

Hazır yemek hizmeti alan farklı sosyo-ekonomik düzeye sahip bireylerin yeme davranışlarının ve menü tercihlerinin belirlenmesi

Özge Çam^{ID}, Buket Aydeniz Güneşer^{ID}

Cite this article as:

Çam, Ö., Aydeniz Güneşer, B. (2020). Hazır yemek hizmeti alan farklı sosyo-ekonomik düzeye sahip bireylerin yeme davranışlarının ve menü tercihlerinin belirlenmesi. *Food and Health*, 6(4), 267-286. <https://doi.org/10.3153/FH20027>

Uşak Üniversitesi, Mühendislik
Fakültesi, Gıda Mühendisliği Bölümü,
Uşak, Türkiye

ORCID IDs of the authors:

Ö.Ç. 0000-0001-6965-1600
B.A.G. 0000-0003-2197-5504

Submitted: 29.05.2020

Revision requested: 14.06.2020

Last revision received: 16.06.2020

Accepted: 11.07.2020

Published online: 14.09.2020

Correspondence:

Buket AYDENİZ GÜNEŞER

E-mail: buket.guneser@usak.edu.tr



© 2020 The Author(s)

Available online at
<http://jfh.sscientificwebjournals.com>

ÖZ

Bu araştırma, hazır yemek hizmeti alan farklı yaş, cinsiyet ve sosyo-ekonomik düzeye sahip bireylerin yeme alışkanlıklarını, yemek tercihlerini, menü seçimlerini, gıda güvenliği ve hijyen bilgilerini ortaya koymak ve hazır yemek hizmetiyle ilgili sorunları giderme konusunda neler yapılabileceğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışma neticesinde, hazır yemek hizmeti alan bireylerin günlük öğün düzenlerine, öğün içeriklerine, menü tercihlerine ve özel beslenme alışkanlıklarına yönelik önemli bilgiler elde edilmiş ve kategorik değişkenler arasındaki ilişkiler çoklu uyum analiziyle yorumlanmıştır. Hazır yemek hizmeti alan bireylerin yemeğin hazırlandığı, taşındığı ve hatta servis edildiği mekânların hijyeni konusunda gerekli titizliğe sahip olması ise tüketici bilinçlendirmesi ve gıda güvenliğinin yaygınlaştırılması bakımından umut verici olarak değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Anket, Beslenme, Menü, Sosyo-Ekonomik, Tüketici, Çoklu uyum analizi (MCA)

ABSTRACT

Evaluation of the eating behaviours and menu choice of individuals with different socio-economic status who receive ready-to-eat service

This study performed to investigate the eating habits, food or menu preferences of people whose received ready-to-eat service at different age, gender, and socio-economic status, to carried out consumer's food safety and food hygiene knowledge and also to indicate what can be done to reduce the ready-to-eat service problems. As a result of this study, valuable scientific findings were obtained as daily meal scheme and contents, menu preferences and special dietary habits of people whose received ready-to-eat service and multiple correspondence analysis were applied to find out the relations between categorical variables. The presence of people whose have required sensibility about on hygiene status of food cooking, food transfer and also food service areas evaluated as a promising approach in terms of consumer awareness and food safety dissemination.

Keywords: Survey, Nutrition, Menu, Socio-economic, Consumer, Multiple correspondence analysis (MCA)

Giriş

Yaşamın başlangıcından, hayatın bitmesine kadar olan süreçte her canlının beslenmeye olan isteği elzemdir. Bu elzem ihtiyaç, endüstriyel gelişmelerin hız kazandığı kentsel yaşamdaki ekonomik güçlenme ve çalışan birey sayısının oransal artışı sonucunda giderek daha fazla önem kazanmaktadır (Acımuş, 1996). Çalışan sayısındaki artış hızının yüksekliği, çalışma şartlarının ivmeli olarak zorlaşması sonucunda toplu beslenme hizmetinin temelleri atılmış ve zaman içerisinde toplu beslenme hizmeti veren tüm kurumların faaliyet alanları ve performanslarında dikkat çeken değişiklikler meydana gelmiştir (Birer, 1985). Bireylerin buldukları yerden ayrılmadan yiyecek ve içecek seçmelerine imkân sağlayan “Toplu Beslenme Sistemleri ” bu hizmeti alan bireylerin beslenme ihtiyaçlarını gidermek, beslenme sorunlarını tespit etmek, yönetmek ve önlemek amacıyla çalışan kuruluşlardır. Taşınabilir yemek servisi, yerinde yemek üretimi, merkez mutfak yönetiminde üretim ve paket yemek modeli olarak alt sınıflara ayrılan toplu beslenme sistemleri, toplu tüketimin söz konusu olduğu hastanelere, eğitim kurumlarına, özel ihtiyaca yönelik bakım merkezlerine vb. kuruluşlara hizmet verebilmektedir (Kızıltan, 1998; Sucu ve ark., 2008).

Tüketicinin isteği ve beklentisi göz önüne alınarak toplu beslenme hizmeti için tercih edilen yiyecek ve içeceklerin belirlenmesi, üretilecek ve tüketimi yapılacak olan her türlü gıda, hammadde, yarı mamul ve mamul gibi menüde yer alan malzemelerin miktarlarının belirlenmesi, toplu tüketim hizmeti için belirlenen alandan (mutfaktan) servis alanına (yemekhane) kadar kullanılacak alet ve ekipmanların seçimi, servis edilecek yiyecek ve içecek grubunun ön hazırlık aşamalarının yapılması, her ürün grubu için uygun pişirme işleminin uygulanması, mutfak ve yemekhaneden çıkan atıl yemek, evsel atık, plastik, teneke vb. atıkların kaldırılması, servis hizmetinin en son ve önemli aşamalarından olan biri olan bulaşıkların yıkanması toplu beslenme hizmetlerinde göz önünde bulundurulması gereken kritik unsurlardır (Ceyhun Sezgin ve Artık, 2015).

Toplu beslenme hizmetinin planlı bir şekilde yürütülebilmesi için menü planlanması gerekmektedir. Menünün müşteri memnuniyetini, önerilerini, isteklerini göz önüne alarak hazırlanması işletmenin amaç ve hedeflerine ulaşmasında en önemli rolü üstlenmektedir. İşletme sahipleri veya yöneticileri menüyü maliyet odaklı oluşturmak yerine, müşteri memnuniyetini, mevsimsel ve kültürel farklılıkları, sağlıkla alakalı özel durumları esas alan planlamalar tercih etmektedirler (Çetinkaya, 1996). Buna ilaveten bireylerin iş ve yaşam performansları için önem taşıyan günlük kalori hesaplaması da gerçekleştirilmeli; besin öğelerinin dengeli biçimde ve uygun oranlarda alınmasının bireyin sosyal ve ekonomik yaşantı-

sında meydana getireceği tüm değişiklikler göz önünde bulundurulmalıdır (Ganem, 1990; Hasipek ve Sürücüoğlu, 1994).

Hazır yemek hizmeti veren şirketler gıda endüstrisinin giderek ivme ve popülerite kazanan birimleri haline gelmiş; Tarım ve Orman Bakanlığı denetiminde yüksek standartlara kavuşarak toplumun her kesimi tarafından benimsenmiştir. Son 2 yılın verilerine göre, ülkemiz hazır yemek sektöründe faaliyet gösteren 5 bini aşkın işletme günde 7 milyon tabldot satış rakamına sahip olmanın yanısıra, 2.5 milyonu aşkın bireye de istihdam sağlamakta ve tedarikçisinden tüketicisine kadar yıllık cirosu 67 milyar TL ye ulaşmaktadır (IYSAD, 2018). Bu çalışma, Uşak ilinde hazır yemek hizmeti alan tüketicilerin menü tercihlerini, menü kavramından beklentilerini, yeme alışkanlıklarını ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmada yüz yüze görüşme yoluyla anket tekniğinden yararlanılmıştır. Bu çalışmada, toplu beslenmenin yapıldığı alanlarda müşteri memnuniyet dinamiklerinin belirlenmesi, tercih edilen yemek gruplarının ve beslenme alışkanlıklarının belirlenmesi, hazır yemek hizmeti alan farklı yaş, cinsiyet ve sosyo-ekonomik düzeye sahip bireylerin özel tüketim tercihlerinin belirlenmesi ve hazır yemek tüketen bireylerin genel gıda güvenliği ve hijyen bilgilerinin ortaya koyulması amaçlanmıştır.

Materyal ve Metot

Materyal

Çalışmanın ana materyalini, Uşak ili kent merkezinde ve yakın çevresinde bulunan 9 farklı kurum yemekhanesinden hizmet alan farklı sosyo-ekonomik düzeye sahip rastgele seçilen 668 bireyden anket yoluyla elde edilen veriler oluşturmaktadır. Verilerin objektif olabilmesi, sektörel durum analizi yapılarak sorunların ve çözüm önerilerinin ortaya koyulmasına olanak sağlanması adına anket soruları kurum yemekhaneleri ile yapılan görüşmeler neticesinde şekillendirilmiş ve Nisan 2019-Ekim 2019 tarihleri arasında rastgele seçilen 668 bireye anket formu uygulanmıştır. Anket formunda yer alan ilk kısım sorular katılımcının demografik bilgilerinin belirlenmesine yönelik olup, bunu takiben sağlık durumunu, temel beslenme davranışlarını, menü tercihlerini, özel yeme alışkanlıklarını ve son olarak da hazır yemek hizmeti aldıkları ortamın temizliği ve servis hizmetiyle ilgili memnuniyet durumlarını ortaya koyan sorular yöneltilmiştir.

İstatistiksel Analizler

Anketlerin tamamlanmasından sonra, cevaplar anket formlarında kodlanarak bilgisayarda oluşturulan veri dosyalarına kaydedilmiş ve analiz edilmek üzere değişkenler elde edilmiştir. Birbirleriyle ilişkili olabilecek anket sonuçları ise

çoklu uyum analizi (Multiple Correspondence Analysis, MCA) ya da homojenlik analizi (Homogeneity Analysis, HA) olarak adlandırılan analiz yöntemiyle değerlendirilmiş ve iki boyutlu grafikler halinde sunulmuştur. Anket çalışması ile elde edilen tüm veriler Minitab versiyon 16.1.1 (Minitab, 2010) ve SPSS versiyon 13.0 (SPSS, 2004) istatistik paket programları kullanılarak analiz edilmiştir.

Bulgular ve Tartışma

Katılımcıların yaş, cinsiyet, meslek ve gelir dağılımı gibi temel verilerini belirlemeye yönelik sorulara verilen cevaplar (Tablo 1) incelendiğinde, ankete katılanların yarısından fazlasını (% 73.6) erkeklerin oluşturduğu ve tüm katılımcılar arasında yaş gruplarının dağılımları incelendiğinde en büyük yüzdelik dilimin (% 61.8) 26-40 yaş aralığında olduğu, 55 yaş ve üstü bireylerin ise ankete daha az katılım sağladıkları (% 5.7) görülmektedir.

Lisansüstü eğitim mezunu olan birey sayısı ile okuryazar olarak ifade edilen bireylerin sayısı (14 birey) eşit iken, katılımcıların büyük bir kısmının (% 49.1) lise mezunu olduğu ve bunu % 31.7'lik dilimle üniversite mezunlarının takip ettiği ortaya koyulmuştur.

Katılımcıların meslek dağılımlarına bakıldığında, büyük çoğunluğunun (% 62.4) işçi, çok az bir kısmının (% 3.14) emekli olduğu belirlenmiştir. Yönetici ve emekli meslek dağılım oranları birbirine en yakın olup, yönetici meslek grubunun yüzdelik oranı (% 4) emekli meslek grubu yüzdelik oranından (% 3.1) biraz daha fazladır.

Yapılan çalışmanın amacına ulaşmasında en önemli kriterlerden biri olan katılımcıların ekonomik gelir dağılımları incelendiğinde, 2020 yılı için ülkemizde geçerli olan net asgari ücreti (2 bin 324 TL) kapsayacak şekilde 2000-3500 TL aylık gelire sahip bireylerin pastanın en büyük dilimine (% 45.5) sahip olduğu, 5000 TL ve üstü gelir durumuyla, 2000 TL ve altı olarak gelir düzeyine sahip birey sayısının ise birbirine çok yakın olduğu görülmektedir. Yerleşim dağılımına ait veriler, yaşam kalitesi ve sosyal imkanlar açısından köy, kasaba gibi yerleşim yerlerine göre daha farklı avantajlar sunan kent merkezlerinin anket katılımcıları tarafından daha fazla (% 66.8) tercih edildiğini ifade etmektedir.

Küresel anlamda halk sağlığını önemli ölçüde tehdit eden obezite, sadece obez bireyi değil, çevresindekileri de etkileyen fizyolojik, hormonal, estetik ve psikolojik kaygılara yol açabilen bir rahatsızlık olarak kabul edilmektedir. 2018 verilerine göre ülkemizde de yetişkinler için obezite görülme sıklığının % 30 oranını aştığı ve erkeklere nazaran kadınlarda daha yüksek değerlere ulaştığı rapor edilmiştir (TEMD, 2018). Ülkemizdeki obezite riskinin değerlendirildiği bir

çalışmada, dar gelire sahip ve kentsel alanlarda yaşayan bireylerin obezite oranının (% 23.8) kırsal kesimde yaşayanlara kıyasla (% 19.6) daha yüksek olduğu bildirilmiştir (Satman ve ark., 2002). Büyük çoğunluğunu kent merkezinde ikamet eden katılımcıların oluşturduğu bu çalışmada, her 5 bireyden birinin (% 19.9) başlıca sağlık sorunu olarak obeziteyi işaretlemesi, literatürde rapor edilen bu bilgileri destekler niteliktedir.

Dünya genelinde ekmek ve diğer fırıncılık ürünleri büyüme ivmesini hiç kaybetmeyen ürün grupları arasında yer almaktadır. 2020 yılı için ekmek satışından beklenen gelirin dünyada 401.7 milyon dolar rakamına ulaşacağı ve birey başına düşen ortalama tüketimin yıllık 24.5 kg olacağı tahmin edilmektedir (Statista, 2020). Dünyanın en büyük buğday üreticileri arasında yer alan ülkemiz, ekmek tüketim rakamlarında da liderliğini korumaktadır. Avrupa ülkelerinde yıllık ekmek tüketiminin değerlendirilmesine yönelik bir çalışmada, Türkiye yıllık 104 kg ekmek tüketimi ile ilk sırada yer alırken, en düşük tüketim rakamı 32 kg ile Büyük Britanya için rapor edilmiştir (AIBI, 2015).

Ülkemizdeki ekmek tüketim rakamlarının küresel anlamda dikkat çekmesi üzerine, anket katılımcılarının ekmek tüketim alışkanlıklarını belirlemeye yönelik bazı sorular yöneltilmiştir (Tablo 2). Bireyden bireye değişiklik sergilemekle beraber, 668 katılımcıdan % 34'lük kısım öğünlerinde yarım ekmek tüketimini tercih ettiğini ve % 26' luk kısmı ise bir öğünde 1 ve daha fazla ekmek tükettiğini ifade etmiştir. Hafizoğlu (2018), ülke nüfusunun büyük bir kısmını barındıran İstanbul'daki tüketicilerin ekmek tüketim alışkanlıklarını, ekmek israfı ve nedenlerini, ekmek tercihlerini belirlemek için yaptığı tez çalışmasında, tüketicilerin %60,3'ünün hanedeki birey sayısına bağlı olarak evlerine günde 2-3 ekmek satın aldığını belirtmiştir. Aynı çalışmada, bizim sonuçlarımıza benzer şekilde bir öğünde yarım ve bir bütün ekmek tüketen birey yüzdeleri de sırasıyla % 27 ve % 22 olarak rapor edilmiştir. Ekmek üretimi süresince kalite uygulamaları ve müşteri memnuniyet dinamiklerinin belirlenmesine yönelik yapılan bir başka çalışmada ise, ekmek ağırlıklı beslenmeyi destekler nitelikte tüketicilerin % 47'sinin günde ortalama 3-4 adet ekmek tükettikleri tespit edilmiştir (Tanık, 2006). Ucuz ve doyurucu özellikte olmanın yanı sıra günlük beslenme düzeni içerisinde sofraların vazgeçilmezi olan ekmek tüketim verileri incelendiğinde, günlük besin ihtiyacının büyük çoğunluğunun ekmekten karşılandığı ortaya çıkmaktadır.

Tablo 1. Anket katılımcılarına ait demografik veriler**Table 1.** Demographic data of survey participants

<i>Katılımcıların cinsiyet dağılımı</i>	Frekans	Yüzdeler (%)
Kadın	176	26.34
Erkek	492	73.66
Toplam	668	100.0
<i>Katılımcıların yaş dağılımı</i>		
18-25	91	13.62
26-40	413	61.83
41-55	126	18.86
55 ve üstü	38	5.69
Toplam	668	100.0
<i>Katılımcıların medeni durumu</i>		
Bekâr	189	28.29
Evli	479	71.71
Toplam	668	100
<i>Katılımcıların öğrenim durumu dağılımı</i>		
Okuryazar	14	2.10
İlköğretim	100	14.97
Lise	328	49.10
Üniversite	212	31.74
Lisansüstü	14	2.10
Toplam	668	100
<i>Katılımcıların meslek dağılımı</i>		
Serbest meslek	78	11.68
Memur	63	9.43
İşçi	417	62.43
Yönetici	27	4.04
Emekli	21	3.14
Diğer	62	9.28
Toplam	668	100
<i>Katılımcıların gelir dağılımı</i>		
2000 TL ve altı	59	8.83
2000-3500 TL	304	45.51
3500-5000 TL	245	36.68
5000 TL ve Üstü	60	8.98
Toplam	668	100
<i>Katılımcıların yerleşim dağılımı</i>		
Köy	55	8.23
Kasaba	166	25.00
Kent merkezi	446	66.77
Toplam	668	100
<i>Katılımcıların özel sağlık durumları</i>		
Kalp damar hastalıkları	30	4.49
Eklem ve Kemik hastalıkları	124	18.57
Diyabet	22	3.29
Sindirim sistemi hastalıkları	48	7.19
Alerji	85	12.72
Obezite	133	19.91
Diğer	226	33.83
Toplam	668	100

Tablo 2. Anket katılımcılarının ekmek tüketim alışkanlıklarına ait veriler**Table 2.** Data regarding the bread consumption habits of survey participants

<i>Bir öğünde tüketilen ekmek miktarı</i>	Frekans	Yüzdeler (%)
Çeyrek Ekmek	120	17.96
Yarım Ekmek	225	33.68
1 Bütün Ekmek	150	22.46
1 ekmekten daha fazlası	173	25.9
Toplam	668	100.0
<i>En çok tüketilen ekmek türü</i>		
Beyaz un/buğday ekmeği	94	14.07
Tam buğday ekmeği	77	11.53
Kepekli ekmek	242	36.23
Yulaf/çavdar ekmeği	81	12.13
Ekşi maya ekmek	92	13.77
Köy ekmeği	78	11.68
Diğer	4	0.6
Toplam	668	100.0
<i>Yemekler sırasında ekmek ar- tışı bırakma nedeni</i>		
Sulu yemek olmadığı zaman	167	25.00
Bayat olduğu için	120	17.96
Uygun büyüklükte dilimlenmediği için	115	17.21
Yemeğin bazı kısımlarını tüketemediğim için	139	20.81
Kilo kazandırdığı için	76	11.38
Artık bırakmıyorum	51	7.63
Toplam	668	100

Ankete katılan bireylerin yaklaşık %20'si obeziteden rahatsızlık duymasına rağmen, tam buğday ekmeğine kıyasla (% 11.5) rafine undan yapılan beyaz ekmeği daha fazla (% 14.1) tercih etmeleri dikkat çeken bir bulgudur. Bununla birlikte tüm tüketim değerleri arasında kepekli ekmek tüketimi (% 36.2) tam buğday ekmeğe (% 11.5) kıyasla 3 kat daha fazla tespit edilmiştir. Dışarıda yemek servisi alan toplam 461 bireyin ekmek tüketim alışkanlıklarının belirlendiği bir araştırmada (Müzeyyen, 2010), bireylerin kepek ekmeği (% 21.3) ve yulaf ekmeği (% 1.5) tüketim tercihleri bizim bulgularımızdan çok daha düşük olarak değerlendirilmiştir. Bu durumun, katılımcı tercihlerindeki farklılıktan kaynaklandığı düşünülmektedir.

Anket katılımcılarının sosyo-ekonomik statüleri ile bireysel tüketim tercihleri arasındaki ilişkinin incelenmesinin temelinde, ekmek tüketim alışkanlıklarının ortaya koyulmasının önemli bir ilk adım olduğu düşünülmektedir (Şekil 1) ve bu amaçla bulgular üzerinden çoklu uyum analizi gerçekleştirilmiştir. Aylık geliri asgar ücretin altında (<2000) olan bireylerin öğün başına çeyrek ekmek tükettikleri ve bu tercihlerini de çoğunlukla rafine ve tam buğday unlu

ekmekten yana kullandıkları belirlenmiştir. Gelir düzeyi bakımından en üst sırada yer alan bireylerin (>5000 TL) tercihleri ise ekşi maya ekmek türünde yoğunlaşmış olup, bu bireylerin öğün başında 1 bütün ekmek tüketebildiği göze çarpmaktadır.

Yemek esnasında tüketilmeden kalan her ekmek, saklama koşullarının yetersizliği, hijyenik durumun dikkate alınmaması, bir sonraki öğün zamanının belli olmaması nedeniyle bayatlama ve atılma tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadır. Tüketicilerin ekmek artığı bırakma nedenlerini incelemek amacıyla yöneltilen sorularda (Tablo 2), yemeğin sulu olmamasının başlıca faktör (% 25) olarak ekmek tüketimini azalttığı ve dolayısıyla ekmek artığı oluşumunu tetiklediği gözlenmiştir. Ekmeğin bayat olması (% 17.9) veya uygun büyüklükte dilimlenmemiş olması (% 17.21) da ekmek artığı bırakma nedeni olarak yakın sayıda bireyler tarafından ifade edilmiştir. Ekmeğin kilo kazandırdığını düşünerek ekmek artığı bırakan bireylerin varlığı da (% 11.4) dikkat çekici bir sonuçtur. Ekmek tüketimine ilişkin tüm anket verileri değerlendirildiğinde, katılımcıların çok az bir kesiminin (% 7.6) ekmek artığı bırakmadığını ifade etmesi tüketicinin israf konusunda duyarlı olmadığını göstermektedir. Bu durumun ekonomik boyutu da göz önüne alındığında, israfın önlenmesi için gerek bireysel gerekse toplumsal duyarlılık oluşturuca faaliyetlere ihtiyaç duyulmaktadır. Benzer amaçla yapılan bir anket çalışmasında (Hafizoğlu, 2018), bizim verilerimize benzer şekilde ekmek artığı bırakmanın başlıca nedenleri sırasıyla sulu yemek olmaması (% 30) ve ekmeğin bayat olması (% 16) şeklinde işaretlenmiştir. Aynı çalışmada, katılımcıların % 61'nin ekmek israfı yapmadığı ifade edilirken, israfın ana nedeni ise öğünde ihtiyaç duyulan miktardan daha fazla ekmek alınması (% 52) olarak işaretlenmiştir.

Son yıllarda birçok resmi kurum tarafından yürütülen kampanyalarda, ekmek israfına dikkat çekmeye çalışılmaktadır. Günde yüzbinlerce insana hizmet sunan yemek sektöründe üretim-servis-tüketim akışının çok daha hızlı olması, israfın minumuma indirgenmesinde kritik öneme sahiptir. Ekmek israfında bireye tanınan yemek yeme süresinin, sunulan yemek çeşidinin/menu içeriğinin, ekmek türünün ve hatta bireyin özel tüketim alışkanlıklarının yadsınamaz faktörler olduğu anket çalışmamızda ortaya koyulmuştur. Şekil 1 deki çoklu uyum analiz verileri incelendiğinde, özellikle bir öğünde 1 ekmek ve fazlasını tüketen bireyler ile uygun büyüklükte dilimlenmediği için ekmek artığı bırakan bireylerin aynı grupta yer aldığı gözlenmektedir. Benzer biçimde, bir öğünde yarım ekmek tüketimini tercih eden anket katılımcıları ile yemeğin bazı kısımlarını tüketemediği için ekmek artığı bırakan bireylerin aynı boyutta yer aldığı, bir öğünde çeyrek ekmek tüketimine

sahip bireylerin ise sulu yemek olmadığı zamanlarda ya da kilo kazandırdığı düşüncesiyle ekmek artığı bıraktıkları dikkat çeken bulgular olmuştur.

Doğru beslenme öğün sayısı, öğünleri atlamamakla, tüketilen besinlerin besleyici değerleriyle ve miktarlarıyla doğrudan ilişkilidir. Çalışma saatlerinin uzunluğu, iş yoğunluğu, düzensiz hayat, ara öğün sayısındaki artış veya azalma, bir öğünde tüketilen yemek miktarı gibi etkenler günlük öğün sayılarının değişmesini ile ilişkilendirilebilir. Tüketicilerin doyurucu tam öğünler yemek yerine daha az ve sık öğünleri tercih etmeleri, gıdaların daha küçük boyutlu paketlere girmesini teşvik edici bir unsurdur. Katılımcıların günlük öğün düzenlerini etkileyen özel durumlarını belirlemek amacıyla bazı sorular yöneltilmiştir (Tablo 3). Anket verileri incelendiğinde, katılımcıların % 44'ü günlük öğün sayılarını "2-4 öğün" olarak ifade ederken, "4 ve daha fazla öğün yapan" bireyler ise tüm katılımcıların yaklaşık 1/3 (% 34)'ünü oluşturmaktadır. Elde edilen verilerden yola çıkıldığında bir öğünde yemeğe ayrılan süre ile yemek yeme hızı arasındaki ilişki ortaya koyulmuş ve katılımcıların 3/4'ten fazlasının (% 38.92) 15-30 dk. aralığında yemek yediği ve 1 saati aşan birey sayısının önemsiz kabul edilebilecek düzeyde (% 1.5) olduğu belirlenmiştir.

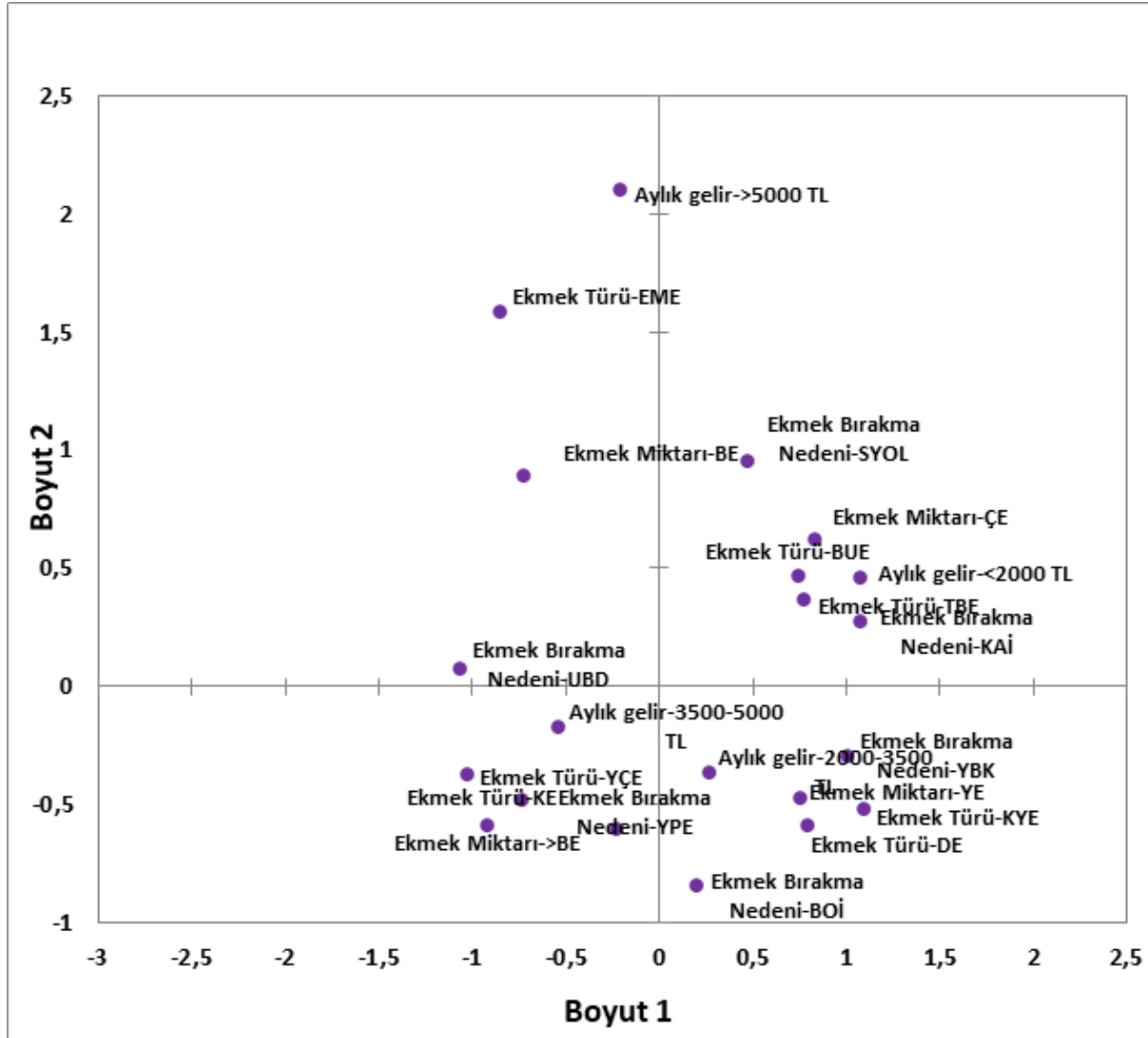
Anket katılımcılarının aylık geliri, meslek dağılımı, günlük öğün sayısı, öğün süreleri ve yemek seçimlerini etkileyen durumların çoklu uyum analiz sonuçları incelendiğinde (Şekil 2), yemeğin lezzetli olmasının işçilerin yemek seçiminde önem taşıdığı, işçilerin günde 4 öğün yemek yeme alışkanlığına sahip olduğu ve öğün sürelerinin 0-15 dk. aralığında değiştiği gözlenmektedir. Aylık geliri >5000 TL olan memur kesimde ise, yemeğin doyurucu olmasına bağlı olarak günde 2-4 öğün yemek tüketimi tercih edildiği ve her bir öğün için yaklaşık 30-45 dk. süre ayrıldığı bulgusuna ulaşılmaktadır. Yemeğin ucuz olmasına öncelik veren bireylerin ise günde yalnızca 2 öğün yemek yediği ve öğün sürelerinin 1 saati (60 dk.) bulabildiği sonucu da dikkat çekmektedir.

Akademik personellerin beslenme alışkanlıklarının incelendiği bir çalışmada, bizim verilerimize benzer biçimde günlük üç öğün tüketen birey yüzdesinin (% 69) açık ara önde olduğu ve bunu sırasıyla günde 2 öğün tüketen bireylerin (% 25) takip ettiği rapor edilmiştir (Berkel, 2011).

Van ilinde lise son sınıf öğrencilerin beslenme alışkanlıkları üzerine cinsiyetlerinin etkisini tespit etmeye yönelik yürütülen bir çalışmada, ankete katılan öğrencilerin yarıdan (% 53) fazlasının düzenli beslendiği tespit edilmiştir. Erkek ve kız öğrencilerin öğün sayıları karşılaştırıldığında ise erkeklerin % 32'sinin 2 öğün, % 37'sinin 3 öğün, % 27'sinin ise 4 öğün yemek yediği tespit edilmiştir. Aynı çalışmada beslenme

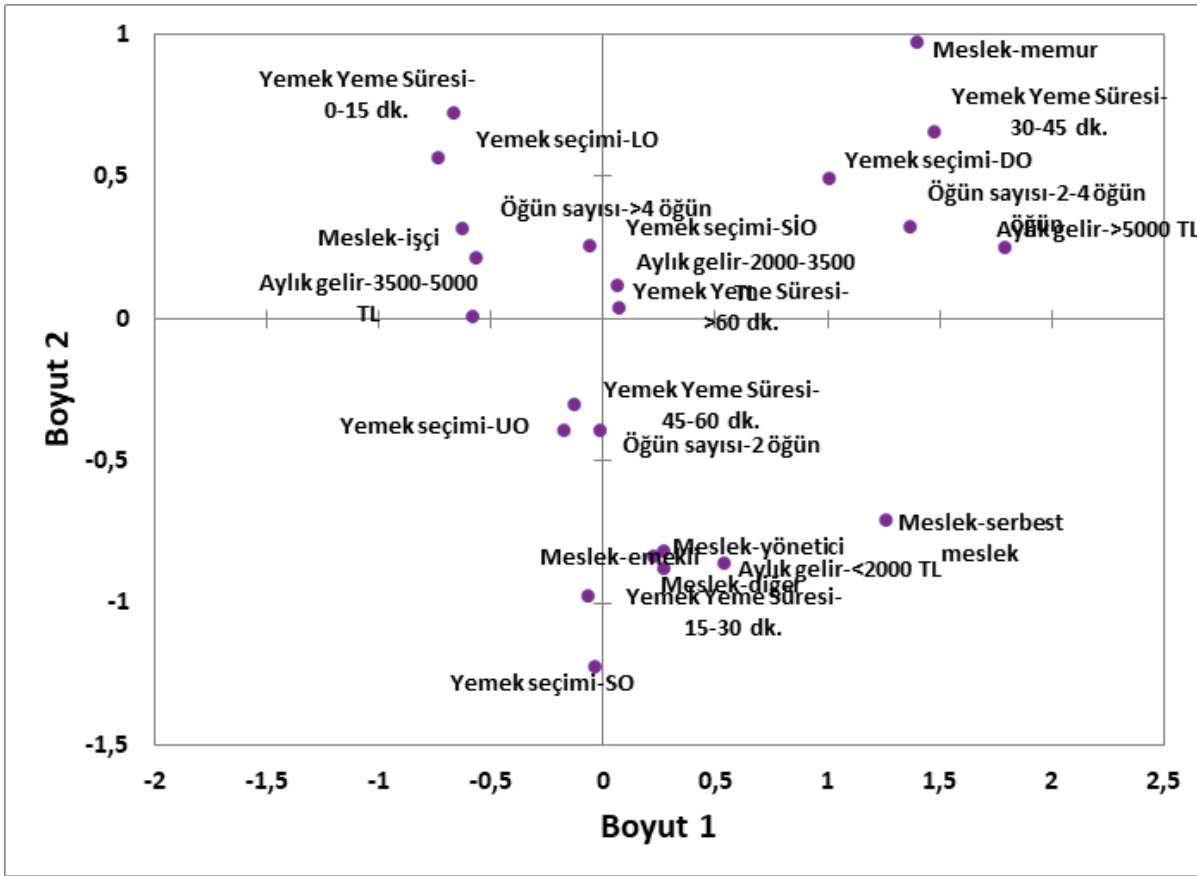
düzeni için önemli bir başka bulguya daha ulaşılmış ve lahmacun, kebab, döner gibi geleneksel besinleri tüketmeyenlerin öğrencilerin oranı % 7.1 olmasına karşın, hamburger, tost,

sandviç, pizza gibi fast-food tarzı besinleri tüketen öğrencilerin oranı % 18,3 olarak tespit edilmiştir (Yağcı, 2010).



Şekil 1. Anket katılımcılarının gelir durumları, ekmek tüketim tercihleri, bir öğünde tükettikleri ekmek miktarları ve ekmek artığı bırakma nedenlerinin çoklu uyum analizi (>BE: 1 Ekmekten daha fazla; BE: 1 Bütün ekmek; YE: Yarım ekmek; ÇE: Çeyrek ekmek, BUE: Beyaz un/rafine buğday ekmeği; DE: Diğer ekmek; EME: Ekşi maya ekmeği; KYE: Köy ekmeği; TBE: Tam buğday ekmeği; YÇE: Yulaf ya da çavdar ekmeği, BOİ: Bayat olduğu için; KAİ:Kilo aldırıldığı için; SY: Sulu yemek olmadığı için; UBD: Uygun büyüklükte dilimlenmediği için; YBK: Yemeğin bazı kısımlarını tüketemediğim için; YPE: Yeterince pişmemiş olduğu için)

Figure 1. Multiple correspondence analysis for four categorical variables (income, bread consumption preferences, consumed bread amount at one meal and reasons of bread waste left-over)



Şekil 2. Anket katılımcılarının aylık geliri, meslek dağılımı, günlük öğün sayısı, öğün süreleri ve yemek seçimlerini etkileyen durumların çoklu uyum analizi (DO: Doyurucu olması; LO: Lezzetli olması; SO: Sağlıklı olması; SİO: Yemeğin sunumu; UO: Ucuz olması)

Figure 2. Multiple correspondence analysis for five categorical variables (income, occupational distribution, daily meal number, meal time and conditions that affect meal choices)

Sağlık Bilimleri Fakültesi'nde okuyan öğrencilerin beslenme alışkanlıklarının tespit edilmesine yönelik yürütülen bir araştırmada ise, ankete katılan her 3 öğrenciden birinin (% 36) beslenme eğitimi alıyor olmasına rağmen tüm katılımcıların % 96'sının ana öğünleri atladığı, en çok atlanan öğünün de öğle öğünü (% 67) olduğu tespit edilmiştir. Aynı araştırmada beslenme düzeni için olumsuz sayılabilecek önemli bir bulguya daha ulaşılmış ve öğrencilerin yarısından fazlasının (% 52) açıkta satılan yiyecekleri satın aldığı, gazlı içecek (% 20.5) ve fast-food (% 26.5) ürünlerini de haftada bir gün tükettikleri belirlenmiştir (Arpa Zemzemoğlu ve ark. , 2019).

Son yıllarda giderek artan daha doğal beslenme isteği, olabildiğince az işlem görmüş ve mevsimine uygun ürünlerin tercih edilmesinde önemli paya sahiptir. Çalışma kapsamında mevsimine uygun ürün tüketen birey sayısının (%46,4), mevsimine uygun ürün tüketimine dikkat etmeyen birey sayısına kıyasla (%24,8) yaklaşık 2 kat daha yüksek olması, tüketici farkındalığının değerlendirilmesi bakımından önemli

bulgudur. Atılan (2008), toplu beslenme hizmeti alan 6 farklı kurum yemekhanesinde gerçekleştirdiği araştırmasında, bizim, bulgularımıza benzer biçimde mevsimsel değişikliklerin tüketiciler tarafından dikkate alındığını gözlemlemiş ve katılımcıların % 71'inin mevsimine uygun menu tüketmeyi tercih ettiğini rapor etmiştir (Atılan, 2008).

2017 yılında Bursa ilinde yürütülen bir çalışmada (Salicik ve Kumral, 2017), gıda ürünlerinde katkı maddesi kullanımının yasaklanmasını isteyen (% 72), evde yapılmayan yoğurtların sağlıklı olmadığını düşünen (% 72) ve doğada kendiliğinden yetişen ürünleri organik kabul eden (% 61) tüketicilerin diğer ifadeyle gıda güvenliğine ilişkin endişeli bir kesimin olduğu, dikkat çeken bulguları olarak rapor edilmiştir.

İnsan yaşamının her alanında belirgin etkiye sahip olan duygular, hem biyolojik hem de psikolojik bir ihtiyaç olan "yeme davranışı" ile yakından ilişkilidir. Özellikle kaygı ve stres gibi olumsuz duyguların bireyi aşırı yağlı, baharatlı, kızarmış

öğeler içeren daha sağlıklı ürün tüketimine yönelttiği, mutluluk düzeyi yüksek bireylerin ise yemek seçiminde, sağlıklı içeriğe ve yemeğin lezzetine karşı daha ilgili olduğu bildirilmiştir (Tunç, 2019). Çalışmamıza katılan bireylerin yemek seçerken dikkat ettikleri en önemli kriter “yemeğin lezzetli olması” (% 34.1) şeklinde ifade edilmiştir. Bunu takiben sırayla “yemeğin doyurucu olması” (% 26.95), “yemeğin sağlıklı olması” (%25.9), “yemeğin ucuz olması (% 7.04)” ve “yemeğin sunumu (% 5.69)” gibi kriterler de tüketiciler için öneme sahiptir. Yemek seçiminde yemeğin sağlıklı olmasından ziyade lezzetli ve doyurucu olması gibi kriterlerin ilk sırada yer alması, tüketicilere doğru beslenme alışkanlıklarının kazandırılması için daha fazla bilgilendirme yapılması gerektiğini göstermektedir.

Yemek hizmetini dışarıda almayı tercih eden birey hizmet alacağı yerin konseptini, hizmet verilen mekândaki yemeklerin çeşitliliğini, mutfak türünü (Türk ve dünya mutfağı) yemeklerin fiyatını, mekan konseptinin sosyo-ekonomik düzeyine uygun olmasını, mekânın atmosferi ve/veya iç tasarımını, mekânın konumunu birer ayrı yâda bütünsel faktör olarak ele alarak bir değerlendirme yapabilir. Çalışma kapsamında (Tablo 4) dışarıda yemek hizmeti alan bireylerin tercih sıralamasında ev yemekleri sunan restoranların (% 34.5) başı çektiği, ızgara, kebab, pide ve döner hizmeti veren işletmeler (% 26.8) ile fast-food tipi hizmet veren restoranların (% 26.7) yakın tercih değerlerine sahip olduğu göze çarpmaktadır.

Uşak ilinde yapılan bu anket çalışmasında katılımcıların çoğunun ev yemekleri yapan restoran menülerini ilk sırada tercih etmelerinin veya daha önce deneyimlemedikleri yeni tatları denemek istemeyişlerinin “Foodneophobia” başka bir deyişle “yeni yiyecekleri deneme korkusu” ile ilişkili olabileceği düşünülmektedir (Çakıcı ve Yıldız, 2019). Buna ilaveten imkân olduğu takdirde dünya mutfakları menüsüyle hizmet veren restoranlar da (% 11.4) katılımcılar için tercih edilebilir bulunmuştur. Bireylerin restoran tercihlerinde servis hızı, sunum biçimi doyurucu ve damak tadına uygun olması gibi faktörlerin etkili olduğu düşünülmektedir.

Anket katılımcılarının yaş aralığı, aylık geliri, meslek dağılımı ile restoran tercihlerinin çoklu uyum analizinden (Şekil 3) edinilen bilgiler doğrultusunda, aylık 3500-5000 TL gelire sahip olan erkek işçilerin restoran tercihlerini fastfood tipi hizmet veren işletmelerden yana kullandıkları söylenebilir. Ev yemekleri yapan restoranları tercih eden bireylerin genellikle yaşları 41-55 ve 55 üstü olarak değişen, aylık 5000 TL üzerinde kazanan, yönetici, emekli ve serbest meslek sahibi bireyler olduğu görülmektedir. Memur olarak görev yapan kadınların ise restoran tercihlerini ankette sunulan seçeneklerden yana kullanmadıkları ve bunların haricinde olabilecek diğer restoranları tercih ettikleri belirlenmiştir.

Dışarıda yemek hizmeti alan her 3 bireyden birinin et ağırlıklı ızgara, kebab ve döner gibi menüleri tercih etmesini destekler nitelikteki bulgular, 2011-2012 yılları arasında ülke genelinde toplam 925 hane halkının et tüketim alışkanlıklarını incelemek amacıyla yürütülen bir anket çalışmasında da rapor edilmiştir. Uşak ilini de kapsayan Ege Bölgesi’nin özellikle tavuk tüketiminde ilk sırada (21.9 kg/yıl) yer aldığı; bunu sırasıyla İç Anadolu (20.8 kg/yıl) ve Akdeniz (18.9 kg/yıl) bölgelerinin takip ettiği bildirilmiştir (Dokuzlu ve ark., 2013).

Tüketicilerin ekonomik, psikolojik, fizyolojik gereksinimleri gibi sosyal hayatlarını etkileyen çeşitli faktörler günlük beslenme düzenlerinin yanı sıra, özel tüketim alışkanlıklarının da kaçınılmaz etkenleridir. Gerçekleştirdiğimiz çalışmada, katılımcıların yemekte tercih ettikleri yağ-sos çeşidi, baharat ve tuz kullanım tercihleri gibi özel durumlar incelenmiştir.

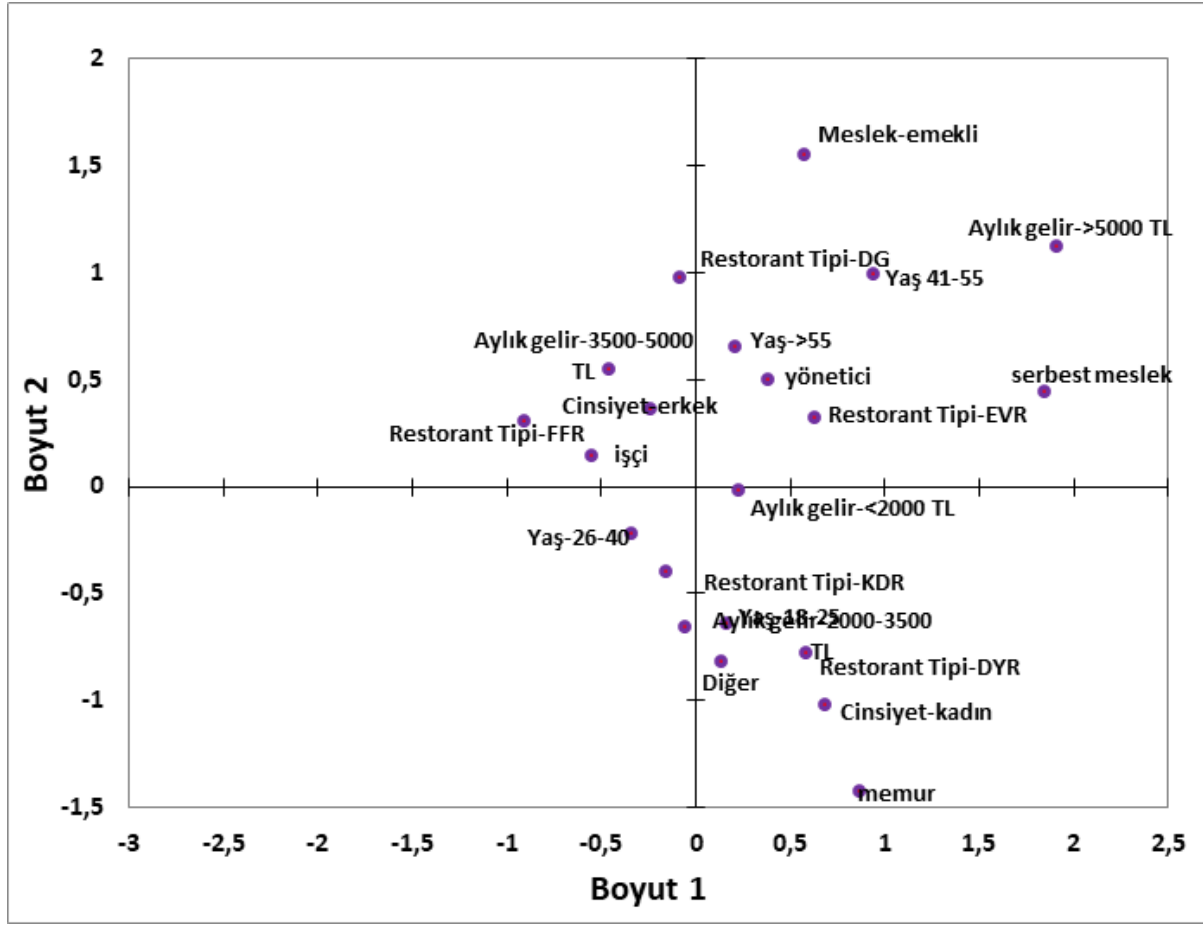
Sağlıklı beslenme trendinin zirvede olduğu günümüzde katı yağlara nazaran sıvı yağlar, özellikle de soğuk pres/sızma üretim tekniğiyle üretilen yağlar, dikkat çeken bir pazar liderliğine sahiptir. 668 bireyin % 41.5’inin yağ tercihlerini rafine ayçiçek yağından yana kullanırken, katı yağ tercihlerinde ise margarin kullanım oranının (% 15), tereyağına (% 5.4) kıyasla 3 kat daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu durumun, rafine sıvıyağ fiyatlarının sızma zeytinyağı ve tereyağa kıyasla daha ucuz ve erişilebilir olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Anket katılımcılarının cinsiyeti ve yaş aralığı ile özel tüketim alışkanlıklarının (yemekte tercih edilen yağ türü, baharat ve tuz kullanımı, yemek esnasında içecek tercihi) çoklu uyum analizi verilerine (Şekil 4a) göre; erkek ve kadınların yemeklerde tüketmeyi tercih ettikleri yağların birbirinden çok farklı olduğu açıkça görülmektedir. Kadınlar yemekte zeytinyağı kullanımını tercih ederken, erkeklerin bu tercihinin mısırözünden yana olduğu; yaş aralığı 18-25 ve 55 üstü olarak değişen bireylerin ise yemeklerde ayçiçek ve tereyağ kullanım tercihlerinin aynı grupta yer aldığı belirlenmiştir. Bununla birlikte margarin kullanımının tercihi ile bireyin erkek ya da kadın olması arasında bir ilişki/gruplaşma olmadığı da göze çarpmaktadır.

Trakya bölgesinde yer alan 4 farklı üniversitede görev yapan akademisyenlerin temel ve özel beslenme alışkanlıklarını ve besin tercihlerini belirlemek amacıyla yürütülen bir çalışmada, anket verilerimizin aksine soğuk sıkım yağların (% 48) rafine yağlardan (% 30) daha fazla tercih edildiği rapor edilmiştir (Müzeyyen, 2010). Yağ tercihlerindeki bu farklılığın, bölgesel ve yöresel pişirme tekniklerinden kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Yalova ilinde yaşayan farklı eğitim ve gelir düzeyine sahip bireylerin beslenme alışkanlıklarının değerlendirilmesi sonucu, zamansızlık ve iştahsızlık gibi sebeplerin öğün atlamada başlıca etken olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların yeme önceliklerini, yemeklerin lezzetli ve taze olmasının etkilediği gözlenmiş; günlük beslenmede tüketilmesi tavsiye edilen zeytinyağının genel olarak yetersiz tüketildiği, tüketilmesi tavsiye edilmeyen katı yağların ise katılımcıların çoğu tarafından sıklıkla tercih edildiği sonucuna ulaşılmıştır (Güven, 2010).

tildiği, tüketilmesi tavsiye edilmeyen katı yağların ise katılımcıların çoğu tarafından sıklıkla tercih edildiği sonucuna ulaşılmıştır (Güven, 2010).

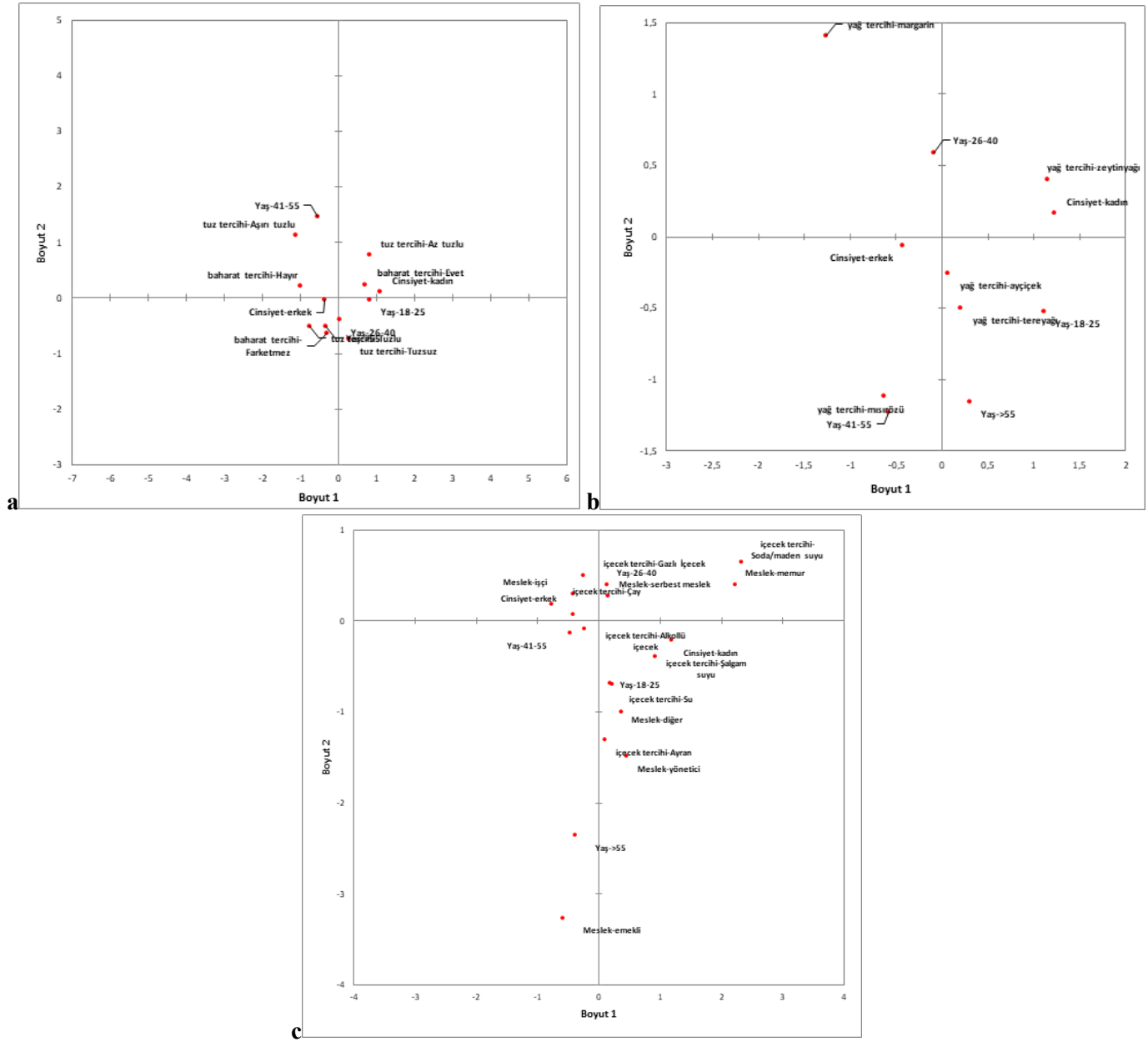


Şekil 3. Anket katılımcılarının yaş aralığı, aylık geliri, meslek dağılımı ve restoran tercihlerinin çoklu uyum analizi (DG: Diğer; DYR: Dünya mutfakları menüsüyle hizmet veren restoranlar; EVR: Ev yemekleri yapan restoranlar; FFR: Fast-food tipi hizmet veren restoranlar; KDR: Kebap, pide ve döner hizmeti veren restoranlarda)

Figure 3. Multiple correspondence analysis for four categorical variables (age range, income, occupational distribution and restaurant preferences)

Anadolu topraklarında yaşayan medeniyetlerden günümüze kadar gelen ve mutfagımızın vazgeçilmez yemek sosu olan salça, dört mevsim boyunca birçok farklı yemek türünde kullanılmaktadır (Bodur, 1991). Tablo 4' e göre katılımcıların yemekte sos kullanım tercihleri değerlendirildiğinde, Türk örf ve adetlerine uygun olarak salçalı sos yani kırmızı sosun tercih değerinin (% 41.2) zirvede olduğu görülmektedir. Katılımcıların bir kısmının (% 15.6) sos tercih etmemesi de dikkat çeken bir sonuçtur. Yemeklerde kullanılan yağ, yemek

çeşidine ve yemek pişirme yöntemine göre farklılık sergileyebilmektedir. Örneğin pişirme yöntemi olan kızartmada kullanılan yağ oranı fazla iken, bir diğer pişirme yöntemi olan haşlamada yâda ızgarada ise daha az yağ kullanılmakta yâda hiç yağ kullanılmamaktadır. Katılımcıların yemeklerde kullanılan yağ oranına dikkat etmeleri değerlendirildiğinde, yemeklerin pişirme usulüne uygun olarak kullanılan yağ miktarlarını önemsemeyen birey sayısı pastanın en büyük dilimine sahip (% 30.3) bulunmuştur.



Şekil 4. Anket katılımcılarının cinsiyeti, yaş aralığı ve özel tüketim alışkanlıklarının (tercih edilen yağ türü, baharat ve tuz kullanımı, içecek tercihi) çoklu uyum analizi

Figure 4. Multiple correspondence analysis for three categorical variables (gender, age range and private consumption preferences as preferred fats/oils type, usage of spice and salt, preferred beverages type)

Türk Gıda Kodeksi Baharat Tebliği 'ne (TGK, 2013a) göre baharat; çeşitli bitkilerin tohum, çekirdek, meyve, çiçek, kabuk, kök, yaprak gibi kısımlarının bütün halde ve/veya parçalanması, kurutulması, öğütülmesiyle elde edilen; gıdalara renk, tat, koku ve lezzet verici olarak katılan doğal bileşikler veya bunların karışımı olarak açıklanmaktadır. Yemeklerde baharat kullanımının sebebi, gıda materyalinin rengi, kokusu ve lezzet bileşenlerini modifiye ederek bireyin damak tadına

daha uygun olarak yeme isteğini artırmasıdır. Türkiye'de yaygın olarak kullanılan baharatlar sumak, çörek otu, anason, kişniş ve karabiber olarak rapor edilmiştir (Wetherilt ve Pala, 1994). Yapmış olduğumuz araştırmada bireylerin baharat tüketim alışkanlıkları da irdelenmiş (Tablo 4), katılımcıların % 48.1'inin yemeklerinde muhakkak baharat kullanımını tercih

ettiği, baharat kullanmayan (% 24.51) ya da kullanıp-kullanmama konusunda kararsız kalan (% 27.4) birey sayısının ise yakın yüzdeler dilimlere sahip olduğu gözlenmiştir.

Şekil 4b’de anket katılımcılarının cinsiyeti ve yaşı ile ülkemiz mutfağının vazgeçilmez çeşnileri olan tuz ve baharat kullanımları arasındaki ilişki incelenmiştir. Sağlık otoriteleri bakımında sürekli uyarılar yapılmasına rağmen, kronik hastalıklara yakalanma riski daha yüksek olan, 41-55 yaş aralığındaki erkek bireylerin aşırı tuzlu yemek tüketmeyi tercih ettiği, bunun aksine baharat kullanmayı reddettikleri tespit edilmiştir. Kadınlardaki (18-25 yaş) tuz kullanımı az düzeyde nitelendirilmiş ve bunun yanında baharat kullanmayı tercih ettikleri de belirlenmiştir. Yaş ve cinsiyet farklılıkları göz önüne alınmaksızın, yemeklerinde baharat kullananların yemeklerini az tuzlu ya da tuzsuz tüketme eğiliminde olduğu, baharat kullanma alışkanlığı olmayanların ise tat-lezzet gibi temel duyu-sal beklentilerini karşılamak amacıyla yemeklerini tuzlu hatta aşırı tuzlu tüketme eğiliminde olduğu ortaya koyulmuştur.

Gıda ve içecek sektörünün, ülkemiz hizmet ve imalat endüstrisi pastasında toplam iş yeri sayısı ile % 15.7 lik bir dilime sahip olduğu ve gıda ve içecek sektörleri üretim değerlerinin sırasıyla 162.3 ve 9.1 milyar TL olduğu rapor edilmiştir. İçecek endüstrisindeki büyüme ve ciro artışı başta bira-malt olmak üzere, sırasıyla akollü içecekler ve kahve-çay alt sektörleri için öncelikli olarak rapor edilmiştir (DOĞAKA, 2018). Bireyler damak zevkine uygun olarak yemek öncesinde, esnasında veya sonrasında çok geniş bir aralıkta içecek tercihi yapabilmektedirler. Bu geniş aralık kendi içerisinde gazlı içecekler (kola, gazoz vb.), alkollü içecekler, soda/maden suyu, ayran, şalgam suyu, çay ve su gibi temel alt başlıklara ayrılmaktadır. Türk Gıda Kodeksi Alkolsüz İçecekler Tebliği’ne göre gazlı içecekler, karbondioksit ile gazlandırılmış olan meyveli, aromalı, kola, tonik, gibi içeceklerdir (TGK, 2007). Alkolsüz içecek kategorisinin en önemli bir kısmı gazlı içeceklerden oluşurken, bu kategorinin en bilinen üyeleri kola ya da meyve aromalı gazlı içeceklerdir. Katılımcıların dışarda aldıkları yemek hizmetlerinin yanında içecek hizmeti almalarına dair yöneltilen sorularda gazlı içecek tüketiminin (% 40.3) açık ara önde olduğu ve onu sırasıyla çayın (% 18.8) ve ayranın (% 15.2) takip ettiği tespit edilmiştir.

Yemek esnasında içecek tüketimi, çoğu zaman toplumumuz tarafından geleneksel bir menu bileşeni olarak görülse de, birey tarafından keyif verici ya da besinsel amaçlı olarak tüketilen içecekler de söz konusudur. Bu duruma ilişkin verilerin çoklu uyum analizi (Şekil 4c) sonucunda, emekli ve işçi konumundaki erkek bireylerin başta çay olmak üzere, alkollü ve gazlı içecekleri daha fazla tercih ettikleri gözlenmiştir. Memur ve yönetici pozisyonunda çalışan bireylerin tercihlerinin ise maden suyu ve ayran olarak yoğunlaştığı, ankete katılan

kadın bireylerin su ve şalgam suyu gibi minimum işlem görmüş içecekleri tercih ettiği belirlenmiştir.

Türk Gıda Kodeksi Tuz Tebliği’ne göre (TGK, 2013b) sofraya doğrudan tüketiciye sunulan, ince öğütülmüş, iyotla zenginleştirilmiş, rafine edilmiş veya edilmemiş yemeklik tuzlar olup, bu tuzlara 25-40 mg/kg düzeyinde potasyum iyodat katılması zorunluluğu bulunmaktadır. Gıda sanayinde kullanılan yemeklik tuzlara iyot eklenmesi zorunlu olmadığından, hazır yemek hizmeti veren kuruluşların mutfaklarında sanayi tuzu kullanmakta, servis alanlarında kullanılan masalarda ise sofraya tuzu olarak müşteriye sunulmaktadır (Ayaz, 2008). Dünya Sağlık Örgütü (WHO) desteğiyle tüm dünyada aşırı tuz kullanımının başta hipertansiyon ve kardiyovasküler rahatsızlıklar gibi ciddi sağlık problemleriyle ilişkisini ortaya koyan bilimsel çalışmalar yürütülmüş ve sonuçta tuz alımının azaltıldığı rapor edilmiştir. Avrupa Gıda Güvenliği Otoritesi (EFSA) verilerine göre tükettiğimiz tuzun yaklaşık %75’ i satın aldığımız farklı gıda gruplarından geldiğinden, düşük tuz içeriğine sahip ürünlerin tercihi tamamen tüketicinin sorumluluğundadır (Elias ve ark., 2019). Yemeklerde tuz kullanım tercihi bireyden bireye değişiklik sergilemekle beraber, özel sağlık gereksinimi olan bireylerde tuzsuz tüketim bilinci yaygınlaştığı gibi, yemeğin servis edilmesiyle birlikte direkt tuzlama alışkanlığını devam ettiren bireylerde mevcuttur. Çalışmaya katılan 668 birey arasında 238 bireyin (% 35.7) tuz tüketimini asla tercih etmediği, bunu takiben 189 bireyin ise (%28.3) ‘az tuz ‘kullandığı belirlenmiştir. “Tuzlu” hatta “aşırı tuzlu” yemekleri tercih eden katılımcıların olduğu da göze çarpmış ve bu katılımcıların oranları sırayla % 21.8 ve % 14.1 olarak kaydedilmiştir. Tuz tüketim verilerimizden yola çıkıldığında, ülkemizde Sağlık Bakanlığı ve Türk Böbrek Vakfı tarafından yürütülen kampanyaların tuz kullanımının azaltılması ve farkındalığın sağlanması yönünde pozitif etki sağladığı sonucuna varılmıştır.

Üniversite öğrencilerinin sağlıklı beslenmesinde önem taşıyan unsurların anket yoluyla analiz edildiği bir çalışmada (Sinir ve ark., 2014), bizim bulgularımıza benzer biçimde katılımcıların daha az tuz (% 56.6) hatta daha az şeker (% 56) ve daha fazla su tüketme (% 53) bilincine sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu verilerin 21-23 yaş aralığındaki gençlerden elde edilmesinin, gelecek neslin tüketim alışkanlıklarının tahmininde değerli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Tablo 3. Anket katılımcılarının günlük öğün düzenleri ve öğün içeriklerine ait veriler**Table 3.** Data regarding daily meal scheme and meal content of survey participants

<i>Günlük öğün sayısı</i>	Frekans	Yüzdelerik dilim (%)
2 öğün	142	21.26
2-4 öğün	298	44.61
4 ve daha fazla öğün	228	34.13
Toplam	668	100.0
<i>Bir öğünde yemeğe ayrılan süre</i>		
0-15dk.	252	37.72
15-30 dk.	260	38.92
30-45 dk.	124	18.56
45-60 dk.	22	3.29
60 dk. ve üstü	10	1.5
Toplam	668	100.0
<i>Mevsimine uygun ürün tüketmeye dikkat etme durumu</i>		
Evet	310	46.41
Hayır	192	28.74
Önemsemiyorum	166	24.85
Toplam	668	100
<i>Yemek seçimini etkileyen başlıca faktör</i>		
Doyurucu olması	180	26.95
Sağlıklı olması	173	25.9
Lezzetli olması	230	34.41
Yemeğin sunumu	38	5.69
Ucuz olması	47	7.04
Toplam	668	100

Tablo 4. Anket katılımcılarının bireysel tüketim tercihlerine ait veriler**Table 4.** Data regarding individual consumption choices of survey participants

Dışarda yemek hizmeti alma tercihi	Frekans	Yüzdelerik dilim (%)
Ev yemekleri yapan restoranlarda	230	34.48
Fast-food tipi hizmet veren restoranlarda	178	26.69
Izgara, kebab, pide ve döner hizmeti veren restoranlarda	179	26.84
Dünya mutfakları menüsüyle hizmet veren restoranlarda	76	11.39
Diğer	4	0.6
Toplam	667	100.0
<i>Yemekte kullanılan yağ tercihi</i>		
Mısırözü yağı	103	15.42
Ayçiçek yağı	277	41.47
Margarin	102	15.27
Zeytinyağı	150	22.45
Tereyağı	36	5.39
Toplam	668	100.0
<i>Yemekte sos kullanımı tercihi</i>		
Beyaz Sos	142	21.29
Kırmızı Sos	275	41.23
Sos Sevmiyorum	104	15.59
Yerine göre	146	21.89
Toplam	667	100
<i>Yemeklerin yağ oranına dikkat etme durumu</i>		
Evet	270	40.48
Hayır	195	29.24
Farketmez	202	30.28
Toplam	667	100
<i>Yemekte baharat kullanımı</i>		
Evet	320	48.12
Hayır	163	24.51
Farketmez	182	27.37
Toplam	665	100
<i>Yemek esnasında içecek tüketim tercihi</i>		
Gazlı içecekler	268	40.3
Çay	125	18.8
Alkollü içkiler	21	3.16
Soda/maden suyu	56	8.42
Ayran	101	15.19
Şalgam suyu	16	2.4
Sadece su	78	11.73
Toplam	668	100
<i>Yemeklerde tuz kullanımı</i>		
Tuzsuz	238	35.74
Tuzlu	145	21.77
Aşırı tuzlu	94	14.11
Az tuzlu	189	28.29
Toplam	668	100

Dünyanın her bölgesindeki hız kazanan şehirleşme, tüm aile bireylerinin iş dünyasındaki pozisyonlarının gün geçtikçe artması, gelir düzeyinin ve yeme içme alışkanlıklarının farklılık göstermesi zamanı verimli kullanmayı, pratik olana yönelmeyi beraberinde getirmekte ve dışarıda yemek yeme alışkanlığını teşvik etmektedir. Tüketicinin menu tercihi sırasında yemeğin içeriği ya da fiyatı etkili olurken, yemeğin servisi ya da sunumu sonrası tüketici duyularında bıraktığı his önem kazanmaktadır. Toplumun her kesiminde giderek popülerite kazanan sosyal medya kullanımı, yemek deneyimlerinin paylaşılması için de en uygun mecralardan bir tanesidir (BESFİN, 2018). Tüketicilerin giderek bilinçlenmesi ve işletmeler arası rekabetin olmasından dolayı, yemek hizmeti veren firmaların müşterilerin duygusal beklentilerini karşılaması, üretime dair merak ettiklerini ve endişelerini gidermesi, müşterilere tatmin edici bir hizmet sunması kritik önem taşımaktadır. Yürüttüğümüz anket çalışmasında (Tablo 5) katılımcıların nerdeyse yarısının (% 41.2) yemek yeme hizmeti aldıkları firmanın mutfağı/üretim alanı hakkında bilgi sahibi olmak istediği belirlenmiştir. İlginç bir şekilde, çalışmaya katılan 181 birey (% 27.1) ise yemek hizmeti aldığı firmanın mutfağı/üretim alanı hakkında bilgi sahibi olma isteğine sahip değildir. Restoran tarzı işletmelerde, tüketiciye sunulan menü içeriği genellikle görsel içermektedir. Bu sırada tüketici sunulan menüler ile daha önceki yemek deneyimleri arasında bir karşılaştırma yapmaktadır. Karşılaştırma ilk olarak yemeğin orijinaline (önceki deneyimine) uygun olup olmadığı, porsiyonlama, tabakta sunumu, şekil, renk gibi kalite faktörleri ile başlayıp daha sonra tadım ile devam etmektedir. Tüm bu kalite faktörleri müşterinin beklentilerini karşılamak ve tatmin etmek için birbiri ile bağlantılıdır. Sosyal medyanın ve hızlı iletişim ağının giderek yaygınlaştığı günümüzde, tüketicilerin beğeni ya da eleştirel tutumlarını paylaşma istekleri de irdelenmiştir. Yemek menüsünden memnun kalmadığı zaman çevresindeki insanlara anlatma ihtiyacı duyan katılımcı sayısı % 32.6 iken, katılımcıların % 20.4'ü yemek sonrası herhangi bir bildirimde bulunmayacağını ifade etmiştir. Katılımcılarda görülen bu davranış farklılıkları yaklaşık yarı yarıyadır. Sadece 55 birey ise (% 8.30) memnuniyetsizliklerini günümüzün en popüler iletişim aracı olan sosyal medyada/basında duyulmasını sağlamayı, daha geniş kitlelerle paylaşmayı tercih etmiştir. Berkel (2011), tüketime uygun olmayan bir gıdayla karşılaşıldığında şikayette bulunma durumu ve cinsiyet ilişkisini incelediği çalışmasında, kadınların (% 62) erkeklere (% 52) nazaran şikayet etme konusunda daha istekli ve duyarlı olduğunu ortaya koymuştur.

Dışarıya yemek hizmeti veren ticari işletmeler için en önemli şey müşteri devamlılığını ve prestijini kaybetmemektir. Bu sebeple toplu beslenme sisteminin önemli faktörlerinden biri olan yemek hizmeti veren kuruluşların yemeklerin dağıtı-

mında kullanılan araç – gereçlerin hijyen durumunun iyi olması, yemekhanelerin duvar, zemin, masa-sandalye gibi unsurlarının ve yemek yenilmesi için kullanılan tabak, kaşık, çatal, bardak gibi bireye özel araç ve gereçlerin temizliğinin iyi yapılması gerekmektedir. Katılımcılara dışarıda yemek hizmeti aldıkları yerin genel hijyen durumunun değerlendirilmesi için bazı sorular yöneltilmiştir (Tablo 6). Uşak ilinde hazır yemek hizmeti alan katılımcıların yaklaşık yarısı (% 46.4) yemeklerin dağıtımı esnasında kullanılan araç-gereçlerin hijyenik açıdan eksik olduğunu düşünürken, bu konuda kararsız kalan önemli bir kitle (% 21.4) de tespit edilmiştir. Katılımcıların bu olumsuz düşünceleri veya kararsız olmasının altında yatan nedenler iyi analiz edilip, gerekli önlemler alınmalıdır.

Anket katılımcılarının cinsiyeti, yaş aralığı ve yemek hizmeti aldıkları yerin genel hijyen durumunun çoklu uyum analizi grafiği (Şekil 5) incelendiğinde, işçi, memur ve yönetici meslek gruplarının birinci boyutta dağılım sergilediği, tüm yaş aralık kategorileri ile emekli ve serbest meslek gruplarının ikinci boyutta yer aldığı ve incelenen değişkenlerin gruplaşmalar gösterdiği açıkça görülmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda, işçi olarak çalışan erkek bireylerin yemekhane hijyen statüsünü orta ve iyi düzeyde olarak nitelendirdiği, yaş aralığı 18-40 olan memur kesimin ise yemekhanenin temizliğine ilişkin iyi değil-hiç iyi değil yönünde görüşlere sahip olduğu belirlenmiştir. Genel olarak, yönetici konumundaki ve serbest mesleğe sahip kadın bireylerin ise yemek hizmeti aldıkları yerin temizliğini çok iyi düzeyde buldukları tespit edilmiştir.

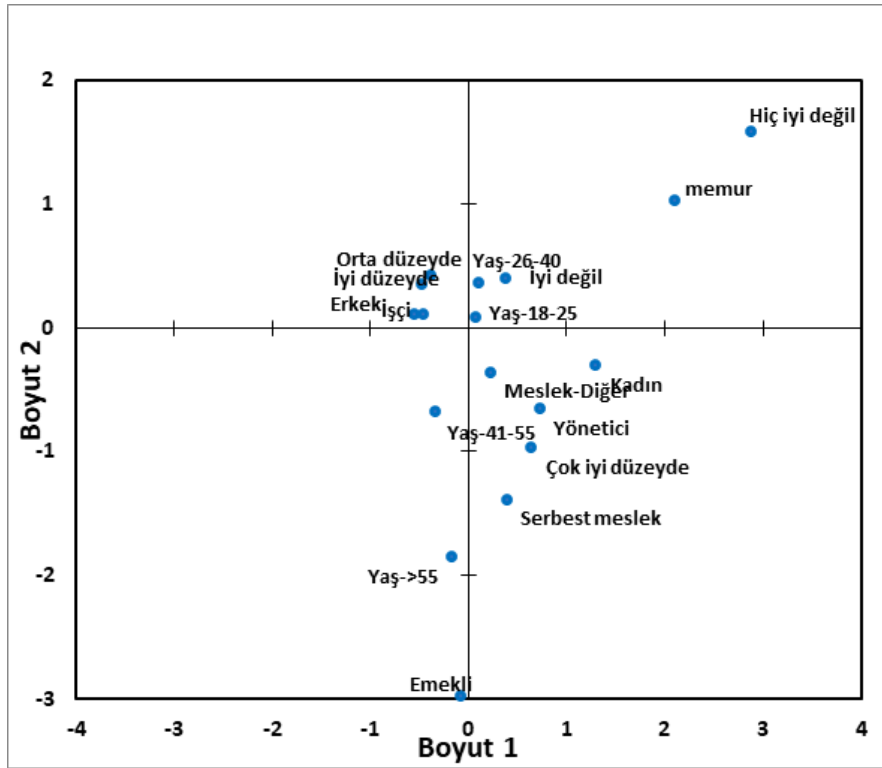
Yemekhane bulunan masaların yeterli büyüklükte ve sayıda olması sunulan servis hizmetinin pozitif algılanmasında avantaja sahiptir. Anket çalışmasına katılanların yarıya yakın (% 49.4) sunum yapılan masalarının yeterli büyüklükte olduğunu düşünmektedir. Yemek hizmetinde kullanılan masa ve sandalyeler günlük olarak en çok kullanılan, el değen ve temizliği günün yâda haftanın belli periyotlarında yapılabilen malzemelerdir. Genellikle servis yoğunluğundan dolayı çok iyi bir şekilde temizlenememekte sadece silinmektedir. Masa ve sandalyelerin temizliği konusunda tüm katılımcıların % 24.4'ü kararsız kalırken, % 27.5 lik kesim yeterince temiz oldukları yönünde fikir beyan etmiştir.

Anket katılımcılarından sunulan yemeklerin kıvamı, sıcaklığı, porsiyonu vb. temel kalite parametrelerini değerlendirmeleri istenmiştir (Tablo 7). Katılımcıların büyük bir kısmı (% 61.83) yemeklerin temizliğini 'iyi' hatta 'kesinlikle iyi' olarak nitelendirilmiş, daha az bir kısmı ise (% 26.8) ise bu konuda kararsız olduğunu belirtmiştir. Tüketicilerin aslında üretimi genel olarak görmediği, fakat işletmelerde bulunan personelin kılık -kiyafet, saç, sakal gibi bireysel temizliğinden, servis yapılan mekânın masa, sandalye, kaşık-çatal vb.

temizliğinden yola çıkarak üretimin temizliğine ilişkin bir algı oluşturdukları düşünülmektedir. Menü uyumu bireyin lezzet-aroma gibi algısının oluşmasında ve bunun hafızasında yer edinmesinde, servis hızı ve yemeğin sunumundan sonra önem verilen kriterler arasında yer almaktadır. Adana ilinde toplu beslenme yapılan kurum menülerinin değerlendirilmesi ve tüketici görüşlerinin belirlenmesine yönelik yapılan bir çalışmada, menüde sunulan yemeklerin besin değerinin (% 96.1), kıvamının (% 85.3) ve tat bakımından uygunluğunun (% 71.7) tüketici için önem taşıyan ilk 3 kriter olduğu rapor edilmiştir (Atılan, 2008).

Bu çalışma kapsamında, sunulan yemeklerin birbiri ile uyumlu olduğunu düşünen birey sayısı (% 38.6) ile uyumlu olduğunu düşünmeyen (% 11.2) ve kararsız (% 24.1) kalan birey sayısının toplamları birbirine yakın olarak değerlendirilmiştir. Dışardan yemek hizmeti alan katılımcılardan yemeğin görünüşünün hiç iyi olmadığını düşünen yalnızca 3 birey (% 0.45) tespit edilmiştir.

Yapmış olduğumuz çalışmada yemeğin görünüşünün yemeğin çeşidine uygun olduğu, bu yemek hizmetini alan bireylerin yemeğin görünüşüyle ilgili tatmin oldukları ve işletmelerin müşteri beklentilerine uygun hareket ettikleri ortaya koyulurken, Berkel (2011)'in yaptığı benzer bir çalışmada dışardan yemek hizmeti alan bireylerin % 39 'unun işyeri yemekhanesinde servis edilen yemekleri "idare eder" olarak nitelendirdiği, % 4.5'inin ise menmün olmadığı ifade edilmiştir. Dışarda yemek hizmeti veren işletmelerin, pişirme tekniğinin değişik olması, her işletmenin yemek, tatlı, salata bar, çorba vs. gibi ürünlerinin reçetelerinin farklılık göstermesi, yapılacak yemeklerin personel tarafından reçeteye uygun olarak yapılmaması gibi yemeğin tüm duyuşsal özelliğini etkileyen parametrelerin etkisi yemeğin kıvamı ve görünüşü üzerinde etkili olabileceği düşünülmektedir. Yemeğin sunumunda, porşiyonlanmasında ve elbet görünüşünde önem taşıyan "yemeğin kıvamı" nı değerlendirmeye ilişkin sorulan sorular neticesinde, yalnız 53 bireyin (iyi değil ve hiç iyi değil) yemeğin kıvamını beğenmediği, bu konuda kararsız kalan birey sayısının ise 160 birey (% 24) olduğu tespit edilmiştir.



Şekil 5. Anket katılımcılarının cinsiyeti, yaş aralığı ve yemek hizmeti aldıkları yerin genel hijyen durumunun çoklu uyum analizi

Figure 5. Multiple correspondence analysis for three categorical variables (gender, age range and general hygen status of meal service area)

Yemeklerin duysal özelliğini etkileyen bir diğer parametre uygun pişirme sıcaklığı ve sunum sıcaklığıdır. Dışarda yemek hizmeti alınan yerlerin birçoğunda yemekler benmaride, salataların salat bar denilen alttan soğutuculu yatay dolaplarda servis edildiği bilinmektedir. Sunulan sıcak yemeklerin tatlı, salat bar gibi soğuk ürünlerin sıcaklığının korunması, günün ilk hizmeti alan bireyi ile son hizmeti alan bireyi arasında sunum sıcaklıklarında farklılık olmaması beklenmektedir. Yapılan anket sonucuna göre, ankete katılanların % 70 'i sunulan yemek sıcaklıkları için olumlu düşüncelere sahiptir. Dolayısıyla sunulan yemeklerin ve yemek çeşitlerinin beğenilmesi ve hizmet kalitesinin artırılması için sunum sıcaklığının korunması ve bu şekilde servis edilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Vücuda alınması gereken besin öğeleri çeşitliliği ve miktarı yaş, cinsiyet ve özel sağlık durumlarından dolayı birbirlerinden farklılık gösterebilmektedir. Bu sebeple tüketilen yemeklerin kalorileri çalışma şartları, cinsiyet, yaş, sağlık durumu (obezite vs.) gibi faktörler ele alınarak hesaplanmaktadır. Katılımcıların yarıya yakını (% 40.6) menüde sunulan yemeklerin yağ düzeyini 'iyi' olarak nitelendirirken % 10.35 'lik bir kesim 'iyi olmadığını' düşünmektedir.

Toplu beslenme sisteminin bir parçası olan dışardan alınan yemek hizmetlerinde porsiyonlama karşılaşılan en büyük sorunlardan biridir ve porsiyon miktarı bireyden bireye göre farklılık sergileyebilmektedir. İşletmeler kalite standartlarını

ve maliyetlerini korumak, porsiyonlamada ki gramajın standardını sağlamak ve aynı zamanda tüketici haklarının korunması için bazı yöntemler geliştirmişlerdir. Bu yöntemler, bireylerin alması gereken kalori ihtiyaçlarını karşıladıkları için bireyin iş yerindeki motivasyonunun ve performansının azalmamasına, iş kazası ve olabilecek meslek hastalık durumlarının önüne geçilmesine imkan sağlamaktadır. Porsiyon azlığında olabilecek sıkıntıların yanı sıra fazla porsiyonlama yapılması ise beraberinde obezite gibi hastalıklara sebebiyet verirken, bireyin tüketebileceğinden fazlası artık olarak kalmakta ve hem israfa hem de çevre kirliliğine sebep olmaktadır (Tümer, 2017). Gerek müşterinin gerekse işletmelerin çıkarlarını korumak için porsiyonların standartları bulunmalı ve sürekliliği sağlanmalıdır. Porsiyonların büyüklüğü, küçüklüğü yada gramajları personelden personele değişiklik göstermemeli servis yapılan alet ekipmanların standart olması gerekmektedir. Çünkü bireyler tabağa konulan en büyük porsiyonu normal porsiyon olarak algılama eğilimine girerler. Bu büyük porsiyonlar giderek standart hale gelerek bireyde normalmiş algısı oluşturabilir (Steenhuis ve ark., 2010). Yaptığımız anketin sonuçlarına göre yemek hizmetini dışardan alan bireylerin % 76'sının yemeklerin çeşitliliğinden memnun olduğu sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla dışarda yemek hizmeti veren işletmelerin müşteri beklentilerini ve menü uyumunu göz önünde bulundurarak, yemekleri çeşitlendirip, bu etkenlerin devamlılığını sağlandığı düşünülmektedir.

Tablo 5. Anket katılımcılarının hazır yemek hizmeti almalarıyla ilgili özel tercihleri

Table 5. Survey participant' private choices of about on ready-to-eat meals service

	Frekans	Yüzdeler (%)
<i>Yemek hizmeti aldığınız firmanın mutfağı/üretim alanı hakkında bilgi sahibi olma isteği</i>		
Evet	275	41.17
Hayır	181	27.10
İlgilenmiyorum	212	31.74
Toplam	668	100.0
<i>Restoran tercihleri</i>		
Ev yemekleri yapan restoranlarda	230	34.48
Fastfood tipi hizmet veren restoranlarda	178	26.69
Izgara, kebab, pide ve döner hizmeti veren restoranlarda	179	26.84
Dünya mutfakları menüsüyle hizmet veren restoranlarda	76	11.39
Diğer	4	0.6
Toplam	667	100.0
<i>Yemek menünüzden memnun kalmadığınız zaman sergilediğiniz davranış biçimi</i>		
Çevremdeki insanlara anlatırım.	216	32.58
Çalıştığım yerin yetkililerine durumu bildiririm.	203	30.62
Sosyal medyada/basında duyulmasını sağlarım	55	8.30
Yemeğimi kendim hazırlayarak, getiririm.	32	4.83
Herhangi bir şey yapmam.	135	20.36
Diğer (lütfen belirtiniz)	22	3.32
Toplam	663	100

Tablo 6. Anket katılımcılarının hazır yemek hizmeti aldıkları yerin genel hijyen durumuna ait görüşleri**Table 6.** Survey participant' opinions about on general hygiene status of ready-to-eat meal service area

	Frekans	Yüzdeler (%)
Yemeklerin dağıtımı esnasında kullanılan araç-gereçlerin hijyen durumu		
Yeterince temiz olduklarını düşünüyorum	161	24.1
Hijyenik açıdan eksik olduklarını düşünüyorum	310	46.41
Öğünlere göre değişiklik gösterdiğini düşünüyorum	54	8.08
Kararsızım	143	21.41
Toplam		100
Yemek hizmeti aldığınız yerin genel hijyen puanlaması		
Yemekhanenin Temizliği		
Kesinlikle/Hiç iyi değil	37	5.54
İyi Değil	24	3.59
Kararsızım	145	21.71
İyi	299	44.76
Kesinlikle iyi	163	24.40
Toplam	668	100
Masaların büyüklüğü		
Kesinlikle/Hiç iyi değil	7	1.05
İyi Değil	21	3.14
Kararsızım	142	21.26
İyi	330	49.4
Kesinlikle iyi	168	25.15
Toplam	668	100
Masa/sandalye temizliği		
Kesinlikle/Hiç iyi değil	7	1.05
İyi Değil	21	3.14
Kararsızım	163	24.40
İyi	293	43.86
Kesinlikle iyi	184	27.54
Toplam	668	
Kaşık, çatal, bardak temizliği		
Kesinlikle/Hiç iyi değil	8	1.20
İyi Değil	23	3.44
Kararsızım	108	16.17
İyi	358	53.59
Kesinlikle iyi	171	25.60
Toplam	668	
Aydınlatma ve havalandırma		
Kesinlikle/Hiç iyi değil	6	0.9
İyi Değil	17	2.54
Kararsızım	98	14.67
İyi	334	50.00
Kesinlikle iyi	213	31.89
Toplam	668	

Tablo 7. Anket katılımcılarının servis edilen menülerin içeriklerine ait görüşleri**Table 7.** Survey participant' opinions about on served meal contents

<i>Yemeklerin Temizliği</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzdeler (%)</i>
Kesinlikle/Hiç iyi değil	36	5.39
İyi Değil	40	5.99
Kararsızım	179	26.80
İyi	243	36.38
Kesinlikle iyi	170	25.45
Toplam	668	
<i>Yemeklerin birbiriyle uyumu</i>		
Kesinlikle/Hiç iyi değil	6	0.9
İyi Değil	75	11.23
Kararsızım	161	24.10
İyi	258	38.62
Kesinlikle iyi	168	25.15
Toplam	668	
<i>Yemeklerin görünüşü</i>		
Kesinlikle/Hiç iyi değil	3	0.45
İyi Değil	69	10.36
Kararsızım	125	18.77
İyi	291	43.69
Kesinlikle iyi	178	26.73
Toplam	666	100
<i>Yemeklerin kıvamı</i>		
Kesinlikle/Hiç iyi değil	6	0.9
İyi Değil	47	7.06
Kararsızım	160	24.02
İyi	282	42.34
Kesinlikle iyi	171	25.68
Toplam	666	100
<i>Yemeklerin servis sıcaklığı</i>		
Kesinlikle/Hiç iyi değil	8	1.20
İyi Değil	46	6.90
Kararsızım	148	22.19
İyi	236	35.38
Kesinlikle iyi	229	34.33
Toplam	667	100
<i>Yemeklerin yağı</i>		
Kesinlikle/Hiç iyi değil	19	2.85
İyi Değil	50	7.50
Kararsızım	160	23.99
İyi	271	40.63
Kesinlikle iyi	167	25.04
Toplam	667	100
<i>Yemeklerin porsiyonu</i>		
Kesinlikle/Hiç iyi değil	8	1.20
İyi Değil	40	6.01
Kararsızım	126	18.92
İyi	279	41.89
Kesinlikle iyi	213	31.98
Toplam	666	100
<i>Yemeklerin çeşitliliği</i>		
Kesinlikle/Hiç iyi değil	7	1.05
İyi Değil	42	6.30
Kararsızım	111	16.64
İyi	247	37.03
Kesinlikle iyi	260	38.98
Toplam	667	100

Sonuç

Gerçekleştirilen çalışma kapsamında, yaş, cinsiyet, farklı meslek grupları gibi faktörlerin yanı sıra yaşanan yerleşim yerlerine göre yeme alışkanlıklarındaki ve yemek tercihlerindeki farklılıklar ortaya koyulmuş, yemek hizmeti alan tüketicilerin menü uyumunu ve çeşitliliğini, porsiyon içeriğini, sezonsal tercihleri değerlendirmeleri sağlanmış, Uşak ilinin tarımsal yapısının, sosyo-ekonomik düzeyinin, davranış kalıplarının ve yemeklerin bölgeden bölgeye değişiminin incelenmesi neticesinde önemli bulgular ortaya koyulmuştur. Tüm veriler değerlendirildiğinde, büyük çoğunluğunu 26-40 yaş aralığında, lise mezunu, evli, 2000-3500 TL gelir düzeyine sahip işçi sınıfında yer alan bireylerin oluşturduğu anket katılımcılarının en büyük sağlık sorununun obezite olduğu göze çarpmıştır. Bu duruma, her üç bireyden birinin günde yarım ekmek tüketmesini ile 4 ve üzeri öğün yapmasının yol açabileceği düşünülmektedir. Anket katılımcıları arasında mevsimine uygun ürün tüketmeye özen gösteren bireylerin (%46.4) yer almasına rağmen, yemeğin sağlıklı olmasından ziyade lezzetli ve doyurucu olmasına dikkat edilme oranlarının yüksek olması tüketici farkındalığının değerlendirilmesi bakımından önemli bulgulardır.

Dışarda yemek hizmeti almak isteyen katılımcıların ilk tercihi ev yemeği yapan restoranlardan (%34.5) yana olurken, katılımcıların servis edilen yemeğin yağ oranına dikkat ettiği (%40.5) ve kendi evsel tüketimleri için de çoğunlukla rafine ayçiçek yağını (%41.5) seçtikleri belirlenmiştir. Özel tüketim alışkanlıkları bireyin cinsiyetinden, ikamet ettiği lokasyona hatta gelir düzeyine göre çok farklı aralıklarda değişebilen davranışlardır. Bu tür alışkanlıklarına belirlenmesine yönelik sorulan sorularda, katılımcıların yemeklerinde çoğunlukla kırmızı sos tercih ettiği, her 2 bireyden biri için baharat ve gazlı içecek kullanımının yaygın olduğu, ve çoğu bireyin sağlıklı yaşamı destekler nitelikte tuz kullanımından kaçındığı dikkati çekmektedir. Farklı gıda gruplarında rastlanan taklit ve tağşiş riskleri, tüketicinin aklındaki soru işaretlerini artırmakta; bireyin seçiciliğini öne çıkararak, daha sağlıklı, daha güvenilir olan gıdaya yönelme arzusunu tetiklemektedir. Bu çalışmada da benzer biçimde, katılımcılardan yemek hizmeti aldıkları ortam ile servis esnasında kullanılan tüm araç gereçlerin hijyenini ve konforunu değerlendirmeleri istendiğinde, yemekhane, masa/sandalye, kaşık/çatal/bardak hijyeninin “iyi” olarak nitelendirilmesi gıda güvenliği açısından umut vericidir.

Menülerde sunulan yemeklerin gerek içerik gerekse görsel açıdan katılımcı üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu ve tüm katılımcıların yemeklerin uyumuna, görünüşüne, kıvamına,

servis sıcaklığına, yağ içeriğine, porsiyonuna ve çeşitliliğine 5 üzerinden ortalama 4 puan verdiği gözlenmiştir.

Sonuç olarak bu çalışma bitiminde, Uşak ilinde hazır yemek/toplu beslenme hizmeti alan toplamda 668 bireye ilişkin demografik verilere ulaşılmış ve tüm bu temel verilerin bireylerin beslenme alışkanlıklarıyla ilişkisi irdelenmiştir. Hazır yemek hizmeti alan bireylerin menü içeriğinden, yemeğin servis edildiği mekânın hijyen statüsüne ve hatta tuz, alkollü içecek kullanımına kadar farklı konularda gerekli titizliğe sahip olmasının, tüketici bilinçlendirmesi ve gıda güvenliğinin yaygınlaştırılması bakımından önemli katkılar sağlayacağı aşikardır. Bu alanda hizmet veren işletmelerin, müşterilerin beklentilerini belirlemede değerlendirilen tüm bu faktörleri göz önünde bulundurarak hareket etmesi tavsiye edilmektedir.

Etik Standart ile Uyumluluk

Çıkar çatışması: Yazarlar bu yazı için gerçek, potansiyel veya algılanan çıkar çatışması olmadığını beyan etmişlerdir.

Etik izin: Araştırma niteliği bakımından gerekli olan etik izin, Uşak Üniversitesi Fen ve Mühendislik Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından 2019/04 nolu karar ile alınmıştır.

Finansal destek: -

Teşekkür: Anket bulgularının çoklu uyum analizi (MCA) ile değerlendirilmesindeki katkılarından dolayı Sayın Doç. Dr. Onur GÜNEŞER'e teşekkürlerimizi sunarız.

Açıklama: Bu makale Özge Çam tarafından hazırlanan “Uşak İlinde Hazır Yemek Hizmeti Alan Farklı Sosyo-Ekonomik Düzeye Sahip Bireylerin Yeme Davranışlarının ve Menü Tercihlerinin Belirlenmesi” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

Kaynaklar

Acımiş, D., Beyhan, Y. (1996). *Ankara'da toplu beslenme yapılan kurumlarda uygulanmakta olan menülerin değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Bilim Uzmanlığı Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Toplu Beslenme Sistemleri Anabilim Dalı, Ankara.

AIBI, Bread Market Report (2015). The International Association of Plant Bakeries (AIBI). Retrieved from <http://www.aibi.eu/wp-content/uploads/draft-AIBI-Bread-Market-report-2013.pdf> (accessed 07.02.2020).

Atılan, M. (2008). *Adana'da toplu beslenme yapılan bazı kurumların menülerinin değerlendirilmesi ve tüketici görüşlerinin belirlenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi,

Çukurova Üniversitesi, Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı, Adana.

Ayaz, A. (2008). Tuz tüketimi ve sağlık. TC Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Beslenme ve Fiziksel Aktiviteler Daire Başkanlığı, Ankara. Retrieved from <http://sbu.saglik.gov.tr/Ekutuphane/kitaplar/t67.pdf> (accessed 21.12.2019).

Berkel, M. (2011). *Trakya bölgesindeki üniversitelerde çalışan akademik personelin beslenme alışkanlıkları üzerine bir araştırma.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi, Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı, Tekirdağ.

BESFİN (2018). Besfin Finansal Hizmetler Danışmanlık ve Tic. A.Ş. Yiyecek ve İçecek Sektör Raporu. Retrieved from <http://www.besfin.com> (accessed 27.12.2019).

Birer, S. (1985). *Toplu beslenme yapılan kuruluşlarda yiyeceklere uygulanan satın alma ve kontrol yöntemleri ile depolama teknikleri.* Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, Ankara.

Bodur, S. (1991). *Türk ailesinin beslenme alışkanlıkları.* Türk Aile Ansiklopedisi, T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yayınları, Ankara, p. 188-194.

Ceyhun Sezgin, A., Artık, N. (2015). Toplu tüketim yerlerinde gıda güvenliği ve HACCP uygulamaları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 57, 56-62.

Çakıcı, A. C., Yıldız, E. (2019). Yiyeceklerle ilgili kişilik özelliklerinin lezzet davranışına etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2), 898-917. <https://doi.org/10.21325/jotags.2019.398>

Çetinkaya, O. (1996). *Yiyecek-içecek endüstrisinde menü planlama ve yiyecek-içeceğin geliştirilmesi (varan konaklama söğütözü tesislerinde örnek bir uygulama).* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

DOĞAKA (2018). Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı (DOĞAKA), Hatay İli Gıda Ürünleri ve İçecek İmalatı Sektör Raporu. Retrieved from http://www.dogaka.gov.tr/Ice-rik/Dosya/www.dogaka.gov.tr_866_OE9F21DI_Hatay-ili-Gida-urunleri-ve-icecek-imalati-Sektor-Raporu.pdf (accessed 20.12.2019).

Dokuzlu, S., Barış, O., Hecer, C., Güldaş, M. (2013). Türkiye'de tavuk eti tüketim alışkanlıkları ve marka tercihleri. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 27(2), 83-92.

Elias, M., Laramjo, M., Agulheiro-Santos, A.C., Potes, M.E. (2019). The role of salt on food and human health: Salt. In M. Cengiz-Çinku & S. Karabulut (Eds.), *Salt in the Earth* (p. 197-290). London: Intech Open, ISBN: 978-1-78984-635-5

Ganem, B.C. (1990). *Nutritional menu concepts for the hospitality industry.* New York: Van Nostrand Reinhold Publisher, ISBN: 978-0442206567

Güven, E. (2010). *Yalova ilinde yaşayan farklı eğitim ve gelir düzeyine sahip fertlerin beslenme alışkanlıkları ve gıda güvenliği bilgisinin belirlenmesi üzerine bir araştırma.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi, Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı, Tekirdağ.

Hafizoğlu, M. (2018). *İstanbul halk ekmeği büfe işletmecisi dinamikleri ile müşteri profili ve tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Atatürk Üniversitesi, Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı, Erzurum.

Hasipek, S., Sürücüoğlu, M.S. (1994). *Ülkemizde okul öncesi çocuklarda görülen beslenme sorunları ve beslenmenin önemi.* 10. Ya-Pa Okul Öncesi Eğitim Yaygınlaştırılması Semineri, Ya-Pa Yayınları, Ankara.

IYSAD (2018). Retrieved from <http://iysad.com/2018/02/05/et-fiyatları-hazir-yemekcileri-vurdu/> (accessed 26/04/2020).

Kızıltan, G. (1998). *Günde beş yüz ve üzeri kişiye yemek servisi yapan toplu beslenme kurumlarında kullanılan araç-gereçler, yemek üretim ve servis kalitesine etkileri ve karşılaşılan sorunlar.* Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Toplu Beslenme Sistemleri Anabilim Dalı, Ankara.

Minitab, Minitab 16.1.1. (2010). Statistical Software. Minitab, Inc., State College, Pennsylvania, USA.

Müzeyyen, B. (2011). *Trakya bölgesindeki üniversitelerde çalışan akademik personelin beslenme alışkanlıkları üzerine bir araştırma.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi, Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı, Tekirdağ.

Salıcık, D., Kumral, A. Y. (2017). Bursa ili kentsel alanında tüketicilerin güvenilir gıda tüketimine yönelik tutumlarının belirlenmesi. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 31 (2), 69-82.

Satman, İ., Yılmaz, T., Sengül, A., Salman, S., Salman, F., Uygur, S., Bastar, I., Tutuncu, Y., Sargin, M., Dincag, N., Karsıdag, K., Kalaca, S., Ozcan, C., King H. (2002). Population-based study of risk characteristics in Turkey. *Diabetes Care*, 25(9),1551-1556. <https://doi.org/10.2337/diacare.25.9.1551>

Sinir, G. Ö., İncedayı, B., Çopur, Ö. U., Kaplan, E., Bekaroğlu, M. (2014). Uludağ Üniversitesi'nde eğitim gören öğrencilerin beslenme alışkanlıklarının araştırılması. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 28(2), 37-47.

Sucu, N., Durmuş, S., & Şen, M. A. (2008). Yemek sektörüne Genel Bakış. Retrieved from http://www.gidamo.org.tr/resimler/ekler/08dd52f2fe32a1d_ek.pdf?tipi=%205&turu=H&sube=0 (accessed 27.11.2017).

SPSS (2004). SPSS Professional Statistics 13.0. 2004. SPSS Inc., Chicago, IL, USA.

Statista (2020). Bread. Retrieved from <https://www.statista.com/outlook/40050100/100/bread/worldwide#market-revenue> (accessed 16.6.2020).

Steenhuis, I., Leeuwis, F., Vermeer, W. (2010). Small, medium, large or supersize: Trends in food portion sizes in the Netherlands. *Public Health Nutrition*, 13, 852-857. <https://doi.org/10.1017/S1368980009992011>

TEMĐ Grubu (2018). Obezite tanı ve tedavi kılavuzu. . TEMĐ Obezite, Lipid Metabolizması, Hipertansiyon Çalışma Grubu. *Türkiye Endokrinoloji ve Metabolizma Derneği*, 11-19.

Tanık, O. (2006). Ekmek Üretiminde Kalite Uygulamaları ve Müşteri Memnuniyet Dinamiklerinin Belirlenmesi. Ya-

yınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Edirne.

TGK (2007). Türk Gıda Kodeksi Alkolsüz İçecekler Tebliği (Tebliğ No: 2007/26). Retrieved from <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/06/20070615-5.htm> (accessed 20.11.2019).

TGK (2013a). Türk Gıda Kodeksi Baharat Tebliği (Tebliğ No: 2013/12). Retrieved from <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/04/20130410-19.htm> (accessed 20.11.2019).

TGK (2013b). Türk Gıda Kodeksi Tuz Tebliği (Tebliğ No: 2013/48). Retrieved from <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/08/20130816-15.htm> (accessed 20.11.2019).

Tunç, A.Ç. (2019). Obezite ve beslenmenin psiko-sosyal boyutu: *Beslenme ve Obezite*, Ed: Yaman, Ç. Güven Plus Grup Danışmanlık A.Ş. Yayınları, İstanbul.

Tümer, H. (2017). *Toplu beslenme servislerinde porsiyon kontrolü ve türkiye'ye özgü ölçü kabı geliştirme*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Başkent Üniversitesi, Beslenme ve Diyetetik Ana Bilim Dalı, Ankara.

Wetherilt, H. and Pala, M. (1994). *Herbs and spices indigenous to turkey: herbs spices and edible fungi*, Ed.: Charalambous, G. Elsevier Science, Amsterdam.

Yağcı, S. (2010). *Van ilinde lise son sınıf öğrencilerinin beslenme alışkanlıkları üzerine cinsiyetlerinin etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi, Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı, Tekirdağ.

Arpa Zemzemoğlu, T.E., Erem, S., Uludağ, E., Uzun, S. (2019). Sağlık bilimleri fakültesi öğrencilerinin beslenme alışkanlıklarının belirlenmesi. *Food and Health*, 5(3), 185-196. <https://doi.org/10.3153/FH19020>