

**Tüketicilerin Fast Food Tüketim Sıklığını Etkileyen Faktörlerin Analizi**


The Analysis of Factors Affecting Frequency of Fast Food Consumption


**Hasan Burak AĞIR<sup>1\*</sup>, Cuma AKBAY<sup>2</sup>****Öz**

Tüm dünyada ve Türkiye’de fast food ürünlere olan talep artmakta ve sektör hızlı bir şekilde büyümektedir. Nüfus artışı, kentleşme, bireylerin eğitim ve gelir seviyelerinin yükselmesi, aile yapısındaki değişim, seyahat zorunluluğu, yoğun çalışma süresi ve özellikle kadınların işgücüne katılımlarının artması bireylerin fast food tüketiminde etkili olan önemli faktörlerdir. Bugün Türkiye’de 700’den fazla fast food restoran bulunmaktadır. Bu çalışmada tüketicilerin fast food tüketim sıklığı ile sosyo ekonomik özellikleri arasındaki ilişki ortaya konulmuştur. Araştırmanın ana materyalini, 2016 yılında İç Anadolu Bölgesinde 346 tüketici ile yüz yüze yapılan anketlerden elde edilen veriler oluşturmaktadır. Tüketicilerin sosyo ekonomik özellikleri ile fast food tüketim sıklığı arasındaki ilişkinin belirlenmesinde Sıralı Lojistik Regresyon modeli kullanılmıştır.

Elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde, tüketicilerin %47’si 26-40 yaş, %48’i lisans ve üzeri eğitim düzeyi ve %39’u orta gelir grubundadır. Tüketicilerin fast food tüketim sıklığı incelendiğinde, %37.9’unun hiç tüketmediği, %17.6’sının bazen ve %44.5’inin sıklıkla fast food tükettiği belirlenmiştir. Ayrıca, tüketicilerin vücut kitle indeksi ortalama 25.10 olarak hesaplanmıştır. Sıralı lojistik regresyon analizi sonuçlarına göre tüketicilerin fast food tüketim sıklığı ile eğitim, gelir ve alışveriş merkezine (avm) gitme sıklığı ile pozitif, vücut kitle indeksi (vki) ve yaş değişkenleri ile negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ). Bu sonuçlara göre daha yüksek eğitim ve gelir grubunda bulunan tüketiciler daha sık Avm’ye gitmekte ve diğer tüketicilere göre daha sık fast food tüketmektedirler. Ayrıca gençlerin yaşlılara göre daha sık fast food tükettikleri belirlenmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgular ışığında karar vericilerin ve sektör paydaşlarının tüketicilerin fast food tüketim sıklığında etkili faktörleri değerlendirerek bireylerin daha sağlıklı beslenmelerine yönelik gerekli politika ve pazarlama stratejileri geliştirmeleri ve uygulamaları gerekmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Fast food, Tüketici, Tüketim sıklığı, Sıralı lojistik regresyon, İç Anadolu Bölgesi

<sup>1\*</sup>Sorumlu Yazar/Corresponding Author: Hasan Burak AĞIR, KSÜ Ziraat Fakültesi, Kahramanmaraş, Türkiye. E-mail: [hburakagir@ksu.edu.tr](mailto:hburakagir@ksu.edu.tr)  OrcID: 0000-0003-4275-9819

<sup>2</sup>Cuma AKBAY, KSÜ Ziraat Fakültesi, Kahramanmaraş, Türkiye. E-mail:  OrcID: 0000-0001-7673-7584.

**Atıf/Citation:** Hasan Burak AĞIR, Cuma AKBAY Tüketicilerin Fast Food Tüketim Sıklığını Etkileyen Faktörlerin Analizi. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 18 (3), 436-445.

\*Bu çalışma Yüksek Lisans tezinden özetlenmiştir.

©Bu çalışma Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi tarafından Creative Commons Lisansı (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>) kapsamında yayınlanmıştır. Tekirdağ 2021

## **Abstract**

Worldwide and in Turkey, there is an increasing demand for fast food products and the sector is growing rapidly. Population growth, urbanization, increase in education and income levels of individuals, change in family structure, travel obligation, intensive working time, and especially the increase in the participation of women in the workforce are the important factors affecting fast food consumption. Today there are more than 700 fast food outlets in Turkey. This study investigates the relationship between consumers' fast food frequency and their socio-economic characteristics. In this context, the material of the study was obtained from 346 consumers by face to face questionnaire in Central Anatolia in 2016. Ordered Logistic Regression model was employed to determine the relationship between the socio-economic characteristics of consumers and the frequency of fast food consumption.

According to the results, 47% of the consumers are in the range of 26-40 years, 48% are undergraduate and above education level and 39% are in the middle-income group. When the fast food consumption frequency of consumers is examined, it is determined that 37.9% of them do not consume fast food, 17.6% of them sometimes consume fast food and 44.5% of them frequently consume fast food. In addition, the body mass index of the consumers was calculated as 25.10 on average. According to the Ordered Logistic Regression, there is a positive relationship between frequency of fast food consumption and consumers' education, income, and frequency of going to the mall while negative relationships between consumers' age and body mass index ( $p < 0.05$ ). Due to the results, consumers in higher education and income groups go to the mall more often and consume fast food more often than other consumers. Besides, it has been determined that young people consume fast food more frequently than elder ones. In the light of the findings obtained from the research, decision-makers and sector stakeholders should evaluate the factors influencing the frequency of fast food consumption of consumers and develop and implement policies and marketing strategies for healthier nutrition of individuals.

**Keywords:** Fast food, Consumer, Consumption frequency, Ordered logistic regression, Central Anatolia

## 1. Giriş

Dünyada sanayi devriminden sonra küreselleşmenin de etkisiyle ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda yaşanan gelişmeler toplumların yaşam standartları ve beslenme alışkanlıklarında önemli değişimlere neden olmuştur. Bu değişimler paralelinde gıda sektörü de meydana gelen talebi karşılamaya yönelik şekil almaya başlamıştır (Bıtrak ve Hatırlı, 2019). Hızlı nüfus artışı, kentleşme, bireylerin eğitim ve gelir seviyelerinin yükselmesi, aile yapısındaki değişim, seyahat zorunluluğu ve yoğun çalışma süresi gibi faktörler ev dışında gıda tüketimini yaygınlaştırmıştır (Akbay ve Boz, 2005; Bekar ve Dönmez, 2016).

Özellikle yoğun çalışma saatleri ile kısalan yemek yeme süresi, kadınların işgücüne katılımının artması sonucu evde yemek pişirmenin azalması, çok gelirli ailelerin artması, internet üzerinden alışverişin yaygınlaşması hazır gıdalara olan talebi dolayısıyla ev dışı gıda tüketimini önemli ölçüde artırmaktadır. Ev dışında gıda tüketimi içerisinde daha hızlı ve pratik beslenme imkanı sunan fast food alternatif olarak öne çıkmakta (Kaynak ve ark., 1996; Akbay ve ark., 2007) ve fast food ürünlere olan talep her geçen gün artmaktadır.

Fast food kısaca ev dışında çeşitli satış noktalarında uygun fiyattan kısa sürede hazırlanıp servis edilen ürünler olarak tüketicilerin karşısına çıkmaktadır. Bender ve Bender (1999) fast food kavramını belirli üretim hattı teknikleri ile hazırlanmış; sınırlı sayıda gıda ürünleri ile hazırlanan menülerden oluşan ve üreticilerin pizza, hamburger, tavuk ve sandviç gibi ürünlerin yapımında özelleşmiş restoranlar tarafından sunulan ürünler olarak tanımlamışlardır (Davies ve Smith, 2004). Diğer bir tanımda fast food hazırlama süresi kısa, büfe, restoran ve seyyar olarak satılan paketlenmiş veya dondurulmuş halde her an tüketilebilen yiyecekler olarak ifade edilmiştir (Akdağ, 2015; Yaman, 2007). İlk kez 1850 yılında Hamburg’lu işçilerin Amerika’ya hamburgeri getirmesiyle ortaya çıkmış, günümüzde fast food işletmeleri ile birlikte tüm dünyaya yayılmış (Unur ve Kaya, 2010) ve tüm dünyada hızlı büyüyen bir sektör haline gelmiştir. Özellikle, 1940’lı yıllarda Amerika’da McDonald’s firmasının hızlı ve ucuz menüler ile araçlara hizmet vermesiyle fast food işletmelerinin başladığı, farklı işletmelerin de pazara dahil olmasıyla birlikte Avrupa ve diğer ülkelerde yaygınlaştığı kabul edilmektedir (Gee, 1989). Dünya genelinde en önemli beş fast food markasının toplam değeri yaklaşık 219 milyar dolardır (Anonim, 2020) ve her geçen gün artmaya devam etmektedir.

Dünyada meydana gelen gelişmeler ile birlikte Türk toplumunun da gerek yaşam tarzı gerekse tüketim alışkanlıkları değişmiştir. Tüketim alışkanlıklarında yaşanan bu değişim özellikle Türkiye’nin büyük şehirlerinde fast food işletmelerinin artışıyla ilişkilendirilebilir (Yıldırım ve Çengel, 2013). Fast food kavramı ilk olarak 1986 yılında İstanbul’da açılan Mcdonal’s ile Türkiye pazarına girmiş ve daha sonra yabancı ve yerli markalarında katılımıyla büyük bir sektör haline gelmiştir (Öztürk, 2019). 2002 yılında toplam tüketim harcamaları içerisinde ev dışı gıda tüketimi payı %4.2 iken 2019 yılında %6.5’e yükselmiştir (TUİK, 2020). Günümüzde fast food işletmeleri sokaklarda, alışveriş merkezlerinde, hava alanlarında, okullarda, kafelerde, benzin istasyonları gibi çeşitli mekânlarda karşımıza çıkmakta ve sağlığa olumsuz etkilerinin bilinmesine rağmen hızla büyümeye devam etmektedir. Gıda tüketim tercihlerindeki değişim ve fast food talebindeki artış göz önüne alındığında tüketicilerin fast food tüketimine yönelen faktörlerin değerlendirilmesine yönelik araştırmalar yapılması önemlidir.

Literatürde konuyu teknik ve ekonomik yönden inceleyen çeşitli araştırmalar bulunmaktadır. Konu ile ilgili teknik araştırmalar fast food tüketiminin vücut ağırlığı (Pieroni ve Salmasi, 2014), enerji alımı (Schröder ve ark., 2007; Rosenheck, 2008; Mohr ve ark., 2019; Alexander ve ark., 2020) konularında yoğunlaşmışlardır. Konu ile ilgili ekonomik araştırmalarda tüketicilerin fast food ürünleri tercih etme nedenleri (Akbay ve ark., 2007; Unur ve Kaya, 2010; Unur ve Gök, 2012), fast food tüketiminde kohort (kuşak) etkisi (Traş ve Şengül, 2017), tüketici değerleri ve yaşam tarzları ile fast food tüketimi (Yıldırım ve Çengel, 2013) konuları ele alınmıştır. Bununla birlikte üniversite öğrencilerine yönelik araştırmalar (Morse ve Driskell, 2009; Yardımcı ve ark., 2012; Sayılı ve Gözener, 2013; Akçadağ ve Bozkurt, 2019; Bayındır ve Bayındır, 2019; Hatırlı ve Yiğit, 2019), lise ve dengi okullarda fast food tüketimi (Kalkan ve ark., 2015; İkikat Tümer, 2018), fast food tüketiminde ailenin rolü (Taşpınar, 2018), Y (Xiao ve ark., 2019) ve Z jenerasyonunun fast food tüketimi (Kamenidou ve ark., 2019) ve eğitim düzeyinin fast food tüketim alışkanlığına etkisi (Kayışoğlu ve İçöz, 2012) ve hazır yemek işletmelerinde HACCP sistemi (Erkan, 2008) konularında da araştırmalar mevcuttur.

Literatür değerlendirildiğinde bölgesel olarak fast food tüketimi ile ilgili bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu araştırma İç Anadolu Bölgesinde fast food tüketimini ele alması nedeniyle bu açığı kapatacaktır. Ayrıca yapılan

çalışmalar konuyu farklı açılardan ele alsa da halen tüketicilerin fast food tüketmelerinde etkili özelliklerinin belirlenmesine yönelik çalışmalara ihtiyaç vardır. Yapılacak olan bu araştırmalar sonucunda karar vericiler ve işletmeler fast food arz ve talebini düzenleyen çeşitli politikalar geliştirebilir. Ayrıca fast food tüketiminin önemli sağlık sorunlarına neden olması nedeniyle karar vericiler tüketici profilini dikkate alarak daha etkili politikalar uygulayabilir. Bu bağlamda bu araştırmanın amacı İç Anadolu Bölgesinde tüketicilerin fast food tüketim davranışlarının ortaya konulmasıdır. Bu amaç doğrultusunda tüketicilerin fast food tüketim sıklığı ile sosyo ekonomik özellikleri arasındaki ilişki ortaya konulmuştur.

## 2. Materyal ve Metot

Bu araştırmanın ana materyalini 2016 yılında İç Anadolu Bölgesinde 18 yaş ve üzeri ve herhangi bir gelire sahip olan tüketiciler ile yüz yüze yapılan anketler oluşturmaktadır. Bununla birlikte konu ile ilgili yapılan araştırmalar ve çeşitli istatistiki raporlardan da yararlanılmıştır. Araştırmada Türkiye genelinde yürütülen 113K733 nolu TUBİTAK projesinin verileri kullanılmıştır. Projede oransal örnekleme yöntemine (Newbold, 1995) göre Ankara (137), Konya (93) ve Kayseri (116) kent merkezlerinde toplam 346 tüketici ile anketler yapılmıştır. İl merkezlerinde yapılan anket sayısı il nüfus oranlarına göre dağıtılmıştır.

Araştırmada tüketicilerin sosyo-ekonomik özelliklerinin analizlerinde tanımlayıcı istatistikler, fast food tüketim sıklıklarının belirlenmesinde ise 3'lü Likert tipi ölçek (0-hiç tüketmiyorum, 1-bazen tüketiyorum ve 2- sıklıkla tüketiyorum) elde edilmiş ve modelde bağımlı değişken olarak kullanılmıştır.

Araştırmada tüketicilerin sosyo-ekonomik özelliklerinin fast food tüketim sıklığını ne düzeyde etkilediğini belirlemek için Sıralı Lojistik Regresyon (Ordered Logistic Regression) modeli kullanılmıştır. Bağımlı değişkeninin sıralı ölçekle ifade edildiği durumlarda Sıralı Lojistik Regresyon (SLR) modeli doğrusal ve lojistik regresyon modellerine göre daha iyi sonuç vermesinden dolayı sıklıkla tercih edilmektedir (Köksal, 2009; Şerbetçi ve Özçomak, 2013).

SLR, bağımlı değişkeninin üç veya daha fazla kategori içerdiği ve bu değişkenin sıralı ölçek ile ifade edildiği durumlarda (0,1,2,3,...j) avantajlı olan bir çok değişkenli regresyon modelidir (Warner, 2008). Modelde normallik ve sabit varyans varsayımları gerekli olmayıp bağımsız değişkenler ile sıralı bağımlı değişken arasındaki ilişkinin kategoriden bağımsız olduğunu varsaymaktadır (Chen ve Hughes, 2004). Bununla birlikte bağımlı değişkenin sıralı olarak gözlemlendiği durumlarda SLR modeli tek alternatiftir (Chen ve Hughes, 2004; Şerbetçi ve Özçomak, 2013) SLR modeli, gözlenebilir sıralı kategorik bağımlı değişkenin (Y) ardında  $-\infty$  ve  $+\infty$  değerler alabilen, gözlenemeyen ve sürekli bir gizli değişken (Y\*) varsayımına dayanır. Bu değişken aşağıdaki eşitlik 1 ile ifade edilir (Akın ve Şentürk, 2012).

$$Y^* = \beta'X + \varepsilon \quad (\text{Eş. 1})$$

Eşitlik 1'de Y\* gizli değişken,  $\beta$  parametrelerin vektörü ve  $\varepsilon$  hata terimidir. Hata teriminin 0 ortalamaya sahip ve simetrik olduğu varsayılmaktadır (Akın ve Şentürk, 2012). Bağımlı değişken (Y) ve gizli değişken (Y\*) arasındaki ilişki bireylere göre değişen kesme noktalarının ( $\mu_j$ ) bir fonksiyonudur (Greene, 1998). Burada Y'nin j tane sıralı alternatifi olduğu durumlarda bağımlı değişken gizli değişken yardımıyla aşağıdaki eşitlik 2 ile gösterilmektedir.

$$Y = j \text{ iken } \mu_{j-1} < Y^* < \mu_j \quad (\text{Eş. 2})$$

Eşitlik 2'de  $\mu$  bilinmeyen kesme ya da eşik noktalarını göstermektedir. Eşik noktaları kategori sayısının bir eksiği olarak hesaplanmaktadır. İlk eşik parametresi 0 olduğundan dolayı tahmin edilen eşik parametrelerinin hepsinin pozitif olması gerekmektedir ( $\mu_0=0 < \mu_1 < \mu_2 < \dots < \mu_j$ ). Eşik noktaları ile Y değişkeni kategorilerinin olasılık değerleri hesaplanır. Y\* regresyon denkleminin belirlenmesinde en yüksek olasılık tekniği kullanılmaktadır. Bu tekniğin kullanılabilmesi için, hata terimlerinin dağılımının belirli bir biçimde belirlenmesi gerekir. SLR modelinde hata terimlerinin normal veya lojistik dağıldığı düşünülür ve modelin oluşturulmasında olasılık yoğunluk ve birikimli (kümülatif) dağılım fonksiyonu kolay uygulanması ve yorumlanması nedeniyle tercih edilmektedir (Ayhan, 2006). Bu bağlamda, SLR modeli  $\gamma_j=1$  için genel olarak aşağıdaki eşitlik 3 ile ifade edilmektedir (McCullagh, 1980).

$$\text{link}(\gamma_j) = \mu_j - \beta'X \quad (\text{Eş. 3})$$

Eşitlik 3'te  $\gamma_j$ , j'inci kategori için birikimli olasılık değeri,  $\mu_j$  j'inci kategorinin eşik değerleri,  $\beta'$  regresyon katsayıları ve X bağımsız değişkenleri ifade etmektedir. Modelde bağımsız değişkenlerin fast food tüketim sıklığı

üzerine etkilerinin ortaya konulması için Odds oranı hesaplanmıştır. Odds oranı incelenen bir olayın gözlenme olasılığının gözlenmemeye olasılığına oranlanmasıyla hesaplanır (p/1-p) ve bağımlı değişkeninin bağımsız değişkeninin etkisiyle kaç kat daha fazla oranda gözlenme olasılığına sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Özdamar, 1999).

### 3. Araştırma Sonuçları ve Tartışma

Araştırma bölgesinde anket yapılan tüketicilerin sosyo-ekonomik özelliklerine yönelik tanımlayıcı istatistikler *Tablo 1*'de verilmiştir. Tüketicilerin fast food tüketim sıklığı (0:hiç tüketmiyorum, 1:bazen tüketiyorum, 2: sıklıkla tüketiyorum) incelendiğinde %37.9'unun hiç, %17.6'sının bazen ve %44.5'inin sıklıkla fast food tükettiği saptanmış ve ortalaması 1.07 olarak hesaplanmıştır. Tüketicilerin hanelerinde ortalama 3.38 kişi bulunmaktadır. Tüketicilerin vki'leri ortalama 25.10 olup Dünya Sağlık Örgütü standartlarına göre toplu (hafif şişman) kategorisinde yer almaktadırlar (Anonim, 2021) Tüketicilerin %47'si 26-40 yaş aralığında, %48'i lisans ve üzeri eğitim düzeyi ve %39'u orta gelir grubundadır. Tüketici hane halklarında çalışan kadın oranı %15 ve 18 yaşından küçük çocuk bulunma oranı %39'dur (*Tablo 1*).

**Tablo 1. Tüketicilerin sosyo-ekonomik özellikleri**  
*Table 1. Socio-economic characteristics of consumers*

	Değişken adı	Ortalama	Standart Sapma
Fast food tüketim sıklığı:			
0:hiç tüketmiyorum,		0.379	0.49
1:bazen tüketiyorum,	FFS	0.176	0.38
2: sıklıkla tüketiyorum		0.445	0.49
Medeni durum: 0:bekar, 1:evli	MEDENİ	0.60	0.49
Cinsiyet: 0:kadın, 1:erkek	CİNS	0.61	0.48
Hane halkı birey sayısı (kişi)	HANE	3.38	1.32
Vücut kitle endeksi (vki)	VKİ	25.10	4.52
Yaş			
18-25:1, diğerleri:0,	YAS1*	0.21	0.40
26-40:1, diğerleri:0,	YAS2	0.47	0.50
41 ve üzeri:1, diğerleri:0	YAS3	0.32	0.46
Eğitim			
Ortaokul ve altı:1, diğerleri:0	EGT1*	0.23	0.42
Lise:1, diğerleri:0	EGT2	0.29	0.45
Lisans ve üzeri:1, diğerleri:0	EGT3	0.48	0.50
Gelir (TL/ay)			
≤ 2400 (Düşük gelir)	GELİR1*	0.27	0.44
2401-4000 (Orta gelir)	GELİR2	0.39	0.48
≥4001 (Yüksek gelir)	GELİR3	0.34	0.47
Evde çalışan kadın olma durumu: 0:yok, 1:var	KCALISMA	0.15	0.36
Evde 18 yaşından küçük çocuk olma durumu: 0:yok, 1:var	ÇOCUK	0.39	0.48
Alış Veriş merkezi gitme durumu (kez/ay)			
≤ 2 kez	AVM1*	0.37	0.48
3-5 kez	AVM2	0.37	0.48
6 kez ≥	AVM3	0.26	0.43
Anket yapılan il merkezi			
Konya:1, diğerleri:0	İL1*	0.26	0.44
Kayseri:1, diğerleri:0	İL2	0.34	0.47
Ankara:1, diğerleri:0	İL3	0.40	0.48

\* Referans olarak kullanılan değişkenler

Araştırmada, SLR modeline ait tahmin edilen katsayılar, standart hata, p-değeri ve odds oranları *Tablo 2*'de verilmiştir. Modelde Log-Likelihood=274.51, Ki-kare=155.61 ve p<0.001 olarak hesaplanmış olup bu değerler modelin anlamlı olduğunu ortaya koymaktadır. SLR modeli için karşılanması gereken diğer önemli bir varsayım paralel eğriler (doğrular) varsayımdır. Modelden elde edilen sonuçların güvenilirliği ve doğruluğu için bu varsayım sağlanmalıdır (Ayhan, 2006). Paralel eğriler varsayımında parametre tahmin değerleri bağımlı değişkenin kategorilerine göre değişiklik göstermez ve parametre tahminleri eşik noktalarına (kesme noktası) göre değişmemektedir (Akın ve Şentürk, 2012). Ki-kare testi sonuçlarına göre p=0.710 olarak hesaplanmıştır. Bu

sonuçlara göre parametre tahminleri aynı eşik noktasından geçmektedir ve paralel eğriler varsayımı sağlanmıştır. SLR modelinin uygunluğunu belirlemek için Pearson Ki-Kare ve sapma (deviance) testleri kullanılmıştır. Pearson Ki-kare ve sapma testleri anlamlılık düzeyleri sırasıyla  $p_{pearson}=0.163$  ve  $p_{sapma}=1.000$  olarak hesaplanmıştır. Bu değerlere göre model veriler ile uyumludur. Modelin uyum iyiliğinin ortaya konulduğu bir başka değer Negelkerke  $R^2$ 'dir ve 0.419 olarak hesaplanmıştır (Tablo 2). Bu değer bağımlı değişkendeki değişimin %41.9'unu modeldeki bağımsız değişkenler tarafından açıklandığını ortaya koymaktadır.

Analize yaş, eğitim, gelir ve Avm'ye gitme sıklığı değişkenlerine ait referans değerler dahil edilmemiştir. Tablo 2'ye göre tüketicilerin fast food tüketim sıklığı ile vücut kitle indeksi (vki), yaş, eğitim, gelir, alışveriş merkezlerine gitme sıklığı ve tüketicilerin buldukları kent merkezi değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır (Tablo 2). Fast food tüketim sıklığı ile vücut kitle indeksi, yaş ve tüketicilerin buldukları kent merkezi değişkenleri arasında negatif, eğitim, gelir, avm'ye gitme sıklığı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Diğer değişkenler sabitken tüketicilerin vki'sindeki bir birim artış tüketicilerin daha sık fast food tüketme olasılığını 0.94 kat azaltmaktadır (Tablo 2). Vücut kitle indeksi yüksek olan tüketicilerin daha az sıklıkta fast food tüketmeleri beklenen bir durum olup araştırmadan elde edilen sonuçlar ile desteklemektedir.

Elde edilen sonuçlara göre tüketici yaşı ile fast food tüketim sıklığı arasında ters yönlü bir ilişki olduğu saptanmıştır (Tablo 2). Buna göre 41 ve üzeri yaş grubunda bulunan tüketicilerin 18-25 yaş grubundakilere göre fast food tüketim sıklığı 0.34 kat daha azdır. Gençlerin yaşlı bireylere göre daha sık fast food tükettiğini sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar konu ile ilgili diğer araştırma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Örneğin Mersin ili kent merkezinde Unur ve Gök (2012) tarafından yapılan araştırmada fast food tüketenlerin çoğunluğunun 20-25 yaş grubundakiler olduğu saptanmıştır. Nijerya'da yapılan bir araştırmada fast food tüketenlerin %51'inin gençler olduğu tespit edilmiştir (Odemero ve Bernice, 2018). Adana'da yapılan bir başka araştırmada yaş ile fast food tüketim sıklığı arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir (Akbay ve ark., 2007). Yazarlar bu durumu yaşlı bireylerin Türk tipi, genç bireylerin ise daha çok batı tipi fast food tüketmelerinden meydana geldiğini belirtmişlerdir.

Eğitim düzeyi tüketicilerin tüketim harcamalarında etkili önemli bir faktördür. Elde edilen sonuçlara göre lisans ve üzeri eğitim (EGT3) grubundaki tüketiciler ile fast food tüketim sıklığı arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlıdır ( $p<0.001$ ). Buna göre lisans ve üzeri eğitim düzeyinde bulunan tüketicilerin daha sık fast food tüketme olasılığı ortaokul ve altı eğitim grubunda bulunanlara göre 4.61 kat daha fazladır. Diğer bir ifadeyle eğitim düzeyinin yüksek olması fast food tüketim sıklığını artırmaktadır (Tablo 2). Bu durum yüksek eğitim düzeyi talep eden işlerde çalışan bireylerin yoğun çalışma temposunda yemek için daha az zaman ayırmalarından kaynaklanmaktadır. Odemero ve Bernice (2018) Nijerya'da yaptıkları araştırmada eğitim düzeyinin artmasının fast food tüketimini arttırdığı sonucuna ulaşmışlardır. Aynı şekilde Akbay ve ark. (2007) yüksek eğitim düzeyi olan tüketicilerin daha sık fast-food tükettiğini tespit etmişlerdir.

Bir başka önemi ekonomik faktör olan tüketici gelirinin fast food tüketim sıklığı üzerine pozitif bir etkisi olduğu belirlenmiştir ( $p<0.001$ ). Tablo 2'ye göre yüksek gelir grubunda bulunan tüketicilerin diğer gelir gruplarına göre daha sık fast food tüketme olasılığı fazladır. Elde edilen bu sonucu yüksek eğitim düzeyi ile ilişkilendirmek mümkündür. Bu sonuç daha gelir ve eğitim düzeyi bakımından daha yüksek statüye sahip tüketicilerin daha düşük statüde bulunan tüketicilere göre daha fazla fast food tüketme eğiliminde olduğunu ortaya koyan önceki çalışmalar ile benzerlik göstermektedir (Angulo ve ark. 2002; Akbay ve Boz, 2005; Akbay ve ark. 2007; Odemero ve Bernice, 2018). Ayrıca, İran'da yapılan bir araştırmada Saghaian ve Mohammadi (2018) tüketicilerin gelir ve eğitim düzeyi ile fast food tüketim sıklığı arasında negatif ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Avm'ler gerek alışveriş gerek eğlence ve gerekse gıda tüketim merkezleri olup tüketilen içerisinde tüketilen gıdalar içerisinde fast food ürünleri önemli bir paya sahiptir. Araştırma sonuçları değerlendirildiğinde tüketicilerin avm'ye gitme sayıları arttıkça fast food tüketme sıklıklarının arttığı görülmektedir (Tablo 2). Tabloya göre avm'ye ayda 3-5 kez gidenlerin (AVM2) 2 ve 2'den daha az gidenlere göre fast food tüketim sıklıkları 3.53 kat, 6 ve daha fazla gidenlerin (AVM3) ise referans gruba kıyasla daha sık fast food tüketme olasılıkları 5.42 kat fazladır. Dikkat çeken diğer anlamlı bir değişken anket yapılan kent merkezidir. Elde edilen sonuçlara göre fast food tüketim sıklığı ile Kayseri il merkezinde bulunan tüketiciler arasında negatif bir ilişki olduğu saptanmıştır ( $p<0.001$ ). Bu sonuca göre Kayseri'de bulunan tüketicilerin Konya ilinde bulunan tüketicilere göre daha az sıklıkta fast food tükettiği belirlenmiştir. Diğer bir ifade ile Konya ilinde Kayseri iline göre fast food tüketim sıklığı daha yüksektir. Konya



il merkezinde Kayseri il merkezine göre daha fazla öğrenci bulunmasının bu sonucun ortaya çıkmasında etkili olduğu söylenebilir. Bununla birlikte bu durumun ortaya çıkmasında Kayseri ilinde bulunan tüketicilerin daha geleneksel yiyeceklere tüketmeleri etkili olmaktadır. Araştırmada hanede çalışan kadın bulunması ile fast food tüketim sıklığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanmamıştır ( $p>0.10$ ). Ancak hanede çalışan kadın bulunması ile fast food tüketimi arasında pozitif yönlü bir ilişki beklenmektedir. Bu durumun ortaya çıkmasında hane halkı reislerinin daha fazla işgücüne katılımına rağmen kadınların daha düşük ücretli işlerde çalışması ve işgücüne daha az katılmasının etkili olduğunu söylemek mümkündür.

**Tablo 2. Tüketicilerin fast food tüketim sıklığını etkileyen faktörler**  
*Table 2. Factors affecting frequency of consumers' fast food consumption*

Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	p değeri	Odds Oranı
MEDENİ	-0.302	0.374	0.420	0.739
CİNS	-0.323	0.276	0.242	0.724
HANE	-0.101	0.106	0.339	0.904
VKİ**	-0.061	0.031	0.050	0.941
YAS2	-0.540	0.393	0.169	0.583
YAS3***	-1.059	0.479	0.027	0.347
EGT2	0.370	0.369	0.317	1.447
EGT3***	1.529	0.390	0.000	4.611
GELİR2	0.436	0.312	0.163	1.546
GELİR3***	1.310	0.370	0.000	3.706
KCALISMA	-0.183	0.406	0.651	0.832
ÇOCUK	-0.122	0.331	0.713	0.886
AVM2***	1.263	0.285	0.000	3.538
AVM3***	1.692	0.336	0.000	5.428
İL2***	-1.366	0.338	0.000	0.255
İL3	-0.236	0.297	0.427	0.790
/eşik 1	-1.822	0.985	-	-
/eşik 2	-0.774	0.980	-	-

Log-Likelihood=274.51, Ki-kare=155.61, Negelkerke  $R^2=0.419$ , \*,\*\*,\*\*\*: 0.10. 0.05. 0.01 istatistiksel olarak anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir.

#### 4. Sonuç

Son yirmi yıl değerlendirildiğinde tüketicilerin eğitim, gelir ve yaşam tarzlarında meydana gelen önemli değişiklikler ve zaman faktörü tüketim alışkanlıklarını etkilemiş ve tüketicileri daha fazla ev dışında yemek yemeğe yönlendirmiştir. Fast food, Türkçe karşılığı ile hazır yemek, ev dışı yemek kültürü içerisinde önemli bir role sahip, gerek dünyada gerekse Türkiye’de hızla yayılan ve büyüyen bir sektör olarak dikkat çekmektedir. Tüketim davranışlarındaki değişiklikler göz önüne alındığında, tüketicileri fast food ürünleri tüketmeye teşvik eden faktörlerin belirlenmesi önemli olup, bu yönde yapılan araştırmalara halen ihtiyaç vardır.

Bu araştırmada İç Anadolu Bölgesinde bulunan en büyük üç kent merkezinde tüketicilerin fast food tüketim sıklığında etkili olan sosyo ekonomik faktörlerin belirlenmesi ve bu faktörlerin etkilerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda toplam 346 tüketici ile anketler yapılmış ve elde edilen veriler Sıralı Lojistik Regresyon analizi ile değerlendirilmiştir.

Analiz sonuçlarına göre bazı sosyo-ekonomik değişkenlerin fast food tüketim sıklığı üzerine etkisi olduğu tespit edilmiştir. Tüketicilerin fast food tüketim sıklığı ile gelir, eğitim düzeyi ve tüketicilerin Avm’ye gitme sayısı ile arasında pozitif, vücut kitle indeksi, yaş ve tüketicilerin bulunduğu il merkezi ile negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Özellikle sosyo-ekonomik düzeyi yüksek olan tüketicilerin düşük olanlara göre daha sık fast food tüketmektedir. Bu sonuca göre daha yüksek eğitim ve gelir grubunda bulunan tüketiciler daha çok Avm’ye gitmekte ve diğer tüketicilere göre daha sık fast food tüketmektedir. Bununla birlikte daha batıda bulunan kent merkezlerinde daha sık fast food tüketildiği belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre Konya il merkezinde fast food tüketim sıklığı Kayseri il merkezine göre daha fazladır.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar ışığında bazı öneriler geliştirilmiştir. Gelir ve eğitim düzeyinin artması fast food tüketim sıklığını artırmaktadır. Bu durumun ortaya çıkmasında uzun çalışma saatleri etkili olduğunu söylemek mümkündür. Genellikle gelir düzeyi yüksek olan ailelerde bayanların da iş hayatında yer alması çalışma süresini artırmakta ve evde yemek pişirilme sıklığını azaltmaktadır. Fast food ürünlerinin sağlık açısından dezavantajları göz önüne alındığında karar vericiler tarafından fazla çalışma saatlerine yönelik düzenlemeler yapılabilir. Özellikle 10 yaşından küçük çocuğu olup çalışan bayanlara daha esnek çalışma saatleri sağlanabilir. Bu şekilde yapılacak düzenlemeler ile yoğun çalışma temposu azalan bireylerin evde sağlıklı gıdalar tüketmeleri artırılabilir. Diğer önemli bir sonuç, gençlerin daha çok fast food tüketimine yönelmesidir. Fast food ürünlerin zararlı etkilerine yönelik düzenlenecek olan bilgilendirme çalışmalarının artırılarak genç nüfusa daha fazla ulaşılması sağlıklı nesillerin yetişmesi açısından önemlidir.



### Kaynakça

- Akbay, C., Boz, İ., (2005). Kahramanmaraş'ta ailelerin ev ve ev dışı gıda tüketim talebi ve tüketici davranışlarının ekonomik analizi. *KSÜ Fen ve Mühendislik Dergisi* 8(1):122-131.
- Akbay, C., Tiryaki, G Y., Gül. A. (2007). Consumer characteristics influencing fast food consumption in Turkey. *Food Control* 18: 904–913.
- Akçadağ, M., Bozkurt, T A. (2019). Fast-food ürünlerinin tercih edilme nedenlerinin tespiti: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi öğrencileri üzerine bir uygulama. *Journal of Life Economics* 6(4):449-462.
- Akdağ, H., (2015). *Lise öğrencilerinin fastfood tüketim durumlarının ve alışkanlıklarının saptanması*. (Yüksek Lisans Tezi). Okan Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Akın, B., Şentürk, E. (2012). Bireylerin mutluluk düzeylerinin ordinal lojistik regresyon analizi ile incelenmesi. *Öneri dergisi* 10 (37):183-193.
- Alexander, E., Rutkow, L., Gudzone, K A., Cohen, J E., Mcginty, E E. (2020). Trends in the healthiness of U.S. fast food meals, 2008–2017. *Eur J Clin Nutr.* doi.org/10.1038/s41430-020-00788-z.
- Anonim, (2020). Brand value of the 10 most valuable quick service restaurant brands worldwide in 2020, <https://www.statista.com/statistics/273057/value-of-the-most-valuable-fast-food-brands-worldwide/>, (Erişim tarihi : 15.09.2020).
- Anonim, (2021). World Health Organization. Mean Body Mass Index (BMI). <https://www.euro.who.int/en/health-topics/disease-prevention/nutrition/a-healthy-lifestyle/body-mass-index-bmi>, (Erişim tarihi: 10.03.2021).
- Angulo, A. M., Gill, J.M., Mur, J. (2002). Spanish demand for food away from home: A panel data approach. *European Association of Agricultural Economists*. International Congress. Zaragoza, Spain.
- Ayhan, S. (2006). *Sıralı lojistik regresyon analiziyle Türkiye'deki hemşirelerin iş bırakma niyetini etkileyen faktörlerin belirlenmesi*. (Yüksek lisans Tezi). Osmangazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü İstatistik Anabilim Dalı, Eskişehir.
- Bayındır, M S., Bayındır, B. (2019). Hızlı yiyecek tüketim alışkanlıklarının incelenmesi: Pınarhisar Meslek Yüksekokulu örneği. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 3(1): 29-39.
- Bekar, A., Dönmez, F G. (2016). Tüketicilerin dışarıda yemek yeme nedenlerine ilişkin bir değerlendirme. *Social Sciences (NWSASOS)* 11(1): 1-15.
- Bender, A E., Bender, D A. (1999). *A Dictionary of Nutrition and Food Technology*. Crc Press, Woodhead Publishing Ltd, ISBN: 1-85573-475-3.
- Bitrak, O O., Hatırlı, S A. (2019). Isparta ilinde hane halklarının ev dışı gıda tüketimini etkileyen sosyo-ekonomik faktörlerin analizi. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 5 (2). 46-63. DOI: 10.29131/uiibd.591909
- Chen, C. K., Hughes, J. (2004). Using ordinal regression model to analyze student satisfaction questionnaires. Ir applications. *Association for Institutional Research* 1(1): 1-13.
- Davies, G. J., & Smith, J. L. (2004). Fast food dietary perspective. *Nutrition and Food Science* 34(2): 80–82.
- Erkan, B. (2008). Bir hazır yemek işletmesinde HACCP Sisteminin Kurulması. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi* 5 (3): 267-281.
- Gee, E. (1989) *Calculation for the Hotel Catering Industry*. Hodder Arnold H&S. ISBN 10: 0340504536.
- Greene, W H. (1998). LIMDEP version 7. New York: Econometric Software. Inc.
- Hatırlı, S A., Yiğit, A G. (2019). Isparta ilinde ev dışı gıda tüketim tercihleri: Süleyman Demirel üniversitesi öğrencileri üzerine bir uygulama. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi* 7(18): 412-424.
- İkikat Tümer, E. (2018). Lise ve dengi okullardaki öğrencilerin fast food tüketim kararları. *KSÜ Tarım ve Doğa Dergisi* 21(1):1-6.
- Kalkan, İ., Türkmen, A., S., & Filiz, E. (2015). Dietary habits of Turkish adolescents in Konya, Turkey. *Global Journal on Advances in Pure & Applied Sciences*. [Online]. 07: 190-196.
- Kamenidou, I., Mamalis, S., Pavlidis, S., Bara, E Z. (2019). Segmenting the generation z cohort university students based on sustainable food consumption behavior: A preliminary study. *Sustainability* 11(837): 2-23.
- Kaynak, E., Kucukemiroglu, O., Aksoy, S. (1996). Consumer preference for fast food outlets in a developing country. *Journal of Euromarketing* 5(4): 99-113.
- Kayıoğlu, S., İçöz, A. (2012). Eğitim düzeyinin fast- food tüketim alışkanlığına etkisi. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi* 9 (2):16-19.
- Köksal, Ö. (2009). *Organik zeytin yetiştiriciliğine karar verme davranışı üzerinde etkili olan faktörlerin analizi*. (Doktora Tezi) Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- McCullagh, P. (1980). Regression models for ordinal data. *Journals of the Royal Statistical Society Series B (Methodological)*. 42(2): 109-142.
- Mohr, B., Dolgoplova, I., Roosen, J. (2019). The influence of sex and self-control on the efficacy of nudges in lowering the energy content of food during a fast food order. *Appetite* 141:1-12. doi.org/10.1016/j.appet.2019.06.006.

- Morse, K. L. ve Driskell, J. A. (2009). Observed sex differences in fastfood consumption and nutrition self-assessments and beliefs of college students. *Nutrition Research* 29(3): 173-179.
- Newbold, P., (1995). Statistics for business and economics. Prentice-Hall, New Jersey.
- Odemero, A F., Bernice, E. (2018). Investigation of determinants of consumers' satisfaction among fast food markets in delta state, Nigeria, *Ünye İİBF Dergisi* 2(1): 59-69.
- Özdamar, K. (1999). Paket programlar ile istatistiksel veri analizi. Eskişehir. Kaan Kitabevi. 535 s.
- Öztürk, A. (2019). Fast food restoranlarının tercih edilmesinde etkili olan faktörlerin Ahs metodu ile önceliklendirilmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi* 8(3): 2679-2695.
- Pieroni, L., Salmasi, L. (2014). Fast-food consumption and body weight. Evidence from the UK. *Food Policy* 46:94-105.
- Rosenheck R. 2008. Fast food consumption and increased caloric intake: a systematic review of a trajectory towards weight gain and obesity risk. *Obesity Reviews* 9:535-547.
- Saghaian, S., Mohammadi, H. (2018). Factors affecting frequency of fast food consumption. *Journal of Food Distribution Research* 49 (1): 22-29.
- Schröder, H., Fito, M., Covas, M I. (2007). Association of fast food consumption with energy intake, diet quality, body mass index and the risk of obesity in a representative Mediterranean population. *British Journal of Nutrition* 98 (6):1274-1280.
- Sayılı, M., Gözener, B. (2013). Gaziosmanpaşa üniversitesi öğrencilerinin fast-food tüketim alışkanlıklarının değerlendirilmesi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 4 (2): 11-28.
- Şerbetçi, A., Özçomak, M. (2013). Sıralı lojistik regresyon analizi ile istatistik ve ekonometri derslerinde başarıyı etkileyen faktörlerin belirlenmesi: Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri üzerine bir uygulama. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 3(1):89-110.
- Taşpınar, O., (2018). Fast food tüketiminde ailenin rolü: Çanakkale örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi* 7(3):879-892.
- Traş, M.F., Şengül, S. (2017). Cohort effect on food away from home in Turkey: A double hurdle approach. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi* (35): 59-80.
- TÜİK, 2020. Hanehalkı tüketim harcamaları istatistikleri.
- Unur, K., Kaya, D. (2010). Hızlı yiyecek (fast food) tüketicilerinin özellikleri ve tercihlerini etkileyen faktörler: Mersin Örneği. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 7(2): 105-122.
- Unur, K., Gök, D. K. (2012). Tüketicilerin tez yemek tüketme nedenleri: mersin şehir merkezinde faaliyet gösteren yerel, ulusal ve uluslararası zincir tez yemek işletme müşterileri örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 14(27): 357-387.
- Warner, P. (2008). Ordinal Logistic Regression. *BMJ Sexual & Reproductive Health*. 34 (3): 169-170.
- Yaman, H.B., (2007). *Tüketicilerin hazır yemek tüketim alışkanlıklarında küreselleşmenin etkileri ve konuya ilişkin bir uygulama.* (Yüksek Lisans Tezi) Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İzmir.
- Yardimci, H., Ozdogan, H., Ozcelik, A.O., Surucuoglu, M.S. (2012). Fast-Food consumption habits of university students: The Sample of Ankara. *Pakistan Journal of Nutrition* 11 (3): 265-269.
- Yıldırım, F., Çengel, Ö. (2013). A research over the relationship between fast food consumption and consumer's values & lifestyles in Turkey. *Online Academic Journal of Information Technology* 4(11):1-14.
- Xiao, A., Yang, S., Iqbal, Q. (2019). Factors affecting purchase intentions in generation y: An empirical evidence from fast food industry in Malaysia. *Administrative Sciences* 9(4): 1-16.