



Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/
Journal of Travel and Hospitality Management
18(3), 2021, 518-543.
Gönderim Tarihi: 01.03.2021
Kabul Tarihi: 09.07.2021
DOI: 10.24010/soid.887506

Bireylerin Dışarıda Tek Başına/Yalnız Yemek Yeme Deneyimleri ve Yiyecek İçecek İşletmelerinin Yalnız Yemek Yiyenlere İlişkin Değerlendirmeleri

Solo Dining Experience of Individuals and Food and Beverage Establishments' Assessments Regarding the Solo Diners

Elif ASLANTÜRK 
Mersin Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin, Türkiye
E-posta: elif87aslanturk@hotmail.com

Prof.Dr. KAMİL UNUR 
Mersin Üniversitesi
Turizm Fakültesi, Mersin, Türkiye
E-posta: kunur@mersin.edu.tr

Öz

Demografik özelliklerdeki ve çağdaş yaşam tarzlarındaki değişimler tek başına tüketicilerin sayısında artışa neden olmaktadır. Bu artışın son yıllarda başta yiyecek içecek sektörü olmak üzere turizm sektöründe de yeni bir eğilim olarak ön plana çıktığı söylenebilir. Bu araştırmanın temel amacı bireylerin dışarıda (restoran, lokanta, kafe, fast food satış yerleri vb.) tek başına yemek yeme deneyimlerini araştırmaktır. Araştırmanın bir diğer amacı ise yiyecek içecek işletmelerinin tek başına yemek yiyen müşterileri işletme açısından nasıl değerlendirdiklerini belirlemektir. Belirlenen amaç doğrultusunda nitel bir araştırma süreci izlenmiş ve yapılandırılmış görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Örneklem seçiminde amaçlı ve kartopu örnekleme tekniği kullanılarak, tek başına yemek yiyen 64 kişiden ve 20 yiyecek içecek işletmesinden veri toplanmıştır. Veriler içerik analizi ve betimsel analize tabi tutulmuştur. Araştırmadan elde edilen bulgularla, tek başına yemek yiyen bireylerin çoğunluğunun (%80,1'inin) dışarıda mecburen tek başına yemek zorunda kaldıkları ve tek başına yemek yemeyi genel olarak rahatsız edici ve sıkıcı bir durum olarak gördükleri sonucuna ulaşılmıştır. İşletmelerin ise tek başına olan müşterilerle ilgili henüz farkındalıklarının olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yalnız yemek yeme, Yalnız tüketim, Turizm, İşletme

Abstract

Changes in demographic characteristics and modern lifestyles point to the increase in the number of solo consumers. It can be said that this increase has come into prominence as a new tendency in restaurants as well as tourism sector. The main objective of this research is to study on individuals' solo dining experience outside (restaurant, café, fast food restaurants, etc). Another objective of the research is to determine that how food and beverage establishments owners/managers assess the customers who dine alone at restaurants in terms of the establishment. In accordance with the designated objectives, the structured interview method was utilized as a qualitative research process. In term of the choice of the sample, the snowball sampling method is used and the data has been collected from 64 people who dine alone and 20 food and beverage establishments' owner/managers. The data was analyzed with the content analysis and descriptive analysis methods. Through the results of the research, it has been concluded that most of the individuals who dine solo (%80,1 of them) dine out alone out of necessity and that they find dining out alone disturbing and boring. It has been also concluded that food and beverage establishments' owners/managers have not got an awareness of solo customers yet.

Key Words: Solo- dining, Solo-consumption, Tourism, Business

Extended Summary

Purpose

It is contended that the changes in daily activities and demographic characteristics (Pliner ve Bell, 2009:170) lead people to a more individualistic way of consumption (Shin ve diğ., 2018:767) and that solo dining is one of these individualistic ways of consumption. However, although there are a lot of statements indicating the increase in solo dining, the fact that there are few researches on this issue makes it difficult to comprehend the solo dining experience. In other words, it is seen the reason why people dine solo, how they feel when they dine solo, and in general the information regarding solo dining experience have not been revealed in detail. The main purpose of this research is research that why people dine solo, how they feel when they dine solo, and in general the information regarding solo dining experience in restaurants. Another objective of the research is to determine how food and beverage establishments' owners, or managers evaluate the solo customers in terms of the establishments.

Background

Considering the increase in solo consumption in literature, it is stated that the decline in social bounds (Shin ve diğ., 2018:767), late marriages, busy schedules, increase in the time spent away from home (Bae ve diğ., 2018:2) and the changes in social tendencies lead individuals to having solo service (Shin ve diğ., 2018:767). Moreover, it is indicated that many factors such as an industrial way of life and the reregulation of the time allocation (Takeda, 2016:1), swift demographic changes towards solo houses, active lifestyles and time restriction encourage people to dine solo (Bae ve diğ., 2018:2). It is stated that although social tendencies together with the changes in demographic characteristics and contemporary lifestyles, lead the consumers to solo consumption, many people are reluctant to make solo consumption (Shin ve diğ., 2018:767). In fact, there is a considerable similarity between the results of previous researches on solo dining. In the researches, it is pointed out that individuals dislike eating out or public places and they feel uncomfortable with this situation (Brown ve diğ., 2020; Her ve Seo, 2018; Bae ve diğ., 2018; Lahad ve May, 2017; Brown ve diğ., 2013; Danesi, 2012; Heimtun, 2010).

Method

In this research, a qualitative research process was followed and the structured interview method was utilized. The individuals who eat out alone and the owners or the managers of the food and beverage establishments form the population of the research. While determining the people who will participate in the research, the techniques of purposive and snowball sampling were used. Between the dates of 15th December 2020 and 15th January 2021, in total the data was collected from 64 people who eat out alone and 20 owners or the managers of the restaurants. The data was analysed with the content analysis and descriptive analysis methods.

Findings

The findings of the research indicate that most of the individuals who dine solo (%80,1) are compelled to eat out alone (because of having no one to accompany, being practical, nonconformance in schedule and time, being alone due to the work). A significant percentage of the solo diners (%44,2) feel themselves uncomfortable, as

well. Also, it was found out that most of the solo diners think that the people around (other customers or staff) consider them as lonely or abnormal. The fact that %90,3 of the solo diners spends their time being busy with their mobile phones or looking around and that those who feel uncomfortable while dining solo want to finish their meals and leave are among the findings of the research. In general, it was considered that the findings of the research are consistent with the findings of the previous researches. The findings showed that the owners or managers of the establishments think that there are no differences between solo or group customers and they do not serve them differently.

Results

Through this study, it was concluded that the phenomenon of the solo dining is like and related to the sense of being lonely and the consideration of the exposition to the negative judgements of the other people around (customers or staff) them usually cause the feelings of anxiety while dining solo. As a result of the study it is possible to say that dining solo due to the necessity is an unfavourable experience for most people in most of the time. It was also concluded that food and beverage establishments' owners or managers do not consider solo customers as a profitable target group and that they do not utilize different implementations which can respond to the expectations of solo customers since the level of awareness of these establishments is not sufficient.

It can be concluded that the results of the research are significant in terms of that the managers understand how solo diners will spend high-quality time and how to increase the customer satisfaction while offering service. In order to get a positive feedback, it is essential to understand and meet customer expectations. It is known that solo customers especially focus on the atmosphere of the restaurant and environment more (behaviours of the staff, the design or the scenery of the establishment etc.) while dining alone. Thus, it should be considered it is important that the establishment is capable of having a positive influence over the individuals' feelings.

1. Giriş

İnsanlar teknolojiye dayalı sanayileşmeden etkilenen bir toplumda daha bağımsız ve bireysel hale geldikçe, tek kişilik hanelerin sayısı küresel olarak artmaktadır (Kim ve Choi, 2017:642). Brown ve diğerleri (2020:1348) küresel olarak, tek kişilik hanelerin 2014 ile 2030 yılları arasında en hızlı büyüyen hane halkı profili olacağını beklenmekte olduğunu, Bae ve diğerleri de (2018:2) 2030 yılına kadar dünya nüfusunun yaklaşık % 20'sinin tek kişilik hanelerden oluşacağını ifade etmiştir. Yaşanması beklenen bu küresel değişimin Türkiye'de de benzer seyirde olduğunu belirtmek gerekir. Türkiye İstatistik Kurumu (2020) verileri, geniş aileden oluşan hane halkı oranı 2014 yılında %16,7 iken bu oranın 2019 yılında %15'e düştüğü ve tek kişilik hane halkı oranının ise 2014 yılında %13,9 iken bu oranın 2019 yılında %16,9'a yükseldiğini göstermektedir.

Tek kişilik hanelerin sürekli olarak artış göstermekte oluşu ve özellikle önemli konuların tartışılabileceği güvenilir insanların veya sırdaşların azalması gibi sosyal bağların zayıflaması (Shin ve diğ., 2018:767), geç evlilikler, yoğun programlar ve evden uzakta geçirilen zamanın daha fazla olması gibi demografik ve kültürel eğilimlerdeki değişimler (Bae ve diğ., 2018:2) ve tüm bunların sonucunda sosyal yönelimlerdeki değişimin, müşterileri tek başına hizmet almaya yöneltmekte (Shin ve

diğ., 2018:767) olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca turizm sektörü gibi sektörlerin büyümesi ve sosyo-ekonomik faktörlerin de etkisi tüketimin yapısında değişimler yaratmıştır (Onurlubaş ve diğ., 2015:917).

Tek kişilik haneleri çoğaltan hızlı demografik değişimlere ek olarak aktif yaşam tarzları ve zamanın kısıtlı olması gibi değişiklikler de bireyleri tek başına yemek yemeye teşvik etmektedir. Öyle ki dışarıda tek başına yemek yiyen insanlar dışarıda yemek yemenin, evde yemek yemekten daha ucuza mal olduğunu ve zamandan daha fazla tasarruf ettirdiğini belirtmişlerdir (Bae ve diğ., 2018:2). Pliner ve Bell (2009:172) yalnız yemek yemenin bir nedeninin yalnız yaşamak olduğunu ifade ederken, Yates ve Warde de (2016:17) bu durumun kaçınılmaz olarak yemek yeme davranışı üzerinde sonuçları olduğunu belirtmiştir.

Kısacası demografik özelliklerdeki ve günlük faaliyet kalıplarındaki değişikliklerin bir sonucu olarak (Pliner ve Bell, 2009:170) insanların daha bireysel bir yaşam tarzına ve tüketime yöneldiği söylenebilir. Oysa başkalarıyla yemek yemek eğlenceli bir aktivitedir ve birçok önemli sosyal işleve hizmet eder (Grevet ve diğ., 2012:103). Ancak birçok kişi yaşam koşulları nedeniyle tek başına yemek yediği için başkalarıyla yemek yeme kaynaklı sosyal faydaları kaçırmaktadır (Grevet ve diğ., 2012:103).

Günümüze kadar yapılmış olan çalışmalar genel olarak evde yalnız yemek yeme davranışına yönelik çalışmalardır (Pliner ve Bell, 2009). Tek başına yemek yeme ile ilgili mevcut araştırmaların çoğu da psikologlar ve beslenme uzmanları tarafından yapılmıştır (Yates ve Warde, 2016:3). Dışarıda tek başına yemek yemenin yükselişine ilgili söylemlere rağmen, başkalarıyla birlikte yemenin azaldığını ve zaman içinde tek başına yemenin arttığını kanıtlayan az sayıda araştırma ve kanıt vardır (Takeda, 2016:17). Birkaç keşifsel çalışma dışında (Brown ve diğ., 2020; Her ve Seo, 2018; Danesi, 2012) dışarıda (halka açık ortamlarda) tek başına yemek yeme konusunun tam olarak anlaşılammış olduğu görülmektedir. Ayrıca tek başına yemek yeme niyetlerinin belirleyicilerinin de anlaşılmasının gerekli olduğu söylenebilir.

Tek başına yemek yeme alanyazında çok az ilgi görmüştür (Brown ve diğ., 2020; Bae ve diğ., 2018). Türkçe alanyazında da tek başına yemek yeme konusunda daha önce yapılmış herhangi bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Tek başına yemek yeme konusunda sınırlı sayıdaki araştırma da göz önüne alındığında, bu alanda bir açık olduğu söylenebilir. Bu çalışmada bireylerin dışarıda (restoran, lokanta, kafe, fast food satış yerleri vb.) tek başına yemek yeme deneyimlerini ayrıntılarıyla araştırmak amaçlanmıştır. Araştırmanın bir diğer amacı ise yiyecek içecek işletmelerinin, tek başına yemek yiyen müşterileri işletme açısından nasıl değerlendirdiklerini belirlemektir. Dolayısıyla bu çalışmanın hem alanyazına katkı sağlayacağı hem de insanların neden yalnız yemek yedikleri ve yemek yeme eylemi sırasında yalnız olmaktan kaynaklı duygu ve düşüncelerine ilişkin veri sağlayacağı düşünülmektedir.

2. Tek Başına/Yalnız Yemek Yeme

Tek başınlık, tartışmalı bir kavramdır ve sık sık yanlış bir şekilde etraftan soyutlanma ve yalnızlıkla eş tutulur. Öyle ki birçok insan tek başına olmayı rahatlatıcı bulurken, birçokları ise stresli, tehdit edici ve tehlikeli bulurlar (Dossey, 2016:77). Yalnızlık özellikle duygusal bağılıklar ve sosyal bağların ortadan kalktığı durumlarda sık görülürken yaşamdan zevk alma durumunu azaltmaktadır (Kahraman ve diğ., 2011). Yalnızlık, birey için sağlıklı ilişkilerin eksikliğini gösteren ve genellikle istenmeyen bir durumdur. Yalnızlık bir anlamda bir kişinin istediği sayıda (yeterince) kişiyle ilişki içinde olmaması ya da ilişki içinde olduğu kişilerle ilişkisinin arzu ettiği yakınlıkta olmaması

durumu olarak ta düşünülebilir. Yalnızlıkta birey diğer bireylerle yeterli iletişiminin olmadığını farkındadır (de Jong Gierveld, 1998:73-74) ve bazen de bu bireyin kendi tercihidir (Yaşar, 2007:241). Yalnızlık kavramı ve olgusundan söz edildiğinde genellikle olumsuz bir durum olarak düşünülmektedir. Bunun temel nedeninin insanın toplumsal bir varlık olarak görülmesidir (Svendsen, 2018). Nitekim bu konuda “Yalnızlık Allah’a Mahsustur” şeklinde meşhur bir Türk Atasözü vardır. Svendsen (2018) tarafından “arzulanan sosyal yaşam ile gerçekleşen sosyal yaşam arasındaki olumsuz duygular” şeklinde tanımlanan yalnızlık, Özçelik ve arkadaşları (2015) tarafından ise “bireyin var olan sosyal ilişkisi ile arzulanmış sosyal ilişkisi arasındaki tutarsızlık sonucunda oluşan ve hoş olmayan öznel psikolojik bir durum” şeklinde tanımlanmaktadır. Bu psikolojik durum insanların yemek yeme davranışı üzerinde de etkili olmaktadır. Bir başka ifadeyle, yemek yeme olayında (davranışında) insanlar duygularından çok fazla etkilenirler. Öyle ki ne yiyecekleri, ne kadar yiyecekleri ve ne sıklıkta yiyecekleri yalnızca fizyolojik ihtiyaçlarla değil, fizyolojik ihtiyaçlarla ilgili olmayan birçok değişkene bağlıdır (Canetti ve diğ. 2002:157).

Modern yaşam tarzının ve zaman tahsislerinin yeniden düzenlenmesinin tek başına yemek yeme olasılığını artırdığı, ‘sanayi sonrası toplumların köksüzlüğünün ve yabancılaşmasının’ komünalitenin sosyal anlamlarını gevşettiğini ve günlük hayatın bir dizi unsurunun özel alana girerek kişisel ve bireysel tercihleri etkilediği vurgulanmaktadır (Takeda, 2016:1). Günümüzde de aktif yaşam tarzlarının, zaman kısıtlamalarının ve tek kişilik evlere doğru hızlı demografik değişimlerin, tek başına yemek yeme eğilimini artırdığı ifade edilmektedir (Bae ve diğ., 2018:2). Fischler’e göre, günümüzde bireyselleşmiş ve kutsallığından kopmuş bir yemek yeme pratiği söz konusudur (Gürhan, 2017:565). Bir taraftan geleneksel olarak aile içinde yer alan ortak yemekler, yaşam koşulları ve aileden uzakta yaşayan pek çok kişi için en azından arkadaş edinene kadar geçen sürede (örneğin, üniversite öğrencileri, yaşlılar, hastanede yatan bireyler) mümkün olmamakta ve bunun yerine tek başına yemek yeme norm haline gelmektedir (Grevet ve diğ., 2012:103). Öte yandan bazı insanların da belirli nedenlerden dolayı tek başına yemek yemekten çekindiği söylenmekte ve sosyal dışlanmanın olumsuz hissi olan yalnızlığın tek başına yemek yeme niyetini olumsuz etkileyen temel ilke olduğu belirtilmektedir (Her ve Seo, 2018:16).

Aslında yemek yeme eylemi bir paradoks olarak nitelendirilir. Bir yandan yemek yemek bireysel bir eylemdir, her insanın vücudunu beslemesi gerekir ve bu nedenle de yemek yemek kişisel bir meseledir. Öte yandan yemek yemek, sosyal yaşamın temelini oluşturuyor gibi görünmektedir ve yemeği birlikte nasıl yediğimizi öngören kültürel normlarla düzenlenmektedir (Danesi, 2012: 78). Öyle ki, aile veya bir grup arkadaş ile paylaşılan ortak yemek yeme sosyal bağı güçlendiren bir deneyim olarak da görülmektedir (Grevet ve diğ., 2012:106). Bu nedenle de insanların genellikle yalnız yemek yerine birlikte yemek yemeyi tercih ettiği ifade edilmektedir (Fischler, 2011:539).

Başkalarıyla birlikte yemek yemek anlamına gelen komensalite, bir bireyin değerleri, temsilleri, normları ile bir gruba girmesine ve sosyalleşmesine izin veren sosyal bir olay olarak yeme aktivitesini anlamada merkezi bir kavramdır (Danesi, 2012:78). Sobal ve Nelson (2002:181) ‘ortak birimleri (komensal birimleri), yemekleri, atıştırmalıkları ya da içecekleri tüketmek için belirli bir zamanda ve belirli bir yerde toplanan insan grupları’ olarak ifade etmiştir. İspanyolca kökenli komensalite kelimesinin Türkçe karşılığı lokanta gibi durmaktadır. Ancak lokanta da İtalyanca kökenli olup Türkçesi aşevindir ve aşevi ise lokanta anlamının dışında ‘yoksullara parasız yemek yedirilen veya dağıtılan yer, aşhane’, ‘düğün, nişan vb. toplantılarda, verilecek yemekleri hazırlamak için geçici olarak mutfak gibi kullanılan yer’ ve ‘tekkelerde yemek pişirilen yer’ anlamlarını içermektedir (TDK, 2021). Bütün

anlamlarda birden çok kişinin yemek yediği ya da birden çok kişi için yemek pişirilen yer manasındadır. Dolayısıyla hem yemek pişirme hem de yemek yeme eylemlerinin birden çok kişiyi kapsadığı söylenebilir. Bu konuda Fischler (2011:539) çoğu kültürde, tek başına yemek yemenin genellikle hoş karşılanmadığını meslektaşının anlattığı bir hikâye ile vurgulamıştır. Hikâyede gelinin babası, damadını pazarda ayakta durarak tek başına yemek yerken gördüğü için planlanan düğünü iptal etmiştir, çünkü böyle davranan bir adamla kızının evlenmesine nasıl izin veririm düşüncesine sahiptir.

Danesi (2012:77) yemek esnasında insanların var olmasının ya da olmamasının, yemek yiyenler için hoşnutluk veya stres yarattığını ileri sürmektedir. Danesi (2012:77), başkalarıyla yemek yemenin insanları yaygın olarak zevk kaynağı olarak tanımlanan sosyalleşme ortamına ve bazı etkinliklere teşvik ettiğini, ancak yemekleri paylaşmanın da yemek yiyenleri strese sokabildiği için bu olumsuz duyguların genç yetişkinleri zaman zaman yalnız başına yemek yemeye teşvik ettiğini belirtmiştir. Dossey (2016:78) ise tek başına yemek yemenin, hiper bağlantılı dünyamızla sadece bir süre bağlantınızı kesebildiğiniz için motive edici olabileceğini ileri sürerken, Yates (2016:3-4) ise çoğu insanın restoranlarda tek başına yemek yemekten rahatsızlık duyduğunu, çoğunun restoranlarda akşam yemeklerini yalnız yemekten utandıklarını belirtmiştir.

2.1. Restoran İşletmelerinde Tek Başına/Yalnız Yemek Yiyen Müşteriler İçin Yapılmış Uygulamalar

Lahad ve May (2017:1) son yıllarda, artan sayıda restoran sahibinin tek başına yemek yiyenleri önemli bir satın alma gücü olarak görmeye başladığı için bu artan nüfusun talebine karşılık vermek ve ilgilerini çekebilmek için yeni pazarlama taktikleri geliştirmekte olduğunu, belirtmektedir. Dolayısıyla bugünün pazarındaki önemli eğilimlerden biri, tek/yalnız tüketicilerin sayısındaki muazzam büyümedir. Yalnız yemek yeme eğilimi de kesinlikle bir istisna değildir. Bu bağlamda, ortaya çıkan tek başına yemek yeme olgusunu anlamak, yiyecek içecek ve ağırlama endüstrisinin uzun vadede kârlılığını artıracak potansiyel bir hedef gruba ilişkin fikir edinmesi açısından kritik öneme sahiptir (Her ve Seo, 2018:16).

Yalnız yemek yiyenler için başkalarından gelebilecek olası olumsuz bir tepkinin ya da tepki beklentisinin, yalnız yemek yeme deneyimlerini istenmeyen hale getirebileceği ve tek başına yemek yeme niyetlerini de olumsuz yönde etkileyebileceği vurgulanmaktadır (Her ve Seo, 2018:17). Tokyo'daki, Moomin kafeleri bu durum için farklı bir çözüm bulmuş ve tek müşterileri yalnız hissetmekten ve 'tek başına yemek yemenin garip tehlikelerinden' kurtarmaya çalışmıştır. Bu kafelerde tek başına oturan müşteriye garson, misafir isteyip istemediğini sorar. Cevap evetse, garson Moomins (sevilen masal ve çizgi film karakterleri ile doldurulmuş hayvanlar) adlı doldurulmuş hayvanları lokantanın masasına oturtmayı teklif eder. Moomin, yemek arkadaşı olarak masanın karşısındaki bir sandalyede veya müşterinin yanında oturur. Moomin kafeleri, 2014 yılında 'yalnızlık karşıtı' temasıyla ilgili bir CNN hikâyesi olarak viral hale geldiğinde uluslararası üne kavuşmuştur (Dossey, 2016:77).

Amsterdam'daki iki tasarım/marka ajansı, 2013 yılında bir pop-up restoran olan tek başına yemek yemeyi çevreleyen tabuyu yıkmak için yalnızca tek kişilik yemek masaları ile hizmet sunan 'Eenmaal'ı açmıştır. 'Hoş bir yalnızlık içinde yemek yemek için mükemmel bir yer, akşam yemeğine asla yalnız gitmeyenler için heyecan verici bir deney' (De Jesus, 2013) ve dünyanın ilk tek kişilik restoranı olarak ifade edilen Eenmaal, toplumdaki yalnızlık üzerine yaratıcı bir projedir. Aynı zamanda yarının dünyasını şekillendirme projesi olarak da nitelendirilmiştir (Eenmaal, 2013). Adını

Hollandaca 'tek' veya 'bir öğün' kelimesinden alan Eenmaal, deneysel bir pop-up restoranı dünyanın dört bir yanındaki yazılı basın, radyo ve televizyonlarda haber oldu, sosyal medya ve bloglarda yer aldı ve ilk kez orada yemek yiyen ziyaretçilerinden de çok olumlu tepkiler aldı (Kaushik, 2015). Lahad ve May (2017:8) Eenmal gibi restoranların, halka açık yerlerde bir durak olabileceğini ve kişinin kişisel alanını ihlallerden korumak için daha fazla fırsat sunabileceğini ifade etmektedir. Böylesine değiştirilmiş mekânsal ve zamansal etkileşimsel bağlamın, kamusal alanda yalnız kalmak ve sosyallik için yeni normatif kodlar oluşturabileceği ve yalnız yemek yiyenlere hitap eden bir ortamın, çevreleriyle özdeşleşmelerini sağlayarak bir aidiyet duygusu yaratabileceği vurgulanmaktadır (Lahad ve May, 2017:8).

2.2. Tek Başına/Yalnız Yemek Yeme ile İlgili Çalışmalar

Geleneksel olarak arkadaş ya da aile üyeleriyle paylaşılan tüketim etkinliklerinin yerine yalnız kalmayı tercih eden bir eğilimin var olduğunu söylemek mümkündür (Goodwin ve Lockshin, 1992). Sosyal eğilimlerin, tüketicileri çeşitli hizmetleri tek başına tüketilmeye yöneltiyor olsa da, birçoğunun bunu yapma konusunda isteksiz olduğu söylenebilir (Shin ve diğ., 2018:767). Ancak tek başına yemek yemenin yaygınlığı ya da bireylerin bunu yaparken sahip oldukları duyguları, düşünceleri ve davranışları ise tartışılır bir konudur (Pliner ve Bell, 2009:169). Tek başına yemek yemeye yönelik yapılmış olan bazı araştırma sonuçları aşağıda özetlenmiştir.

Brown, Buhalis ve Beer (2020) yalnız seyahat edenlerle yaptığı çalışmada akşamları yalnız yemek yemenin genellikle rahatsız edici olduğunu bunun başkalarının algılanan olumsuz yargılarından kaynaklandığını ve turistlerin yaşadıkları bu rahatsızlığı, kitap ve cep telefonu gibi çeşitli aksesuarları kullanarak hafifletmeye çalıştığını tespit etmiştir. Her ve Seo (2018) bir restoranda yemek yiyen yetişkinlerle yaptığı çalışmada başkalarından beklenen olumsuz değerlendirmenin, tek başına yemek yeme niyetlerini azalttığını, ancak bu durumun restorandaki grup içi üyeler tarafından da hafifletilebileceğini vurgulamıştır. Bae, Slevitch ve Tomas (2018) yaptıkları çalışmada, algılanan yemek kalitesi, hizmet ve fiziksel çevrenin tek başına yemek yiyenlerin memnuniyeti ile pozitif yönde ilişkili olduğunu ve yalnızca algılanan gıda kalitesinin, yalnız yemek yiyenlerin geri dönüş niyetleri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu, ancak algılanan hizmet kalitesi ve algılanan fiziksel çevre kalitesinin geri dönüş niyeti ile ilişkili olmadığını tespit etmiştir. Lahad ve May (2017) akşamları bir restoranda yalnız olmanın kadınlara savunmasız ve olumsuz duygular hissettirebildiğini ifade etmiştir. Brown, Edwards ve Hartwell (2013) üniversite öğrencileriyle yaptığı çalışmada, öğrencilerin tek başına yemekten mümkün olduğunca kaçınmak istediklerini, tek başına yemek yemenin yalnızlık duyguları ve hatta damgalanma ile ilişkilendirildiğini, öğrenciler tek başlarına yemek yemek zorunda kaldıklarında ise hissettikleri rahatsızlık duygusunu önlemek için ya çok hızlı yediklerini ya da düşük kaliteli paket yiyecekleri tercih ettiklerini ortaya koymuştur. Danesi de (2012) Fransız ve Alman genç yetişkinler arasında yalnız yemek yemenin ve birlikte yemek yemenin zevkini ve stresini araştırdığı çalışmada, halka açık bir yerde tek başlarına yemek yerken başkalarının onlar hakkında sahip olabilecekleri olumsuz yargı korkusu olduğunu ve pek çok kişinin, kantinlerde veya restoranlarda tek başına yemek yiyen insanlara acı ve üzüntü duyduklarını tespit etmiştir. Heimtun (2010) Norveçli kadın turistler üzerine yaptığı çalışmada kadınların kendi başlarına bir şeyler yapmaya alışkın olduğunu ve bu durumu sevdiklerini, tatilde yalnız yemek yemenin marjinal bir durum olarak görülmekte olduğunu ayrıca yalnız yemek yeme konusunda kadınların bilinçli olduklarını ortaya koymuştur. Öte yandan Heimtun (2010) bazı bulguların kadınlar açısından yalnız yemek yemenin her zaman kaygısız bir deneyim olmadığını, orta yaştaki bekâr kadınların çoğunun restoranlar, lokantalar ve kafeler gibi halka açık

yemek mekânlarını en rahatsız ve yalnız hissettikleri tatil mekânları olarak gördükleri, özellikle bazı kadınların çevredeki çiftler, aileler ve diğer insanlar varken ve birlikte mutlu oldukları anlara tanık olduklarında yalnızlık hissine kapılabildiklerini ortaya koyduğunu belirtmiştir. Benzer bir şekilde Jordan (2008) İngiltere'den 39 yalnız kadın turistle gerçekleştirdiği çalışmada kadınların özellikle akşamları yalnız başına yemek yemeyi rahatsız edici bir deneyim olarak gördükleri sonucuna ulaşmıştır.

Yapılmış olan araştırma sonuçlarının benzerliği dikkat çekmektedir. Bu bağlamda bireylerin dışarıda ve halka açık ortamlarda tek başına yemek yeme konusunda hoşnutsuzluğa kapıldığını ve bu durumdan rahatsızlık duyduklarını söylemek mümkündür.

3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın temel amacı bireylerin yiyecek içecek işletmelerinde (restoran, lokanta, kafe, fast food yerleri vb.) tek başına yemek yeme deneyimlerini araştırmaktır. Araştırmanın bir diğer amacı ise yiyecek içecek işletmelerinin sahiplerinin/yöneticilerinin yalnız yemek yiyen müşterileri işletme açısından nasıl değerlendirdiklerini belirlemektir. Bu amaçla çalışmada nitel bir araştırma süreci izlenerek yapılandırılmış görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Yapılandırılmış görüşmede görüşmecinin doğaçlama davranması söz konusu değildir ve soruların hangi sırada sorulacağı önceden belirlenmiştir (Özdemir, 2013:37). Araştırmaya ilişkin soru formu oluşturulurken yalnız yemek yeme davranışına ilişkin ayrıntılı alanyazın taraması yapılmıştır. Ulaşılabilen bilgiler temel alınarak yiyecek içecek işletmelerinde yalnız yemek yiyen bireylerin demografik bilgileri ilgili sorulara ek olarak 16 açık uçlu sorudan oluşan bir soru formu oluşturulmuştur. Yiyecek içecek işletmeleri yöneticilerine yönelik olarak ise katılımcıların demografik bilgilerine yönelik sorulara ek olarak işletme hakkında bilgilerin yer aldığı 4 açık uçlu soru ve yalnız yemek yiyen müşterileri işletme açısından nasıl değerlendirdiklerini belirlemeye yönelik 6 açık uçlu sorudan oluşan bir soru formu oluşturulmuştur. Hazırlanan soru formuna turizm alanında uzman 4 akademisyenin onayı ile son şekli verilmiştir.

Araştırmanın evrenini yiyecek içecek işletmelerinde yalnız yemek yiyen bireyler ve Mersin ilinde bulunan yiyecek içecek işletmelerinin sahipleri/yöneticileri oluşturmaktadır. Araştırmaya veri sağlayacak olan yiyecek içecek işletmelerinde yalnız yemek yiyen bireylerin belirlenmesinde, amaçlı ve kartopu örnekleme tekniği kullanılmıştır. Örneklem seçiminde kullanılan bu teknikte, isteyen herkes örnekleme dahil edilmekte ve veri toplama süreci yeterli örneklem sayısına ulaşıncaya kadar devam etmektedir (Altunışık ve diğ., 2007: 132). Araştırma evreni Mersin olarak belirlenmiş olmasına rağmen, Kovid 19 küresel salgını nedeniyle restoranların kapalı olması ve yalnız yemek yeme nedenlerinin kentten kente önemli bir farklılık göstermeyeceği düşünüldüğünden yeterli örneklem sayısına ulaşabilmek amacıyla hazırlanmış olan soru formu sosyal medya (Instagram, Facebook vb.) üzerinden online olarak paylaşılmıştır. 15 Aralık 2020 – 15 Ocak 2021 tarihleri arasında farklı illerde yaşayan 103 kişiden geri dönüş alınmıştır. Ancak geri gönderilen soru formlarının önemli bir kısmında veri eksikliği olduğundan ve birkaç katılımcının da yalnız yemek yeme deneyimini tam olarak yaşamamış olduğunu belirtmiş olmasından ötürü sadece 64 adet kullanılabilir soru formundaki veri analize tabi tutulmuştur. Araştırmaya dâhil edilen yiyecek içecek işletmeleri belirlenirken de ulaşılabilen tüm işletmelerle iletişim kurulmuş ancak 20 işletme araştırmaya katılmayı kabul etmiştir ve toplanan tüm veriler analiz edilmiştir.

Araştırmadan elde edilen veriler, içerik analizi ve betimsel analiz tekniklerinden yararlanılarak yorumlanmıştır. İçerik analizi, yazılı metinlerin, görsellerin ya da söylemlerin içeriğine bakılarak, en sık ya da en az hangi kavram, olay ya da düşüncelere vurgu yapıldığına dayalı olarak bir sonuca ulaşılma işlemidir (Kozak, 2014: 138). Betimsel analiz de ise elde edilen veriler, daha önceden belirlenen temalara göre özetlenir ve yorumlanır. Ayrıca görüşülen ya da gözlenen bireylerin görüşleri çarpıcı bir biçimde yansıtmak amacıyla doğrudan alıntılara sık sık yer verilir (Yıldırım ve Şimşek, 2013:256). Ek olarak bu araştırma, Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'na sunularak 03.02.2021-02 Karar No'lu etik kurul raporu alınmıştır.

4.Bulgular

4.1. Katılımcılara İlişkin Bulgular

4.1.1. Demografik Bilgiler

Katılımcıların 18'i Mersin, 14'ü Adana, 6'sı İstanbul, 4'ü Kahramanmaraş, 3'ü Ankara, 2'si Eskişehir, 2'si Konya, 1'i Gaziantep, 1'i Kars, 1'i Kocaeli, 1'i Samsun, 1'i Muş, 1'i Diyarbakır, 1'i KKTC, 1'i İzmir, 1'i Isparta, 1'i Mardin, 1'i Van, 1'i Malatya, 1'i Erzurum ve 1'i İskenderun'da ikamet etmektedir. Katılımcıların mesleklerine ilişkin bilgiler ise; 17 öğretmen, 6 mühendis, 5 ev hanımı, 4 akademisyen, 3 öğrenci, 2 sosyolog, 2 muhasebeci, 2 insan kaynakları uzmanı, 1 ithalat sorumlusu, 1 tarım danışmanı, 1 işçi, 1 teknik uzman, 1 işletmeci, 1 memur, 1 insan ilişkileri uzmanı, 1 kuyumcu, 1 psikolog, 1 sağlık teknikeri, 1 turizmci, 1 esnaf, 1 güvenlik görevlisi, 1 sanat tarihçisi, 1 müteahhit, 1 pazarlamacı, 1 diyetisyen, 1 özel sektör çalışanı, 1 operatör, 1 işsiz ve 1 sosyal çalışmacı şeklindedir. Katılımcılara ait diğer demografik bilgiler ise Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1: Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

		Σ	%			Σ	%
Cinsiyeti	Kadın	47	73,4	Eğitim durumu	İlkokul	1	1,6
	Erkek	17	26,6		Lise	8	12,5
Medeni durum	Bekâr	32	50	Önlisans	6	9,4	
	Evli çocuksuz	11	17,2	Lisans	30	46,9	
	Evli çocuklu	19	29,7	Yüksek lisans	12	18,8	
	Diğer (Bekâr çocuklu veya boşanmış)	2	3,2	Doktora	7	10,9	
Yaş	15-25	5	7,8	*Kişisel aylık gelir	2324 TL ve altı	14	21,9
	26-35	40	62,5		2325-3000TL	11	17,2
	36-45	16	25		3001-4000TL	9	14,1
	46-55	1	1,6		4001-5000TL	13	20,3
	56-65	2	3,1		5001-7500	13	20,3
					7501-10 000TL	3	4,7
			10001-12500		1	1,6	
			TL				

* Görüşme soruları 20 Kasım 2020 tarihinde hazırlanmış ve görüşmeler 15 Aralık 2020 – 15 Ocak 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle katılımcıların demografik bilgilerinin yer aldığı Tablo 1'de bulunan kişisel aylık gelire dair bilgiler de soruların hazırlandığı tarihteki asgari ücreti yansıtmaktadır.

4.1.2 Dışarıda Tek Başına Yemek Yeme Sayısı, Süresi ve Nedenlerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların 10'u (%15,6) ayda 1 defa, 27'si (%42,2) ayda 2-5 arası, 20'si (%31,3) ayda 6-9 arası, 4'ü (%6,2) ayda 10-15 arası, 2'si (%3,1) 16-20 arası ve 1'i (%1,6) ayda 21-25 arasında yiyecek içecek işletmelerinde yemek yemektir. Yine katılımcıların 17'si (%26,5) ayda 1 defa, 38'i (%59,3) ayda 2-5 arası, 4'ü (%6,2) ayda 6-9 arası ve 5'i (%7,8) ayda 10-15 arasında dışarıda tek başına yemek yemektir. Katılımcıların dışarıda yemek yeme sıklıklarına ilişkin bulgularda katılımcıların tamamı (64 kişi) sürekli olarak tek başına yemek yememekte ancak tamamı ayda en az 1 kez tek başına yemek yemektir.

Katılımcıların dışarıda tek başına yemek yemeyi tercih etme nedenlerine ilişkin içerik analizi bulguları en çok tekrarlanan iki neden olduğunu göstermektedir. Katılımcılar bu nedenleri; 52 katılımcı (%81,3) '*mecburen yalnız yemek yiyorum*' (eşlik edecek birinin olmayışı, yalnız yaşama, program ve zaman uyumsuzluğu, iş nedeniyle yalnız olma ve diğer nedenler) ve 12 tekrarla (%18,7) '*kendi tercihim ile yalnız yemek yiyorum*' (özerklik, kendi kendine kalma isteği, zamandan tasarruf etme) şeklinde sıralamışlardır.

Katılımcıların dışarıda yemek yeme sürelerine ilişkin içerik analizi bulgularına göre ortalama yemek yeme süreleri, 34 tekrarla (%53,1) *15 dakika-30 dakika arası*, 17 tekrarla (%26,6) *30 dakika - 45 dakika arası* ve 13 tekrarla (%20,3) *45 dakika - 60 dakika arası* şeklindedir. Katılımcıların ortalama yemek yeme sürelerine ilişkin bazı olumsuz ifadeler aşağıda sunulmaktadır.

...Ortalama 15-20 dakika sürer. Yemeğimi oyalanmadan bitirip kalkmaya çalışırım. Tek başıma uzun süre dışarıda oturmak eğlenceli gelmez.(K46)

...20 dakikada biter. Biraz yavaş yerim ama tek başıma yerken oyalanmadan yemeğimi yer çıkarırım.(K57)

...15-20 dakika arası sürer. Tek başıma isem çok uzun oturma gereksinimi hissetmem.(K47)

Katılımcıların ortalama yemek yeme sürelerine ilişkin diğer ifadelerden biri aşağıda sunulmaktadır.

...60 dakika sürer rahat rahat yemeğimi yer çıkarırım, kendime ayırdığım bu süreyi keyifle geçiririm.(K50)

Katılımcıların dışarıda tek başına yemek yemeye mecbur kalma nedenlerine ilişkin bazı ifadeler aşağıda sunulmaktadır.

...Mecbur kalmadıkça tek başıma yemek yememeye çalışırım çünkü çevredekilerin sürekli bana baktığını düşünürüm ve sadece yemeğe odaklanmış imajını vermek beni rahatsız eder.(K53)

...Tercih edilmesinin yanında elbette ki hayatın akışı içerisinde zamansızlıkla doğru orantılı olması da bu durumla karşılaşılmayı arttırıyor.(K31)

...Benim tercihim değil. İş dolayısıyla bazen yalnız yemek yemek zorunda kalıyorum. (K38)

...Tek başına yemek istemek bazen tercih olsa da bazen de mecburi oluyor işten dolayı... Bazen de sadık arkadaş bulamazsın ve hayatından uzaklaştırmış olursun... Genel de ben mecburi kısmında oluyorum ve ne kadar kendimle baş başa kalıp iç huzuru yakalamaya çalışsam da bir burukluk hissederim içimde, bir arkadaşla sohbet etmek ya da paylaşmak isterdim o anlarımı. (K44)

Katılımcıların dışarıda tek başına yemek yemeyi tercih etme nedenlerine ilişkin bazı ifadeler aşağıda sunulmaktadır.

...Yalnızken zamandan tasarruf ediyorum. Diğer türlü başkalarıyla ortak zaman, mekân seçmek zor oluyor. (K33)

... Kendime vakit ayırıp kafa dinlemek için muazzam oluyor. (K12)

4.1.3. Dışarıda Tek Başına Yemek Yerken Nasıl Hissettiklerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların dışarıda tek başına yemek yerken kendilerini nasıl hissettiklerine dair içerik analizi bulguları Tablo 2'de sunulmaktadır. En çok tekrarlananlardan ilki, 34 tekrarla (%44,2) *rahatsız hissediyorum* (yalnız, kötü, mutsuz, tedirgin, gergin, sıkılmış vb. duygulara kapılıyorum) ikincisi ise 23 tekrarla (%29,9) *rahat ve iyi hissediyorum* (mutlu, keyifli, huzurlu, sakin vb. hissediyorum) şeklindedir.

Tablo 2: Dışarıda Tek Başına Yemek Yerken Hissedilen Duygular

	Σ	%
Rahatsız hissediyorum (yalnız, kötü, mutsuz, tedirgin, gergin, sıkılmış vb. duygulara kapılıyorum)	34	44,2
Rahat ve iyi hissediyorum (mutlu, keyifli, huzurlu, sakin)	23	29,9
Özgür ve özgüvenli hissediyorum (özel, kendine zaman ayırmış, güçlü)	11	14,3
Normal ve gayet sıradan hissediyorum	9	11,7
Σ	77	100

Katılımcıların dışarıda tek başına yemek yerken hissettikleri olumsuz duygulara ilişkin bazı ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Daha çok sıkılırım biran önce bitirip gitmek isterim. (K60)

...Biraz tedirgin ve yalnız hissederim. Aslında böyle hissetmek için bir neden olmadığını biliyorum ama bu duyguya çok engel olamıyorum.(K49)

...Rahatsız ve diken üzerinde hissediyorum. Çünkü çevredeki insanların yalnız olduğumu düşündüklerini düşünüyorum. (K53)

...Önceleri suçlu gibi rahatsız hissederdim ama son zamanlarda keyif alarak yiyorum. (K59)

...Çalıştığım için zorunlu yiyorum ve memnun değilim.(K48)

... Herkes bana bakıyor gibi hissediyorum. (K38)

Katılımcıların dışarıda tek başına yemek yerken hissettikleri olumlu duygulara ilişkin bazı ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Gayet rahat hissediyorum. Doğal davranabiliyorum. Örneğin yemek masasında her insanın başına gelebilecek ve eğer kalabalık bir masada iseniz başınıza gelebilecek bazı küçük düşürücü olaylara yalnız yemek yediğimde hiç takılmadan yemeğime devam edebiliyorum. İnsanların özgürlüklerinin minimize edildiği bu dönemlerde yalnız yemek yemek bana özgürlük hissi verebiliyor... Çünkü yalnızım ve restoranda bulunan diğer insanlar ile dışarıda karşılaşma ihtimalim çok zayıf. Bu bana oldukça özgüven veriyor. Bu sebepten ötürü daha çok tanınmadığım ortamlarda yemek yemeyi tercih ediyorum.(K36)

...Yalnız yemek yemekten çok hoşlanırım. Kendim için vakit ayırdığım bir günün sonunu güzel bir yemekle noktalamak bana keyif veriyor.(K55)

4.1.4. Dışarıda Tek Başına Yemek Yerken Çevredeki İnsanlar Tarafından Nasıl Göründüklerini Düşündüklerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların dışarıda tek başına yemek yerken çevredeki insanlar (diğer müşteriler, çalışanlar) tarafından nasıl görüldüğüne dair düşüncelerine yönelik içerik analizi bulguları Tablo 3'te sunulmaktadır. En çok tekrarlananlardan ilki, 28 tekrarla (%39,4) *yalnız biri olarak görürler* ve ikincisi ise 22 tekrarla (%31) *normal ve sıradan biri olarak görürler* şeklindedir.

Tablo 3: Çevredeki İnsanlar Tarafından Nasıl Görüldüğüne Dair Düşünceler

	Σ	%
Yalnız biri olarak görürler (arkadaşı olmayan, yalnız)	28	39,4
Normal ve sıradan biri olarak görürler	22	31
Özgüvenli biri olarak görürler	13	18,3
Normal olmayan biri olarak görürler (medeniyetsiz, kaba, zavallı vb.)	8	11,3
Σ	71	100

Katılımcıların dışarıda tek başına yemek yerken çevredeki insanlar tarafından nasıl görüldüklerine dair olumsuz düşüncelerine ilişkin bazı ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Avını bulmuş hayvan gibi tek odağı yemek olan vahşi biri gibi görüldüğümü düşünüyorum.(K53)

...Yazık zavallı yalnız başına yiyor...(K57)

Katılımcıların dışarıda tek başına yemek yerken çevredeki insanlar tarafından nasıl görüldüklerine dair diğer düşüncelerine ilişkin bazı ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Şık bir restorandaysam masada yalnız olmamı tuhaf bulduklarını düşünüyorum ama bu durumu çok önemsememeye çalışıyorum... Ama Avm ya da halk lokantası gibi ortamlarda yemek yerken insanların birbirinin farkında olmadıklarını düşünüyorum.(K55)

...İnsanlara karşı kibar ve hoşgörülü davranmaya özen gösterdiğim için onların da beni böyle gördüğünü düşünürüm.(K47)

4.1.5.Dışarıda Tek Başına Yemek Yiyenlerin Rahatsız Olma Durumlarında Gösterdikleri Tepkiye Yönelik Bulgular

Katılımcıların dışarıda tek başına yemek yerken kendilerini rahatsız hissettiklerinde gösterdikleri tepki, davranış şekli ve duygusal durumlarına yönelik içerik analizi bulgularında, 39 katılımcı (%60,9) *tepki gösterilecek derecede rahatsızlık hissedecek bir durum yaşamadım ve bir tepkim olmadı* derken, 25 katılımcı (%39,1) ise *rahatsız hissediyorum* şeklinde cevap vermiştir. Rahatsızlık hissetmiş olan katılımcıların tamamının (25 tekrarla %39,1'i) hissetmiş oldukları rahatsızlığa yönelik gösterdikleri tepkilerden ilki 15 tekrarla (%60) *bir an önce yemeği bitirip kalkmak istiyorum*, ikincisi ise 10 tekrarla (%40) *kızgın ve öfkeli hissediyorum* şeklindedir.

Katılımcıların dışarıda tek başına yemek yerken hissettikleri rahatsızlığa ilişkin bazı ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...*Karşı masamda oturan bir insanın sürekli benim masamı gözetlediği hissine kapılabiliyorum.*(K36)

...*Ortamda çok fazla erkek olması ve sanki bana baktıklarını düşünmem beni rahatsız etmişti. Bir an önce yemeği bitirip hemen o ortamdan uzaklaşmak istedim.*(K55)

...*Eğer çok kalabalıksa insanlar çok iç içeyse özel alanıma girilmiş gibi hissettiğim zamanlar olmuştu. Bir an önce yemek yiyip kalkmışım.* (K47)

...*Bazen herkes beni izliyormuş hissine kapılıyorum. Tepkim ise daha hızlı yemek yiyip kalkmak.* (K25)

...*Evet, oldu çünkü gözleri üzerimde gibi hissettim. Mutsuz hissettim hızlı hareket edip gitmeye çalıştım.*(K3)

4.1.6.Dışarıda Tek Başına Yemek Yiyenlere Yönelik Çalışanların Davranışlarına İlişkin Bulgular

Katılımcıların %45,2'si (28 tekrar) dışarıda tek başına yemek yedikleri sırada çalışanların kendilerine karşı davranışlarının değişmediğini; %29'u (18 tekrar) tek başına olduklarında çalışanların daha kibar davrandıklarını ve %25,8'ise (16 tekrar) *masa işgal etmiş gibi hissettirdiklerini (sürekli tek misiniz sorusu, tek olduğu için bir an önce kalmasını bekleyen şekilde davranış ve daha ilgisiz önemsiz davranma)* belirtmiştir.

Katılımcıların tek başına yemek yerken çalışanların davranışlarına ve hissedilen duygulara ilişkin bazı ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...*Bir defasında garson, kimse gelmeyeceğini tek olacağımı söylememe rağmen ısrarla arkadaşınız nerede kaldı diye sormuştu gelip gittikçe. Garip gelmişti. Onun dışında başkası varken nasıl davranıyorlarsa o şekilde davranıyorlar, bir farklılık sezmedim.*(K41)

...*İlgisiz ve önemsiz biri gibi davranıldı. Tabi ki bu durum tüm işletmeler için geçerli değil ama genellikle böyle davranılıyor.*(K28)

...Tek başıma olduğumda birkaç kez siparişlerim daha geç geldi ve çalışanlar tarafından gereken ilgiyi görmedim. Tepki olarak sakince bekledim ve duygusal olarak çok kızgın hissettim.(K40)

...Kalabalık ise eğer masa yüzünden tek kişi misiniz sorusu rahatsız ediyor.(K42)

...Hemen gitmemi ister gibi davranışlar olabiliyor.(K6)

Katılımcıların tek başına yemek yerken çalışanların davranışlarına ve hissedilen duygulara ilişkin bazı olumlu ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Sadece işlerini yaptılar galiba, fazlasını yapan yok fazladan kastım herkes bir işte çalışıyor belki ama kaçınılmaz tartışılır, o sebepten mutlu bir personele denk gelip gülen bir suratla pek karşılanmadım galiba.(K44)

...Çalışanlar genelde naziktir. Çoluklu çocuklu, etrafı mahveden masadansa beni tercih ederler müşteri olarak. Yalnız beni güzel masaya oturtmazlar oralar hep kalabalıklar ve aileler içindir.(K57)

4.1.7. Yemek Servis Edilene Kadar Nasıl Meşgul Olunduğuna İlişkin Bulgular

Katılımcıların tek başınayken yemek gelene kadar ne ile meşgul olduklarına ilişkin içerik analizi bulguları Tablo 4'te sunulmaktadır. Bekleme süresince meşgul olunan uğraşlardan ilki 50 tekrarla (%60,2) *telefonla ilgilenme* iken ikincisi ise 25 tekrarla (%30,1) *çevreye bakınmaktır*.

Tablo 4: Yemek Gelene Kadar Meşgul Olunan Uğraşlar

	Σ	%
Telefonla ilgilenirim (sosyal medyaya bakma, biriyle konuşma, oyun oynama vb.)	50	60,2
Çevreye bakınırım (mekânı incelemek, manzarayı seyretmek, diğer insanları izlemek vb.)	25	30,1
Kitap okurum	5	6,0
Menü incelerim	3	3,6
Σ	83	100

Katılımcıların yemeği beklerken ne ile meşgul olduklarına ilişkin bazı ifadeler aşağıda sunulmaktadır.

...Genelde telefonumda ya birileriyle konuşurum ya da haber falan okurum. Eğer manzarası güzel bir mekânsa dışarıda zaman geçiririm.(K28)

...Telefonumla oyalanırım ya da önüme bakarım... İnsanları rahatsız etmemek için başkalarına bakmam. (K21)

...Menü incelemeyi seviyorum... Ya da kulaklığımı takıp video izliyorum, internette ilgimi çeken bir şeyler varsa onu okuyorum.(K41)

...Yanımda kitap varsa ya da bir dergi almışsa onunla oyalanırım. Onun dışında telefonda internette vakit geçiririm. (K55)

...Genel olarak güzel dizayn edilmiş ve/veya daha önceden deneyimleyip hizmetlerinden memnun olduğum yerlere gitmeyi tercih ediyorum bu da genelde o mekânın keyfini çıkarmak ile meşgul olmamı beraberinde getiriyor. Yemeğe kadar olan zaman da genellikle bir içecek söyleyip, zamanımı bu şekilde değerlendiriyorum.(K31)

...Manzaralı bir yer ise manzarayı seyretmekle meşgul olurum ve uzun soluklar alırım. Manzaralı değil de normal bir yer yol üzeri falanda dışarıyı insanların koşuşturmasını izlerim.(K44)

...Genelde mekânın yapısını, çalışanları, dekoru, diğer misafir profilini incelemeye onlar bitince telefon ile sosyal medyada gezinmeyle meşgul oluyorum.(K45)

4.1.8. Tek Başına ya da Grupla Yemek Yerken Restoran ve Yemek Tercihine İlişkin Bulgular

Katılımcıların tek başına ya da grupla yemek yerken restoran tercihlerinin farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin bulgular çoğunluk açısından 33 kişi (%51,6) (farklı değil, sadece kendi zevklerime uygunluğuna bakarım) bir farklılık olmadığı ortaya koyarken 31 kişi (%48,4) için (grupla yemek yiyeceksek genellikle çoğunluğa uyarım) farklılık olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların tek başına ya da grupla yemek yerken restoran seçimlerindeki farklılık olan katılımcıların bazı ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Tek isem sevdiğim bir yere girmeye çalışıyorum grupla beraberken genelin sevdiği yeri tercih ediyorum. Eğer toplu bir yemek alanında isem gruptakilere aynı şeyi almak zorunda olmadığım için yemek istediğim yiyeceği almayı tercih ediyorum(K47)

...Grup ile yemek yenirken çoğunluğa uyarım. (K9)

...Elbette ki oluyor. Tek başıma gittiğim yemekler de daha özgür restoran seçimleri yapabiliyorum.(K31)

Katılımcıların tek başına ya da grupla yemek yerken tercih ettikleri yemek çeşitlerinin farklılığına ilişkin 34 katılımcı (%53,1) yemek seçiminde herhangi bir farklılık olmadığını ifade ederken, 30 katılımcı ise (%46,9) grupla yemek yerken yemek seçimlerinin farklı olduğunu belirtmiştir. Yemek seçimlerinin farklılaştığını belirten katılımcılar tarafından en çok tekrarlanan farklılıklardan ilki, 23 tekrarla (%76,7) yalnızken daha sade ve hızlı yemekler seçerim ikincisi ise 7 tekrarla (%23,3) yalnızken kimseden etkilenmeden daha özgürce yemek seçimi yapabiliyorum şeklindedir.

Katılımcıların tek başına ya da grupla yemek yerken 'yemek' seçimlerinin neden farklılaştığına dair bazı ifadeler aşağıda verilmektedir

...Tek başıma çok acıktıysam yiyeceğim için genellikle en hızlı servis edilecek yemeği tercih ederim. Grup olarak ise genelde yemekten en çok haz duyduğum ürün olur.(K30)

...Çok kişi olsak önerilere bağlı olarak değişiyor menü. (K63)

...Tek başıma yerken, daha kısa sürede tüketebileceğim yemekleri tercih ediyorum.(K26)

...Tek başıma olmadığım zamanlarda her yemeği tercih edebilirim. Yalnızken kolay yiyebileceğim yerken kötü gözükmecek yiyecekleri tercih ediyorum.(K53)

...Grupla yemek yeniyorsa herkesin ortak bir karar vermesi gerekiyor sonuçta. Hepsinin bulunabileceği ya da çoğunluğun istediği yemeklerin olduğu yere gidiliyor. Yalnız yerken canın ne isterse onu yemeye gidiyorsun. Bu anlamda yemek çeşidi farklılaşıyor. Kalite fiyat anlamında ise yine grubun o an yemek için ne kadar para ayırabileceğine göre değişiyor.(K41)

4.1.9. Tek Başına ya da Grupla Yemek Yerken Katılımcıların Çalışanlara Karşı Davranışlarına ve Masaya Servis Edilen Yemek, Salata, Meze vb.nin Miktarına İlişkin Bulgular

Katılımcıların tek başına ya da grupla yemek yerken çalışanlara karşı tavırlarında farklılaşma olup olmadığına ilişkin içerik analizi bulgularından en çok tekrarlananlar; 59 tekrarla (%92,2) *hayır, genellikle her zaman aynıyım* ve 5 tekrarla (%7,8) *evet, yalnızken çekingen davranıyorum* şeklindedir.

Katılımcıların çalışanlara karşı tavırlarına ilişkin bazı ifadeler aşağıda sunulmuştur.

...Tek başıma zar zor garson çağırırım, garsonlara karşı tavrım çok kibardır. Eğer grupla ise arkadaşlarıma ya da kim varsa ona garsondan isteyeceğim şeyleri söylemesini rica ederim hiç konuşmam.(K57)

...Hayır, bir farklılık olmaz. Yanımda biri olması veya olmaması çalışanlara tavrımı etkileyecek bir kriter değil.(K49)

...Evet, eğer meze, salata ya da diğer ürünler gelmeyince tek olduğum için istemeye çekinmiştim. (K6)

...Evet. Tek iken daha kısa süre iletişim gerçekleşiyor.(K8)

Tek başına ya da grupla yemek yerken masaya servis edilen yemek, salata, meze vb. şeylerin miktarına ilişkin içerik analizi sonuçlarına göre en çok tekrarlanan bulgular 41 tekrarla (%64,1) *serviste bir farklılık olduğunu düşünmüyorum*, 12 tekrarla (%18,8) *tek iken gelen mezeler daha az oluyor* ve 11 tekrarla (%17,2) *tek iken gelen mezeler daha çok oluyor* şeklindedir.

Katılımcıların servis edilen yemek, salata, meze vb.nin miktarına ilişkin bazı ifadeleri aşağıda verilmektedir.

...Sanki grupla yendiğinde mezeler azalıyor gibi. Örneğin tek başıma gittiğimde mezeler tek tek geliyor ama grupla olunca hele de kalabalıksak sanki bunu kullanıp ortak tabaklarla daha az meze getiriyorlar gibi.(K47)

...Evet oluyor. Özellikle kahvaltı için gittiğim restoranlarda tek başıma isem serpm kahvaltı alamıyorum. Tek başıma isem gelen salata, meze vs. de genellikle eksik ya da az geliyor.(K40)

4.1.10. Tek Başına Yiyenlerin Restoran Seçimine İlişkin Bulgular

Katılımcıların tek başına yemek yemek için restoran seçerken dikkat ettikleri unsurlar ile ilgili içerik analizi bulguları Tablo 5'te yer almaktadır. En çok tekrarlanan unsurlar 46 tekrarla (%35,4) *hizmet kalitesi* ve 36 tekrarla (%27,7) *yemeğin lezzetidir*.

Tablo 5: Tek Başına Yemek Yenilen Restoran Seçiminde Dikkat Edilen Unsurlar

	Σ	%
Hizmet kalitesi (hijyen kurallarına uygunluğu, güvenilirliği vb.)	46	35,4
Yemeğin lezzeti	36	27,7
Sakinliği ve rahatlığı	16	12,3
Ekonomik uygunluğu	10	7,7
Anlık karar verme	8	6,2
Hızlı sunum yapabilmesi	7	5,4
Kalabalık caddede olması	4	3,1
Konuma en yakın olan yerde olması	3	2,3
Σ	130	100

Katılımcıların tek başına yemek yiyecekleri restoranı seçerken dikkat ettikleri unsurlara ilişkin bazı ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Bildiğim bir yer olmasına dikkat ederim.(K60)

...Her şeyden önce hijyen sonrasında da lezzetli yemekler.(K2)

...Rahat olacağım iyi hizmet edilecek bir yer olmasına dikkat ediyorum.(K50)

...Konumuma yakın, çok zaman kaybettirmeyecek ve kendimi rahat hissettirecek yerler olmasına dikkat ederim.(K25)

Katılımcıların tek başına yemek yiyeceği restoranı seçerken o anda restoranda oturanlara bakıp bakmama durumuna ilişkin içerik analizi sonuçlarında en çok tekrarlanan bulgu 31 tekrarla (%48,4) *özellikle bakarım*, ikinci bulgu 27 tekrarla (%42,2) *ilgilenmem* ve üçüncü bulgu ise 6 tekrarla (%9,4) *sadece göz gezdiririm* şeklindedir.

Katılımcıların restoranda oturanlara bakıp bakmama durumuna ilişkin bazı ifadeleri aşağıda verilmektedir.

...Evet, bakarım çünkü bana bakıp bakmadıklarına yalnız olup olmadıklarına hatta genelde önce insanlara bakıp sonra oturacağım yeri yalnız gelen biri varsa ona yakın olmasına dikkat ederek otururum.(K53)

... Aile varsa daha çok rahat ediyorum.(K33)

...Mutlaka bakarım. Sadece erkeklerin çok fazla bulunduğu ortamları tercih etmem. (K55)

...Hayır, genelde tek başıma yerken sürekli gittiğim yerlere giderim boş olsa bile girerim.(K26)

Katılımcıların tek başına yemek yemek için restoran seçimi yaparken restoranda karşı cinsten yalnız yemek yiyenlerin olup olmaması durumunun seçimlerine nasıl etkilediğine ilişkin bulgular 50 katılımcının (%78,1) karşı cinsten birinin olmasının restoran tercihini etkilemediğini yalnızca 14 katılımcının (%21,9) tercihinin etkilediğini ortaya koymuştur.

Katılımcıların tek başına yemek yemek için restoran seçimi yaparken karşı cinsten yalnız yemek yiyenlerin olması durumuna ilişkin bazı ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Hiç etkilemez. Ben kadın ve erkeklerin ayrı değil bir arada olması gerekir diyenlerdenim.(K52)

...Hayır etkilemez. Kimse kimseyi rahatsız etmiyorsa benimde rahatsız olacağım bir şey yok demektir.(K37)

...Hayır, etkilemez. Restoran tercihimin restoranın verdiği hizmet kalitesi neticesinde değerlendiririm.(K31)

...Çok sayıdalar ise rahatsız olurum ancak karşı cinsten az sayıda yalnız yemek yiyen insanlar varsa tercihimin etkilemez.(K40)

4.1.11. Tek Başına Yemek Yeme Deneyimlerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların tek başına yemek yeme deneyimlerini genel olarak nasıl değerlendirdiklerine dair içerik analizi sonuçları Tablo 6'da verilmektedir. En çok tekrarlanan ilk faktör 30 tekrarla (%37) *rahatsız ve sıkılmış hissediyorum* ve ikincisi 23 tekrarla (%28,4) *rahat ve iyi hissediyorum* şeklindedir.

Tablo 6: Tek Başına Yemek Yeme Deneyimlerinin Genel Değerlendirmesi

	Σ	%
Rahatsız ve sıkılmış hissediyorum (yalnız hissettiriyor)	30	37
Rahat ve iyi hissediyorum (sakin, huzurlu, keyifli, mutlu vb)	23	28,4
Normal ve sıradan hissediyorum	17	21
Özgür hissediyorum (özgüven ve cesaret veriyor)	11	13,6
Σ	81	100

Katılımcıların tek başına yemek yeme deneyimlerine ilişkin bazı ifadeler aşağıda sunulmaktadır.

...Eğer yoğun bir işletme ise hemen yemeğimi bitirip kalkmak istiyorum. Böyle durumlarda kendimi toplumsal norma uymuyor gibi hissedirim.(K26)

...Tek başına yemek yemek zavalıca bir ezik yalnızlık kokan küflü.. bir şeydir. İnsanlar tek başına hiçbir şey yapmamalıdır. Yapmak zorunda olmamalıdır.(K57)

...Pek iyi değerlendirmiyorum. Yalnızlık duygusu uyandırıyor.(K51)

...Tek başına yemek yiyememek bana göre bir özgüven problemidir. İnsanın kendini sevmesini sağlıyor.(K20)

...Genel olarak bir rahatlama ve dinlenme amacının yanında hayatın koşuşturmacasından sakinleşmek için bir imkân olarak görüyorum.(K31)

...Harika... Kimse daha bitirmedin mi demiyor... Yemek yerken konuşmayı pek tercih etmiyorum.(K33)

...Rahatsız edici ancak bir o kadar da rahat. Tek başına olmak sıkıcı ve çalışanlardan ilgi görmeye engel olsa da daha rahat ve istediğim kadar yiyebilmemi sağlıyor. Tek başıma olmadığımda, yanımda bulunanlar az yemek yerse ben de az yemek zorunda hissediyorum ve masadan doymadan kalkıyorum. Bu nedenle tek başıma yemek yerken masadan doymuş olarak kalkabiliyorum.(K44)

...Oldukça rahat ve özgür bir ortam olarak düşünüyorum... Kimse nasıl yediğime karışmıyor, ne kadar yediğime veya ne kadar para gideceğine veya ağızım pis mi? çatal yere düşmesin aman dikkat! tarzında düşüncelere asla kapılmıyorum ve bu durum benim özgürlük hissim için oldukça değerli.(K36)

...Gayet güzel ve keyifli bir şey... Yemek yemeyi çok seviyorum, yalnız bir şeyler yapmayı da. Tek yaşadığım için zaten evde de çoğunlukla yalnız yediğimden bana normal geliyor. Ama tek yaşamadan önce de dışarıda yalnız yemek yedim, yani bununla bir ilgisi yok. Yemek yemek ya da bir başka şey tek başına bir şeyler yapabilmem için önemli olduğunu düşünüyorum.(K41)

4.2. İşletmelere İlişkin Bulgular

4.2.1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

Çalışma kapsamında görüşme yapılan işletmelerin tamamı Mersin ilinde bulunmaktadır. Katılımcıların işletmedeki pozisyonlarına ilişkin bilgiler, 11'i işletme sahibi, 2'si müdür, 3'ü genel müdür, 3'ü kasiyer ve 1'i şube sorumlusu şeklindedir. Katılımcıların 4'ü 20-29, 13'ü 30-39 ve 3'ü ise 40-49 yaş aralığındadır.

Tablo 7: İşletmelerdeki Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

		Σ	%			Σ	%
Cinsiyeti	Kadın	3	15	Yiyecek içecek sektöründe çalıştığı süre	1 yıl ya da daha azı	2	10
	Erkek	17	85		2-5 yıl	3	15
Eğitim Durumu	Ortaokul	2	10	6-9 yıl	5	25	
	Lise	1	5	10 yıl ya da fazlası	10	50	
	Önlisans	1	5	Çalışmakta olduğu işletmedeki çalışma süresi	1 yıl ya da daha azı	5	25
	Lisans	14	70		2-5 yıl	7	35
	Yüksek lisans	2	10		6-9 yıl	2	10
				10 yıl ya da fazlası	6	30	

Tablo 8: İşletmelere İlişkin Genel Bilgiler

	İşletmenin türü	Faaliyet süresi	Günlük ortalama müşteri kapasitesi	Çalışan personel sayısı	Tek başına gelen müşterilerin toplam müşteriler içindeki yüzdelik oranı
İşletme1	Zincir	1,5 yıl	450-500 kişi	6	%30
İşletme2	Bağımsız	3 yıl	200-300 kişi	8	%20
İşletme3	Bağımsız	22 yıl	700-800 kişi	25-30	%2-3
İşletme4	Bağımsız	2,5 yıl	300-400 kişi	16	%3-4
İşletme5	Zincir	10 yıl	100-150 kişi	8	%10
İşletme6	Zincir	38 yıl	10000-20000 kişi	280	%30-40
İşletme7	Bağımsız	3 yıl	350-400 kişi	7	%20
İşletme8	Bağımsız	2 yıl	200 kişi	6	%20
İşletme9	Zincir	46 yıl	300 kişi	5	%10
İşletme10	Bağımsız	38 yıl	500 kişi	6-20	%1
İşletme11	Zincir	45 yıl	2000-3000 kişi	104	%15-20
İşletme12	Zincir	45 yıl	150 kişi	6	%15
İşletme13	Bağımsız	2 yıl	150-200 kişi	5-7	%20
İşletme14	Bağımsız	26 yıl	350 kişi	50	%10
İşletme15	Bağımsız	1 yıl	150-400 kişi	6	%30
İşletme16	Zincir	2 yıl	200 kişi	14	%15
İşletme17	Zincir	24 yıl	400 kişi	15	%20
İşletme18	Zincir	11 yıl	1000 kişi	45	%20-30
İşletme19	Zincir	2 yıl	150-200 kişi	5	%30
İşletme20	Zincir	35 yıl	200-500 kişi	70	%20

4.2.2. Diğer Bulgular

İşletmelere “ grup halinde gelen müşteriler ile tek başına gelen müşteriler arasında farklılık var mıdır? “ sorusuna, 11 katılımcı (%55) ‘hayır bir fark yoktur’ ve 9 katılımcı ‘evet fark vardır (tek başına gelenler aceleci, grup olarak gelenler ise daha zahmetli)’ şeklinde cevap vermişlerdir.

Katılımcıların grup halinde gelen müşteriler ile tek başına gelen müşteriler arasındaki farka ilişkin belirttiği olduğu bazı ifadeler aşağıda sunulmaktadır.

...Tek başına gelenler gruplara göre biraz daha aceleci ve hızlı olmak istiyor sabırsız davranabiliyorlar biraz. (K;11)

...Çevreye verilen rahatsızlık baz alındığında; grup halinde gelen misafirlerimiz, tek başına gelen misafirlerimize göre daha gürültülü olmaktadır. Çalışanları meşgul etmek baz alındığında ise; çalışan personelimiz tabi ki grup masalarda daha fazla mesai harcamaktadır. Bunun dışında, tek başına gelen misafirimiz için işletmemizde yer bulması ve ayarlaması kolay iken, grup misafirlerimiz yer konusunda daha seçici davranmakta ve belli masalarda oturmayı talep etmektedir. (K;14)

İşletmelerin tamamının tek başına yemek yiyen müşteriler konusunda “müşteri müşteridir” anlayışına sahip olduğu tespit edilmiştir. Görüşme yapılan işletme yetkililerinin yalnız olan müşterilere yönelik nitelendirmelerine ilişkin bulgular Tablo 9’ da verilmektedir. Bulgulardan ilki 15 tekrarla (%25) sabırsız müşteri, ikincisi ise 14 tekrarla (%23,3) hızlı müşteri şeklindedir.

Tablo 9: İşletmelerin Tek Başına Müşterilere Yönelik Düşünceleri

	Σ	%
Sabırsız müşteri	15	25,0
Hızlı müşteri	14	23,3
Karsız müşteri	10	16,7
Uzun süre masa işgal eden müşteri	8	13,3
Sadık müşteri	8	13,3
Kararsız olmayan (net) müşteri	3	5,0
Zahmetsiz müşteri	2	3,3
Σ	60	100

Katılımcıların işletmeye tek başına gelen müşterilerle ilgili düşüncelerine ilişkin bazı ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Müşteri veli nimettir. Kimseyi rahatsız etmediği sürece bir problem yok. (K_i3)

...Genellikle yemeklerini yiyip gitmek istiyorlar. (K_i4)

...Tek başına gelen müşterilerimiz aslında bizim sadık misafirlerimizdir. Ne istediklerini bilen, kendini mekânımızda rahat hissedem misafirlerimizdir. (K_i7)

... Zahmetsiz müşteri. (K_i8)

...Tek başına gelen müşteri nettir yer ve çıkar fazla kalmaz. (K_i19)

... Farkı yok, hizmet sektöründe müşteri müşteridir. (K_i17)

Yalnız müşterilerin işletme açısından nasıl değerlendirildiğine ilişkin içerik analizi bulgularında en çok 16 tekrarla (%53,3) *geçirilen vakit fazla harcamalar az olduğunda ve masa uzun süre işgal edildiğinde karı az müşteri, daha sonra ise 14 tekrarla (%46,7) yemek yeme süresi kısa olması durumunda masa devir oranının yüksek olması karlı müşteri* şeklindedir.

Katılımcıların tek başına olan müşterileri işletme açısından nasıl değerlendirdiklerine ilişkin bazı ifadeler aşağıda sunulmaktadır.

... Grup halinde gelenlere göre daha az harcama yapıyor. (K_i1)

...Tek müşteriler daha çabuk yer ve daha çabuk kalkar yerden tasarruf adına saha açısından karlıdır. (K_i8)

...Tek gelen misafirlerimiz kahvaltı servisi sırasında bizi servis açısından zorlamaktadır. Tek kişilik kahvaltı hazırlamanın süresi iki ve daha fazla kişi için kahvaltı hazırlamaktan daha fazladır. Maliyet kısmını düşünecek olursak tek misafirimiz için oluşan üretim maliyeti, iki ve daha üstü misafirlerimiz için olduğundan oransal bazda daha fazladır... Tek kişi misafirlerimiz restoranımızda daha fazla vakit geçirmektedir. Bu da prime zamanlarda yer sıkıntısı yaşamamıza sebep olmaktadır. Ve tabii zincirleme olarak çok küçükte olsa o masanın o günkü ciro tutarını düşürmektedir. (K_i14)

...Zarar oluyor tabiki her bir müşteri para demek o yüzden grup olunca daha çok kazanç elde ediliyor. (K_i19)

İşletmelerde tek başına gelen müşterilere yönelik farklı uygulamaların olup olmadığına ilişkin içerik analizi bulgularında tekrarlanan iki faktörden ilki, 17 tekrarla (%85) *herhangi bir uygulamamız yok* ve ikinci faktör ise 3 tekrarla (%15) *iki kişilik masalara yönlendiriyoruz* şeklindedir.

Katılımcıların işletmeye tek başına gelen müşterilere yönelik farklı uygulamalarına ilişkin bazı ifadeler aşağıda sunulmaktadır.

...Her müşteri bizim için aynıdır sadece kalabalık masa düzeninden ziyade iki kişilik masalara yönlendirmeye çalışıyoruz.(K_i11)

...Tek başına gelen misafirimiz de kalabalık gelen misafirlerimiz ile aynı hizmeti alacağından herhangi bir ayrı uygulamamız bulunmamaktadır.(K_i14)

Tek başına olan müşterilerin 07:00-20:00 saatleri arasında yemek yedikleri ve bu durumun işletmelerin çok büyük bir kısmı için (19 işletme) sorun yaratmadığı yalnızca 1 işletme için pazar günü saat 10:00-13:00 arasının tercih edilmediği tespit edilmiştir.

Katılımcıların tek başına olan müşterinin geliş saatlerine yönelik bazı ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Günün her saati gelmesinde sorun yok çünkü ne yiyeceklerini bilirler ve yerler kalkarlar.(K_i 8)

...Tercih etme şansımız olsa bizim için prime time olan pazar günleri 10:00 ve 13:00 arası gelmesini istemezdik. Sebebi ise tek gelen misafirlerimize kahvaltı servisinin hazırlanması bir miktar daha fazla zaman alması ile gecikmelerde şikâyet olgusunun oluşması, maliyet açısından ise o zaman diliminde dört kişilik Standart masalarımıza tek kişi ağırlamamızın ciroya etkisi. (K_i14)

5. Sonuç

Bu çalışmada yiyecek içecek işletmelerinde tek başına yemek yiyen bireylerin deneyimleri ve yiyecek içecek işletmelerinin de tek başına yemek yiyen müşterileri işletme açısından nasıl değerlendirdikleri araştırılmıştır. Araştırma bulgularının genel olarak önceki çalışmaların (Brown ve diğ., 2020; Her ve Seo, 2018; Lahad ve May, 2017; Danesi, 2012; Heimtun, 2010) sonuçları ile tutarlı olduğu görülmüştür.

Araştırma bulguları dışarıda tek başına yemek yemenin en önemli nedenlerinin eşlik edecek birinin olmayışı, pratik olması, program ve zaman uyumsuzluğu, iş nedeniyle yalnız olma, özerklik, kendi kendine kalma isteği olduğunu ortaya koymuştur. Bu sonuç Pliner ve Bell'in (2009) çalışmasında ortaya koyduğu çoğu insan için tek yemek yemenin istenmeyen bir durum olduğu sonucuyla benzerlik göstermektedir. Yine bu çalışmanın bulguları içerisinde olan dışarıda tek başına yiyen insanların önemli bir oranının (%44,2) kendilerini rahatsız hissetmeleri yalnız yemek yemenin çok da istenmeyen bir durum olduğunu ortaya koymaktadır şeklinde düşünülebilir. Yine bu çalışmanın bulgularından bir tanesinin de tek başına yemekte geçirilen sürenin uzun (katılımcıların %53,1'i 15-30 dakika) olmadığıdır. Tek başına yemek yemenin zorunluluktan kaynaklandığı, ortalama yemek yeme süresinin kısalığı ve bu süre içinde

hissedilen olumsuz duygular gibi bulguların Brown ve diğerlerinin (2013) bulgularıyla benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Tek başına yemek yiyenlerin çoğunluğu (%50,7) çevredeki insanların (diğer müşteriler, çalışanlar) onları yalnız biri ve normal olmayan biri olarak gördüklerini düşündükleri ortaya çıkmıştır. Bu bulgu Danesi (2012) tarafından ortaya konan, pek çok kişinin, kantinlerde veya restoranlarda tek başına yemek yiyen insanlara acı ve üzüntü duydukları sonucuyla paralellik göstermektedir. Yalnız yemek yiyen bireylerin, çevrede bulunan diğer insanların kendilerine olumsuz bir şekilde baktığını düşündükleri için yalnız yemek yerken olumlu duygulardan daha çok olumsuz duygulara kapıldıkları ileri sürülebilir.

Tek başına yemek yiyenlerin %90,3'ünün yemek gelene kadar ya telefonlarıyla ya da çevreye bakınarak zaman geçirdikleri, yalnızca %6'sının kitap okuduğu ve yemek yerken kendini rahatsız hissedenlerin ise bir an önce yemeği bitirip kalkmak istedikleri bu araştırmanın bulguları arasındadır. Bu bulgular Brown ve diğerlerinin (2020) çalışmasındaki rahatsızlık hissinin başkalarından algılanan olumsuz yargılarından kaynaklandığını ve bu durumun da kitap ve cep telefonu gibi çeşitli aksesuarların kullanılmasıyla hafifletileceği bulgularıyla büyük oranda örtüşmektedir.

Tek başına yemek yiyen katılımcıların yalnızca %25,8'i çalışanların kendilerine masa işgal etmiş gibi davranıldığını düşünmektedir. Bu sonuç, Bae ve diğerlerinin (2018) tek başına bir restorana gidip birden fazla kişi için ayrılmış olan masayı (servis takımlarını vb.) işgal etmenin hala zor olduğu ifadesini desteklemektedir.

Araştırma bulguları tek başına yemek yiyenlerin yemek ve hizmet kalitesine dikkat ettiklerini ortaya koymuştur. Bu bulgu Bae ve diğerlerinin (2018) algılanan yemek kalitesi, hizmet ve fiziksel çevrenin tek başına yemek yiyenlerin memnuniyeti ile pozitif yönde ilişkili olduğu sonucuna benzerdir. Ayrıca Nişancı ve diğerlerinin (2018) çalışmalarında tüketicilerin restoran tercihlerini etkileyen ilk iki etkenin restoranın temizliği ve yemeklerin kalitesi olduğu sonucuyla da benzerlik taşımaktadır.

Araştırmanın bulgularından bir tanesi de katılımcıların yarıya yakınının (%48,4) restoran seçimlerinde o restoranda oturanlara baktıkları ancak karşı cinsten tek başına yemek yiyenlerin olup olmamasıyla büyük oranda (%78,1) ilgilenmedikleridir. Bu bulgudan hareketle genel anlamda restoranda tek yemek yiyen olup olmamasından çok müşteri profiline baktıkları şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmada bulgularından elde edilen sonuçlara göre işletmelere tek başına gelen müşterilerin toplam müşteriler içindeki payı %2 ile %40 arasında değişmektedir. Tek başına müşterilerin işletmelerin grup veya tek başına müşteriler arasında bir fark olduğunu düşünmedikleri için tek başına gelen müşterilere yönelik herhangi bir farklı uygulamalarının olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Brown ve diğerleri (2020) tek başına yemek yemeyi yeni bir eğilim olarak anlayan restoranların, kapsayıcılıklarını geliştirmek ve yeni pazar bölümlerini karşılayabilmek için operasyonel ve stratejik yönetimlerini geliştirebileceklerini, ayrıca konaklama organizasyonlarının tek başına yemek yeme olgusunu karlı bir şekilde ele almalarının rekabet güçlerini güçlendirmelerine yardımcı olabileceğini ifade etmiştir. Ancak bu araştırmadan elde edilen sonuçlara bakıldığında yiyecek içecek işletmelerinin potansiyel olarak var olan tek başına müşterileri karlı bir hedef grup olarak görmedikleri ve yeterli farkındalıklarının olmaması nedeniyle de tek başına müşterilerin beklentilerine uygun olabilecek farklı uygulamalar yapmadıklarını söylemek mümkündür.

Araştırma sonuçlarına göre dışarıda tek başına yemek yeme, genellikle yalnızlık duygusu ile eş tutulmaktadır. Ortamdaki diğer insanların (müşteriler, çalışanlar) kendileri hakkında sahip olabilecekleri olumsuz yargılara maruz kalma düşüncesi nedeniyle de tek başına yemek yemenin endişeli duygulara sebep olduğu söylenebilir. Ayrıca zorunluluktan kaynaklı tek başına yemek yendiği ve bunun genel olarak tercih edilmeyen bir deneyim olduğunu da söylemek mümkündür. Rahatsız hissettiren tüm olumsuz duyguların, kimi zaman da zaman kısıtlarının etkisi bireylerin yemek yeme sürelerinin kısalmasına, daha sade ve hızlı yenilebilecek yemeklerin seçilmesine neden olmaktadır. Bu durumlar da bireylerin tek başına yemek yeme deneyimlerine olumsuz etki etmektedir. Öte yandan tek başına yemek yemenin yalnızca olumsuz duygular uyandırmadığını bireylerin tek başına olmayı rahatlatıcı ve keyifli bulduğunu, özgüveni artırarak kişisel olarak güçlü hissetmelerine olanak verdiğini de belirtmek gerekir. Tek başına olmanın bireylerin hem restoran ve yemek seçimlerinde daha özgür davranabilmelerine olanak verdiğini hem de yemek yerken tek olmanın rahatlık ve doğal davranma fırsatı veren bir durum olduğunu da söylemek mümkündür.

Araştırmadan elde edilen sonuçların tamamı yiyecek içecek işletmesi yöneticilerinin tek başına yemek yiyen bireylerin nasıl rahatlıkla kaliteli zaman geçirebileceklerini ve hizmet sunumunda müşteri memnuniyetini nasıl artıracabileceklerini anlamaları açısından önemlidir. Olumlu geri dönüş almak için de tek başına olan müşterilerin beklentilerini anlamak gerekmektedir. Özellikle tek başına yemek yerken bireylerin ortamın atmosferine (çalışanların davranışları, işletmenin dizaynı, manzarası vb.) daha fazla odaklandığı bilinmektedir. Bu nedenle işletme atmosferinin bireylerin duygularını pozitif yönde etkileyebilmesi önemlidir. Sosyal mesafe kurallarının da artmış olduğu günümüz koşullarında tek kişilik masaların restoranlarda yer alması, işletmelerin de bireyleri yalnız hissettirmeyen hizmet anlayışıyla karşılaşmasının ve tek başına olmayı yalnızlık olarak görmeyen bir tema ile reklam unsuru olarak kullanmasının faydalı bir uygulama olabileceği söylenebilir. Bu araştırma ile yiyecek içecek sektöründeki bireysel tüketicilerin varlığına dikkat çekmeye çalışılmıştır. Henüz hedef pazar grubu olarak görülmemeyen ancak artacağı düşünülen bireysel müşterilere yönelik farkındalıkların artmasının karlı bir sonuç olacağını söylemek mümkündür.

Araştırmadaki temel sınırlılık ise Kovid 19 küresel salgını nedeniyle restoranların kapalı olması ve araştırmanın internet üzerinden yapılmış olmasıdır. Oysa tek başına yemek yiyen bireylerle ilgili yapılacak araştırmaların yüz yüze görüşme yöntemiyle, yani tüketimle eş zamanlı olarak yapılması hem tek başına olan müşterilerin beklentilerini anlamada hem de memnuniyet düzeylerini belirlemede önemli olabilir. Bu çalışma yalnızca tek başına yemek yeme olayını ele almış ve öğünler arasında bir ayrıma gitmemiştir. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda yalnız yemek yeme olayı kahvaltı, öğle yemeği ve akşam yemeği şeklinde ayrı ayrı ele alınabilir. Ayrıca tek başına seyahat edenlerin kültürel özelliklerinin ve kişilik özelliklerinin kalabalık ortamlarda tek başına yemek deneyimlerine etkisinin ele alınmasının hem alanyazına hem konaklama sektörüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

6. Kaynakça

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2007), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*, 5. Baskı, Sakarya Yayıncılık: Adapazarı.
- Bae, S., Slevitch, L. ve Tomas, S. (2018), The Effects of Restaurant Attributes on Satisfaction and Return Patronage Intentions: Evidence From Solo Diners' Experiences in The United States, *Cogent Business & Management*, 5(1), ss. 1-16.

- Brown, L., Buhalis, D. ve Beer, S. (2020), "Dining Alone: Improving The Experience of Solo Restaurant Goers", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(3), ss. 1347-1365.
- Brown, L., Edwards, J. ve Hartwell, H. (2013), Eating and Emotion: Focusing on the Lunchtime Meal, *British Food Journal*, 115(2), ss. 196–208.
- Canetti, L., Bachar, E. ve Berry, E. M. (2002), Food and Emotion. *Behavioural Processes*, 60(2), ss. 157-164.
- Danesi, G. (2012), Pleasures and Stress of Eating Alone and Eating Together Among French and German Young Adults. *The Journal of Eating and Hospitality Research*, 1, ss. 77-91.
- De Jong Gierveld, J. (1998), A Review of Loneliness: Concept and Definitions, Determinants and Consequences. *Reviews in Clinical Gerontology*, 8(1), ss. 73-80.
- Dejesus, E. (2013), 'Amsterdam Pop-Restaurant Only Has Tables for One', <http://www.eater.com/2013/6/28/6412031/amsterdam-pop-up-restaurant-only-has-tables-for-one> (21.10.2020).
- Dossey, L. (2016), Solitude: On Dining Alone, Cellphones, and Teddy Bears, *The Journal of Science and Healing*, 12(2), ss. 77–83.
- Eenmaal (2013), <https://eenmaal.com/>, (21.10.2020).
- Fan, Y. ve Khattak, A. J. (2009), Does Urban Form Matter in Solo and Joint Activity Engagement? *Landscape and Urban Planning*, 92(3-4), ss. 199–209.
- Fischler, C. (2011), Commensality, Society and Culture, *Social Science Information*, 50(3-4), ss. 528–548.
- Goodwin, C. ve Lockshin, L. (1992), 'The Solo Consumer: Unique Opportunity for The Service Marketer', *Journal of Services Marketing*, 6(3), ss. 27–36.
- Grevet, C., Tang, A. ve Mynatt, E. (2012), Eating Alone, Together: New Forms of Commensality, *In Proceedings of the 17th ACM International Conference on Supporting Group Work*, ss. 103-106.
- Gürhan, N. (2017), Toplumsal Değişme ve Yemek Kültürü Üzerine Sosyolojik Bir Çözümleme: Mardin Örneği, *Journal of International Social Research*, 10(54), ss. 561-570.
- Heimtun, B. (2010), The Holiday Meal: Eating Out Alone and Mobile Emotional Geographies, *Leisure Studies*, 29(2), ss. 175-192.
- Her, E. ve Seo, S. (2018), Why Not Eat Alone? The Effect of Other Consumers on Solo Dining Intentions and The Mechanism, *International Journal of Hospitality Management*, 70, ss. 16–24.
- Jordan, F. (2008), Performing Tourism: Exploring The Productive Consumption of Tourism in Enclavic Spaces, *International Journal of Tourism Research*, 10(4), ss. 293–304.
- Kahraman, S., Zincir, H., Erten, Z. K., ve Özkan, F. (2011), Bir Huzurevinde Yaşlı Kadın ve Erkeğin Ayrı Yaşamalarının Onların Yalnızlık ve Yaşam Doyumuna Etkisi. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 14(2), ss. 1-16.
- Kaushik, P. (2015), 'Eenmaal: The Restaurant for Single Diners', <https://www.amusingplanet.com/2015/03/eenmaal-restaurant-for-single-diners.html> (21.10.2020).
- Kim, H. ve Choi, J. (2019). Measuring Emotions Toward Dining Alone by Frequency of Single Dining Events, *British Food Journal*, 121(2), ss. 642-654.
- Kozak, M. (2014), *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*, 3. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Lahad, K. ve May, V. (2017), Just One? Solo Dining, Gender and Temporal Belonging in Public Spaces, *Sociological Research Online*, 22(2), ss. 1–11.
- Nişancı, Z. N., Özdoğan, Y. ve Bölüktepe, F. E. (2018), Dışarıda Yemek Yeme Davranışının Nedenlerini Belirlemeye Yönelik İzmir İlinde Bir Araştırma, *Izmir*

- Katip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), ss. 60-71.
- Onurlubaş, E., Gökhan Doğan, H. ve Gürler, A. Z. (2015), Türkiye'de Ev Dışı Gıda Tüketiminin Durumu ve Tüketici Eğilimleri, *Journal of International Social Research*, 8(38), ss. 917-924.
- Özçelik, İ. Y., İmamoğlu, O., Çekin, R. ve Başpınar, S. G. (2015), Üniversite Öğrencilerinin Yalnızlık Düzeyleri Üzerine Sporun Etkisi. *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi*, 6(1), ss. 12-18.
- Özdemir, A.A. (2013), Görüşme Kavramının İncelenmesi: Sosyal Hizmetlerdeki Yeri ve Önemi, İçinde, A. A. Özdemir ve Y. Tuna (Editörler), *Görüşme Teknikleri*, Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayını, ss. 28-47
- Pliner, P. ve Bell, R. (2009), A Table for One: The Pain and Pleasure of Eating Alone, *Meals in Science and Practice*, ss. 169–189.
- Shin, J., Hwang, Y. ve Mattila, A.S. (2018), Solo Consumers Self-Esteem and Incidental Similarity, *Journal of Services Marketing*, 32(6), ss. 767–776.
- Sobal, J. ve Nelson, M.K. (2003), Commensal Eating Patterns: A Community Study, *Appetite*, 41(2), ss. 181–190.
- Svendsen, L. (2018), Yalnızlığın Felsefesi. Redingot Yayınevi
- Takeda, W. (2016), Reconsidering Individualisation of Eating: A Cross-Cultural Analysis on Determinants of Commensality and Solo-Eating (*Doctor of Philosophy*), Australian National University, Canberra.
- TDK (2021), 'Türk Dil Kurumu Sözlükleri', <https://sozluk.gov.tr/> (24.02.2021).
- TÜİK (2020), 'İstatistiklerle Aile, 2019', <https://data.tuik.gov.tr/tr/display-bulletin/?bulletin=istatistiklerle-aile-2019-33730> (21.10.2020).
- Yaşar, M. R. (2007), Yalnızlık. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(1), ss. 237-260.
- Yates, L. ve Warde, A. (2016), Eating Together and Eating Alone: Meal Arrangements in British Households, *The British Journal of Sociology*, 68(1), ss. 97–118.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013), *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Genişletilmiş 9.Baskı, Ankara: Seçkin Yayınları.



MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU
ONAY BELGESİ

Mersin Üniversitesi lisansüstü öğrencilerinden Elif ARSLANTÜRK'ün "**Bireylerin Dışarıda Tek Başına Yemek Yeme Deneyimleri**" adlı çalışması kurulumuz tarafından incelenmiş ve

Etik yönden uygun bulunmuştur.

Etik yönden geliştirilmesi gerekmektedir.

Etik yönden uygun bulunmamıştır.

Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu Kararı

Başvuru Formunun Etik Kurula Ulaştığı Tarih	08/01/2021
Etik Kurul Karar Toplantı Tarihi ve Karar No	03/02/2021- 02
Yer	Mersin Üniversitesi, Uğur Oral Kültür Merkezi
Katılımcılar	Formda imzası bulunan üyelerimiz toplantıya katılmıştır.

KURUL BASKANI VE ÜYELER: