



İSTANBUL İLİ KENT MERKEZİNDE TÜKETİCİLERİN FAST FOOD TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI

FAST FOOD CONSUMPTION HABITS OF CONSUMERS IN THE CENTER OF ISTANBUL PROVINCE

Tuba KOŞUM¹ - Cuma AKBAY²

Öz

Bu çalışmada, hanhalklarının fast food tüketim kararı, tüketim miktarı ve harcamalarına etki eden faktörlerin analizi amaçlanmıştır. Araştırmanın ana materyalini İstanbul kent merkezinde yaşayan 351 hanhalkıyla 2016 yılında yapılan anketlerden elde edilen veriler oluşturmaktadır. Verilerin analizi amacıyla frekans tabloları, tanımlayıcı istatistikler, parametrik ve parametrik olmayan testler ile Binary Lojistik Regresyon ve Sıralı Logit regresyon analizlerinden yararlanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, İstanbul ilinde tüketicilerin %69,8'inin fast food tükettiği, hanhalklarının ortalama fast food tüketim harcamalarının toplam gıda harcamaları içerisindeki oranı %7,25 olarak saptanmıştır. Yapılan logistik regresyon model sonuçlarına göre, fast food tüketim kararı ve sıklığında en önemli olan değişkenler; hanhalkı geliri, tüketicilerin cinsiyeti, eğitim seviyesi, yaşı ve medeni durumu, hanede annenin çalışıp çalışmama durumu, ailede 18 yaşından küçük bireyin bulunup bulunmama durumudur.

Anahtar kelimeler: Fast food tüketimi, hanhalkı, İstanbul, lojistik regresyon, tüketici

Abstract

The objective of the study is to analyze the factors affecting households' fast food consumption decision, amount of consumption and expenditures by using the data from the survey conducted with 351 households living in the center of Istanbul. The data were analyzed by using frequency tables, descriptive statistics, parametric and non-parametric tests, Binary Logistic Regression and Ordered Logit regression model used. As a result of the study, it is determined that %69.8 of households in Istanbul have fast food consumption habits and the average fast food consumption expenditures of households in total food expenditures were found as 7.25%. According to the results of the logistic regression model, the most important variables in fast food consumption, decision and frequency are determined as; household income, gender, education level, age and marital status of the consumers, working status of the mother in the household and whether there is an individual under the age of 18 in the family.

Keywords: Fast food consumption, household, consumer, logit regression, Istanbul.

¹ tubakosum@gmail.com, Orcid:0000-0003-0202-9782

² Prof.Dr., Kahramanmaraş Sütçüimam Üniversitesi, cakbay@ksu.edu.tr, Orcid:0000-0001-7673-7584

1. Giriş

Beslenme; sağlığı korumak, geliştirmek ve yaşam kalitesini arttırmak için vücudun ihtiyacı olan besin maddelerini yeterli miktarlarda ve gerekli zamanda almak için bilinçli olarak yapılması gereken bir eylemdir (Kutlu ve Çivi, 2009). Gerekli besin öğelerinden herhangi birinin alınmaması veya yetersiz ya da fazla alınması, büyüme ve gelişmeyi engellemekte ve dolayısıyla insan sağlığını bozmaktadır (Yılmaz ve Özkan, 2007).

Dünya Sağlık Örgütü sağlığı; insanın “fiziksel, zihinsel ve sosyal yönden tam bir iyilik halinde olması” şeklinde tanımlamıştır (Doğdubay, 2015). Bu şartların yerine getirilmesinde de etkili olacak faktörden en önemlisi beslenmedir. İnsanlar sağlıklı beslendikleri sürece bedenleri sağlıklı olur, daha iyi çalışır, performanslarında artış olur ve sosyal olarak kendilerini daha iyi hissettikleri için de mutlu olarak yaşamlarını devam ettirirler (Eker, 2006). Tüketicilerin iyi beslenmeleri karşısında oluşacak bu olumlu faktörler bireye katkı sağladığı gibi bedenleri ve zihnen gelişmeleri ülkenin ekonomik, sosyal ve kültürel yönden kalkınmasına da katkıda bulunacaktır. Sağlıklı beslenme insanların gerek kendi performans ve sağlıkları açısından gerekse ülkenin gelişimine katkı sağlaması açısından önemlidir. Buna bağlı olarak tüketim tercihleri de büyük bir öneme sahiptir.

Bir toplumun gıda talebi ve tüketim alışkanlıkları; ürünlerin kalitesine, fiyat ve hijyen özelliklerine, ülkedeki gelir dağılımına, tüketicilerin eğitimine, gelir düzeyine, sosyo-ekonomik özelliklerindeki farklılıklara, bunun yanı sıra cinsiyet, yaş gibi demografik özelliklerine bağlı olarak değişebilmektedir (Cevger ve ark., 2008). Gıda talebi ve tüketim alışkanlıklarını etkileyen diğer faktör ise hanehalkının çoğunun çalışarak aile ekonomisine katkı sağlaması ve kadının iş hayatına katılmasıdır. Bu durum hanehalklarında sosyal hayatın değişmesine, yaşam tarzlarının farklılaşmasına olanak sağlamıştır (Gündüz ve Emir, 2010). Ailelerde çalışan birey sayısının artması harcanabilir gelirin artış göstermesinde önemli bir faktördür (Sürücüoğlu ve Çakıroğlu, 2000). Ailelerin gelirlerinin artmasıyla harcanabilir gelirden artış göstermektedir. Hazır gıda tüketimlerinde tüketicilerin tercihleri gelir düzeylerine göre farklılıklar göstermektedir. Geliri yüksek olan tüketiciler satın aldıkları gıdalarda sağlık, hijyen, kalite gibi özellikleri ararken, gelir düzeyi düşük olan tüketiciler ise yeteri kadar gıdayı almaya çalışmaktadırlar (Sağlıker, 2010). Aileleri hazır gıdalara yönelten daha birçok faktör bulunmaktadır. Bireylerin hızlı yaşam ve yoğun çalışma koşulları, zamanın kısıtlı olması gibi diğer faktörler de tüketicileri daha pratik olan fast food ürünlerine yöneltmektedir.

Hızlı yaşam ve çalışma koşulları, bireylere geleneksel biçimde yemek pişirme ve hazırlama olanağı tanımamaktadır. Buna bağlı olarak yemek yeme, çalışma faaliyetleri arasında sıkıştırılmaktadır. Hızlı ve hazır beslenme şekli, insanların zamanla yarışmaları sonucunda meydana gelen değişimin sonucu olarak ortaya çıkmıştır (Sürücüoğlu ve Çakıroğlu, 2000). Bu açıdan bakıldığında ev dışında yemek tüketme kültürünün, modern yaşamın bir parçası olduğu görülmektedir (Yurtseven, 2006). Diğer taraftan, küresel yiyecek-icecek işletmeleri tüketicilerin karar verme ve dışarıda yemek yeme alışkanlıklarının değişiminde önemli rol oynamaktadırlar.

Fast food veya hızlı yemek sektörü farklı bakış açılarıyla ve farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Daha açıklayıcı olan bir yaklaşım ise, bu sektörün genel özelliği olarak, bitmiş ve nihai bir ürün olarak tanımlanmasıdır. Fast food sektöründe, üretim ve servis süresi daha kısadır (Hamşioğlu, 2013). Zamanla yarışan insanların yemek yeme sorunlarına ev dışında bulunan gıda restoranları, hızlı ve standart menülerle çözüm getirmektedir (Özçelik ve Sürücüoğlu, 1998). Her ne kadar bu restoranlar insanlara kolaylık sağlasa da fazla tüketildiği takdirde birçok sağlık problemlerine yol açmaktadır. Günümüzde fast food tüketimleri sağlık açısından dünyayı tehdit eden bir hastalık durumuna gelmektedir. Bu tüketim şekli aslında sağlıksız bir beslenme şeklidir. Bireyin dengesiz beslenmesine yol açmakta ve obezite, kalp

ve şeker hastalığı gibi birçok sağlık problemlerine yol açmaktadır (Kaya, 2011). Uzun süre tüketimi sonucu ortaya çıkan hastalıklar sadece bireyleri etkilememekte aynı zamanda ülkenin gelişimini de olumsuz etkilemektedir, ancak buna rağmen insanlar bu tür tüketim tercihlerini artan oranda devam ettirmekte ve bu tür işletmeler giderek artış göstermektedir.

Besin değeriyle ilgili tartışmalara rağmen, hazır gıda işletmeleri dünya genelinde büyümeye devam etmektedir (Özleyen, 2005). Fast food sektörünün en gelişmiş olduğu ülke olan ABD'de 300 binden fazla fast food restoranı bulunmaktadır (Yurtman, 2001). Buna bağlı olarak dünyada en fazla ev dışı gıda tüketimi yapan ülkelerin başında da ABD gelmektedir. ABD'yi daha sonra dünyanın en zengin mutfağına sahip olan Fransa takip etmektedir. Fransa dünyanın en zengin mutfağına sahip olmasına rağmen ev dışı gıda tüketiminin fazla olmasının temel sebebi, öğle yemeği zamanlarının kısaltılmasıdır (Anonim, 2015).

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de fast food sektörü son yıllarda hızlı bir şekilde gelişmektedir. Türkiye'de 2,4 milyar dolarlık pazara sahip olan fast food sektörünün bu gelişmede son yıllarda sayıları hızla artan Burger King, McDonald, Domino's, ARBY's, KFC gibi yabancı sermayeli fast food restoranları ve döner kebab, lahmacun, köfte, simit, kumpir, kokoreç, ciğer ve çiğ köfteci gibi yerli restoranların sayısının hızla artmasının önemli bir etkisi bulunmaktadır. Sektörde faaliyet gösteren firmaların çoğunluğu öncelikle İstanbul'da bulunmaktadır. İstanbul'un iş olanakları açısından diğer illere göre daha gelişmiş olması, turistik yerlerin ve üniversitelerin fazla olması ile göç alan bir il halinde olması nüfusu arttırmaktadır. Fast food işletmelerinin İstanbul'da daha fazla bulunmakta ve buna bağlı olarak ev dışı gıda tüketiminin de fazla olacağı düşünülerek çalışma alanı olarak İstanbul tercih edilmiştir.

Tüketicilerin fast food tüketim alışkanlıklarına yönelik gerek yurt içinde ve gerekse yurtdışında birçok çalışma yapılmıştır. Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, fast food ürünlerine yönelik tüketici davranışları (Gül ve ark., 2003; Akbay ve Boz; 2005; Sormaz ve ark., 2005; Filiz ve Çemrek, 2008; Özdemir, 2010; Erdem ve Uzakgider, 2011; Kaya, 2011; Kayışoğlu ve İçöz, 2012; Hamşioğlu, 2013; Olcay ve Akçi, 2014; Yazırlı, 2015), fast food tüketim harcamalarını etkileyen faktörler (Sağlıker, 2010; Demir, 2011), fast food tüketip tüketmeme durumunu etkileyen faktörler (Akdağ, 2015; Hatırlı ve Yiğit, 2019) ve fast food tüketim sıklığını etkileyen faktörlerin (Akbay ve ark., 2007) konularında çok sayıda araştırma yapıldığı görülmektedir. Çalışma ile Türkiye'de önde gelen tüketim merkezlerinden olan İstanbul kent merkezinde tüketicilerin fast food tüketim alışkanlıkları, tüketim tercihlerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Daha ayrıntılı olarak ise; İstanbul kent merkezindeki tüketicilerin sosyo-demografik özelliklerinin gıda tüketimi ve fast food tüketim alışkanlıklarına olan etkilerinin belirlenmesi, tüketicilerinin fast food tüketim kararı ile sıklıklarının belirlenmesi ve tüketicilerinin fast food tüketim tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma beslenme tercihlerindeki değişikliklerin farkına varmak ve bunların ekonomik, sosyo-demografik faktörler ve sağlık ile olan ilişkilerini saptamaya, beslenme alışkanlıklarının nedenlerini ve sonuçlarını belirlemeye önemli düzeyde katkı sağlayacaktır. Şüphesiz ki bu durum da, insanların daha sağlıklı olabilmeleri için gerekli önemin verilerek değişikliklerin yapılabilmesi ve geliştirilebilmesine yardımcı olacaktır (Kuşçuoğlu, 2015).

2. Materyal ve Yöntem

Araştırmanın ana materyalini, 2016 yılında İstanbul ilinde yaşayan ailelerden seçilen tüketicilerin fast food tüketimi konusunda bilgi düzeylerinin ve alışkanlıklarının belirlenmesi için tüketicilerle yüz yüze görüşme yöntemiyle yapılan anketlerden elde edilen veriler oluşturmaktadır.

İstanbul kent merkezindeki tüketiciler araştırmanın kapsamını oluşturmakta olup Kadıköy, Beşiktaş, Üsküdar ilçelerinde anketler yapılmıştır. Çalışma İstanbul'da yaşayan tüketicilerin görüş ve önerileri dikkate alınarak yürütülmüştür. Araştırmada, örnek hacmi, Oransal Örnekleme Yöntemi ile %90 güven aralığında ve ortalamadan %5 sapma ile 351 olarak saptanmıştır.

Çalışmada belirlenen amaçlara ulaşmak için anketlerden elde edilen veriler farklı analizlerde kullanılmıştır. Tüketicilerin sosyo-demografik gruplar itibariyle fast food tüketim kararlarının ve harcamalarının karşılaştırılması amaçlara yönelik olarak Ki-kare testi ve Tek Yönlü Anova Testi kullanılmıştır. Tüketicilerin fast food tüketim kararlarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi amacıyla Binary Lojistik Regresyon Analizi, tüketicilerin fast food tüketim sıklığını etkileyen faktörlerin belirlenmesi amacıyla ise Sıralı Lojistik Regresyon Analizi kullanılmıştır.

3. Araştırma Bulguları

3.1. Ankete Katılan Tüketicilerin Sosyoekonomik Özellikleri

Tüketicilerin sosyo-ekonomik özellikleri ve tutumlarının tüketicilerin fast food tüketim tercihlerinde etkili olduğu önceki yapılan çalışmalarda da belirtilmiştir (Akbaş ve ark., 2005). Ankete katılan 351 tüketicinin %31,6'sı 28 yaşından küçük, %50,7'si 28-45 yaş aralığında ve %17,7'si ise 45 yaşından büyüktür (Tablo 1). Anket yapılan tüketicilerin %58,7'sinin erkek, %69,8'inin ise evli olduğu saptanmıştır. İstanbul kent merkezinde anket yapılan tüketicilerin %31,3'ünün ilköğretim, %31,9'unun lise, %36,8'inin ise üniversite mezunu olduğu gözlemlenmiştir. Araştırma sahasında yapılan anketlerle hane halkı ortalama aile genişliği 3,31 olarak saptanmış olup, bireylerin %31,6'sı 2'nin altında birey sayısına sahip ailelerden oluşurken, %50,7'si 3-4 kişiden ve %17,7'si 5'ten fazla bireye sahip ailelerden oluşmaktadır.

Çalışmada, hanehalklarının aylık ortalama geliri 4059,97 TL olarak hesaplanırken, TÜİK'in 2016 yılında yaptığı Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırmasında Türkiye'de hane halklarının aylık ortalama geliri 3449,91 TL olarak hesaplanmıştır (Anonim, 2016a). Ankete katılan tüketicilere hanehalkında aile reisinden başka gelir getiren olup olmadığı sorulduğunda, tüketicilerin %54,1'i haneye gelir getiren başka bireyler olduğunu belirtmişlerdir. Aile reisi dışında annenin çalışıyor olması ve gelirin olması da ev dışı gıda tüketimini önemli ölçüde etkilemektedir. Mohammad (2015) tarafından Irak'ta yapılan anket çalışmasında, kadınların çalıştığı hanehalklarında ortalama gıda tüketiminin daha fazla olduğu ve bu durumun istatistiksel olarak önemli olduğu belirtilmiştir.

Tablo 1. Ankete Katılan Tüketicilerin Sosyoekonomik ve Demografik Yapısı

Yaş (Yıl)	Birey sayısı	(%)
≤ 27	111	31,6
28-45	178	50,7
≥46	62	17,7
Cinsiyet dağılımı		
Erkek	206	58,7
Kadın	145	41,3
Medeni durum		
Evli	245	69,8
Bekâr	106	30,2
Eğitim durumları		
İlköğretim mezunu	110	31,3
Lise mezunu	112	31,9
Üniversite mezunu	129	36,8
Hane genişlik grupları		
≤ 2	111	31,6
3-4	178	50,7
≥5	62	17,7
Hanehalkı gelir grupları		
Düşük gelir grubu (<2000 TL)	73	20,8
Orta gelir grubu(2000-4500 TL)	183	52,1
Yüksek gelir grubu (>4500TL)	95	27,1
Hanehalklarında aile reisinden başka gelir getirme durumu		
Evet	190	54,1
Hayır	161	45,9
Toplam	351	100,0

3.2. Tüketicilerin Beden Kitle Endeksi (BKİ), Ailede Obezite ve Sağlık Problemi Olma Durumu

Beden Kitle Endeksi (BKİ) boy ile ağırlık arasındaki ilişkiyi belirleyen ölçüt olarak bilinir ve obezitenin değerlendirilmesinde kullanılmaktadır. BKİ fazla kiloluluk ve obeziteyi sınıflandırmak için sık kullanılan bir endekstir (Akdağ, 2015). BKİ, vücut ağırlığının (kg olarak), boy uzunluğunun (metre cinsinden) karesine bölünmesiyle hesaplanmaktadır (Anonim, 2018). Dünya Sağlık Örgütü (WHO) standartlarına göre, beden kitle indeksi 18,49 kg/m² ve altı zayıf, 18,50-24,99 kg/m² değerleri arasında olan kişiler normal, 25,00-29,99 kg/m² arasında olan kişiler fazla kilolu, 30 ve üzeri olan kişiler ise obez olarak kabul edilmiştir (Anonim, 2016b). Bu bilgiler doğrultusunda yapılan analiz sonuçlarına göre, beden kitle endeksleri (BKİ) incelendiğinde, araştırmaya katılan tüketicilerin %26,6'sı zayıf, %63,8'inin normal ve %8,2'si kilolu grubunda yer almaktadır. Günümüzde obezite, gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkede önemli sorunlar arasında yer almaktadır. Türkiye'de de obezite sorunu son yıllarda artış göstermektedir. Yapılan bu çalışmada tüketicilere hanesinde obezite olan bireyin bulunup bulunmadığı sorulduğunda, ailesinde obezite bulunanların oranı %13,7 iken, hanesinde obezite bulunmayanların oranı %86,3 olarak saptanmıştır (Tablo 2).

Tüketicilerin ev dışında gıda tüketimini engelleyen faktörlerin başında sağlık problemleri gelmektedir. Buna bağlı olarak tüketiciler sağlık durumlarına göre ev dışında gıda

tüketimini tercih edebilmektedirler. Bu nedenle ankette tüketicilere ev dışında tüketimlerini engelleyen sağlık problemi olup olmadığı sorulmuştur. Ankete katılan tüketicilerin %91,5'nin sağlık probleminin olmadığı, %8,5'nin ise sağlık probleminin olduğu saptanmıştır (Tablo 2). Bu sağlık problemlerinin başında tansiyon ve şeker hastalığı gelmektedir.

Tablo 2. Beden Kitle Endeksi (BKİ) ve Ailede Obezite Olma Durumu

	Hanehalkı sayısı	(%)
Tüketicilerin BKİ değerleri		
Zayıf ($\leq 18,49$)	102	26,6
Normal (18,5-24,99)	220	63,8
Fazla kilolu veya obez ($\geq 30,0$)	29	9,6
Toplam	351	100,0
Ailede sağlık problemi olan bireylerin bulunma durumu		
Hayır	321	91,5
Evet	30	8,5
Toplam	351	100,0
Ailede obezite olan birey bulunma durumu		
Hayır	303	86,3
Evet	48	13,7
Toplam	351	100,0

3.3. Hanehalkı Gıda ve Fast Food Tüketim Harcamaları

Gelir düzeyi, tüketicinin satın alma davranışını doğrudan etkileyen önemli faktörlerden biridir. Gelir düzeyi harcama biçimlerini yakından etkilemektedir. Gelir düzeyi arttıkça, gıda için yapılan harcamalar mutlak olarak artarken oransal olarak azalmaktadır (Özcan ve Akbay, 2011).

Tüketicilerin aylık ortalama gelirlerine bakıldığında; tüketicilerin gelirleri arttıkça ortalama gıda harcamaları da artmaktadır (Tablo 3). Yapılan F-testi sonuçlarına göre tüketicilerin gelir grupları itibariyle toplam gıda harcamaları istatistiksel olarak farklı bulunmuştur ($F=51,11$; $P=0,000$). Bütün grupların birbirinden farklı ve harcama payının en yüksek bulunduğu grubun yüksek gelir grubu olduğu Tukey testine göre sabitlenmiştir.

Gıda harcamalarının toplam harcamalar içindeki oranı düşük gelir grubunda %24,70, orta gelir grubunda %18,46, yüksek gelir grubunda ise %13,14 olarak saptanmıştır ($F=20,61$; $P=0,000$). Akbay ve ark. (2003) tarafından yapılan çalışmada, ev dışı gıda tüketimini tercih eden ailelerin gıda harcamalarının payı yaklaşık %25 olarak belirtilmiştir. Ayrıca hane gelirleri, buna bağlı olarak aylık gıda harcamaları arttıkça, ev dışı gıda harcamalarında hem mutlak olarak hem de oransal olarak arttığını ve istatistiksel olarak da gelir ile ev dışı gıda tüketimi arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirtilmiştir.

Tüketicilerin fast food tüketim durumlarına bakıldığında, son 1 ay içerisinde tüketicilerin %30,2'sinin fast food tüketmediği ve %69,8'nin ise tükettiği saptanmıştır. Ekeyılmaz (2006) tarafından Antalya'da yapılan çalışmada, hanehalklarının %65,52'sinin fast food tükettiği sonucuna ulaşılmıştır. Fast food tüketen bireylerin tüketim sıklıklarını belirlemek için son bir yıl içerisindeki tüketim durumları sorulmuştur. Katılımcıların %6,8'i her gün, %19,1'i haftada birkaç kez, %35,9'unun ayda birkaç kez ve %14,8'i ise yılda bir kez tükettiği ve %23,4'ü son bir yıl içerisinde fast food tüketmediği saptanmıştır. Özdoğan ve ark. (2012) çalışmalarında fast food tüketen öğrencilerin %34,4'ünün seyrek, %32,7'sinin haftada 1-2 kez, %24,8'inin haftada 3-4 kez, %8,1'inin ise her gün fast food tükettikleri belirtilmiştir. Akbay ve ark. (2005) çalışmalarında, ailelerin %1,4'ünün son bir hafta içerisinde dışarıda hiç

yemek tüketmediklerini, %38,8'nin haftada 1-3 kez dışarıda yemek tükettikleri ve %11'nin ise haftada 11 kez ve üzeri dışarıda yemek tükettikleri belirtilmiştir. Özleyen (2005), çalışmasında ankete katılan tüketicilerin %45,1'inin haftada 1-3 kez fast food yiyecek işletmelerini tercih ederken, %18,5'inin nadiren, %17,4'ünün ise 15 günde bir tercih ettiğini belirtmiştir. Erdem ve Uzakgider (2011) çalışmalarında tüketicilerin %1'nin her zaman, %12'sinin sık sık tükettiği, %23'nin hiç tüketmediği, %58'nin çok az tükettiği belirtilirken, tüketicilerin %6'sının tüketim sıklığı konusunda fikir beyan etmediğini belirtmişlerdir.

Elde edilen anket sonuçlarında tüketicilerin gelir grupları itibariyle, gıda ve fast food tüketim harcamaları incelendiğinde, düşük gelir grubundaki tüketicilerin toplam gıda ve fast food harcamalarının diğer gelir gruplarına göre daha düşük olduğu saptanmıştır. Tüketicilerin gelirleri arttıkça harcama miktarları da artış göstermektedir.

Tüketicilerin aylık ortalama fast food harcamaları incelendiğinde, gelirin artması tüketicilerin fast food tüketim harcamalarını da arttırmaktadır (F=9,12; P=0,000). Fast food harcamalarının toplam gıda harcamaları içerisindeki oranı, düşük gelir grubunda %7,23, orta gelir grubunda %5,16 ve yüksek gelir grubunda %10,44 olarak belirlenmiştir (Tablo 3). Fast food harcamalarının toplam gıda harcaması içerisindeki oranları, gelir grupları itibariyle istatistiksel olarak farklılık göstermiştir (F=7,63; P=0,058).

Tablo 3. Hanehalkı Ortalama Gıda ve Fast Food Harcamaları (TL/Ay)

Gelir grubu	Gelir (a)	Gıda harcaması (b)	Gıda harcamalarının oranı (%) (b/a)	Fast food harcaması (c)	Fast food harcamalarının oranı (%) (c/b)
Düşük gelir grubu	1697,95	419,51	24,70	30,33	7,23
Orta gelir grubu	3298,09	608,93	18,46	31,44	5,16
Yüksek gelir grubu	7342,63	964,97	13,14	100,73	10,44
Ortalama	4059,97	713,79	17,58	51,75	7,25
F testi (P değeri)	248,02 (0,000)	51,11 (0,000)	20,61 (0,000)	9,12 (0,000)	7,633 (0,058)

3.4. Tüketicilerin Sosyo-demografik Gruplar İtibariyle Fast Food Tüketim Kararlarının Karşılaştırılması

Anket yapılan bireylerin sosyo-demografik gruplar itibariyle fast food tüketim durumları Tablo 4'de verilmiştir. Gelir grupları itibariyle fast food tüketim durumu incelendiğinde, düşük gelirli bireylerin %41,1'nin, orta gelirli bireylerin %73,2'sinin fast food tükettiği tespit edilmiştir. Sonuç, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (P <0,01). Eğitim durumları itibariyle fast food tüketimleri incelendiğinde, ilkökul mezunu olanların %49,1'inin, lise mezunu olanların %67,9'unun, üniversite mezunu olanların ise %89,1'inin fast food tüketmekte olduğu saptanmıştır. Tüketicilerin eğitim seviyeleri arttıkça fast food tüketimleri de artış göstermiştir. Eğitim seviyesi ile fast food tüketimi arasında istatistiksel açıdan önemli bir fark olduğu tespit edilmiştir (P <0,01).

Katılımcıların medeni durumlarına göre fast food tüketip tüketmeme tercihlerine bakıldığı zaman, evli olan bireylerin %33,5'i, bekâr olan bireylerin ise %33,5'i tüketmekte olduğu saptanmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre medeni durum ile fast food tüketimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir (P <0,05).

Ailedeki birey sayısı arttıkça fast food tüketim oranı azalmaktadır ve bu sonuç istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (P<0,10). Bireylerin yaş gruplarına göre fast food tüketim durumları incelendiğinde, 28 yaş ve altı olan bireylerin %78,4'ü, 29-45 yaş arasında

olanların %75,3'ü ve 46 yaş ve üzerinde olanların %45,5'i fast food ürünleri tüketmektedir (Tablo 4). Tüketicilerin yaşları arttıkça fast food tüketimlerinin azaldığı görülmektedir. Yapılan analiz sonucuna göre, tüketicilerin yaşları ile fast food tüketim kararları arasında istatistiksel olarak bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($P < 0,01$).

Aileye gelir getiren ikinci bir bireyin bulunması ile fast food tüketimi arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla aileye gelir getiren olup olmadığı sorulmuştur. Aile reisi dışında eve gelir getiren bireylerin olduğu hanehalklarının %73,2'si ve aile reisinin getirdiği gelir dışında gelir getirenin olmadığı hanehalklarının ise %65,8'i fast food tüketmektedir.

Beden kitle endeksi ile fast food tüketimi arasında ilişki incelendiğinde, BKİ 18,49'un altında olanların %34,3'ü, BKİ 18,5-24,99 arasında olanların %28,6'sı ve BKİ 25 ve üzeri olanların ise %78,3'ü fast food tüketmektedir. Fast food tüketiminde beden kitle endekslerine göre herhangi bir ilişkinin ve değişimin olmadığı tespit edilmiştir ($P > 10$). Ankete katılan aileler arasında 7 yıl ve daha az süredir şehirde yaşayan ailelerin %23,6'sı fast food tüketirken, 8-13 yıl arasında yaşayan ailelerin %11,3'ü, 13 yıl ve daha fazla yaşayanların ise %65,1'i fast food tüketmektedir (Tablo 4). Şehirleşmenin son yıllarında görülen fast food tüketiminin artış göstermesine baktığımızda, ilerleyen yıllarda yaşam şekillerinin düzenli hale gelmesi, tüketim alışkanlıklarının değişmesi, eğitim seviyesinin yükselmesi, çalışma koşullarının gelişmesi ve zamanın daha kısıtlı olması gibi faktörlerle açıklanabilmektedir.

Tablo 4. Tüketicilerin farklı gruplar itibariyle fast food tüketim kararlarının karşılaştırılması

Gelir grubu	Tüketmeyen	%	Tüketen	%	Toplam	Ki kare testi (P değeri)
Düşük gelir	43	58,9	30	41,1	100,0	40,327 (0,000)
Orta gelir	49	26,8	134	73,2	100,0	
Yüksek gelir	14	14,7	81	85,3	100,0	
Eğitim durumu						
İlkokul	56	50,9	54	49,1	100,0	45,488 (0,000)
Lise	36	32,1	76	67,9	100,0	
Üniversite	14	10,9	115	89,1	100,0	
Medeni durum						
Evli	82	33,5	163	66,5	100,0	4,115 (0,042)
Bekâr	24	22,6	82	77,4	100,0	
Aile birey sayısı						
≤2	30	27,0	81	73,0	100,0	3,746 (0,098)
3-4	51	28,7	127	71,3	100,0	
5+	25	40,3	37	59,7	100,0	
Yaş						
≤28	25	21,6	91	78,4	100,0	28,048 (0,000)
29-45	39	24,7	119	75,3	100,0	
46+	42	54,5	35	45,5	100,0	
Aileye gelir getiren						
Evet	51	26,8	139	73,2	100,0	2,215 (0,085)
Hayır	55	34,2	106	65,8	100,0	
Beden Kitle İndeksi						
18,49 ve altı	35	34,3	67	65,7	100,0	1,848 (0,397)
18,5-24,99	63	28,6	157	71,4	100,0	
25,0 ve üzeri	5	21,7	18	78,3	100,0	

Şehirlik süresi (Yıl)						
0-7	65	26,5	25	23,6	100,0	7,699 (0,21)
8-13	37	15,1	12	11,3	100,0	
13+	143	58,4	69	65,1	100,0	

3.5. Tüketicilerin Fast Food Tüketim Kararlarında Etkili Olan Faktörlerin Lojistik Regresyon Modeli ile Tahmini

Fast food tüketim kararında etkili olan faktörlerin belirlenmesi amacıyla Lojistik regresyon modeli kullanılmıştır. Lojistik regresyon analizinin kullanılmasındaki amaç, bağımlı değişkenle bağımsız değişken arasındaki ilişkinin tanımlanmasını sağlayan bir model ortaya çıkarmaktır. Aynı zamanda tüketicilerin tutum ve davranışları gibi tüketici profili üzerinde sosyal ve ekonomik olarak yapılan çalışmalarda da lojistik regresyon analiz yöntemine başvurulmaktadır (Karabaş, 2013). Modelde kullanılan değişkenler ve tanımlayıcı istatistikleri Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5. Bağımsız değişkenlerle ilgili tanımlayıcı istatistikler

Değişken	Tanım	Ortalama	Standard sapma
Medeni durum	Anket yapılan bireyin medeni durumu (0: bekâr; 1: Evli)	0,302	0,460
Cinsiyet	Anket yapılan bireyin cinsiyeti (0: Kadın; 1: Erkek)	0,587	0,493
DEğitim1	Anket yapılan bireyin eğitim seviyesi (1: ilköğretim; 0: diğerleri)	0,313	0,465
DEğitim2	Anket yapılan bireyin eğitim seviyesi (1: ortaöğretim; 0: diğerleri)	0,319	0,467
DEğitim3	Anket yapılan bireyin eğitim seviyesi (1: üniversite mezunu; 0: diğerleri)	0,368	0,483
DYaş1	Anket yapılan bireyin yaşı (1: ≤30; 0: diğerleri)	0,433	0,496
DYaş2	Anket yapılan bireyin yaşı (1: 31-40 yaşında; 0: diğerleri)	0,239	0,427
DYaş3	Anket yapılan bireyin yaşı (1: >40; 0: diğerleri)	0,328	0,470
DYAŞ18	Hanehalkında 18 yaşından küçük birey olup olmama durumu (0: hayır; 1: evet)	0,459	0,499
Kadının çalışma durumu	Hanede çalışan kadının olup olmama durumu (0: hayır; 1: evet)	0,595	0,492
DGelir1	Hanehalkı geliri (1: düşük gelirli aileler; 0: diğerleri)	0,234	0,424
DGelir2	Hanehalkı geliri (1: orta gelirli aileler; 0: diğerleri)	0,348	0,477
DGelir3	Hanehalkı geliri (1: yüksek gelirli aileler; 0: diğerleri)	0,419	0,494
DBKI	1 if BKI>25; 0: diğerleri	0,462	0,499
HBS	Hanehalkındaki birey sayısı	0,316	0,466
Diyet	Diyet yapma durumu (0: Hayır; 1: Evet)	0,242	0,429

Modelde bağımlı değişken tüketicilerin fast food tüketip tüketmeme durumları olarak belirlenmiştir. Bağımlı değişkene verilen cevapların kesikli ve iki şıklı olması sebebiyle Binary lojistik regresyon modeli tercih edilmiştir. Modelin kurulmasındaki amaç tüketicilerin fast food tüketim durumunda etkili olan değişkenlerin belirlenmesidir. Modelde her bağımsız

değişken için tahmin edilen katsayı, değişkenlerin standart hataları, Odss oranları, anlamlılık düzeyleri (P-değerleri) olarak Tablo 6’da verilmiştir.

Modelin Nagelkerke R² değeri 0,332 olarak hesaplanmış olup bu değer katsayısına göre modelde bulunan değişkenler modelin %33,2’sini açıklamaktadır. Yapılan analiz sonuçlarına göre -2Log Olasılık Değeri 331,851 ve olasılıkların doğru tahmin oranı ise (Percentage Correction) %77,3 olarak hesaplanmış olup, elde edilen sınıflandırma tablosuna göre model tüm olasılıkların %77,3’ünü doğru sınıflamıştır.

Lojistik regresyon analiz sonuçlarına göre %1 önemlilik düzeyi dikkate alındığında; bağımsız değişkenlerden en önemlisinin (p=0,000) gelir olduğu belirlenmiştir. Düşük gelirlilere göre, orta gelirlilerin fast food tüketme olasılığı 3,95 kat daha fazla iken yine yüksek gelirlilerin düşük gelirlilere göre fast food tüketme olasılığı 5,12 kat daha fazladır. Bu sonuç, gelir arttıkça fast food tüketim olasılığının giderek arttığını göstermiştir.

Yaş değişkeni incelendiğinde; 41 yaş ve üzerindeki tüketicilerin, ≤30 yaşındaki tüketicilere göre fast food tüketme olasılığı %71,8 daha azdır. Fast food tüketiminde yaş yükseldikçe tüketimin azaldığını göstermiştir. Yaşlı tüketicilerin daha sağlıklı yiyeceklere yöneldiği düşünülebilir.

Üniversite mezunu olanların ilköğretim mezunu olanlara göre fast food tüketme olasılığı 3,41 kat daha fazladır. Bu araştırma sonucuna göre fast food tüketim tercihlerinde etkili olan değişkenlerden biride eğitim düzeyidir. Buna bağlı olarak üniversite mezunlarının gelirlerinin yükselmesi, zamanlarının daha kısıtlı olması ve farklı ortamları tercih etmesi gibi faktörler etkili olabilir.

Erkeklerin kadınlara göre fast food tüketme olasılığı 1,70 kat daha fazladır. Erkekler kadınlara oranla dışarıda daha fazla zaman geçirdikleri için tüketimlerinin arttığı söylenebilir. Bunun dışında erkeklerin farklı ortamları görme isteği, daha pratik ve hazır yemek yeme istekleri fast food tüketim tercihlerinde etkili olabilmektedir.

Çalışan kadınların çalışmayanlara göre fast food tüketme olasılığı 2,18 kat daha fazladır. Analiz sonuçlarına göre, hanede çalışan kadının olması fast food tüketim kararında olumlu etki yaptığı saptanmıştır.

Tablo 6. Binary Lojistik Regresyon Sonuçları

Değişkenler	Katsayı (β)	Standart hata (SE)	P-değeri (Sig)	Odss Oranı Exp (β)
Medeni durum	0,108	0,422	0,799	1,114
Cinsiyet	0,533	0,307	0,083*	1,704
DEğitim2	0,229	0,333	0,491	1,258
DEğitim3	1,226	0,429	0,004**	3,409
DYaş2	-0,250	0,419	0,550	0,778
DYaş3	-1,265	0,414	0,002**	0,282
Kadının çalışma durumu	0,778	0,324	0,016**	2,176
DYAŞ18	0,359	0,355	0,311	1,432
DGelir2	1,373	0,346	0,000***	3,949
DGelir3	1,633	0,375	0,000***	5,118
DBKI	0,293	0,287	0,307	1,340

Diyet	-0,141	0,352	0,689	0,869
HBS	-0,058	0,124	0,641	0,944
Sabit	-1,165	0,699	0,096*	0,312
Nagelkerke R ² =0,332; -2Log Likelihood=331,851; Doğru Tahmin Oranı=%77,3				

*, **, ***: %10, %5 ve %1 anlamlılık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

3.7. Sıralı Lojistik Regresyon Modeli Analiz Sonuçları

Sıralı Logistik Regresyon modeli bağımlı değişkeninin üç veya daha fazla kategori içerdiği ve değerlerin sıralı ölçekle ifade edildiği durumlarda kullanılan bir analizdir (Köksal, 2009). Doğrusal ve lojistik regresyon metotları yaygın olmasına rağmen, bağımlı değişkenin sıralı olarak gözlemlendiği çalışmalarda sıralı regresyon modeli en iyi sonuç veren yöntemlerden biridir (Şerbetçi ve Özçomak, 2013). Sıralı lojistik modelde yer alan bağımsız değişkenler için tahmin edilen katsayı, değişkenlerin standart hataları, Wald ve anlamlılık düzeyleri Tablo 7’de yer almaktadır.

Modelin katsayılarının anlamlılığını test eden ve tabloda yer alan Wald değerleri, katsayının anlamlılığına ilişkin bir ölçüttür. Bağımsız değişkenlerin katsayılarının, sıfırdan anlamlı şekilde farklılık gösterip göstermediğini tespit etmeye çalışarak her bir değişkenin modele katkısının ne düzeyde olduğunu açıklamaktadır. Katsayı değerleri ile ilişkinin yönü tespit edilir. Pozitif katsayılar olasılığı artırırken, negatif katsayılar olasılığı düşürmektedir (Güngör, 2014).

Bağımsız değişkenlerle kurulan Sıralı Lojistik Regresyon modelinde temel amaç, istatistiki açıdan önemli az sayıdaki bağımsız değişkenlerle bağımlı değişkeni tahmin etmektir (Hasdemir ve Taluğ, 2012). Bu amaç doğrultusunda fast food tüketim sıklığı ile bağımsız değişkenler arasında farklılığı anlamlı bulunan değişkenlerin Sıralı Lojistik Regresyon modeli çözümlenmeleri yapılarak açıklayıcılığı en yüksek lojistik regresyon modeli elde edilmeye çalışılmıştır. Sıralı regresyon modelinde kullanılan bağımlı değişken tüketim sıklığıdır. Tüketicilerin %6,8’inin her gün, %19,1’inin haftada birkaç kez, %35,9’unun ayda birkaç kez, %14,8’inin ise yılda birkaç kez fast food tarzı yiyecekler tercih ettiği, %23,4’ünün tercih etmediği belirlenmiştir. Araştırmada kullanılan Sıralı Lojistik modelde Nagelkerke R² değeri 0,29, Ki-Kare değeri 111,80, P-değeri 0,000 olarak hesaplanmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre, medeni durum %1 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş olup katsayı değeri pozitif olarak belirlenmiştir. Bu değere bağlı olarak evlilerin bekârlara göre fast food tüketim sıklığının daha fazla olduğu anlaşılmaktadır. Cinsiyet değişkeni %5 düzeyinde istatistiksel olarak önemli bulunmuş olup değişkeninin katsayısı pozitif olarak saptanmıştır. Bu durum erkeklerin fast food tüketim sıklığının kadınlara oranla daha fazla olduğunu göstermektedir.

Sıralı regresyon modelinde kullanılan yaş değişkenine bakıldığında, 30 yaş ve altında olan değişkenin katsayısı -0,71 olarak bulunmuş, yaşı 31 ile 40 arasında olan bireyler için ise bu katsayı değeri -0,687 olarak tespit edilmiştir. %5 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmasına rağmen yaş değişkeni ile fast food tüketim sıklığı arasındaki ilişki negatif olarak belirlenmiştir. Orta yaşlı ve yaşlı bireylerin tüketim sıklığı genç olanlara oranla daha azdır. Hanehalkında 18 yaşından küçük birey olup olmama durumu %5 düzeyinde, kadının çalışma durumu %1 düzeyinde anlamlı ve fast food tüketim sıklığıyla aralarındaki ilişkinin pozitif yönlü olduğu saptanmıştır. Hanehalkında 18 yaşından küçük bireyin olduğu hanehalkları, olmayanlara göre daha fazla sıklıkla fast food tüketmektedir. Buna karşılık, hanede çalışan bir kadının olması durumu, fast food tüketim kararında olumlu bir etki yaptığı saptanmıştır.

Fast food tüketim sıklığında etkili olan önemli faktörlerden biri de eğitim düzeyidir. Bu araştırma sonucunda tüketicilerin eğitim düzeyi; ortaöğretim olanların fast food tüketim sıklığıyla arasındaki ilişki negatif bulunmuşken, üniversite mezunu olanların pozitif olduğu gözlemlenmiştir. Fakat istatistik açıdan eğitim düzeyi ile fast food tüketim sıklığı arasında ilişki bulunmadığı saptanmıştır.

Fast food tarzı yiyecekler evde yapılan yemeklere göre daha pahalı olmaktadır. Buna bağlı olarak tüketici tercihlerinde etkili olan önemli faktörlerden biri de gelir seviyesidir. Gelir seviyesi yüksek olan tüketicilerin genellikle eğitim düzeyi de yüksek olmaktadır. Eğitim seviyesine bağlı olarak artış gösteren gelir düzeyi ile birlikte fast food tüketim sıklığının da artış göstereceği beklenmektedir. Sıralı Lojistik Regresyon modeli sonuçlarına göre, gelir istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş ve fast food tüketim sıklığıyla arasındaki ilişki pozitif yönlü bulunmuştur. Yani gelirin artışı fast food tüketim sıklığı olasılığını arttırmaktadır.

BKI arttıkça tüketicilerin fast food tüketim sıklıklarının azalması beklenen bir durumdur. Araştırma sonucuna göre de BKI istatistiksel olarak %10'da anlamlı bulunmuş olup fast food tüketim sıklığıyla arasındaki ilişki pozitif olarak saptanmıştır. Diyet yapan tüketicilerin fast food tüketim sıklıklarının azalması beklenen bir durumdur. Araştırma sonucunda diyet yapanların diyet yapmayanlara göre daha az fast food tükettiği tespit edilmiştir. Tüketicilerin İstanbul ilinde yaşama süreleri dikkate alındığında fast food tüketim sıklığıyla negatif ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma sonuçlarını özetleyecek olursak; değişkenlerin p değerleri 0,001'den küçük olduğu için medeni durum, kadının çalışma durumu, gelir değişkenleri fast food tüketim durumunda etkili olan değişkenlerdir. Olma olasılığının veya olasılık oranlarının tahminlerinde bu değişkenler belirleyici faktörlerdir. P değeri 0,05'ten küçük olan değişkenlerin cinsiyet, yaş ve hanehalkında 18 yaşından küçük birey olma değişkenleri olduğu saptanmıştır. Bu değişkenler fast food tüketim sıklıklarında %5 düzeyinde anlamlı olarak bulunmuştur.

Tablo 7. Araştırma Bölgesindeki Tüketicilerin Fast Food Tüketim Sıklığında Etkili Olan Faktörlerin Sıralı Lojistik Regresyonla Tahmini

Değişkenler	Katsayılar	Standard Hata	Wald	P-değeri
Medeni durum	1,452	0,313	21,585	0,000***
Cinsiyet	0,565	0,230	6,014	0,014**
DYaş2	-0,707	0,287	6,046	0,014**
Dyaş3	-0,687	0,305	5,080	0,024**
DYaş18	0,696	0,286	5,919	0,015**
Kadının çalışma durumu	0,904	0,256	12,490	0,000***
DEğitim2	-0,274	0,273	1,012	0,314
DEğitim3	0,482	0,305	2,485	0,115
DGelir2	1,048	0,282	13,811	0,000***
DGelir3	1,442	0,304	22,526	0,000***
DBKI	0,371	0,209	3,163	0,075*
Diyet	-0,418	0,247	2,867	0,090*

Şehirlilik süresi	0,180	0,146	1,523	0,217
Nagelkerke $R^2 = 0,290$; Chi-Square = 111,801; P-değeri =0,000				

*, **, ***: %10, %5 ve %1 anlamlılık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

4. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmayla Türkiye’de önde gelen tüketim merkezlerinden biri olan İstanbul kent merkezinde yaşayan tüketicilerin fast food tüketim alışkanlıkları, tüketim tercihlerinde etkili olan faktörleri ve fast food ürünlerine yönelik genel düşüncelerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaca yönelik yapılan çalışmanın verileri İstanbul ili kentsel alanda aileleri temsil eden 351 tüketiciyle yüz yüze yapılan anket yöntemiyle elde edilmiştir. Elde edilen verilerle tüketicilerin fast food tüketiminde etkili olan faktörlerin analizinde binary ve sıralı lojistik regresyon modelleri kullanılmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre bireylerin %36,8’inin üniversite mezunu olduğu belirlenmiştir. Bu sonuca bağlı olarak eğitim düzeyi yüksek olan tüketicilerin bilgi düzeylerinin de artış göstermesi beklenir. Eğitim düzeyi yüksek olan tüketicilerin gıda tüketiminde daha sağlıklı ve hijyenik yiyecekler tercih etmesi beklenirken, eğitim seviyesi arttıkça fast food tüketimi de artış göstermiştir. Eğitim düzeyiyle birlikte artış gösteren ve fast food tüketimini etkileyen bir diğer faktör ise gelirdir. Gelir grupları itibarıyla fast food tüketim durumuna bakıldığında, düşük gelirli bireylerin %41,1’i, orta gelirli ailelerin %73,2’si ve yüksek gelirli bireylerin ise %85,3’ü fast food tüketimini tercih etmektedir. Fast food harcamalarının toplam harcamalar içerisindeki ortalama oranı %7,25 olarak hesaplanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre gelirin artması tüketicilerin gıda harcamalarını ve fast food harcamalarını da arttırmaktadır.

Fast food tüketimini belirleyen faktörlerin analizleri, bireylerin fast food tüketim durumuna göre iki farklı gruba ayrılan bireylere ait verilerle elde edilmiştir. Bu çalışmada ayrıca, kesikli verilerin kullanıldığı, tüketme veya tüketmeme olasılıklarının eşit olduğu durumlara uygun olan Binary ve Sıralı Lojistik Regresyon modelleri kullanılmıştır. Binary lojistik Regresyon analiz sonuçlarına göre, %1 önem düzeyinde bağımsız değişkenlerden en önemli değişkenin gelir olduğu saptanmıştır. Gelirde meydana gelen bir artış fast food tüketim durumu üzerinde olumlu etkiye sahiptir. Bu modelde kullanılan yaş, diyet yapma durumu ve hanehalkı birey sayısı değişkenleri ile fast food tüketim durumu arasında negatif bir ilişki olduğu saptanmıştır. Yani bu değişkenler fast food tüketim durumunu olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Araştırmada kullanılan bir diğer model ise Sıralı Lojistik regresyon modelidir. Bu modelde kullanılan değişkenlerden medeni durum, cinsiyet, hanehalkında 18 yaşından küçük birey olma durumu, kadının çalışma durumu, gelir, tüketicilerin eğitim seviyesi üniversite mezun olanlar, BKİ, şehirlilik süresi değişkenleri ile fast food tüketim sıklığı arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Tüketicilerin fast food tüketimlerini etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Yaşam koşullarının yoğunluğu, çalışma koşullarında meydana gelen değişimler tüketicileri hazır gıda tüketmeye zorunlu kılmaktadır. Tüketicilere kolaylık sağlayacak ve bununla birlikte toplumun sağlığını tehdit altına almayacak düzenlemeler yapılmalıdır. Bu çalışmaların başında tüketiciyi bilinçlendirmek için eğitim ve seminerler verilebilir. Öncelikle sağlık personellerine en iyi şekilde eğitim verilmeli ve sağlık personelleri de tüketicilere gerekli bilgileri vermelidir. Bunların dışında okullarda, kurs merkezlerinde öğrencilere yönelik çalışmalar yapılarak fast food tüketimi engellenemese de azaltılabilir. Tüketicilerin fast food tarzı yiyecekleri tercih ederken daha sağlıklı ürünlere yönlendirilmeleri sağlanmalıdır. Yani fast

food tüketimlerinin engellenmesi mümkün olamayacağı için tüketicilere besin değeri yüksek, daha sağlıklı ve hijyenik alternatif tüketim tercihleri sunulabilir.

Tüketicileri fast food yani hazır yemeğe yönlendiren şartların başında yoğun iş yaşamı ve annenin çalışması durumu gelmektedir. Yoğun iş yaşamı dikkate alındığında tüketicilere iş yeri yemekhanelerinde sağlıklı yemekler verilerek dışarıda fast food tarzı yemekler yemesi azaltılabilir. Annenin çalışma durumu dikkate alındığında ise; annenin çalışma saatlerinde gelişmeler yapılarak fast food tarzı yiyecekler tüketilmesi önlenabilir. Bu çalışmalar dikkate alındığı takdirde daha sağlıklı ve bilinçli bireyler yetiştirilecektir ve buna bağlı olarak çalışma performansları da artış gösterecektir. Böylece bireyin kendisine ve ülkesine katkıları da artış gösterecek ve ülke daha hızlı gelişme gösterecektir.

Kaynakça

- Akbay, C. & Boz, İ. (2005). Kahramanmaraş'ta Ailelerin Ev ve Ev Dışı Gıda Tüketim Talebi ve Tüketici Davranışlarının Ekonomik Analizi. *KSÜ Fen ve Müh. Dergisi*, 8(1): 122-131.
- Akbay, C., Tiryaki, G. & Gül, A. (2007). Consumer Characteristics Influencing Fast Food Consumption in Turkey. *Food Control*, 18(8): 904-913.
- Akdağ, H. (2015). Lise Öğrencilerinin Fast Food Tüketim Durumlarının Ve Alışkanlıklarının Saptanması, Y. Lisans Tezi, Okan Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Anonim (2015). Fast Food Tüketiminin En Fazla Olduğu Ülkeler <https://gezimanya.com/FotoGaleri/fast-food-tuketiminin-en-fazla-oldugu-ulkeler> (Erişim Tarihi 28.11.2017).
- Anonim (2016a). Türkiye İstatistik Kurumu, Gelir, Yaşam, Tüketim ve Yoksulluk İstatistikleri, <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=kategorist> (Erişim Tarihi 15.12.2017).
- Anonim (2016b). Dünya Sağlık Örgütü, <https://www.sbn.gov.tr/BKindeksi.aspx> (Erişim Tarihi 15.12.2017).
- Anonim (2018). Vücut kitle indeksi hesaplama, <https://vucut-kitle-endeksi.hesaplama.net/> (Erişim Tarihi 26.12.2018)
- Cevger, Y., Aral, Y., Demir, P. & Sarıözkan, S. (2008). Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi İntern Öğrencilerinde Hayvansal Ürünlerin Tüketim Durumu ve Tüketici Tercihleri. *Ankara Üniversitesi Veterinerlik Fakültesi Dergisi*, 18(8): 904-913.
- Demir, Y. (2011). Aydın'da Hanehalklarının Gıda Tüketim Talebi Ekonometrik Analizi, Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Aydın.
- Doğdubay, M. (2015). Gıda Teknolojisi, <https://slideplayer.biz.tr/slide/2722909/> (Erişim Tarihi 01.05.2019).
- Eker, E. (2006). Edirne İli Kentsel Alanında Yaşayan Erişkinlerde Beslenme Durum Değerlendirilmesi, Uzmanlık Tezi, Edirne.
- Ekeyılmaz, S. (2006). Antalya İlinde Ev Dışı Gıda Talebi, Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Erdem, T. & Uzakgider, N. (2011). Fast food Tüketim Tarzının Aile Fonksiyonlarına Etkisi: Eskişehir Örneği. Sosyoloji Alanı Orta Öğretim Öğrencileri Arası Araştırma Projeleri Yarışması. Bursa.
- Filiz, Z. & Çemrek, F. (2008). Tüketici Memnuniyeti Analizi Ve Gıda (Fast food) Sektöründe Bir Uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(1): 59-84.
- Gündüz, O. & Emir, M. (2010). Dondurulmuş Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Samsun İli Örneği. *Harran.Ü..Z.F.Dergisi*,14(3): 15-24.

- Gül, A., Özdeş Akbay, A., Özçiçek Dölekoğlu, C., Özel, R. & Akbay, C. (2003). Adana İli Kentsel Alanda Ailelerin Ev Dışı Gıda Tüketimlerinin Belirlenmesi, Ankara, Yayın No:95 ISDN 975-407-119-5.
- Güngör, M. (2014). Lojistik regresyon analizi üzerine bir inceleme, Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Hamşioğlu, B. (2013). Fast food Ürünleri Satın Alan Tüketicilerin Yaşam Tarzlarını Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama. *Uluslararası İktisadi ve İdari İnc. Dergisi*, 6(11): 17-34.
- Hasdemir, M. & Taluğ, C. (2012). Kiraz Yetiştiriciliğinde İyi Tarım Uygulamalarının Benimsenmesini Etkileyen Faktörlerin Analizi. *Batı Akdeniz Tarımsal Araştırma Enstitüsü Derim Dergisi*, 29 (1): 23-36.
- Hatırlı, S.A. & Yiğit, A.G. (2019). Isparta İlinde Ev dışı Gıda Tüketim tercihleri, Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine bir uygulama. *AVRASYA Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(18): 412-424.
- Kaya, D. (2011). Hızlı Yiyecek Tüketicilerinin Hızlı Yiyecek Tüketme Nedenleri: Mersin Şehir Merkezinde Faaliyet Gösteren Yerel, Ulusal, Uluslararası Zincir Hızlı Yiyecek İşletme Müşterileri Üzerinde Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Kayıoğlu, S. & İçöz, A. (2012). Eğitim Düzeyinin Fast food Tüketim Alışkanlığına Etkisi. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 9(2): 16-19.
- Karabaş, S. (2013). Tüketicileri İthal Hayvansal Ürünler Karşısındaki Tutum Ve Davranışlarının Logistik Regresyon Analizi İle Tahmini, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15 (24): 59-64.
- Köksal, Ö. (2009). Organik Zeytin Yetiştiriciliğine Karar Verme Davranışı Üzerinde Etkili Olan Faktörlerin Analizi, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kutlu, R. & Çivi, S. (2009). Özel Bir ilköğretim okulu öğrencilerinde beslenme alışkanlıklarının ve beden kitle indekslerinin değerlendirilmesi, *Fırat Tıp Dergisi*, 14(1): 18-24.
- Kuşçuoğlu, A. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Gıda Tüketim Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- Mohammad, J. (2015). Household Food Consumption In Erbil – Iraq, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- Olçay, A. & Akçi, Y. (2014). Adıyaman ve Gaziantep'te Yaşayan İnsanların Fast food İşletmelerini Tercih Nedenlerinin Faktörler İtibarıyla Ortaya Konmasına Yönelik Bir Uygulama. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 24: 158-163.
- Özçelik, A. & Sürücüoğlu, M. (1998). Tüketicilerin "Fast Food Türü" Yiyecek Tercihleri. *Gıda*, 23 (6) :437-447.
- Özdemir, B. (2010). Dışarıda Yemek Yeme Olgusu: Kuramsal Bir Model Önerisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2): 216-232.
- Özdoğan, Y., Yardımcı, H. & Özçelik, A. (2012). Yurttan Kalan Üniversite Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıkları. *Karadeniz*, 4(15): 139-149.
- Özleyen., G. (2005). Fast Food İşletmelerinde Tüketici Davranışları Analizi, Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Özcan, D. & Akbay, C. (2011). Kahramanmaraş İli Merkez İlçede Yaşayan Tüketicilerin Kırmızıbiber Tüketim Alışkanlıkları. *KSÜ Doğa Bil. Derg.*, 16(1): 33-41.
- Sağlıker, M. (2010). Tüketicilerin Tüketime Hazır Gıda Ürünleri Tercihinde Etkili Faktörler, Yüksek Lisans Tezi, Adana İli Örneği. Çukurova Üniv. Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana.

- Sürücüoğlu, M.S. & Çakıroğlu, F.P. (2000). Ankara Üniversitesi Öğrencilerinin Hızlı Hazır Yiyecek Tercihleri Üzerine Bir Araştırma. *Tarım Bilimleri Dergisi*, 6(3): 116-121.
- Şerbetçi, A. & Özçomak, M. (2013). Sıralı Lojistik Regresyon Analizi İle İstatistik 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.
- Sormaz, Ü., Sürücüoğlu, M. & Akan, L. (2005). Beslenme Kültüründeki Eğilim: Fast Food Yemek Tercihleri, Ankara Ü. Ev Ekonomisi Yüksekokulu Beslenme Bilimleri Bölümü, Ankara.
- Yazırlı, N. (2015). Ev Dışı Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörler: Nazilli Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Yılmaz, E. & Özkan, S. (2007). Üniversite Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıklarının İncelenmesi. *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 2(6): 87-104.
- Yılmaz, E. (2008). Trakya Bölgesinde Kırsal ve Kentsel Tüketicilerin Gıda Ürünleri Tüketim Alışkanlıkları ve Gıda Güvenliğine İlişkin Bilgi Düzeylerinin Belirlenmesi, Doktora Tezi, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.
- Yurtseven H.R. (2006). Slow Food Hareketi ve Hizmet Odaklı Destinasyon Yönetimi, II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi.
- Yurtman, A. (2001). Fast food Sektör Profil Araştırması, Eylül 2001.