

**ADANA İLİ KENTSEL ALANDA AİLELERİN EV DIŞI GIDA
TÜKETİMLERİNİN BELİRLENMESİ**

Doç.Dr. Aykut GÜL
Çukurova Üniversitesi

Dr. Aysel ÖZDEŐ AKBAY
Köy Hizmetleri Adana İl Müdürlüğü

Dr. Celile ÖZÇİÇEK DÖLEKOĞLU
Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü

Ar.Gör. Remziye ÖZEL
Çukurova Üniversitesi

Yrd.Doç.Dr. Cuma AKBAY
Kahraman MaraŐ Sütçü İmam Üniversitesi

Ocak 2003

Ankara

YAYIN NO:95
ISBN 975-407-119-5

ÖNSÖZ

Ekonomik ve sosyal değişimler ile birlikte gıda ürünleri tüketimi ve pazarında değişmeler ve gelişmeler yaşanmaktadır. Eğitim seviyesinin artması, ortalama gelirin yükselmesi, perakendecilikte yaşanan gelişmeler, ürünlerin çeşitlenmesi ve farklılaşması, rekabetin yoğunlaşmasıyla satış geliştirme faaliyetlerinin artması, geleneksel aile tanımının ve yapısının değişmesi, yaşam tarzının farklılaşması, zaman yönetimi kavramının artan önemi hazır gıda tüketme alışkanlığını yaygınlaştırmıştır.

Tüm dünya bu eğilim içerisine gelişme sürecinde girmiştir yada girmektedir. Ülkemizde de uzun yıllardır geleneksel ürünlerin satışı söz konusu olsa da liberal ekonomiye geçiş sürecinde ithal yemek kültürü de yaygınlaşmıştır ve hızlı yiyecek tüketim kalıbında yerine almıştır.

Gelir tüketimi etkileyen en önemli faktörlerin başında yer almaktadır. Ev dışı gıda harcamaları da harcanabilir gelire bağlı olarak değişmektedir. Dünyada tüketim harcamalarının bileşimindeki değişikliğin benzeri ülkemizde de görülmektedir. 1994 yılı hane halkı tüketim harcamaları anketi sonuçlarına göre gıda harcamalarının toplam harcamalar içerisindeki payı % 35.6'dır ve gıda harcamalarında, otel, lokanta, pastaneler için yapılan aylık harcama payı Türkiye genelinde % 7.5'tir.

Hazır yiyecekler kolaylık ve zaman kazandırma özelliklerinin yanı sıra sosyal yaşamı da değiştirmektedir. Tüketicileri, farklı ortamlarda tüketme ihtiyacını karşılayarak tatmin etmektedir. Bir çok açıdan olumlu özellikleri olan hazır yemek tüketim alışkanlığı, sağlık riski yaratmaya ve dengesiz beslenmeye neden olduğu da tartışılmaktadır.

Bu tartışmalar altında ülkemizde tüketim alışkanlığı içerisinde yer almıştır. Sosyo demografik özellikleri bakımından çalışmanın yapıldığı bölge oldukça ilgi çekici olduğu kanaatindeyim. Bu konuda bölgesel düzeyde yapılan çalışmaların ülke düzeyinde geliştirilmesi konunun tüm paydaşlarına katkıda bulunacak inancındayım.

Konuya ilgi duyanlara faydalı olmasını temenni eder, emeği geçen tüm araştırmacılara ve ankete katılanlara teşekkür ederim.

Y.Erdal ERTÜRK

Enstitü Müdürü

YÖNETİCİ ÖZETİ

Ekonomik gelişme süreci ülke bireylerinin sadece ekonomik durumlarını değil aynı zamanda sosyal yapılarını da önemli ölçüde etkilemekte, bunun sonucu olarak da kültürel açıdan önemli bir değişim yaşanmaktadır. Ekonomik gelişme, insanların gelir düzeylerini artırmakta, çalışma hayatı ve sosyal statü değişmekte ve tüm bunların sonucunda tüketim alışkanlıkları değişim göstermektedir.

Bireylerin gelir düzeyleri arttıkça gıda maddeleri harcaması mutlak olarak artış gösterirken, oransal olarak gelirden aldığı pay azalmaktadır.

Çalışma hayatında kadının giderek daha fazla rol alması, aile gelirini yükselterek ev dışı tüketim talebini artırmakta, zamanının önemli bir kısmını işte geçirdiği için dondurulmuş ve konserve gibi kolay hazırlanabilir gıda ve ev dışında gıda tüketimi artış eğilimi göstermektedir. Ekonomik ve sosyal değişimlere paralel olarak gıda ürünleri pazarında hizmet sunan işletmelerde de gelişmeler yaşanmaktadır. Dünya pazarlarının çeşitli ekonomik ve politik bloklaşmalar sonucunda yakınlaşması ve küreselleşme doğrultusunda engellerin yumuşatılması, gelişmiş ülkelerdeki bir çok mal ve hizmetlerin gelişmekte olan ve önemli bir pazar özelliği taşıyan ülkelere girişini hızlandırmıştır.

Hazır gıda tüketim alışkanlığının artmasında başlıca faktörler; eğitim düzeyindeki iyileşmeler, gelir artışı, pazarda ürünlerin çeşitlenmesi ve farklılaşması, rekabetin yoğunlaşmasıyla tüketiciye yönelik faaliyetlerin artması, geleneksel aile tanımının değişmesi, sosyal sınıf ve statü farklılığının yarattığı yaşam tarzı, zaman yönetiminin giderek daha fazla önem kazanması gibi faktörlerdir.

Araştırma alanı olarak seçilen Adana, Türkiye'nin önde gelen kalabalık nüfuslu şehirlerinden biridir. Doğu ve Güneydoğu Anadolu'dan gelen sürekli göç olgusunun nüfus baskısı ve gelişen ekonomik yapısının meydana getirdiği satın alma gücü yükselişi toplam talebi ve özellikle de gıda talebini artırmaktadır. Önceki kısımlarda ifade edildiği gibi ekonomik gelişme ile tüketicilerin gıda harcamalarında yapısal bazı değişiklikler olmaktadır. Gelişmiş ülkelerde görülen bu eğilimler neticesinde Adana ilinde de tüketicilerin gittikçe artan oranlarda ev dışında gıda tüketmeye başlaması beklenebilir. Ayrıca, ilde Türkiye'nin önde gelen üniversitelerinden biri olan Çukurova Üniversitesi bulunmakta ve dinamik, genç öğrenci potansiyeli de ildeki ev dışı gıda tüketimini artırıcı yönde etki yapmaktadır.

Bu çalışma kapsamında, ülkemizin önde gelen tüketim merkezlerinden biri olan Adana ilinde ailelerin gıda tüketim yapısı içinde ev dışı tüketim alışkanlığının araştırılması hedeflenmiştir. Çalışmada ailelerin ev dışında gıda tüketip tüketmedikleri ve tüketim kararı üzerine etkili olan faktörler araştırılmıştır.

Araştırmada hane halkı düzeyinde yüz yüze anket çalışması yapılmıştır. Ailelerin ev dışı gıda tüketiminde lokantaların nitelikleri, ailelerin gelir ve gıda harcamaları, annenin tutumu, ailenin yaş kompozisyonu, annenin eğitimi ve statüsü sırasıyla etkili faktörler olarak saptanmıştır.

Bu çalışmanın gerçekleştirilmesinde finansal açıdan destek sağlayan Çukurova Üniversitesi Araştırma Fonu'na ve bu çalışmanın basımını gerçekleştiren Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü'ne proje ekibi olarak şükranlarımızı sunarız.

Ayrıca araştırmanın birincil ve ikincil verilerinin teminine katkıda bulunan tüm kişi ve kuruluşlar ile değerli katkılarından dolayı Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü ğretim elemanlarına teşekkürü bir borç biliriz.

ÖZ

Bu çalışma, Adana il merkezinde ikamet eden 377 hane halkı ile yapılan anketlerden elde edilen verilere dayanmaktadır. Anketlerden elde edilen veriler, ev dışı gıda tüketimi yapan ailelerin ev dışı gıda tüketimindeki sıklık, zaman, yer ve yiyecek türü tercihlerinin ve ev dışı gıda tüketim kararı üzerinde etkili olan faktörlerin ortaya konması için analiz edilmiştir.

Çalışma sonucunda Adana ilinde ortalama hane halkı genişliğinin 4,3 kişi olduğu ortaya konmuştur. Kentte çekirdek aile oranı %89,4'tür ve ailelerin %87'i çocuk sahibidir.

Ailelerin %55,4'ü ev dışında gıda tüketme alışkanlığına sahip olup, ev dışı gıda harcamaları için gıda harcamalarının içinde %24,9 pay almaktadır. Buna göre aile gelirinin %11,7'si ev dışı gıda harcamalarına harcanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ev dışı gıda tüketimi, Hızlı Yiyecek, Probit Analizi, Faktör Analizi, Yatay Kesit.

ABSTRACT

In this study, it is surveyed data from 377 household residing in urban area of Adana. The data determined household analyzed and it is investigated consumer or non, frequency, time place and variety of food for consumption of FAFH and person or factor that effects on consumption of food away from home.

In accordance with this study, in Adana city, average household size is 4,3 persons, 89,4 % of household are nuclear families and 87 % of household have children.

55,4 % of household determined the data is consuming far from away home and 24,9 % of their expenditures for food is for FAFH. So, 11,7 % of household income is using for FAFH in total.

Keywords: Food away from home, Fast-Food, Probit Analyses, Factor Analyses, Cross Section

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

ÖNSÖZ.....	i
YÖNETİCİ ÖZETİ.....	iii
ÖZ.....	v
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ÇİZELGELER DİZİNİ	ix
1.GİRİŞ	1
2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR	5
3. MATERYAL VE YÖNTEM.....	7
3.1. Materyal	7
3.2. Yöntem	7
3.2.1.Örnekleme Yöntemi.....	7
3.2.2. Analiz Yöntemi.....	8
3.2.2.1. Faktör Analizi.....	8
3.2.2.1.(1).Korelasyon Matrisi.....	9
3.2.2.1(2). Faktör Analizi Modeli.....	10
3.2.2.1(3).Faktör Çıkartma ve Rotasyon Yapılmamış Faktör Matrisi	11
3.2.2.1(4).Ortaklık unsuru (Communality).....	12
3.2.2.1(5).Faktör Yükleri (Factor Loadings) ve Önem Seviyeleri.....	12
3.2.2.1(6).Faktör Skorları	13
3.2.2.2. Probit Analizi	13
4. ARAŞTIRMA BULGULARI.....	15
4.1. Ailelerin Sosyo-Ekonomik Yapıları	15
4.1.1. Ailelerin Demografik Özellikleri	15
4.1.2. Annenin Statüsü ve Eğitimi.....	17
4.1.3. Ailenin Taşınır veya Taşınmaz Mal Varlıkları	18
4.1.4. Ailelerin Genel Tutum ve Davranışları.....	19
4.1.5. Ailelerin Ekonomik Durumları	20
4.1.6. Ailelerin Gıda Harcamaları	21
4.2.1. Ailelerin Ev Dışı Gıda Tüketmeme Nedenleri.....	21
4.2.2. Ev Dışı Gıda Tüketme Nedenleri.....	22

	<u>Sayfa No</u>
4.2.3. Ev Dışı Gıda Tüketim Harcamaları	23
4.2.4. Ev Dışı Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörler	23
4.2.4.1. Ailelerin Gelirleri	23
4.2.4.2. Annenin Statüsü ve Eğitimi	24
4.2.4.3. Ailelerin Şehirlilik Süresi	25
4.2.4.4. Ailenin Yaşam Dönemi	26
4.2.4.5. Ailelerin Taşınır ve Taşınmaz Mal Varlıkları	26
4.2.5. Ev Dışı Gıda Tüketim Sıklığı	27
4.2.6. Ev Dışı Gıda Tüketiminde Tercih Edilen Mekanlar	28
4.2.7. Fast Food Lokantalarına Gidiş Sıklığı	29
4.2.8. Fast Food Lokantalarında Ailelerin Tercihleri	30
4.2.9. Fast Food Lokanta Tercih Değerlendirmeleri	31
4.3. Faktör Analizi Sonuçları	34
4.3.1. Ev Dışı Gıda Tüketiminde Etkili Ana Faktörler	35
4.3.2. Ev Dışı Gıda Tüketiminde Bulunmayan Ailelerin Özellikleri	39
4.4. Probit Analizi Sonuçları	40
5.SONUÇ VE ÖNERİLER	42
KAYNAKLAR	45

ÇİZELGELER DİZİNİ

Sayfa No

Çizelge 1. İncelenen Ailelerin Aile ürleri.....	15
Çizelge 2. Ailelerin Hane Halkı Genişlik Durumuna Göre Dağılımı.....	16
Çizelge 3. Hane halkının Yaş Gruplarına Dağılımı.....	16
Çizelge 4. Görüşülen Ailelerin Yaşam Dönemi.....	17
Çizelge 5. Gelir Gruplarına Göre Babanın İşteki Statüsü.....	17
Çizelge 6. Gelir Gruplarına Göre Annenin Eğitimi.....	18
Çizelge 7. Gelir Gruplarına Göre Annenin Çalışması	18
Çizelge 8. Ailelerin Sahip Olduğu Bazı Taşınır ve Taşınmaz Mallar.....	19
Çizelge 9. Ailelerin Genel Tutum Ve Davranışları (%).....	20
Çizelge 10. Gelir Gruplarına Göre Ortalama Gıda Harcaması Payı(%).....	21
Çizelge 11. Ev Dışında Gıda Tüketmeyen Ailelerin Tüketmeme Nedenleri.....	22
Çizelge 12. Ev Dışı Gıda Tüketim Nedenleri.....	22
Çizelge 13. Ailelerde Ev Dışında Gıda Tüketim Kararını Verenler.....	23
Çizelge 14. Ailelerin Gıda Harcamaları İçinde Ev Dışı Gıda Tüketim Harcamalarının Payı.....	23
Çizelge 15. Gelir Gruplarına Göre Tüketim Durumu.....	24
Çizelge 16. Ev Dışında Gıda Tüketimi ve Annenin Statüsü.....	24
Çizelge 17. Ev Dışında Gıda Tüketimi ile Anne ve Babanın Eğitimi.....	25
Çizelge 18. Ailelerin Şehirlik Sürelerine Göre Ev Dışında Gıda Tüketim Durumları.....	26
Çizelge 19. Ailelerin Yaşam Dönemlerine Göre Ev Dışı Gıda Tüketme Durumları.....	26
Çizelge 20. Ailelerin Mülkiyet Durumlarına Göre Ev Dışında Gıda Tüketimleri.....	27
Çizelge 21. Ev Dışında Gıda Tüketen Ailelerin Ev Dışı Gıda Tüketim Sıklıkları.....	27
Çizelge 22. Ev Dışında Gıda Tüketen Ailelerin Tüketimlerinde Tercih Ettikleri Yerler.....	28
Çizelge 23. Fast-Food Lokantalara Giden Ailelerin Buralara Gidiş Sıklıkları.....	29
Çizelge 24. Fast-Food Lokantalara Giden Ailelerin Tüketimlerinde Tercih Ettikleri Yerler.....	30

Çizelge 25. Fast-Food Lokantalara Giden Ailelerin Tüketimlerinde Tercih Ettikleri Yiyecek Türleri.....	30
Çizelge 26. Fast-Food Lokantalara Giden Ailelerin Tercih Ettikleri Günler.....	31
Çizelge 27. Fast-Food Lokantalara Giden Ailelerin Tercih Ettikleri Günler.....	31
Çizelge 28. Ailelerin Gittikleri Fast-Food Lokantaları Hakkındaki Düşünceleri.....	32
Çizelge 29. Ev Dışında Tüketenlerden Gelir Gruplarına Göre Fast-Food Lokanta Tercihleri....	33
Çizelge 30. Fast-Food Tüketen Ailelerin Gelir Gruplarına Göre Tercih Ettikleri Yiyecek Türleri.....	34
Çizelge 31. Faktör Analizi Başlangıç Çözüm İstatistik Sonuçları.....	35
Çizelge 32. Faktör Analizi Rotasyon Çözümü.....	37
Çizelge 33. Faktör Analizinde Kullanılan Değişkenlerin Açıklaması.....	38
Çizelge 34. Maksimum Logaritmik Olasılık Tahmin Sonuçları.....	40

1.GİRİŞ

Ülkelerdeki ekonomik gelişme sürecinde, tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen en önemli faktörlerden biri olan gelir değişikliğine bağlı olarak tüketim harcamalarının kompozisyonunda önemli değişiklikler olmaktadır. Genel olarak tüketicilerin gelirlerinin artması ile gıda harcamalarına ayrılan payın düştüğü gözlenmektedir. Gelir artışı sağlandıkça gelirden gıda maddelerinin aldığı pay azalmakta, lüks malların payı artmaktadır. Bu eğilim gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde farklı şiddette olmaktadır. Gıda maddeleri harcaması mutlak olarak artış gösterirken, oransal olarak gelirden aldığı pay azalmaktadır.

ABD'de son 40 yılda bunu kanıtlayıcı nitelikte gelişmeler olmuştur. Örneğin, 1960 yılında kişi başına harcanabilir gelirin % 20'si gıda harcamalarına giderken, 1983 yılında bu payın % 16.1'e düştüğü görülmüştür. Gelir artışı ile birlikte görülen diğer bir gelişme de tüketim harcamaları içinde gıda harcamalarının payı azalırken, ev dışında yapılan gıda harcamalarının payının artmasıdır. ABD'de ev dışı gıda tüketim harcamaları, harcanabilir gelirin %4'ü civarındadır (Lee ve Brown, 1984). Bu ülkede 1970 yılında 30.4 milyar \$ olan ev dışı gıda harcamaları, 1992'de 273.6 milyar \$'a yükselmiştir (Putnem, 1993). Ancak toplam gıda harcamaları içinde ev dışı gıda tüketim harcamaları hızla artmakta, 1960 yılında % 27 olan bu oranın, 1994'te % 47'ye yükseldiği görülmektedir (Jekonowski ve ark., 1995). Fransa'da 1995 yılında toplam gıda harcamalarının %17,8'i, 1997'de de %19'u ev dışı gıda tüketimine ayrılmaktadır (Caillaudet;Nichele,2001). Yine İtalya'da ev dışı gıda tüketiminin toplam gıda harcamalarındaki payı 1973 yılında %12,3, 1996 yılında %16,4'e yükselmiştir (Montini,2001). Yunanistan'da bu gelişme daha hızlı ve belirgin olmuştur ki 1981/1982'de yapılan anket sonuçlarında toplam gıda harcamalarının %7'si ev dışı gıda tüketimine ayrılırken 1993/1994'te %24,4'e yükselmiştir (Mihalopoulos; Demoussis, 2001).

Kadının çalışma hayatına ortak olması aile gelirini artırmakta, dolayısıyla harcama kalıbını da değiştirmektedir. Son yıllarda, giyim ve lüks mallarda yaygın olarak kullanılan taksitli alışveriş ve kredi kartı kolaylığı gıda maddeleri için de yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu imkanlar da tüketicilerin gelirlerinde farazi bir artış sağlamaktadır.

Çalışan kadın, aile gelirini yükselterek ev dışı tüketim talebini artırırken, zamanının büyük bir bölümünü işte geçirdiği için dondurulmuş ve konserve gibi kolay hazırlanabilir gıda ve ev dışında gıda tüketimini artırmaktadır. Konu ile ilgili yapılan araştırmalarda kadının çalışması ve aile geliri yanında ev dışı gıda talebini belirleyici diğer önemli faktörler hane halkı genişliği ve hane halkının bileşimi, ırk (özellikle ABD gibi zenci ve beyaz ırkların birlikte yaşadığı toplumlarda), iş yerindeki konum, mevsimsellik ve yaş

olarak bulunmuştur (Heimstra ve Kim, 1994; Yen, 1993; Neyra ve Coppa, 1992; Goodderd, 1983).

Ekonomik ve sosyal değişimlere paralel olarak gıda ürünleri pazarında hizmet sunan işletmelerde de gelişmeler yaşanmaktadır. Dünya pazarlarının çeşitli ekonomik ve politik bloklaşmalar sonucunda yakınlaşması ve küreselleşme doğrultusunda engellerin yumuşatılması, gelişmiş ülkelerdeki bir çok mal ve hizmetlerin gelişmekte olan ve önemli bir pazar özelliği taşıyan ülkelere girişini hızlandırmıştır. Gelişmekte olan ülkelerde Amerikan rüyası olan bir çok mekanla birlikte değişik damak zevki de yerleşmiştir. Bu hızlı gelişme rekabeti artırırken teknolojik gelişme, gelir düzeyindeki iyileşmeler, mal ve hizmetlerin çoğalması ve farklılaşması sonucunda satış tekniklerine önem verilmesi ile tüketiciyi cezp edecek ve karar vermesini etkileyecek reklam ve diğer satış geliştirme faaliyetleri de artırılmıştır. Önceleri geleneksel lokantalar ev dışı gıda tüketiminde önemli pay alırken, günümüzde fast-food türü lokantaların payı hızla artmıştır. ABD’de 1963 yılında ev dışı gıda harcamalarında her 7 ABD \$’nın 1\$’ı fast-food lokantalarına harcanırken 1982’de bu miktar 2/5 \$ olmuştur. Bu artış gıda sektörünün yapısındaki değişikliklerle birlikte, dağıtım ve perakendecilikte yaşanan değişikliklere bağlı olarak üretici düzeyindeki talebi de etkilemiştir (McCracken ve Brandt, 1987). 1994 yılında ev dışı gıda harcamalarının gıda harcamasındaki payı %47’ye yükselmiştir. Bu yüksek oranın aksine, tüketim miktar ve besin açısından kaynakların aldığı paya bakıldığında farklı bir tablo görülmektedir. ABD Tarım Bakanlığı tarafından 1994 yılında yapılan çalışmada tüketilen her 100 gr gıda ürününün %7,4’ünü fast-food, %7,2’sini lokanta, %13,6’sını kafe, bar, vending machine (yiyecek ve içecek makineleri) vb.gibi diğer yerler almaktadır (Carlson ve ark., 1998).

1986 yılında McDonalds’ın Türkiye’ye gelmesi ile geleneksel yapıdaki hazır yiyecek sektörü, fast food ile tanışmıştır. Gerek farklı yiyecek türlerini sunması ve gerekse yapısal farklılıkları, özellikle genç tüketiciler tarafından hızla kabul edilmiştir. Başlangıçta sadece yabancı orijinli olan fast food sektörü, önemli gelişmeler sağladığı için, yerli girişimcileri de pazara çekmiştir.

Eğitim düzeyindeki gelişmeler, gelir artışı, pazarda ürünlerin çeşitlenmesi ve farklılaşması, rekabetin yoğunlaşmasıyla tüketiciye yönelik faaliyetlerin artması, geleneksel aile tanımının değişmesi, sosyal sınıf ve statü farklılığının yarattığı yaşam tarzı, zaman faktörünün giderek artan önemi hazır gıda tüketme alışkanlığını yaygınlaştırmıştır.

Ev dışı gıda tüketim harcamalarındaki bu hızlı artış, bir lüksten çok günümüzün hızlı, çağdaş ve sürekli hareket halindeki yaşam biçiminin bir sonucu olarak düşünölmelidir.

Dünyada tüketim harcamalarının bileşimindeki değişikliğin benzeri ülkemizde de görülmektedir. DİE Hane Halkı Tüketim Harcamaları Anketi sonuçlarına göre gıda harcamalarının toplam harcamalar içerisindeki payı % 35.6'dır. DİE'nin yaptığı 1994 Hane Halkı Harcamaları Anketi sonuçlarına göre ailelerin otel, lokanta ve pastanelerdeki aylık harcamalarının toplam gıda harcamalarındaki payı Türkiye genelinde % 7.5 olarak belirlenmiştir. Ev dışı gıda tüketim harcaması olarak kabul edilen bu rakam kentlerde biraz daha yüksek (% 9.5), kırdada ise daha düşüktür (% 4.8) (DİE, 1997).

Adana, Türkiye'nin önde gelen kalabalık nüfuslu şehirlerinden biridir. Doğu ve Güneydoğu Anadolu'dan gelen sürekli göç olgusunun nüfus baskısı ve gelişen ekonomik yapısının meydana getirdiği satın alma gücü yükselişi, toplam talebi ve özellikle de gıda talebini artırmaktadır. Önceki kısımlarda ifade edildiği gibi ekonomik gelişme ile tüketicilerin gıda harcamalarında yapısal bazı değişiklikler olmaktadır. Gelişmiş ülkelerde görülen bu eğilimler neticesinde Adana ilinde de tüketicilerin gittikçe artan oranlarda ev dışında gıda tüketmeye başlaması beklenebilir. Ayrıca, ilde Türkiye'nin önde gelen üniversitelerinden biri olan Çukurova Üniversitesi bulunmakta ve dinamik, genç öğrenci potansiyeli de ildeki ev dışı gıda tüketimini artırıcı yönde etki yapmaktadır.

Ev dışı gıda tüketimi Türkiye kentsel ortalamasının üzerinde olan (%16,5) Adana ilinde hazır yiyecek sektörü hızlı bir gelişme göstermektedir. (Çabuk ve Şengül, 2000)

Bu çalışmada, ülkemizin önde gelen tüketim merkezlerinden biri olan Adana ilinde ailelerin gıda tüketim yapısı içinde ev dışı tüketim alışkanlığının araştırılması hedeflenmiştir. Çalışmada ailelerin ev dışında gıda tüketip tüketmedikleri ve tüketim kararı üzerine etkili olan faktörlerin araştırılması planlanmıştır. Ev dışında gıda tüketenlerin ne sıklıkta, hangi öğünlerde, ne zaman (hafta içi/hafta sonu) tüketim yaptıkları, ne tür gıdaları (hamburger, pizza vb.), nerelerde (lokanta, franchising fast-food, yerel fast-food vb.) tükettikleri ve tüketim kararında etkili kişinin kim olduğu araştırılmıştır.

Ayrıca çalışmada anketle görüşülen kişinin en sık gittiği lokantanın belirli kriterler (fiyat, kalite, sağlık kaygıları, damak tadı, çocuk tercihleri vb) çerçevesinde değerlendirmesi yapılmış, böylece kentsel alanda ailelerin ev dışı gıda tüketim yeri tercihinde etkili faktörler de ortaya konmuştur.

Araştırmada 383 aile ile görüşülmüştür. Bazı anketlerde verilerin hatalı olması nedeniyle, 377 anket değerlendirmeye alınmıştır. Görüşülen ailelerin %55,4'ü ev dışı gıda tüketimi yapmakta ve bu aileler gıda harcamalarının %24,9'unu ev dışı gıda harcamalarına ayırmaktadır. Ailelerin ev dışı gıda tüketiminde lokantaların nitelikleri, ailelerin gelir ve gıda harcamaları, annenin tutumu, ailenin yaş kompozisyonu, annenin eğitimi ve statüsü sırasıyla etkili faktörler olarak saptanmıştır.

2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Çabuk ve Şengül (2000), Switching Regresyon Yöntemi'ni kullanarak, ailelerin ev ve ev dışında gıda tüketimlerini analiz etmişler ve Adana ili kentsel alanda ikamet eden ailelerin çeşitli sosyo-ekonomik özelliklerinin ev dışında gıda tüketimini ne şekilde etkilediği araştırmışlardır.

Sürücüoğlu ve Çakıroğlu (2000), Ankara Üniversitesi öğrencilerinin hızlı hazır yiyecek tercihlerini analiz ettikleri çalışmalarında, öğrencilerin daha çok geleneksel restoranlara gittiği ve etli pidenin tercih edilen ürünler arasında ilk sırada yer aldığını saptamışlardır.

Uçar (2000), Bileşim Araştırmanın verilerinin kullandığı incelemesinde, hızlı hazır yiyecekte sınıfsal tercihleri ve alışkanlıkları araştırmıştır. Araştırma sonuçları tüketicilerin %60'ının McDonalds'ı, %11'inin Burger King'i tercih ettiklerini göstermektedir. Yine bu çalışmada, gelir düzeyi yüksek olan bireylerin tercihlerinde yabancı restoranlar ilk sırada yer almaktadır. Düşük gelirli olanların tercihlerinde de McDonalds ilk sırada olmasına rağmen oransal olarak yüksek gelirli olanların tercihinden daha azdır.

Seçkin (1999) Türkiye'de bulunan fast food şirketlerini incelemiş ve Türkiye'nin bölgeler ve iller itibarıyla fast food haritasını çizerek, fast food açısından cazip illeri ve avantajlarını açıklamıştır.

Byrne ve ark. (1998), Ulusal Beslenme Panel verilerini kullanarak ev dışı gıda tüketim kararına ve harcamalarına etki eden sosyo-ekonomik ve demografik değişkenleri araştırmışlardır.

Lund (1998), İngiltere'de sürdürdüğü "Dışarıda Yeme: İstatistikler ve Toplum" isimli çalışmasında, genellikle gıda pazarlamacılarının araştırdığı ev dışı gıda tüketimine sosyolojik açıdan yaklaşmış ve bir sosyal olarak ev dışında yemek yeme alışkanlığını incelemiştir.

Özçelik ve Sürücüoğlu (1998), tüketicilerin fast food türü yiyecek tercihlerinin inceledikleri çalışmalarında, tüketicilerin hızlı hazır yiyecek tercihleri içerisinde patates kızartmasının ilk sırayı aldığı ve onu sırasıyla sandviç, hamburger, tost ve dönerin izlediğini saptamışlardır.

Elmacıoğlu (1996), tarafından yapılan çalışmada hızlı hazır yemek sisteminde önceliklerin belirlenmesi amaçlanmış ve bireylerin %11'inin hamburger, %10,7'sinin döner, %8,7'sinin köfte ve %8,1'inin patates kızartmasını tercih ettikleri belirlenmiştir.

Yen ve Jensen (1996), "Yiyecek Türlerine Göre Ev Dışı Gıda Harcamaları" isimli çalışmalarında, ABD'de 1992-93 döneminde elde ettikleri verileri Double-Hurdle Model" kullanarak analiz etmişler ve iki haftalık araştırma periyodunda incelenen hane halklarının

yaklaşık %40'nın kahvaltı, dörtte üçünün ise öğle ve akşam yemekleri için ev dışında harcama yaptıklarını ortaya koymuşlardır.

Hiemstra ve Kim (1994), “Ev Dışı Gıda Tüketim Harcamalarına Etki Eden Faktörler: Yeme Yeri ve Öğün Sıklığı Türlerine Göre” isimli çalışmalarında öğün türleri (kahvaltı, öğle ve akşam yemeği) ve lokanta çeşitlerine göre (fast-food, kafeterya, hazır yemek vb.) hane halkının ev dışı gıda tüketimine etki eden sosyo-ekonomik ve demografik özelliklerini incelemiştir.

Yen (1993), “Çalışan Kadınlar ve Ev Dışı Gıda Tüketimi: Box-Cox Double Hurdle Model” isimli çalışmada ABD’de 1989 Tüketici Harcamaları Anketi verilerini kullanarak hane halkının ev dışı gıda harcamalarını Double Hurdle modeli ile analiz etmiştir. Analiz sonuçlarına göre çalışan kadınların hane halkı gelirini ve ev dışı gıda tüketimlerinin arttığını ortaya koymuştur.

Nayga ve Capps (1992), “Ev Dışı Gıda Tüketiminin Belirleyicileri” isimli çalışmalarında ABD’nin 1987-88 dönemine ait Ulusal Gıda Tüketim Anketi verilerine göre bireylerin ev dışı gıda tüketim kararını inceleyen sosyo-ekonomik ve demografik özelliklerini araştırmışlardır. Bu çalışma sonucunda ırk, etnik köken, meslek, mevsimsel özellikler, hane halkı büyüklüğü, yaş ve gelir talebin en önemli belirleyicileri olarak belirlenmiştir.

McCracken ve Brandt (1987), “Hane halkının Ev Dışı Gıda Tüketimi: Toplam Harcama ve Yiyecek İmkanları” isimli çalışmalarında ABD Tarım Bakanlığı’ndan aldıkları Ulusal Gıda Tüketim Anketine ait verileri TOBİT model kullanarak analiz etmişler ve ev dışı gıda tüketiminde etkili faktörlerin zaman, ırk, ikamet edilen yer, hane halkının büyüklüğü ve kompozisyonu olduğunu ortaya koymuşlardır.

Lee ve Brown (1986), “ABD’de Evde ve Ev dışında Gıda Harcamaları: Switching Regresyon Analizi” isimli çalışmalarında switching regresyon analizini kullanmışlar ve ev dışı gıda harcamalarının hane halkı gelirinden pozitif yönde etkilendiğini ortaya çıkarmışlardır.

Goddard (1983), “Kanada’nın Ev Dışı ve Evde Toplam Gıda Talebinin Analizi” isimli araştırmasında, 1949-1981 dönemine ait verileri Doğrusal Harcama Kalıbı (Linear Expenditure System, LES) ve Yaklaşık İdeal Talep Modeli (Almost Ideal Demand System, AIDS) ile analiz etmiş ve elde ettiği talep parametrelerini kullanarak, çeşitli senaryolarla 1987 yılı talebini tahmin etmiştir.

3. MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. Materyal

Çalışmanın ana materyalini Adana ili kentsel alanında ikamet eden ailelerden anket yolu ile derlenen veriler oluşturmaktadır. Araştırmanın ana kitlesini 2000 yılı Mahalli İdareler Bina Sayımı sonuçlarından elde edilen hane halkı sayım sonuçları oluşturmuştur.

Ayrıca, bu çalışmada çeşitli yerli ve yabancı araştırma sonuçlarından, Devlet İstatistik Enstitüsü ve ilgili diğer kurum ve kuruluşların verilerinden önemli ölçüde faydalanılmıştır.

3.2. Yöntem

3.2.1.Örnekleme Yöntemi

Bu çalışmada örnek hacmi, ana kitle oranlarına dayalı kümelendirilmemiş tek aşamalı tesadüfi olasılık örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir (Collins, 1986).

$$n = t^2 * [1 + (0,02)(b - 1)] * \frac{p * q}{e^2}$$

(1)

- n : Örnek hacmi
t : %95 önem derecesine karşılık gelen tablo değeri
b : Örnekleme aşaması (bu çalışmada tek aşamalı olduğu için 1 alınmıştır.)
p : İncelenen olayın ana kitle içinde gerçekleşme olasılığı (Bu çalışmada, Çabuk; Şengül, 1999 çalışmasında bulunan % 46,8 alınmıştır)
q : İncelenen olayın gerçekleşmeme olasılığı (1-p)
e : Kabul edilen hata payı (bu çalışmada hata payı %5 olarak alınmıştır)

b=1 alındığında 1. eşitlik aşağıdaki forma dönüşmüştür.

$$n = t^2 * \frac{p * q}{e^2}$$

(2)

Bu formüle göre örnekleme hacmi;

$$n = 1,96^2 * \frac{0,468 * 0,532}{0,05^2} \rightarrow n = 383$$

Örnekleme hacmi, örnekleme dışı hatalar ve kayıp değerler de göz önüne alınarak 385 olarak belirlenmiştir. Ana kitle 2000 yılı mahalli idareler bina sayımı sonuçlarından derlenen verilerden elde edilmiştir. Buna göre, merkez iki ilçe (Seyhan ve Yüreğir) çalışma

alanı olarak belirlenmiş ve anket sayıları hane halkı ağırlıklarına göre mahallelere dağıtılmıştır.

3.2.2. Analiz Yöntemi

Anketlerde ailelerin ve anket yapılan kişilerin genel sosyo-demografik özellikleri ile hane halkı geliri ve harcama kalıbına yönelik olarak sorulan sorular, ortalamalar, oransal değerler ve indeksler oluşturularak ve değişkenler arasında çapraz ilişkiler kurularak değerlendirilmiştir.

Araştırmada ev dışı gıda tüketimini etkileyen faktörlerin incelenmesi amaçlandığı için elde edilen veri seti ev dışında gıda tüketme ve tüketmeme durumuna göre tüketenler ve tüketmeyenler olmak üzere 2 gruba ayrılarak, tüketip tüketmeme kararına etki eden faktörler faktör analizi ile ortaya konmuştur.

Bu araştırmada, bazı ailelerin ev dışı gıda tüketimlerinin olmaması nedeniyle, bağımlı değişken sıfır değerine sahip olduğundan, Probit modeli kullanılarak ev dışı gıda tüketimine etki eden faktörlerin çok değişkenli istatistiksel analizi yapılmıştır.

3.2.2.1. Faktör Analizi

Çok değişkenli istatistik analizlerinden biri olan faktör analizi, çok sayıda değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek ve bilgilerin daha az sayıda faktörler ya da bileşenler tarafından özetlenip özetlenemeyeceğini belirlemek için kullanılır.

Faktör analizi birbiriyle ilişkili değişken sayısını azaltarak, değişkenler arasındaki bağımlılığa dayanarak ortak faktörler belirlemektedir. Bir sonraki aşamada da belirlenen bu faktörlerin neyi temsil ettiği ortaya konulmaktadır (Özkurt, 1998).

Faktör analizi, genel olarak, çok sayıda değişkenler arasında bulunan ilişkilerin analiz edilmesi ve daha sonra bu değişkenlerin genel esas boyutlar (faktörler) tarafından açıklanması problemine yöneliktir. Örneğin, bir anket formu 100 kadar soru içerebilir, fakat soruların hiç biri aynı olmadığından ana hatlar aynı ölçüde belirlenemez. Faktör analizini kullanarak, analizi yapan kişi, anket yoluyla belirlenen farklı boyutları tanımlayabilir ve her bir değişkenin her bir faktör üzerindeki faktör yüklerini hesaplayabilir. Yine benzer şekilde, her bir faktör, orijinal gözlem değerlerinin bir fonksiyonu olan bağımlı bir değişken olarak da görülebilir (Joseph ve ark, 1992).

Faktör analizinin genel amacı; belirli sayıdaki orijinal değişkenleri içeren bilgilerin en az bilgi kaybıyla, daha az sayıdaki yeni faktörler seti ile yoğunlaştırılması (özetlenmesi) için bir yol bulmaktır. Özelde, faktör analizinde aşağıda belirtilen dört fonksiyon uygulanabilmektedir:

1.Çok sayıda değişkenler içerisinde bulunan, kolaylıkla gözlemlenemeyen bir boyutlar setinin tanımlanması (R tipi faktör analizi olarak nitelendirilir).

2.Çok sayıda verinin, daha büyük bir populasyon içerisinde bulunan farklı gruplara birleştirilmesi yada yoğunlaştırılması tekniği (Q tipi faktör analizi olarak nitelendirilir).

3.Büyük miktarlardaki değişkenlerden, regresyon, korelasyon veya diskriminant analizi için uygun değişkenlerin tanımlanması.

4.Regresyon, korelasyon ve diskriminant analizlerinde kullanılmak üzere kısmen yada tamamen orijinal değişkenlerin yerini alacak olan daha az sayıda bulunan ve tamamen yeni değişkenlerin oluşturulması (Joseph ve ark, 1992).

Faktör analizinin subjektif bir işlem olması, uygulanmasında önemli bir kısıt oluşturmaktadır. Faktör sayısının belirlenmesi, faktörlerin yorumlanması ve rotasyon tekniği ile ilgili seçimlerin önemli bir kısmı subjektif yargılar içermektedir.

Diğer bir kısıt ise, faktör analizinde düzenli olarak gerçekten hiç bir istatistik testin bulunmamasıdır. Bunun sonucu olarak, faktör analizi sonuçlarının tesadüfen mi elde edildiği, yoksa anlamlı bir şeyleri mi yansıttığı tam olarak anlaşılamamaktadır. Bu sakıncalı durumu ortadan kaldırmak için, gözlem değerleri iki ya da üç ayrı gruba ayrılabilir ve her bir grup için ayrı ayrı faktör analizi uygulanabilir. Eğer her bir gruptan da benzer sonuçlar elde edilebiliyor ise bu durumda istatistiksel bir hatanın olmadığından söz edilebilir (AAker, 1983).

Diğer istatistik tekniklerde olduğu gibi faktör analizinde de başlama noktası araştırmanın amacıdır. Eğer veri azaltma ya da özetleme amacı belirlenmişse, faktör analizi kullanılması uygundur.

Faktör analizi, genellikle 50 gözlemden daha düşük bir örnek hacmine uygulamaz, örnek hacminin 100 ya da daha fazla olması gereklidir. Genel bir kural olarak, analiz edilecek değişken sayısının 4 yada 5 katı daha fazla sayıda gözlem değerinin olması istenir. Bu oran bir yere kadar geçerlidir ve bir çok durumlarda, değişkenlerin sadece 2 katı olan gözlemlere de faktör analizi uygulanabilmektedir. Küçük örnek hacimleri ve küçük değişken-gözlem adedi oranı ile çalışıldığı durumlarda, analizi yapan kişinin bulguları yorumlamada temkinli olması gerekmektedir (Joseph ve ark, 1992).

3.2.2.1.(1). Korelasyon Matrisi

Faktör analizinin uygulanmasındaki ilk kararlardan birisi, korelasyon matrisinin hesaplanması ile ilgilidir. Araştırma problemi esas alınarak, araştırmacı, analiz için gerekli tekniği tanımlamalıdır. Değişkenler arasındaki yada gözlem değerleri arasındaki korelasyonların incelenmesi alternatifleri söz konusudur. Eğer araştırmanın amacı karakteristiklerin özetlenmesi ise faktör analizi değişkenlere ait korelasyon matrisine uygulanmalıdır. Bu faktör analizinin en yaygın şeklidir ve R tipi faktör analizi olarak adlandırılır. Bu, faktör analizinin daha önce belirtilen ilk amacına karşılık gelmektedir. Faktör analizi her bir gözlem değerinin korelasyon matrisine de uygulanabilir. Q tipi faktör

analizi olarak da adlandırılan bu tür bir analiz, yine daha önceden açıklanan faktör analizinin ikinci amacını açıklamaktadır. Hesaplamadaki zorluklarından dolayı Q tipi faktör analizi yaklaşımından uygulamada çok sık olarak faydalanılmamaktadır (Joseph ve ark, 1992).

Değişkenler arasındaki korelasyonları açıklamaya yardımcı olacak faktörleri bulmak faktör analizinin hedeflerinden bir tanesi olduğu için, değişkenler faktör modeline uygunluğu bakımından birbirleriyle ilişkilendirilmelidirler. Eğer değişkenler arasındaki korelasyon düşük ise, bu değişkenlerin genel faktörlerden pay almaları olasılığı da düşüktür.

Bartlett küresellik testi, korelasyon matrisinin bir birim matris olduğu hipotezini test etmek için kullanılır. Yani bu durum, tüm köşegen elemanların 1, köşegen olmayan elemanların ise 0 olması durumudur. Küresellik için test istatistiği değeri (korelasyon matrisinin determinantının X^2 transformasyonu esasına göre) büyük ve ilişkili olduğu önem seviyesi küçük ise, bu durumda ana kitle korelasyon matrisinin birim matris olma olasılığı görünmemektedir. Gözlemlenen önem seviyesinin büyük olmasından dolayı, ana kitle korelasyon matrisinin birim matris olduğu hipotezi reddedilemez ise faktör modelinin kullanımının yeniden gözden geçirilmesi gerekmektedir.

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örnekleme yeterliliği ölçütü, gözlemlenen korelasyon katsayılarının büyüklüğü ile kısmi korelasyon katsayılarının büyüklüğünü karşılaştırmada kullanılan bir indekstir. KMO değeri azaldıkça, faktör analizinin de uygulanabilirliği azalmaktadır. Kaiser, KMO değerinin 0,90'larda olmasının çok mükemmel, 0,80'lerde iyi, 0,70'lerde orta, 0,60'larda düşük, 0,50'lerde çok kötü ve 0,5'in altında ise kabul edilemez olarak belirtmiştir.

Bir değişken ile diğer değişkenler arasındaki çoklu korelasyon katsayısının karesi de, değişkenler arasındaki doğrusal ilişkinin gücünün diğer bir göstergesidir. Bu değerler ortaklık unsuru (communality) olarak ifade edilmektedir (Norusis, 1988).

3.2.2.1(2). Faktör Analizi Modeli

Genel faktör modelinin bir çok değişik şekilleri mevcuttur. En yaygın olarak kullanılan faktör analizi yaklaşımları 'components analysis' ve 'common factor analysis' dir. Faktör modelinin seçimi araştırmanın amacına bağlıdır. 'Components' modeli, araştırmada amaç, minimum sayıdaki faktörler içinde orijinal bilginin çoğunun özetlenmesi olduğunda kullanılır. 'Common factor analysis' ise bunun tersine, kolaylıkla tanınamayan ana faktörlerin tanımlanmasında kullanılır.

Faktör analizinin matematiksel modeli, çoklu regresyon eşitliğine benzerdir. Her bir değişken, gerçekte gözlemlenemeyen faktörlerin doğrusal bir kombinasyonu olarak ifade edilmektedir.

Standardize edilmiş i değişkeni için model, formül 3'deki gibi yazılabilir:

$$X_i = A_{i1} + F_1 + A_{i2} + F_2 + \dots + A_{ik} + F_k + U_i \quad (3)$$

Yukarıdaki eşitlikte;

F : genel faktörleri;

U : unique faktörü

A : k adet faktörü birleştiren sabitleri göstermektedir.

Unique faktörlerin birbirleriyle ve genel faktörler ile korelasyonlarının olmadığı varsayılmaktadır.

Faktörler, gözlemlenen değişkenlerden çıkartılmaktadırlar ve onların doğrusal bileşenleri olarak tahmin edilebilirler. J 'inci faktör olan F_j 'in genel tahmin eşitliği şu şekilde ifade edilebilir:

$$F_j = \sum_{i=1}^p W_{ji} X_i = W_{j1} X_1 + W_{j2} X_2 + \dots + W_{jp} X_p \quad (4)$$

Yukarıdaki eşitlikte;

W_j : faktör skor katsayılarını

P : değişken sayısını göstermektedir (Norusis, 1988).

3.2.2.1(3). Faktör Çıkartma ve Rotasyon Yapılmamış Faktör Matrisi

Faktör çıkartma aşamasının hedefi, faktörlerin belirlenmesidir. Faktörlerin çıkartılmasında çeşitli metotlar söz konusudur. Bu çalışmada, faktör analizinde en yaygın olarak kullanılan temel bileşenler analizi (principal components analysis) kullanılmıştır. Burada tüm yapılan işlem, aralarından korelasyon bulunan değişkenler setinin, aralarından korelasyon bulunmayan değişkenler setine (temel bileşenler) dönüştürülmesidir. Temel bileşenler analizinde, gözlem değişkenlerinin doğrusal bileşenleri şekillenmektedir. Birinci ana bileşen, örnekteki en büyük varyansa sahip olan kombinasyondur. İkinci ana bileşen ise ikinci en büyük varyansa sahiptir ve birinci bileşen ile aralarında korelasyon bulunmamaktadır. Sonraki bileşenler ise toplam varyans içinde daha düşük paylara sahiptirler ve aralarında korelasyon yoktur.

Değişken sayısı kadar ana bileşen hesaplamak mümkündür. Eğer tüm ana bileşenler kullanılır ise her değişken tam olarak temsil edilebilir. Fakat bu durumda, faktör analizinin yapılmasının bir anlamı olmayacaktır.

Verilerin temsil edilebilmesi için kaç adet faktöre gereksinim duyulduğunun belirlenmesinde, her bir faktör tarafından açıklanan toplam varyansın incelenmesi gerekmektedir. Burada toplam varyans, her bir değişkenin varyansının toplamıdır. Basit olması açısından tüm değişkenler standart formda ifade edilirler (her birinin ortalamaları 0

ve standart sapmaları 1). Bu durumda, örneğin, 14 değişken var ise, her birinin varyansı 1 olacak şekilde standardize edildiğinden toplam varyans 14 olacaktır.

Diğer bir kural olarak ise şu dikkate alınabilir: Rotasyon öncesi seçilen tüm faktörler, en azından bir değişkenin ortalama varyansı kadar varyans değerine sahip olmalıdır. Örneğin, faktör analizinde 20 adet değişken söz konusu ise, toplam varyans 100 kabul edildiğinde, her bir değişkenin ortalama varyansı 5 olacaktır. Bu durumda, çıkartılan faktörlerden hiç birisi 5'in altında olmamalıdır (AAker, 1983).

Değişkenleri açıklamaya yeterli gelecek faktör sayısının belirlenmesinde, çeşitli yaklaşımlar dikkate alınmaktadır. Bunlardan birincisi, özdeğeri 1'den büyük olan faktörlerin seçilmesidir. Bir diğer yaklaşım ise, her bir faktöre ait toplam varyansların grafik olarak gösterimi olan scree plot yaklaşımıdır. Kırılma noktası kriterine göre; y eksenine özdeğerler x eksenine ortak faktör sayıları yazılarak bir grafik çizilir. Buna göre, ilk kırılmanın olduğu yerde bulunan faktör sayısının yeterli olduğu kabul edilmektedir (Norusis, 1988).

Faktör sayısına karar verildikten sonra rotasyon tekniği kullanılır. Rotasyon tekniği olarak, orthogonal ve oblique metotları olmak üzere başlıca iki teknik bulunmaktadır. Uygulamada tüm rotasyon metotlarının amacı, yorumu kolaylaştırmak için satır ve sütunların basit hale getirilmesidir.

Üç esas orthogonal yaklaşım geliştirilmiştir: Bunlar QUARTIMAX, VARIMAX ve EQUIMAX rotasyon yaklaşımlarıdır. Araştırmada, bir faktör üzerindeki büyük yüklerin dağıldığı değişken sayılarını minimum yapan VARIMAX rotasyon tekniği kullanılmıştır (Gül, 1995).

3.2.2.1(4). Ortaklık Unsuru (Communalıty)

Genel faktörler tarafından açıklanan varyansın oranı, bir değişkenin ortaklık unsuru (Communalıty) olarak adlandırılır. Ortaklık unsuru değerleri 0 ile 1 arasında değişmektedir. Burada 0 değeri, genel faktörlerin hiç bir varyansı açıklamadığını, 1 değeri ise tüm varyansın genel faktörlerce açıklandığını ifade etmektedir.

3.2.2.1(5). Faktör Yükleri (Factor Loadings) ve Önem Seviyeleri

Faktör yükü, orijinal değişken ile onun ait olduğu faktör arasındaki korelasyondur. Faktörlerin tanımlanması aşamasında, aynı faktör bünyesinde yüksek faktör yüklerine sahip olan değişkenlerin bir araya getirilmesi gerekmektedir. Bir araya getirilen faktör yüklerinin yorumlanmasına yardımcı olmak üzere bazı kurallar geliştirilmiştir.

Faktör matrisinin yorumlanmasında, faktör yükü mutlak değer olarak arttıkça, faktör yükü önem kazanmaktadır. + 0,30'dan yüksek olan faktör yüklerinin önemli, + 0,40'dan yukarı olanlar daha önemli ve + 0,50 ve daha yukarı değere sahip olan faktör yüklerinin ise

çok önemli olarak değerlendirilmesidir. Ancak bu açıklamalar, örnek hacmi 50 ve daha yukarı olduğu zaman geçerlidir.

Yüklerin yorumlanması için bir önem seviyesi belirlemede, korelasyon katsayılarının yorumlanmasına benzer bir yaklaşım geliştirilebilir. Örnek hacmi 100 olduğunda, %1 ve %5 önem seviyelerinde, en düşük yükler + 0,19 ve + 0,26 olarak önerilmektedir. Örnek hacmi 200 olduğunda ise, %1 ve %5 önem seviyelerinde, en düşük yükler + 0,14 ve + 0,18 olarak kabul edilmektedir. Son olarak, örnek hacmi 300 olduğunda, %1 ve %5 önem seviyelerinde, en düşük yükler + 0,11 ve + 0,15 olmaktadır. Faktör analizinde hata miktarını değerlendirmek zor olduğu için %1 önem seviyesinde çalışmak daha uygundur.

Yalnızca değişken sayılarının dikkate alınması, incelenen faktörün ise göz önüne alınmaması yukarıda bahsedilen yöntemlerin dezavantajları olarak belirtilebilir. Araştırmalar göstermiştir ki, ilk faktörden sonraki faktörlere doğru gidildikçe bir faktör yükünün önemli kabul edilebilmesi için gerekli olan seviye de yükselmektedir.

Faktör yüklerinin önem seviyeleri için dikkat edilmesi gereken kriterler şu şekilde özetlenebilir: (1) Örnek hacmi büyüdükçe, daha küçük yükler önemli kabul edilir; (2) değişken sayısı arttıkça, daha küçük yükler önemli kabul edilir; (3) faktör sayısı arttıkça, takip eden faktörlerde, yorumlama açısından, daha büyük faktör yükleri önemli kabul edilmelidir (Joseph ve ark, 1992).

3.2.2.1(6). Faktör Skorları

Faktör analizinin en önemli amacı olan çok sayıda değişkenin daha az sayıda faktörlere indirgenmesi için, her bir verinin faktör skorlarının hesaplanması gerekmektedir. Faktör skorlarının hesaplanmasında değişik metotlar vardır. Her bir metodun değişik yaklaşımları ve değişik sonuçları vardır. SPSS-PC+ FACTOR modülünde 3 ayrı metod mevcuttur (Anderson-Durbin, regression and Barlett). Bu metodların tamamı da 0 ortalama ile sonuçlanmaktadır. Eğer 'principal components extraction' metodu kullanılırsa, her üç metod ile hesaplanan faktör skorları da aynı olacaktır. Bu durumda, hesaplanma sonuçları tahmin değil, gerçek sonuçlardır (AAker, 1983).

3.2.2.2. Probit Analizi

Bu araştırmada ayrıca, McFadden (1973) tarafından geliştirilen ve fayda kuramına dayanan Probit modeli kullanılmıştır. Bağımlı iki uçlu değişken modellerinden Normal Kümülatif Dağılım fonksiyonunu kullanan modele Probit modeli denilmektedir. Greene (1990) tarafından da belirtildiği gibi, bir regresyon modelinde bağımlı değişkenin bir çok aile için sıfır olduğu durumlarda, "En Küçük Kareler Yöntemi" sonucu elde edilen katsayılar sapma eğilimi göstermekte ve sapma miktarının büyüklüğü ise tüketim eğiliminde olan hane halklarının oranının büyüklüğüne bağlı bulunmaktadır. Bu çalışmada, toplam ailelerin

yaklaşık olarak yüzde 45'inin ev dışında gıda tüketmediği göz önüne alındığında, Probit modelinin kullanılması uygun görülmüştür.

Ailelerin ev dışı gıda tüketme ve tüketmeme kararının, gözlenemeyen bir “fayda endeksi” Y_j^* 'ye bağlı olduğunu ve X_j 'yi ise bağımsız değişkenler olarak düşünelim. Bu modelde, ev dışı gıda tüketimi, Y_j^* , aşağıdaki fonksiyonda açıklanmıştır:

$$Y_j^* = X_j' B_j + e_j \quad e_j \sim N(0,1) \quad j = 1, \dots, N \quad (5)$$

Bu denklemden, X_j bağımsız değişkenleri ifade etmekte, β_j bağımsız değişkenin katsayısı ve e_j ise regresyon hata terimi olup e_i ve e_j ($i \neq j$) birbirinden bağımsızdır.

Yukarıdaki model gözlenen gerçek Y değerleri dikkate alındığında matematiksel olarak aşağıdaki gibi tanımlanabilir:

$$Y_j = \begin{cases} 1 & \text{if } X_j' B_j + e_j > 0 \\ 0 & \text{if } X_j' B_j + e_j \leq 0 \end{cases} \quad (6)$$

Normal kümülatif dağılım fonksiyonunu ise fonksiyon 7 ile gösterilmektedir.

$$P_i = \Pr(Y = 1) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \int_{-\infty}^{\beta_1 + \beta_2 X_i} e^{-t^2/2} dt \quad (7)$$

Burada P_i tüketicilerin ev dışı gıda tüketme olasılığı ve t standartlaştırılmış normal değişkendir, diğer bir ifadeyle $t \sim N(0,1)$ 'dir.

Bağımsız gözlemler (independent observations) varsayımını kullanarak, regresyon denklemindeki katsayıların uygun bir şekilde tahmin edilmesinde aşağıda verilen Logaritmik Olasılık fonksiyonu kullanılacaktır:

$$L = \sum_{t=1}^N \{Y_t I_n [F(X_t' \beta)] + (1 - Y_t) I_n [1 - F(X_t' \beta)]\} \quad (8)$$

Probit modeli Maksimum Olasılık Tahmin Modeliyle tahmin edilecek. Dolayısıyla, bu da regresyon katsayılarının daha gerçekçi ve doğru olmasını sağlayacaktır.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu çalışmada, Adana ili kentsel alanda hane halkının ev dışı gıda tüketim eğilimini belirlemek amacıyla 385 aile ile birebir görüşme yapılmış ve önceden hazırlanmış anket formları doldurulmuştur.

Anketle görüşülen kişilere, ailelerin sosyo-demografik özellikleri, genel olarak mal ve hizmet alımındaki tutumlar, gelir ve harcama kalıpları hakkında sorular sorulmuştur. Ev dışı gıda tüketiminde bulunan kişilere hangi tür yiyecekleri ve satıcıları tercih ettikleri ve bu tercihlerinin nedenleri sorulurken, ev dışı gıda tüketiminde bulunmayanlara da tüketmeme nedenleri sorulmuştur.

Ocak 2001 döneminde yapılan anketlerden 377'si değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Eksik yanıt alınan anketler değerlendirmeye alınmamıştır.

4.1. Ailelerin Sosyo-Ekonomik Yapıları

4.1.1. Ailelerin Demografik Özellikleri

Çalışma, evlilik, süt veya kan bağı ile birbirlerine bağlı insanlardan oluşan ve toplumun temeli ve en küçük toplumsal birimi (Demir ve Acar, 1993) olarak kabul edilen aile tiplerine göre incelenmiştir. Buna göre Adana ilinde yaşayan ailelerin çok büyük bir kısmı anne-baba ve evlenmemiş çocukların bir arada yaşadığı çekirdek (dar) ailelerden oluşmaktadır (%89,4). Araştırma bölgesinde anne-baba ve çocukların yanı sıra diğer yakınları da içine alan geniş ailelerin oranı % 4,5; ebeveynlerden biri veya her ikisinin aile çatısı altında yaşamadığı eksik ailelerin oranı ise % 6,1 çıkmıştır. Türkiye kentsel alanda aile yapısında farklı bir kompozisyon görülmektedir. 1991 yılında yapılan bir çalışmada çekirdek ailelerin oranı (%67), 1993 yılında %57,1; geniş ailelerin oranı ise 1993 yılında %27,1 olarak bulunmuştur (Anonim, 1991; DPT, 1993). Çekirdek aile bölgesel farklılıklar da göstermektedir ve kırsal alanda %73, kentsel alanda %53'tür (DPT, 2001).

Çizelge 1. İncelenen Ailelerin Aile Türleri

Aile Türü	Frekans	Oran (%)
Çekirdek Aile	337	89,4
Geniş Aile	17	4,5
Eksik Aile	23	6,1
Toplam	377	100,0

Adana ilinde ortalama hane genişliği 4,3 kişidir. DPT'nin 1993 yılında yaptığı bir çalışmada da Türkiye'de kentsel alanda ortalama hane genişliği 4,3 kişi; Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etütleri Enstitüsü'nün 1998 yılında yaptığı bir çalışmada ise 4,0 kişi olarak bulunmuştur (Anonim, 1993; TNSA, 1998). Araştırma alanında hanelerin %

71.1'inin 3-5 kişilik ailelerden oluştuğu tespit edilmiştir. 9 ve daha fazla bireyden oluşan ailelerin oranı çok düşük düzeydedir (% 0.3) (Çizelge 2).

Çizelge 2. Ailelerin Hane Halkı Genişlik Durumuna Göre Dağılımı

Hane Genişlik Grupları	Frekans	Oran (%)
1-2	39	10.3
3-5	268	71.1
6-8	69	18.3
9+	1	0.3
Ortalama	377	100.0

Toplam Türkiye 2000 yılı nüfus sayımı sonuçlarına göre nüfusun % genç nüfus oluşturmaktadır. Adana ilinde ise nüfusun % 54,7'si 15-49 yaş grubundadır, 21 yaş ve üzeri nüfusun oranı ise % 63,5'dir (DİE, EBİM). Görüşülen ailelerde hane halkının yaş gruplarına göre dağılımına bakıldığında yaklaşık %60'ı 21 yaş üzerindeki bireylerden oluşmakta ve 15-49 yaş grubu nüfus toplam nüfusundan yaklaşık %50 pay almaktadır. (Çizelge 3).

Çizelge 3. Hane halkının Yaş Gruplarına Dağılımı

Yaş Grupları	Ortalama	Oran (%)
0-6	0,3	6,9
7-14	0,7	16,3
15-20	0,7	16,3
21-40	1,5	34,9
40+	1,1	25,6
Ortalama/Toplam	4,3	100,0

Gıda tüketiminde ailelerin yaşam döneminin etkisinin olduğu düşüncesi ile görüşülen aileler, yaşam dönemine göre sınıflandırılmıştır. Yaşam dönemine göre sınıflandırmada Madran'ın 1994 yılında yaptığı çalışmada kullandığı sınıflandırma esas alınmıştır (Madran, 1994). Görüşülen ailelerin çok büyük bir bölümü (%87) çocuklu ailelerden oluşmaktadır (Çizelge 4).

Çizelge 4. Görüşülen Ailelerin Yaşam Dönemi

Yaşam Dönemi	Frekans	Oran (%)
Bekar	5	1,3
Yeni Evli	20	5,3
Çocuklu	328	87,0
Çocukları Evli	16	4,2
Ayrı Yaşayan Çiftler	8	2,2
Toplam	377	100,0

Çalışmada, hane halkı reisi olarak kabul edilen babanın işteki statüsü incelenmiş ve ilgili veriler Çizelge 5’de verilmiştir. Hane halkı reislerinin çok büyük bir bölümü (%38,5) serbest meslek sahibi olup, düzenli gelire sahip olan hane halkı reisinin oranı %61,5’tir.

Çizelge 5. Gelir Gruplarına Göre Babanın İşteki Statüsü

Gelir Grupları	Babanın İşteki Statüsü					
	İşsiz	Serbest Meslek	Memur	İşçi	Emekli	Toplam
1	2	9	-	2	4	17
%	11,8	52,9	-	11,8	23,5	100,0
2	1	24	4	15	13	56
%	1,8	42,9	7,1	26,8	23,2	100,0
3	6	22	16	15	14	72
%	8,3	30,6	22,2	20,8	19,4	100,0
4	-	30	25	8	23	86
%	-	34,9	29,1	9,3	26,7	100,0
5	-	19	20	14	4	57
%	-	33,3	35,1	24,6	7,0	100,0
6	1	18	12	4	5	39
%	2,6	46,2	30,8	10,3	12,8	100,0
7	-	12	7	2	-	21
%	-	57,1	33,3	9,5	-	100,0
Toplam	10	134	84	60	63	348
%	2,9	38,5	24,1	17,2	18,1	100,0

4.1.2. Annenin Statüsü ve Eğitimi

Tüketim çalışmalarında annenin statüsü ve eğitimi önemli bir faktör (etken) olarak incelenmektedir. Anne ailede gıda tüketiminde genelde karar verici kişi olarak rol oynamaktadır. Çalışmada, taze gıdalar ve işlenmiş gıdalarda annenin aldığı bu rolün, hazır gıda tüketiminde de etkili olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. 375 olarak kaydedilen annelerin büyük bir bölümünün (%46,9) ilköğretim mezunu olduğu, lise eğitimi almış olanların oranının %20,8; yüksek okul eğitimi almış olanların oranı ise %13,1 olarak bulunmuştur.

Çizelge 6. Gelir Gruplarına Göre Annenin Eğitimi

Gelir Grupları	Anne Eğitim											
	Okur-Yazar Olmayan		Okur-Yazar		İlk Öğretim		Lise		Yüksekokul		Toplam	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
1	4	12,1	7	18,0	8	4,5	0	0	0	0	19	5,1
2	12	36,4	9	23,1	36	20,5	4	5,13	1	2,0	62	16,5
3	6	18,2	4	10,3	46	26,1	19	24,4	1	2,0	76	20,3
4	3	9,1	12	30,8	48	27,3	25	32,1	5	10,2	93	24,8
5	4	12,1	4	10,3	22	12,5	17	21,8	13	26,5	60	16,0
6	3	9,1	3	7,7	12	6,8	8	10,3	18	36,7	44	11,7
7	1	3,0	0	0	4	2,3	5	6,41	11	22,4	21	5,6
Toplam	33	100,0	39	100,0	176	100,0	78	100,0	49	100,0	375	100,0

Annelerin eğitiminin gıda tüketim kararında etkisi olduğu gibi, annelerin gelir getiren herhangi bir işte çalışıyor olması da etkili olmaktadır. Herhangi bir işte çalışıyor olması farklı açılardan ailenin gıda tüketimine etki etmektedir. Bunlardan ilki ekonomik etkidir ve aile gelirinin artmasına neden olmaktadır. Gelir gıda tüketimini çeşit, miktar ve kalite bakımından etkilemektedir. Diğer etkileri sosyal ve kişisel olarak sıralanabilir. Sosyal gruplar içerisinde olan annelerin tüketim kararı içinde bulunduğu çevreden etkilenebilmekte ve değişebilmektedir. Farklı ortamlarda tüketme isteği ve ihtiyacı doğabilmektedir ki bu da sosyal faktör olarak sıralanabilir. Çalışan annelerde zamanın önemli bir faktör olması da, bulunması ve hazırlanması kolay ürünlere talebi de yükseltmektedir ve bu kişisel bir faktördür. Bu çalışmada, çalışan annelerin oranı %17,3 olarak bulunmuştur (Çizelge 7).

Çizelge 7. Gelir Gruplarına Göre Annelerin Çalışması

Gelir Grupları	Çalışıyor	%	Çalışmıyor	%
1	1	1,5	18	6,1
2	3	4,6	59	18,7
3	3	4,6	73	23,6
4	10	15,4	83	26,8
5	19	29,2	41	13,2
6	17	26,2	27	8,7
7	12	18,5	9	2,9
Toplam	65	17,3	310	82,7

4.1.3. Ailenin Taşınır veya Taşınmaz Mal Varlıkları

Araştırmada anket yapılan ailelere bazı taşınır ve taşınmaz mallardan hangilerine sahip oldukları sorulmuş ve alınan cevaplar ailelerin sosyo-ekonomik durumunu belirlemede kullanılmıştır. Ailelerin ortalama olarak %68'inin mülk evi, %43'ünün arabası ve %33'ünün de derin dondurucusu bulunmaktadır (Çizelge 8).

Çizelge 8. Ailelerin Sahip Olduğu Bazı Taşınır ve Taşınmaz Mallar

Mallar	Aile Sayısı	Oran (%)
Mülk Ev	256	67,9
Araba	161	42,7
Derin Dondurucu	126	33,4
Mikrodalga Fırın	107	28,4
Bilgisayar	58	15,4
Yayla Evi	60	15,9
Deniz Evi	22	5,8
DVD	33	8,8
Cep Telefonu	426	113,0
Televizyon	478	126,8

4.1.4. Ailelerin Genel Tutum ve Davranışları

Araştırma kapsamında görüşülen ailelerin alışverişlerinde izledikleri genel tutum ve davranışları, beşli Likert ölçeği ile değerlendirilmiştir. Bu amaçla bazı durumlar sunulmuş, bu durumlara karşı davranış eğilimlerini belirtmeleri istenmiştir. Her bir duruma verilen cevapların toplamı yüz olacak şekilde Likert ölçeği ağırlıklandırılmış ve değerlendirme sonuçları Çizelge 9'da verilmiştir.

Anket yapılan ailelerin %63.9'u her türlü alışverişte çok gezip fiyatın en uygun olduğu yerden alışveriş yaptıklarını, %5.8'i ise bu bir davranışta hiç bulunmadıklarını belirtmişlerdir.

Tasarruf eğilimlerine bakıldığında %40.6'lık bir oranın her ay bir miktar tasarruf yaptığı, %18.1'inin ise hiç tasarruf yapmadıkları ortaya konmuştur.

Ailelerin %32.2'si yemek seçerken vitamin, enerji ve mineral değerine dikkat etmekte, %16.4'ü ise hiç dikkat etmemektedir.

Dışarıda yemek yemenin evde yemek yapmaya göre daha ucuz olduğu düşüncesine ailelerin %62.6'sı katılmamaktadırlar. Bu fikri taşıyanların oranı ise %12.7'dir. Ayrıca dışarıda yemek yemenin savurganlık olduğunu düşünenlerin oranı ise % 36.1'dir.

Ev dışında yemek yerken her zaman beyaz eti (tavuk veya hindi) tercih eden ailelerin oranı ise %23.3'tür. Ailelerin %21.5'i kırmızı etin sağlıklı olmadığını, %53.8'i yedikleri yemeklerin sağlıklı olmasına dikkat ettiklerini ifade etmişlerdir. Ailelerin %48.3'ü yemeklerin daha az yağlı pişirilmesi gerektiğini belirtmektedirler. Ölçek ağırlıklarında 1-3 puan olumlu cevaplandırma olduğu düşünülürse, ailelerin önemli bir bölümünde yiyeceklerde sağlık bilgisinin ve bilincinin yerleşmiş olduğu söylenebilir.

Çizelge 9. Ailelerin Genel Tutum Ve Davranışları (%)

Düşünceler	Puanlar ^(*)				
	1	2	3	4	5
Genellikle her türlü alışverişte çok gezer ve fiyatın en uygun olduğu yerden alırım	63.9	16.3	9.5	4.5	5.8
Her ay bir miktar tasarruf yapmaya çalışırım	40.6	23.6	10.3	7.4	18.1
Yemekleri vitamin, enerji, mineral değerlerine dikkat ederek seçiyorum	32.2	22.0	22.5	6.9	16.4
Dışarıda yemek yemenin genelde evde yemek yapmaya göre daha az masraflı olduğunu düşünüyorum	12.7	4.5	8.5	11.7	62.6
Her zaman ev dışında yemek yerken beyaz eti (tavuk veya hindi) tercih ederim	23.3	14.9	24.4	12.7	24.7
Yediğim yemeklerin sağlıklı olmasına dikkat ediyorum	53.8	22.8	13.0	5.6	4.8
Kırmızı etin sağlıklı olmadığını düşünüyorum	21.5	19.4	18.8	9.5	30.8
Yemeklerin daha az yağlı pişirilmesi gerektiğini düşünüyorum	48.3	23.3	13.5	6.4	8.5
Dışarıda yemek yemenin savurganlık olduğunu düşünüyorum	36.1	15.9	18.3	10.9	18.8

(*)= 1: Tamamen katılıyorum.....5: Kesinlikle katılmıyorum.

4.1.5. Ailelerin Ekonomik Durumları

Bu tür tüketim çalışmalarında bireylerden gelir ve harcamalarına ilişkin verileri doğrudan almak çok sağlıklı olmayacağından, gelir grupları oluşturulmuştur. Araştırma kapsamında güncel koşullar dikkate alınarak, hanelerin aylık harcanabilir gelirleri 7 farklı gruba ayrılmıştır. Hanelerin aylık harcanabilir gelirleri, aile bireylerinden kimin kazandığına bakılmaksızın, elde edilen toplam gelir olarak alınmıştır. Buna göre ailelerin %45,1'i 151-300 milyon TL/ay gelir grubunda yer almaktadır. Yine ailelerin %24,9'unun aylık geliri 201-300 milyon TL, %20,2'sinin ise 151-200 milyon TL arasındadır. 600 milyon TL'nin üzerinde aylık gelire sahip olan ailelerin oranı ise %5,3'tür.

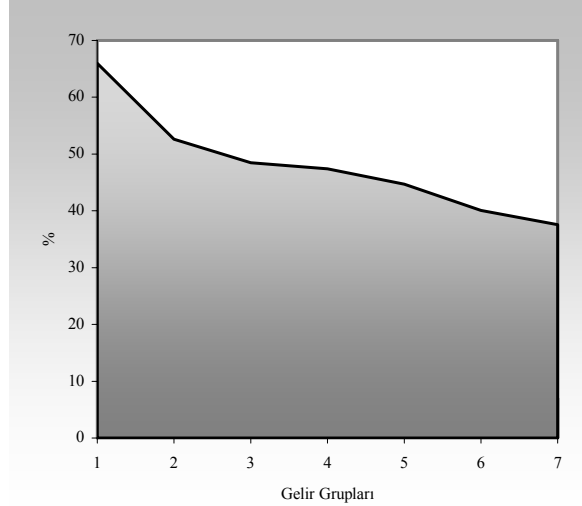
4.1.6. Ailelerin Gıda Harcamaları

Anket yapılan aile bireyine, aylık gelirinden gıda harcamaları için ayrılan pay sorulmuştur. Verilen cevapları kontrol etmek amacıyla, önceden belirlenen ve gelir grupları ile uyumlu gıda harcama gruplarından birini seçmesi istenmiştir.

Adana ilinde hanelerin aylık gıda harcamalarının toplam gelirlerine oranı ortalama % 47,6'dır. Genel bir yargı olarak beklendiği gibi ailelerin gelir düzeyi arttıkça ailelerin gıda harcama payı mutlak olarak artmasına rağmen, oransal olarak azalmaktadır (Çizelge 10).

Çizelge 10. Gelir Gruplarına Göre Ortalama Gıda Harcaması Payı

Gelir Grupları	%
1	66,0
2	52,6
3	48,5
4	47,4
5	44,7
6	40,1
7	37,6
Ortalama	47,6



4.2. Ailelerin Ev Dışı Gıda Tüketimi ve Harcamaları

Bu çalışmada ev dışı gıda tüketimi, aile bireylerinin, ev dışında (lokanta, fast food lokanta, lahmacuncu, pizzacı, unlu mamuller dükkanı, kafeterya, kantin vb yerlerde) hazırlanmış gıda maddelerini tüketmesi olarak tanımlanmıştır. Bununla birlikte sözü geçen mekanlarda hazırlanmış olan yiyeceklerin, herhangi bir işleme tabi tutulmadan evde tüketilmesi de ev dışı gıda tüketimi olarak kabul edilmiştir.

Çalışmada anket yapılan ailelere “ev dışında gıda tüketme alışkanlığımız var mı?” sorusu yöneltilmiş, bu soruya evet yanıtını veren ev dışında gıda tüketimini tesadüfe bağlı değil, alışkanlık halinde yapan aileler “tüketen aileler” olarak kabul edilmiştir.

Anket yapılan 377 ailenin 209 tanesi ev dışında gıda tüketirken, 168 tanesi ev dışında gıda tüketmediğini bildirmiştir. Buna göre hanelerin % 55.4'ü ev dışında gıda tüketmektedirler.

4.2.1. Ailelerin Ev Dışı Gıda Tüketmeme Nedenleri

Ev dışında gıda tüketmeyen ailelere, bunun nedeni sorulmuş ve alınan cevaplar Çizelge 11'de verilmiştir. Bu soruya 168 aile cevap vermiş ve 433 neden belirtilmiştir. Buna göre, 433 cevabın %30'u böyle bir alışkanlığının olmadığı yönünde ilk sırayı almaktadır. Belirtilen ikinci neden ise %25,2 ile fiyatların yüksek olmasıdır. Sağlık ve

hijyen korkuları (%18,5) ile yemek yenilen mekanların fiziksel ve sosyal ortamını beğenmeme (%11,1) belirtilen diğer önemli nedenler arasındadır. Ev dışında gıda tüketiminde aşağıda belirtilen diğer nedenlerin çok etkili olmadığı görülmektedir (Çizelge 11).

Çizelge 11. Ev Dışında Gıda Tüketmeyen Ailelerin Tüketmeme Nedenleri

Neden	Frekans	%*	%**
Alışkanlığım yok	130	30,0	78,8
Fiyatlar yüksek	109	25,2	66,1
Sağlıklı ve hijyenik oldu konusunda şüphelerim var	80	18,5	48,5
Ortamı beğenmiyorum	48	11,1	29,1
Bu tür kuruluşların imajını kötü buluyorum	17	3,9	10,3
Ürün çeşidi sınırlı	14	3,2	8,5
Hizmeti yetersiz buluyorum	14	3,2	8,5
Uzun süre oturma imkanı yok	10	2,3	6,1
Self servisten hoşlanmıyorum	9	2,1	5,5
Müşterilerini beğenmiyorum	2	0,5	1,2
Toplam	433	100,0	

*: Tüketmeme nedenlerinin toplam cevap içindeki oranıdır.**: Ev dışında gıda tüketmeyen aileler içindeki orandır ((tüketmeyen adedi/168)100).

4.2.2. Ev Dışı Gıda Tüketme Nedenleri

Araştırmada ev dışında gıda tüketen kişilere, tüketim nedenleri sorulmuş ve alınan cevaplar sınıflandırılarak Çizelge 12’de verilmiştir. Buna göre ailelerin yarısından fazlası zaman kısıtlılığı ve hazırlamada kolaylık nedeniyle ev dışında gıda tükettiklerini beyan etmişlerdir. Tüketim kararında ikinci önemli faktör %28,7 ile değişik mekanlarda yeme isteği olarak bulunmuştur. Ev dışında gıda tüketimini artıran nedenlerden biri de ailenin okul, iş vb nedenlerle ev dışında bulunan birey sayısıdır.

Çizelge 12. Ev Dışı Gıda Tüketim Nedenleri

Neden	Frekans	%
İş nedeniyle zamanın kısıtlı olması	104	49.8
Değişik ortamlarda yeme isteği	60	28.7
Özel kutlamalar	26	12.4
Çocuk tercihi	15	7.2
Kolaylık	4	1.9
Toplam	209	100.0

Ev dışında gıda tüketim kararına aile içinde en etkili ferdin çocuk olduğu (%29.7) belirlenmiştir. Çocuktan sonra da anne ile babanın birlikte aldıkları kararın etkili olduğu görülmektedir. Babanın tek başına etkili olduğu ailelerin oranı %20.6'dır. Ayrıca ev dışında gıda tüketimi üzerine annenin tek başına etkisinin düşük olduğu da tespit edilmiştir (Çizelge 13).

Çizelge 13. Ailelerde Ev Dışında Gıda Tüketim Kararını Verenler

Karar Verici	Frekans	%
Anne	9	4.3
Baba	43	20.6
Çocuk	62	29.7
Anne-Baba	50	23.9
Diğer	45	21.5
Toplam	209	100.0

4.2.3. Ev Dışı Gıda Tüketim Harcamaları

Ev dışı gıda tüketimi yapan ailelerin gıda harcamalarının yaklaşık %25'i ev dışı gıda tüketimine harcanmaktadır. Ailelerin gelirleri, buna bağlı olarak da aylık gıda harcamaları arttıkça, ev dışı gıda harcamaları hem mutlak hem de oransal olarak artmaktadır (Çizelge 14). Gelir artışı, yaşam tarzının sosyal boyutunu da önemli ölçüde değiştirdiği için, en önemli belirleyicilerinden biri olmaktadır.

Çizelge 14. Ailelerin Gıda Harcamaları İçinde Ev Dışı Gıda Tüketim Harcamalarının Payı

Aylık Gıda Harcamaları	%
< 100 Milyon	18,9
101-150 Milyon	18.7
151-200 Milyon	28.4
201-300 Milyon	32,9
>300 Milyon	37,9
Ortalama	24.9

4.2.4. Ev Dışı Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörler

4.2.4.1. Ailelerin Gelirleri

Gıda tüketim çalışmalarında gelir, en önemli belirleyici olarak kabul edilmektedir. Hanelerin gelir düzeyi arttıkça, gıda harcamalarının toplam harcamalardaki payı oransal olarak azalmaktadır. Buna karşın tüketilen gıdaların bileşimi, kalitesi ve çeşidi

değişmektedir. Daha fazla ev dışı gıda tüketimi yapılmaktadır. İstatistiksel olarak da gelir ile ev dışı gıda tüketimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur (Çizelge 15).

Çizelge 15. Gelir Gruplarına Göre Tüketim Durumu

Gelir Grupları (milyon TL)	Tüketen	%	Tüketmeyen	%	Toplam
-100	5	26,3	14	73,7	100,0
100-150	17	27,4	45	72,6	100,0
150-200	36	46,8	41	53,2	100,0
200-300	55	58,5	39	41,5	100,0
300-400	41	67,2	20	32,8	100,0
400-600	36	81,8	8	18,2	100,0
600+	19	95,0	1	5,0	100,0
Toplam	209	55,4	168	44,6	100,0

Not: Ev dışında gıda tüketenler grubunda 2 hane öğrenci evi olup bunlar dikkate alınmamıştır.

$$\chi^2: 57,42 \quad \chi^2_{0,05; 6}: 12,59 \quad Ho: Red$$

4.2.4.2. Annenin Statüsü ve Eğitimi

Ev dışı gıda tüketimini etkileyen diğer önemli bir belirleyici, annenin ev dışında gelir getiren bir işte çalışıyor olmasıdır. Anket yapılan ve annenin çalıştığı ailelerin (65 aile) % 70.8'i ev dışında gıda tüketmektedirler. Annenin ev dışında gelir getiren herhangi bir işte çalışıyor olması aile gelirine, dolayısı ile harcama miktarına ve bileşenine katkı sağlamaktadır. Ayrıca zamanın önemli bir kısıt olması, annenin tüm gün yada günün belirli saatlerinde ev dışında olması ailenin hazır yiyecek ve ev dışı gıda tüketimini artırmaktadır (Çizelge 16).

Çizelge 16. Ev Dışında Gıda Tüketimi ve Annenin Statüsü

Tüketim Durumu	Çalışıyor		Çalışmıyor		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Tüketenler	46	70.8	161	51.9	207	55.2
Tüketmeyenler	19	29.2	149	48.1	168	44.8
Toplam	65	100.0	310	100.0	375	100.0

Not: Ev dışında gıda tüketenler grubunda 2 hane öğrenci evi olup bunlar dikkate alınmamıştır.

$$\chi^2: 7,71 \quad \chi^2_{0,05; 1}: 3,84 \quad Ho: red$$

Çalışma sonucunda annenin eğitimi ile ev dışı gıda tüketimi arasında önemli bir ilişkinin varolduğu ortaya konmuştur. Annenin eğitim düzeyi arttıkça ev dışı gıda tüketim eğiliminde artış beklenmesine rağmen, Çizelge 17’de görüldüğü gibi lise eğitimine sahip olanlara kadar artış, daha sonra azalış gözlenmiştir. Bu da eğitim durumuna bağlı olarak sağlık kaygısının artışı ile açıklanabilir. Yüksek eğitime sahip annelerin ev dışında özellikle fast food lokantalarındaki yiyeceklerin dengeli beslenmeye uygun olmadığı ve güvenilirliğinin zayıf olduğu düşüncesi ile evde hazırlanmış yiyeceklerin tüketime yönelindikleri görülmektedir (Akbay ve ark, 1999).

Ev dışında gıda tüketimine ilişkin kararlar anne ve babanın birlikte aldıkları karar olduğu için babanın eğitiminin de ev dışı gıda tüketimi üzerine etkili olabileceği düşünülmüş ve sonuçta hem annenin, hem de babanın eğitimi ile ev dışı gıda tüketimi arasında bir ilişkinin varlığı χ^2 analizi ile ortaya konmuştur (Çizelge 17).

Çizelge 17. Ev Dışında Gıda Tüketimi ile Anne ve Babanın Eğitimi

Eğitim Durumu	Anne			Baba		
	Tüketen	Tüketmeyen	Toplam	Tüketen	Tüketmeyen	Toplam
Ok.Yaz. Olmayan	13	12	25	15	10	25
Okur Yazar	15	24	39	3	9	12
İlköğretim	80	96	176	59	80	139
Lise	55	23	78	65	55	120
Universite	38	10	48	63	14	77
Toplam	201	165	366	205	168	373

Annenin eğitimi χ^2 : 29,78 $\chi^2_{0,05;4}$: 9,49 Ho red

Babanın eğitimi χ^2 : 35,87 $\chi^2_{0,05;4}$: 9,49 Ho red

Not: Dört ailede hane halkı reisi bulunmamaktadır.

4.2.4.3. Ailelerin Şehirlik Süresi

Anket yapılan aileler arasında 5 yıl ve daha kısa süredir şehirli olan ailelerin %72.2’si ev dışında gıda tüketirken, bu oran şehirlik süresi arttıkça düşmektedir. 11 yıl ve daha uzun süredir şehirde olanların yaklaşık yarısı ev dışında gıda tüketmektedirler. Şehirleşmenin ilk yıllarında görülen bu eğilim; yeni mekanlara ilgi ve tanıma isteği ileriki yıllarda yaşam tarzının yerleşmesi, alışkanlıkların farklılaşması, eğitim düzeyinin yükselmesi ile sağlık kaygılarının artması ile açıklanabilir.

Çizelge 18. Ailelerin Şehirlilik Sürelerine Göre Ev Dışında Gıda Tüketim Durumları

Tüketim Durumu	Şehirlilik Süresi (Yıl)					
	0-5		6-10		11+	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Tüketenler	26	72.2	39	54.2	144	53.5
Tüketmeyenler	10	27.8	33	45.8	125	46.5
Toplam	36	100.0	72	100.0	269	100.0

4.2.4.4. Ailenin Yaşam Dönemi

Çizelge 19'da ailelerin yaşam dönemlerine göre ev dışı gıda tüketimleri verilmiştir. Bekarların %80'i, parçalanmış ailelerin %75'i ve çocuklu ailelerin %56'sı ev dışında gıda tüketirken, çocuklarını evlendirmiş yaşlı çiftlerden oluşan ailelerin ancak %38'i ev dışında gıda tüketmektedir. Yaşlı nüfusta sağlık kaygılarının artması, geleneksel yemek kültürünü devam ettirmeleri ve bu gruba giren kişilerin büyük çoğunluğunun emekli olması nedeniyle yemek hazırlama konusunda yeterli zamana sahip olmaları, ev dışı gıda tüketimini azaltıcı etkenlerdir.

Çizelge 19. Ailelerin Yaşam Dönemlerine Göre Ev Dışı Gıda Tüketme Durumları

Yaşam Dönemi	Tüketmeyenler	%	Tüketenler	%	Toplam
Bekar	1	20,0	4	80,0	100,0
Yeni Evli	10	50,0	10	50,0	100,0
Çocuklu	145	44,2	183	55,8	100,0
Çocukları Evli	10	62,5	6	37,5	100,0
Ayrı Yaşayan Çiftler	2	25,0	6	75,0	100,0
Toplam	168	44,6	209	55,4	100,0

4.2.4.5. Ailelerin Taşınır ve Taşınmaz Mal Varlıkları

Anket yapılan ailelerde bazı mallar için mülkiyet durumları incelenmiş ve genel olarak ev dışında gıda tüketenlerin bu mallara sahip olma düzeyleri tüketmeyenlere göre daha yüksek olarak bulunmuştur. Bu da hayat standardının daha yüksek olduğu ailelerde ev dışında gıda tüketiminin de daha yüksek olduğunu göstermektedir (Çizelge 20).

Çizelge 20. Ailelerin Mülkiyet Durumlarına Göre Ev Dışında Gıda Tüketimleri

Mallar	Tüketenlerde (Adet)	Ortalama (Adet)	Tüketmeyenlerde (Adet)	Ortalama (Adet)
Mülk Ev	138	0,66	118	0,70
Araba	112	0,54	49	0,29
Derin Dondurucu	92	0,44	34	0,20
Mikrodalga Fırın	75	0,36	32	0,19
Bilgisayar	52	0,25	6	0,04
Yayla Evi	39	0,19	21	0,13
Deniz Evi	20	0,10	2	0,01
DVD	25	0,12	8	0,05
Cep Telefonu	293	1,40	133	0,79
Televizyon	289	1,38	189	1,13

4.2.5. Ev Dışı Gıda Tüketim Sıklığı

Ev dışı gıda tüketimi yapan kişilerin/ailelerin haftalık tüketim sıklığını belirlemek için, son hafta içerisinde ev dışında gıda tüketimleri sorulmuştur. Ailelerin %1.4'ü son bir hafta içinde dışarıda hiç yemek yememişlerdir. %38.8'lik bir oran ise 1-3 kez dışarıda yemek yediğini bildirmiştir. Son bir hafta içinde ev dışında 11 kez ve daha fazla yemek yiyenlerin oranı %11,0 olarak belirlenmiştir (Çizelge 21).

Çizelge 21. Ev Dışında Gıda Tüketen Ailelerin Ev Dışı Gıda Tüketim Sıklıkları

Sıklık	Frekans	%
0	3	1.4
1-3	81	38.8
4-5	44	21.1
6-10	58	27.7
11+	23	11.0
Toplam	209	100.0

Doğru hatırlanması bakımından son hafta tüketimleri sorulmasına karşın, elde edilen bulgular genel yargılara varmaya yeterli değildir. Tatil, hastalık, şehir dışında bulunma gibi kişisel değişkenler, söz konusu dönemi, genel davranışlardan saptırabilir. Bu nedenle değerlendirme yapılırken, araştırmanın yapıldığı dönem dikkate alınmalıdır.

4.2.6. Ev Dışı Gıda Tüketiminde Tercih Edilen Mekanlar

Ailelerinin ev dışı gıda tüketimlerinde yer tercihleri sorulmuştur. Bu soruya 717 cevap verilmiştir. En çok tercih edilen yerin kebabçılar (lokanta vb) olduğu görülmektedir.

Lokanta tercihi yapan kişilerin yaklaşık %62'si, bu tür yerleri 1. ve 2. sırada tercih etmişlerdir. Adana'da oldukça yaygın olan kebabçı lokantaların 1. ve 2. sırada tercih edilme oranı %82,6 iken, açık mekanlarda diğer lokantalara göre daha uygun fiyatta fast food alışkanlığına yakın tarzda "kaldırım kebabçıları"nın 1. ve 2. sırada tercih edilme oranı %55,3 olarak bulunmuştur. Adana'da geleneksel tüketim tarzı bir yandan hala geçerliliğini sürdürürken, genç nüfusun değişen tercihleri ilde fast food gıda alışkanlığını da geliştirmektedir. Bu tür lokantalar ancak 2. ve 3. sırada tercih edilmiş olup, tercih oranı %50'lere ulaşmıştır.

Yemek yenilen mekanların hangi sırada tercih edildiğine bakıldığında; lokantalar en fazla 2. ve 3. sırada, kebabçı lokantaları 1. ve 2. sırada tercih edilirken, kaldırım kebabçıları en fazla 1. sırada tercih edilmiştir. Hazır yemek alıp evde yemek 5. ve 6. sırada, barlar ise 6. ve 7.sırada tercih edilmiştir (Çizelge 22).

Çizelge 22. Ev Dışında Gıda Tüketen Ailelerin Tüketimlerinde Tercih Ettikleri Yerler

Yerler	Tercihler							
	I	II	III	IV	V	VI	VIII	Toplam
Lokantalar	42	42	31	12	3	2	2	134
Kebabçılar (lokanta vb.)	69	59	19	5	2	1	0	155
Kebabçılar (tablacı)(lahmacun, döner vb.)	40	22	23	6	10	4	7	112
Fast-Food ve Pizacılar	23	36	26	14	10	4	4	117
Barlar	0	3	2	6	4	5	13	33
Hazır Yemek Alıp Evde Yemek	4	12	18	19	16	9	1	79
Okul vb Kafeteryalar, ortak yemekhaneler	31	7	14	18	9	6	2	87
Toplam	209	181	133	80	54	31	29	717
Tercih Sırasına Göre Dağılım (%)								
Lokantalar	31,3	31,3	23,1	9,0	2,2	1,5	1,5	100,0
Kebabçılar (lokanta vb.)	44,5	38,1	12,3	3,2	1,3	0,6	0,0	100,0
Kebabçılar (tablacı)(lahmacun, döner vb.)	35,7	19,6	20,5	5,4	8,9	3,6	6,3	100,0
Fast-Food ve Pizacılar	19,7	30,8	22,2	12,0	8,5	3,4	3,4	100,0
Barlar	0,0	9,1	6,1	18,2	12,1	15,2	39,4	100,0

Tercihler Bileşimi (%)								
Hazır Yemek Alıp Evde Yemek	5,1	15,2	22,8	24,1	20,3	11,4	1,3	100,0
Okul vb Kafeteryalar ortak yemekhaneler	35,6	8,0	16,1	20,7	10,3	6,9	2,3	100,0
Lokantalar	20,1	23,2	23,3	15,0	5,6	6,5	6,9	
Kebapçılar (lokanta vb.)	33,0	32,6	14,3	6,3	3,7	3,2	0,0	
Kebapçılar (tablacı)(lahmacun, döner vb.)	19,1	12,2	17,3	7,5	18,5	12,9	24,1	
Fast-Food ve Pizacılar	11,0	19,9	19,5	17,5	18,5	12,9	13,8	
Barlar	0,0	1,7	1,5	7,5	7,4	16,1	44,8	
Hazır Yemek Alıp Evde Yemek	1,9	6,6	13,5	23,8	29,6	29,0	3,4	
Okul vb Kafeteryalar ortak yemekhaneler	14,8	3,9	10,5	22,5	16,7	19,4	6,9	
Toplam	100	100	100	100	100	100	100	

4.2.7. Fast Food Lokantalarına Gidiş Sıklığı

Son yıllarda zamanın giderek artan önemi ve gelişmiş ülkelerden ithal edilen tüketim kalıplarının gençler üzerindeki önemli etkisi, hızlı tüketim alışkanlığını artırmıştır. “Ye ve çık” olarak adlandırabileceğimiz, hızlı hazırlanan, fiyatları önceden bilinen, standart niteliklere sahip tüm yiyeceklerin satıldığı mekanlara “fast-food lokantaları” denilmektedir. Bu çalışmada hem franchising zincirleri (Mc Donald’s, Burger King, Pizza Hut), hem de yerel fast food lokantaları ile unlu mamul dükkanları ve kaldırım kebabçıları da fast food lokantaları olarak inceleme kapsamına alınmıştır.

Ailelerin fast-food lokantalarına gidiş sıklığına bakıldığında, % 37,8’inin ortalama olarak haftada birkaç kez, %35,4’ ünün ise ayda birkaç kez gittiği görülmektedir. Fast-Food lokantalarına her gün gidenlerin oranı %8,1 olarak bulunmuştur (Çizelge 23).

Çizelge 23. Fast-Food Lokantalara Giden Ailelerin Buralara Gidiş Sıklıkları

Gidiş Sıklığı	Frekans	%
Her Gün	17	8.1
Haftada birkaç kez	79	37.8
Ayda birkaç kez	74	35.4
Yılda birkaç kez	37	18.7
Toplam	207	100.0

4.2.8. Fast Food Lokantalarında Ailelerin Tercihleri

Fast-food lokantalara giden ailelerin % 48.4'ü tüketimlerinde herhangi bir yer için özel tercih belirtmemişlerdir. Ailelerin %11.3'ünün ise lokanta dışı kebab, döner, lahmacun salonlarını tercih ettikleri görülmektedir. İlde bulunan franchising fast-food zincirlerinin tercih edilme oranı %18'dir. Yerel hamburgerci ve pizzacıların tercih edilme oranı da franchising tercihiyle yakın bulunmuştur (%13,5) (Çizelge 24).

Çizelge 24. Fast-Food Lokantalara Giden Ailelerin Tüketimlerinde Tercih Ettikleri Yerler

Fast-Food Lokantaları	Tercihler							Toplam	%
	I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.		
Mc. Donald's	28	29	17	12	16	4	3	109	7.5
BurgerKing	18	16	14	13	4	7	2	74	5.2
PizzaHut	11	13	18	12	13	4	6	77	5.3
Rest. Dışı Kebabçı	106	17	17	11	9	1	3	164	11.3
Yerel Pizzacılar	15	27	22	19	11	1	5	100	6.9
Yerel Hamburgerciler	18	26	23	9	13	4	3	96	6.6
Unlu Mamuller	11	58	22	15	13	6	3	128	8.8
Tercihli olmayanlar	-	21	74	116	128	180	182	701	48.4
Toplam	207	207	207	207	207	207	207	1449	100.0

Not: Ev dışında gıda tüketenlerden iki hanenin fast-food tüketimi yoktur.

Fast food olarak nitelendirdiğimiz yerlerde en çok tercih edilen yiyeceklerin sırasıyla kebab, tavuk döner, hamburger ve lahmacun olduğu saptanmıştır (Çizelge 25). Fiyatların uygunluğu, tüketiciye yakın yerlerde bulunması, ulaşım kolaylığı, geleneksel damak zevkine hitap etmesi, marka imajı ve bağımlılığı yaratma, diğer markalarla rekabet edebilmek için yapılan promosyonlar, bu yiyecek türlerinin çok tercih edilmesini açıklayan nedenlerdir.

Çizelge 25. Fast-Food Lokantalara Giden Ailelerin Tüketimlerinde Tercih Ettikleri Yiyecek Türleri

Yiyecek Türleri	Frekans	%
Kebab	179	19,6
Tavuk Döner	111	12,1
Hamburger ve çeşitleri	106	11,6
Lahmacun	106	11,6
Et Döner	82	9,0
Pizza	77	8,4

Yiyecek Türleri	Frekans	%
Börek	71	7,8
Şırdan	48	5,2
Ciğer	42	4,6
Köfte Ekmek	42	4,6
Sandviç	34	3,7
Kokoreç	17	1,9
Toplam	915	100,0

Ev dışı gıda tüketiminde zaman tercihinin belirlemek önemlidir. Çalışma temposunun yoğun olduğu günlerde daha fazla tüketimin söz konusu olacağı tahmin edilmektedir. Bu çalışmada, Fast-food lokantalarına giden aileler, çoğunlukla hafta içi (%55.1) gitmeyi tercih ettiği bulunmuştur. Bu sonuç beklenen durumu onaylamaktadır. Buna karşın %5.8'lik bir kısım gün konusunda herhangi bir tercihinin olmadığını belirtmiştir (Çizelge 26). Fast-food lokantalara giden ailelerin % 58.9'unun gittiği öğün öğleedir. Akşam gidenlerin oranı ise % 41.1 olarak bulunmuştur (Çizelge 27).

Çizelge 26. Fast-Food Lokantalara Giden Ailelerin Tercih Ettikleri Günler

Gün	Frekans	%
Hafta İçi	114	55.1
Hafta Sonu	69	33.3
Her Gün	12	5.8
Tercihi olmayanlar	12	5.8
Toplam	207	100.0

Çizelge 27. Fast-Food Lokantalara Giden Ailelerin Tercih Ettikleri Günler

Öğünler	Frekans	%
Sabah	-	0.0
Öğle	122	58.9
Akşam	85	41.1
Toplam	207	100.0

4.2.9. Fast Food Lokanta Tercih Değerlendirmeleri

Çalışmada fast-food lokantalarına giden kişilerin en çok tercih ettiği mekana ilişkin özelliklerini ortaya koyacak ve kişilerin yargılarını belirleyecek bazı sorular sorulmuştur. Bu konu ile ilgili verilen ifadelerin beşli Likert ölçeği ile değerlendirilmesi istenmiş ve verilen cevaplar ağırlıklandırılarak Çizelge 28'de verilmiştir. Buna göre fiyatların ucuz ve

ödenen ücrete göre yiyeceklerin doyurucu bulunduğu, lokantaya girmeden ödenecek ücretin belirginliği olumlu olarak değerlendirilmiş, ayrıca satış geliştirme çabalarının ve her zaman aynı kalitede ve damak zevkine uygun yiyeceklerin bulunmasının etkili olduğu belirtilmiştir. Araştırma sonunda fast-food lokantalarına gidiş kararında çocuklara yönelik promosyonlar önemsiz çıkarken, oyun alanlarının olması hoşnutlukla karşılanmaktadır.

Müşteri kitlesinin belirgin olması ve ortamının beğenilmesi önemli tercih nedenleri olarak bulunurken, buna karşın kalabalık olması, kişilerin tercihlerini olumsuz etkilemektedir.

Hazırlanan yiyeceklerde kullanılan malzemelerin özellikle et ürünlerinin belirli marka güvencesi altında olması memnuniyet yaratırken, besin değeri düşük, bazı yerlerde yiyeceklerin hazırlandığı alanların hijyen ve sağlık kurallarına uygun olmadığı yönündeki düşünceler önemli ölçüde tercihi olumsuz etkilemektedir.

Ayrıca, sunulan hizmetin kalitesi olarak sayabileceğimiz, servis hızı, kasada bekleme süresi, kredi kartı kullanımı ve telefonla sipariş kolaylığı hakkında araştırmaya katılan aileler olumlu görüş bildirmişlerdir.

Çizelge 28. Ailelerin Gittikleri Fast-Food Lokantaları Hakkındaki Düşünceleri

Düşünceler	Puanlar						Toplam
	1	2	3	4	5	Boş	
Fiyatlar diğer lokantalara göre daha pahalı	18.7	7.6	12.0	11.0	48.0	2.7	100.0
Çeşitli zamanlarda yapılan fiyat promosyonları bütçeme uygun	36.8	15.8	21.5	9.6	12.5	3.8	100.0
Her zaman aynı kaliteyi buluyorum	40.7	18.7	22.0	6.7	8.1	3.8	100.0
Damak zevkime uygun çeşitlerde yiyecekleri buluyorum	53.1	22.0	12.0	1.9	7.2	3.8	100.0
Çocukların tercihi nedeniyle gidiyorum	21.1	10.1	10.0	6.2	44.5	8.1	100.0
Çocuklara verilen hediyeler nedeniyle gidiyoruz.	11.5	3.3	5.7	8.2	63.6	7.7	100.0
Müşteri kitlesinin belirgin olmasından hoşlanıyorum	31.1	12.4	20.1	9.6	22.5	4.3	100.0
Yiyeceklerin hijyen ve sağlık kurallarına uygun olmadığını düşünüyorum	9.1	9.1	16.3	20.1	41.6	3.8	100.0
Yerli fast-food lokantalarda et ürünlerinin daha güvenilir olduğunu düşünüyorum	23.0	20.6	25.4	8.0	17.7	5.3	100.0
Kolay ulaşılabilir yerlerde olmadıklarını düşünüyorum	21.1	8.1	14.4	12.9	39.2	4.3	100.0
Servis kalitesini beğenmiyorum	12.4	10.5	14.8	14.8	42.1	5.4	100.0
Sunulan yiyeceklerin besin değerinin yüksek olduğunu düşünüyorum	24.9	21.5	26.8	13.4	10.0	3.4	100.0
Ortamını beğeniyorum	43.1	25.8	14.4	5.7	8.1	2.9	100.0
Ödediğim ücrete göre ürünlerin doyurucu olmadığını düşünüyorum	26.3	9.1	12.0	15.8	32.5	4.3	100.0
Telefonla sipariş kolaylığından memnunum	47.4	14.4	12.0	5.2	15.8	5.2	100.0
Servisi hızlı buluyorum	49.3	18.7	18.2	3.3	5.7	4.8	100.0

Düşünceler	Puanlar						Toplam
	1	2	3	4	5	Boş	
Kasada bekleme süresi az	62.2	16.7	9.6	3.4	4.8	3.3	100.0
Kredi kartı kullanabiliyorum	46.4	7.2	8.1	8.6	23.0	6.7	100.0
Kalabalık olmasından hoşlanmıyorum	28.7	10.5	24.9	14.4	16.7	4.8	100.0
Buraya giderken ödeyeceğim fiyatın önceden belirgin olmasından memnunum.	68.4	11.1	8.6	3.8	4.8	3.3	100.0
Çocuklara yönelik oyun alanlarının olmasını olumlu buluyorum	42.6	7.2	12.4	6.2	26.3	5.3	100.0
Farklı ortamlarda yemek yemekten hoşlanıyorum	49.3	15.3	16.7	6.3	9.1	3.3	100.0

Fast food tüketen tüm gelir gruplarındaki ailelerin en fazla tercih ettikleri yerler lokanta dışı kebabçılardır (%50.7). Ailelerin % 13.4'lük bir kesiminin tercihleri ise Mc. Donald's'dır. Ailelerin gelir seviyesi yükseldikçe fast-food tüketimi için tercih yerleri franchising olarak işletilen yerlere doğru kaymaktadır. Fast-food tüketen ailelerin %26.3'ü 200-300 milyon TL/ay gelire sahiptir.

Düşük gelir grubunda bulunan tüketiciler özellikle franchising lokantalardan daha çok restoran dışı kebab vb yiyecek sunan yerleri tercih etmektedirler. Kaldırım kebabçıları olarak da nitelendirdiğimiz mekanlarda fiyatların daha ucuz olması, tercihte önemli bir faktördür. Gelir düzeyi arttıkça tercihler de franchising lokantalara doğru artmaktadır (Çizelge 29).

Çizelge 29. Ev Dışında Tüketenlerden Gelir Gruplarına Göre Fast-Food Lokanta Tercihleri

Fast-Food Lokantaları	Gelir Grupları							Toplam	%
	1	2	3	4	5	6	7		
Mc. Donald's	-	1	5	7	6	6	3	28	13.4
BurgerKing	2	2	1	6	3	4		18	8.6
PizzaHut	-	1	1	1	2	3	3	11	5.3
Rest.Dışı Keb./Dön./Lahm.	3	9	20	27	21	15	11	106	50.7
Yerel Pizzacılar	1	1	2	4	3	2	2	15	7.2
Yerel Hamburgerciler	-	1	5	5	3	3	1	18	8.6
Unlu Mamuller	-	2	1	4	2	2	-	11	5.2
Fast-food tüketmeyenler	-	-	-	1	-	1	-	2	1.0
Toplam	6	17	35	55	40	36	20	209	100.0
%	2.9	8.1	16.8	26.3	19.1	17.2	9.6	100.0	

Fast-food tüketen tüm ailelerin %85.7'si kebab yemeyi tercih etmektedirler. Kebabı takiben sırasıyla tavuk döner, hamburger ve çeşitleri, lahmacun ve et döner gelmektedir.

Ailelerin gelir seviyeleri yükseldikçe, tüketim yapısı kebaptan pizza ve hamburgere doğru kaymaktadır (Çizelge 30).

Çizelge 30. Fast-Food Tüketen Ailelerin Gelir Gruplarına Göre Tercih Ettikleri Yiyecek Türleri

Fast-Food Lokantaları	Gelir Grupları							Toplam	%
	1	2	3	4	5	6	7		
Hamb.ve çeşitleri	3	7	19	25	23	21	8	106	50.7
Pizza	4	3	9	16	16	17	12	77	36.8
Lahmacun	3	8	17	31	21	14	12	106	50.7
Ciğer	1	6	8	15	6	3	3	42	20.1
Kebab	6	16	31	48	36	26	16	179	85.7
Köfte Ekmek	-	6	4	15	9	4	4	42	20.1
Sandviç	1	3	6	10	4	5	5	34	16.3
Kokoreç	-	2	4	5	5	1	-	17	8.1
Tavuk Döner	2	10	17	38	21	12	11	111	53.1
Et Döner	1	9	10	23	15	13	11	82	39.2
Şırdan	-	6	11	14	11	4	2	48	23.0
Börek	2	6	8	26	14	11	4	71	34.0
Toplam	6	17	35	55	40	36	20	209	100.0
%	2.9	8.1	16.8	26.3	19.1	17.2	9.6	100.0	

4.3. Faktör Analizi Sonuçları

Bu çalışmada Adana ili kent merkezinde ikamet eden ailelerin ev dışında gıda tüketim kararını etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla veri tabanı ev dışında gıda tüketen ve tüketmeyen aileler olmak üzere iki gruba ayrılmış ve her gruba ayrı faktör analizi yapılması planlanmıştır.

Analiz her iki grup için de iki aşamada gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada Varimax rotasyon çözümü metodu ile, ev dışında gıda tüketme veya tüketmeme kararını açıklayabilmek için, kaç faktörün yeterli olduğuna karar verilmiştir. Kullanılacak açıklayıcı değişkenlerin faktör analizi uygulamaya elverişli olup olmadığı Kaiser-Meyer-Olkin ölçümü ile test edilmiştir.

Başlangıç çözümü (principle component) de faktör sayısını karar vermede kullanılan özdeğerler (eigen value) varyans ve eklemeli varyans değerleri hesaplanmıştır. Genel bir kural olarak özdeğeri birden büyük olan faktörler seçilmiştir.

Elde edilen faktörler ve yükleri dikey ve yatay olmak üzere iki farklı şekilde yorumlanabilir. Dikey yorumlamada her bir faktör kendi içerisinde değerlendirilir ve her bir değişkenin faktöre bağımlılığı ortaya konur. Yatay yorumlamada ise her bir değişkenin belirlenen faktörlerle ilişkileri açıklanabilmektedir. Böylece kriterlerin hangi unsurlara bağımlı olarak değiştiği gözlenebilir (Yurdakul, 1974). Çalışmada yatay yorumlama dikey yorumlama kadar açıklayıcı olmadığı için sadece dikey yorumlamaya yer verilmiştir.

4.3.1. Ev Dışı Gıda Tüketiminde Etkili Ana Faktörler

Çalışmada faktör analizi ev dışı gıda tüketiminde bulunan hanelerden anket yoluyla toplanan özelliklerin dökümü ile oluşturulan R tipi matris ile yapılmıştır. Bu matriste satırlarda haneler, sütunlarda ise bu hanelerin özellikleri bulunmaktadır.

Faktör analizi başlangıç çözümünün istatistik sonuçları Çizelge 31’de verilmiştir. Buna göre özdeğer, varyans ve eklemeli varyans kriterleri göz önüne alınarak 6 faktörün yeterli olduğuna karar verilmiştir. Bu 6 ana faktör varyansın %67,5’ini açıklamaktadır. Birinci ana faktör toplam varyansın %39,8’ini, ikinci ana faktör %7,7’sini ve üçüncü ana faktör ise % 6,5’ini açıklamaktadır.

Çizelge 31. Faktör Analizi Başlangıç Çözüm İstatistik Sonuçları

Faktör No	Öz Değer (Eigen Value)	Varyans	Eklemeli varyans
1	10,7	39,8	39,8
2	2,1	7,7	47,5
3	1,7	6,5	54,0
4	1,3	4,9	58,9
5	1,2	4,5	63,4
6	1,1	4,1	67,5

Çizelge 32’de Varimax metoduna göre faktör analizi rotasyon sonuçları, Çizelge 33’de ise faktör analizlerinde kullanılan değişkenler verilmiştir. Faktörlerin isimlendirilmesinde değişkenlerden faktör yükü 0,5 ve üzerinde olanlar değerlendirmeye alınmıştır. Çizelgede ayrıca bağımlılık oranı (communality) verilmiştir. Bağımlılık oranı her bir değişkenin (yatay) faktör katsayılarının karelerinin toplamı alınarak hesaplanır. Toplam bağımlılık oranının yüksek çıkması elde edilen sonuçların istatistiki olarak anlamlı olduğunu, ayrıca analize tabi tutulan diğer değişkenlerle ortak yanlarını oransal olarak fazla olduğunu göstermektedir (Çabuk ve Şengül, 2000). Örneğin belirlenen 6 faktör “yer tercihi” değişkeninin %73,2’sini; “gelir” değişkeninin %93,5’ini açıklamaktadır.

Toplam değişimin %39,8’inin açıklayan birinci faktörde ev dışında yemek konusunda tercih edilen lokanta türü, ev dışı tüketim kararında etkili olan kişi ve ev dışında en çok tercih edilen yiyecek türünün faktör yükü yüksek çıkmıştır. Bu sonuç ev dışında

kimin kararı ile, nerede ve ne yendiği sorularına cevap vermektedir. Birinci ana faktörde ayrıca fast food lokantalarının nitelikleri ile ilgili değerlendirmelerin faktör yükü oldukça anlamlı bulunmuştur. Bu nedenle birinci faktöre “**lokanta nitelikleri**” adının verilmesi uygun bulunmuştur. Buna göre Adana ilinde aileler arasında ev dışı gıda tüketiminde tercih ve tercih edilen yerlerin nitelikleri bakımından önemli bir farklılık olmadığı söylenebilir.

İkinci ana faktörde ailelerin aylık gelirleri ve gıda harcamalarının faktör yükleri önemli düzeyde yüksek çıkmıştır. Bu faktör ev dışı gıda tüketiminin yaklaşık %8’ini açıklamaktadır ve bu faktöre “**gelir ve harcama faktörü**” ismi verilmiştir. Bu faktörün bağımlılık oranı da oldukça yüksek çıkmıştır. Tüketiciler gelirleri arttıkça daha çok ev dışında tüketme eğiliminde olmaktadır. Geliri artan bireylerin gıda harcamaları mutlak olarak artarken nispi olarak azalmaktadır. Gıda harcamaları bileşimi gelir artışıyla değişiklik göstermektedir. Fiyata karşı tüketicilerin duyarlı olmadığı koşullarda, tüketiciler gıda tüketimlerinde kolaylık, çeşitlilik ve kalite aramaktadırlar. Bu beklentiler de ev dışı gıda tüketimini artırmaktadır. Annenin gelir getiren bir işte çalışıyor olması, aile gelirini de artıracak ve ev dışı gıda tüketim kararını veren kişi ve tercih edilen yerin seçiminde etkili olacaktır.

Üçüncü ana faktör “**annenin tutumu**” faktörüdür. Çünkü annenin gezerek fiyat karşılaştırma olanağına sahip olması, ev dışı gıda tüketiminin savurganlık olarak algılamaması bu faktörü açıklamaktadır. Toplam değişimin %6,5’inin açıklayan bu faktör de istatistiki olarak anlamlı çıkmıştır.

Dördüncü faktör ise ailenin kompozisyonunu gösterdiği için “**aile kompozisyon faktörü**” olarak adlandırılmıştır. Bu faktör toplam varyansın yaklaşık %5’ini açıklarken, bağımlılık oranı da oldukça yüksek bulunmuştur. Bu ana faktörde hanedeki 21-40 yaş arası nüfusun ev dışı gıda tüketiminde artırıcı (pozitif) yönde etkisi olduğu, buna karşın 40 yaş ve üstü nüfusun ise negatif etkisi olduğu bulunmuştur. Gençlerde ortaya çıkan bu pozitif etki, çalışma yaşında olan nüfusun, zaman yetersizliği, alışkanlık, yeterli gelire sahip olma ve ev dışında yemek yemenin bireyin sosyalleşmesine katkıda bulunması gibi etmenlerle açıklanabilir. Yaşlı nüfusun negatif çıkan tüketim eğilimi ise bu gruba giren kişilerin geleneksel gıda tüketim alışkanlığına sahip olması, bu yaş grubunda görülen gıda tüketim alışkanlığına bağlı hastalıkların artışı ve ayrıca yeterli gelire sahip olamama gibi faktörlerle açıklanabilir.

“**Gençlik faktörü**” olarak isimlendirilen beşinci faktörde ergen kişilerin (7-14 yaş arası) hanedeki payı değişkeninin dışında diğer değişkenler istatistiki olarak anlamlı bulunmamıştır. Bu değişkenin de pozitif yönde etkili bağımlılık oranına sahip olduğu görülmektedir. Gençler arasında yaygınlaşan yeni tüketim eğilimleri bir gruba ait olma

güdüsü ve özellikle fast-food lokantalarının bu gruba yönelik promosyonlarından kaynaklanan artış bu faktörün anlamlılığını açıklamaktadır.

Altıncı faktör toplam varyansın %4,1'ini açıklamaktadır. Annenin eğitimi ve annenin herhangi bir işte çalışması anlamlı sonuçlar vermiştir. Annenin eğitiminin artması ve çalışıyor olması ev dışı gıda tüketimi üzerine olumlu etki yapmaktadır. Bu faktör de “**annenin statüsü faktörü**” olarak isimlendirilmiştir. Annenin çalışıyor olması gelir artışı sağlaması, zaman faktörünün de önem kazanmasıyla beslenmede kolaylık aranması ev dışı gıda tüketimini artırıcı etki yapmaktadır.

Çizelge 32. Faktör Analizi Rotasyon Çözümü

Değişkenler	F1	F2	F3	F4	F5	F6	H ²
Yer Tercihi	0,841	0,147	0,115	0,039	-0,093	-0,035	0,732
Kararçı	0,841	0,128	0,206	0,013	0,020	0,029	0,767
Kebap	0,840	0,068	0,087	0,035	0,033	-0,052	0,723
Müşteri kitlesi	0,806	-0,026	0,118	0,110	-0,195	0,082	0,722
Hijyen-Sağlık	0,794	0,059	0,039	0,023	0,074	0,059	0,645
Kalabalık	0,791	0,114	0,123	0,033	0,198	0,091	0,702
Hızlı Servis	0,772	0,038	0,151	-0,012	0,020	-0,018	0,620
Kredi Kartı	0,771	-0,046	-0,044	0,015	-0,188	0,013	0,634
Oyun Alanı	0,765	0,120	0,028	0,011	-0,315	0,160	0,726
Servis Kalitesi	0,755	0,069	0,052	-0,047	0,191	-0,014	0,616
Doyuruculuk	0,746	0,034	0,154	-0,055	0,313	0,014	0,682
Farklı Ortam	0,745	0,062	0,167	0,061	-0,216	0,060	0,640
Kasa	0,743	0,048	0,239	0,058	0,013	-0,016	0,616
Tercih 1	0,731	0,046	-0,051	0,020	-0,046	0,005	0,542
Ulaşım	0,722	0,033	-0,022	0,023	0,381	0,011	0,669
Fiyat Belirginliği	0,717	0,086	0,0240	0,081	0,011	0,050	0,588
Fiyat	0,649	0,180	0,287	-0,056	0,348	-0,012	0,661
Gıdahrc	0,129	0,952	0,074	-0,027	-0,029	0,063	0,934
Gelir	0,129	0,948	0,125	0,049	-0,013	0,020	0,935
Gezginci	0,144	0,055	0,701	0,049	-0,175	0,068	0,552
Savurgan	0,242	0,008	0,691	0,098	0,047	-0,195	0,586
Araba	0,107	0,160	0,628	-0,048	0,047	0,294	0,522
G Oran	0,092	0,003	0,063	0,871	-0,113	-0,018	0,874
Y Oran	-0,006	-0,009	-0,019	-0,864	-0,292	-0,015	0,832

Değişkenler	F1	F2	F3	F4	F5	F6	H ²
E Oran	-0,016	-0,043	-0,085	0,113	0,711	0,059	0,531
Aegt	0,038	-0,034	-0,048	-0,160	-0,029	0,812	0,691
Aiş	0,065	0,151	0,223	0,292	0,131	0,630	0,576
Özdeğer	10,7	2,1	1,7	1,3	1,2	1,1	
Varyans	39,8	7,7	6,5	4,9	4,5	4,1	
Eklmeli Varyans	39,8	47,5	54,0	58,9	63,4	67,5	

Çizelge 33. Faktör Analizinde Kullanılan Değişkenlerin Açıklaması

Değişkenler	Tanımı
Yer Tercihi	Ev dışında tercih edilen ilk yer (lokanta, kebabçı, fastfood ve pizzacılar, barlar, okul, kafeterya, yemekhane)
Kararcı	Ev dışında yemek yeme kararında etkili olan kişi (anne, baba, çocuk, aile)
Kebab	Ev dışında en çok tercih edilen yiyecek türü (*)
Müşteri kitlesi	Fast food lokantalarındaki müşteri kitlesinin belirginliği
Hijyen-Sağlık	Fast food lokantalarında yiyeceklerin hijyen ve sağlık kurallarına uygunluğu
Kalabalık	Fast food lokantalarının kalabalık olması
Hızlı Servis	Fast food lokantalarının servis hızlılığı
Kredi Kartı	Fast food lokantalarında kredi kartı kullanım olanağı
Oyun Alanı	Fast food lokantalarında çocuklara yönelik oyun alanlarının bulunması
Servis Kalitesi	Fast food lokantalarında servis kalitesi
Dozuruculuk	Fast food lokantalarında ödenen ücrete göre yiyeceklerin doyuruculuğu
Farklı Ortam	Farklı ortamlarda yemek yeme
Kasa	Fast food lokantalarında kasada bekleme süresinin kısalığı
Tercih 1	En çok gidilen fast food lokanta
Ulaşım	Fast food lokantalarına ulaşım kolaylığı
Fiyat Belirginliği	Fast food lokantalarında ödenecek fiyatın önceden belirgin olması
Fiyat	Diğer lokantalara göre fiyatları
Gelir	Ailenin aylık geliri
Gıdahrc	Ailenin aylık gıda harcaması
Gezginci	Genelde her türlü alışverişte çok gezer ve fiyatın uygun olduğu yerden alır
Savurgan	Dışarıda yemek yemeyi savurganlık olarak değerlendirir

Değişkenler	Tanımı
Araba	Araba sahipliği
G Oran	Hanedeki 21-40 yaş arası kişi sayısının toplam hane halkı sayısına oranı
Y Oran	Hanedeki 40 yaş üzeri kişi sayısının toplam hane halkı sayısına oranı
E Oran	Hanedeki 7-14 yaş arası kişi sayısının toplam hane halkı sayısına oranı
Aegt	Annenin eğitim düzeyi
Aiş	Annenin çalışma durumu

*: En çok tercih edilen yiyecek türü

4.3.2. Ev Dışı Gıda Tüketiminde Bulunmayan Ailelerin Özellikleri

Ev dışında tüketim yapmadığını belirten 168 aile için de ilk grupta olduğu gibi faktör analizi uygulanmıştır. Bu hanelerdeki tüm değişkenler analize tabi tutulmuş ve istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar vermeyen değişkenler analizden çıkarılmıştır. Daha sonra anlamlı değişkenlerle yeniden faktör çözümü yapılmıştır. Tüketimde etkili olduğu düşünülen bu değişkenlerin, analiz yapmaya uygun olup olmadığı Bartlett küresellik testi, ortak varyansların incelenmesi ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örnekleme yeterlilik ölçütü ile test edilmiştir. Bu test sonuçlarına göre gözlem değerlerinin faktör analizi yapmaya uygun olmadığı belirlenmiştir. İstatistiksel olarak anlamlı çıkan 14 değişken, varyansın %64,9'nu açıklayan 5 faktörle özetlenebilmektedir. Ortak varyans değeri bağımlılık oranları toplamının, değişken sayısına bölümü ile bulunur ve bu sonucun 2/3'den büyük ya da eşit olması istenmektedir (Tatlıdil, 1996). Çalışmada ortak varyans 0,6494 bulunmuştur ve 2/3'den küçük olması faktörleşmenin iyi olmadığını göstermektedir. Bartlett testi 570,72; KMO ölçütü ise 0,61389 olarak düşük nitelendirilecek düzeyde bulunmuştur. Bu nedenle rotasyon çözümü ve faktör skorları verilmemiştir.

4.4. Probit Analizi Sonuçları

Bu çalışmada bağımlı değişken ev dışı gıda tüketimi, bağımsız değişkenler ise sırasıyla; lokanta nitelikleri, gelir-harcama faktörü, annenin tutumu, hane halkı genişliği, gençlik faktörü, ilkokul, lise, yüksek okul, deli dana hastalığı ve gazete okuma alışkanlığıdır. Araştırma alanında, incelenen ailelerin %55'inin fast food lokantalarına gittiği saptanmıştır. Probit modeli Maksimum olasılık tahmini yöntemiyle analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre R^2 değeri 0,71 olarak saptanmıştır. Analiz sonuçları Çizelge 34'de verilmiştir.

Çizelge 34. Maksimum Logaritmik Olasılık Tahmin Sonuçları

	Katsayı	t - değeri	p - değeri
Lokanta Nitelikleri	0,989	8,850	0,000
Gelir-Harcama Faktörü	0,164	1,963	0,050
Annenin Tutumu	0,229	2,491	0,013
Hane halkı Sayısı	-0,325	-3,908	0,000
Gençlik Faktörü	0,240	1,713	0,087
İlk öğretim	-0,116	-0,705	0,481
Lise	-0,010	-0,051	0,959
Yüksek Okul	0,126	,547	0,584
Deli Dana Hastalığı	0,001	4,352	0,000
Gazete Okuma Alışkanlığı	0,726	-1,917	0,055

Çizelge 34'de de görüleceği üzere, modelde kullanılmış olan 10 faktörden yedisi istatistiksel olarak önemli bulunmuştur. Lokanta niteliklerinin ev dışı gıda tüketimine etkisi pozitif ve istatistiksel olarak önemli bulunmuştur. Bu sonuç fast food lokantalarının nitelikleri ve ailelerin fast food harcama miktarları arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Gıda tüketiminde en önemli faktörlerden biri olan gelir ve harcama faktörü de yine pozitif ve istatistiksel olarak önemli bulunmuştur. Faktör analizi sonuçlarında da saptandığı gibi, yüksek gelire sahip olan aileler daha fazla miktarda ev dışı gıda harcamasına sahiptirler. Ayrıca annenin çalışıyor olması toplam aile gelirini arttırdığından buna paralel olarak gerek gelir artışından ve gerekse yemek hazırlamak için gerekli olan zamanın kıt olmasından dolayı, ev dışı gıda tüketimi artış eğilimi göstermektedir. Ailelerin gelirlerinde %1 oranında artış ev dışı gıda tüketim harcamalarını %0,5 oranında arttıracaktır.

Araba sahibi olmak ve dolayısıyla piyasayı gezerek fiyatlar hakkında daha fazla miktarda bilgiye sahip olunması, yine ailelerin ev dışı gıda tüketimlerini olumlu yönde etkilemektedir. Hane halkı genişliği ise negatif ve istatistiksel olarak önemli bulunmuştur. Özellikle birey sayısının fazla olduğu ailelerde ev dışı gıda tüketiminin aile bütçesine daha fazla yük getireceği düşüncesi, geniş olan ailelerin ev dışından çok evde hazırlanmış gıdalara yönelmelerine neden olmaktadır.

Annenin eğitim durumunun ev dışı gıda tüketimine etkisini belirleyen ilk ve lise eğitimi negatif, yüksek okul eğitimi ise pozitif bulunmasına rağmen, faktör analizinden farklı olarak istatistiksel olarak önemsiz bulunmuştur. Bunun en önemli nedenleri arasında özellikle fabrika ve benzeri yerlerde çalışan annelerin eğitim durumlarının homojen olmaması bulunmaktadır.

Gazete okuyup okumama değişkeni ise, beklenenin aksine negatif çıkmıştır. Fakat anket yapılan ailelerin büyük bir bölümünün en az bir gazete okuduğu (aile tarafından satın alınmış veya alınmamış) dikkate alındığında, her ne kadar değişken önemli bulunmuş ise de gazete okuma oranının ev dışı gıda tüketimini azalttığını söylemek zordur.

Son olarak önceki yapılan çalışmalarda da saptandığı gibi, deli dana, şap ve bakteriyel gıda hastalık ve zehirlenmeleri ile ilgili haber ve yazılar tüketicilerin gıda tüketim yapısında önemli değişmelere neden olmaktadır. Bu araştırma sonucunda da, literatürde de görüleceği gibi, ev dışı gıda tüketimi ve gıda zehirlenme ve hastalıkları arasındaki ilişki istatistiksel olarak önemli bulunmuştur. Bu da tüketicilerin gıda hastalıkları ve gıda güvenliğine karşı oldukça duyarlı olduklarını göstermiştir.

5.SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, Adana ili kentsel alanda hanelerin ev dışı gıda tüketimlerini belirlemek için 385 aileden anket yoluyla veriler derlenmiştir. Elde edilen veriler analiz edilerek, ailelerin ev dışında gıda tüketip tüketmedikleri, tüketim sıklıkları ve zamanları, tüketim yeri ve tükettikleri yiyecek türleri, tüketim kararında etkili kişi ve faktörler araştırılmıştır.

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre, Adana ilinde ortalama hane halkı genişliğinin 4.3 kişi olduğu, hanelerin %89,4'ünün anne baba ve çocuklardan oluşan çekirdek ailelerden oluştuğu, hane halkının %35'inin 21-40 yaşları arasında olduğu ve %87'sinin yaşam dönemi bakımından çocuklu aileler olduğu saptanmıştır.

Anket yapılan hanelerin aylık gıda harcamalarının toplam gelirlerine oranı %47,6 olarak hesaplanmış olup, bu rakam 1994 yılı Türkiye ortalamasının (%35,6) üzerinde bulunmuştur.

Üzerinde çalışılan 377 hanenin %54,4'ü ev dışı gıda tüketiminde bulunmakta ve aylık gıda harcamalarının ortalama %24,9'unu ev dışı harcamalarına ayırmaktadır. Böylece haneler aylık gelirlerinin ortalama %11,7'sini ev dışı gıda tüketiminde kullanmaktadırlar.

Ev dışı gıda tüketimini belirleyen faktörlerin analizi, ailelerin tüketip tüketmeme durumuna göre iki farklı gruba ayrılan hanelere ait verilerle yapılmıştır. Tüketmeyen ailelere ait verilerden yapılan analizler istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar vermemiştir. Fakat tüketen aileler grubunda 6 ana faktörün tüketim kararındaki toplam varyansın %67,5'ini açıkladığı hesaplanmıştır. Bu faktörler, sırasıyla lokanta nitelikleri (%39,8), gelir ve harcama (%8), annenin tutumu (%6,5), ailenin kompozisyonu (%5,0), gençlik faktörü (%4,5) ve annenin statüsü faktörü (%4,1) olarak belirlenmiştir.

Çalışmada ayrıca, kesikli verilerin kullanıldığı ve tüketme veya tüketmeme kararının olasılıklarının birbirine eşit olduğu durumlara uygun olan probit modeli kullanılarak tüketime etki eden değişkenler belirlenmiştir. Probit modelinde kullanılan 10 faktörün 6'sı faktör analizinde anlamlı bulunan ana faktörler, diğer 4'ü ise tüketime etkili olduğu düşünülen açıklayıcı değişkenlerden seçilmiştir. Bu faktörlerden 7'si (lokanta nitelikleri, annenin tutumu, annenin eğitimi, gelir-harcama, gençlik, hane halkı genişliği faktörleri, deli dana hastalığına karşı duyarlılık, gazete okuma alışkanlığı değişkenleri) istatistiksel olarak önemli bulunmuştur. Beklenenin aksine gazete okuma alışkanlığının tüketimde negatif yönde etkisi olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Gelişmiş ülkelerde 1950'li yıllarda başlayan ev dışı gıda tüketim artışı, son yıllarda gelişmekte olan ülkelerde de hızlanmıştır. Gelişmiş ülkeleri, iletişim imkanlarının artması ile yakından takip edebilen ve bu ülkelerdeki yaşamı hedef alan gelişmekte olan ülke

tüketicileri, gelişmiş ülke tüketicilerinin sahip olduğu tüketim alışkanlıklarını oldukça kolay hatta özenerek kabul edebilmektedir. Ev dışında yemek yeme bu açıdan bir sosyal fayda yaratmaktadır ve kişilerin farklı mekanlarda tüketim isteğini arttırmaktadır. Bu tür bir tüketim kalıbı transferi yanında, gelişmekte olan ülkelerde son yıllarda kadının ekonomik hayata katılımının artması, böylece zaman faktörünün önem kazanması da bir zorunluluk olarak ev dışı gıda tüketiminin hızla artmasına neden olmuştur.

Gıda tüketim yapısı gelire bağlı bir gelişme gösterdiği kadar, tüketicilerin bilinç düzeyine de bağlı olarak ikinci bir gelişme göstermektedir. Başlangıçta kişilerin geliri arttıkça hayvansal gıda tüketiminin arttığı ve işlenmiş ürünlere olan talebin yükseldiği görülmektedir. Ancak bu tür hayvansal protein ağırlıklı ve katkı maddelerinin yüksek olduğu işlenmiş ürünlerin insan sağlığına yönelik olumsuz etkilerinin görülmesi ile gıda tüketim alışkanlıkları tekrar bir değişme göstermiş ve günümüzde “Akdeniz tipi beslenme” yada “Doğal (organik) ürünlerle beslenme” alışkanlıklarının faydaları konuşulmaya başlanmıştır.

Gıda talep esnekliğinin düşük olduğu gelişmiş ülkelerde tüketiciler daha fazla tüketimden, daha sağlıklı ve bilinçli tüketim ve üretim, işleme ve hazırlamada doğaya duyarlı ürünleri tercih etmeye başlamışlardır. Özellikle hayvansal ürün tüketiminin ağırlıkta olduğu gelişmiş ülkelerde dengesiz beslenmeden doğan önemli hastalıklar yaygınlaşmıştır. Aşırı şişmanlık olan obezite, önemli sağlık sorunlarının başında yer almaya başlamıştır. Hayati tehlikeler taşıyan bir çok hastalığın kaynağının dengesiz beslenme olduğu saptanmıştır. Beslenmenin kanser riskinde önemli rolü bulunduğu göz önünde bulundurulduğunda, gelişmiş ülke ve bazı gelişmekte olan ülkelerdeki tüketicilerin beslenme alışkanlıklarının değiştirilmesi konusunun tartışılmaya başlanması yadsınamayacaktır. Gelişmiş ülkelerde özellikle ortaya çıkan bu hastalıklar uzun yıllardır devam eden tüketim yapılarından kaynaklanmaktadır.

Ülkemizde beslenme alışkanlığı açısından hem gelişmiş ülkelerdeki, hem de gelişmekte olan ülkelerdeki eğilimler bir arada görülmektedir. Yüksek gelir gruplarında hayvansal gıda önemli pay alırken, düşük gelir gruplarında beslenme tahıla dayalıdır. Bu nedenle ülkemizi bahsedilen aşamalardan biri içinde kesin olarak değerlendirmek mümkün değildir.

Benzer durumun önümüzdeki yıllarda ülkemizde ve diğer gelişmekte olan ülkelerde de görülmesi olasıdır. Türkiye’de tüketiciye hızlı gıda tüketimi için olanaklar sunan yerler hızla artmaktadır. Geleneksel Türk damak zevkini sunan (kebab, döner, lahmacun, kokoreç vb) lokantaların yanı sıra, 1980’li yılların ikinci yarısından itibaren ithal edilmeye başlanan batı ve Amerika tarzı besin öğelerini taşıyan (hamburger, pizza vb) lokantalar da hizmet vermektedir. Bunların yanında daha sağlıklı beslenmek isteyen

tüketiciler için de mekanlar açılmaya başlamıştır. Hazır yiyecek sektöründe görülen bu çeşitlilik sağlık, temizlik ve hijyen koşullarında da farklılıklar ortaya çıkarmıştır. Bu da tüketicilerin güvenilirliğinde riskler yaratabilecektir.

Ev dışı gıda tüketimi, tüketiciye bazı sağlık riskleri yaratırken, önemli avantajlar da sağlamaktadır. En önemli avantajlarının başında zaman tasarrufu ve kolaylık sıralanabilir.

Bireysel faydaları göz önünde bulundurularak beslenme bozukluklarını artıracak gelişmelerde sosyal kayıplar da dikkate alınmalıdır.

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) başta olmak üzere, bir çok sivil toplum örgütleri, kamu kuruluşları, araştırma enstitüleri önlemler alınmak üzere önerilerde bulunmakta ve tüketiciyi bilinçlendirmeye yönelik çalışmalar yapmaktadırlar.

Tüketiciye yaşamsal kolaylıklar sağlayacak ve bunun yanı sıra da kamu sağlığını da tehlike altına almayacak düzenlemeler yapılmalıdır. Bu aşamada uygulanması gereken temel önlemlerin başında tüketiciyi bilinçlendirmeye yönelik eğitim ve tanıtım faaliyetleri yapmak gelebilir. Özellikle ev dışı gıda tüketim kararında etkili olan aile bireyleri bu faaliyetlerde hedef kitle olarak alınmalıdır.

Ayrıca bu sektördeki işyerlerinin kurulması ve işletilmesi ile ilgili ilkeleri belirten Türk Gıda Mevzuatı ve Türk Gıda Kodeksine uyumluluğu denetlenmelidir.

KAYNAKLAR

- Aaker, D.A., Day, G.S., 1983, Marketing Research. John Wiley & Sons, Inc. U.S.A.
- Anonim, 1991. Türkiye Aile Yıllığı. TC Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yayınları. Yayın No: 71. Ankara.
- Anonim, 1999. Türkiye Nüfus ve Sağlık Genel Araştırması 1998. Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etüdüleri Enstitüsü, Ankara.
- Byrne, J.P., Capps, Jr.O., Saha, A., 1998. International Food and Agribusiness Management Review, 1 (1) 51-72.
- Caillavet, F., Nichele, V., 2001, Wives' Activity and FAFH Consumption Patterns: French Evidence, The Food Consumer In The Early 21st Century, 19-20 April 2001, Zaragoza, Spain.
- Carlson, A., Kinsey, J., Nadav, C., 1998, Who Eats What, When, and Where? Working Paper 98-05, The Retail Food Industry Center, University of Minnesota.
- Collins, M., 1986, Sampling (Editör: R. Worcester ve ark.1986), Consumer Market Research Handbook.
- Çabuk, S., Şengül, S., 2000. Ailelerin Evde ve Ev dışında Gıda Tüketimlerinin "Switching Regresyon" Yöntemiyle Belirlenmesi. İstatistik Araştırma Sempozyumu'2000. T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, Ankara.
- Demir, Ö., Acar, M., 1993. Sosyal Bilimler Sözlüğü. İstanbul.
- DİE, 1997, 1994 Hane Halkı Tüketim Harcamaları Anketi Sonuçları, Ankara.
- DPT, 1993. Türk Aile Yapısı Araştırması. Yayın No: DPT Notları, 2313-SPGM: 421. Ankara.
- DPT, 2001, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Aile Özel İhtisas Komisyonu Raporu. Ankara.
- Elmacıoğlu, F., 1996. Hızlı Hazır Yemek Sisteminde (Fast Food) Önceliklerin Belirlenmesi. Beslenme ve Diyet Dergisi 25 (1) 30-34.
- Goddard, D., 1983. An Analysis of Canadian Aggregate Demand for Food at Home and Away From Home. Canadian Agricultural Economics and Farm Management Society, 31 November 1983- 289-318.
- Gül, A., 1995. Sulamanın GAP Alanında Tarım Sektöründe Üretim Yapısı, Girdi Kullanımı, Verimlilik ve İşletme Gelirleri Üzerine Etkileri. Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Bölümü Yayınlanmamış Doktora Tezi. Adana.

- Güney, İ., Vural, H., Bozyokuş, H., 1996. Pazarlama Araştırmalarında Kümeleme Yönteminin Uygulanması. Türkiye 2. Tarım Ekonomisi Kongresi Cilt:1 Sayfa: 242-253. Adana.
- Hair, F.J., Anderson, R.E., Tatham, R.L., Black, W.C., 1992, Multivariate Data Analysis With Regarding, U.S.A.
- Hiemstra, S.J., Kim, W.G., 1994. Factors Affecting Expenditures For Food Away From Home: By Type of Eating Place and Meal Occasion. International Association of Agricultural Economists, Harere, Zimbabwe.
- Joseph, F., Hair, Jr. E.A., Rolph, L.T., Ronald, C.B., William., 1992. Multivariate Data Analysis. Macmillan Publishing Company, a division of Macmillan, Inc. Third Edition. New York, U.S.A.
- Jekanowski, M., Binkley, J. K., Eales, J. The Impact of Demographics, Market Characteristics, and Prices on the Consumption of Food-Away-From_home, 1995.
- Jensen, H. H., Yen, S. T., 1996. Food Expenditure away from Home by Type of Meal. Canadian Journal of Agricultural Economics. 44 67-80.
- Lee, J.L., Brown, M.G., 1986. Food Expenditures At Home and Away From Home in the United States – A Switching Regression Analysis. The Review of Economics and Statistics, 68 (1), 142-147.
- Lund, P., 1998. Eating Out: Statistics and Society Presidential Address. Journal of Agricultural Economics 49 (3) 279-293.
- Madran, C., 1994. Türkiye’de Dondurulmuş Gıda Sektörünün Bugünkü Durumu ve Gelecekteki Potansiyeli Üzerine Bir Değerlendirme. İşletme Yönetiminde Üçüncü Güncel Konular Semineri. İİBF, İşletme Bölümü, Adana.
- McCracken, V.A., Brandt, A.J., 1987, Household Consumption of Food-Away-From-Home: Total Expenditure and by Type of Food Facility, American Agricultural Economics Association, 274-284.
- Mihalpoulos, V.G., Demoussis, M., 2001. Greek Household Consumption of Food Away From Home A Macro Econometric Approach. The Food Consumer In The Early 21st Century, 19-20 April 2001, Zaragoza, Spain.
- Montini, A., 2001, Food Away From Home and Household Expenditures in Italy, The Food Consumer In The Early 21st Century, 19-20 April 2001, Zaragoza, Spain.
- Nakip, M., Varınlı, İ., 1995. Üniversite Öğrencilerinin Cinsiyetlerine Göre Gıda Tüketim Alışkanlıkları. Pazarlama Dünyası. Kasım-Aralık. 13-20.
- Nayga, R.M., Capps, O., 1992. Determinants of Food Away from Home Consumption: An Update. Agribusiness, Vol. 8, No. 6, 549-559.

- Norusis, J.M., 1988. SPSS/PC + Advanced Statistics V2.0 for the IBM PC/XT/AT and PC/2.SPSS Inc. Chicago, Illinois, U.S.A.
- Özçelik, A.Ö. ve Sürücüoğlu, 1998. Tüketicilerin “Fast Food Türü” Yiyecek Tercihleri” Gıda 23(6) 437-444.
- Özkurt, A., 1998. İçel İli Orman Köylerinin Sosyo-Ekonomik Yapısı, Sorunları ve Orman Köylülerinin Yerinde Kalkındırılması Olanakları. Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Bölümü Yayınlanmamış Doktora Tezi. Adana.
- Prochaska, J., F., Schrimper, R., A., 1973. Opportunity Cost of Time and Other Socio-Economics Effects on away from Home Food Consumption. American Journal of Agricultural Economics. 55 (4) 595-603.
- Putnam, J.J., 1993, Food Consumption Prices and Expenditures, 1970-1992 Washington DC:U.S Department of Agriculture, Economic Research Service, Statistical Bulletin No.867. U.S.A.
- Seçkin, F.S., 1999. Fast Food’a Yatırım Haritası. Capital, No:9, 132-135.
- Sürücüoğlu, M.S. ve Çakıroğlu, F.P., 2000. Ankara Üniversitesi Öğrencilerinin Hızlı Hazır Yiyecek Tercihleri Üzerinde Bir Araştırma. Tarım Bilimleri Dergisi 6(3) 116-121.
- Tatlıldil, H., 1996 Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Analiz, Ankara.
- Uçar, Ş., 2000. Fast Food Alışkanlıkları: Fast Food’da Sınıfsal Tercihler Netleşti! Power (Temmuz 2000). 90-92.
- Yen, S.T., 1993. Working Wives and Food Away from Home: The Box-Cox Double Hurdle Model. American Journal of Agricultural Economics. 75 (November 1993) : 884-895.
- Yurdakul, O., 1973. Tarım İşletmelerinin Analizinde Yeni Bir Method “Faktöriyel Analiz”. Ziraat Ekonomisi Dergisi, Cilt:4, Sayı:11, Ankara.

TEAE Yayın Listesi

Kitaplar

- T.Özüdoğru, E. Ertürk, 2002, **Türkiye V. Pamuk, Tekstil ve Konfeksiyon Sempozyumu Bildiriler**, Yayın No: 87, Ekim, Ankara
- N.Akyıl, T.Özüdoğru, 2001, **Yeni Gelişmeler Işığında Pamuk Sektörü, IV. Türkiye Pamuk, Tekstil ve Konfeksiyon Sempozyumu Bildirileri**, Yayın No: 77, Aralık, Ankara.
- N.Akyıl, 2000, **Pamuk Endüstrisinde Pazar Merkezli Bilgi Akışı, Türkiye III. Pamuk, Tekstil ve Konfeksiyon Sempozyumu Bildiriler Tartışmalar**, Yayın No: 47, Ekim, Ankara.
- S. Tan, Y. E. Ertürk, 2000, **Türkiye'de Hayvancılık Sektörü: Üretici, Sanayici ve Politika Yapıcılar Açısından Sektörün Değerlendirilmesi, Türkiye I. Besi ve Süt Hayvancılığı Sempozyumu Bildirileri**, Yayın No: 46, Temmuz, Ankara.
- A. Bayaner, H. Bozkurt, 1999, **Türk Tarımında Bilim ve Araştırma Politikaları (İngilizce)**, Yayın No: 30, Ekim, Ankara.
- N. Akyıl, A. Bayaner, 1999, **Pamukta Tarım ve Sanayi Entegrasyonu, Türkiye II. Pamuk, Tekstil ve Konfeksiyon Sempozyumu Bildirileri**, Yayın No: 27, Ağustos, Ankara.
- A. Bayaner, G. Nevruz, N. Akyıl, 1998, **I. Türkiye Pamuk, Tekstil ve Konfeksiyon Sempozyumu: Bildiriler, Tartışmalar**, Yayın No: 12, Ekim, Ankara.
- O. Aydoğuş, G. Nevruz, 1998, **I. Türkiye Buğday Sempozyumu: Bildiriler, Tartışmalar**, Yayın No: 11, Temmuz, Ankara.
- T. Yıldırım, A. Schmitz, W.H. Furtan, 1998, **Dünya Tarım Ticareti (İngilizce)**, Westview Press, USA.

Çalışma Raporları

- T. Binici, A. Koç, A. Bayaner, 2001, **Üretici Risk Davranışları ve Etkileyen Sosyo-ekonomik Faktörler: Adana Aşağı Seyhan Ovası Örneği (İngilizce)**, Çalışma Raporu 2001-1, Yayın No:61, Nisan, Ankara.
- F. Fuller, A. Koç, H. Şengül and A. Bayaner, 2000, **Türkiye'de Çiftlik Düzeyinde Yem Talebi (İngilizce)**, Çalışma Raporu 99WP226, CARD, Ekim, Iowa.
- S. Tan, B. Şener, S. Aytüre, 1999, **Feoga ve Türkiye'de Uygulanabilirliği**, Çalışma Raporu 1999-3, Yayın No: 38, Aralık, Ankara.
- A. Şener, A. Koç, 1999, **Türkiye'de Kimyasal Gübre Talebi**, Çalışma Raporu 1999-2, Yayın No: 25, Ağustos, Ankara.
- A. Bayaner, V. Uzunlu, 1999, **Türk Baklagil Pazarlama Politikalarının Dünya Ticaretine Etkileri**, Çalışma Raporu 1999-1, Yayın No: 20, Nisan, Ankara.
- T. Yıldırım, W. H. Furtan, A. Güzel, 1998, **Türkiye Buğday Politikasının Teorik ve Uygulamalı Analizi**, Çalışma Raporu 1998-4, Mayıs, Ankara.
- E. H. Çakmak, H. Kasnaoğlu, T. Yıldırım, 1998, **Fark Ödeme Sisteminin Ekonomik Analizi**, Çalışma Raporu 1998-3, Nisan, Ankara.
- A. Bayaner, 1998, **Türkiye Makarnalık Buğday Sektörü ve Uluslararası Pazardaki Rekabet Gücü**, Çalışma Raporu 1998-2, Yayın No: 8, Nisan, Ankara.

- M. Fisunoğlu, M. Pınar ve O. Aydoğuş, 1998, **Türkiye'nin Orta ve Doğu Avrupa Ülkeleri ve Rusya Federasyonu ile Tarımsal Ticaret Olanakları**, Çalışma Raporu 1998-1, Mart, Ankara.

Monograf

- H. Tanrıvermiş, 2000, **Orta Sakarya Havzası'nda Domates Üretiminde Tarımsal İlaç Kullanımının Ekonomik Analizi**, Yayın No: 42, Mayıs, Ankara.

Proje Raporları

- R. Tunalioglu, O. Gökçe, 2002, **Ege Bölgesinde Optimal Zeytin Yayılış Alanlarının Tespitine Yönelik Bir Araştırma**, Yayın No: 90, Aralık, Ankara.
- KARLI, B. 2002, **GAP Alanındaki Tarıma Dayalı Sanayi İşletmelerinin Gelişimi, Sorunları ve Çözüm Yolları**, Yayın No: 88, Eylül, Ankara.
- S. TAN, Y.E.ERTÜRK, **Türkiye’de Süt Tozu Üretimi ve Dünyadaki Rekabet Şansı**, Yayın No: 86, Ekim, Ankara.
- S. Tan, İ. Dellal. 2002, **Kırmızı Et Üretim ve Tüketim Açığını Kapatmak İçin Alternatif Bir Yaklaşım: Hindi Üretimi ve Sözleşmeli Yetiştiricilik Modeli**, Proje Raporu 2002-3. Yayın No: 85, Temmuz, Ankara.
- İ. Dellal, G. Keskin, G. Dellal. 2002, **GAP Bölgesinde Küçükbaş Hayvan Yetiştiriciliğinin Ekonomik Analizi ve Hayvansal Ürünlerin Pazara Arzı**, Proje Raporu 2002-2. Yayın No: 83, Temmuz, Ankara.
- G. Dellal, A. Eliçin, N. Tekel, İ. Dellal, 2002, **GAP Bölgesinde Küçükbaş Hayvan Yetiştiriciliğinin Yapısal Özellikleri**, Proje Raporu 2002-1. Yayın No: 82, Temmuz, Ankara.
- T.Özüdoğru, H.Tatlıdil, 2001, **“Bu Toprağın Sesi” Televizyon Programının Polatlı İlçesinde Çiftçi Davranışlarına Etkileri Üzerine Bir Araştırma**, Proje Raporu. Yayın No: 78, Aralık, Ankara.
- P. Karahocagil, 2001, **Yeter Gelirli İşletme Büyüklüğü: Literatür İncelemesi**, Proje Raporu 2001-24, Yayın No:76, Ekim, Ankara.
- G. Malorgio, A. Koç, A. Bayaner, M.U. Kandemir, 2001, **Türkiye’de Gıda Sektörünün Yapısı ve Performansı** (İngilizce), Proje Raporu 2001-23, Yayın No:75, Ekim, Ankara.
- S. Tan, 2001, **Türkiye’de Sütçülük Sektöründe Bölgeler Arası Yapısal Değişimin Spatial Denge Modeli İle Analizi**, Proje Raporu 2001-22, Yayın No: 72, Ağustos, Ankara.
- C. Abay, S. Sayan, B. Miran, A. Bayaner, 2001, **Türkiye’de Tarıma Yapılan Transferlerin Enflasyon Üzerine Etkileri: Bir Nedensellik Araştırması**, Proje Raporu 2001-21, Yayın No:71, Haziran, Ankara.
- M. Sarımeşeli, F. Tatlıdil, 2001, **Doğrudan Gelir Desteği ve Kayıt Sistemi Pilot Uygulaması ve Orman İçi Köyler Açısından Değerlendirilmesi**, Proje Raporu 2001-20, Yayın No:70, Nisan, Ankara.
- B. Saraçoğlu, O. Aydoğuş, N. Köse, D. İşgören, 2001, **Türkiye’de Su Ürünleri Sektörü: Üretim, Talep ve Pazarlama**, Proje Raporu 2001- 19, Yayın No:69, Nisan, Ankara.
- E. Çakmak, H. Kasnakoğlu, 2001, **Tarım Sektöründe Türkiye ve Avrupa Birliği Etkileşimi**, Proje Raporu 2001-18, Yayın No:68, Nisan, Ankara.

- S. Demirci, 2001, **Şeker Fabrikalarının Performans Analizi ve Toplam Faktör Verimliliklerinin Ölçümü: Dea ve Malmquist İndeks Yaklaşımı**, Proje Raporu 2001-17, Yayın No:67, Nisan, Ankara.
- O. Zaim, A. Bayaner, M.U. Kandemir, 2001, **Tarımda İller ve Bölgeler Düzeyinde Üretkenlik ve Etkinlik: Farklar ve Nedenler**, Proje Raporu 2001-16, Yayın No:66, Nisan, Ankara.
- A.Koç, A.Bayaner, M.U. Kandemir, 2001, **Gümrük Birliği ve DTÖ'nün Tarımsal Ticaret Üzerine Etkisi**, Proje Raporu 2001-15, Yayın No:65, Nisan, Ankara.
- TEAE personeli **Türkiye'de Bazı Bölgeler için Önemli Ürünlerde Girdi Kullanımı ve Üretim Maliyetleri**, 2001, Proje Raporu 2001-14, Yayın No:64, Nisan, Ankara.
- A. Koç, H. Tanrıvermiş, F. Budak, E. Gündoğmuş, H. İnan, A. Kubaş, B. Özkan, 2001, **Türkiye Tarımında Kimyasal İlaç Kullanımı: Etkinsizlik, Sorunlar ve Alternatif Düzenlemelerin Etkileri**, Proje Raporu 2001-13, Yayın No:63, Nisan, Ankara.
- E.İşıklı, A. Koç, B.Miran, N.Akyıl, C.Abay, S.Güler, C.Günden, 2001, **Türkiye'de Tütünde Arz Kontrolü ve Ekonomik Etkileri**, Proje Raporu 2001-12, Yayın No:62, Nisan, Ankara.
- Ş. Akdemir, T. Binici, H. Şengül, vd. 2001, **Bölge Bazlı Tarım Sigortasının Türkiye'de Seçilmiş Bölgeler İçin Potansiyel Sigorta Talebinin ve Talebinin Karşılabilirliğinin Belirlenmesi**, Proje Raporu 2001-11, Yayın No:60, Nisan, Ankara.
- S. Alpay, İ. Yalçın, T. Dölekoğlu, 2001, **Avrupa Birliği Kalite ve Sağlık Standartlarının Türk Gıda Sanayi Sektörü Rekabet Gücü Üzerine Etkisi**, Proje Raporu 2001-10, Yayın No:59, Nisan, Ankara
- A.Bayaner, A. Koç, H. Tanrıvermiş, E.Gündoğmuş, N. Ören, B.Özkan, 2001, **Doğrudan Gelir Desteği Pilot Uygulamasının İzleme ve Değerlendirilmesi**, Proje Raporu 2001-9, Yayın No:57, Mart, Ankara
- D. Ediz, A. Ş. İntişah, R. Özlü, 2001, **Doğrudan Gelir Desteği Pilot Uygulaması (Türkçe ve İngilizce)**, Proje Raporu 2001-8, Yayın No:56, Mart, Ankara.
- F. Yavuz, Ş.Aksoy, S. Tan, V. Dağdemir, A. Keskin, 2001, **Türkiye'de Süt Pazarlama Sisteminin İyileştirilmesi İçin Kurumsal Yapılanma İhtiyacı Üzerine Bir Araştırma**, Proje Raporu 2001-7, Yayın No:55, Mart, Ankara.
- A. Koç, V. Uzunlu A. Bayaner, 2001, **Türkiye Tarımsal Ürün Projeksiyonları 2000-2009**, Proje Raporu 2001-6, Yayın No:54, Şubat, Ankara.
- A.Koç, A. Bayaner, S. Tan, Y.E. Ertürk, F. Fuller, 2001, **Türkiye'de Destekleme Politikaları ve Programlarının Hayvancılık Sektörünün Gelişmesi Üzerine Etkisi (İngilizce)**, Proje Raporu 2001-5, Yayın No:53, Ocak, Ankara.
- Y.E. Ertürk, 2001, **Ankara İli Kızılcahamam İlçesinde Köy-Tür'e Bağlı Olarak Faaliyet Gösteren Broiler İşletmelerinin Ekonomik Analizi**, Proje Raporu 2001-4, Yayın No:52, Ocak, Ankara.
- S. Akgüngör, F. Barbaros, N. Kumral, 2001, **Türkiye'de Meyve ve Sebze İşleme Sanayinin Avrupa Birliği Piyasasında Sürdürülebilir Rekabet Gücü Açısından Değerlendirilmesi**, Proje Raporu 2001-3, Yayın No: 51, Ocak, Ankara.
- Y. Z. Özcan, 2001, **Türkiye'de Fındık, Çay, Şeker Pancarı ve Tütün Tarımında Hızlı Kırsal Değerlendirme (ingilizce)**, Proje Raporu 2001-2, Yayın No: 50, Ocak, Ankara.

- H. Şengül, A. Koç, N. Akyıl, A. Bayaner, F. Fuller, 2001, **Türkiye’de Pamuk Pazarı: Gelecekteki Talebi Etkileyen Faktörlerin Değerlendirilmesi**, Proje Raporu 2001-1, Yayın No: 49, Ocak, Ankara.
- M. Sarımeşeli, O. Aydoğuş, 2000, **Dünya Fındık Piyasasının Ekonomik Analizi ve Türkiye için Optimum Politikaların Saptanması**, Proje Raporu 2000-6, Yayın No: 45, Temmuz, Ankara.
- I. Dellal, 2000, **Antalya İlinde Kıl Keçisi Yetiştiriciliğine Yer Veren Tarım İşletmelerinin Ekonomik Analizi ve Planlanması**, Proje Raporu 2000-5, Yayın No: 43, Haziran, Ankara.
- H. Tanrıvermiş, E. Gündoğmuş, V. Ceyhan, H. Fidan, H. Özudoğru, 2000, **Türkiye’de Özelleştirme Uygulamalarının Tarım Kesimine Etkilerinin Değerlendirilmesi**, Proje Raporu 2000-3, Yayın No:41, Mayıs, Ankara.
- S. Demirci, 2000, **Doğrudan Gelir Sistemi ve Uygulamalar: Literatür İncelemesi**, Proje Raporu 2000-1, Yayın No: 40, Mayıs, Ankara.
- B. Saraçoğlu, N. Köse, 2000, **Bazı Gıda Sanayilerinin Uluslararası Rekabet Gücü: Makarna, Bisküvi ve Un Sanayi**, Proje Raporu 2000-2, Yayın No: 39 , Mayıs, Ankara.
- T. Kırıl, H. Kasnakoğlu, 1999, **Tarımsal Ürünler İçin Maliyet Hesaplama Metodolojisi ve Veri Tabanı Rehberi**, Proje Raporu 1999-13, Yayın No: 37, Aralık, Ankara.
- S. Demirci, 1999, **Destekleme Alımı ve Fark Ödeme Sisteminin Refah ve Dağılım Etkilerinin İncelenmesi**, Proje Raporu 1999-12, Yayın No: 36, Aralık, Ankara.
- J. Brooks, A. Tanyeri, 1999, **Tarımsal Politika Reformu: Sosyal Hesap Matriksi Yaklaşımı** (İngilizce), Proje Raporu 1999-11, Yayın No: 35, Aralık, Ankara.
- E. H. Çakmak, H. Akder, 1999, **Dünya Ticaret Örgütü-Tarım Anlaşması'nın Yeni Görüşme Dönemi ve Türkiye: Olanaklar, Kısıtlar ve Stratejiler**, Proje Raporu 1999-10, Yayın No:34, Aralık, Ankara.
- A. Özçelik, H. Tanrıvermiş, E. Gündoğmuş, A. Turan, 1999, **Türkiye’de Sulama İşletmeciliğinin Geliştirilmesi Yönünden Şebekelerin Birlik ve Kooperatiflere Devri ile Su Fiyatlandırma Yöntemlerinin İyileştirilmesi Olanakları**, Proje Raporu 1999-9, Yayın No: 32, Kasım, Ankara.
- A. Koç, J. Beghin, F. Fuller, Ş. Aksoy, T. Dölekoğlu, A. Şener, 1999, **Türkiye’de Yağlı Tohumlar Pazarı: Uluslararası Fiyatlar ve Alternatif Politikaların Arz, Talep ve İkame Ürünler Üzerine Etkileri** (Türkçe ve İngilizce), Proje Raporu 1999-8, Yayın No: 31, Eylül, Ankara.
- A. Bayaner, 1999, **Çorum İlinde Yumurta Tavukçuluğunun Ekonomik Analizi**, Proje Raporu 1999-7 Yayın No: 23, Haziran, Ankara.
- E. Çakmak, H. Kasnakoğlu, H. Akder, 1999, **Türk Tarımında Destekleme Alımları ve Pazar Girişi Etkileri: Tarımsal Sektör Modeli Analizi**, (İngilizce), Proje Reporu 1999-6 Yayın No: 22, Mayıs, Ankara.
- W. H. Furtan, A. Güzel, G. Karagiannis, A. Bayaner, 1999, **Türkiye’de Tarımsal Araştırmaların Getirisi ve Tarımsal Verimlilik** (İngilizce), Proje Raporu 1999-5, Yayın No: 21, Mayıs, Ankara.
- O. Yurdakul, v.d., 1999, **Türkiye’de Hayvansal Ürünler Arzı ve Yem Talebi: Mevcut Durumun Değerlendirilmesi ve Alternatif Politika Senaryoları** (Türkçe ve İngilizce), Proje Raporu 1999-4, Yayın No: 17, Mart, Ankara.

- S. Akgüngör, B. Miran, C. F. Abay, E. Olhan, N.K. Nergis, 1999, **İstanbul, Ankara, ve İzmir İllerinde Tüketicilerin Çevre Dostu Ürünlere Yönelik Potansiyel Talebinin Tahminlenmesi**, Proje Raporu 1999-3, Yayın No: 15, Şubat, Ankara.
- A. Özçelik, A.Turan, H. Tanrıvermiş, 1999, **Türkiye’de Tarımın Pazara Entegrasyonunda Sözleşmeli Tarım ve Bu Modelin Sürdürülebilir Kaynak Kullanımı ile Üretici Geliri Üzerine Etkileri**, Proje Raporu 1999-2, Yayın No: 14, Şubat, Ankara.
- A. Schmitz, E. Çakmak, T. Schmitz and R. Gray, 1999, **Türk Tarımında Devlet Eliyle Ticaret** (Türkçe ve İngilizce), Proje Raporu 1999-1, Yayın No: 13 Şubat, Ankara.

Durum ve Tahmin Raporları

- Y.E. ERTÜRK, S. TAN, **Et ve Et Mamülleri Durum ve Tahmin: 2003**, Durum ve Tahmin 2003-5, Yayın No: 94, Aralık, Ankara.
- S. TAN, Y.E. ERTÜRK, **Süt ve Süt Mamülleri Durum ve Tahmin: 2003**, Durum ve Tahmin 2003-4, Yayın No: 93, Aralık, Ankara.
- Y.E. ERTÜRK, S. TAN, **Kümes Hayvanları ve Yumurta Durum ve Tahmin: 2003**, Durum ve Tahmin 2003-1, Yayın No: 92, Aralık, Ankara.
- H.Ege, P.Karahocagil 2002, **Yemlik Tahıllar Durum ve Tahmin: 2002/2003**, Durum ve tahmin 2002-2, Yayın No: 91, Aralık, Ankara
- Özüdoğru, T. 2002, **Pamuk Durum ve Tahmin: 2002/2003**, Durum ve Tahmin 2002-1, Yayın No:89, Ekim, Ankara.
- İ. Dellal, R. Tunalıoğlu 2002, **Buğday Durum ve Tahmin: 2002/2003**, Durum ve Tahmin 2002-1, Yayın No: 84, Ankara.
- H.Ege, P.Karahocagil 2001, **Yemlik Tahıllar Durum ve Tahmin: 2001/2002**, Durum ve Tahmin 2001-7, Yayın No: 82, Aralık, Ankara.
- Y.E. ERTÜRK, S. TAN, **Kümes Hayvanları ve Yumurta Durum ve Tahmin: 2002**, Durum ve Tahmin 2001-6, Yayın No: 81, Kasım, Ankara.
- Y.E. ERTÜRK, S. TAN, **Et ve Et Mamülleri Durum ve Tahmin: 2002**, Durum ve Tahmin 2001-5, Yayın No: 80, Kasım, Ankara.
- S. TAN, Y.E. ERTÜRK, **Süt ve Süt Mamülleri Durum ve Tahmin: 2002**, Durum ve Tahmin 2001-4, Yayın No: 79, Kasım, Ankara.
- İ. Dellal, 2001, **Buğday Durum ve Tahmin: 2001/2002**, Durum ve Tahmin 2001-3, Yayın No: 74, Eylül, Ankara.
- T. Dölekoğlu, 2001, **Yağlı Tohumlar ve Bitkisel Yağlar Durum ve Tahmin: 2001/2002**, Durum ve Tahmin 2001-2, Yayın No:73, Ağustos, Ankara.
- T. Özüdoğru, N. Akyıl, 2001, **Pamuk Durum ve Tahmin: 2001/2002**, Durum ve Tahmin 2001-1, Yayın No:58, Eylül, Ankara.
- İ. Dellal, H. Ege, 2000, **Yemlik Tahıllar Durum ve Tahmin: 2000/2001**, Durum ve Tahmin 2000-2, Yayın No: 48, Aralık, Ankara.
- H. Ege, İ. Dellal, 2000, **Buğday Durum ve Tahmin: 2000/2001**, Durum ve Tahmin 2000-1, Yayın No: 44, Temmuz, Ankara.
- N. Akyıl, 1999, **Pamuk Durum ve Tahmin: 1999/2000**, Durum ve Tahmin 1999-8,

Yayın No: 33, Aralık, Ankara.

- H. Ege, 1999, **Yemlik Tahıllar Durum ve Tahmin: 1999/2000**, Durum ve Tahmin 1999-7, Yayın No: 29, Eylül, Ankara.
- Y.E. Ertürk, S. Tan, 1999, **Et ve Et Mamülleri Durum ve Tahmin: 1999**, Durum ve Tahmin 1999-6, Yayın No: 28, Ağustos, Ankara.
- S. Tan, Y.E. Ertürk, 1999, **Süt ve Süt Mamülleri Durum ve Tahmin: 1999**, Durum ve Tahmin 1999-5, Yayın No: 26, Ağustos, Ankara.
- O. Aydoğuş, H. Ege, N. Köse, 1999, **Buğday Durum ve Tahmin: 1999/2000**, Durum ve Tahmin 1999-4, Yayın No: 24, Haziran, Ankara.
- H. Ege, Y.E. Ertürk, 1999, **Yemlik Tahıllar Tahmin: 1998/99**, Tahmin 1999-3, Yayın No: 19, Mart, Ankara.
- Ş. Aksoy, A. Şener, 1999, **Yağlı Tohumlar ve Bitkisel Yağlar Durum ve Tahmin: 1997/98**, Durum ve Tahmin 1999-2, Yayın No: 18, Mart, Ankara.
- N. Akyıl, 1999, **Pamuk Tahmin: 1998/99**, Tahmin 1999-1, Yayın No: 16, Mart, Ankara.
- O. Aydoğuş, H. Ege, Y. E. Ertürk, 1998, **Buğday Tahmin: 1998/99**, Tahmin 1998-5, Aralık, Ankara.
- N. Akyıl, Y.E. Ertürk, 1998, **Pamuk Durum ve Tahmin: 1998/99**, Durum ve Tahmin 1998-4, Eylül, Ankara.
- H. Ege, Y.E. Ertürk, 1998, **Yemlik Tahıllar Durum ve Tahmin: 1998/99**, Durum ve Tahmin 1998-3, Temmuz, Ankara.
- O. Aydoğuş, H. Ege, Y. E. Ertürk, 1998, **Buğday Tahmin: 1998/99**, Tahmin 1998-2, Temmuz, Ankara.
- M. Pınar, N. Akyıl, S. Er ve Y. E. Ertürk, 1998, **Pamuk Durum ve Tahmin: 1997/98**, Durum ve Tahmin 1998-1, Ocak, Ankara.
- O. Aydoğuş, H. Ege, Y. E. Ertürk ve N. P. Zöğ, 1997, **Buğday Durum ve Tahmin: 1997/98**, Durum ve Tahmin 1997-1, Aralık, Ankara.