anakitledeki oranı veya rastlanma olasılığıdır. p, daha önceki araştırma veya deneyimlerden elde edilebileceği gibi, sezgisel olarak da tahmin edilebilir. Maksimum örnek hacmine ulaşabilmek için p=0.5 alınmalıdır. P'nin, 0.5'ten daha az ve daha yüksek değerleri, örnek hacmini düşürmektedir. Bu nedenle p'nin bilinmediği durumlarda maksimum örnek hacmiyle çalışmak olası hatayı azaltacağından p=0.5 alınması önerilebilmektedir. Gerçek oran ne olursa olsun, bunun istenen herhangi bir olasılık düzeyinde güven aralığının, örnek oranının iki tarafında belli bir r oranından daha fazla uzamaması istenmektedir. Bu durumda, parametresi: =r formülü ile ifade edebilmektedir (Miran, 2002).

Örnek sayısı %95 güven aralığında ve %5 hata payında 384 olarak belirlenmiştir. Belirlenen 384 örnek işletme, aile gelir grupları itibariyle; 0-5000 TL (I. gelir grubu), 5001-10.000 TL (II. gelir grubu) ve 10.001 TL'den büyük olmak üzere (III. gelir grubu) üç gruba ayrılmıştır. Bu büyüklük grupları ve ortalamalar dikkate alınarak analizler yapılmıştır.

Örneklemeye sonucunda elde edilen örnek sayıları mahallelere dağıtılmıştır. Bu dağılıma göre; Döşemealtı ilçesindeki mahallelerden toplam 15, Kepez ilçesindeki mahallelerden 148, Konyaaltı ilçesindeki mahallelerden 60 ve Muratpaşa ilçesindeki mahallelerden 161 aile ile görüşme yapılmıştır.

Uygulanan anket çalışmasında; Antalya ilini temsil eden 4 ilçeden toplanan verilerle hanehalklarının gelir, tüketim ve ev dışı tüketim eğilimleri ile ilgili sorular bulunmaktadır. Ankette hanehalklarına; yaş, meslek, öğrenim durumu gibi demografik soruların yanı sıra; anket yapılan kişinin geliri, eşinin geliri, aylık gelir, aylık gıda harcaması tutarı gibi ekonomik içerikli sorular da yöneltilmiştir.

Araştırmada elde edilen veriler, hanehalkları için; ortalama ve oransal değerler ile değişkenler arasındaki çapraz ilişkiler kurularak analiz edilmiştir. Ayrıca çalışmada hanehalklarına ilişkin veriler, çeşitli tanımlayıcı istatistikler ile ortaya konulmuştur. Anket çalışmaları 1 Ekim - 30 Kasım 2018 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

BULGULAR ve TARTIŞMA

Antalya ilinde ortalama hane büyüklüğü 2018 yılında 3.1 kişi iken (Anonim, 2019), görüşme yapılan kişilerin ortalama hane büyüklüğü 2.9 olarak hesaplanmıştır. Görüşülen kişilerin %60.42'si şehirde, %27.34'ü ilçede ve %12.24'ü köyde doğmuştur (Çizelge 1). Gelir grupları ile doğum yerleri arasında istatistiki bir ilişki yoktur. Sağlıkler (2010)'in yaptığı bir çalışmada bireylerin %75.51'inin şehirde, %13.65'inin ilçede ve %10.84'ünün de köyde doğduğu belirlenmiştir.

Çizelge 1. Tüketicilerin doğum yerlerine göre dağılımı

Doğum Yeri	Gelir Grubu I	Gelir Grubu II	Gelir Grubu III	Ortalama
	(1-5000 TL)	(5001-10000 TL)	(10001- + TL)	
	Oran (%)			
Şehir	54.04	68.15	62.07	60.42
İlçe	30.30	23.57	27.59	27.34
Köy	15.66	8.28	10.34	12.24
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

($\chi^2:8.339$, $P>0.05$)

Gelir grubuna göre insanların ikamet şekilleri irdelendiğinde, bireylerin; %57.55'inin mülk sahibi olduğu, %38.02'sinin kirada oturduğu, %4.43'ünün ise diğer (akraba evinde, lojman vb.) şekillerde barındıkları

belirlenmiştir (Çizelge2). Gelir grupları ile ikamet şekli arasında istatistiki bir ilişki olmadığı saptanmıştır.

Çizelge 2. Tüketicilerin ikamet şekilleri

İkamet şekli	Gelir Grubu I	Gelir Grubu II	Gelir Grubu III	Ortalama
	(1-5000 TL)	(5001-10000 TL)	(10001- + TL)	
	Oran (%)			
Kira	41.92	35.03	27.59	38.02
Mülk	53.54	60.51	68.97	57.55
Diğer	4.55	4.46	3.45	4.43
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

($\chi^2:3.510$, $P>0.05$)

Araştırma kapsamında görüşülen kişilerin gelir seviyelerine göre medeni durumları incelendiğinde, ortalama verilere göre; %70.83'ünün evli, %24.74'ünün bekar ve %4.4'ünün boşanmış olduğu görülmektedir. En yüksek gelir grubu olan III: grupta evlilik oranının en yüksek (%86.21) olduğu ve katılımcılar içerisinde hiç boşanmış birey olmadığı belirlenmiştir (Çizelge 3). Analiz sonuçlarına göre tüketicilerin gelirleri ile medeni

durumları arasında istatistiksel olarak fark bulunmuştur. Gelir grubu arttıkça, evli olma oranı artmakta; buna karşın gelir düzeyi azaldıkça boşanma ve/veya bekâr olma oranı artmaktadır. Türkiye genelinde yapılan bir çalışmada, tüketicilerin; %74.70'i evli, %20.10'u bekar ve, %5.20'si boşanmış olarak bulunmuştur (Onurlubaş ve ark. 2015).

Çizelge 3. Tüketicilerin medeni durumları

Medeni Durum	Gelir Grubu I	Gelir Grubu II	Gelir Grubu III	Ortalama
	(1-5000 TL)	(5001-10000 TL)	(10001- + TL)	
Oran (%)				
Bekâr	30.3	19.75	13.79	24.74
Evli	62.12	78.98	86.21	70.83
Boşanmış	7.58	1.27	0.00	4.43
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

(χ²:19.269, P<0.05)

Tüketicilerin aile içindeki statüleri incelenmiş ve bireylerin ortalama; %61.98'i aile reisi, %25.52'si ev hanımı, %12.50'si ise evin çocuğu statüsünde olduğu bulunmuştur (Çizelge 4). Demir (2011)'in Aydın ili Nazilli ilçesinde yapmış olduğu benzer çalışmada ailelere hanehalkı reisini seçme seçeneği verilmiş ve araştırma sonucunda, hanehalkı reisinin erkek birey olduğu tespit

edilmiştir. Bu çalışmada ise hanehalkı reisi erkek birey ve hanehalkı reisinin eşi bayan birey olarak yer almıştır. Her iki çalışma sonucunda da benzer cevaplar verilmiştir. Görüşülen tüketicilerin aile içerisindeki statüsü ile gelirleri arasında istatistiki açıdan önemli farkın olmadığı saptanmıştır.

Çizelge 4. Tüketicilerin aile içindeki statüleri

Aile İçi Statü	Gelir Grubu I	Gelir Grubu II	Gelir Grubu III	Ortalama
	(1-5000 TL)	(5001-10000 TL)	(10001- + TL)	
Oran (%)				
Aile reisi	63.64	59.87	62.07	61.98
Ev hanımı	26.26	24.84	24.14	25.52
Çocuk	10.10	15.29	13.79	12.50
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

(χ²:2.219, P>0.05)

Araştırma kapsamında Antalya ilinde görüşme yapılan kişilerin sosyal statüleri irdelendiğinde, ortalama; %67.19'unun memur, %26.3'ünün işçi, %3.65'inin ev hanımı, %2.08'inin öğrenci ve %0.78'inin emekli olduğu belirlenmiştir (Çizelge 5). Tüketicilerin sosyal statüsü ile gelirleri arasında istatistiki bir ilişki tespit edilmemiştir.

Onurlubaş ve ark. (2015) tarafından yapılan çalışmada, görüşme yapılan kişilerin; %69.60'ının devlet memuru, %16.50'sinin serbest meslek sahibi, %8.60'ının işçi, %2.70'inin emekli, %1.90'ının ev hanımı, %0.70'inin ise çalışmadığı tespit edilmiştir.

Çizelge 5. Tüketicinin sosyal statüsü

Sosyal Statü	Gelir Grubu I	Gelir Grubu II	Gelir Grubu III	Ortalama
	(1-5000 TL)	(5001-10000 TL)	(10001- + TL)	
Oran (%)				
Öğrenci	3.54	0.64	0	2.08
Memur	60.61	73.25	79.31	67.19
İşçi	28.79	24.2	20.69	26.3
Ev Hanımı	6.06	1.27	0	3.65
Emekli	1.01	0.64	0	0.78

(χ²:15.077, P>0.05)

Görüşme yapılan kişilere kaç yıldır Antalya ilinde ikamet ettikleri ile ilgili soru sorulmuş ve kişilerin cevapları Çizelge 6'da verilmiştir. Gelir grupları ortalamasına göre kişilerin; %63.02'si 11 yıl ve üzeri, %10.94'ü 8-10 yıl, %10.68'i 1-3 yıl, %8.07'si 4-5 yıl, %7.29'u ise 6-7 yıl

Antalya ilinde ikamet ettiklerini bildirmişlerdir. Görüşülen tüketicilerin gelirleri ile Antalya ilinde ikamet etme süreleri arasında istatistiki açıdan önemli fark olmadığı belirlenmiştir.

Çizelge 6. Tüketicilerin Antalya ilindeki ikamet etme süreleri

Süre	Gelir Grubu I	Gelir Grubu II	Gelir Grubu III	Ortalama
	(1-5000 TL)	(5001-10000 TL)	(10001- + TL)	
Oran (%)				
1-3 Yıl	12.63	8.92	6.90	10.68
4-5 Yıl	7.07	10.83	0.00	8.07
6-7 Yıl	7.07	7.64	6.90	7.29
8-10 Yıl	11.11	11.46	6.90	10.94
11 ve üzeri	62.12	61.15	79.31	63.02
Ortalama	100.00	100.00	100.00	100.00

(χ²:7.470, P>0.05)

Tüketicilere aile içinde gıda satın almaya karar veren birey sorulmuş ve gıda satın alma kararlarında etkili kişinin %50.00 oranında annenin, %28.39 oranında babanın, %12.5 oranında anne-babanın ve %9.11 oranında çocukların etkili olduğu belirlenmiştir. Tüm gelir gruplarında ve gruplar ortalamasında gıda satın alma konusunda annenin karar verici olduğu görülmektedir (Çizelge 7). Ki-kare analizi sonuçlarına

göre istatistiki açıdan önemli bir fark yoktur. Demir'in (2011) Aydın ili Nazilli ilçesinde yapmış olduğu çalışmada, hanehalkında ev dışı gıda alışverişinde anne-baba ile birlikte yapılan tercihlerin etkin olduğunu ve bu tercihin anne ve babanın eğitim seviyesine paralel olarak arttığını ortaya koymuştur.

Çizelge 7. Tüketicilerin aile içinde gıda satın almada karar verici birey

Karar verici	Gelir Grubu I	Gelir Grubu II	Gelir Grubu III	Ortalama
	(1-5000 TL)	(5001-10000 TL)	(10001- + TL)	
Oran (%)				
Anne	52.02	46.50	55.17	50.00
Baba	29.80	26.11	31.03	28.39
Çocuklar	8.59	10.83	3.45	9.11
Anne -Baba ortak	9.60	16.56	10.34	12.50
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

(χ²:6.301, P>0.05)

Aile içinde ev dışı gıda tüketiminde karar vermede en etkili bireyin, gelir grupları ortalamasına göre çocukların (%28.91) olduğu bulunmuştur. Çocuklardan sonra ise annenin (%20.31) etkili olduğu görülmektedir (Çizelge 8). III. gelir grubu hariç, gıda tüketiminde çocukların etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Ki-kare analizi sonuçlarına göre istatistiki açıdan önemli fark olmadığı tespit edilmiştir.

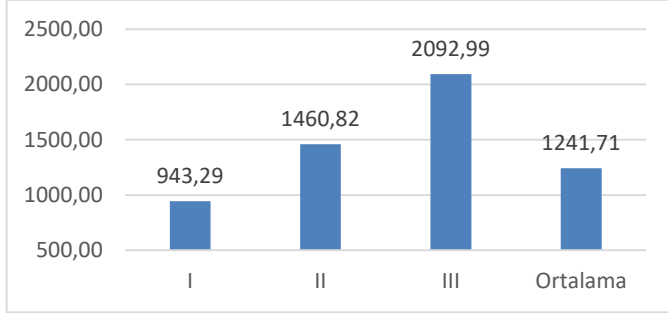
Türkiye genelinde ev dışı gıda tüketimine yönelik çalışmada, gıda tüketimine; %17.00 ile annenin, %10.10 ile babanın, %12.10 ile çocukların, %60.10 ile anne-babanın, %0.70 ile dede- büyük annenin karar verdikleri belirlenmiştir (Onurlubaş ve ark. 2015).

Çizelge 8. Tüketicilerin ev dışı gıda tüketiminde aile içinde karar vermede en etkili birey

Ev dışı gıdada karar verici	Gelir grubu I	Gelir grubu II	Gelir grubu III	Ortalama
	(1-5000 TL)	(5001-10000 TL)	(10001- + TL)	
Oran (%)				
Anne	17.68	21.02	34.48	20.31
Baba	14.65	17.83	24.14	16.67
Çocuklar	28.79	29.94	24.14	28.91
Anne ve baba birlikte	10.61	22.93	17.24	16.15
Diğer	28.28	8.28	0	17.97
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

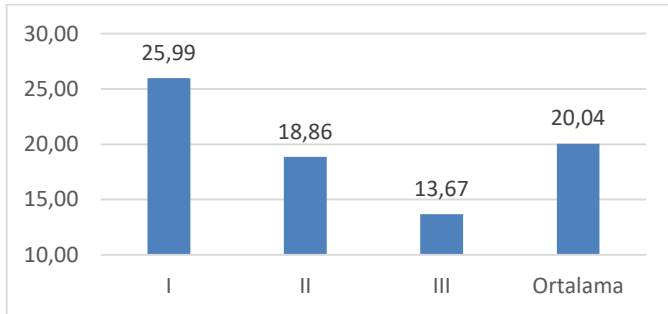
(χ²:41.780, P>0.05)

Antalya ilindeki ankete katılan kişilerin gelir gruplarına göre aylık gıda ürünlerine ödenen ücret miktarı Şekil 1’de verilmiştir. Buna göre tüketicilerin gıda ürünlerine harcadıkları ücretin ortalama 1241.71 TL olduğu bu ücretin gelir grupları içerisinde 943.29 TL ile 2092.99 TL arasında değişmektedir.



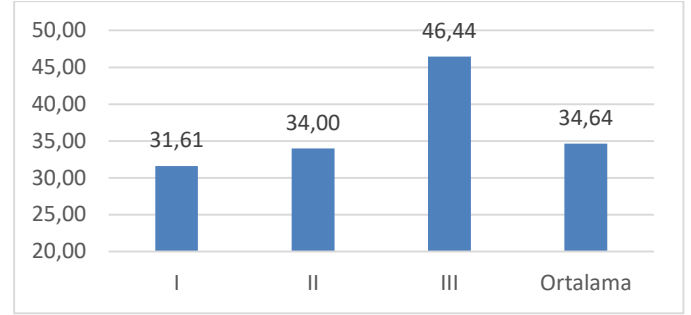
Şekil 1. Hanehalklarının aylık gıda ürünleri harcaması (TL)

Görüşülen tüketicilerin aylık gıda ürünlerine yaptıkları harcamaların toplam gelirdeki payı Şekil 2’de verilmiştir. Buna göre tüketicilerin gıda ürünlerine yaptıkları harcamaların toplam gelirleri içerisindeki payı ortalama %20.04 iken bu oranın gelir grupları içerisinde %13.67 ile %25.99 arasında değiştiği görülmektedir.



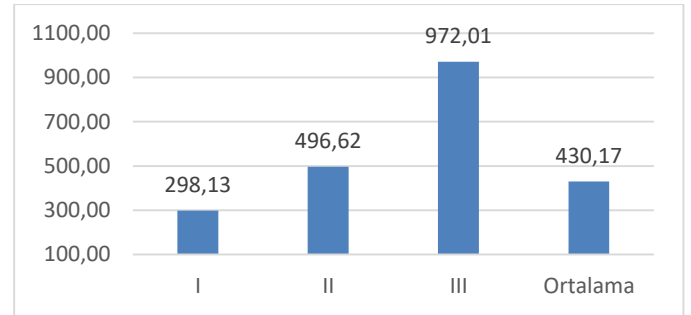
Şekil 2. Hanehalklarının aylık gıda ürünlerinin toplam gelirdeki payı (%)

Ankete katılan kişilerin gelir gruplarına göre ev dışı gıda harcamalarının aylık gıda harcamaları içindeki payı ortalama %34.64’tür (Şekil 3).



Şekil 3. Ev dışı gıda harcamalarının aylık gıda harcamaları içindeki payı (%)

Antalya ilinde görüşülen tüketicilerin aylık ev dışı gıda harcamalarına bakıldığında ortalama 430.17 TL’lik bir harcama yaptıkları belirlenmiştir (Şekil 4).



Şekil 4. Aylık ev dışı gıda harcaması (TL)

Çizelge 9’da görüldüğü gibi Antalya ilinde görüşülen tüketicilerin %50.78’i ev dışında gıda (restoran, fast-food, kebabçı, ev yemekleri işletmeleri, okul vb. kafeteryalar, ortak yemekhaneler hazır yemek alıp evde yemek vb.) tüketimlerinde herhangi bir özel sebebin olmadığını belirtmişlerdir. Görüşülen tüketicilerin %22.66’sı farklı tatlar deneyimlemek için, %12.76’sı ise sosyalleşmek için ev dışı gıdaya yöneldiklerini belirtmişlerdir. Ev dışı gıdayı tercih etmeme durumları gelir grupları içerisinde %41.38 ile %54.04 arasında değişmektedir. Hane gelirleri ile ev dışı gıda tüketim durumu arasında istatistiksel bir ilişki bulunmamıştır.

Çizelge 9. Gelir gruplarına göre ev dışı gıdayı tercih nedenlerinin belirlenmesi

Ev dışı gıdayı tercih nedenleri	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Herhangi bir nedeni yok	54.04	48.41	41.38	50.78
Sosyalleşmek	12.12	12.74	17.24	12.76
Lezzet	5.56	5.10	3.45	5.21
Farklı tatlar	21.21	24.2	24.14	22.66
Çocuklar	0.00	1.91	0.00	0.78
Sağlık	4.04	4.46	6.9	4.43
Fiziki ihtiyaç (açlık)	3.03	3.18	3.45	3.13
Pratik/hızlı	0.00	0.00	3.45	0.26
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

Antalya ilinde ankete katılan bireylere ev dışı gıda tüketimlerinde tercih yerleri sorulmuştur. Bireylerin ev dışı gıda tüketiminde en fazla tercih ettikleri restoranlar %36.98 oranı ile ilk sırada yer almıştır. Çalışmada elde edilen bu sonuç Ekeyılmaz (2006)'ın sonuçlarıyla paralellik göstermiştir. %18.49 oranıyla ikinci sırada en çok tercih edilen kebab (tablacı) lahmacun-döner olurken, üçüncü sırayı %8.85 ile fast-food ve pizzacılar almıştır. Kutluay Tutar ve Yazırlı (2016) yaptığı çalışmada Aydın ili Nazilli ilçesinde ev dışı gıda tüketiminde 1. Sırada en fazla (%34.2 oranında) fast food ve pizzacıların tercih edildiğini belirlemiştir, Koçak (2015) ise fast food

ürünlerinin restorana tercih edilmiş sebebini hızlı servis (%3.98) ve yemeğin kalitesi (3.87) olarak belirleyerek, Antalya ilinde görüşme yapılan bireylerin tercihlerinden farklı sonuçlar elde etmişlerdir. Kişilerin ev dışı gıda tüketiminde ev yemekleri tercihleri %4.43; okul vb kafeterya ve yemekhanelerden yana tercih kullanmaları %2.08 gibi düşük oranlarda olmuştur. Hazır yemek alıp evde yemek yemek ise çok az (%0.52) tercih edilmiştir. Ankete katılan bireylerin %28.65'inin ise ev dışı gıda tüketim yeri seçiminde kararsız kaldığı gözlemlenmiştir (Çizelge 10).

Çizelge 10. Tüketicilerin ev dışı gıda tercih yerleri

Ev dışı gıda tercih yerleri	Gelir grubu I (1-5000 TL)	Gelir grubu II (5001-10000 TL)	Gelir grubu III (10001- + TL)	Ortalama
Cevapsız	31.31	26.75	20.69	28.65
Restoranlar	32.83	42.04	37.93	36.98
Kebabçı (tablacı) lahmacun-döner	17.68	17.20	31.03	18.49
Fast-food ve pizza	9.6	8.28	6.90	8.85
Ev yemekleri	4.04	5.10	3.45	4.43
Okul vb. kafeteryalar, yemekhaneler	3.54	0.64	0.00	2.08
Hazır yemek alıp eve gelmek	1.01	0.00	0.00	0.52
Toplam	100.00	100.00	100.00	100.00

Antalya ili merkez ilçelerinde ev dışı gıda tüketimini etkileyen faktörlerin neler olduğunu belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada, ankete katılan bireylerin %70.83'ünün evli, %24.74'ünün bekar ve %4.43'ünün boşanmış olduğu gözlemlenmiştir. Tüketicilerin mesleki dağılımları incelendiğinde, %67.19 memur, %26.30 işçi, %3.65 ev hanımı, %2.80 öğrenci ve %0.78 emekli olduğu belirlenmiştir.

Gelir gruplarına göre aile içinde gıda satın alımına karar veren kişinin tüm gelir grupları ortalamasında %50.00

anneninin etken olduğu, %28.39 babanın etkin olduğu, %12.50 anne-babanın ortak ve %9.11 çocuğun karar verdiği tespit edilmiştir.

Gelir gruplarına göre aile içinde ev dışı gıda tüketimine karar veren en etkili bireyin tüm gelir grupları ortalamasında %28.91 çocuklar, %20.31 anne, %17.97 diğer, %16.67 baba ve %16.15 anne-babanın birlikte karar verdiği görülmüştür.

Tüketicilerin ikamet şekli değerlendirildiğinde, %57.55'inin mülk sahibi, %38.02'sinin kiracı, %4.43'ünün

diğer yani akrabalarının evinde veya işyerine ait lojmanlarda ikamet ettiklerini bildirmişlerdir. Tüketicilerin gıda ürünlerine harcadıkları ücretin aylık ortalama 207.55 TL olduğu, gıda ürünlerine yaptıkları harcamaların toplam gelirleri içerisindeki payının ise ortalama %13.15 iken bu oranın gelir grupları içerisinde %8.17 ile %45.58 arasında değiştiği saptanmıştır. Görüşülen tüketicilerin dışardan satın aldıkları gıda ürünlerinin, gıda harcamalarındaki payının %20.99 olduğu belirlenmiştir.

Tüketicilerin dışarıda yemek yeme sıklığı aylık ortalama 3.02 adet olarak saptanmıştır. Antalya ilinde görüşülen tüketicilerin %50.78'i ev dışında gıda (restoran, fast-food, kebabçı, ev yemekleri işletmeleri, okul vb. kafeteryalar, ortak yemekhaneler hazır yemek alıp evde yemek vb.) tüketimlerinde herhangi bir özel sebebin olmadığını belirtmişlerdir. Bireylerin ev dışı gıda tüketiminde en fazla tercih ettikleri yerler arasında %36.98 oranı ile restoranlar ilk sırada yer almıştır.

ÖZET

Amaç: Bu çalışmada, Antalya ili merkez ilçelerinde (Konyaaltı, Kepez, Muratpaşa, Döşemealtı) farklı gelir gruplarında (1-5000 TL, 5001-10000 TL ve 10001 TL ve üzeri) hanehalklarının ev dışı gıda tüketimine yönelik tutum ve davranışları analiz edilmiştir.

Yöntem ve Bulgular: Araştırma verileri yüz yüze anket yöntemiyle elde edilmiş ve 384 kişi ile görüşme yapılmıştır. Anket verileri SPSS 22.0 paket programında değerlendirilmiştir. Araştırma sonucu ortalama hane genişliği 2.9 kişi bulunmuştur. Ailelerin, ev dışında gıda tercih etme nedenleri; lezzetli olması (%54.40), arkadaşları ile iyi vakit geçirmek (%48.20), farklı ortamlarda yemek yeme isteği (%46.90), çocukların tercih etmesi (%36.70), ekonomik olması (%34.10), besin değerinin yüksek olması (%30.20) ve alışkanlık (%13.80) gibi kriterler olarak belirlenmiştir.

Genel Yorum: Ev dışı gıda tüketiminde ailenin karar vermesinde en etkili bireyin çocuklar olduğu ve tüketicilerin gıda ürünlerine harcadıkları ücretin aylık ortalama 207.55 TL olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmanın Önemi ve Etkisi: Türkiye'nin beşinci büyük şehri olmasının yanında önemli bir turizm merkezi olan Antalya ilinde, gerek nüfus gerekse toplumun yapısı düşünüldüğünde ev dışı gıda tüketiminin incelenmesi çalışmanın önemini arttırmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ev dışı gıda tüketimi, tüketim alışkanlıkları, gelir, Antalya.

ÇIKAR ÇATIŞMA BEYANI

Yazar(lar) çalışma konusunda çıkar çatışmasının olmadığını beyan eder.

ARAŞTIRMACILARIN KATKI ORANI BEYANI

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamış olduklarını beyan eder.

KAYNAKLAR

- Abdulai A, Auber D (2004) A cross-sectional analysis of household demand for food and nutrients in Tanzania. *Agric. Econ.* 31(1): 67-79.
- Akbay C (2005) Kahramanmaraş'ta hanehalklarının gıda tüketim talebi ekonometrik analizi. *KSÜ Fen ve Müh. Derg.* 8(1): 114-121.
- Akbay C (2018) Türkiye'de hanehalklarının beslenme alışkanlıkları ve gıda tüketimi. *KSÜ Tarım ve Doğa Derg.* 21(Özel Sayı): 67-79.
- Akbay C, Boz I (2005) Kahramanmaraş'ta ailelerin ev ve ev dışı gıda tüketim talebi ve tüketici davranışlarının ekonomik analizi. *KSÜ Fen ve Müh. Derg.* 8(1): 122-131.
- Anonim (2019) Türkiye İstatistik Kurumu Nüfus İstatistikleri. http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1059 (Erişim Tarihi: 09.06.2018).
- Balcı Ü (2001) Adana ilinde konserve gıda tüketimi ve bu tüketimi etkileyen sosyo ekonomik faktörler. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Fen Bil. Ens., Tarım Ekonomisi ABD, 120 s.
- Çabuk S, Şengül S (2000) Ailelerin evde ve ev dışında gıda tüketimlerinin "Switching Regresyon" yöntemiyle belirlenmesi. *İstatistik Araştırma Sempozyumu*, Kasım 27-29, Ankara, Türkiye.
- Demir Y (2011) Aydın'da hanehalklarının gıda tüketim talebi ekonometrik analizi. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi. Fen Bil. Ens., Tarım Ekonomisi ABD, 70 s. Yayınlanmamış.
- Dölekoğlu CÖ, Yurdakul O (2004) Adana ilinde hanehalkının beslenme düzeyleri ve etkili faktörlerin logit analizi ile belirlenmesi. *AÜ. İktisadi ve İdari Bil. Fak. Derg.* 4(8): 62-86.
- Ekeyılmaz S (2006) Antalya ilinde ev dışı gıda talebi. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bil. Ens., 82s.
- Elmacioğlu F (1996) Hızlı hazır yemek sisteminde (fast-food) önceliklerin belirlenmesi. *Beslenme ve Diyet Derg.* 25(1): 30-34.

- Gül A, Akbay AÖ, Dölekoğlu CÖ, Özel R, Akbay C (2003) Adana İli Kentsel Alanda Ailelerin Ev Dışı Gıda Tüketimlerinin Belirlenmesi. Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, Yayın No: 95, Ankara. 65s.
- Hosmer DW, Lemeshow S (1980) Goodness of fit tests for the multiple logistic regression model. *Comm. in Stat. Theo. and Meth.* 9(10): 1043-1069.
- Hosmer DW, Lemeshow S (2000) *Applied logistic regression*. 2nd Ed. John Wiley & Sons, Inc. New York. USA.
- Kahraman AB (2011) Hacettepe Üniversitesi ile Erciyes Üniversitesinde görev yapan öğretim üyelerinin tüketim alışkanlıkları ve yaşam tarzı profilleri Hacettepe Üniversitesi sosyolojik araştırmalar. e-dergisi. <http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/BurakmakaleSon.pdf>. (Erişim Tarihi: 09.06.2018).
- Karakayacı Z, Öz ZN, Baz S, Koçyiğit S (2018) Selçuk Üniversitesi lisans öğrencilerinin süt ve süt ürünleri tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi. *Selçuk J. Agr. Food Sci.* 32(3): 289-296.
- Koç AA, Akdemir S, Taşdan K (1996) Tüketicilerin gıda ürünlerinde marka tercihlerini etkileyen değişkenlerin faktör analizi ile belirlenmesi: Adana'da makarna örneği. *ÇÜ. İktisadi ve İdari Bil. Fak. Derg.* 6(1): 7-21.
- Koç E (2007) *Tüketici Davranışları Ve Pazarlama Stratejileri: Global Ve Yerel Yaklaşım*. Seçkin Yayıncılık. Ankara. 504s.
- Koçak H (2015) Van ili ipekyolu ilçesinde hane halklarının ev dışı yemek tüketim alışkanlıkları. Yüksek Lisans Tezi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Fen Bil. Ens., Tarım Ekonomisi ABD. 78 s. Yayınlanmamış.
- Koçbek AD (2005) Yiyecek içecek sektöründe hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti: etnik restoranlara yönelik bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bil. Ens., İşletme ABD. 122 s.
- Kutluay Tutar F, Yazırlı N (2016) Hanehalkı ev dışı gıda tüketimini etkileyen faktörler: Nazilli örneği. *ÇAKÜ Sosyal. Bil. Enst. Derg.*, 7(1): 367-392.
- Lee H, Tan A (2006) Determinants of Malaysian household expenditures of Food-Away-From-Home. Contributed paper prepared for presentation at the International Association of Agricultural Economists Conference, August 12-18, Australia.
- Miran B (2002) *Temel İstatistik*. Ege Üniversitesi Basımevi İzmir. 288s.
- Mutlu S, Yurdakul O (2008) Gıda güvenirliliği açısından tüketici davranışları (Adana kentsel kesimde kırmızı et tüketimi örneği). *ÇÜ Fen Bil. Enst. e-dergi.* 17(4): 49-59.
- Onurlubaş E (2011) Tüketicilerin gıda güvenliği konusunda bilinç düzeylerinin ölçülmesi "Tokat İli Örneği". Doktora Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Fen Bil. Ens., Tarım Ekonomisi ABD. 196 s.
- Onurlubaş E, Doğan HG, Gürler AZ (2015) Türkiye'de ev dışı gıda tüketimin durumu ve tüketici eğilimleri. *Uluslararası Sos. Araş. Derg.* 8(38): 917-924.
- Önder FO, Kurdoğlu M, Oğuz G (2000) Gülveren lisesi son sınıf öğrencilerinin bazı beslenme alışkanlıklarının saptanması ve bunun malnütrisyon prevalansı ile olan ilişkisi. *Hacettepe Toplum Hekimliği Bülteni.* 19(1).
- Özcan KM, Tan S, Dellal İ (2001) Basic food consumption in Turkey: Effects of income. Price and family size in urban areas. 71st EAAE Seminear. The Food Consumer in the Early 21st Century, April 19-20, Zaragoza. Spain.
- Özçelik AÖ, Sürücüoğlu MS (1998) Tüketicilerin "fast food türü" yiyecek tercihleri. *Gıda*, 23(6): 437-447.
- Özdemir B (2010) Dışarıda yemek yeme olgusu: kuramsal bir model önerisi. *Anatolia: Turizm Araş. Derg.*, 21(2): 218-232.
- Sağlıker M (2010) Tüketicilerin Tüketime Hazır Gıda Ürünleri Tercihinde Etkili Faktörler: Adana İli Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Fen Bil. Ens., Tarım Ekonomisi ABD. 73 s.
- Seçkin FS (1999) Fast Food'da yatırım haritası. *Capital*, 9: 132-135.
- Sürücüoğlu MS, Çakıroğlu FP (2000) Ankara Üniversitesi öğrencilerinin hızlı hazır yiyecek tercihleri üzerinde bir araştırma. *Tar. Bilim. Derg.*, 6(3): 116-121.
- Topuzoğlu A, Hıdıroğlu S, Ay P, Önsüz F, İkişik H (2007) Tüketicilerin gıda ürünleri ile ilgili bilgi düzeyleri ve sağlık risklerine karşı tutumları. *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 6(4): 253-258.
- Türkbal A (1983) *Fiyat Teorisi*. Ankara Üniversitesi Basımevi, Erzurum. 515s.