

Covid-19 Korkusunun Beslenme Alışkanlıkları ve Online Yemek Sipariş Verme Niyeti Üzerindeki Etkisi

Gonca MANAP DAVRAS¹

Öz

Dünya çapında yaşanan salgın neticesinde hastalığı taşıma, bir başkasına bulaştırma, sonuçlarından olumsuz etkilenme ve belirsizlik gibi nedenlerle Covid-19 korkusu kavramı ortaya çıkmıştır. Covid-19 korkusunu algılayan bireylerin duygu ve düşüncelerinde de değişiklikler olmuştur. Bu çalışmada, pandemi döneminde algılanan Covid-19 korkusunun beslenme alışkanlıkları ve online yemek sipariş verme niyetleri üzerindeki etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca beslenme alışkanlıklarının online sipariş verme niyeti üzerindeki etkisi de incelenmiştir. Verilerin toplanmasında anket tekniğinden yararlanılmış olup 01 Mart-30 Nisan 2021 tarihleri arasında 18 yaş üstü bireylerden toplam 405 veri elde edilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda, Covid-19 korkusunun bireylerin beslenme alışkanlıkları üzerindeki etkisinin anlamlı, online yemek sipariş verme niyeti üzerindeki etkisinin anlamsız olduğu teşpit edilmiştir. Diğer taraftan dengeli beslenmelerin, dengesiz beslenenlere göre online yemek sipariş verme niyetlerinin daha düşük olduğu ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Covid-19 Korkusu, Beslenme Alışkanlığı, Online Yemek Siparişi, Pandemi

The Effect of Covid-19 Fear on Nutritional Habits and Intention to Order Food Online

Abstract

As a result of the worldwide epidemic, the concept of fear of Covid-19 has emerged due to reasons such as carrying the disease, infecting others, being adversely affected by its results, and uncertainty. There have also been changes in the feelings and thoughts of individuals who perceive the fear of Covid-19. This study is aimed to determine the effect of perceived fear of Covid-19 on eating habits and intentions to order food online during the pandemic period. In addition, the effect of dietary habits on the intention to order online was also examined. Survey technique was used to collect the data and a total of 405 data were obtained from individuals over the age of 18 between 01 March-30 April 2021. As a result of the analysis, it was determined that the effect of fear of Covid-19 on the eating habits of individuals was significant, and the effect on the intention to order food online was insignificant. On the other hand, it has been revealed those who have balanced diet are less likely to order food online than those with an unbalanced diet.

Key Words: Fear of Covid-19, Nutritional Habit, Online Food Ordering, Pandemic


Atıf İçin / Please Cite As:

Manap Davras, G. (2023). Covid-19 korkusunun beslenme alışkanlıkları ve online yemek sipariş verme niyeti üzerindeki etkisi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(2), 654-664. doi:10.33206/mjss.1066130

Geliş Tarihi / Received Date: 31.01.2022

Kabul Tarihi / Accepted Date: 24.02.2023

¹ Doç. Dr. - Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, goncadavras@isparta.edu.tr

 ORCID: 0000-0003-0014-9983

Giriş

2019 yılında Çin'in Wuhan kentinde tespit edilen Covid-19 (SARS-CoV-2) salgını tüm dünyada kısa sürede yayılmış ve insanlık tarihinde derin izler bırakmıştır. Covid-19 pandemisi olarak da adlandırılan bu süreç eğitimden ekonomiye, çalışma hayatından ticarete tüm alanları büyük ölçüde etkilemiştir. İnsanların yaşam rutinlerinin uzun süreli değişmesi (evde çalışma, sınırlı sosyal hayat, kısıtlı imkanlar) bireylerde farklı boyutlarda kaygı, endişe, korku gibi duyguların oluşmasına neden olmuştur (Casale ve Flett, 2020, s. 88; Mertens, Kryptos ve Engelhard, 2020; Ornell, Schuch, Sordi ve Kessler, 2020, s. 232; Tzur Bitan vd., 2020). Bu dönemde yaşanan Covid-19 korkusu, farklı faktörlere göre değişiklik gösterebilecek bireylerin yeme içme alışkanlıklarını, satın alma davranışlarını ve beslenme rutinlerini etkilediği belirlenmiştir (Gómez Corona, 2021).

Fiziksel aktivitenin azaldığı, evde geçirilen sürenin arttığı, değişen duygu durumlarının yaşandığı salgın sürecinde farklı beslenme alışkanlıkları ortaya çıkmıştır. Covid-19 salgını ile mücadele kapsamında ülkelerin ve işletmelerin almış olduğu tedbirlerin yanı sıra insanların bireysel anlamda alabilecekleri önlemlerin başında bağışıklık sistemlerini güçlendirmek olduğu tespit edilmiştir (Eskici, 2020, s. 128). Toplumun bir kesimi bağışıklık sisteminin güçlendirilmesinde en temel konu olan sağlıklı, doğal ve dengeli beslenmeye önem vererek (Çulfa, Yıldırım ve Bayram, 2021, s.136), temelini meyve, sebze ve tam tahıllı ürünlerden zengin, doymuş yağ içeriği düşük yiyeceklerden oluşan beslenme tarzını benimsemişlerdir. Toplumun diğer kesiminin ise abur cubur, fast food, hazır gıda ve şekerli ürünlere olan eğiliminin arttığı dolayısıyla dengesiz beslendikleri (González-Monroy, Gómez-Gómez, Olarte-Sánchez ve Motrico, 2021, s. 3) görülmüştür.

Beslenme alışkanlıklarındaki değişimin yanı sıra pandemi sürecinde sosyal/fiziksel mesafenin artması, evde karantina sürelerinin uzaması, sağlık endişesi gibi nedenlerle bireyler kendileri yemek yaparak veya online yemek siparişi vererek evde yemek yemeyi tercih etmişlerdir. Tüketicilerin bu tercihi sonucu online hizmet veren yiyecek-içecek işletmelerinin sayısı artmıştır. Teknoloji kullanımının da etkisiyle online siparişin önemini fark eden yerel, ulusal veya uluslararası işletmeler, kendi web sayfalarından veya e-aracı kurumlarla bu sistemin bir parçası olmuşlardır. Dışarıda yemek yemenin güvenli olduğuna dair belirsizlikler, sosyal mesafe ve sosyal izolasyon nedeniyle pandemi süresince web sayfası veya mobil uygulamalarla yemek siparişi vermeyi sağlayan online yemek sipariş sistemleri alternatif olarak tercih edilmiştir. Süreç içerisinde belirsizlikler azalsa da dışarıda yemek yeme ile ilgili tereddütler henüz tamamen yok olmamıştır (İflazoğlu ve Aksoy, 2020, s. 3362).

Bireylerin duygusal yapısı ile beslenme alışkanlıkları arasında bir ilişki olduğu bilinsede pandemi sürecinde ortaya çıkan ve ruh halini derinden etkileyen Covid-19 korkusunun beslenme alışkanlıkları üzerindeki etkisine yönelik yeterli çalışma bulunmamaktadır. Alanyazındaki bu boşluğu doldurmak amacıyla, bu çalışma pandemi sürecinde Covid-19 korkusunun bireylerin beslenme alışkanlıkları ve online yemek siparişi verme niyetleri üzerine etkisini belirlemeyi amaçlamaktadır. Ayrıca, bireylerin beslenme alışkanlıkları ile online yemek siparişi verme niyetleri arasındaki ilişkilerde araştırılmıştır.

Alanyazın Taraması

Covid-19 Korkusu

Korku, tehdit edici uyarıların algılanmasıyla tetiklenen hoş olmayan duygu durumu olarak tanımlanmaktadır (De Hoog, Stroebe ve De Wit, 2008, s. 85). Bir başka tanıma göre korku, ani ve beklenmedik durumlarla karşılaşıldığında insan zihninin korku objesine yoğunlaşmasını sağlayan bir mekanizma olarak ifade edilmektedir (Furedi, 2001). İnsanlığın en eski ve en güçlü duygusu olan korkunun birçok nedeni vardır. Bu nedenlerden biri de son yıllarda yaşanan Covid-19 salgınıdır (Soraci vd., 2020). Salgının hızla yayılması ve ölüm oranlarının artışı insanların ruh sağlığını etkileyerek korku, stres ve kaygı yaratmıştır. Belirsiz ve sürekli tehdit olarak karşımız çıkan salgın toplumun rutinlerini değiştirmiş sıkıntı veren bir travma oluşturmuştur (Çay, 2021, s. 88). Covid-19 korkusu olarak adlandırılan bu korku, geliştirilen aşılara (Örn. Moderna, Biontech, Sinovac ve AstraZeneca) rağmen net bilgilerin olmaması nedeniyle insanlar üzerindeki etkisini sürdürmektedir (Egunjobi, 2020). Devam eden Covid-19 korkusu nedeniyle insanlar üzerindeki etkilerinin incelenmesi önemlidir (Pakpour ve Griffiths, 2020, s. 58).

Salgının bireylerin duygu durum değişikliğine neden olduğu, duygu durumunun yeme davranışlarını etkilediği belirtilmektedir (Eskici, 2020, s. 12). Hastaoğlu (2021, s.1610) pandemi sürecinde öğrencilerin algıladıkları stres düzeylerinin yükseldiğini ve bu durumunda sağlıklı beslenme davranışlarını ve stresle baş etme süreçlerinin de beslenme duygularını etkilediğini ortaya koymuştur. Gómez Corona vd., (2021) gıda ile toplumsal korku arasındaki ilişkiyi inceleyerek korkunun sosyal, duygusal, gıda arzı, hükümet, temel

ihtiyaçlar, gıda dağıtımı, aşırı yeme, bağışıklık ve aile çatışmaları olmak üzere dokuz boyutta incelenmesi gerektiğini ortaya koymuştur. Sonuçlar, Covid-19 korkusunun tüketicilerin yiyecek seçimlerini etkilediğini göstermiştir.

Beslenme Alışkanlıkları

Beslenme alışkanlıkları; bireyin günlük öğün sayısından, besinlerin tür ve miktarlarına, yiyeceğin satın alma şeklinden tercih edilen yiyecek türüne kadar birçok davranış kalıbını içerir (Sürücüoğlu, 1999, s. 40). Pandemi sürecinde, hayat tarzının değişmesi, evden çalışmanın artması, zorunlu evde kalmaların yaşanması, hareketsiz kalma, kısıtlı sosyal hayat bireylerin beslenme alışkanlıklarının değişmesinde etkili olmuştur (Alhousseini ve Alqahtani, 2020, s. 354; Güney ve Sangün, 2021, s. 2307). Değişen beslenme alışkanlıkları üzerine yapılan çalışmalarda iki farklı sonuç tespit edilmiştir. Bir tarafta toplumda doymuş yağ, şeker ve basit karbonhidrat içeriği yüksek gıda (Di Renzo vd., 2020; Muscogiuri, Barrea, Savastano ve Colao, 2020, s. 850), çay-kahve (Dilber ve Diber, 2020, s. 2144; Garipoğlu ve Bozar, 2020, s.100) ve hazır gıda (Scarmozzino ve Visioli, 2020) tüketiminin arttığına yönelik sonuçlara ulaşılmıştır. Diğer taraftan Akdeniz tipi beslenmeye olan eğiliminin artması (Di Renzo vd., 2020), bağışıklık sistemini destekleyici gıdalara daha fazla ilgi gösterilmesi (Richards ve Rickard, 2020, s. 190), tercih edilen ürünlerin besin değerlerine dikkat edilmesi (Shaikh, 2020, s. 408) gibi sağlıklı ve dengeli beslenmenin arttığına yönelik sonuçlar tespit edilmiştir.

Dengeli ve dengesiz beslenme alışkanlıkları, bireylerin cinsiyet, yaş, eğitim gibi farklı demografik ve sosyal yapılarına göre değişiklik göstermektedir. Bu değişimin bir parçası da bireylerin içinde bulunduğu ruh halidir. Covid-19 salgını stres, kaygı, tedirginlik, korku gibi duygularla bireylerin ruh halini ve davranışlarını değiştirirken değişen davranışlar da beslenme alışkanlıklarını etkilemiştir (Marty, Lauzon-Guillain, Labesse ve Nicklaus, 2020). Duygusal yapının beslenmeyi etkilediğine dair çalışmalar bulunmaktadır. Özer ve Okat (2021, s. 85), bireylerin çoğunluğunun duygusal yeme eğiliminde olduğunu ve yaşanan yalnızlık, stres ve moral bozukluğu gibi olumsuz duygulardan dolayı aşırı yemek yeme eğilimi gösterdiklerini ifade ederken, Akyol ve Çelik (2020, s. 25) üniversite öğrencilerinin salgın öncesi döneme göre beslenmelerine daha fazla dikkat ettiklerini ortaya koymuşlardır. Tüm bu varsayımlara dayanarak araştırmanın birinci hipotezi aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.

H₁: Covid-19 korkusunun bireyin beslenme alışkanlıkları üzerinde etkisi vardır.

Online Yemek Siparişi Verme Niyeti

Zorunlu evde kalışların artması, hijyen endişesi, sağlıklı beslenme takıntıları, yiyeceğe ulaşma zorlukları gibi nedenlerle tüketicilerin tüketim kalıpları ve alışkanlıkları büyük ölçüde değişmiştir. Tüketiciler, gıdalarının değeri ve güvenilirliği konusunda daha bilinçli hareket ederek satın alma alışkanlıklarını değiştirmişlerdir (Güney ve Sangün, 2021). Teknolojik gelişiminde katkısıyla gelişen online yemek servis hizmeti, ürünlerini hedef pazara ulaştırmak için tercih edilen yeni ve popüler bir sistem haline gelmiştir. Online yemek sipariş sisteminin yaygınlaşmasında hem işletmelerin hem de tüketicinin bu sistemden avantaj sağlamaları önemli rol oynamıştır. Tüketiciler ürün hakkında kesin bilgi edinme, ürüne kolay ulaşabilme, hızlı sipariş verme gibi nedenlerle, işletmeler de gelirlerini artırma, hata payını azaltma ve müşteri potansiyelini artırma gibi nedenlerle bu sistemi tercih etmektedirler (Kimes ve Laqué, 2011, s. 4)

Covid-19 salgını sürecinde bireylerin satın alma alışkanlıklarındaki değişim online yemek siparişi alanında kendini göstermiştir (Alaimo, Fiore ve Galati, 2020). Salgın öncesinde yoğun iş temposu ve kısıtlı zaman nedeniyle hızlı ve uygun yemek ihtiyacını (Chai ve Yat, 2019, s. 63) karşılayan bu hizmete olan talep, pandemi sürecinde bireylerin kısıtlı sosyal hayat ve karantina gibi nedenlerden dolayı artış göstermiştir. Yiyecek içecek işletmeleri de online yemek hizmetine olan talebi karşılamaya odaklanmışlardır. İşletmeler, kendileri ya da araçların kurdukları yemek sipariş platformları ile bu hizmeti vermektedirler.

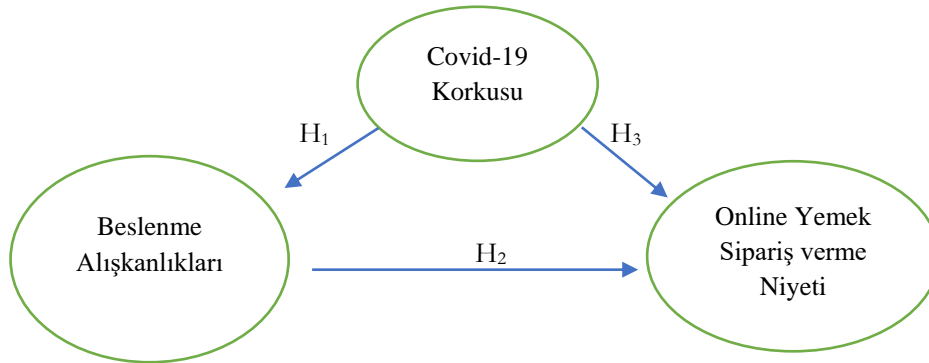
Research and Markets'ın 2020 raporuna göre tüm dünyada online yemek pazarı 2019'da 107,44 milyar dolara ve 2020'de %3,61'lik bir büyümeyle 111,32 milyar dolara ulaşmıştır. Türkiye'de ise Tüm Restoranlar ve Turizmciler Derneği (TURES) verilerine göre online yemek servisinin hacmi pandemi sürecinde öncesine göre iki kat artarak 7 milyar TL olmuştur. Türkiye'de 2001 yılında faaliyete başlayan (Tomaş, 2014, s. 32) yemek sipariş platformları (Yemek Sepeti, Getir Yemek, Sodexo Plus, Tıkla Gelsin, Ne Yiyelim, Yettim, Yemeksiparişi, Acıkınca, Oburiks vb.) hızla yayılarak özellikle küçük ve orta ölçekli restoranların sipariş alabilmelerini ve daha geniş müşteri kitlelerine ulaşabilmelerini sağlamıştır (Akgün ve Zerenler, 2021, s. 130).

Bireylerin online yemek sipariş verme niyetini etkileyen birçok değişken söz konusudur. Online yemek sipariş verme niyetinde teknoloji kullanımı (Kılıçalp ve zdoğan, 2019), alışveriş faktörleri, ürünle ilgili unsurların yanı sıra (Chen vd., 2010) bireysel faktörlerinde (bireylerin mesleği, yaşam tarzı, yeni tatlara açık olması, beslenme alışkanlıkları, sipariş sürecinde bireylerle iletişime geçmek isteyip istememesi gibi) (Tomaş, 2014, s. 29) etkili olduğu ortaya konulmuştur. Bunlara ek olarak, kolay ulaşılabilirlik (sipariş verme kolaylığı) (Arı ve Yılmaz, 2015, s. 65; Chang ve Meyerhoefer, 2020, s. 449; Kimes, 2011a, s. 4), hızlı teslimat (Chai ve Yat, 2019, s. 62; Limon, 2021, s. 63), güvenilirlik (Bozdoğan, 2012; Cho vd., 2018; Limon, 2021, s. 63), ürün eşitliliği (Kundu ve Chatterjee, 2018), hijyen – gıda güvenliği (Elvandari vd., 2017; Maimaiti vd., 2018), deneyimler (Yeo vd., 2017) ve öznel normlar (Liang ve Lim, 2011) gibi online yemek sipariş niyetini etkileyen unsurlarda bulunmaktadır. Ancak bireysel faktörlerden biri olan beslenme alışkanlıkları ile ilgili literatürde yeterli çalışma bulunmamaktadır. Akgün ve Zerenler'in (2021, s. 129) Covid-19 salgını sürecinde yaptığı çalışmada, tüketicilerin yiyecek arzusunun online yemek satın alma niyetini olumlu yönde etkilediği, online yemek siparişi verme konusundaki rahatlığın satın alma niyetini olumlu yönde etkilediği ortaya konulmuştur. Kimes (2011a) Amerika'da gerçekleştirdiği çalışmasında, tüketicilerin online yemek sipariş davranışlarını incelemiş kullanıcılar için kolaylık ve kontrol edilebilirlik, kullanıcı olmayanlar için kişisel etkileşimin daha önemli olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca bu çalışmada en fazla sipariş verilen ürünün açık ara pizza olduğu tespit edilmiştir. Tüm bu varsayımlara dayanarak araştırmanın ikinci ve cnc hipotezi aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.

H₂: Beslenme alışkanlıklarının online yemek siparişi verme niyeti üzerinde etkisi vardır.

H₃: Covid-19 korkusunun online yemek siparişi verme niyetini olumlu yönde etkilemektedir.

Geliştirilen hipotezler doğrultusunda araştırmanın modeli şekil 1'de gösterilmiştir.



şekil 1. Araştırma Modeli

Yöntem

Çalışmanın hipotezlerinin test edilmesi için nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Verilerin toplanması amacıyla daha önce kullanılmış ölçekler uyarlanarak anket formu oluşturulmuştur. Anket formunda yer alan beslenme alışkanlıklarına ait 19 madde Romeo-Arroyo, Mora ve Vázquez-Araújo (2020) alışmasından faydalanılarak yapılandırılmıştır. Dört maddeden oluşan online yemek siparişi verme niyeti leęi Gunden, Morosan ve DeFranco (2020) ve altı maddeden oluşan Covid-19 korkusu leęi ise Satıcı, Gocet-Tekin, Deniz ve Satıcı'nın (2020) alışmalarından uyarlanmıştır. Son olarak araştırmaya katılacak olanların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik dört soru oluşturularak anketin son hali oluşturulmuştur. leklerde yer alan toplam 29 madde 5'li Likert tipi ölçekle llmřtir.

Bu çalışmanın evrenini online yemek siparişi veren 18 yaş üstü bireyler oluşurmaktadır. Örneklem erevesinin belirlenmesi imkansız olmasından dolayı tesadüfi olmayan yöntemlerden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Google üzerinden oluşturulan anket sosyal medya (Facebook, Instagram ve Twitter) ve bazı mesleklere ait whatsapp gruplarında paylaşılmıştır. Hedeflenen sayıya ulaşıncaya kadar doldurmayanlar için her hafta nezaketen hatırlatmalar paylaşılmıştır. 01 Mart-30 Nisan 2021 tarihleri arasında toplam 405 anket elde edilebilmiştir.

Ölçeklerin Geçerliliği ve Güvenilirliği

Ölçeklerin geçerliliği ve güvenilirliğini test etmeden önce beslenme alışkanlıkları, online yemek sipariş verme niyeti ve Covid-19 korkusu ölçeklerinin boyutlu yapılarını test etmek amacıyla bu ölçeklere ilişkin verilere Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) uygulanmış ve sonuçlar Tablo 1’de gösterilmiştir. İlk olarak verilerin faktör analizi için uygun olup olmadığı ve örneklem sayısının yeterli olup olmadığını belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett testlerinden yararlanılmıştır. Field (2000) KMO için alt sınırın ,50 olması gerektiğini ve bu değerden daha düşük değer elde edilmesi durumunda veri kümesinin faktörlenemeyeceğini ifade etmiştir. Tablo 1’de görülen KMO (,851) değerine göre örneklem sayısının yeterli olduğu ve Bartlett değerlerine göre ($\chi^2:5496$; $p<0,001$) ise verilerin faktör analizi için uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 1. Faktörlerin Boyutları

Boyutlar	Faktör Yüğü	Ortalama	Varyans Açıklama Oranı (%)	Özdeğer	Güvenilirlik
Dengesiz Beslenme Alışkanlığı		2,88	18,15	4,72	,872
Pandemi sürecinde genel olarak, eskisinden daha fazla yiyorum.	,842				
Pandemi sürecinde eskisinden daha sık yemek yiyorum.	,833				
Pandemi sürecinde öğünler arasında daha fazla atıştırmalık yiyorum.	,816				
Pandemi sürecinde çerez, cips, şeker gibi abur cubur tüketimim arttı.	,670				
Pandemi sürecinde daha geç saatlerde yemek yiyorum.	,664				
Pandemi sürecinde kahve, çay, enerji içeceği gibi uyarıcı içecek tüketim arttı.	,656				
Pandemi sürecinde yiyecek harcamalarım arttı.	,613				
Pandemi sürecinde genelde televizyon, tablet, bilgisayar vb. izlerken yemek yiyorum	,489				
Pandemi sürecinde işlenmiş ürün tüketimim arttı (endüstriyel pişmiş ürünler, hazır yemekler vb.)	,483				
Online Yemek Sipariş Verme Niyeti		2,41	14,63	3,80	,891
Her zaman online yemek sipariş sistemlerini kullanmaya çalışacağım.	,892				
Başkalarına da (yakınlarıma ve arkadaşlarıma vb...) online yemek siparişi vermeyi tavsiye ederim.	,882				
Online yemek sipariş sistemleri en sevdiğim teknolojiler arasında yer almaktadır.	,848				
Gelecekte de online yemek sipariş sistemlerini kullanmayı düşünüyorum.	,794				
Pandemi sürecinde daha fazla yemek siparişi hizmeti kullanıyorum.	,556				
Covid-19 Korkusu		2,93	13,62	3,54	,857
Covid-19 yüzünden hayatımı kaybetmekten korkuyorum.	,833				
Covid-19’dan çok korkuyorum.	,825				
Covid-19’u düşünmek beni rahatsız ediyor.	,781				
Covid-19 ile ilgili haberleri izlediğimde gergin, endişeli oluyorum.	,770				
Covid-19’a yakalandığımı düşündüğümde kalbim hızlanır veya çarpıntı yaşarım	,717				
Covid-19’a yakalanmaktan endişelendiğim için uyuyamıyorum	,614				
Dengeli Beslenme Alışkanlıkları		3,51	12,11	3,14	,767
Pandemi sürecinde daha sağlıklı yiyecekler tercih ediyorum.	,805				
Pandemi sürecinde daha çok geleneksel yemekler yiyorum.	,781				
Pandemi sürecinde sebze, meyve gibi sağlıklı ürünler tüketimim arttı.	,737				
Pandemi sürecinde yalnızca doğal yiyecek içecek ürünlerini tercih ediyorum	,693				
Pandemi sürecinde yemeklerimi öğün atlamadan yiyorum.	,521				
Pandemi sürecinde damak zevkime göre yiyecekler tercih etmeye çalışıyorum.	,453				

KMO = 0,851; Bartlett Küresellik Testi = 5496,517 ($p < 0,01$)

Ölçeklerde yer alan 29 maddenin boyutlu yapısını tespit etmek amacıyla varimax döndürme yöntemi ile AFA gerçekleştirilmiştir. AFA’da faktör yükünün en az 0.40, faktör öz değerinin en az 1 ve iki faktör

boyutunda da yer alan maddelerin (binişik maddeler) faktör yükleri arasında en az .10 fark olması göz önünde bulundurulmuştur. Gerçekleştirilen AFA sonucunda bu kriterlere uymayan üç madde analizden çıkarılmış ve bunun sonucunda toplam varyansın %58,52'sini açıklayan ve özdeğeri 1'ün üstünde olan dört faktör boyutu (dengeli beslenme, dengesiz beslenme, online yemek sipariş verme niyeti ve Covid-19 korkusu) elde edilmiştir (Tablo 1). Tüm değişkenlere ait faktör yükleri ,453 ile ,892 arasında değişmekte olup olması gereken minimum değerlerinin (.30) üstündedir (Hair, Anderson, Tatham ve Black, 1998). Her bir faktör boyutu için elde edilen güvenilirlik katsayıları ,767 ile ,891 arasında değiştiğinden ölçeklerin güvenilirliği sağlanmıştır. Elde edilen ortalama değerlere göre katılımcıların dengeli beslenme algılarının (3,51) diğer boyutlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. En az ortalama değerine (2,41) sahip boyut ise online yemek sipariş verme niyetidir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin elde edilen verilerle yapı geçerliliğini test etmede doğrulayıcı faktör analizinden (DFA) yararlanılmıştır. Bunun için AMOS 22 istatistik paket programı vasıtasıyla birinci düzey DFA uygulanmıştır. DFA'da ölçeklerin geçerliliğini test etmede birçok uyum indeksi kullanılmaktadır. Bu çalışmada Meydan ve Şeşen'in (2015) önermiş olduğu uyum indeksleri tercih edilmiştir. Buna göre χ^2/df değeri, iyilik uyum indeksi (GFI), karşılaştırmalı uyum indeksi (CFI) ve yaklaşık hataların ortalama karekökü değeri (RMSEA) baz alınmıştır.

Tablo 2. Ölçeklerin Uyum Değerleri

	χ^2	df	χ^2/df	GFI	CFI	RMSEA
Birinci Düzey DFA	670,349	221	3,033	,869	,902	,071
İyi Uyum Değerleri			≤ 3	$> 0,900$	$> 0,970$	$< 0,05$
Kabul Edilebilir Uyum Değerleri			≤ 5	$> 0,850$	$> 0,900$	$< 0,08$

Gerçekleştirilen DFA sonucunda ölçeklere ait χ^2/df (4,424) değeri kabul edilebilir sınırlar içerisinde olmasına rağmen GFI (.789), CFI (.811) ve RMSEA (.092) değerleri kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer almamıştır. Bunun için AMOS paket programının önerileri doğrultusunda bazı modifikasyonlar yapılmıştır. Buna göre dengesiz beslenme boyutuna ait iki ifade modelden çıkarılmış ve aynı boyuta ait üç maddenin hata terimleri arasında iki tane kovaryans ve Covid-19 korkusu boyutuna ait iki ifadenin hata terimleri arasında ise bir tane kovaryans oluşturulmuştur. Tekrar gerçekleştirilen DFA sonucunda ölçeklere ait elde edilen uyum indeksleri kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer almıştır. Sonuç olarak elde edilen verilerle tüm ölçeklerin yapı geçerliliği sağlanmıştır (Tablo 2).

Bulgular

Araştırmaya katılanların demografik özelliklerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. Katılımcıların Kişisel Özelliklerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Cinsiyet	n	%	Medeni Durum	n	%
Erkek	165	40,7	Bekâr	303	74,8
Kadın	240	59,3	Evli	102	25,2
Toplam	405	100	Toplam	405	100
Eğitim Düzeyi	n	%	Meslek	n	%
Lise ve altı	22	5,4	Sağlık çalışanları	235	58,0
Önlisans – Lisans	230	56,8	Diğer	170	42,0
Lisansüstü	153	37,8			
Toplam	423	100	Toplam	405	100

Katılımcıların çoğunluğu kadınlardan (%59,3) ve bekarlardan (%74,8) oluşmaktadır. Önlisans ve lisans eğitim düzeyine sahip olanların oranı %56,8'dir. Son olarak katılımcıların %58,0'i sağlık çalışanları iken, geri kalan %42,0'lik grubu kamu çalışanları, emekli, esnaf ve öğrenci oluşturmaktadır.

Araştırma Modelinin Testi

Araştırmada modelinin testi için öncelikle DFA'da doğrulanan dengeli beslenme, dengesiz beslenme ve Covid-19 korkusu boyutları ile online yemek sipariş verme niyeti arasında yol şeması oluşturulmuştur. Beslenme alışkanlıkları ölçeği AFA sonucunda dengeli ve dengesiz beslenme olmak üzere iki alt boyutta elde edildiğinden dolayı H_1 ve H_2 hipotezlerine ilişkin ikişer alt hipotez oluşturulmuştur. Gerçekleştirilen yol analizi sonucunda elde edilen dört indekse ($\chi^2/df= 3,035$; GFI=,869; CFI=,902; RMSEA= ,071) göre modelim uyum değerleri kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer almıştır. Tablo 4'te değişkenler arasındaki etkileşimleri kapsayan yapısal modelin sonuçları görülmektedir.

Tablo 4. Araştırmanın Hipotez Test Sonuçları

Hipotezler	β	S.H.	t	p	R ²	Sonuç
H _{2a} Dengeli Beslenme → Online Yemek Sipariş Niyeti	-,356	,071	-4,991	***		Desteklendi
H _{2b} Dengesiz Beslenme → Online Yemek Sipariş Niyeti	,240	,053	4,564	***	,138	Desteklendi
H ₃ Covid-19 Korkusu → Online Yemek Sipariş Niyeti	-,079	,062	-1,287	,198		Desteklenmedi
H _{1a} Covid-19 Korkusu → Dengesiz Beslenme	,160	,064	2,512	,012	,020	Desteklendi
H _{1b} Covid-19 Korkusu → Dengeli Beslenme	,127	0,53	2,414	,016	,019	Desteklendi

Tablo 4'te araştırmanın hipotez sonuçlarına yönelik standardize edilmiş beta katsayıları, standart sapma, t değerleri ve R² değeri verilmiştir. Beta katsayıları anlamlı bulunan dengeli beslenme, online yemek sipariş verme niyetini olumsuz yönde etkilerken, dengesiz beslenme alışkanlıkları olumlu yönde etkilemektedir. Anlamlı etkisi bulunan bu iki boyut modelin (online yemek sipariş verme niyetinin) %14'ünü (R²=,138) açıklamaktadır. Diğer taraftan Covid-19 korkusunun hem dengeli hem de dengesiz beslenme üzerinde etkileri söz konusudur. Beta katsayılarına göre dengesiz beslenme alışkanlıkları Covid-19 korkusundan daha fazla etkilenmektedir. Ayrıca Covid-19 korkusunun online yemek sipariş verme niyeti üzerindeki etkisi anlamsız bulunmuştur. Tüm bu bulgulara göre H₁ ve H₂ hipotezleri desteklenmiş, H₃ hipotezi ise desteklenmemiştir.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Hastalıktan korunmada ülkelerin almış olduğu tedbirlerin yanı sıra bilim insanlarının yönlendirmesi ile bireyler de düzenli uyku, spor, dengeli beslenme gibi bağışıklık sistemini güçlendirmeye yönelik önlemler almaya çalışmaktadırlar (Naja ve Hamadeh, 2020, s. 1118). Pandemi sürecinde yaşam rutinlerinin değişimiyle bireylerin beslenme alışkanlıkları da değişmiştir. Bireyler, bu dönemde izole olarak kendilerini korumaya çalışırken, bağışıklık düzeylerini de yükseltmek için beslenme alışkanlıklarını güncellemişlerdir (Ruiz-Roso, vd., 2020). Çalışmada; hastalanma korkusu, belirsizlik, hastalığın çevresine bulaştırma endişesi gibi düşüncelerle oluşan korku ve kaygının beslenme alışkanlıkları üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Covid-19 salgını ile mücadelede aşı tedavi yöntemi yaygın olarak kullanılmaya başlansa da Covid-19 korkusu olarak adlandırılan durum devam etmektedir. Zamanla stres, sürekli tedirginlik, iletişim bozukluğu, davranış bozukluğu gibi depresyon gibi farklı dramatik etkilere neden olabilen korku hissi, insanların hayatını derinden etkilemektedir.

Çalışma sonucunda, Covid-19 korkusunun hem dengeli hem de dengesiz beslenme üzerinde etkili olduğu ve ilgili hipotezlerin desteklendiği ortaya konulmuştur. Ancak beta katsayısına bakıldığında Covid-19 korkusunun, dengeli beslenme alışkanlığına göre dengesiz beslenme alışkanlıkları üzerinde daha etkili olduğu görülmektedir. Bu sonuç, pandemi sürecinde doymuş yağ, şeker ve basit karbonhidrat içeriği yüksek gıdaların tüketildiğini (Muscogiuri vd., 2020), çay-kahve tüketiminin arttığını (Dilber ve Diber, 2020, s. 2144; Garipoğlu ve Bozar, 2020, s. 100), hazır gıdanın tercih edildiğini (Scarmozzino ve Visioli, 2020) ortaya koyan çalışmaları destekler niteliktedir. Diğer taraftan sağlıklı ve dengeli beslenmenin tercih edildiğini (Akyol ve Çelik, 2020, s. 25; Di Renzo vd., 2020; Gülçiçek ve Bulut, 2021, s. 15; Sidor ve Rzymiski, 2020) gösteren çalışmalarla farklılık göstermektedir.

Çalışmada, Covid-19 korkusunun dengesiz beslenme alışkanlıkları üzerindeki etkisi yüksek çıkmıştır. Ankete katılımların yarısından fazlasının sağlık çalışanları olması bu sonuçta etkili olduğu düşünülmektedir. Sağlık çalışanlarının pandemi sürecinde yoğun ve stresli iş temposu içinde çalışmaları, beslenme düzenlerini etkilediği görülmektedir. Dengesiz beslenmenin azalması için korku, endişe düzeyini kontrol altına almak gerekmektedir. Kişiler, korku, endişe ve kaygı düzeyini arttıran haberlerden, ortamlardan, uzak durarak dengeyi sağlayabilir. Sağlık çalışanları için daha rahat çalışma ortamları yaratılmalıdır.

Beslenme alışkanlıklarının yanı sıra bireylerin yiyecek- içecek satın alma davranışlarında da değişiklikler olmuştur. Zorunlu karantina süreçleri, ev dışındaki güvensiz ortam ihtimalleri online yemek sipariş sistemlerinin kullanımını arttırmıştır. Bu sistemin içinde hizmet veren işletmelerin, yüksek yatırım geliri, emek tasarrufu, daha az hata, artan gelir gibi avantajları fark etmesi (Kimes, 2011b) ile birlikte pazar büyümüştür. Tüketicinin online yemek sipariş verme niyetinin belirlenmesi de bu pazarın devamlılığında

önemli rol oynamaktadır. Sipariş verme niyetinin belirlenmesinde kolaylık, ulaşılabilirlik, teknolojik alt yapı, yiyecek çeşitliliği, sosyal mesafe gibi unsurların etkili olduğu ortaya konulmakla birlikte (Deepika ve Arun, 2021) bireysel faktörler içinde değerlendirilen beslenme alışkanlıkları ile ilgili yeterli çalışma bulunmamaktadır. Çalışmada beslenme alışkanlıklarının online yemek sipariş verme niyeti üzerinde etkili olduğu ve ilgili hipotezlerin desteklendiği ortaya konulmuştur. Beta katsayısına göre dengeli beslenme, online yemek sipariş verme niyetini olumsuz yönde etkilerken, dengesiz beslenme alışkanlıkları olumlu yönde etkilemektedir. Dengesiz beslenme online yemek sipariş niyetini arttırırken dengeli beslenmenin niyet üzerinde olumsuz etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Dengeli beslenmeyi tercih edenlerin online yemek sipariş verme niyetinin düşük olması, sipariş edilen yemeklerle ilgili bireylerin kafasında sağlık, hijyen veya güvenilirlik gibi konularda soru işaretleri olduğunu düşündürmektedir. Sağlıklı beslenen bireyler online yemek sipariş vermekten kaçınırken dengesiz beslenenler bir sakınca görmemektedir. Bu durumda online yemek siparişi hizmeti veren işletmelere řu önerilerde bulunulmaktadır:

- Yiyeceklerin içerikleri, tedarik süreçleri, üretim aşamaları ile ilgili detaylı ve doğru bilgilendirmelerin yapılması,
- Sağlıklı olarak ifade edilen yemek çeşitlerinin arttırılması,
- Farklı beslenme alışkanlıklarına (Vejetaryen Beslenme, Vegan Beslenme, Ketojenik Beslenme, Glutensiz Beslenme gibi) sahip kişilere de alternatif yiyecek seçeneklerinin sunulması,
- Dengeli ve sağlıklı beslenme alışkanlığına sahip bireylerin beklentilerinin araştırılması.

Böylece sağlıklı beslenme tercihleri olan kişilerin de online yemek sipariş sistemine dahil edilmesi sağlanabilir.

Her çalışmada olduğu gibi bu araştırma da sınırlılıklar bulunmaktadır. Araştırmanın belli bir meslek grubuna yapılarak daha spesifik bilgilerin alınması sonuçların değerlendirmesi açısından daha belirleyici olacaktır. Gelecekte yapılacak çalışmalarda farklı beslenme tarzları da burada daha detaylı ele alınabilir ayrıca online yemek sipariş verme niyeti konusunda bireylerin psikolojik durumları ile ilgili değişkenlerin de etki düzeyleri araştırılabilir.

Etik Beyan

“Covid-19 Korkusunun Beslenme Alışkanlıkları ve Online Yemek Sipariş Verme Niyeti Üzerindeki Etkisi” başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Etik kurul izni Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu’nun 25.11.2021 tarih ve 2021/02 nolu toplantısında alınan 74 sıra sayılı kararı ile alınmıştır.

Kaynakça

- Akgün, V. Ö. ve Zerenler, M. (2021). Determining the purchasing intentions of consumers during the pandemic: a research on online food orders, *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 11(1), 129-146.
- Akyol, P. ve Çelik, A. (2020). Covid-19 salgını sürecinde paramedik öğrencilerinin beslenme alışkanlıklarının araştırılması. *Turkish Studies*, 15(4), 25-37.
- Alhuseini, N. ve Alqahtani, A. (2020). COVID-19 pandemic’s impact on eating habits in Saudi Arabia. *Journal of Public Health Research*, 9(3), 354-360.
- Alaimo, L. S., Fiore, M. ve Galati, A. (2020). How the covid-19 pandemic is changing online food shopping human behaviour in Italy. *Sustainability*, 12(22), 9594. 2-18.
- Arı, E. ve Yılmaz, V. (2015). Üniversite öğrencilerinin online yemek siparişi davranışlarının teknoloji kabul modeliyle araştırılması, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 7(2), 65-84.
- Bozdoğan, M. (2012). *Turizm işletmelerinde e-ticaret: yemeksepeti.com üzerinde satış yapan yiyecek-içecek işletmelerinde bir inceleme: Konya ili örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat.
- Casale, S. ve Flett, G. L. (2020). Interpersonally based fears during the covid-19 pandemic: reflections on the fear of missing out and the fear of not mattering constructs. *Clinical Neuropsychiatry*, 17 (2), 88-93.
- Chai, L. T. ve Yat, D. N. C. (2019). Online food delivery services: making food delivery the new normal. *J. Marketing Adv. Practices*, 1(1), 62-77.
- Chang, H. ve Meyerhoefer, C. (2020). Covid-19 and the demand for online food shopping services: empirical evidence from Taiwan. *Agricultural & Applied Economics Association*, 1-18, 448-465.
- Çay, M. (2021). Yaşlılar ve yetişkinlerde koronavirüs (covid-19) salgının etkileri ve koronavirüs korkusu. *Toplum ve Sosyal Hizmet, Covid-19 Özel Sayı Cilt 1*, 87-102.

- Çulfa, S., Yıldırım, E. ve Bayram, B. (2021). COVID-19 pandemi süresince insanlarda değişen beslenme alışkanlıkları ile obezite ilişkisi. *Online Türk Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6(1), 135-142.
- De Hoog, N., Stroebe, W. ve De Wit, J. B. (2008). The processing of fear-arousing communications: how biased processing leads to persuasion. *Social Influence*, 3(2), 84-113.
- Deepika, R. ve Joe Arun C. (2021). The impact of fear of covid on online food delivery. *Academy of Marketing Studies Journal*, 25(5), 1-12.
- Di Renzo, L., Gualtieri P., Pivari F. vd. (2020). Eating habits and lifestyle changes during Covid-19 lockdown: an Italian survey. *J Transl Med*, 18(229), 1-15. doi: <http://dx.doi.org/10.1186/s12967-020-02399-5>.
- Dilber, A. ve Dilber, F. (2020). Koronavirüs (COVID-19) salgınının bireylerin beslenme alışkanlıkları üzerindeki etkisi: Karaman ili örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 2144-2162
- Egunjobi, J. P. (2020). The perception of covid-19 as a fear factor in the preparation for the pandemic aftermath, *Nairobi: Researchgate*.
- Eskici, G. (2020). Covid-19 pandemisi: Karantina için beslenme önerileri. *Anadolu Kliniği Tıp Bilimleri Dergisi*, 25(1), 124-129.
- Furedi, F. (2001). *Korku kültürü risk almamanın riskleri*, (Çev: B. Yıldırım), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Garipoğlu, G. ve Bozar, N. (2020). Covid-19 salgınında sosyal izolasyonda olan bireylerin beslenme alışkanlıklarındaki değişiklikler. *Pearson Journal Of Social Sciences & Humanities*, 6(6), 100-113.
- González-Monroy, C., Gómez-Gómez, I., Olarte-Sánchez, C.M. ve Motrico, E. (2021). Eating behaviour changes during the covid-19 pandemic: a systematic review of longitudinal studies. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 18, 11130, 1-24
- Gülçiçek Tolun, B. ve Bulut, N. (2021). Covid-19 pandemi sürecinde tüketicilerin gıda ürünleri satın alma davranışları üzerine bir araştırma, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 45, 15-31.
- Gómez Corona, C., Rakotosamimanana, V. R., SáenzNavajas, M. P., Rodrigues, H., FrancoLuesma, E., Saldaña, E., ve Valentin D. (2021). To fear the unknown: Covid-19 confinement, fear, and food choice. *Food Quality and Preference*, 92, 104251, doi: 10.1016/j.foodqual.2021.104251
- Gunden, N., Morosan, C. ve DeFranco, A. (2020). Consumers' intentions to use online food delivery systems in the USA. *Int. J. Contemp. Hospitality Manage*, 32(3), 1325-1345
- Güney, O. I., ve Sangün, L. (2021). How COVID-19 affects individuals' food consumption behaviour: a consumer survey on attitudes and habits in Turkey. *British Food Journal*, 123, 2307-2320.
- Hastaoğlu, E. (2021). Covid-19 salgını sürecinde turizm öğrencilerinin stres düzeyleri ve sağlıklı beslenme davranışları üzerine bir araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(3), 1610-1621
- İflazoğlu, N. ve Aksoy, M. (2020). Tüketicilerin Covid-19 salgını sürecinde yiyecek-içecek işletmelerinden bekledikleri hizmetin niteliğine ilişkin bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 3362-3377.
- Kılçalp, M. ve Özdoğan, O. N. (2019). Paket yemek siparişlerinde çevrimiçi aracı kullanan tüketici davranışlarının genişletilmiş teknoloji kabul modeliyle araştırılması. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 3(2), 148-163. DOI: 10.30625/ijctr.618952
- Kimes, S. E., ve Laqué, P. F. (2011). Online, mobile, and text food ordering in the restaurant industry. *Cornell Hospitality Report*, 11(7), 1-20.
- Kimes, S. E. (2011a). Customer perceptions of electronic food ordering. *Cornell Hospitality Report*, 11(10), 4-18.
- Kimes, S. E. (2011b). The current state of online food ordering in the U.S. restaurant industry. *Center for Hospitality Research Publications*, 11(17), 6-18.
- Liang, A. ve Lim, W. M. (2011). Exploring the online buying behavior of specialty food shoppers. *International Journal of Hospitality Management*, 30, 855-865.
- Limon, M.R. (2021). Food safety practices of food handlers at home engaged in online food businesses during covid-19 pandemic in the Philippines. *Current Research in Food Science*, 4, 63-73.
- Marty, L., Lauzon-Guillain, B., Labesse, M. ve Nicklaus S. (2020). Food choice motives and the nutritional quality of diet during the Covid-19 lockdown in France. *Appetite*, 157, 105005.
- Meydan C.H. ve Şeşen H. (2015). *Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları* (2. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık
- Mertens, G., Kryptos, A. M., ve Engelhard, I. M. (2020). A Review on mental imagery in fear conditioning research 100 years since the "little Albert" study. *Behaviour Research and Therapy*, 126, 103556.
- Muscogiuri, G., Barrea L., Savastano S. ve Colao A. (2020). Nutritional recommendations for COVID-19 quarantine. *European Journal of Clinical Nutrition* 74(6), 850-851. doi:10.1038/s41430-020-0635-2
- Naja, F. ve Hamadeh, R. (2020). Nutrition amid the COVID-19 pandemic: a multi-level framework for action. *European Journal of Clinical Nutrition*, 74, 1117-1121. doi: [org/10.1038/s41430-020-0634-3](https://doi.org/10.1038/s41430-020-0634-3)
- Ornell, F., Schuch, J. B., Sordi, A. O. ve Kessler, F. H. P. (2020). "Pandemic fear" and COVID-19: Mental health burden and strategies. *Brazilian Journal of Psychiatry*, 42(3), 232-235. doi:10.1590/1516-4446-2020-0008
- Özer, S. ve Okat, Ç. (2021). Yeni koronavirüs (covid-19) günlerinde bireylerin yeme tutumlarının incelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 84-102.
- Pakpour, A. H. ve Griffiths, M. D. (2020). The fear of covid-19 and its role in preventive behaviors. *Journal of Concurrent Disorders*, 2(1), 58-63.
- Richards T. J. ve Rickard B. (2020). Covid-19 impact on fruit and vegetable markets. *Canadian Journal of Agricultural Economics*, 68(2), 189-194. doi: <https://doi.org/10.1111/cjag.12231>.

- Romeo-Arroyo, E., Mora, M. ve Vázquez-Araújo, L. (2020). Consumer behavior in confinement times: food choice and cooking attitudes in Spain. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21, 100226.
- Ruiz-Roso M.B., De Carvalho Padilha P., Mantilla Escalante D.C. vd. (2020). Covid-19 confinement and changes of adolescent's dietary trends in Italy, Spain, Chile, Colombia and Brazil. *Nutrients*, 12(6), 1807. doi:10.3390/nu12061807
- Satıcı, B., Gocet-Tekin, E., Deniz, M. E. ve Satıcı, S. A. (2020). Adaptation of the fear of covid-19 scale: its association with psychological distress and life satisfaction in Turkey. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 19, 1980-1988. https://doi.org/10.1007/s11469-020-00294-0
- Scarmozzino F. ve Visioli F. (2020). Covid-19 and the subsequent lockdown modified dietary habits of almost half the population in an Italian sample. *Foods*, 9(5), 675. doi:10.3390/foods9050675
- Shaikh A. (2020). Effective factors in changing the buying behavior of consumer due to Covid-19. *Studies in Indian Place Names (UGC CARE Journal)*, 40(68), 408-414
- Sidor, A. ve Rzymiski, P. (2020). Dietary choices and habits during covid-19 lockdown: experience from Poland. *Nutrients*, 12(6). 1657; doi:10.3390/nu12061657
- Soraci, P., Ferrari, A., Abbiati, F. A., Del Fante, E., De Pace, R., Urso, A. ve Griffiths, M. D. (2020). Validation and psychometric evaluation of the Italian version of the fear of covid-19 scale. *International Journal of Mental Health and Addiction*. doi: 10.1007/s11469-020-00277-1.
- Sürücüoğlu, M. S. (1999). Beslenme ve Sağlığımız. *Standard Dergisi*, 38(448), 40-51.
- Tomaş, M. (2014). Paket servis müşterilerinin sipariş vermede e-aracı kullanma nedenleri üzerine keşifsel bir araştırma: yemeksepeti. com örneği. *Journal of Internet Applications & Management/İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 5(2), 29-41
- Tzur Bitan, D., Grossman-Giron, A., Bloch, Y., Mayer, Y., Shiffman, N. ve Mendlovic, S. (2020). Fear of covid-19 scale: psychometric characteristics, reliability and validity in the Israeli population. *Psychiatry Research*, 289, 113100. https://doi.org/10.1016/j.psychres.2020.113100

EXTENDED ABSTRACT

In addition to the measures taken by countries in the prevention of the disease, with the guidance of scientists, individuals are also trying to take measures to strengthen the immune system such as regular sleep, sports and balanced nutrition. With the change of life routines during the pandemic process, the nutritional habits of individuals have also changed. While trying to protect themselves in isolation during this period, individuals updated their eating habits to increase their immunity levels. The effect of fear and anxiety, which is caused by thoughts such as fear of getting sick, uncertainty, and the fear of contagion on eating habits was investigated in the study. Although the vaccine treatment method has been widely used in the fight against the Covid-19 epidemic, the situation called the fear of Covid-19 continues. The feeling of fear, which can cause different dramatic effects such as stress, constant restlessness, communication disorder, and depression over time affect people's lives deeply.

As a result of the study, it was revealed that the fear of Covid-19 is effective on both balanced and unbalanced nutrition and the related hypotheses are supported. However, when we look at the beta coefficient, it is seen that the fear of Covid-19 is more effective on unbalanced eating habits than balanced eating habits. This result indicates that food high in saturated fat, sugar and simple carbohydrates is consumed during the pandemic (Muscogiuri et al., 2020), tea and coffee consumption increases (Dilber & Diber, 2020, p. 2144; Garipoğlu & Bozar, 2020, p. 100) supports the studies showing that ready-to-eat food is preferred (Scarmozzino & Visioli, 2020). On the other hand, it differs from studies showing that a healthy and balanced diet is preferred (Akyol & Çelik, 2020, p. 25; Di Renzo et al., 2020; Gülçiçek & Bulut, 2021, p. 15; Sidor & Rzymiski, 2020).

In the study, the effect of the smell of Covid-19 on unbalanced eating habits was high. The fact that more than half of the participants in the survey are health workers is thought to be effective in this result. It is seen that the work of health workers in an intense and stressful work tempo during the pandemic process affects their diets. In order to reduce unbalanced nutrition, it is necessary to control the level of fear and anxiety. People can achieve balance by staying away from news and environments that increase the level of fear and anxiety. More comfortable working environments should be created for healthcare workers.

In addition to eating habits, there have been changes in the food and beverage purchasing behaviors of individuals. Mandatory quarantine processes and the possibility of an unsafe environment outside the home have increased the use of online food ordering systems. The market has grown with the companies providing services in this system realizing the advantages such as high investment income, labor savings, fewer mistakes and increased income. Determining the consumer's intention to order food online also plays an important role in the continuity of this market. Although it has been revealed that factors such as

convenience, accessibility, technological infrastructure, food variety, and social distance are effective in determining the intention to order (Deepika & Arun, 2021), there are not enough studies on nutritional habits evaluated within individual factors. The study revealed that eating habits were effective on the intention to order food online and the related hypotheses were supported. According to the beta coefficient, balanced diet negatively affects the intention to order food online, while unbalanced eating habits affect it positively. While unbalanced nutrition increases the intention to order food online, it has been determined that balanced nutrition has a negative effect on intention.

The low intention of those who prefer a balanced diet to order food online suggests that there are question marks in the minds of individuals regarding the ordered meals, such as health, hygiene or reliability. While healthy eating individuals avoid ordering food online, those with an unbalanced diet do not see any harm. In this case, the following recommendations are made to businesses that provide online food ordering services:

- Providing detailed and accurate information about the contents of food, supply processes, production stages,
- Increasing the variety of meals expressed as healthy,
- Offering alternative food options to people with different dietary habits (such as Vegetarian Nutrition, Vegan Nutrition, Ketogenic Nutrition, Gluten-Free Nutrition),
- Researching the expectations of individuals with balanced and healthy eating habits.

Thus, people with healthy eating preferences can be included in the online food ordering system.

As with any study, this study also has limitations. Obtaining more specific information by conducting the research to a certain occupational group will be more decisive in terms of the evaluation of the results. In future studies, different eating styles can be discussed in more detail here, and the effect levels of variables related to the psychological state of individuals on the intention to order food online can be investigated.