





Türkiye’de Yiyecek Seçiminin Bölgelere Göre Farklılaşması** (Variation of Food Choices According to Regions in Turkey)

Mustafa AKSOY^a , * İhsan KAZKONDU^b 

^a Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Ankara/Turkey

^b Zonguldak Bülent Ecevit University, Devrek Vocational School, Cookery Program, Zonguldak/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:13.05.2020

Kabul Tarihi:14.06.2020

Anahtar Kelimeler

Yiyecek seçimi

Yeme-içme alışkanlıkları

Türkiye

Öz

Gastronomi alanındaki bu çalışmada Türkiye’de yaşayan bireylerin yiyecek seçimlerini etkileyen faktörler arasındaki farklılık düzeylerini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Araştırmada genel tarama modeli kullanılmıştır. Çalışmanın evrenini Türkiye’de yedi bölgede (Karadeniz, Marmara, Ege, Akdeniz, İç Anadolu, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu) yaşayan bireyler oluşturmaktadır. Örneklem olarak Avrupa Birliği İstatistik Bürosu tarafından üretilen bölgesel istatistiklerde belli bir yapı oluşturmak için geliştirilen İstatistik Bölge Birimleri Sınıflaması’nda yer alan Düzey-2 bölge sınıflamasında 26 tane şehirde yaşayan 1560 birey seçilmiştir. Çalışmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Araştırma sonucunda Türkiye’deki bireyler için yiyecek seçiminde en önemli üç faktörün sırasıyla duyuşal çekicilik, kolaylık ve ruh hali; en az önemsenen faktörün ise kilo kontrolü olduğu ortaya çıkmıştır. Yiyecek seçimi tüm alt boyutları ile bölgeler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Özellikle Doğu Anadolu ve Karadeniz Bölgelerinde yaşayan bireylerin diğer bölgelerde yaşayan bireylere göre yiyecek seçerken daha fazla dikkatli oldukları tespit edilmiştir. Ayrıca Marmara ve İç Anadolu Bölgeleri’nde yaşayan bireylerin yiyecek seçiminde daha az seçici oldukları, daha az kriterlerinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Keywords

Food choice

Eating and drinking habits

Turkey

Abstract

In this study on gastronomy, it is aimed to find out level of variations in factors affecting food choices of people in Turkey. General survey model is used in the study. Target population of study consists of individuals from seven different regions of Turkey (Black Sea, Marmara, Aegean, Central Anatolia, East Anatolia, and Southeast Anatolia). 1560 individuals living in 26 of Level-2 regions in Nomenclature of Units for Territorial Statistics developed by Eurostat to establish a particular structure in regional statistics are selected for sample. Survey form is used as data collection tool in the study. As a result of the study, it is found that the most important three factors for food choices of individuals in Turkey are sensory appeal, convenience and state of mind, while the least important factor is weight control. It is determined that there are statistically significant differences among regions with all sub dimensions with regards to food choice. In particular, it is determined that individuals living in East Anatolia and Black Sea regions are more careful when choosing food when compared to individuals living in other regions. Furthermore, it is concluded that individuals living in Marmara and Central Anatolia regions are less picky and have lesser criteria in their food choices.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: ihsan.kazkonde@beun.edu.tr (İ. Kazkonde)

DOI: 10.21325/jotags.2020.609

** Bu çalışma, “Türkiye’de Yeme-İçme Alışkanlıklarının Kuşaklara Göre Değişimi” başlıklı doktora tez çalışmasından türetilmiştir.

GİRİŞ

Yeme-içme alışkanlıkları insanların bedensel ve zihinsel sağlıklarını etkilemesi bakımından tüm dünya ülkelerinde üzerinde önemle durulması gereken bir konudur. "Yeme-içme alışkanlıkları, bireyin öğün sayısı, ana öğünlerde ve ara öğünlerde tükettikleri besinlerin tür ve miktarları, yiyecek satın alma, yemek hazırlama, pişirme ve servis gibi ana özelliklerin yanında bireylerin hızlı veya yavaş yemek yemesi, yiyeceklerin ağızda iyice çiğnenmesi, üzüntülü, neşeli veya sıcak tüketme gibi davranış kalıpları ile bir bütünlük teşkil etmektedir" (Derin, Keskin & Çelikörs, 2015). Özellikle eğitim, gelir ve beslenme bilgi düzeyi, adet ve gelenekler, iklim, çevre, kentte veya kırsal kesimde yaşama gibi faktörler yeme-içme alışkanlıklarına etki etmekte ve yönlendirmektedir (Sürücüoğlu, 1999). Bunun yanı sıra, aile, medya, arkadaş gibi etmenler de insanların yeme-içme alışkanlıklarını etkilemektedir. Özellikle çocuklukta gelişen yeme-içme alışkanlıkları yaşamın daha sonraki yıllarında da devam etmektedir (Stafleu, Van, De, Burema, & Hautvast, 1996).

Yemek yeme eylemi, birbiri içerisine geçmiş gibi görünen fizyolojik, psikolojik, ekolojik, ekonomik, siyasi, toplumsal ve kültürel süreçlerin kesiştiği bir noktada yer alması nedeniyle, sosyal bilimler için incelenmeye değer çok yönlü ve merak uyandıran yeni bir araştırma konusu olmuştur (Beardsworth & Keil, 2011: 21). Bireylerin hangi yiyecekleri neden seçtikleri, dolayısıyla tükettikleri sorusu da benzer şekilde hem sosyal hem de pozitif bilimlerin ilgi alanına girmiştir. Gastronomi de kimya, edebiyat, biyoloji, jeoloji, tarih, tarım, antropoloji, müzik, felsefe, sosyoloji ve psikolojinin anlayışlarını ve değerlendirmelerini içerdiği, bu nedenle de gastronominin karmaşık ve disiplinler arası bir faaliyet olarak değerlendirilebileceği ifade edilmiştir (Kivela & Crotts, 2006: 355). Gastronomi alanındaki bu çalışmada da Türkiye’de yaşayan bireylerin yiyecek seçimlerini etkileyen faktörler arasındaki farklılık düzeylerini ortaya çıkarma amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda Türkiye’de yedi bölgede (Karadeniz, Marmara, Ege, Akdeniz, İç Anadolu, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri) yaşayan bireylerin yiyecek seçimlerini etkileyen faktörler ile ilgili bulgular elde edilmiştir. Elde edilen bulgular, mevcut ve gelecekteki gıda politikalarının belirlenmesi için bir kaynak olacak niteliktedir.

Literatür Taraması

Çalışmanın bu bölümünde bireylerin yeme içme alışkanlıkları ve yiyecek seçimine etki eden faktörle ilgili bilgiler yer almaktadır.

Yeme-İçme Olgusu

Maslow’un insan ihtiyaçları piramidinde ihtiyaçlar önceliklerine göre sıraladığında beslenme fizyolojik ihtiyaçlar içerisinde ve temelde yer almaktadır (Dölekoğlu & Yurdakul 2004). Fizyolojik ihtiyaçların en önemlisi olan beslenme, sadece acıkma hissini bastırmak veya insanın canının istediğini yemesi değildir. Beslenme, insanın büyümesi, gelişmesi, sağlıklı ve üretken olarak uzun süre yaşaması için gerekli olan besin öğelerinin yeterli ve dengeli miktarlarda alınıp vücutta kullanılmasıdır (Baysal, 2011). İnsan beslenmesinde amaç; bireyin yaşına, cinsiyetine, bulunduğu özel duruma, fiziksel aktivitesine uygun enerji ve besin ögesi gereksinimlerinin karşılanarak sağlıklı bir yaşam sürmesinin sağlanmasıdır. Bu amacın gerçekleşmesinde ilk aşama besinlerin varlığı ve bu besinlerin bireyler tarafından tüketilmesidir (Baysal, 1996).

Beslenme ihtiyacının karşılanması için yiyeceği bulma, hazırlama ve tüketme eylemleri insanlık tarihi boyunca hayatın hep önemli bir bölümünü kapsayarak dinamik şekilde ayrıcalıklı bir yere sahip olmuştur. İnsanoğlunun zaman içerisindeki yeme içme alışkanlıklarındaki değişimi; ilkel toplumdan tarım toplumuna, tarım toplumundan sanayi toplumuna, günümüzde ise sanayi toplumunun getirmiş olduğu teknolojiyle birlikte bilgi ve teknoloji toplumuna geçiş şeklinde farklı gelişme aşamalarından geçmiştir (Onurlubaş, Doğan & Gürler, 2015).

İlkel toplumdan günümüze insanların beslenme şekilleri, bağlı oldukları kültürlerine, coğrafyalarına ve sosyal statülerine göre farklı yönlerde değişerek kümülatif bir şekilde ilerleme göstermiştir. İlkel devirlerde insanoğlu avcılık ve toplayıcılık ile beslenme ihtiyacını karşılamıştır. Avladıkları hayvanları ve topladıkları bitkileri çiğ olarak tüketmekte iken, ateşin keşfedilmesiyle birlikte pişirerek tüketmeye başlamışlardır. Daha sonraki dönemlerde ise insanoğlu tohumu keşfederek tarıma yönelmiş ve yerleşik hayata geçmiştir (Topuzoğlu, Hıdıroğlu, Ay, Önsüz & İkişik, 2007). Yerleşik hayatın getirmiş olduğu nüfus artışı ve buna bağlı olarak tüketimin artması, üretimde ve tüketimde bireysellikten kitleliliğe geçişe neden olmuştur. Böylelikle sanayi dönemi başlamış ve insanlar artık bireysel üretim ve tüketim yerine kitlesel üretim ve tüketime geçmiştir (Çetin, 2006). Sanayi dönemine bağlı olarak gelişen teknolojiyle birlikte bilgi ve teknoloji dönemine geçilmesi insanların hayatlarında çok hızlı bir değişime neden olmuştur. Tüm bu değişimlerle birlikte insanoğlunun yaşam şekli, şartları ve buna bağlı olarak da yeme-içme alışkanlıkları köklü bir değişime uğramıştır (Beşirli, 2010).

Yaşam şeklinin değişikliği insanoğlunun yeme-içme ihtiyacını değiştirdiği kadar hayat şartlarını ve diğer ihtiyaçlarını da değişime uğratmıştır. Her geçen gün ağırlaşan hayat şartları, aile bireylerinin çoğunu çalışmak zorunda bırakmıştır. Çalışma hayatında teknolojinin gelişmesiyle birlikte insanların iş yükü artmış, kendilerine ayırdıkları zaman azalmıştır. Artan bu hayat temposu karşısında insanların en önemli sorunu zaman ve beslenme ihtiyacını karşılamak olmuştur (Uzel, 2018). Bu da insanları zamanı etkin kullanma konusunda yeme-içme ile ilgili ihtiyaçlarını karşılarken ev dışı yiyecek-içecek tüketimine yöneltmiştir. Bu yönelme ev dışı yeme-içme sektörünün de her geçen gün büyümesine ve gelişmesine öncülük etmiştir. Örneğin; insanların evlerde yemek pişirmek yerine hazır yiyecekleri tüketmeye ve dışarıda yemek yemeye başlaması buna en iyi örnektir (Elmacıoğlu, 1996). Yirmibirinci yüzyılda insanlar artık yoğun yaşam tempoları nedeniyle evlerde yemek pişirmek yerine dışarıda yemek yemeyi, hazır ve dondurulmuş yiyeceklerle beslenmeyi tercih etmektedir. Yeme-içme alışkanlıklarındaki ve yiyecek seçimlerindeki değişikliklerin farkında olmak, duyuşsal, fizyolojik, bilişsel, psikolojik, ekonomik, sosyo-demografik faktörler ve sağlık ile olan ilişkilerini saptamak, yeme-içme alışkanlıklarının ve yiyecek seçimlerinin farklılaşmasındaki nedenleri ve sonuçları anlamaya önemli ölçüde katkı sağlayacaktır (Tutar & Yazırlı, 2016).

Yiyecek Seçimine Etki Eden Faktörler

Yiyecek-içeceklerin tüketilmelerinde ya da seçilmesinde birçok faktörün rol oynadığı bilinmektedir. Randall ve Sanjur (1981) yaptıkları çalışmada bireylerin yeme-içme alışkanlıklarının şekillenmesinde yiyecek seçimlerinin büyük etkisinin olduğu, yiyecek seçimlerinin de üç faktörden etkilendiği belirtilmektedir. İlk faktör; yaş, cinsiyet, eğitim, gelir, beslenme, bilgi, pişirme becerisi ve sağlık ile yiyecek arasındaki ilişkiye yönelik tutumlar dahil olmak üzere bireyle ilgilidir. İkinci faktör; tat, görünüş, doku, maliyet, yiyecek türü, hazırlama yöntemi ve baharatlar dahil olmak üzere yiyeceklerin doğasıyla ilgilidir. Üçüncü faktör; mevsim, istihdam, hareketlilik, kentleşme düzeyi, hane halkı büyüklüğü ve ailenin çevresi gibi çevresel faktörler ile ilgilidir. Steenkamp (1993) yaptığı çalışmada yeme içme

alışkanlıklarının gıdaların özellikleri, insan ile ilgili faktörler ve çevre ile ilgili faktörler olmak üzere üç belirleyici arasındaki etkileşimi dikkate alarak kapsamlı bir analizin yapıldığını düşünmüştür.

- Gıdaların özellikleri (fiziksel form, besin içeriği, lif içeriği, enerji değeri)
- Kişi (cinsiyet, yaş, vücut ağırlığı, psikolojik faktörler)
- Çevre (sosyokültürel, ekonomik, pazarlama)

Sheperd (1995) ise yaptığı çalışmada yeme-içme alışkanlıklarını ve yiyecek seçimlerini etkileyen faktörlerin üçe ayrılabilirliğini belirtmiştir.

- Gıda (fiziksel / kimyasal özellikler, besin içeriği)
- Kişi (duyusal niteliklerin algısı, psikolojik faktörler-kişilik, ruh hali)
- Ekonomik ve sosyal (fiyat, markanın bulunabilirliği, sosyal / kültürel tutumlar)

Verilen örneklere bakarak bireylerin yiyecek seçimlerini etkileyen faktörler duyusal ve biyolojik faktörler, demografik ve fizyolojik faktörler, bilişsel ve psikolojik, sosyo-ekonomik ve kültürel faktörler olmak üzere 4 ana başlıkta toplanmıştır.

Duyusal Faktörler

Yiyecek seçimlerini etkileyen duyusal (tatma, görme, işitme, koklama ve dokunma) faktörler alt başlıklar halinde aşağıda açıklanmıştır.

Tatma Duyusu: Tat duyusu yeme-içmeye yönelik kimyasal bir duyudur. Tat duyusu ağız boşluğuna bir yiyecek veya içecek alındığında duyulan histir (Delwiche, 2004). Yiyeceklerin seçilmesinde çok önemli bir yere sahip olan tat duyusu ile sıcak, soğuk, doku gibi özellikler ve tatlı, ekşi, tuzlu, acı ve umami gibi tatlar algılanır. Miişoğlu ve Hayoğlu (2005) tarafından dört temel tadın eşik derecelerinin algılanması üzerine bir araştırmanın sonucuna göre kadınların tat alma duyarlılığı erkeklere göre daha fazla olduğu ifade edilmiştir. Linstrom (2006) ise yaşlılarda gençlere oranla tat alma duyarlılığının azaldığını, kültürlerin ve ülkelerin farklılık göstermesinin de tat alma duyarlılığı hususunda etkili olduğunu bildirmiştir. Ayrıca Linstrom (2007) beş duyu arasında duyusal anlamlandırmada %31 oranında tat alma duyusunun yiyecek seçiminde etkisi olduğunu ifade etmiştir.

Görme Duyusu: Görme duyusu, yiyecek-içeceklerin ilk olarak satın alınmasında ve seçiminde önemli rol oynamaktadır. Özellikle yiyeceklerle ilgili görsel uyarıcılar, bireyin yiyecekleri satın alma kararı, alınacak yiyeceğin miktarı veya tüketimiyle ilgili davranışlar üzerinde etkileri bulunmaktadır (Krishna, 2011: 344). Görme duyusu ile yiyeceğin yapısı, rengi, parlaklığı ve boyutları algılanmaktadır. Yiyeceğin görüntüsü özellikle tazeliğinin ve güvenilirliğinin bir göstergesidir. Bu nedenle görüntüsü hoş olmayan bir yiyecek tadına bakılmaksızın reddedilebilir (Bennion & Scheule, 2004). İrlandalı yetişkinler üzerinde yapılan bir çalışmada da yiyeceğin kalitesi ya da tazeliği yiyeceğin seçimini etkileyen en önemli etkenler arasında gösterilmiştir (Kearney, Kearney, Dunne & Gibney, 2000). Linstrom (2007) ise beş duyu arasında duyusal anlamlandırmada %58 oranında görme duyusunun yiyecek-içecek tercihlerinde en etkili duyusal faktör olduğunu ifade etmiştir.

Koklama Duyusu: Koku duyusu, havadaki koku partiküllerinin bireyin burnuna taşınması ile oluşmaktadır (Koç, 2016: 118). Kokunun algılanması burnun üst kısmında gerçekleştiğinden dolayı tat ve lezzet veren maddelerin algılanabilmesi için gaz haline gelmeleri ve burnun üst kısmına ulaşmaları gerekmektedir. Koku duyusunu diğer duylardan ayıran en önemli fark, bireyin kokuya odaklanmasa dahi onu algılayabilmesi ve ona karşı herhangi bir tepkide bulunabilmesidir. Yiyecek görülme bile çevresine yaydığı koku ile yiyeceği tüketme ve satın alma isteğini harekete geçirebilir ya da yiyeceğin tamamen reddedilmesine sebep olabilmektedir (Arslan & Bayçu, 2012: 116). Linstrom (2007) beş duyu arasında duysal anlamlandırmada %45 oranında koklama duyusunun yiyecek seçiminde en önemli ikinci etkiyi oluşturduğunu ifade etmiştir.

İşitme Duyusu: Ses, insan kulağını etkileyerek fiziksel bir olayın neden olduğu işitsel bir deneyim olarak tanımlanmaktadır (Koç, 2016). Yiyeceklerin ambalajının açılması, pişirilmesi ve tüketimi esnasında oluşan sesler işitme duyusu ile algılanmaktadır. Bu sesler bireylerin yeme isteğini tetikleyebilir ya da olumsuz bir etki oluşturabilmektedir (Brown, 2000). Ayrıca ses öğesinin bireylerin duygularını değiştirmek, mevcut duygularını etkilemek, rahatlatmak ve stresi azaltmak gibi etkileri söz konusudur. Bu sebeple ses öğelerinin hisleri ve duyguları etkileyerek bireyin ruh hali üzerinde etkileri bulunmaktadır (Juslin & Laukka, 2004). Sesin bu fonksiyonundan dolayı birey seçimlerini değiştirebilmektedir. Linstrom (2007) beş duyu arasında duysal anlamlandırmada %41 oranında işitme duyusunun yiyecek seçiminde en önemli üçüncü etkiyi oluşturduğunu ifade etmiştir.

Dokunma Duyusu: Dokunma duyusu basınç, sıcaklık ve acı kavramları ile yakından ilgilidir. (Koç, 2016). Yiyeceğin yumuşaklığı, sertliği ve yapısı dokunma duyusu ile tanımlanmaktadır (Brown, 2000). Dokunma duyusu ile ilgili yapılan araştırmalar bireylerin dokunma duyusunun bir yiyecek hakkında bilgi toplanmasına olanak sağladığına yöneliktir. Konuyla ilgili araştırmaların çoğunluğu sınırlı uygulamadan öteye geçmekte ve yiyecek ile ilgili faydalı bilgiler olmadığı durumlarda dahi dokunma duyusunun birey davranışlarını etkileyebileceğini ifade etmektedir. Bazı bireylerde yüksek dokunma ihtiyacı durumu söz konusudur. Bu bireylerde yiyeceğe temas, bireyin tepkisinin ve güveninin artmasına neden olmaktadır (Peck, 2012). Linstrom (2007) beş duyu arasında duysal anlamlandırmada %25 oranında dokunma duyusunun yiyecek seçiminde etkili olduğunu belirtmiştir.

Demografik ve Fizyolojik Faktörler

Yiyecek seçimlerini etkileyen demografik (yaş, cinsiyet, meslek, eğitim) ve fizyolojik (açlık durumu) faktörler alt başlıklar halinde aşağıda açıklanmıştır.

Yaş: Bireyin alışkanlıklarını etkileyen en önemli faktörlerden birisidir. Çünkü bebeklikten çocukluğa, çocukluktan ergenliğe, ergenlikten yetişkinliğe, yetişkinlikten yaşlılığa uzanan farklı yaş dönemleri boyunca birey, farklı tutum ve davranışlar edinmektedir. Her yeni yaş, değişimleri beraberinde getirmekte ve değişen birey yeni tüketim davranışları sergilemektedir (Köseoğlu, 2002: 98). Bireylerin yiyecek seçimleri de yaş dönemlerine bağlı olarak farklılık göstermektedir. Çocukların ön yargı ve tabuları erken yaşlarda oluşmaktadır. Çocukluk dönemindeki alışkanlıklar, yetişkinlikte yeme alışkanlıklarının temelini oluşturur. Ergenlerin yeme-içme alışkanlık ve yiyecek seçimleri üzerine yapılan çalışmalarda yeme-içme alışkanlık ve zevklerinin genellikle yaş ve cinsiyet ile ilişkili olduğu görülmüştür (Hyde & Feller, 1981; James & Laing, 1995). Yaşın ilerlemesi ile fizyolojik ve çevresel değişiklikler yiyecek alımında düşüşe neden olabilir (Morley, 2001). Bu etkiler nedeniyle ilerleyen yaş ve artan

eğitim düzeyi besin seçimini bağımsız sosyo-demografik değişkenler olarak etkilemektedir (Kearney ve diğerleri, 2000).

Cinsiyet: Bireyin cinsiyeti de beslenme gereksinimini ve dolaylı olarak da yiyecek seçimini etkileyen bir diğer faktördür. Kadınlar, erkeklere göre yiyeceklere daha farklı tepkiler vermektedirler (Manippa, Padulo, Laan & Brancucci, 2017). Kadınlar yiyecek seçerken vücut ağırlığı kontrolüne ve sağlıklı olma faktörüne erkeklere göre daha fazla önem vermektedirler. Adolesanlarda yapılan bir araştırmada vücut ağırlığı endişesi fazla olan kadınlarda, yiyeceğin sağlıklı olması ve düşük miktarda yağ içermesi besin seçiminde daha önemli olmaktadır (Wardle, Haase, Steptoe, Nillapun, Jonwutiwes & Bellisle, 2004). Ayrıca menstruasyon ve doğum gibi biyolojik aktiviteler kadınların demir ve kalsiyum ihtiyaçlarının artmasına sebep olmaktadır. Erkeklerin vücut kas dokusunun daha fazla olması sebebiyle kadınlardan daha fazla proteine ihtiyaç duymaktadırlar. Dolayısıyla yiyecek tercihleri proteini yüksek gıdalardan yana olmaktadır (Shannon, Story, Fulkerson & French, 2002). Yiyecek türü açısından kadınların daha çok meyve, sebze, lifli ve sağlıklı besinleri tükettikleri erkeklerin ise, daha çok yağlı ve şekerli olan enerji içeriği yüksek besinleri, işlenmiş et ve yumurtayı tükettikleri ifade edilebilir. Buradaki temel gerekçe kadınların kilo kontrolü konusunda erkeklere göre daha hassas davranmalarındır. Bu duruma göre kadınlar literatürce de desteklenen, genellikle sağlıklı kabul edilen yiyecekleri tüketirken, erkekler daha sağlıksız yiyecekleri tercih edebilmektedir (Neumark, Story, Perry & Casey, 1999).

Meslek: Bireylerin mesleği, yedikleri yiyecekleri etkileyen önemli unsurlardan biridir. Bireyin çalışma süresi, iş yoğunluğu ve işin ne kadar fiziksel güç gerektirdiği gibi unsurlar, tüketilen yiyeceklerin enerji yoğunluğunu, bireylerin yediği yiyeceklerin hazır gıda olup olmasını etkilemektedir (Saygı, 2017: 80). Örneğin işçilerin beslenmesinde, günlük harcanan miktar kadar enerji alınmadığı durumlarda bireyin çalışması için gerekli olan fiziksel güç azalmaktadır. Bunun yanı sıra gerekli besin öğelerinin alınmıyor oluşu bireyin hastalıklara karşı direncini zayıflatacak, dolayısıyla işçinin işe karşı olan ilgisi ve odağı azalacağından iş kazalarını da beraberinde getirecektir (Baysal, 2011: 525).

Eğitim: Bireylerin eğitim durumu; yiyecek-içeceklerin besin içeriği, beslenme gereksinimi, besin hazırlığı hakkında bilgi sahibi olunmasını sağlamaktadır (Saygı, 2017: 80). Yapılan araştırmalar, eğitim seviyesi yükseldikçe et ve süt ürünlerine yapılan harcamaların arttığını, eğitim seviyesi yüksek bireylerin yiyecek tercihlerini sulu yemeklerin oluşturduğunu ve bu bireylerin sağlıklı beslenmeye daha fazla önem verdiklerini göstermektedir (Kayışoğlu & İçöz, 2012; Aydın, 2011; Akbay, Meral, Yılmaz & Gözek, 2013)

Açlık Durumu: Açlık, bireylerin yaşamlarını devam ettirmelerini sağlayan fiziksel ihtiyaç olarak beslenmeleri gerektiğini uyarıcı sinyaller olup yeme-içme alışkanlıklarının oluşumunda önemli bir etkiye sahiptir. Bu sinyaller fiziksel açlık olarak tanımlanmaktadır. Vücudumuzun enerji depoları azaldığı zaman vücuttaki hormonların sinyal vermesiyle açlık hormonu yükselmeye başlar. Bu esnada birey yemek yemeye başlar başlamaz açlık bastırılma sürecine geçer ve yiyecek-içecek sindirim yolundan geçerken ağızdan başlayarak ince bağırsaklardaki emilim sürecine kadar devam eden tokluk sinyalini oluşturur (Kazanç, 2018). Yiyeceklerin enerji oranı tokluk üzerinde önemli etkiye sahiptir. Enerji oranı düşük yiyecekler, enerji oranı yüksek yiyeceklerden daha fazla doyum sağlar. Enerji veren besin öğelerine göre de karbonhidratlar, proteinler ve yağlar değişen derecelerde doyum sinyalleri oluşturur (Kabaran & Mercanlıgil, 2013:122). Yapılan araştırmalar yağın en düşük doyum gücüne sahip

olduğunu, karbonhidratların orta seviyede bir etkisinin olduğunu ve proteinin ise en doyurucu bulunduğunu ortaya koymuştur (Chomitz, Cheung & Lieberman, 1995). Önemli bir doygunluk sinyali ise tüketilen besinin miktarı veya porsiyon boyutudur. Pek çok birey uygun porsiyon boyutunu neyin oluşturduğunu bilemez ve bunun sonucu fazla enerji alır (Story & Moe, 2000).

Bilişsel ve Psikolojik Faktörler

Yiyecek seçimlerini etkileyen bilişsel (inanç ve tutumlar, sağlık bilgisi, aşinalık, kilo kontrolü, doğal içerik) ve psikolojik (psikolojik durum, kişilik özellikleri ve etiksel kaygılar) faktörler alt başlıklar halinde aşağıda açıklanmıştır.

Psikolojik Durum (Duygu ve Ruh Hali): Duygu, öznel olarak yaşanan bir durumun dışavurumu olan gözlenebilen bir davranış yapısıdır. Duygular değişime ve duruma bağlıdır. Ruh hali ise, yaygın ve uzun süreli olan, belirginleştğinde kişinin davranışlarını ve dünyayı algılayış biçimini önemli ölçüde etkileyen duygudur (Bakırcıoğlu, 2012: 414). Orta çağda yaşayan bireylere göre her yiyecek-içecek, ruh hali üzerinde hemen ya da zamanla iyi ya da olumsuz etkiye sahip olduğu düşünüldüğünden ötürü önemlidir. Bu etkiler yiyecek-içeceğin bileşimi ve kalori yoğunluğundan ziyade yiyecek-içeceğin kendisi ile ilgilidir. Örneğin yumurta, tavus kuşu, sığır eti, nar ve elmanın cinsel isteği artırıcı; ayva, hurma, mürverin ruh halini geliştirici; marul, maydanoz ve hindibanın sakinleştirici etkisinin olduğu düşünülmüştür (Prasad, 1998: 1518). Yiyecek-içecekler, duygular ve ruh hali birçok yönden birbirleriyle ilişkilidir. Duygu ve ruh hali bireylerin yiyecek içecek seçimini ve tüketimini etkilemekte ve sıklıkla birbirlerinin yerine kullanılmaktadır (Köster & Mojet, 2015: 180).

İnanç ve Tutumlar: İnanç, bireyin herhangi bir nesne hakkında sahip olduğu tamamlayıcı düşüncedir (Durmaz, 2008: 80). Tutum, bir objeye karşı sunulan, sürekli devam eden olumlu veya olumsuz bir davranış ile karşılık verme eğiliminin öğrenilmesi olarak tanımlanmaktadır (Wong, Cheung & Calvin, 2013: 172). İnanç ve tutumlar, çeşitli eylemlerle şekillenip, bireyin yeme-içme davranışlarına yön verir (Yükselen, 2003: 133). Yiyecekler ile ilgili kabul edilebilir olanlara ilişkin inançlar dünya genelinde çeşitlilik gösterir ve genellikle bu inançlar din ve kültürel mirasa bağlıdır. Dünya üzerindeki hemen her dinin yiyecek tüketimi ile ilgili belirli bazı kısıtlamaları bulunmaktadır. Literatürde tutum ise, yiyecek-içeceklerle karşı iyi/kötü, memnuniyet / memnuniyetsizlik, hoşlanılan/hoslanılmayan gibi ifadeleri içeren psikolojik eğilim olarak görülür (Eagly & Chaiken, 1993). Yiyecek-içecek tüketiminde sevme-sevmeme, olumlu ya da olumsuz tat tercihleri, tat veya tikslenme gibi unsurlar da büyük önem arz etmektedir. Ayrıca bu unsurlar yiyecek-içecek tercihinde önemli motivasyon araçlarıdır (Olsen, 1999). Yiyecek-içecek tercihindeki tutum, duyuşsal ve hedonik boyutla ilintilidir. Bu boyutlar, ürünün duyuşsal özelliği, tadı, görünümü (renk, şekil, kusurlar ve homojenlik), koku, doku tutarlılığıdır. (Honkanen, Olsen & Myrland, 2004).

Sağlık Bilgisi: Birçok birey için sağlık faktörü yiyecek-içecek seçiminde oldukça önemlidir ve genellikle daha iyi yeme-içme alışkanlıklarıyla ilişkilendirilmektedir (Birkenhead & Slater, 2015). Sağlıklı beslenme dendiğinde insanların akıllarına; sebzeler, meyveler, yağı ve şekeri az, enerjisi düşük olan yiyecek-içecekler gelmektedir (Phan & Chmabers, 2016). Sağlıklı beslenme davranışını tercih eden bireylerde, sigara içmeme ve daha fazla fiziksel aktivite yapma gibi eğilimler de daha fazla görülmektedir. Sağlığa önem verme düzeyi bireylerin cinsiyetinden, yaşından, eğitim ve gelir düzeyinden etkilenmektedir (Birkenhead & Slater, 2015). Genç, erkek, eğitim düzeyi düşük

veya öğrenci olan bireylerde sağlıklıyla ilgili olan endişeler azalmaktadır; bunun sonucu olarak da bu bireylerde, sağlıklı yiyecek-içecek seçimi veya yiyecek-içeceğin sağlıklı olup olmamasıyla ilgili olan endişeler düşük seviyelerde kalmaktadır (Honkanen & Frewer, 2009). Yiyecek seçiminde kadınlar, sağlık faktörüne erkeklere göre daha fazla önem vermektedirler (Share & Stewart-Knox, 2012). Evli çiftlerin genelde daha sağlıklı beslendiği ve kadınların, eşlerini sağlıklı beslenme konusunda teşvik ettiğinin üzerinde durulmaktadır (Lawrence & Barker, 2009).

Aşinalık (Bilinirlik): Yiyecek-içeceklere aşinalık, yiyecek-içeceklerin görüntüsünün ve tadının algılanmasıyla birlikte şekillenir. Bebeğin besinlere aşinalığı ilk olarak anne karnında başlar. Emzirme döneminde ve ek besine geçişle birlikte devam eder. İlk deneyimler yiyecek-içecek seçimlerinde etkili olur. Bebeklerin genellikle aşına oldukları besinleri tüketip, yeni besin denemeye açık olmamalarının nedeni, yeni besinlerin keşfi sırasında potansiyel zararlı maddelere maruz kalmayı engellemektir. Ancak yeni besinlerin tüketilmesini engelleyen neofobiye karşı da bebeğin aşinalık kazanabilmesi için besinlerin tekrar tekrar denenmesi gerekir (Aldridge, Dovey & Halford, 2009). Çocuklarda sebze ve meyve tüketimine yönelik gelişen neofobi durumunda sağlıklı yiyecek-içecek seçimleri görülür (Eertmans, Victoir, Vansant & Van Den Bergh, 2005). King ve Meiselman (2010) yaptıkları çalışmada bir yiyeceği satın alan bireyler ile satın almayan bireylerin duygu profiline birbirinden farklı olduğunu belirlemişlerdir. Çalışmaya göre ürüne aşına olmak bu noktada önem taşımaktadır. Ürünü kullanma sıklığına göre duyguların yoğunluğu artmaktadır. Ürünü satın almayan bireyler, negatif duygulara daha fazla odaklanmakta, bu durum neofobiyi de açıklamaktadır.

Beden İmgesi: Beden imgesi; düşünceleri, duyguları, inançları, davranışları ve bireylerin beden ile ilişkili algı ve tutumlarını içermektedir (Prates, Junior-Freitas, Prates, Veloso & Barros, 2017). Bebeklikte gelişmeye başlayan beden imgesi, adölesan dönemde daha çok önem kazanmakta olan yaşam boyu gelişen ve değişen bir kavramdır. Beden imgesi; beden ölçüsü algısı ve bedene karşı tutum olmak üzere iki bileşenden oluşmaktadır. Hormonal, fonksiyonel bir farklılık durumunda bireylerin beden imajında değişiklikler gözlenebilir. Özellikle kadınların beden imgesi; adölesan, gebelik, gebelik sonrası ve menopoz döneminde beden algılarında değişiklik göstermektedir (Babacan, Çevik, Hataf, Biçen, Keskin & Tuna, 2011). Beden imgesi erkekler için de önemli olmasına rağmen, genel olarak bakıldığında kadınlarda beden imgesine ve bununla ilgili değişkenlere verilen önemin, erkeklere nazaran daha fazla olduğu görülmektedir. Kendini şişman algılayan 630 ergen kız lise öğrencisiyle yapılan çalışmada, kendilerini şişman algılayan, zayıf olarak nitelendirilebilecek kızların, yalnızlık ve ümitsizlik puanlarının yüksek çıktığı görülmüştür (Bektaş, 2016: 67).

Kişilik Özellikleri: Kişilik; belirli olaylarda insanların motivasyon, davranış ve farkındalığını etkileyen, genetik geçmişten kaynaklanan ve tarih boyunca öğrenilen, dış çevre ve durumlardan etkilenen bir dizi kavramı içeren, bireyin kendisiyle ve çevresiyle kurduğu, kendisini diğer bireylerden ayıran, tutarlı ve yapılaşmış bir ilişki biçimi olarak doğumdan ölüme kadar süren dinamik bir süreçtir ve bireyin duygu, yetenek, kültür, eğitim, gelenek, sevinç, üzüntü, konuşkanlık, sinirlilik, konuşma şekli gibi konuların hepsini diğerlerinden farklı kılan çeşitli psikolojik dinamikleri içerir. Bireyin bu bireysel zihinsel, fiziksel ve duygusal özellikleri davranış ve yaşam biçimine yansır (Yöyen, 2017, 123). Yiyeceklerle ilgili kişilik özellikleri, daha çok psikolojik ve içgüdüsel kaynaklı ortaya çıkan davranış biçimleri olarak ifade edilebilir. Alman filozof, Ludwig Andreas Feuerbach "İnsan ne yiyorsa, o'dur" ifadesiyle bir kişinin yediklerinin onun kim olduğunu tanımladığını anlatmaya çalışmıştır. Yediğimiz ve içtiğimiz

her şey kim olduğumuz, nereden geldiğimiz ve nereye gitmek istediğimizle çok yakından alakalıdır (Beef & Fish, 2014: 1).

Doğal İçerik: Aroma maddeleri, renklendiriciler ve koruyucular yiyecek-içeceğin organoleptik özelliklerini değiştirmek, besin değerini artırmak veya tüketiciye kolaylık sağlamak amacıyla eklenmektedir. “Doğal” kelimesi bireylerde pozitif bir çağrışım yapmaktadır (Dickson-Spillman, Siegrist & Keller, 2011). Doğal denildiğinde sağlıklı, taze, organik veya yöresel yiyecek-içecekler akla gelmektedir (Román, Sanchez-Siles & Siegrist, 2017). Tüketici açısından bakıldığında, doğal yiyecek-içecek ve organik yiyecek-içecek kavramlarının tanımları arasında büyük bir karmaşa vardır. Organik yiyecek-içeceklerin sentetik kimyasallar içermedikleri ve organik yiyecek-içeceklerin, organik olmayanlara kıyasla daha sağlıklı oldukları düşünülmektedir. Ayrıca, organik yiyecek-içecekler geleneksellere kıyasla çevre dostu olarak görülmektedir (Dickson-Spillmann ve diğerleri., 2011).

Sosyo-Ekonomik ve Kültürel Faktörler

Yiyecek seçimlerini etkileyen sosyo-ekonomik (sosyoekonomik durum, fiyat) ve sosyokültürel (aile, sosyokültürel çevre, arkadaş etkisi, deneyimler, kolaylık) faktörler alt başlıklar halinde aşağıda açıklanmıştır.

Aile: Bireylerin yeme-içme alışkanlıklarını etkileyen birçok sosyal-ekonomik ve kültürel faktör bulunmasına rağmen ailedeki yeme-içme alışkanlıklarının bireyin yeme-içme alışkanlıkları üzerindeki etkisi büyük olup, aile içi davranış bireylerin yiyecek-içecek tercihlerinde ve yeme-içme davranışlarında temel etkiye sahiptir (Favora & Santonastaso, 1995). Aile, bireylerin yeme-içme alışkanlıklarını çeşitli nedenlerle etkilemektedir. Aile sofrasında yemek yeme ve sofrada yenilen öğün içerikleri, evde bulunan yiyecek-içeceklerin çeşitleri, hazır ve taze yiyeceklerin bulunabilirliği, dışarıda yemek yeme sıklığı, anne ve babanın yiyecek-içecek tüketimleri, anne ve babanın beslenmeye karşı tutum ve davranışları, model ve örnek olma durumu ile bireylerin yeme-içme alışkanlıkları etkilenmektedir (Shrewsbury, King, Hattersley, Howlett, Hardy & Shrewsbury, 2010).

Sosyokültürel Çevre: Sosyokültürel çevre, bir toplumun ya da toplumsal grubun kendine özgü kültürüdür. Birey için bu çevre yaşadığı ülke ve şehir, daha dar anlamda sosyalleştiği alan, okul ve evinin bulunduğu çevrenin sahip olduğu kültürel yapıdır (Özmert, 2005; Batman, Sarıışık & Candidate, 2015). Doğuşunda fizyolojik ihtiyaçlar güdüsü ile doğan insan, sosyokültürel etkiler ile birlikte beslenmeyi fizyolojik bir ihtiyacın ötesine taşıyarak, beslenmeyi bir kültüre dönüştürebilmektedir. Sosyal kabullenme ve sosyal saygı aracı olarak çoğu zaman beslenme ön plana çıkabilmektedir (Açıkgöz, 2006). Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisinde söz ettiği en alt kademe ihtiyaç ile en üst kademe ihtiyaç beslenme ile gerçekleşebilmektedir. Örneğin karın doyurma bir fizyolojik ihtiyaç iken, lüks bir restorana gidip akşam yemeği yiyerek bunun kamuoyuna yansıtılması bir kendini yenileme ihtiyacı olabilmektedir. Sosyokültürel çevrede en etkili faktörler partiler, toplantılar, bayramlar, özel günler, tatiller ve seyahattir. Yiyecek-içeceği arkadaşlarla, aile ile veya iş arkadaşlarıyla paylaşmak ortak bir etkinliktir (Higgs & Thomas, 2016). Çok fazla yemeğin sosyal bir bağlamda gerçekleştiği göz önüne alındığında, kiminle neden yemek yendiğini ve bu durumun nasıl etkilendiğini anlamak önemlidir. Özellikle gençler için yemek yeme genellikle sosyal bir durum olup, aileyi, diğer gençleri, akranları içeren diğer insanları gözlemleyerek kendi yeme davranışını ve seçimlerini oluşturmasını sağlamaktadır (Parlak & Çetinkaya, 2007).

Sosyoekonomik Durum: Ekonomik faktörler ülkeler, toplumlar, aileler ve bireyler için tüketim ihtiyaçları, bu ihtiyaçların karşılanma düzeyi ve tüketim alışkanlıkları üzerinde oldukça etkilidir. Ekonomik durum; bireyin harcanabilir gelir düzeyine, istikrarına, tasarruflarına ve likiditeye, kredisine, aktif değerlere ve harcama ile tasarruf arasındaki tercihine bağlıdır (Akgün, 2008). Bireyin ekonomik durumu yiyecek-içecek tüketim düzeyini ve alışkanlıklarını da etkilemektedir (Beşirli, 2010). Ekonomik durumun yiyecek-içecek tüketimini farklılaştırması, daha fazla yiyecek-içecek tüketimi ile kimi yiyecek-içeceğin daha fazla tüketilirken kimi yiyecek-içeceğin ise daha az tüketilmesi ile ilgilidir (Ritson & Hutchins, 1995: 49). Ekonomik olanaklar nedeni ile refah seviyesi yüksek olan insanlar istedikleri yiyecek maddelerini alabilme ve yiyebilme olanağına sahiptirler. Zengin bir beslenme kültürünün veya alışkanlığının olması ekonomik olanaklarla doğrudan ilişkilidir. Bu anlamda, et, süt ve süt ürünleri veya parasal değeri ve besin değeri yüksek olan diğer besinlerin tüketimi ekonomi düzeyi düşük olan bireyler için çok fazla mümkün olmayabilmektedir. Gelir durumu düşük olan bireylerde tahıl tüketiminin daha yaygın olduğu söylenebilir (Akçay & Vatansever, 2013; Arık-Çolakoğlu, İşmen, Özen, Çakır, Yığın & Ormancı, 2006).

Arkadaş Etkisi: Yeme-içme davranışı sosyal olarak öğrenilen bir özellikte olduğu için sosyal baskılardan da etkilenmektedir. Bireylerde en önemli sosyal baskılardan biri ise arkadaş etkisidir. Bireyler birbirlerinden ve kendilerinden yaşça büyük örnek aldığı modellerden etkilenip kendilerini bulunduğu ortama ayak uydurmak zorunda hissedebilirler. Özellikle bireyler adolsesan döneminde arkadaşlarını model alabilir, taklit edebilirler ve bu taklitler konuşma, çeşitli fiziksel davranışlar, yeme-içme örüntülerini de etkileyebilir (Story & Moe, 2000).

Fiyat: Ekonomik faktörler yeme-içme alışkanlıklarını belirleyen önemli faktörlerden biridir. Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization/WHO), yiyecek-içecek fiyatlarının yüksek olmasının halk sağlığını tehdit ettiğini, özellikle kadınlar, çocuklar, yaşlılar ve gelir düzeyi düşük aileler gibi dezavantajlı grupların bu durumdan etkilendiğini vurgulamıştır. Yiyecek-içecek fiyatları ve gelir durumu bireylerin yiyecek-içecek tercihlerini etkileyen faktörler arasındadır. Düşük sosyoekonomik düzeydeki ailelerde gelirin büyük kısmı yiyecek-içecek alışverişine harcanmaktadır. Yiyecek-içecek fiyatlarının yüksek olması düşük sosyoekonomik duruma sahip ailelerin sağlıklı yiyecek-içecek tercihleri yapmalarına engel olmaktadır (Lo, Chang, Lee & Wahlqvist, 2009).

Yeme-İçme ile İlgili Yaşanan Deneyimler: Yeme-içme ile ilgili özellikle çocukluk çağındaki deneyimler, bu deneyimlere bağlı pozitif veya negatif sonuçlar, maruz kalınan yiyecek-içecekler genetik nedenlerle (acı lezzetlere bağlı duyarlılık) bir araya gelerek yiyecek-içecek seçimlerinin oluşmasında etkili olmaktadır. Yapılan başka bir çalışmada 2-3 yaş aralığında yiyecek-içecek seçimlerinin ergenlik döneminde de benzer olarak devam ettiği belirlenmiştir. Story ve Moe (2000) tarafından yapılan çalışmada da yiyecek-içeceklerin lezzeti ile ilgili beklentinin yiyeceklerle ilgili yaşanan önceki deneyimlerden etkilenebildiği, eğer bir yiyeceğin lezzeti beklenenden kötü olarak algılanmışsa sonrasında da bu yiyeceğin lezzetli olma beklentisinin azalabildiği saptanmıştır.

Kolaylık (Ulaşılabilirlik): Zaman kısıtlı bir kaynaktır. Post modern toplumda değişen kültürel, ekonomik ve sosyodemografik faktörlerle birlikte zaman sıkıntısı yaşanmaktadır. Bu nedenle, bireyler yiyecek-içecek hazırlamaya harcadıkları zamanı azaltmak istemektedirler. Kadınların iş hayatına katılması, yaşam tarzı değişiklikleri, aile yemeklerinin yapısının değişmesi ve boş zamana verilen önemin artmasıyla birlikte kolay hazırlanan ve ulaşılan yiyeceklere yönelim artmıştır (Jackson & Viehoff, 2016). Hazır yiyecek-içecekler için zaman önemli bir faktör olmakla birlikte, yemek hazırlarken fiziksel ve mental olarak harcanan emeği en aza indirmek de önem

taşımaktadır. Ayrıca hazır yiyecek-içeceklerin fiyatlarının, ev yemeklerine kıyasla daha uygun olması da yiyecek-içecek tercihlerini etkilemektedir (Brunner, Van der Horst & Siegrist, 2010).

Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmada, genel tarama modeli kullanılmıştır. Genel tarama modeli geniş grupları kapsayan çok sayıda ögeden oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacı ile seçilmiş bir örneklem grubu üzerinden yapılan çalışmalardır (Bal, 2001: 70; Karasar, 2012: 79). Bu araştırmanın çalışma evrenini Türkiye’deki yedi bölgede (Karadeniz, Marmara, Ege, Akdeniz, İç Anadolu, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu) yaşayan bireyler oluşturmaktadır. Çalışmadaki örneklem seçimi Avrupa Birliği (AB) İstatistik Bürosu (Eurostat) tarafından AB’de üretilen bölgesel istatistiklerde belli bir yapı oluşturmak için geliştirilen İstatistik Bölge Birimleri Sınıflaması’na göre (İBBS) –Nomenclature of Territorial Units for Statistics (NUTS) belirlenmiştir. İstatistik Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS), Avrupa Birliği ülkelerinin bölgesel tabanlı olacak şekilde, sosyo-ekonomik düzey odaklı analizler yapabilmek ve politikalar geliştirebilmek için kullandığı coğrafi kodlama sistemidir (Özçağlar, 2003). İBBS, temel olarak üç tür sınıflandırmadan oluşmaktadır. Düzey 1 olarak bilinen sınıflama 12 alt bölgeden, Düzey 2 sınıflandırması 26 alt bölgeden ve Düzey 3 sınıflandırması da 81 ilden oluşmaktadır. Bu sınıflandırmalar arasında kalkınma ve politika geliştirme için öncelikli olarak dikkate alınması gereken ise Düzey 2 sınıflandırmasıdır. (Taş, 2006; Kayalak & Kiper, 2006). Düzey 2 bölgeleri AB’inden en fazla yardım alacak birimler olarak belirlendiğinden bu birimlerin oluşturulmasında; “ortak sorunlara sahip, sosyo-ekonomik ve kültürel olarak birbirine yakın ve coğrafi olarak benzer özellikler gösteren iller” gruplanmıştır. Ayrıca Eurostat bölgesel planlarını Düzey 2 bölgelerine göre yapılmasını öngörmektedir. Yani ülkelerin ve birliğin tamamına yönelik hazırlanacak gelişme ve kalkınma planları Düzey 2 bölgeleri baz alınarak yapılmaktadır. Bu sebeplerden dolayı çalışmada 26 tane Düzey-2 bölge örneklem seçimi için kullanılmış ve seçilen Düzey-2’deki iller bölgelere göre tabakalı örnekleme yöntemiyle gruplandırılmıştır.

Çalışmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Türkçe olarak hazırlanan araştırma anketi iki bölümden oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini (yaş, cinsiyet, gelir, eğitim düzeyi, medeni durumu vb.) belirlemeye ilişkin sorular yer almaktadır. Anketin ikinci bölümünde Steptoe, Pollard ve Wardle (1995) tarafından geliştirilen ve Dikmen, İnan-Eroğlu, Göktaş, Barut-Uyar ve Karabulut (2016) tarafından Türkçe’ye uyarlanıp geçerlik, güvenilirlik ve faktör analizi yapılan Yiyecek Seçimi Ölçeği (Food Choice Questionnaire) kullanılmıştır. Yiyecek Seçim Ölçeği, katılımcıların yiyecek seçimi sebeplerini ölçmek amacıyla sağlık, ruh hali, kolaylık, duyuşal çekicilik, doğal içerik, fiyat, kilo kontrolü, bilinirlik, etiksel kaygı olmak üzere dokuz alt boyuta sahip toplam 36 ifadeden oluşmaktadır. Steptoe ve diğerleri (1995) tarafından geliştirilen ölçek yiyecek seçimine ilişkin birçok boyutu birlikte ele aldığı için bu çalışmada kullanılması uygun bulunmuştur. Zira yiyecek seçimi ilgili bir çalışmada yukarıda ifade edilen dokuz alt boyutun bir ölçek içerisinde yer alması çalışmanın amaçları ve pratik faydaları açısından önem arz etmektedir. Ölçek formunda yer alan ifadeler dörtlü likert tipi ölçek (1=Hiç Önemli Değil, 2=Çok Az Önemli, 3=Ne Çok Ne Az Önemli, 4=Çok Önemli) kullanılarak derecelendirilmiştir. Dikmen ve diğerleri (2016) tarafından Türkçe’ye uyarlanıp geçerlik, güvenilirlik ve faktör analizi yapılan Yiyecek seçimi ölçeğinde ölçeğin güvenilirlik katsayıları açısından sağlık alt boyutunun Cronbach alfa katsayısı 0,84, ruh hali alt boyutunun Cronbach alfa kat sayısı 0,81, kolaylık alt boyutunun Cronbach alfa katsayısı 0,78, duyuşal çekicilik alt boyutunun Cronbach alfa katsayısı 0,71, doğal içerik alt boyutunun Cronbach alfa katsayısı

0,81, fiyat alt boyutunun Cronbach alfa katsayısı 0,66, kilo kontrolü alt boyutunun Cronbach alfa katsayısı 0,76, bilinirlik alt boyutu Cronbach alfa katsayısı 0,60, etiksel kaygı alt boyutu Cronbach alfa katsayısı 0,70, tüm ölçeğin Cronbach alfa katsayısı ise 0,90 olarak bulunmuştur. İlgili araştırmacılar tarafından gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizinde $df= 4,63 < 5$, NNFI=0,5, CFI=0,96 RMSEA= 0,061 değerleri bulunmuş olup doğrulayıcı faktör analizi sonucunun yiyecek seçim ölçeğinin Türkçe versiyonuna kabul edilebilir iyi uyum gösterdiği saptanmıştır.

Araştırmada kullanılan anket formu son düzenlemeler yapıldıktan sonra veri toplama süreci başlamıştır. Veri toplama, araştırmacının kendisi ve araştırmacı tarafından belirlenen, çalışma konusu ve anket içeriği hakkında bilgilendirilen anketörler tarafından yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Verilerin toplanması 2018 yılı Eylül ve 2019 Şubat ayları içerisinde yaklaşık beş ayda tamamlanmıştır. Veri toplama sürecinde İstatistik Bölge Birimleri Sınıflandırması Düzey-2 de yer alan 26 alt bölgede yaşayan 1560 bireye anket uygulanmıştır. Anketin yüz yüze uygulanmasından dolayı toplanan tüm formlar değerlendirmeye alınabilmiştir.

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen anket çalışması sonucunda elde edilen veriler istatistik yöntemler kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmada, demografik bulgular ve hipotezlere yönelik bulgular istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Yedi bölgede yer alan bireylerin grup ortalamaları arasında farklılık olup olmadığını test etmek için ANOVA (tek yönlü varyans analizi) uygulanmıştır.

Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amacına uygun olarak oluşturulan hipotezleri şu şekildedir:

H₁: Türkiye’de farklı bölgelerde yaşayan bireylerin yiyecek seçimlerinde sağlık faktörü açısından anlamlı farklılık vardır.

H₂: Türkiye’de farklı bölgelerde yaşayan bireylerin yiyecek seçimlerinde ruh hali faktörü açısından anlamlı farklılık vardır.

H₃: Türkiye’de farklı bölgelerde yaşayan bireylerin yiyecek seçimlerinde kolaylık faktörü açısından anlamlı farklılık vardır.

H₄: Türkiye’de farklı bölgelerde yaşayan bireylerin yiyecek seçimlerinde duyuşal çekicilik faktörü açısından anlamlı farklılık vardır.

H₅: Türkiye’de farklı bölgelerde yaşayan bireylerin yiyecek seçimlerinde doğal içerik faktörü açısından anlamlı farklılık vardır.

H₆: Türkiye’de farklı bölgelerde yaşayan bireylerin yiyecek seçimlerinde fiyat faktörü açısından anlamlı farklılık vardır.

H₇: Türkiye’de farklı bölgelerde yaşayan bireylerin yiyecek seçimlerinde kilo kontrolü faktörü açısından anlamlı farklılık vardır.

H₈: Türkiye’de farklı bölgelerde yaşayan bireylerin yiyecek seçimlerinde bilinirlik faktörü açısından anlamlı farklılık vardır.

H₀: Türkiye’de farklı bölgelerde yaşayan bireylerin yiyecek seçimlerinde etiksel kaygı faktörü açısından anlamlı farklılık vardır.

Araştırmanın Bulguları

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 1.’de verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların demografik özellikleri (n=1560)

Demografik Değişkenler	Seçenekler	n	%
Cinsiyet	Kadın	772	49,5
	Erkek	788	50,5
Bölgeler	Karadeniz Bölgesi (Zonguldak, Sinop, Samsun, Düzce)	300	19,2
	Marmara Bölgesi (İstanbul, Bursa, Balıkesir, Tekirdağ)	240	15,4
	İç Anadolu Bölgesi (Ankara, Kayseri, Niğde, Karaman)	240	15,4
	Ege Bölgesi (İzmir, Aydın, Kütahya)	180	11,5
	Akdeniz Bölgesi (Antalya, Mersin, Hatay)	180	11,5
	Doğu Anadolu Bölgesi (Erzurum, Van, Ağrı, Bingöl)	240	15,4
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi (Şanlıurfa, Adıyaman, Siirt)	180	11,5
Doğum Tarihi	1946-1964	390	25,0
	1965-1979	390	25,0
	1980-1999	390	25,0
	2000 ve sonrası	390	25,0
Medeni Durum	Evli	746	47,8
	Bekar	703	45,1
	Diğer	111	7,1
Mezuniyet	Lise	465	29,8
	Ortaokul	312	20,0
	İlkokul	272	17,4
	Lisans	152	9,7
	Ön lisans	147	9,4
	Okur yazar değil	95	6,1
	Okur yazar	94	6,0
	Yüksek Lisans	20	1,3
	Doktora	3	0,2
Çalışma Durumu	Öğrenci	482	30,9
	Çalışmıyor	387	24,8
	Özel Sektör Çalışanı	283	18,1
	Emekli	245	15,7
	Kamu Çalışanı	163	10,4
Aylık Gelir	500 ve altı	511	32,7
	1501-3000	510	32,8
	501-1500	317	20,3
	3001-5000	176	11,3
	5000 üzeri	46	2,9
Yeme İçmeye Ayrılan Bütçe	250 ve altı	569	36,5
	251-500	462	29,6
	501-1000	392	25,1
	1001-2000	107	6,9
	2000 üstü	30	1,9

Tablo 1’ de yer alan katılımcıların demografik özelliklerine cinsiyet açısından bakıldığında, katılımcıların %50,5’i erkek, %49,5’i kadındır. Katılımcıların bölge dağılımları incelendiğinde %19,2’sinin Karadeniz, %15,4’ünün Marmara, %15,4’ünün İç Anadolu, %11,5’inin Ege, %11,5’inin Akdeniz, %15,4’ünün Doğu Anadolu ve %11,5’inin Güneydoğu Anadolu Bölgelerinden toplam 1560 katılımcının araştırmaya katıldığı görülmektedir. Katılımcıların yaş durumlarına bakıldığında %25’inin 1946-1964 doğumlu, %25’inin 1965-1979 doğumlu, %25’inin 1980-1999 doğumlu ve %25’inin 2000 ve sonrası doğumlu olduğu görülmektedir. Medeni durumları değerlendirildiğinde %47,8’i evli, %45,1’i bekar ve %7,1’i diğer (boşanmış, dul) durumdadır. Eğitim durumları açısından bakıldığında en çok %29,8’inin lise eğitimi en az ise %0,2’sinin doktora eğitimi aldıkları görülmektedir. Okuma yazma bilmeyenlerin oranı ise %6,1’dir. Katılımcıların çalışma durumlarına göre öğrenci (%30,9) grubunda olanların en fazla, kamu çalışanı (%10,4) grubunda olanların ise en az olduğu görülmektedir. Katılımcıların gelir durumlarına bakıldığında %32,8’sinin “1501-3000 TL” arasında ortalama aylık gelire sahip olduğu, “5000 TL ve üstü” geliri olan katılımcıların çok az olduğu (%2,9) görülmektedir. Yeme içmeye ayrılan bütçe açısından bakıldığında katılımcıların %36,5’inin yeme içmeye 250 TL ve altında bütçe ayırdıkları, 2000 TL ve üstünde bütçe ayıranların oranının ise %1,9 olduğu görülmektedir.

Katılımcıların yiyecek seçim ölçeği ile ilgili betimsel istatistik sonuçları Tablo 2.’de gösterilmiştir.

Tablo 2.’de gösterilen yiyecek seçim ölçeğinde yer alan alt boyutlardaki her bir ifadeye ait ortalama, standart sapma ve yüzdelik değerlerine göre; en yüksek puan ortalamasına sahip olan ifadeler duyusal çekicilik alt boyutunda yer alan 4’üncü ifade olan “... tadının güzel olmasıdır” (3,34 ±0,89), duyusal çekicilik alt boyutunda yer alan 14’üncü ifade olan “... güzel kokuya sahip olmasıdır” (3,16 ±0,93) ve ruh hali alt boyutunda yer alan 13’üncü ifade olan “... beni mutlu etmesidir” (3,13 ±0,97) iken; en düşük puan ortalamasına sahip olan ifadeler ise sağlık alt boyutunda yer alan 9’uncu ifade olan “... lif ve selüloz oranının yüksek olmasıdır” (2,51 ±1,03), etiksel kaygı alt boyutunda yer alan 20’nci ifade olan “... politik olarak onayladığım ülkelerden geliyor olmasıdır” ve fiyat alt boyutunda yer alan 12’nci ifade olan “... parasal değerinin yüksek olmasıdır” (2,61 ±1,05) olarak saptanmıştır.

Tablo 2. Yiyecek seçim ölçeği ile ilgili tanımlayıcı istatistikler (n=1560)

	İfadeler	\bar{X}	SS	Hiç Önemli	Çok Az	Önemli	Çok
				Değil	Önemli	%	Önemli
				%	%	%	%
Sağlık	... lif ve selüloz oranının yüksek olmasıdır.	2,51	1,03	21,3	25,1	34,4	19,2
	... besleyici olmasıdır.	3,08	0,96	8,1	17,8	32,6	41,5
	... birçok vitamin ve mineral içeriyor olmasıdır.	2,84	1,01	12,4	22,6	33,6	31,4
	... protein içeriğinin yüksek olmasıdır.	2,87	0,99	11,9	21,0	35,7	31,4
	... beni sağlıklı tutmasıdır.	3,11	0,96	8,3	16,4	31,7	43,6
	... cildime, dişlerime, saçlarıma, tırnaklarıma vb. iyi gelmesidir.	2,91	1,04	12,8	20,3	30,1	36,9
Ruh Hali	... beni mutlu etmesidir.	3,13	0,97	7,8	17,8	28,5	45,9
	... stresle başa çıkmama yardımcı etmesidir.	2,72	1,05	16,9	22,2	33,3	27,6
	... beni uyanık ve canlı tutmasıdır.	2,95	0,99	10,4	20,2	33,7	35,6
	... rahatlamama yardımcı olmasıdır.	2,94	1,00	10,6	20,9	32,1	36,5
	... beni iyi hissettiriyor olmasıdır.	3,09	0,95	7,9	17,7	32	42,4
	... hayatla başa çıkmada yardımcı olmasıdır.	2,78	1,05	16,2	20,1	32,8	30,9

Tablo 2. Yiyecek seçim ölçeği ile ilgili tanımlayıcı istatistikler (n=1560) (devamı)

Kolaylık	... hazırlamasının kolay olmasıdır.	2,93	1,05	13,3	19,5	28,7	38,5
	... kolayca mağazalarda ve süpermarketlerde bulunmasıdır.	2,89	0,98	11,5	20,1	36,6	31,7
	... kolayca pişirilebilir olmasıdır.	3,04	0,95	8,6	17,8	34,7	38,9
	... hazırlamasının çok fazla zaman almamasıdır.	2,98	0,99	10,6	18,4	33,0	38,0
	... yaşadığım ya da çalıştığım yere yakın dükkanlarda satın alınabilir olmasıdır.	2,96	1,00	11,5	17,4	34,4	36,7
Duyusal çekicilik	... tadının güzel olmasıdır.	3,34	0,89	4,8	13,5	24,5	57,2
	... güzel kokuya sahip olmasıdır.	3,16	0,93	6,2	18,4	28,8	46,5
	... hoş bir dokuya sahip olmasıdır.	2,86	1,00	11,7	22,3	33,8	32,1
	... güzel görünüyor olmasıdır.	3,06	0,99	9,7	17,5	29,9	42,9
Doğal içerik	... hiçbir katkı maddesi içermemesidir.	2,91	0,99	10,3	22,9	32,3	34,4
	... doğal maddeler içermesidir.	3,00	0,99	10,1	18,8	32,5	38,6
	... hiçbir yapay madde içermemesidir.	2,88	1,03	12,7	20,9	31,7	34,7
Fiyat	... pahalı olmamasıdır.	2,96	0,98	10,8	18,1	35,9	35,3
	... parasal değerinin yüksek olmasıdır.	2,61	1,05	20,0	22,9	33,5	23,7
	... ucuz olmasıdır.	2,95	1,08	14,5	17,1	27,2	41,2
Kilo Kontrol	... kalori (enerji) oranının düşük olmasıdır.	2,62	1,04	18,3	25,1	32,6	24,0
	... yağ oranının düşük olmasıdır.	2,75	1,01	14,6	22,9	35,1	27,3
	... kilo kontrolünü sağlamada yardımcı etmesidir.	2,65	1,06	18,8	23,3	32,1	25,8
Bilinirlik	... benim için tanıdık (bilindik) olmasıdır.	2,95	0,97	9,5	20,8	34,7	35,0
	... çocukken yediğim yemeklere benziyor olmasıdır.	2,70	1,03	16,9	22,1	35,2	25,9
	... genellikle yediğim şey olmasıdır	2,99	0,94	8,7	19,1	37,1	35,2
Etiksel Kaygı	... çevre dostu bir şekilde paketlenmiş olmasıdır.	2,72	0,99	13,7	25,8	35,1	25,4
	... politik olarak onayladığım ülkelerden geliyor olmasıdır.	2,59	1,08	21,3	23,0	30,9	24,7
	... menşei (üretim) ülkesinin açıkça belirtiliyor olmasıdır.	2,76	1,05	16,2	21,5	32,2	30,1

Yiyecek seçimi alt boyutları puanlarının bölgelere göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. Yiyecek seçimi alt boyutları puanlarının bölgelere göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü Varyans analizi (ANOVA) sonuçları (n=1560)

Yiyecek Seçimi Alt Boyutları	Bölgeler																
	Karadeniz Bölgesi (n=300)		Marmara Bölgesi (n=240)		İç Anadolu Bölgesi (n=240)		Ege Bölgesi (n=180)		Akdeniz Bölgesi (n=180)		Doğu Anadolu Bölgesi (n=240)		Güneydoğu Anadolu Bölgesi (n=180)		Toplam (n=1560)		
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	F
Sağlık	2,93 ± 0,67	2,61 ± 0,69	2,74 ± 0,64	2,88 ± 0,75	2,88 ± 0,77	3,00 ± 0,77	2,83 ± 0,68	2,84 ± 0,70	8,105	,001							
Ruh Hali	3,07 ± 0,67	2,78 ± 0,65	2,67 ± 0,67	2,88 ± 0,62	2,83 ± 0,70	3,34 ± 0,64	2,88 ± 0,73	2,93 ± 0,70	26,802	,001							
Kolaylık	3,01 ± 0,68	2,87 ± 0,65	2,94 ± 0,67	2,87 ± 0,56	2,76 ± 0,69	3,27 ± 0,60	2,88 ± 0,69	2,95 ± 0,67	14,278	,001							
Duyusal Çekicilik	3,26 ± 0,69	2,99 ± 0,69	2,91 ± 0,69	3,10 ± 0,60	2,92 ± 0,74	3,39 ± 0,65	3,05 ± 0,75	3,11 ± 0,71	15,843	,001							
Doğal İçerik	3,04 ± 0,77	2,71 ± 0,84	2,81 ± 0,76	2,96 ± 0,76	2,95 ± 0,81	3,05 ± 0,89	2,98 ± 0,79	2,93 ± 0,81	6,068	,001							

Tablo 3. Yiyecek seçimi alt boyutları puanlarının bölgelere göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü Varyans analizi (ANOVA) sonuçları (n=1560) (devamı)

Fiyat	2,84 ± 0,82	2,86 ± 0,73	2,86 ± 0,71	2,88 ± 0,73	2,72 ± 0,73	3,02 ± 0,81	2,60 ± 0,82	2,84 ± 0,78	5,862	,001
Kilo Kontrol	2,77 ± 0,83	2,52 ± 0,77	2,59 ± 0,74	2,72 ± 0,81	2,67 ± 0,77	2,73 ± 0,88	2,71 ± 0,73	2,67 ± 0,80	2,939	,007
Bilinirlik	3,08 ± 0,70	2,77 ± 0,72	2,77 ± 0,66	2,81 ± 0,60	2,83 ± 0,73	2,96 ± 0,67	2,85 ± 0,71	2,88 ± 0,70	7,279	,001
Etiksel Kaygı	2,88 ± 0,86	2,46 ± 0,80	2,44 ± 0,71	2,68 ± 0,78	2,67 ± 0,78	3,03 ± 0,69	2,60 ± 0,88	2,69 ± 0,81	18,129	,001

Tablo 3.'te yer alan yiyecek seçimi alt boyutları puanlarının bölgelere göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçlarına göre bölgelerin yiyecek seçimlerinin sağlık alt boyutu puan ortalamaları arasında çok yüksek düzeyde istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu görülmektedir ($F=8,105$; $p<0,001$). Bu bulgulara göre yiyecek seçimlerinde sağlık faktörüne en fazla önem veren bölge Doğu Anadolu Bölgesi, en az önem veren bölge ise Marmara Bölgesi olarak saptanmıştır. Bölgelere göre Karadeniz, Ege, Akdeniz ve Doğu Anadolu Bölgeleri Türkiye ortalamasının üzerinde yiyecek seçiminde sağlık faktörüne önem verirken, Marmara, İç Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri Türkiye ortalamasının altında önem vermektedir.

Türkiye'de bölgeler ile yiyecek seçimlerinin ruh hali alt boyutu puan ortalamaları arasında çok yüksek düzeyde istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($F=26,802$; $p<0,001$). Yiyecek seçiminde ruh hali faktörüne bölgeler arasında en fazla önem veren kuşak Doğu Anadolu, en az önem veren kuşak ise İç Anadolu Bölgesi olarak bulunmuştur. Ayrıca Karadeniz ve Doğu Anadolu Bölgeleri yiyecek seçiminde ruh hali faktörüne Türkiye ortalamasını üzerinde önem verirken, Marmara, İç Anadolu, Ege, Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri Türkiye ortalamasının altında önem vermektedir.

Bölgeler ile yiyecek seçimlerinin kolaylık alt boyutu puan ortalamaları arasında çok yüksek düzeyde istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($F=14,278$; $p<0,001$). Bölgelere göre yiyecek seçiminde kolaylık faktörüne en fazla önem veren bölge Doğu Anadolu, en az önem veren ise Akdeniz Bölgesi olarak saptanmıştır. Ayrıca bölgeler arasında yiyecek seçiminde kolaylık faktörüne önem verme düzeyleri Karadeniz ve Doğu Anadolu Bölgeleri'nde Türkiye ortalamalarının üzerinde, Marmara, İç Anadolu, Ege, Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri ise Türkiye ortalamasının altındadır.

Türkiye'de bölgeler ile yiyecek seçimlerinin duyuşal çekicilik alt boyutu puan ortalamaları arasında çok yüksek düzeyde istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu görülmektedir ($F=15,843$; $p<0,001$). Bu bulgulara göre, yiyecek seçiminde duyuşal çekicilik faktörüne en fazla önem veren Doğu Anadolu, en az önem veren ise İç Anadolu Bölgesi olarak bulunmuştur. Bölgelere göre Karadeniz ve Doğu Anadolu Bölgeleri yiyecek seçiminde duyuşal çekicilik faktörüne Türkiye ortalamasını üzerinde önem verirken, Marmara, İç Anadolu, Ege, Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri Türkiye ortalamasının altında önem vermektedir.

Bölgeler ile yiyecek seçimlerinin doğal içerik alt boyutu puan ortalamaları arasında çok yüksek düzeyde istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($F=6,068$; $p<0,001$). Yiyecek seçiminde doğal içerik faktörüne en fazla önem veren bölge Doğu Anadolu, en az önem veren ise Marmara Bölgesi olarak saptanmıştır. Ayrıca bölgelerin yiyecek seçimlerinde doğal içerik faktörüne önem verme düzeyleri bakımından Karadeniz, Ege, Akdeniz, Doğu

Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri Türkiye ortalamasının üzerinde iken, Ege ve Marmara Bölgelerinin önem verme düzeyleri altında kalmıştır.

Türkiye’de bölgeler ile yiyecek seçimlerinin fiyat alt boyutu puan ortalamaları arasında çok yüksek düzeyde istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($F=5,862$; $p<0,001$). Bölgelere göre yiyecek seçiminde fiyat faktörüne en fazla önem veren bölge Doğu Anadolu, en az önem veren bölge ise Güneydoğu Anadolu Bölgesi olarak bulunmuştur. Türkiye ortalaması açısından yiyecek seçiminde fiyat faktörüne Karadeniz, Marmara, İç Anadolu, Ege ve Doğu Anadolu ortalamasının üzerinde önem verirken, Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri ortalamasının altında önem vermektedir.

Bölgeler ile yiyecek seçimlerinin kilo kontrol alt boyutu puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. ($F=2,939$; $p<0,01$). Karadeniz Bölgesi yiyecek seçiminde kilo kontrol faktörüne en fazla önem veren bölge, Marmara Bölgesi ise en az önem veren bölge olarak saptanmıştır. Yiyecek seçiminde kilo kontrolü faktörüne Karadeniz, Ege, Akdeniz, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri Türkiye ortalamasının üzerinde önem verirken, Marmara ve İç Anadolu Bölgeleri ise ortalamasının altında önem vermektedir.

Türkiye’de bölgeler ile yiyecek seçimlerinin bilinirlik alt boyutu puan ortalamaları arasında çok yüksek düzeyde istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($F=7,279$; $p<0,001$). Bölgelere göre yiyecek seçiminde bilinirlik faktörüne en fazla Karadeniz, en az ise Marmara ve İç Anadolu Bölgelerinin önem verdikleri bulunmuştur. Ayrıca bilinirlik faktörüne Karadeniz ve Doğu Anadolu Türkiye ortalamasının üzerinde, Marmara, İç Anadolu, Ege, Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri ortalamasının altında önem vermektedir.

Bölgeler ile yiyecek seçimlerinin etiksel kaygı alt boyutu puan ortalamaları arasında çok yüksek düzeyde istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu görülmektedir ($F=18,129$; $p<0,001$). Yiyecek seçiminde etiksel kaygı faktörüne en fazla önem veren bölge Doğu Anadolu, en az önem veren ise İç Anadolu Bölgesi olarak saptanmıştır. Ayrıca bölgelerin yiyecek seçimlerinde etiksel kaygı faktörüne önem verme düzeyleri bakımından Karadeniz ve Doğu Anadolu Bölgeleri Türkiye ortalamasının üzerinde iken, Marmara, İç Anadolu, Ege, Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinin önem verme düzeyleri altında kalmıştır.

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada Türkiye’de yaşayan bireylerin bölgelere göre yiyecek seçimlerinde farklılık olup olmadığı, farklılık var ise farklılığa sebep olan faktörlerin neler olduğu ve bölgelere göre farklılaşma düzeyleri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Araştırma sonucunda Türkiye’deki bireyler için yiyecek seçiminde en önemli üç faktörün sırasıyla duyuşal çekicilik, kolaylık ve ruh hali; en az önemsenen faktörün ise kilo kontrolü olduğu görülmektedir. Literatürde yiyecek seçimine etki eden faktörlerin incelendiği çok sayıda araştırma bulunmakta ve bu araştırmaların sonuçları birbirlerinden farklılıklar göstermektedir. Yiyecek Seçimi Ölçeği’ni geliştiren Steptoe ve arkadaşlarının (1995) İngiltere’de yaptıkları, mevcut araştırmada da kullanılan ölçeğin geliştirildiği ilk çalışmada, yiyecek seçimine etki eden en önemli faktörleri; duyuşal çekicilik, sağlık ve kolaylık olarak bulunmuştur. Fotopoulos, Krystallis, Vassallo ve Pagiaslis tarafından (2009) Yunanistan’da yapılan başka bir çalışmada, doğal içerik, kolaylık ve sağlık en önemli yiyecek seçimi faktörleri olmuştur. Januszewska, Pieniak ve Verbeke (2011) tarafından birçok ülkenin yiyecek

seçimlerinin değerlendirildiği çalışmada Romanya, Macaristan, Filipinler ve Belçika için duyuşal çekicilik en önemli yiyecek seçim faktörleri olarak saptanmıştır. Ardından Milošević, Žeželj, Gorton ve Barjolle (2012) tarafından Balkan ülkelerinde yapılan bir başka çalışmada ise, duyuşal çekicilik, kolaylık ve sağlık en önemli faktörler olarak rapor edilmiştir. Markovina, Stewart-Knox, Rankin, Gibney, Almeida, Fischer ve Frewer (2015) tarafından 9 Avrupa Ülkesi'nde (Norveç, Almanya, İspanya, Yunanistan, Polonya, İngiltere, İrlanda, Hollanda, Portekiz) 9381 gönüllü birey ile yürütölen çalışma sonucuna göre, İspanya, Yunanistan, İrlanda, Hollanda ve Portekiz'de en önemli yiyecek seçimi faktörü fiyat; Norveç, Almanya ve İngiltere'de duyuşal çekicilik; Polonya'da ise doğal içerik olarak saptanmıştır. Farklı ölkelerde yapılan bu çalışmalara bakıldığında, Türkiye'de yapılan bu çalışmada olduğu gibi yiyecek seçimini etkileyen faktörlerden daha çok duyuşal çekiciliğin ön planda olduğu görölmekle beraber, ölkeler arasındaki yiyecek seçimi faktörlerinin farklılıklarının kültür farklılıklarından kaynaklanabileceği düşünölebilir. Türkiye popölasyonunda yapılan bazı çalışmalar ise bu çalışmada elde edilen bulgularla kısmen benzerlik göstermektedir. Yiyecek Seçimi Ölçeđi'nin Türkiye'de geçerlilik ve güvenilirliğini test etmek amacıyla Dikmen ve diğerleri (2016) 963 birey ile yaptıkları çalışmada sırasıyla duyuşal çekicilik, doğal içerik ve fiyat en önemli faktörler olarak kaydedilirken, etik kaygı ve ağırlık kontrolü ise en az öneme sahip faktörler olarak bulunmuştur. Ilgaz, Çetin ve Fisunođlu (2018), genç yetişkinlerin yiyecek-içecek seçiminde en önemsedikleri faktörün duyuşal çekicilik olduğunu ve bunu takiben fiyat ve kolaylık faktörlerinin geldiğini belirtmişlerdir. Girgin ve Karakaş (2017), Türklerin besin seçimi faktörlerini araştırdıkları çalışmada, Türklerin yiyecek-içecek seçimlerinde en önemli etmenin duyuşal çekicilik olduğunu gösterilmiş ve yiyecek-içecek seçim faktörleri önceliğe göre; fiyat, mevcudiyet ve uygunluk, ruh hali, doğallık, sağlık, ekoloji, vücut ağırlığı, aşinalık, inanç ve siyasi nedenler olarak sıralanmıştır. Bu sonuçlar yapılan çalışmadaki bulguları destekler nitelikte Türkiye'deki bireylerin yiyecek-içecek seçiminde duyuşal çekiciliği daha fazla önemsediklerini göstermektedir.

Yiyecek seçimi tüm alt boyutları ile bölgeler arasında istatistiksel olarak farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bölgeler arasındaki bu farklılıkların hangi faktörler arasında olduğunu belirlemek amacıyla aşığıda bölgelere göre farklılıklar listelenmiştir.

- Özellikle Doğu Anadolu'da yaşıyan bireyler diğer bölgelerde yaşıyan bireylere göre yiyecek seçerken daha fazla yiyeceklerin sağlığa olumlu etkilerde bulunması, ruh halini iyileştirmesi ve stresle baş etmede yardımcı olması, kolay şekilde hazırlanıyor olması, yiyeceklerin duyuşal yönden tadının, kokusunun, dokusunun ve göröntüsünün iyi olması, herhangi bir katkı madde içermemesi ve yapay bileşen bulundurmaması, yiyeceklerin ekonomik açıdan bütçesine uygun olması, daha önce tükettiği yiyecekler olması, seçtiği yiyeceklerin onayladığı ölkeler tarafından üretiliyor olması ve çevre dostu paketlenmiş olması hususlarını dikkate almaktadır.

- Karadeniz Bölgesi'nde yaşıyan bireyler seçtiği yiyeceklerin düşük kalori ve yağ içeriği olmasına ve dolayısıyla seçtiği yiyeceklerin kilo artışına sebep olmamasına diğer bölgelere göre daha fazla dikkat etmektedir. Bu sonuca göre özellikle Karadeniz Bölgesi'nde yaşıyan bireylerin zayıf olma arzularının yüksek olduğu söylenebilir.

- Doğu Anadolu Bölgesi ve Karadeniz Bölgesi'nde yaşıyan bireylerin diğer bölgelere göre yiyecek seçiminde daha seçici oldukları görölmektedir.

- Marmara ve İç Anadolu Bölgeleri'nde yaşıyan bireylerin yiyecek seçiminde daha az seçici oldukları, yiyecek seçimi yaparken diğer bölgelere göre daha az kriterlerinin olduğu ifade edilebilir.

Araştırma sonuçları göz önüne alınarak araştırma ile ilgili öneriler aşağıda sıralanmıştır:

- Araştırma sonucu ortaya çıkan Türkiye'deki bireylerin yiyecek seçimlerinde en önem verdikleri hususların yiyeceklerin duyuşsal anlamda bireye cazip gelmesi, kolay hazırlanabilir olması ve yiyecekleri tükettiklerinde kendilerini rahat ve mutlu hissetmelerini sağlamaları olarak bulunmuştur. Bu konuda özellikle yiyecek satıcılarının bu hususları dikkate alarak ürünlerini üretmeleri, yiyecek-içecek işletmelerinin de menülerini revize etmeleri önerilebilir. Ancak bu hususlara göre revizyon işlemi veya üretim yapılırken doğru ve sağlıklı tüketim konusunda mutlaka tüketicileri bilgilendirmeleri gerekir. Özellikle tüketicilerin ruh haline iyi geldiği düşünölen yiyecekler tüketicie aşırı sunulursa fazla tüketimden dolayı sağlık ile ilgili problemler ile karşılaşılabilir. Bu yüzden en baştaki üreticiden yiyeceği nihai tüketicie sunan veya satan işletmeye kadar bütün zincirin tüketici lehine davranış ve tutum içerisinde olması gerekmektedir.
- Bölgeler açısından her ne kadar Doğu Anadolu ve Karadeniz Bölgeleri'nde yaşayan bireylerin yiyecek seçiminde faktörlere önem verme düzeyleri diğer bölgelere göre yüksek oranda olsa da bu durumun avantajları olduğu kadar dezavantajları da bulunmaktadır. Çünkü yiyecek seçiminde aşırı seçici olmak da yiyecek tüketimi ile ilgili psikolojik rahatsızlıklara sebebiyet verebilir. Bu yüzden özellikle Türkiye'de tüketicilerin gıda tüketimi konusunda doğru ve bilinçli yönlendirme görevinden sorumlu olan kamu kurum ve kuruluşların çalışmada bölgeler ile ilgili çıkan sonuçları dikkate almaları önerilir. Bu sayede bölgelere göre eğitim programları hazırlanarak bölgenin ihtiyacına göre doğru ve bilinçli gıda seçimi ve tüketimi konusunda bilgilendirme yapılabilir.
- Yapılan çalışmada ortaya çıkarılan sonuçlar yiyecek seçimlerini etkileyen faktörler ile sınırlıdır, bundan sonra yapılacak olan çalışmalarda Türkiye'de bölgelere göre yiyecek ve içecek tercihleri belirlenerek bölgelerin yeme-içme örüntülere ortaya çıkartılabilir.

KAYNAKÇA

- Akbay, C., Meral, Y., Yılmaz, H. İ., & Gözek, S. (2013). Türkiye'de ailelerin su ürünleri tüketiminin ekonomik analizi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Doğa Bilimleri Dergisi*, 16(3), 1-7.
- Akçay, Y., & Vatansever, Ö. (2013). Kırmızı et tüketimi üzerine bir araştırma: Kocaeli ili kentsel alan örneği. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(1), 43-60.
- Akgün, Ö. (2008). *Modern alışveriş merkezlerinin tüketici davranışları üzerindeki etkisi ve Konya ilinde bir uygulama*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yöntemi ve Pazarlama Bilim Dalı, Konya.
- Aldridge, V., Dovey, T. M., & Halford, J. C. (2009). The role of familiarity in dietary development. *Developmental Review*, 29(1), 32-44.
- Arık-Çolakoğlu, F., İşmen, A., Özen, Özcan., Çakır, F., Yığın, Ç., & Ormancı, H., B. (2006). Çanakkale ilindeki su ürünleri tüketim davranışlarının değerlendirilmesi. *Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi*, 1(3), 387-392.
- Arslan, M., & Bayçu, S. (2012). *Mağaza Atmosferi (Elektronik Sürüm)*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.

- Aydın, K. (2011). Türkiye'de hanehalkı gıda harcamaları ve sosyo-ekonomik faktörler. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(1), 56-76.
- Babacan, G. A., Çevik, N., Hataf, H. S., Biçen, Ş., Keskin, G., & Tuna M. A. (2011). Gebelikte benlik saygısı ve beden imajı ile ilişkili özellikler. *The Anatolian Journal of Clinical Investigation*, 5(1), 7-14.
- Bakırcıoğlu, R. (2012). *Ansiklopedik eğitim ve psikoloji sözlüğü*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Bal, H. (2001). *Bilimsel araştırma yöntem ve teknikleri*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Yayınları, 87.
- Batman, O., Sarıışık, M., & Candidate, A. G. (2015). Öğrencilerin beslenme alışkanlıklarına dair kısıtlar nelerdir? Yükseköğrenim öğrencileri üzerine bir araştırma. *International Conference on Eurasian Economies, SESSION 4B: Tarım Ekonomisi*, 257-265.
- Baysal, A. (1996). Sağlıklı beslenme ve Akdeniz diyeti. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 25(1), 21-29.
- Baysal, A. (2011). *Beslenme*. Ankara: Hatiboğlu Basım ve Yayım, 24-25.
- Beef & Fish, (2014). Lezzetin felsefesi. <http://beefandfish.com/beeffish/yemek-sosyoloji/lezzetin-felsefesi.html> (Erişim tarihi: 15.04.2018).
- Bektaş, D. Y. (2016). Ergenlerde beden imgesi üzerine bir çalışma. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(22), 67.
- Bennion, M., & Scheule, B. (2004). *Introductory food*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 147-148.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik. *Milli Folklor Dergisi*, 22(87), 159-169.
- Birkenhead, K., & Slater, G. (2015). A review of factors influencing athletes food choices. *Sports Medicine*, 45(11), 1511-1522.
- Brown, A. (2000). *Understanding food*. Belmont: Wadsworth Thomson Learning, 324.
- Brunner, T. A., Van der Horst, K., & Siegrist, M. (2010). Convenience food products: drivers for consumption. *Appetite*, 55(3), 498-506.
- Chomitz, V. R., Cheung, L. W., & Lieberman, E. (1995). The role of lifestyle in preventing low birth weight. *The Future of Children*, 12(1): 121-138.
- Çetin, A. (2006). Memlûk devletinde yemek kültürüne genel bir bakış. *Milli Folklor Dergisi*, 18 (72), 125-129.
- Delwiche, J. F. (2004). The impact of perceptual interaction on perceived flavor. *Food Quality and Preference*, 15(1), 137-146.
- Derin, D. Ö., Keskin, S., & Çelikörs, D. (2015). Konya il merkezinde çalışan bazı kamu memurlarının beslenme alışkanlıkları üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 4(3), 421-439.
- Devault, M. (1991). *Feeding the family*. Chicago: University Of Chicago Press.
- Dickson-Spillmann, M., Siegrist, M., & Keller, C. (2011). Attitudes toward chemicals are associated with preference for natural food. *Food Quality and Preference*, 22(1), 149-156.

- Dikmen, D., İnan-Eroğlu, E., Göktaş, Z., Barut-Uyar, B., and Karabulut E. (2016). Validation of a Turkish version of the food choice questionnaire. *Food Quality And Preference*, 52(1), 81-86.
- Dowd, K., & Burke, K. (2013). The influence of ethical values and food choice motivations on intentions to purchase sustainably sourced foods. *Appetite*, 69(1), 137-144.
- Dölekoğlu, C. Ö., & Yurdakul, O. (2004). Adana ilinde hane halkının beslenme düzeyleri ve etkili faktörlerin logit analizi ile belirlenmesi. *Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 62-86.
- Durmaz, Y. (2008). *Tüketici davranışı*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes* (Dördüncü basım), TX: Harcourt Brance Javanovich.
- Eertmans, A., Victoir, A., Vansant, G., & Van Den Bergh O. (2005). Foodrelated personality traits, food choice motives and food intake: Mediator and moderator relationships. *Food Quality and Preference*, 16(1), 714-726.
- Elmacioğlu, F. (1996). Hızlı hazır yemek sisteminde önceliklerin belirlenmesi. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 25(1), 30-34.
- Favora, A., & Santonastaso, P. (1995). Effects of parents psychological characteristics and eating behaviour on childhood obesity and dietary compliance. *Journal Psychosomatic Research*, 39(1), 145-51.
- Fotopoulos, C., Krystallis, A., Vassallo, M., & Pagiaslis, A. (2009). Food choice questionnaire (FCQ) revisited. suggestions for the development of an enhanced general food motivation model. *Appetite*, 52(1), 199-208.
- Girgin, G., & Karakaş, B. (2017). Türklerin gıda tercihlerinde etkili olan motivasyonların belirlenmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(1), 425-448.
- Higgs, S., & Thomas, J. (2016). Social influences on eating. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 9(1), 1-6.
- Honkanen, P., & Frewer, L. (2009). Russian consumers motives for food choice. *Appetite*, 52(2), 363-371.
- Honkanen, P., Olsen, S. O., & Myrland, O. (2004). Preference-based segmentation: A study of meal preference among Norwegian teenagers. *Journal of Consumer Behavior*, 3(1), 235-250.
- Hyde, R. J., & Feller, R. P. (1981). Age and sex effects on taste of sucrose, nacl, citric acid and caffeine. *Neurobiology of Aging*, 2(4), 315-318.
- Ilgaz, F., Çetin, C., & Fisunoğlu, M. (2018). Food choice motives in young adults: Gender, obesity and stress-related differences. *Clinical Nutrition*, 37(1), 142-143.
- Jackson, P., & Viehoff, V. (2016). Reframing convenience food. *Appetite*, 98(1), 1-11.
- James, C., & Laing, D. G. (1995). Sensitivity of taste in children and adults. *Appetite*, 24(1), 68.
- Januszewska, R., Pieniak Z., & Verbeke W. (2011). Food choice questionnaire revisited in four countries. Does it still measure the same?. *Appetite*, 57(1), 94-98.
- Jiang, Y., King, J. M., & Prinyawiwatkul, W. (2014). A review of measurement and relationships between food, eating behavior and emotion. *Trends in Food Science and Technology*, 36(1), 15-28.

- Johnston, J., Szabo, M., & Rodney, A. (2011). Good food, good people: Understanding the cultural repertoire of ethical eating". *Journal Of Consumer Culture*, 11(3), 293-318.
- Juslin, P. N., & Laukka, P. (2004). Expression, perception, and induction of musical emotions: A review and a questionnaire study of everyday listening. *Journal of New Music Research*, 33(1), 217-238.
- Kabaran, S., & Mercanlıgil, S. (2013). Adölesan dönem besin seçimlerini hangi faktörler etkiliyor?. *Güncel Pediatri*, 11(1), 121-127.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemi* (15. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 321.
- Kayalak, S., & Kiper, T. (2006, 25-26 Ocak). *İstatistiki bölge birimleri nomenklatörü'ne (NUTS) göre Türkiye'de bölgesel farklılıklar*. IV. Ulusal Coğrafya Sempozyumunda sunuldu, Ankara.
- Kayıoğlu, S., & İçöz, A. (2012). Eğitim düzeyinin fast-food tüketim alışkanlığına etkisi. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 9(2), 16-19.
- Kazanç, B. (2018). Açlık mekanizmasını etkileyen faktörler. <http://www.samdan.com.tr/saglik/2018/03/05/aclik-mekanizmasini-etkileyenfaktorler>, (Erişim tarihi: 10.11.2019).
- Kearney, M., Kearney, J. M., Dunne, A., & Gibney, M. J. (2000). Sociodemographic determinants of perceived influences on food choice in a nationally representative sample of Irish adults. *Public Health Nutrition*, 3(2), 219-226.
- King, S. C., & Meiselman, H. I. (2010). development of a method to measure consumer emotions associated with foods. *Food Quality and Preference*, 21(1), 168-177.
- Koç, E. (2016). *Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri global ve yerel yaklaşım*. (7.Basım). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Konyar, H. (2017). Etik gıda tüketiminde yaşa bağlı olarak ortaya çıkan beğeni tercihleri: İstanbul'da etnografik alan çalışması. *Senex: Yaşlılık Çalışmaları Dergisi*, 1(1), 33-47.
- Köseoğlu, Ö. (2002). *Değişim fenomeni karşısında markalaşma süreci ve bu süreçte halkla ilişkilerin rolü*. (Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Köster, E. P., & Mojet, J. (2015). From mood to food and from food to mood: A psychological perspective on the measurement of food-related emotions in consumer research. *Food Research International*, 76(Special Issue), 180-191.
- Krishna, A. (2011). An integrative review of sensory marketing: Engaging the senses to affect perception, judgment and behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 22(3), 332-351.
- Lawrence, W., & Barker, M. (2009). A review of factors affecting the food choices of disadvantaged women. *The Proceedings of the Nutrition Society*, 68(2), 189-194.
- Lindstrom, M. (2006), Brand sense: How to build powerful brands through touch, taste, smell, sight and sound. *Strategic Direction* 3(2), 15-18.

- Lo, Y. T., Chang, Y. H., Lee, M. S., & Wahlqvist, M. L. (2009). health and nutrition economics: Diet costs are associated with diet quality. *Asia Pacific Journal of Clinical Nutrition*, 18(4), 598-604.
- Manippa, V., Padulo, C., Laan, L.N., & Brancucci, A. (2017). Gender differences in food choice: Effects of superior temporal sulcus stimulation. *Frontiers in Human Neuroscience*, 11(1), 597.
- Markovina, J., Stewart-Knox, B. J., Rankin, A., Gibney, M., de Almeida, M. D. V., Fischer, A., & Frewer, L. J. (2015). Food4Me study: Validity and reliability of food choice questionnaire in 9 European countries. *Food Quality and Preference*, 45, 26-32.
- Miişoğlu, D., & Hayoğlu, İ. (2005). Tat eşik değerlerinin algılanması, tanınması ve derecelendirilmesi. *Harran Üniversitesi Ziraat Fakóltesi Dergisi*, 9(2), 29-35.
- Miloşević, J., Zezelj I., Gorton M., & Barjolle D. (2012). Understanding the motives for food choice in Western Balkan countries. *Appetite*, 58(1), 205-214.
- Morley, J. E. (2001). Decreased food intake with aging. *The Gerontological Society of America*, 56(1), 81-88.
- Neumark-Sztainer, D., Story, M., Perry, C., & Casey, M. A. (1999). Factors influencing food choices of adolescents: Findings from focus-group discussions with adolescents. *Journal of The American Dietetic Association*, 99(8), 929-937.
- Olsen, S. O. (1999). Strength and conflicting valence in the measurement of food attitudes and preferences. *Food Quality and Preferences*, 10(6), 483-494.
- Onurlubaş, E., Doğan, H. G., & Gürler, A. Z. (2015). Türkiye’de ev dışı gıda tüketimin durumu ve tüketici eğilimleri. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(38), 917-924.
- Özçağlar, A. (2003). Türkiye’de yapılan bölge ayrımları ve bölge planlama üzerindeki etkileri. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 1(1), 3-18.
- zmert, N. E. (2005). Erken ocukluk geliőiminin desteklenmesi-2-evre”. *ocuk Sağlığı ve Hastalıkları Dergisi*, 48(4), 337- 354.
- Parlak, A., & etinkaya, Ő. (2007). Çocuklarda obezitenin oluőumunu etkileyen faktörler. *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 2(5), 27-33.
- Peck, J. (2012). How does touch affect consumer behavior. *Marketing Research*, https://bus.wisc.edu/mba/current-students/mba_specializations/marketingresearch/blog/2012/06/28/touch-affect-consumer-behavior (Erişim tarihi: 15.06.2019).
- Phan, U. T., & Chambers E. T. (2016). Motivations for choosing various food groups based on individual foods. *Appetite*, 105(1), 204-211.
- Prasad, C. (1998). Food, mood and health: A neurobiologic outlook. *Brazilian Journal of Medical and Biological Research*, 31(12), 1517-1527.

- Prates, L. C. A., Junior-Freitas, R., Prates, O. F. M., Veloso, F. D. M., & Barros, M. D. N. (2017). Influence of body image in women undergoing treatment for breast cancer. *Revista Brasileira Ginecologia Obstetricia*, 39(1), 175–183.
- Randall, E., & Sanjur, D. (1981). Food preferences- Their conceptualization and relationship to consumption”. *Ecology of Food and Nutrition*, 11(3), 151-161.
- Ritson, C., & Hutchins, R. (1995). Food choice and the demand for food. In D. W. Marshall (Eds). *Food Choice and the Consumer*. England: Blackie Academic and Professional, 43-65.
- Román, S., Sánchez-Siles, L. M., & Siegrist, M. (2017). The importance of food naturalness for consumers: results of a systematic review. *Trends in Food Science and Technology*, 67, 44-57.
- Saygı, B. (2017). Gıda seçimini etkileyen faktörler”. *Dünya Gıda Dergisi*, 11(1), 76-81.
- Shannon, C., Story, M., Fulkerson, J.A., & French, S. A. (2002). Factors in the school cafeteria influencing food choices by high school students. *The Journal of School Health*, 72(6), 229-34.
- Share, M., & Stewart-Knox, B. (2012). Determinants of food choice in Irish adolescents”. *Food Quality and Preference*, 25(1), 57-62.
- Sheperd, R. (1995). Dietary salt intake. *Nutrition Food Science*, 85(5), 10-11.
- Shrewsbury, V. A., King, L. A., Hattersley, L. A., Howlett, S. A., Hardy, L. L., & Baur, L. A. (2010). Adolescent-parent interactions and communication preferences regarding body weight and weight management: A qualitative study. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 7(1), 16.
- Stafleu, A., Van, W. S., De, C. G., Burema, J., & Hautvast, J. (1996). Nutrition knowledge and attitudes towards high-fat foods and low-fat alternatives in three generations of women. *European Journal of Clinical Nutrition*, 50(1), 33-41.
- Steenkamp Jan-Benedict, E.M. (1993). *Food consumption behavior, Association for Consumer Research*, 1(1), 401-409.
- Stephoe, A., Pollard, T.M., & Wardle, J. (1995). Development of a measure of the motives underlying the selection of food: The food choice questionnaire. *Appetite*, 25(1), 267-284.
- Story, M., & Moe, J. (2000). *Eating behaviors and nutritional implications. nutrition and the pregnant adolescent: A practical reference guide*. Minneapolis: School of Public Health, University of Minnesota, 47-54.
- Sürücüoğlu, M. S. (1999). Beslenme ve sağlığımız. *Standart Araştırma/İnceleme Dergisi*, 4, 40-51.
- Taş, B. (2006). AB uyum sürecinde Türkiye için yeni bir bölge kavramı: İstatistikî bölge birimleri sınıflandırması (İBBS). *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2), 185-197.
- Topuzoğlu, A., Hıdıroğlu, S., Ay, P., Önsüz, F., & İkişık, H. (2007). Tüketicilerin gıda ürünleri ile ilgili bilgi düzeyleri ve sağlık risklerine karşı tutumları. *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 6(4), 253-258.

- Tutar, F. K. & Yazırlı, N. (2016). Hane halkı ev dışı gıda tüketimini etkileyen faktörler: Nazilli örneği. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 367-392.
- Uzel, R. A. (2018). Geleneksel mutfak kültürü ve tarımsal ürün çeşitliliğinin, üniversite öğrencileri beslenme durumu üzerine etkisi. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 55(1), 37-44.
- Wardle, J., Haase, A.M., Steptoe, A., Nillapun, M., Jonwtiwes, K., & Bellisle, F. (2004). Gender differences in food choice: The contribution of health beliefs and dieting. *Annals of Behavioral Medicine*, 27(2), 107-116.
- Wong, M., Cheung, R. & Calvin W. (2013). A study on traveler expectation, motivation and attitude. *Contemporary Management Research*, 2(1), 169-186.
- Yöyen, G. E. (2017). Şiddet türleri ve kişilik özellikleri. *Yaşam Becerileri Psikoloji Dergisi*, 1(1), 35- 50.
- Yükselen, C. (2003). *Pazarlama araştırmaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Variation of Food Choices According to Regions in Turkey

Mustafa AKSOY

Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Ankara/Turkey

İhsan KAZKONDUR

Zonguldak Bülent Ecevit University, Devrek Vocational School, Zonguldak/Turkey

Extensive Summary

Nutrition types have made progress in a cumulative way by changing towards different directions based on cultures, geography and social status from primitive society to 21. century. In primitive ages, humankind met their nutritional needs by hunting and gathering. While they consumed animals and vegetables gathered raw, with the discovery of fire they started to consume after cooking. In subsequent periods, with the discovery of seeds humankind started to engage in agriculture and become sedentary (Topuzoğlu, Hıdıroğlu, Ay, Önsüz & İkişik, 2007). Population growth led by sedentary life and correspondently increase in consumption, caused a transition from individualism to mass production and consumption. Thus, industrial period began and people adopted mass production and consumption instead of individual production and consumption (Çetin, 2006).

The advancements in technology as a result of industrial period led to information and technology period which caused a high-speed alteration in people's lives. Along with all these alterations, humankind's lifestyle, living conditions and consequently eating and drinking habits changed ineradicably (Beşirli, 2010). It is well known that there are many factors having a role in consumption or selection of foods and beverages. Based on literature review factors affecting food choices of individuals are collected under four headings namely, sensory and biological factors, demographic and physiological factors, psychological factors and social and economic factors. In this study, it is aimed to find out level of variations in factors affecting food choices of people in Turkey.

General survey model is used in the research as a type of survey based on method. Target population of the study consist of individuals living in seven regions of Turkey (Black Sea, Marmara, Aegean, Central Anatolia, East Anatolia and Southeast Anatolia). Sample selection is made according to Nomenclature of Units for Territorial Statistics developed by Eurostat to establish a particular structure in regional statistics. 1560 individuals living in 26 different cities in Level-2 regions are selected for sample. Survey form is used in the study as data collection tool. Research survey prepared in Turkish, consists of two parts. There are questions that aims to determine demographic characteristics (age, sex, level of income and education, marital status, etc.) of participants in the first part of the survey. Food Choice Questionnaire which is developed by Steptoe, Pollard and Wardle (1995) and on which validity, reliability and factor analyses are performed by Dikmen, İnan-Eroğlu, Göktaş, Barut-Uyar and Karabulut after interpreted into Turkish, is used in the second part of the survey. In Food Choice Questionnaire on which validity, reliability and factor analyses are performed by Dikmen et. al. (2006) after interpreted into Turkish, in terms of reliability coefficients of questionnaire, Cronbach alfa coefficients are found as 0.84 for health sub-dimension, 0.81 for state of mind sub dimension, 0.78 for convenience sub-dimension, 0.71 for sensory appeal, 0.81 for natural content sub-dimension, 0.66 for price sub-dimension, 0.76 for weight control sub-dimension, 0.60 for familiarity

sub-dimension, 0.70 for ethical concerns sub-dimension while Cronbach alfa coefficient for the entire questionnaire is found 0,90. In confirmatory factor analysis performed by aforementioned researchers $df= 4.63 < 5$, $NNFI=0.5$, $CFI=0.96$ $RMSEA= 0.061$ values are found and it is determined that the result of confirmatory factor analysis of Turkish version of Food Choice Questionnaire is acceptable and coherent.

Data collection process is started after final arrangements on survey form used in the research. During data collection process, survey is carried out face to face by the researcher and interviewers who are selected by and informed about the study and content of survey by the researcher. Data collection is completed in three months from September 2018 to December 2018. During data collection process, surveys are performed on 1560 individuals living in 26 sub-regions in Level-2 of Nomenclature of Units for Territorial Statistics.

Data collected as a result of the survey study performed as a part of the research are analyzed through statistical methods. In the research, findings on demographic and food choices according to regions are analyzed by SPSS 22.0 Software.

ANOVA (one-way variance analysis) is applied in order to test if there are any differences among ensemble averages of individuals from seven different regions.

In respect to demographic variables, it is determined that ratio of male and female participants are close while 47.8% are married, 29.8% are high school graduates, 30.9% are students. Monthly average income is around 1501-3000 TL for 32.8% of participants and monthly budget for food and beverage is less than 250 TL for 36.5%. Besides, 24.6 % of participants live with 4 family members.

As a result of the study, it can be seen that the most important factors for food choices of individuals in Turkey are sensory appeal, convenience and state of mind while the least cared factor is weight control. There are several studies in literature examining factors affecting food choices and the results of these studies differ. When studies done in different countries are viewed, it can be considered that differences in factors affecting food choices in different countries stem from cultural differences as sensory appeal is found as more prominent factor in food choice according to this study performed in Turkey. Findings of some other studies performed on Turkish population share similarities with the findings of this research. These results are supportive for the study as it shows that individuals in Turkey care sensory appeal more in their food and beverage choices. It is found that there are statistical differences between regions and all food choice sub-dimensions. When compared to other regions especially, individuals living in;

- East Anatolia consider more about positive effects on health, enhancing state of mind, helping in handling stress, being easy to prepare, having a better taste, smell, texture and appearance, not including additives and artificial constituents, being budget friendly, being consumed before, being produced by countries that the individual approves, being packed eco-friendly in their food choices.
- Individuals living in Black Sea region pay more attention that foods should have lower calories and lower fat content and therefore not causing gaining weight in their food selection when compared to other regions. According to this result it can be said that individuals living in Black Sea region have a high desire to be slimmer.

- Besides, it is seen that individuals living in East Anatolia and Black Sea regions are more selective in their food choices as to people living in other regions.
- It can be stated that individuals living in Marmara and Central Anatolia regions are less selective and have fewer criteria in their food choices.

Considering the results of the research, suggestions about the research are specified below:

- As a result of the study, it is found that the most important matters are having sensory appeal for individuals, being easy to prepare and making consumers comfortable and happy in food choices of individuals in Turkey. In this regard it can be suggested that food sellers should produce according to these factors and caterers should revise their menus accordingly. However, consumers must be informed about healthy and correct consumption during revision or production processes. Especially, if foods which are believed to be good for state of mind of consumers are presented excessively, it is possible to encounter health problems due to over consumption. For this reason from producer of the food to businesses that supply or sell it to consumers, the whole chain should act in favor of consumers.
- Although individuals living in East Anatolia and Black Sea regions have higher caring levels for factors of food choices when compared to other regions, this situation has some disadvantages as well as advantages. Because being over selective in food choices may cause psychological disorders about food consumption. For this reason, it is suggested that public institutions and organizations in Turkey responsible for correct and conscious food consumption of consumers should take notice of the results in this study about different regions. By this means, education programs according to needs of regions can be prepared and people can be informed about correct and conscious food choices and consumption.