

**T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI BİLİM DALI**

**YAŞAM TARZI İLE RESTORANLARDA SAĞLIKLI
BESLENME DAVRANIŞI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
BELİRLENMESİ: MUĞLA'YA GELEN YABANCI
TURİSTLER ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA**

MURAT KAPLAN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**DANIŞMAN:
DOÇ.DR. YELİZ PEKERŞEN**

Konya-2023

**T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI BİLİM DALI**

**YAŞAM TARZI İLE RESTORANLARDA SAĞLIKLI
BESLENME DAVRANIŞI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
BELİRLENMESİ: MUĞLA'YA GELEN YABANCI
TURİSTLER ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA**

**MURAT KAPLAN
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DANIŞMAN:
DOÇ.DR. YELİZ PEKERŞEN**

Konya-2023



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü



Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin	Adı Soyadı	Murat KAPLAN		
	Numarası	18810201100		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
Tezin Adı	Yaşam Tarzı ile Restoranlarda Sağlıklı Beslenme Davranışı Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Muğla'ya Gelen Yabancı Turistler Üzerinde Bir Araştırma			

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Murat KAPLAN



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü



ÖZET

Öğrencinin	Adı Soyadı	Murat KAPLAN		
	Numarası	18810201100		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Yeliz PEKERŞEN		
Tezin Adı	Yaşam Tarzı ile Restoranlarda Sağlıklı Beslenme Davranışı Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Muğla'ya Gelen Yabancı Turistler Üzerinde Bir Araştırma			

Araştırmada, Muğla ilini ziyaret eden yabancı turistlerin yaşam tarzlarının belirlenmesi ve restoranlarda sağlıklı beslenme davranışına ilişkin görüşlerinin alınması; yaşam tarzı ile restoranlarda sağlıklı beslenme davranışları arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Muğla ilini 2019 yılında ziyaret eden yabancı turist sayısının 3.266.650 olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda olasılığa dayalı örnekleme yöntemlerinden basit tesadüfi yöntem ile seçilen katılımcılara anket uygulanmış, 332 adet geçerli anket formu elde edilmiştir. Araştırmanın sonucunda; yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarından çabalayanlar, yenilikçiler ve hayatta kalanlar boyutlarının, katılımcıların cinsiyet durumuna göre farklılık gösterdiği ortaya çıkarılmıştır. Yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarından çabalayanlar, düşünürler, yapıcılar ve başarılar boyutlarını, katılımcıların yaş durumuna göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarından deneyimciler, çabalayanlar, inananlar, düşünürler ve başarılar boyutlarının, katılımcıların medeni durumuna göre farklılık gösterdiği ortaya konmuştur. Ayrıca sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin alt boyutlarından olumlu beslenme alışkanlığı ve beslenme hakkında bilgi boyutlarının, katılımcıların cinsiyet durumuna göre farklılık gösterdiği ortaya çıkarılmıştır. Sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin alt boyutlarından olumlu beslenme alışkanlığı ve kötü beslenme alışkanlığı boyutlarının, katılımcıların yaş ve medeni durumuna göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Yapıcılar, başarılar ve hayatta kalanlar ile olumlu beslenme alışkanlığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ortaya konmuştur. Deneyimciler, inananlar, düşünürler, yenilikçiler ve başarılar ile beslenme hakkında bilgi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Deneyimciler, inananlar, yapıcılar, yenilikçiler, başarılar ve hayatta kalanlar ile kötü beslenme alışkanlığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yaşam Tarzı, Sağlıklı Beslenme, Restoran, Yabancı Turist, Muğla



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü



ABSTRACT

Author's	Name and Surname	Murat KAPLAN		
	Student Number	18810201100		
	Department	Gastronomy and Culinary Arts		
	Study Programme	Master's Degree (M.A.)	X	
		Doctoral Degree (Ph.D.)		
	Supervisor	Assoc. Prof. Dr. Yeliz PEKERŞEN		
Title of the Thesis/Dissertation	Determining the Relationship Between Lifestyle and Healthy Eating Behaviors in Restaurants: A Study on Foreign Tourists in Muğla			

Purpose of the study, determining the lifestyles of foreign tourists visiting Muğla and taking their opinions on healthy eating behavior in restaurants; determining the relationship between lifestyle and healthy eating behaviors in restaurants. It has been determined that the number of foreign tourists visiting Muğla in 2019 is 3,266,650. In this context, a questionnaire was applied to the participants selected from the probabilistic sampling methods by simple random method, and 332 valid questionnaires were obtained. As a result of the research; It has been revealed that the sub-dimensions of the lifestyle scale, strivers, innovators and survivors, differ according to the gender of the participants. As a result of the research; It has been revealed that the sub-dimensions of the lifestyle scale, strivers, innovators and survivors, differ according to the gender of the participants. It has been determined that the sub-dimensions of the lifestyle scale, strivers, thinkers, makers and achievers, differ according to the age of the participants. It has been revealed that the sub-dimensions of the lifestyle scale, such as experiencers, strivers, believers, thinkers and achievers, differ according to the marital status of the participants. In addition, it was revealed that the dimensions of positive eating habits and knowledge about nutrition, which are sub-dimensions of the healthy eating behavior scale, differ according to the gender of the participants. It has been determined that the dimensions of positive eating habits and bad eating habits, which are sub-dimensions of the healthy eating behavior scale, differ according to the age and marital status of the participants. A statistically significant relationship was found between makers, achievers, and survivors and positive eating habits. A statistically significant relationship was found between experiencers, believers, thinkers, innovators and achievers and knowledge about nutrition. A statistically significant relationship was found between experiencers, believers, makers, innovators, achievers and survivors and bad eating habits.

Keywords: Lifestyle, Healthy Eating, Restaurant, Foreign Tourist, Muğla

TEŞEKKÜR

Tez çalışmam ve yüksek lisans eğitimim süresince bilgisi ve tecrübesiyle bana yol gösteren, her konuda yardımlarını benden esirgemeyen, hatalarımı sabırla düzelten, değerli bilgi ve görüşlerini paylaşarak beni geliştirmeye çalışan, sevgi ve saygı duyduğum tez danışmanım Doç. Dr. Yeliz PEKERŞEN'e,

Akdeniz Üniversitesi'ndeki lisans hayatımda önemli bir yer tutan Doç. Dr. Adem ARMAN'A,

Tez savunmamda jüri üyesi olan ve değerli bilgilerini benimle paylaşarak tezimin daha iyi hale gelmesini sağlayan Prof. Dr. Hatice Ferhan NİZAMLIOĞLU ve Dr. Öğr. Üyesi Abdullah BADEMCİ' ye,

Eğitim hayatımın her döneminde maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen ve bana her zaman inanan annem Emsel KAPLAN, babam Mevlit KAPLAN ve kıymetli kardeşlerim Enver ve Emre KAPLAN'a,

Bu süreçte desteklerini ve anlayışlarını esirgemeyen çalışma arkadaşlarım Okan ÇAKIR ve Şahin BAYAR'a, dayılarım Doç. Dr. Erdinç TÜRK, Ersan TÜRK ve Ersoy TÜRK'e,

Son olarak tezimin bütün aşamaları boyunca her türlü anlayışı, sabrı ve fedakârlığı gösteren, en büyük desteği veren eşim Melike YANBAL KAPLAN'a en içten teşekkürlerimi sunarım.

Murat KAPLAN

İÇİNDEKİLER

Teşekkür.....	vi
Tablolar Listesi	ix
Şekiller Listesi	xi
Simgeler ve Kısaltmalar.....	xii
Giriş.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM YAŞAM TARZI

1.1. Yaşam Tarzı Kavramı ve Özellikleri	3
1.2. Yaşam Tarzını Oluşturan Unsurlar	4
1.3. Yaşam Tarzını Etkileyen Unsurlar.....	5
1.4. Yaşam Tarzı Kullanım Nedenleri	10
1.5. Yaşam Tarzı Grupları.....	11
1.5.1. Faaliyetler, İlgiler ve Fikirler (AIO)	12
1.5.2. Rokeach Değerler Sistemi (RVS)	13
1.5.3. Değerler Listesi (LOV)	14
1.5.4. Değerler ve Yaşam Tarzları (VALS).....	15
1.5.5. Değerler ve Yaşam Tarzları 2 (VALS 2).....	19
1.6. Yaşam Tarzı ve Tüketim.....	23

İKİNCİ BÖLÜM SAĞLIKLI BESLENME VE RESTORANLARDA SAĞLIKLI BESLENME DAVRANIŞI

2.1. Beslenme Kavramı ve Önemi	25
2.2. Sağlıklı Beslenme.....	26
2.3. Dengeli ve Dengesiz Beslenme.....	26
2.4. Beslenme Davranışını Etkileyen Faktörler	28
2.5. Sağlıklı Beslenme Bilinci.....	28
2.6. Beslenme Alışkanlıkları	29
2.6.1. Beslenme Alışkanlıklarındaki Değişimler.....	30
2.7. Sağlıklı Beslenme ve Tüketim	31
2.8. Restoranlarda Sağlıklı Beslenme Davranışı	32
2.9. Yaşam Tarzı ve Restoranlarda Sağlıklı Beslenme Davranışı Arasındaki İlişki.....	33
2.10. Konu ile İlgili Ulusal ve Uluslararası Çalışmalar	35

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	38
3.2. Araştırmanın Hipotezleri.....	39
3.3. Araştırmanın Varsayımları	42
3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları	42
3.5. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	42
3.6. Veri Toplama Yöntemi.....	45

3.7. Verilerin Analizi.....	46
-----------------------------	----

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM BULGULAR

4.1. Güvenirlilik ve Geçerlilik Analizi	47
4.2. Normallik Testi	51
4.3. Demografik Veriler	53
4.4. Yaşam Tarzı Ölçeğindeki İfadelere İlişkin Bulgular	55
4.5. Sağlıklı Beslenme Davranışı Ölçeğindeki İfadelere İlişkin Bulgular ..	57
4.6. Yaşam Tarzı Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi	59
4.7. Sağlıklı Beslenme Davranışına İlişkin Faktör Analizi.....	62
4.8. Yaşam Tarzı ile Demografik Özellikler Arasındaki Farklılıklara İlişkin Bulgular.....	64
4.9. Sağlıklı Beslenme Davranışı ile Demografik Özellikler Arasındaki Farklılıklara İlişkin Bulgular	68
4.10. Değişkenler Arasındaki Korelasyonel İlişkiye Yönelik Bulgular	70

BEŞİNCİ BÖLÜM TARTIŞMA

Tartışma	74
----------------	----

ALTINCI BÖLÜM SONUÇ VE ÖNERİLER

Sonuç ve Öneriler	83
Kaynakça.....	88
Ekler	103

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Yaşam tarzının oluşum unsurları	5
Tablo 1.2. AIO yaşam tarzı boyutları.	13
Tablo 1.3. Rokeach değerler sistemi değişkenleri.	14
Tablo 3.1. 2019 yılında Muğla ilini ziyaret eden turistlerin aylara göre dağılımı.....	43
Tablo 4.1. Araştırmada kullanılan ölçeklerin genel güvenilirlik analizi sonuçları.	48
Tablo 4.2. Araştırmada kullanılan yaşam tarzı ölçeğinin güvenilirlik analizi sonuçları.....	48
Tablo 4.3. Araştırmada kullanılan restoranlarda sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin güvenilirlik analizi sonuçları.....	50
Tablo 4.4. Araştırmada kullanılan yaşam tarzı ölçeğine ait normal dağılım testi sonuçları.....	52
Tablo 4.5. Araştırmada kullanılan sağlıklı beslenme davranışı ölçeğine ait normal dağılım testi sonuçları.....	53
Tablo 4.6. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular	54
Tablo 4.7. Yaşam tarzı ölçeğindeki ifadelerle ilişkin betimsel istatistikler	56
Tablo 4.8. Sağlıklı beslenme davranışı ölçeğindeki ifadelerle ilişkin betimsel istatistikler.....	58
Tablo 4.9. Yaşam tarzı ölçeği faktör analizi sonuçları	60
Tablo 4.10. Sağlıklı beslenme davranışı ölçeği faktör analizi sonuçları	63
Tablo 4.11. Yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarının cinsiyet değişkenine göre farklılıkları	64
Tablo 4.12. Yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarının katılımcıların yaş değişkenine göre farklılıkları	65
Tablo 4.13. Yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarının medeni durum değişkenine göre farklılıkları	67
Tablo 4.14. Sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin alt boyutlarının cinsiyete göre farklılıkları	68

Tablo 4.15. Sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin alt boyutlarının katılımcıların yaş değişkenine göre farklılıkları	69
Tablo 4.16. Sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin alt boyutlarının medeni durum değişkenine göre farklılıkları.....	70
Tablo 4.17. Yaşam tarzı boyutları ile sağlıklı beslenme davranışı boyutları arasındaki korelasyona yönelik bulgular	71



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Yaşam tarzı ile tüketici davranışı ilişkisi.....	5
Şekil 1.2. VALS 2 yaşam tarzı grupları.....	20



SİMGELER ve KISALTMALAR

AIO: Activities, Interests and Opinions

COVID-19: Corona Virus Disease 19

LOV: List of Value

RVS: Rokeach Value Survey

SPSS: Statistical Package for the Social Sciences

TÜBER: Türkiye Beslenme Rehberi

VALS 2: Value and Life Styles 2

VALS: Value and Life Styles



GİRİŞ

Sağlıklı yaşam, bireyin sağlığına etki eden davranışları kontrol altına alabilmesini sağlamakta ve günlük faaliyetlerini düzenlemektedir (Varsak, 2018: 5). Sağlıklı yaşamda önemli faktörlerden biri olan ve Hipokrat'ın sağlıklı olmada ana unsur olarak gördüğü beslenme ise, tüm canlılar için hayatın vazgeçilmez ihtiyaçlarından biridir (Nergiz, 2017: 125). Sağlıklı beslenme, insanların yaşamının her evresinde önemli bir yere sahiptir ve bireylerin sağlıklarını korumasında, üretken ve huzurlu olmasında önemli bir faktördür (Ünver, 2004: 6). Bireylerin ve toplumun sağlıklı bir şekilde yaşamını sürdürmesinde, ekonomik ve sosyal yönden gelişmesinde, refah düzeyinin artmasında, mutlu ve huzurlu bir hayat yaşamalarında sağlıklı beslenme temel şartlardan birisi, belki de en önemlisidir (Önder, Kurdoğlu, Oğuz, Özben, Atilla ve Oral 2000: 1). Bu noktada, bireylerin benimsediği yaşam tarzı, sağlık ile ilgili konularda oldukça önem taşımaktadır. Yaşam tarzının bir getirisi olarak sağlıkla ilgili iyi alışkanlıkların benimsenmesi, yaşam doyumunu artırmanın yanında hastalıkları ve kronik rahatsızlıkları önlemede etkisini göstermektedir (Bozhüyük, Özcan, Kurdak, Akpınar, Saatçı ve Bozdemir 2012: 13). Bireylerin satın alma davranışlarını güdüleyen bir etmen olarak görülen yaşam tarzı, değişen çevre ve zaman doğrultusunda tüketici tercihlerinin değişimine bağlı olarak değişebilmektedir (İslamoğlu, 2003: 147; Odabaşı ve Barış, 2004: 223). Bireylerin benimsediği yaşam tarzı, geçmiş deneyimlerden, demografik özelliklerden, kişiliğinden, inanç ve tutumları ile birlikte şekillenmektedir. Benzer yaşam tarzına sahip olan bireylerin tutumları, inançları, yaşama biçimleri, hayat görüşleri, ihtiyaç ve istekleri de benzerdir. Bu nedenle yaşam tarzı, topluluk özelliklerinin belirlenmesinde önemli yer tutmaktadır (Ünal, Erciş ve Can, 2007: 281). Yaşam tarzı, bireyleri birbirinden ayıran, nasıl yaşam sürdürdüklerini ve yaşamlarında neye değer verdiklerini kapsayan bir kavramdır (Özgen ve Yeşiloğlu, 2015: 199). Deneyimlerimiz, şu anki yaşamımız, kültürümüz, demografik özelliklerimiz ve psikolojik yapımız sürdürmekte olduğumuz yaşam tarzını oluşturmaktadır (Plummer, 1974: 33-34). Featherstone ise (2005: 140) yaşam tarzını, günümüz tüketim kültürü içerisinde bireyselliği, kendini ifade edebilmeyi ve öz bilinci çağrıştıran bir terim olarak ele almaktadır. Bu anlayış doğrultusunda bireyin konuşması, kıyafetleri, boş zamanını nasıl değerlendirdiği, yiyecek-içecek seçimleri, ev, otomobil, tatil tercihleri tüketicinin beğeni ve üslup

duygusunun bireye özgü işaretleri olarak görülmektedir. Bu anlayış doğrultusunda yaşam tarzı kavramına tüketim çerçevesinden bakıldığında, bireyin parasını ve zamanını ne şekilde harcayacağıyla ilgili seçimleri olarak açıklanabilir. Dolayısıyla tüketim kalıpları ve yaşam biçimleri, bireyin değer önceliklerine göre şekillenmektedir (Cleaver, Green ve Muller, 2000: 275; Karalar, 2008: 115). Oluşan yaşam tarzları yiyecek-içecek işletmelerine yönelik olan sağlıklı ürün beklentilerini artırmıştır. Ayrıca bireylerin belli başlı ihtiyaçlarının beslenme olduğu düşünüldüğünde işletmelerin bu konuda önemli bir paya sahip olduğu düşünülmektedir (Demirkol, 2004: 125). Gelişen dünya ile birlikte yiyeceğe verilen önemin artması bireylerin sağlıklı beslenme bilinç düzeyini de artırmıştır (Özgen, 2012: 244). Bireyler böylece sağlıklı yaşam tarzını benimsemeye başlamış ve sağlıklı beslenme seçeneklerine yönelmiştir (Magnusson, 2001: 145-147).

Bu bilgiler ışığında, araştırmada Muğla'yı ziyaret eden yabancı turistlerin yaşam tarzları ve restoranlarda sağlıklı beslenme davranışlarına ilişkin düşünceleri analiz edilerek, yaşam tarzları ile restoranlarda sağlıklı beslenme davranışları arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Araştırmanın birinci bölümünde yaşam tarzı; ikinci bölümünde ise sağlıklı beslenme davranışı ile ilgili literatür incelenmiştir. Araştırmanın üçüncü bölümü olan yöntem bölümünde araştırmanın amacı, önemi ve hipotezleri, varsayımları, sınırlılıkları evren ve örnekleme, araştırma verilerinin toplanması ve verilerin analizi ile ilgili bilgiler sunulmuştur. Dördüncü ve son bölümde, araştırmanın bulgularına yer verilmiş ve elde edilen veriler mevcut literatür kapsamında tartışılmıştır. Bulgular sonuç bölümünde özetlenmiş, ulaşılan sonuç kapsamında turizm sektöründeki işletmelere, işletme yöneticilerine ve diğer ortak paydaşlara yönelik öneriler sunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

YAŞAM TARZI

1.1. Yaşam Tarzı Kavramı ve Özellikleri

Yaşam tarzı kavramı uzun yıllardır sosyoloji, psikoloji, antropoloji, ekonomi ve pazarlama gibi farklı disiplinlerde önemli bir unsur olarak ortaya konmaktadır. Ancak zamanla gelişmekte olan yaşam tarzı kavramı, yukarıda açıklanan disiplinlerle iç içe geçmiştir (Pal, 2020: 40).

Genel olarak yaşam tarzı kavramı, bireyi diğerlerinden ayıran davranış biçimidir. Tüketim bağlamında ise bir ürünü, mekânı ve zamanı kullanma ile ilgilidir. Dolayısıyla tüketici davranışlarını etkileyen bir unsurdur (Chaney, 1999: 15). Yaşam tarzı kavramı, kişilik ve değer kavramını kapsamaktadır. Bireyin kişiliğini ve değerlerini değiştirmekten ziyade yaşam tarzını değiştirmek daha kolaydır (Chen, 2014: 958). Yaşam tarzı, toplumsal düzenin oluşumundaki temel kavramlardan biridir. Bireyler bu kavramı kendilerinin ya da başkalarının davranış ve tutumlarını ifade etmekte kullanırlar. Yaşam tarzları, kişilerin kendilerini diğerlerinden ayıran, sosyal statülerini ve psikolojik taleplerini gösteren sosyal konuşmalar olarak ifade edilmektedir (Thidell, 2011: 5).

Genel bir ifadeyle yaşam tarzı kavramı bireylerin toplum içerisinde kim olduklarına ilişkin bir kavramdır (Madran ve Kabakçı, 2002: 82-83). Yaşam tarzı olgusunu literatüre sunan Weber'e göre yaşam tarzı, sosyal statüyü belirleyici davranış kalıplarından oluşmaktadır. Ayrıca yaşam tarzı kavramı, sosyal grupları oluşturan sosyo-kültürel farklılıklar ve prestij olarak da ifade edilmektedir (Erciş, Ünal ve Can, 2008: 37). Yaşam tarzı, kişilerin haz ve alışkanlıkları ile oldukça ilişkilidir. Kişiler beğenileri doğrultusunda ürünler tüketmektedir ve bu ürünler kişilerin sahip oldukları statüyü belirlemekle birlikte sosyal hayatlarında önemli değişikliklere sebep olmaktadır (Şimşek, 2010: 9).

Yaşam tarzları bireyin günlük aktivitelerini, özel ilgi alanlarını, sevdiklerini, sevmediklerini, davranışlarını, neyi nasıl tükettiklerini ve beklentilerini kapsar (Arnould, Price ve Zinkhan, 2004: 436). Yaşam tarzı, demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerden daha kapsamlıdır. Aynı zamanda, tüketici davranışlarının demografik ve sosyo-ekonomik özelliklere göre daha güçlü bir yordayıcı olmaktadır (Lee, Lim, Jolly

ve Lee, 2009: 155). Bireylerin günlük yaşamlarındaki davranış ve tutumlarında da belirli bir düzen sağlamaktadır (Chaney, 1999: 16-17). Nitekim, yaşam tarzı kavramının en belirgin özelliği, bireylerin birbirinden ayırt edici olan davranış biçimlerini ifade etmesidir (Uztuğ, 2002: 103).

Yaşam tarzının temelinde değerler vardır. Değerler; kişilerin faaliyetlerinin, ilgi alanlarının ve fikirlerinin sonucunda tüketim modellerinin ortaya konulduğu bir kavramdır (Sathish ve Rajamohan, 2012: 155). Bireylerin değerlerinin anlaşılması yaşam tarzlarının tahmin edilmesinde önemli bir etkidir (Lee ve Kahle, 2019: 145-146). Bununla birlikte yaşam tarzları bireylerin kişiliklerini, bireysel değerlerini, estetik algılarını ve hedeflerini ifade etmektedir. Bu durum da bireylerin tüketim tercihlerini tahmin etmede belirleyici olmaktadır (Catalin ve Andreea, 2014: 104).

1.2. Yaşam Tarzını Oluşturan Unsurlar

Yaşam tarzı bireyin toplumdaki yerini gösterir. Grup kimlikleri ve bireyin bazı davranışlarıyla daha belirgin hale gelir. Buradan hareketle yaşam tarzı bireyleri farklı unsurlara göre ifade etmektedir (Solomon, 2004: 198). Yaşam tarzı bireyi sosyal çevresiyle bir bütün olarak ele almakta ve kişinin bireysel özelliklerini ön plana çıkarmaktadır (Tek, 1999: 204). Yaşam tarzı, bireylerin faaliyet (A-Activities), ilgi (I-Interests) ve fikir (O-Opinions) unsurlarından oluşmaktadır. Bu modele kısaca AIO modeli adı verilmektedir (Gençtan, 2004: 120).

Faaliyetler, bireylerin boş zamanlarında neler yaptığı ifade etmektedir. İlgiler, belirli bir konu, olay veya nesneye yakınlık duyarak, bunlar üzerinde özel ve sürekli bir şekilde dikkati toplama eğilimi olup, bu etkinlik ve olaylara öncelik tanıma, yakınlık duyma ve bunlardan hoşlanma olarak tanımlanmaktadır (Rızaoğlu, 2012: 103) Fikirler ise, bireylerin çevrelerindeki olaylar ve dünyada oluşan değişimler üzerine duygu ve düşüncelerini belirtmektedir (Fırat, 2006: 92). Bu unsurların yanı sıra demografik özellikler ise yaş, cinsiyet, medeni durum, meslek ve eğitim gibi özellikleri içermektedir (Odabaşı ve Barış, 2002: 219). Bu özellikler Tablo 1.1'de yer almaktadır.

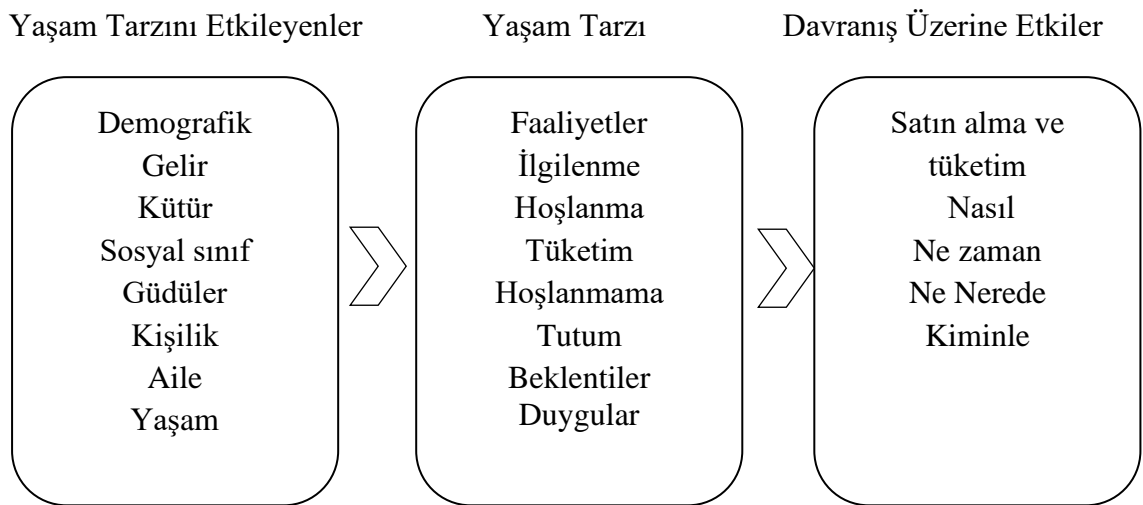
Tablo1.1. Yaşam tarzının oluşum unsurları

Faaliyetler	İş, Hobiler, Sosyal olaylar, Tatil, Eğlence, Dernek üyeliği, Alışveriş, Çevre, Spor
İlgiler	Aile, Ev, İş, Çevre, Moda, Gıda, Medya, Başarılar, Spor, Toplum
Fikirler	Kendisi/Ailesi, Sosyal konular, Politika, İş hayatı, Ekonomi, Eğitim, Ürünler, Gelecek, Kültür

Kaynak:(Plummer, 1974: 34).

1.3.Yaşam Tarzını Etkileyen Unsurlar

Tüketicilerin kişisel davranışları, ilgi alanları ve düşünceleri yaşam tarzına etki eden unsurlardandır (Solomon, 2004: 197). Aynı kültürde yetişmiş, aynı yaş ve aynı meslek grubuna dahil olan bireylerin tüketim davranışları farklıdır. Buradan hareketle bireylerin sahip olduğu değerler, deneyimleri, duyguları, kişilikleri ve sosyal sınıfları gibi içsel ve dışsal faktörlerden dolayı yaşam tarzları da farklılıklar oluşturmaktadır (Madran ve Kabakçı, 2002: 82). Yaşam tarzı bireylerin, faaliyetlerinden, ilgi alanlarından, düşüncelerinden, değerlerinden, tutumlarından ve demografik özelliklerinden etkilenmektedir. Böylece bu unsurlar ve tüketicinin yaşam tarzları arasında bir ilişki oluşmaktadır. Tüketicinin yaşam tarzı ile de tüketici davranışları arasında bir ilişki söz konusudur. Bu kavramların ilişkisi Şekil 1.1’de gösterilmiştir (Odabaşı ve Barış, 2002: 218-219).



Şekil 1.1. Yaşam tarzı ile tüketici davranışı ilişkisi.

Kaynak: (Zorlu,2006: 138).

Yukarıda yer alan şekil incelendiğinde, yaşam tarzını etkileyen birçok unsur vardır ve bu etkenlerin her biri kişiden kişiye değişebilmektedir. Dolayısıyla yaşam tarzı, geniş yelpazeli ve birbiriyle iç içe olan kavramların bütünü olarak incelenebilmektedir. Yaşam tarzı, bireyin çocukluk döneminden itibaren başlayarak şekillenmektedir ve bu süreçte bireysel ve çevresel faktörlerin etkisi altındadır. Bireylerin çocukluk ve ergenlik döneminde sahip oldukları iyi alışkanlıklar, hayatlarının ilerleyen dönemlerinde yaşam tarzlarına olumlu yönde etki etmekte olup sürdürülebilir bir yaşam tarzının oluşmasını da sağlamaktadır (Bay ve Ergün, 2019: 74). Bu doğrultuda yaşam tarzı, insanların tutum ve davranışlarını belirleyecek bir değişken olması sebebiyle önem taşımaktadır. Yaşam tarzını etkileyen etkenler aşağıda açıklanmaktadır:

Demografik ve Sosyo-Ekonomik Etkenler: Yaşam tarzı üzerinde demografik ve sosyo-ekonomik faktörler güçlü bir etkiye sahiptir. Bu faktörlerle ilgili elde edilen bilgiler tüketici profili ve yaşam tarzı hakkında önemli bilgilere sahip olmamıza olanak sağlar. Toplumun sosyo-ekonomik ve demografik yapısındaki değişimler yaşam tarzına etki etmekle birlikte yeni fırsatlar sunmaktadır (Erdal, 2001: 36).

Sosyal Sınıf ve Gelir Yapısı: Weber, sosyal sınıf ve sosyal konum arasında olası bir ilişki olduğunu ama bu iki kavramın birbirinin yerine kullanılabilecek kadar birbirini tamamlayıcı olmadığını ifade etmiştir (Özkalp, 1994: 257). Sosyal sınıf, ekonomik farklılaşma temeline dayandırılmakta, statü ise kültürel farklılaşmaya ve sosyal düzene dayandırılmaktadır (Yanıklar, 2006: 31). Sosyal sınıf yapısı tüketici davranışlarını ve yaşam tarzını gelir, meslek ve kültürel değerler bakımından etkilemektedir. Her bir sosyal sınıf, yaşam zevkleri ve davranış biçimleri bakımından farklılık gösterir. Toplumsal sınıf bireylerin düşüncelerini, ilgilerini, değerlerini ve inançlarını belirlemektedir. Gelir durumu ise bireylerin ürün satın alma düzeyini belirler (Zorlu, 2006: 155). Yaşam tarzı ait olunan grubun kendine has kültür yapısını oluşturmaktadır. Böylece her sosyal sınıfın da kendine özgü bir kültürü oluşmaktadır (Dönmezler, 1978: 322).

Eğitim: Eğitim, temel olarak bireylerin birlikte gerçekleştirdikleri toplumsal etkinliktir. Eğitim, bireylerin içinde doğup yetiştiği ve yaşadığı toplumun değerlerini, bilgisini, gelenek ve göreneklerini, bir sonraki nesle aktarma sürecidir (Kaya, 2003:

40). Bireyler birçok mesleğe belirli bir eğitim düzeyinden sonra sahip olabilmekte ve bireyin davranış ve tutumları eğitim ile oluşup şekillenmektedir (Eke, 1987: 388). Dolayısıyla eğitim, yaşam tarzının oluşumuna etki etmektedir. Eğitim ile yaşam tarzı kalitesi artmakta ve birey daha bilinçli hale gelmektedir. Eğitim ile bireyin sosyo-ekonomik durumu değişiklik göstermekte olup böylece yaşam tarzına doğrudan etki etmektedir (Madran ve Kabakçı, 2002: 83-84).

Meslek: Yaşam tarzını etkileyen meslek unsurunun en belirgin özelliği toplumsal yapıdaki fonksiyonuna göre bireyin yaşamını devam ettirebilmesi ve sosyal kimliğin belirlenmesidir (Eke, 1987: 388). Ekonomik olarak geçimlerini sağlayan, sosyal konumlarını belirleyen ve belirgin yasal ve etik sınırlılıkları olan devamlılık arz eden faaliyet tarzı olarak ifade edilen meslek, bireyin prestijini ve sosyal statüsünü belirleyici konumdadır. Bireyler mesleki değişikliklere uğradıklarında ekonomik durumları, toplumdaki yeri, statüsü, tükettikleri yiyecek grupları, davranış ve tutumları gibi birçok unsur değişikliğe uğramaktadır. Dolayısıyla bu değişiklikler bireyin yaşam tarzlarına yansımakta olup, yaşam tarzları bu duruma göre şekillenmektedir. Kısaca mesleki değişim yaşam tarzını belirlemede önemli bir faktör olmaktadır (Kaya, 2003: 44-45).

Aile: Aile kavramı genelde sosyolojik çalışmalar içerisinde yaşam tarzı kavramı ile ilişkilendirilerek tanımlanmaktadır. Aile, insan türünün varlığının devamlılığını sağlayan, toplumsallaşma sürecinin ilk ortaya çıktığı, karşılıklı ilişkilerin belirli sınırlılıklar içerdiği, duygusal tatminin yaşandığı, maddi ve manevi unsurları gelecek nesle taşıyan biyolojik, psikolojik, ekonomik ve hukuksal yönleri olan toplumsal bir birimdir (Sayın, 1990: 2). Aile yaşamına etki eden maddi ve manevi faktörler ailenin yaşam tarzını meydana getirmektedir. Yaşam tarzının maddi tarafı rakamlarla ya da fiyatla ifade edilebilir. Maddi olmayan tarafı maddi yöne anlam ve değer katan tatmin edilmiş biçiminden oluşmaktadır (Kaya, 2003: 38). Endüstriyelmiş toplumlarda ailedeki değerlendirme ve ödüllendirme kişisel ve mesleki özelliklere göre yapılmaktadır. Kurulmuş olan örgütler ve kurumlar ailenin yerine getirdiği yaşlılara bakım, çocuğun eğitimi, barınma ve yeme-içme gibi fonksiyonları yapmaya başlamışlardır. Böylece ailede gitgide kurumsallaşmaya ve yaşam tarzları değişmeye başlamıştır (Özkalp, 1994: 119).

Aile Yaşam Eğrisi: Bireyler hayatının her aşamasında farklı yaşam tarzı özelliklerine ve tüketim davranışlarına sahiptir. Örneğin; çocuksuz bir ailenin çocukları olduktan sonra yaşam tarzlarında ve tüketim davranışlarında yaşayacakları değişimler buna örnek verilebilir. Bireyin yaşamın her aşamasında belirli bir yaşam tarzı oluşmaktadır. Aile için yapılan satın alma kararlarında yaşam eğrisi önemlidir. Aile yaşam eğrisindeki aşamalar aşağıdaki gibi ifade edilmiştir:

- Genç bekar,
- Çocuksuz genç evli,
- Altı yaşından küçük çocuklu genç evli,
- Altı yaşından büyük çocuklu genç evli,
- Çocukları olan yaşlı evli,
- Çocuksuz yaşlı evli,
- Bekar (dul) yaşlı.

Genç bekar bireylerin yalnızca kendi hayatlarını idame ettirecek kadar ürüne ihtiyaçları varken, çocuksuz genç evli bireyler barınacak kendilerine ait bir ev, araba, beslenme için maddi ihtiyaçlarının artış göstermesi gibi faktörlerle karşı karşıya kalacaktır. Altı yaşından küçük çocuklu bireylerin çocuksuz bireylere göre davranış ve tutumlarında çocuğun olmasıyla birlikte değişimler olmaya başlayacak ve yaşam tarzı yeniden biçimlenecektir. Altı yaşından büyük çocuklu genç evli bireylerin çocuk büyümeye başladığı için eğitim, beslenme gibi birçok alanda ihtiyaçları değişecek ve bu ihtiyaçlara göre yaşam tarzları yeniden şekillenecektir. Çocukları olan yaşlı evli ile çocuksuz yaşlı evlinin maddi ihtiyaçları aynı olmadığı gibi yaşam tarzları da farklılık gösterecektir. Ayrıca bekar yaşlı bireylerin de temel ihtiyaçları ve tüketimleri farklı olacağından yaşam tarzları farklılık göstermektedir (Odabaşı, 2002: 253-255; Eroğlu, 2010: 211).

Psikolojik Etkenler: Bireylerin farklı sosyal sınıfa, kültüre, gelire dahil olanlarının ilgileri, faaliyetleri, fikirleri ve tutumları da birbirinden ayrılmaktadır. Yaşam tarzı, tüketicinin yaşamını analiz etmede demografik özelliklerinin ve sosyal sınıf unsurlarının yanı sıra psikolojik etkenleri de ele almaktadır. Bununla birlikte bireyin değer yargıları, ilgileri, fikirleri, kişilik özellikleri, tutumları ve demografik etkenleri değerlendirilmektedir (Çelik, 2008: 140-141). Psikolojik olarak motive olan bir birey

harekete geçmeye istekli görünmektedir. Bireyin nasıl davrandığı, kendi algısı doğrultusunda şekillenmektedir. Birey işitme, görme, dokunma, koku alma ve tat duyularıyla aldığı bilgileri öğrenir. Fakat her birey bu duyuşal bilgiyi kişisel bir şekilde alır, düzenler ve yorumlar. Algı, bireylerin dünyanın anlamlı bir resmini elde etmek maksadıyla seçtikleri bilgileri, düzenledikleri ve yorumladıkları bir süreç olarak sayılmaktadır. Bireyler öğrenerek ve gerçekleştirerek tutum ve inançlar kazanmaktadır. Bunlar da yaşam tarzına yön vermektedir (Armstrong, Kotler ve Opresnik, 2017: 174-176).

Kişilik: Bireylerde kişilik kavramı, kalıtsal olarak iletilen davranışsal yönelimleri içeren yapısal özellikler ile sosyal ve kültürel olarak etkileşimlerle gelişime açık karakteri ifade etmektedir (Akiskal ve Malya, 1987: 70). Yönelimlerin çevresel etkileşimler ile etkileşimi sonucu kişilik özellikleri oluşur (Burger, 2006: 78). Birey, kalıtsal özellikleri ve ait olduğu toplumsal ve kültürel sistemin birbirini etkilemesiyle kişilik olgusunu şekillendirmektedir (Tezcan, 1987: 98). Bireylerin duygularında, algılarında ve davranışlarında farklılıkların olması kişiliğin de farklı olmasını sağlamaktadır. Buradan hareketle kişilik, bireyi diğerlerinden ayırtırmaya olanak veren kalıcı ve kalıplaşmış ilişkiler biçimidir (Karaçor, 2000: 63-64). Psikoloji bilimi içerisinde yaşam tarzı kavramı ile kişilik kuramı bir bütün olarak ele alınmıştır. Sosyo-psikolojik kuram kişiliği belirlemede sosyal değişkenleri incelemektedir. Söz konusu kuram sosyal gereksinimlerin giderilmesiyle bağlantılıdır. Sosyal değişkenlerin kişiliği belirleyici olduğu kabul edilmektedir (Odabaşı, 2002: 197). Bireyin sergilediği davranış biçimleri bir başka deyişle yaşam tarzı bireyin kendine ait içsel dünyasından oluşmaktadır. Dolayısıyla bireyin davranış ve kişiliğinin birleşimini sağlayan olgu yaşam tarzıdır (Gençtan, 2004: 129).

Kültürel Etkenler: Bireylerin ihtiyaç ve isteklerini belirleyen unsurlar içerisinde en önemlisi olarak düşünülen kültür unsuru, bireyin davranışlarına kapsamlı biçimde etki eden unsurlar olarak nitelendirilmektedir (Yükselen, 2003: 49). Bu kültürel unsurlar; maddi kültür, sosyal kurumlar, estetik, dil ve din şeklinde sıralanmaktadır (Aydın, 2007: 106). Bireylerin davranışları ve sosyo-kültürel değerler, yaşam tarzını etkileyen temel faktör olarak belirtilmektedir. Spesifik bir kültürde yetişen birey, içinde yaşadığı toplumun kültüründen etkilenmekte ve aynı zamanda o toplumun kültürünü de

etkilemektedir. Toplumun kabul etmediği tutum ve davranışlar, etik değerler, gelenek ve görenekler gibi birçok unsur yaşam tarzını etkilemektedir (Dinçer, 2004: 84).

Kişisel Değerler: Yaşam tarzının önemli bir belirleyicisi olan değerler, topluma anlam ve önem veren ölçütlerdir. Değerler doğduktan sonra kazanılan okul, aile, dini kurum ve kültür gibi normlardır. Norm ise toplumsal düzeni sağlayan standart fikirlerdir. Değerler, toplumsal davranışların iyi, doğru ve istenilen olup olmadığını ortaya koyan düşüncelerdir (Özkalp, 1994: 75-76). Değerler, bireyin yaşamının her aşamasında bireyin davranışlarına şekil veren bir irade olarak ifade edilmektedir (Ünal ve Erciş, 2006: 27). Bireye, kişisel değerler hedef ve yön vermektedir. Değerler, bireyin toplumsal davranışlarını sorgulamasına yardımcı olur. Bireyin hem kendisi hem de diğer bireyler için iyiyi kötüyü, hoş olanı veya olmayanı, haklıyı haksızı, ahlaki ve ahlaki olmayanı ayırt edebilmesine olanak sağlar (Tezcan, 1997: 121). Kişisel değerler bireyin davranışlarına ve gerçekleştirmek istediği yaşam arzularına yön vermektedir. Kişisel değerleri saygınlık arama, hayattan tatmin olma, kendini gerçekleştirme, başkalarıyla uyumlu ilişkiler kurma, toplum tarafından kabul görme gibi değişkenler oluşturmaktadır. Dolayısıyla kişisel değerler yaşam tarzının önemli bir belirleyicisi konumundadır (Ünal ve Erciş, 2006: 24-25).

Toplumsal Değerler: Toplumsal değerler, bireyin davranışlarını denetleyen ve kişisel değerleri yöneten yaşam tarzının temel normlarından biridir. Toplumda konforlu hayat sürdürme herkesçe kabul edilmiş, bireysellik artmış ve anı yaşamak ön plana çıkmaya başlamıştır. Böylece dış görünüşüne önem veren, daha bilgili, kendine ait yaşam felsefesi olan bir tüketici topluluğu oluşmuştur. Tüm bunlar sosyal değerleri oluşturmakta ve değişimleri net bir şekilde göstermektedir (Erdal, 2001: 41). Bireylerin düşünce yapıları kültürel gelişmenin kaynağıdır. Kültürün gelişmesi ise farklı değer yargılarının oluşmasını sağlamaktadır. Farklı değer yargıları da yaşam tarzına doğrudan etki etmektedir (Karaçor, 2000: 60-61).

1.4. Yaşam Tarzı Kullanım Nedenleri

Tüketici duygu ve düşünceleri hakkında yaşam tarzı detaylı bir görüş sunmakla birlikte demografik bilgilere gerçeklik kazandırmaktadır. Yaşam tarzı bireylere

alacakları ürün ve işletmeler hakkında zengin bir görüş sağlamaktadır (Naylor ve Kleiser, 2002: 398).

Yaşam tarzı kavramı turizm alanında turistleri bölümlere ayırmak ve turistlerin tüketim davranışını tahmin etmek ve ayrıca turistlerin faaliyetlerini, ilgi alanlarını ve görüşlerini nicel olarak ölçmek için bir araç olarak hizmet etmektedir (Chen, Huang ve Cheng, 2009; Scott ve Parfitt, 2005; Simpson, Bretherton ve de Vere, 2005). Yaşam tarzı analizleriyle bireylerin zamanlarını nasıl değerlendirdiklerine ve çevresel unsurların davranışlarına olan etkisine ulaşılabilmektedir. Ayrıca bireylerin hisleri ve fikirleri de yaşam tarzı davranışlarını daha açıklayıcı bir biçimde ifade etmektedir (Evans, Jamal ve Foxall, 2006: 128).

Yaşam tarzı dinamik bir yapıya sahiptir. Dolayısıyla, bireyin yaşam tarzı bazı nedenlere bağlı olarak farklılaşmaktadır. Örnek olarak, kadın ve erkek bireylerin aile içindeki görevlerinin değişmesi, muhafazakâr bir algıdan daha açık bir toplum algısına ya da tersine olan eğilim ve ekonomik koşullardaki değişimler sıralanabilir (İslamoğlu ve Altınışık, 2008:171). Buna ek olarak, geçmişten günümüze bireylerin yaşam tarzının ve algılarının değişimi gibi toplumun da yaşam tarzı değişebilmektedir. Genel kabul gören birtakım inançlar, fiziksel form anlayışları, sosyal aktiviteler vb. zaman içinde değişebilmektedir (Kalbakhanı, 2013: 29). Dolayısıyla demografik değişkenler, ölçme ve sınıflandırma için kolaylık sağlamasına rağmen başka veriler ile desteklenmesi gerekmektedir (Plummer, 1974: 33).

Bireylerin satın alma ve tüketim hakkındaki tutumları da değişmektedir. Bu durum bireylerin yaşam tarzlarını etkilemektedir. Sonuç olarak spor yapmaya karar vermek sadece spor kıyafetleri almak demek değildir. Bireyin günlük alışkanlıklarının ve davranışlarının spor yapmaya yönelik değişime uğramasıdır. Böylece bireyin günlük yaşam tarzı farklılaşmaktadır (Arnould, Price ve Zinkhan, 2004: 437).

1.5. Yaşam Tarzı Grupları

Yaşam tarzının merkezi bireyi daha iyi tanımak, onun istek ve ihtiyaçlarını tahmin ederek o ürünü veya hizmeti bireye sunmaktır. Böylece bireyin yaşam tarzlarını

belirlemek üzere birçok yöntem geliştirilmiştir. Bunlar; Faaliyetler, İlgi Alanları ve Fikirler-AIO (Activities, Interests and Opinions), Rokeach Değerler Sistemi-RVS (Rokeach Value Survey), Değerler Listesi-LOV (List of Value), Değerler ve Yaşam Tarzları-VALS (Value and Life Styles) olarak ifade edilmektedir. Bu dört yöntemin ortak amacı tüketicilerin yaşam tarzlarına göre, tüketici profillerini belirlemek, pazar bölümlene yapmak ve yaşam tarzı özelliklerine uygun ürün sunmaktır (Plummer, 1974: 33-37).

Yaşam tarzı kavramının ölçülebilir olması geçerlilik kazanabilmesi açısından önemli görülmektedir. Yaşam tarzı kavramını ölçmek için kapsamlı tüketici anketleri ile uygun nicel yöntemler kullanılarak analiz çalışmaları yapılmaktadır (Güner, 2014: 47). Bu ölçme yöntemleri aşağıda sırasıyla ele alınmıştır.

1.5.1. Faaliyetler, İlgiler ve Fikirler (AIO)

Wells (1971) bireylerin özelliklerini tespit etmek için yaşam tarzı gruplarından ilki olan bireylerin faaliyetlerini, ilgilerini ve fikirlerini kapsayan 406 ifade içeren bir çalışma gerçekleştirmiştir (Belch, 1982: 347). Söz konusu çalışma psikografik ve yaşam tarzı çalışmalarının temelini oluşturmaktadır (Lin, 2003: 12). Amaç; bireylerin yaşam tarzlarını belirlemek ve tüketicilerin ilgileri ve fikirlerini netleştirerek kişilik özelliklerini ortaya koymaktır. Bu yöntem pazarlama alanında, bireylerin benzer ilgi, faaliyet ve fikirlerini inceleyerek, tüketici profillerini belirlemek ve ürün kullanım modelleri geliştirmek amacıyla kullanılmıştır. Yaşam tarzlarının tespit edilmesi için kullanılacak ölçeği oluşturmak amacıyla da bu yöntemden yararlanılmıştır (Can, 2006: 27-28).

Faaliyet konusu bireylerin ne yaptıkları ne aldıkları ve zamanlarını nasıl geçirdiklerine ilişkin sorulardan oluşmaktadır. İlgi alanı, bireylerin tercihleri ve öncelikleri hakkındaki sorulardan, fikirler ise tüketicilerin dünya, yerel, ekonomik ve sosyal ilişkiler hakkındaki görüş ve duygularını ortaya çıkarmaya yarayan sorulardan oluşmaktadır (Mowen, 1993: 237).

Tablo 1.2. AIO yaşam tarzı boyutları.

Faaliyetler	İlgi Alanları	Görüşler	Demografik Bilgiler
İş	Aile	Kendileri	Yaş
Hobiler	Ev	Sosyal Konular	Eğitim
Sosyal olaylar	İş	Siyaset	Gelir
Tatil	Topluluk	İş	Meslek
Eğlence	Yeniden yaratma	Ekonomi bilimi	Aile büyüklüğü
Kulüp üyeliği	Moda	Eğitim	Konut
Topluluk	Gıda	Ürünler	Yerleşim yeri
Alışveriş yapmak	Medya	Gelecek	Şehir büyüklüğü
Spor dalları	Başarılar	Kültür	Yaşam döngüsünde sahne

Kaynak: (Solomon vd., 2006).

İlgili modelde sorulan soruların ve kapsamalarının daha net anlaşılması amacıyla yukarıdaki Tablo 1.2’de sunulmuştur. Bu tabloda yaşam tarzının ana unsurları ve AIO modeli arasındaki uyum ifade edilmektedir. Yaşam tarzını belirlemede demografik özelliklerin tek başına etkili bir pazara hitap etme yöntemi olamayacağını; ancak AIO modeli demografik öğelerin birleştirilmesiyle özel bir boyut kazanarak, yaşam tarzı araştırmalarının ruhunu oluşturacağını ve yaşam tarzı araştırmalarına ancak böyle zenginlik katabileceği ifade edilmektedir (Plummer, 1974: 33).

1.5.2. Rokeach Değerler Sistemi (RVS)

Yaşam tarzı gruplarından bir diğeri de Rokeach Değerler Sistemi’dir. Rokeach değer kavramını davranış şekli veya bireylerin hayattaki amaçları açısından ele almaktadır. Rokeach, bazı davranış şekillerinin ve amaçların diğer davranış ve amaçlardan ya bireysel ya da sosyal olarak daha seçilebilir olduğunu ortaya koymuştur (Altıntaş, 2005: 4). Rokeach’a göre bireylerin benimsedikleri değerler, amaçsal ve bu amaçsal değerlere erişmek için birçok davranış şekillerini içeren araçsal değerler olarak iki başlık altında incelenebilir. Bu iki grup değerler arasındaki ilişki, değerler sistemini oluşturmaktadır (Koç, 2007: 200).

Rokeach (1973) değer ölçme sistemi olarak 18 amaçsal ve 18 araçsal değerden oluşan sistemi geliştirmiştir. Bu doğrultuda, amaçsal değerleri Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi’nden ve daha önce yapılan değer araştırmalarından yararlanarak

oluşturmuştur (Shao, 2002:20). Tablo 1.3’de Rokeach değer anketindeki öğeler yer almaktadır (Lin, 2003: 9).

Tablo 1.3. Rokeach değerler sistemi değişkenleri.

Amaçsal Değerler		Araçsal Değerler	
Rahat Bir Yaşam	İç Uyum	Hırslı	Yaratıcı
Heyecanlı Bir Yaşam	Olgunlaşmış Sevgi	Açık Fikirli	Bağımsız
Başarım Duygusu	Ulusal Güvenlik	Yetenekli	Entelektüel
Barış İçinde Bir Dünya	Zevk	Neşeli	Mantıklı
Güzel Bir Dünya	İç Huzur	Temiz	Sevgi Dolu
Eşitlik	Kendine Saygı	Cesaretli	İtaatkar
Aile Güvenliği	Sosyal Kabul	Affedici	Kibar
Özgürlük	Gerçek Arkadaşlık	Yardımsaver	Sorumlu
Mutluluk	Erdem	Dürüst	Kontrollü

Kaynak: (Lin, 2003).

Amaçsal değerler ideal davranış biçimleri olarak ve araçsal değerler de varlığın ideal uç durumlarından oluşmaktadır. Ankete katılanlardan 18 değeri kendi yaşantılarını ve değerlerini göz önünde bulundurarak sıralamaları istenmektedir. Bireylerin öncelikli olan ve önceliksiz olan değerlerini 1:en önemli ve 18:en önemsiz arasında derecelendirme yapmaları beklenmektedir (Erçiş, Ünal ve Can, 2007: 285).

1.5.3. Değerler Listesi (LOV)

Bir diğer yaşam tarzı grubu da Değerler Listesi’dir. Bu liste tüketici araştırmalarında, benzerlik ve farklılıkları ölçmede bir değer ölçüm aracı olarak kullanılabilir. (Kahle ve Kennedy, 1989: 6). LOV ölçeği, Feather'ın (1975), Maslow'un (1954) ve Rokeach'ın (1973) değerler üzerine çalışmalarının teorik temellerine dayanmaktadır. LOV ölçeği dokuz değerden oluşan bir liste içermektedir. Araştırma 2264 yetişkin katılımcı ile gerçekleştirilmiş ve dokuz değer arasından kendileri için birinci ve ikinci en önemli değerlerini seçmeleri istenmiştir. Dokuz değer; “öz saygı, başarı duygusu, saygı duyulma ihtiyacı, güvenlik, başkalarıyla sıcak ilişkiler, aidiyet duygusu, eğlenme ve hayattan zevk alma, kendini gerçekleştirme ve heyecan” şeklinde sınıflandırılmaktadır. Çok az katılımcı ilk tercihi olarak “heyecan”

değerini seçtiği için, bu kategori “eğlenme” ve “hayattan zevk alma” değeri altında incelenmektedir (Kahle ve Kennedy, 1989: 50; Lin, 2003: 11).

1.5.4. Değerler ve Yaşam Tarzları (VALS)

En fazla tanınan ve yararlanılan yaşam tarzı grubu değerler ve yaşam tarzları (VALS)'dır. VALS 1980 yılında, Stanford Araştırma Enstitüsü (Stanford Research Institute (SRI)) araştırmacıları Mitchell ve Spengler tarafından oluşturulmuştur. Bu araştırmacılar tüketicilerin demografik özellikleri, faaliyetleri, finansal durumları ve ürün tüketim tarzları ile ilgili 800 ifade içeren anket formu geliştirmiştir. Anket formu, 18 yaş üzeri Amerika Birleşik Devletleri'nde yaşayan 1600 kişiye uygulanmış ve VALS yaşam tarzı modelinin temeli ortaya konmuştur (Lin, 2003:14).

VALS, bireylerin kişiliklerini davranışlarıyla ifade ettiklerini belirtmektedir. Bu yöntem doğrultusunda tüketici türleri, pazardaki davranışı etkileyen kişilik özelliklerine göre özel olarak tanımlanmaktadır. VALS, bireyleri farklı kişilik özelliklerine göre bölümlendirmek için psikolojiyi kullanarak bireylerin motivasyonlarındaki farklılığı ayırt etmekle kalmamakta, bununla birlikte bireylerin davranışları üzerindeki psikolojik ve maddi etkenleri de ortaya koymaktadır. Dolayısıyla VALS sistemi, kişilik özellikleri ile satın alma davranışı arasında bir bağlantı oluşturarak tüketici tercihlerini ve seçimlerini analiz ederek tahminlerde bulunmaktadır. Günümüzde SRI yan şirket tarafından Strategic Business Insights (SBI) sunulan VALS, dünya çapında en iyi reklam ajansları ve tüketici ürün pazarlamacıları tarafından halen kullanılmaktadır (Urbonavičius ve Kasnauskienė, 2005: 81)

VALS yöntemi iki bakış açısının bir araya gelmesine dayanmaktadır. Bunlardan biri Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi' dir. Maslow'un hiyerarşisi bireylerin ihtiyaçlarının bir önem sırası olduğunu; arkadaşlık, aktivite, sosyalleşme gibi ihtiyaçlardan önce fiziksel ihtiyaçların karşılanması gerektiğini vurgulamaktadır. İkinci bakış açısı ise Riesman, Glazer ve Denny'nin (1964) sosyal karakter kavramıdır. Riseman vd. (1964) bireylerin karakteri ile toplumsal gelişme arasında paralellik olduğunu belirtmiştir. Bu anlayış doğrultusunda toplumsal karakter kavramı; sınıfların, grupların, bölgelerin ve ulusların karakterlerini anlamaya yardımcı

olmaktadır. Riesman, Glazer ve Denny (1964), insan karakterlerini gelenek yönelimli, içe yönelimli ve dışa yönelimli şeklinde üç kategoride incelemiştir. Gelenek yönelimli bireyler gelişme potansiyeli olan toplumlara ait, toplumun geleneklerine bağlı ve yeniliklere açık olmayanları kapsamaktadır. İçe yönelimli bireyler endüstrileşmeyle gelişmeye başlayan toplumu yansıtmaktadır. Bu bireyler geleneklerden ziyade benimsedikleri otorite ve değerler doğrultusunda hareket etmektedirler. Aynı zamanda, toplumdan ayrı kişiliğinin olduğunu farkındadırlar ve kendilerine güvenmektedirler. Dışsal yönelimli bireyler ise daha çok gelişmiş toplumların kişilik tipidir. Davranışları çevresindeki kişilerin beklentisi doğrultusunda şekillenmektedir (Riesman, Glazer ve Denny, 1964: 11-24; Kongar, 1971: 82; Kahle, Beatty ve Homer, 1986: 405).

VALS 1'in içeriğindeki kesimler şunlardır (Shih, 1986: 2-4; Khan, 2006; 19-20; Mitchell, 1992; Berger, 2007: 72; Rousseau ve Kruger, 1990):

İhtiyaç Sahipleri: Ekonomik kaynakları sınırlı ve eğitimsiz olan sınıftır. Bu gruptaki insanlar yoksulluktan şikayetçilerdir. Hayatları, seçimlerden çok ihtiyaçlarına göre şekillenmektedir. Dolayısıyla bu gruba dahil olan bireyler değerlerini daha az gösterebilmektedir. İhtiyaç sahipleri kategorisindeki bireyler de kendini ifade edebilme ve yaptıklarının karşılığını az da olsa alabilme imkânına sahiplerdir. Bu kategori de kendi içerisinde 2 alt gruba ayrılmaktadır. Bunlar:

- **Hayatta Kalanlar:** VALS tipolojisinin tabanında yer alan almakla beraber en dezavantajlı gruptur. Hayatta kalanlar aşırı yoksulluk, eğitimsizlik ve yaşın ilerlemesi gibi nedenlerle bunalımlı, içine kapanık ve gelişme şansı çok az olan bireylerdir. Genel olarak bu gruptakiler, kendisine bakabilecek enerjiye sahip olmayan ve çeşitli rahatsızlıklara sahip bireylerdir. Hayatta kalanların faaliyetleri sınırlıdır. Dolayısıyla tüketim biçimlerinin, temel ihtiyaçlara yönelik olduğunu ve yalnızca temel ihtiyaçları karşılayabildiklerini söylemek mümkündür.
- **Dayananlar:** Bu grubun üyeleri yoksulluk sınırında mücadele eden kişilerdir. Ancak, hayatta kalanlar grubundan daha iyi, daha genç ve daha umutludurlar. Ama buna karşın toplumun ana akımının bir parçası değildirler. Yaşam tarzı

grupları içerisinde ekonomik durumundan en az memnun olan bireylerdir. Bu nedenle, ekonomik olarak refah seviyesine ulaşabilmek için en çok çaba gösteren bireylerin oluşturduğu gruptur.

Dışa Dönük Grup: Yaşam tarzları, dış etkilere göre oluşan orta ve üst gelir sınıfındaki tüketicilerden oluşan gruptur. Yaşantılarında çevrelerindeki kişilerin algılarını, düşünce ve görüşlerini dikkate alırlar. Davranışlarını başkalarının düşüncelerine göre yönlendirirler. Kendi içerisinde 3 gruba ayrılmaktadır.

- **Ait Olanlar:** VALS tipolojisindeki en geniş grubu oluşturan bu kişilerdir. Rahatına düşkün olup, orta sınıfı temsil ederler. Geleneksel, nostaljik ve muhafazakâr olup çoğunluğu yüksek okul mezunudur. Ev merkezli sıradan bir yaşamları vardır. Oldukça uyumlu ve vatanseverliklerini dışa vuran bireylerdir. Ayrıca VALS tipolojisinin ortaya çıktığı zamanda Ait Olanlar grubu, nüfusun %39'unu temsil etmekteydi.
- **Başkalarına İmrenenler:** Bu grubun mensupları, başarıların yaşam tarzına ulaşmak için onları taklit ederler. Rekabetçi, maço ve statü bilinci olan bireylerdir. Hırslı ve daha fazlasını elde etmek için çaba harcayan çoğunluğu genç bireylerden oluşur.
- **Başaranlar:** Mutlu, başarılı, çalışkan, kendine güvenen, şöhreti seven, iyi eğitilmiş ve zengin kesimi temsil eden Başaranlar grubu VALS tipolojisindeki en geniş ikinci grubu oluştururlar. İyi eğitilmiş olup genellikle yöneticilik veya profesyonel mesleklerle uğraşan kişilerden oluşmaktadır. Seyahatlerini genellikle havayolu ile gerçekleştirirler. Materyalist kişilerdir. VALS'in uygulandığı yıllarda Başaranlar grubu, nüfusun %20'sini temsil etmekteydi.

İçe Dönük Grup: Bu gruptaki kişiler, bireysel hareket eden, içsel ihtiyaçlarla motive olan ve paraya fazla önem vermeyen kişilerdir. Bu grup kendi içerisinde 3 gruba ayrılmaktadır.

- **Ben Benimciler:** Bu grup çoğunlukla genç, kafaları karışık ve başkaları tarafından anlaşılmadığını öne süren bireylerden oluşmaktadır. Sık sık tuhaf davranışlarla bencilliklerini ortaya koyarlar. Anlık hareket eden özgün tiplerdir. Bu gruptakilerin grafik görüntüsü erkeklerden oluşan bir

kompozisyona doğru eğim kazanır ve bu grubun neredeyse tamamı bekârlardan oluşur.

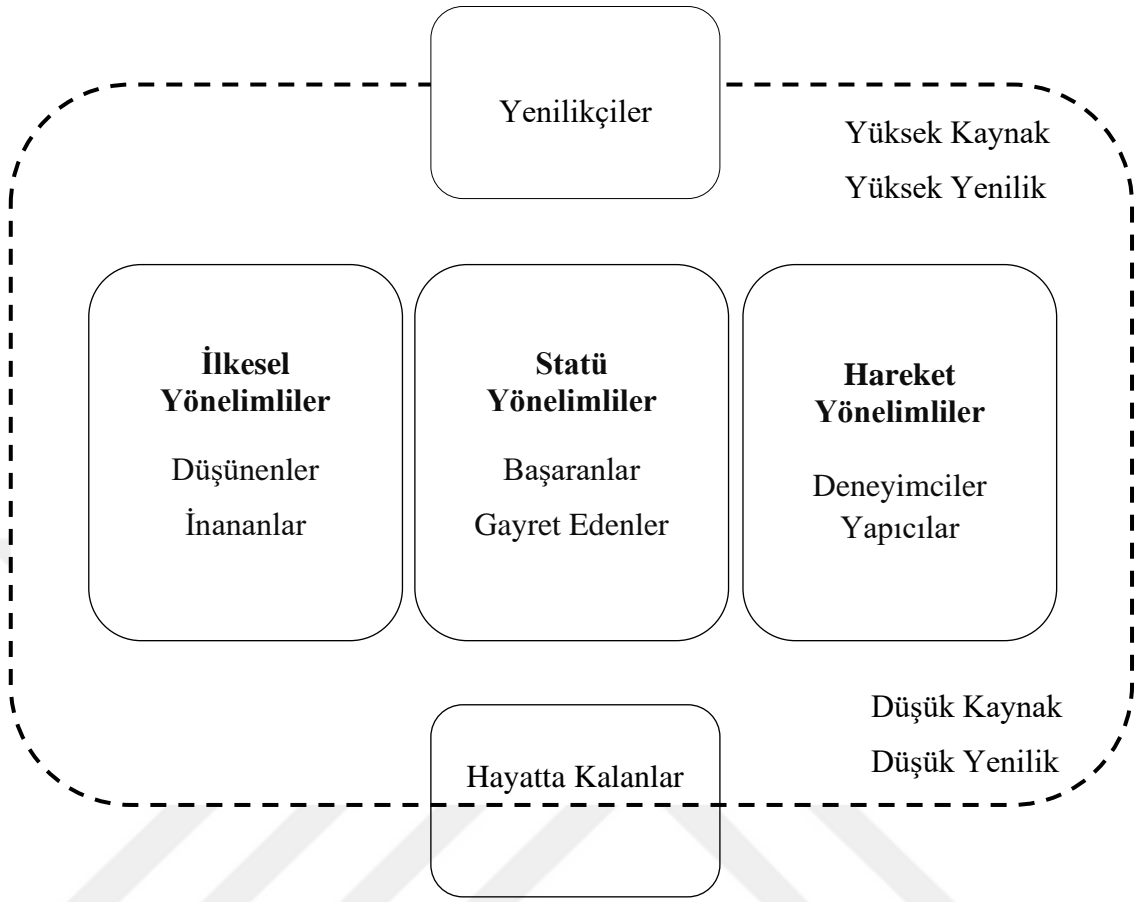
- **Deneyimciler:** VALS tipolojisinde bulunan en iç yönelimli grup, deneyimcilerdir. Bu bireyler hayatta doğrudan tecrübe, bireysel katılım ve kişisel gelişim duygusu peşinden giderler. Genç, sanata meraklı ve iyi eğitilmiş kişilerdir. Egzotik, sıra dışı ve doğaya aktivite türlerinden etkilenirler. Doğaya büyük ilgi duyar ve doğa hakları savunuculuğu yaparlar. Kaya tırmanışı vb. etkinliklere katılanlar ve sırt çantalı turistler de bu grup içerisinde değerlendirilir.
- **Sosyal Bilinci Yüksek Olanlar:** Toplumsal konularda sağduyu gösteren bu içsel yönelimli VALS grubu, birçok yönden başarılar grubunun bir yansımasıdır. Ancak, odak noktaları materyalizme karşı kendi kendine yetme duygusudur. Görev odaklı ve Sosyal sorumluluk sahibi, bilinçli bireylerdir. Korumacılık, sadelik, tutumluluk ve çevresel meselelere olan ilgileriyle bilinirler. VALS'in uygulandığı yıllarda, bu grup nüfusun %11'ini oluşturmaktaydı.

Entegre Olan Grup: Bu grupta yer alan kişiler, içe ve dışa dönük gruplarındaki en iyi özelliklerin kendilerinde toplamaktadır. VALS tipolojisinin en üst basamağında bulunan, sayıca az ve seçkin bir grup insanı temsil eden bu grup, dışa dönüklüğün gücü ile içe dönüklüğün hassasiyetini bir araya getirmiştir. Psikolojik açıdan olgun kişiler olup, gerektiğinde liderlik edip, duruma göre ikinci bir görevi üstlenmesini bilirler. Bu bireyler özgüveni yüksek, kendini gerçekleştirebilen, kendini ifade edebilen ve sorunları önceden sezebilen kişilerdir. Bütünleşik yaşam tarzının anlaşılması güç olması ve bu yaşam tarzı sınıfına dahil olan bireylerin örneklem bakımından yetersizliği, diğer sekiz yaşam tarzı grubunu kategorize etmek için kullanılan demografik ve davranışsal öğeler temelinde, bu kategorideki bireylerin tanımlanmasını zorlaştırmaktadır.

1980'lerin sonuna doğru VALS 'in bireylerin davranışlarını ön görmede günün şartlarına göre eksik olduğundan SRI tarafından bireylerin davranışlarını daha iyi anlamak için VALS 2 oluşturulmaya başlanmıştır (Erciş, Ünal ve Can, 2007: 285; Hoyer ve MacInnis, 2008: 380).

1.5.5. Değerler ve Yaşam Tarzları 2 (VALS 2)

SRI tarafından geliştirilen, günümüzde en çok kullanılan psikografik sınıflama ölçütlerinden biri olan VALS 2 ölçeği, Abraham Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi'ni temel almakta ve bireylerin kendilerini ne şekilde tanımladıkları, temel değerlerin ne olduğu ve bu bilgiler göz önüne alındığında ortaya çıkan yaşam tarzını göstermektedir. Tüketicilerin faaliyetleri ve davranışlarını belirlemede VALS 2 sınıflandırması önemli bir ölçüttür. VALS 2 ölçeği, oluşturulan sekiz yaşam tarzı grubu ile ifade edilmektedir. Söz konusu 8 alt boyut, bireyin motivasyonları unsurunda ayrılmaktadır. Bu motivasyonlar (yönelimler) ise "ilkesel", "statü (başarı)" ve "hareket (kendini ifade etme)" motivasyonu şeklinde 3 başlık altında ele alınmaktadır. İlkesel yönelimli bireyler, "Düşünenler" ve "İnananlar" olmak üzere 2 grupta toplanmaktadır. Statü yönelimliler ise "Başaranlar" ve "Gayret Edenler" şeklinde 2 gruba ayrılmaktadır. Hareket yönelimler grubunda ise "Deneyimciler" ve "Yapıcılar" olmak üzere kendi içerisinde 2 boyut olarak incelenmektedir. Bu 3 ana grubun dışında tüketiciler, temel motivasyon boyutları dışında sahip oldukları tüketilebilir olan kaynakları (para, zaman vb.) doğrultusunda da Kaynak Yönelimi olarak isimlendirilmektedir. Bu kategori de "Hayatta Kalanlar" ve "Yenilikçiler" olarak 2 grupta incelenerek toplamda 8 tipoloji tamamlanmaktadır. (Piiro, 1991: 4-5; Wells ve Prenskey, 1996: 190; Özgül, 2010: 121). Oluşturulmuş olan sekiz yaşam tarzı grubu Şekil 1.2'de yer almaktadır (Schiffman ve Kanuk, 1991: 140-141; Solomon, 2004: 209):



Şekil 1.2. VALS 2 yaşam tarzı grupları.

Kaynak: (Kotler ve Armstrong, 2005: 254).

VALS 2 yönteminde toplam sekiz adet VALS 2 profili tanımlanmıştır. VALS 2 sınıflandırması, aşağıdaki boyutlardan oluşmaktadır (Bakhtadze, 2018: 244; Hamşioğlu, 2015: 22; Riche, M. F.,1989: 25-26; Erdal, 2001: 7-20; Mothersbaugh ve Hawkins, 2016: 430-431):

Yenilikçiler: Araştırmacı, başarılı, kültürlü, kendilerine saygıları olan, liderlik vasfı yüksek insanlardır. Değişiklik ve yenilik yapma istekleri yüksek bireylerden oluşur. Bu bireyler için imaj, özgürlük ve kişiliklerini ifade etmektedir. Üst sınıfı yansıtan tüketim davranışı sergilenir. Gelişmiş zevklere sahiplerdir ve daha çok kaliteli, değeri yüksek ürünleri tüketirler. Yemek kültürü gelişmiş bireylerdir. Bu gruptaki bireyler olanaklılar diye de ifade edilmektedir.

Düşünenler: Bu grubun üyeleri emirlere, düzene, bilgiye, sorumluluğa değer veren, olgun, tatmin olmuş bireylerdir. Kendilerini doğru ve düzgün şekilde anlatabilirler.

Çoğunluğu iyi eğitilmiş olup, araştırmacı yönleri bulunmaktadır. Hem ülkelerinde hem de dünyadaki gelişmeleri yakından takip ederler ve kendilerini sürekli yenileyip geliştirirler. Refah düzeyleri yüksektir. Mesleklerinde profesyonelliği ön plana çıkarmaktadırlar. Bu grup için alacakları ürünün fonksiyonel yapısı ve uzun ömürlü olması önemlidir.

İnananlar: Hayatlarının kontrollerini ellerinde tutan, iş ve başarı odaklı olup, kurallara ve otoriteye sıkı sıkıya bağlıdırlar. Ev, aile, toplum ve dini unsurları içeren stabil bir yaşam döngüsüne bağlıdırlar. Alışılmış marka ve ürünleri tercih ederler. Güvenilir tüketicilerdir.

Başaranlar: Hayatlarının kontrolünü kendilerinin sağladığı, hedef odaklı yaşam tarzları vardır. Aile ve işe önem verirler. Risk almazlar. Eğitimleri ve gelirleri çok yüksek değildir. Yaşam tarzından dolayı pratik ürün ve hizmetlere yönelmektedirler. Tanınmış marka ve ürünleri tercih ederler. Geleneksel bir yaşam idame ederler, politik düşünceleri tutucudur, yönetime ve mevcut duruma saygı göstermektedirler.

Gayret Edenler: Bu grup için para başarıyı ifade etmektedir. Trend ürünleri ve eğlenceyi severler. Diğer bireylerin düşüncelerine önem vermektedirler. Kariyere çok, iş yapmaya odaklanırlar. Bu nedenle, kariyerlerine gereken önemi göstermedikleri için beceri yönünden de eksiklikleri olması nedeniyle iş hayatlarında üst düzey pozisyonlara ulaşmaları zordur. Başaranlara benzerler ama kaynakları yetersizdir. Aktif tüketicilerdir ve alışverişini sosyal etkinlik olarak görmektedirler. Gelir düzeylerinin el verdiği ölçüde plansız ve gelişmiş güzel alışveriş yapmaktan kaçınmazlar.

Deneyimciler: Genç, dinamik ve düşünmeden yaşayan dik başlı bireylerden oluşmaktadır. Yeniliği, farklı olanı ve macerayı ararlar ama gelip geçicidir. Politik bilgileri sınırlıdır. Açık alanlarda yapılan sosyal etkinliklere ilgi duyarlar ve katılım gösterirler. Bir şeye inanma konusunda kararsızlık yaşarlar. Gelirin çoğunu giyim, hazır yiyecek, müzik ve sinemaya harcarlar.

Yapıcılar: Kendi kendine yetebilmektedirler. Geleneklerine bağlı bireylerdir ve ilgi alanları sınırlıdır. El becerileri iyi olan, ufak tefek araç ve gereçleri yapım becerisine sahip ve kendi kendine yeten, kendi kazandıklarıyla ucu ucuna yetine bilen bireylerdir.

Genelde yaşayarak deneyim sahibi olmaktadırlar. Politik olarak tutucudurlar ve yeni fikirlere şüpheli yaklaşmaktadırlar. Lüks ürünler yerine pratik, temel ve daha ekonomik ürünler tercih ederler.

Hayatta Kalanlar: Genellikle eğitim düzeyi düşük, yaşlı, yeteneksiz, sosyal bağı zayıf olan bireylerdir. Gelir düzeyi düşük bireylerdir. Yaşamlarını sürdürebilmek adına çaba gösterirler. En çok önemsedikleri güvenlik ve emniyet unsurudur. Zevklerine göre tüketim davranışı yerine ihtiyaçlarına yönelik tüketim gerçekleştirebilirler. Sevdikleri ürün ve markalara indirimli ise bağlılık vardır.

Şekil 1.2 incelendiğinde, VALS 2 boyutlarının gibi genel psikografik bölümden oluştuğu görülmektedir. Bu sınıflandırma sisteminde en alt bölümde asgari kaynağa sahip olan kişiler, en üst bölümde ise geniş kaynağa sahip olan bireyler bulunmaktadır. Dolayısıyla tüketici 3 ana grup olarak ayrılmaktadır. Bu grupların her birinin kendine has bir yaşam tarzı, tutumu ve davranış şekli vardır. Ayrıca bu sekiz grup, kaynakları ve yönelimleri bakımından da farklılık göstermektedir. En alt bölümde yer alanların sahip olduğu kaynaklar oldukça azdır ve yukarı doğru ilerledikçe sahip olunan kaynaklar artış göstermektedir. En alt bölümdeki kişiler, para ve fiziksel kaynaklar ile birlikte, eğitimden, sosyal kaynaklardan, psikolojik kaynaklardan ve özgüvenden de mahrumdur. Yaş, gelir, meslek, din, cinsel eğitim, medeni durum gibi demografik özellikler kolaylıkla tanımlanabilmektedir. Ancak tutum, inanç, ilgi alanı, yaşam tarzı ve elde edilen fayda gibi psikografik özellikleri tanımlamak daha zordur. Dolayısıyla, pazar bölümlene yöntemi olarak VALS 2, söz konusu olguları tanımlamaya yardımcı olmaktadır (Khan, 2006: 21; Göktaş ve Tarakçı, 2018: 331).

VALS 2'nin hem yatay hem de dikey olarak incelenen bir yapısı vardır. Dikey boyut, kişileri yenilikçi ve kaynaklara sahip olma seviyesine göre sınıflandırmaktadır. VALS çalışmalarında kişiler, temel güdülenme (motivasyon) biçimlerine göre sınıflandırılmaktadırlar. Güdüler ise, tüketici tutumlarını açıklamada ve davranışını tahmin etmeyi sağlamaktadır. Bu doğrultuda VALS yönteminin temel dayanağı "Kişiler, kendi motivasyonlarına uyan ve yaşantılarına anlam katan, hayatlarına şekillendiren ve memnuniyet verici ürünlerden yararlanır ve bu tür deneyimler ararlar" şeklindedir. Yatay boyutta yer alan güdülenmeler ise, bireyin öz algısı ve dünya görüşü

hakkında bilgi edinilmesine katkı sağlamaktadır (Taşkın, 2009: 46; Peter ve Donnelly, 2015: 77).

1.6. Yaşam Tarzı ve Tüketim

Tüketim kültürü kavramı günümüzde toplumların tüketim geleneğini, tarzını ve biçimini yansıtmaktadır. Kapitalist sistemin ürettiği ürünün birey tarafından hızlı bir şekilde tüketilmesi kültüre etki etmektedir (Orçan, 2004: 18). Tüketim kültürü az gelişmiş toplumların karşı konulamaz bir şekilde tüketime göre şekillenen yeni toplumsal sınıfların ve yeni yaşam tarzlarının oluşmasına neden olmaktadır (Konyar, 2000: 20). Tüketim kültürü kimlik ve statü oluşturmada önemli rol oynamaktadır. Maddi tüketim ürünlerinin sembolik değerleri bireylerin yaşam tarzına uyarlanabilmektedir (Uztuğ, 2002: 98). Tüketici davranışlarını kestirmede önemli bir bileşen olan yaşam tarzı kavramı; tüketimin alt boyutlarıyla ve tüketim davranışlarıyla ilişkili olup (Cengiz, 2014: 3), tüketim alışkanlıklarını da etkileyen bir özelliğe sahiptir (Özgül, 2010: 120). Başka bir ifadeyle, tüketicilerin kararlarını tahmin etmede önemli bilgiler sağlayan yaşam tarzları ve bu yaşam tarzlarını meydana getiren değerler (Asan, Ekşi, Doğan ve Ekşi, 2008: 16), tüketim davranışlarını da biçimlendirebilmektedir.

Tüketim açısından yaşam tarzı, tüketicilerin satın alma davranışları ile ilgili bilgi sağlamaktadır. Yaşam tarzı ile ilgili değerler, tüketicilerin neden satın aldığına cevabını vermektedir. Bu doğrultuda yaşam tarzı, tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyen önemli faktörler arasındadır (Hamşioğlu, 2015: 20). Bundan dolayı yaşam tarzı, tüketicilerin zamanlarını ve paralarını nasıl harcamayı tercih ettikleri ile ifade edilmektedir (Ahuvia, Carroll ve Yang, 2006: 33). Yaşam tarzı, bireyin zamanını ve parasını nasıl harcadığı konusundaki seçimini aktaran bir tüketim kalıbını belirtmekle birlikte, çoğunlukla bu davranışlara ilişkin tutum ve değerleri de ifade etmektedir (Solomon, 2017: 215).

Sağlıklı bir yaşam tarzına yönelik son eğilimler, gıda tüketim kalıplarındaki değişiklikler ve kronik hastalıkları önlemek için nüfusun beslenme alışkanlıklarını değiştirme ihtiyacı göz önüne alındığında, tüketicilerin gıda seçimlerinde neye değer verdiklerini ve seçim yaparken değer müzakerelerini anlamak oldukça önemlidir (Espinoza-Ortega vd., 2016: 2745). Dolayısıyla değerler, tüketimi yönlendirse de

tüketicilerin değerleri nasıl değerlendirdiğini ve bunlar arasında hangilerinin daha önemli olduğunu anlamak için psikografik, beslenme alışkanlıkları ve gıdayla ilgili yaşam tarzlarının etkisi dikkate alınmalıdır (Bauer ve Reisch, 2019: 8).



İKİNCİ BÖLÜM

SAĞLIKLI BESLENME VE RESTORANLARDA SAĞLIKLI BESLENME DAVRANIŞI

2.1. Beslenme Kavramı ve Önemi

Beslenme, besinlerin üretilmesinden vücutta kullanılmasına kadar geçen tüm süreçte insan ile besin ilişkisini irdeleyen bir bilimdir (Türkiye Beslenme Rehberi (TÜBER), 2015). Yaşamın sürekliliği için beslenme temel bir ihtiyaçtır. İnsan hayatında önemli bir yere sahip olan beslenme, doğumdan ölüme kadar sürekliliği olan bir olgudur. Beslenme insanın yaşam kalitesini ortaya koymaktadır (Nergiz, 2017: 127). Özetle beslenme, bireyin büyüme, gelişme, daha zinde ve üretken olarak yaşamını devam ettirebilmesi için besin öğelerini yeteri kadar alıp vücutta kullanmasıdır (Küçük, 2019: 2). Beslenme bireylerin hayatlarını sürdürebilmesi, büyüebilmesi, sağlıklı olabilmesi ve vücudun işlevlerini yerine getirebilmesi için gereklidir. Birey beslenme ile ihtiyaç duyulan enerjinin karşılanabilmesi için, gereksinim duyulan besinlerden her birini doğru miktarda ve yeterli olduğu kadar alıp vücudun ihtiyacını karşılamaktadır (Mann ve Truswell, 2007: 1; Demirezen ve Coşansu, 2005: 174; Kocatepe ve Turan, 2012: 46).

Beslenme yalnızca karın doyumak değildir. Beslenme bireyin yaşına, cinsiyetine, tatmin olmaya, örf-adetlerine, eğitim ve refah durumuna göre şekillenmektedir (Kılıç ve Şanlıer, 2007: 31). Beslenme, bireyin yaşamının her aşamasında önemsenmelidir. Çünkü beslenme doğumdan ölüme kadar temel bir ihtiyaçtır. Beslenme, bireylerin organizmasında meydana gelebilecek olan hastalıklara karşı dirence sahip olmasında, vücut için gerekli karbonhidrat, yağ, protein, vitamin, mineral, su vb. gibi tüm besin öğelerini yeterli miktarda almasında oldukça önemlidir (Tekkurşun-Demir, Namlı ve Cicioğlu, 2021: 126). Beslenme, büyüme ve gelişmeyi, hastalıkların önlenmesi ve tedavisini, beden sağlığı ve mental sağlığın korunmasını ve sürdürülmesini sağlamaktadır (Beyhan ve Taş, 2019: 32). Bireyin dengeli ve sağlıklı beslenmesi, kalp-damar, diyabet gibi hastalıkların görülme oranını azaltmakta ve beslenme kaynaklı oluşabilecek sıkıntıların oluşum riskini en aza indirmektedir (Hiza, Koegel ve Pannucci, 2018: 1583).

Beslenme sağlık açısından önemli olduğu kadar, turistlerin destinasyon ve yemek seçimlerini de etkilemektedir. Boylce beslenme farklı kültürlerin yiyeceklerini tanıtma ve keşfetme gibi farklı motivasyon unsurlarının oluşumunu sağlamaktadır (zdemir, 2008: 37).

2.2. Sağlıklı Beslenme

Sağlıklı beslenme, yeterli ve dengeli beslenmek anlamına gelmektedir. Bu bağlamda yeterli ve dengeli beslenmenin sağlanabilmesi için enerji gereksinimi duyulan besin ögelerinin alınması, bu besin ögelerinin bireye özel olarak planlanması ve vücutta uygun biçimde kullanılması gerekmektedir (Kutluay, 2017: 4) Bireyin sağlıklı beslenme ve vücudun işlevlerini yerine getirebilmesi için günlük olarak ihtiyaç duyuduğu besin ögeleri 6 ana gruptan oluşmaktadır. Bunlar; su, karbohidratlar, proteinler, yağlar, vitaminler ve minerallerdir (Kara, 2018: 17). Vücudumuzun yapısında organizmaların çalışması için bu bileşenler bulunmaktadır. Hücrelerin ve dokuların ihtiyaçları sağlanarak sağlık korunmaktadır (Andonova, 2014: 362).

Bireyin, ailenin ve toplumun en önemli amacı, sağlıklı olmaktır. Sağlıklı olabilmek için bedensel, ruhsal ve sosyal yönden iyi bir vücut yapısına sahip olmalı ve bu sağlığı korumak gerekmektedir. Buradan hareketle de sağlıklı beslenmenin çok önemli olduğu anlaşılmaktadır (Dölekoğlu ve Yurdakul, 2004: 63; Baysal, 1993: 98). Sağlıklı beslenme, bilinçli bir şekilde üretimden tüketime kadar geçen sürecin zararlı hale gelmemesini sağlayarak, iyi besin seçerek ve uygun yöntem kullanarak tüketim yapmaktır (Kutluay, 2015: 24). Bu konuda uzmanlar da sağlıklı beslenme için doğru bileşimi bulmaya ve alınması gereken besin ögelerini araştırmaya devam etmektedir. Nitekim vücut için gerekli olan besin ögeleri de uygun miktarlarda tüketilmelidir (Insel vd., 2013: 35; zgen, 2015: 28).

2.3. Dengeli ve Dengesiz Beslenme

Son yıllarda dünyada bireylerin yaşam tarzı ve beslenme alışkanlıklarında önemli farklılıklar gözlemlenmektedir (Di Daniele, 2019: 1074). Gelişen teknoloji ve hareketsiz yaşam tarzı bireylerin vücut kitle endeksini koruması ve sağlıklı bir yaşam sürdürebilmesi için düzenli yapılan fiziksel aktiviteyle beraber yeterli ve dengeli

beslenme alışkanlıkları yaşamlarının önemli bir parçası olmuştur (Güleç vd., 2008: 103-104).

Sağlığın temeli yeterli ve dengeli beslenmedir. Beslenme sadece karın doyurmak değildir. Bireyler sağlığını korumak ve yaşam standardını yükseltmek için vücuda gerekli olan besini yeteri kadar, doğru zamanda, bilinçli ve düzenli olarak tüketmelidir (Pekcan, 2008: 7). İnsan vücudunun büyümesi, gelişim göstermesi, hücrelerin yenilenmesi, yaşamsal faaliyetlerin devamlılığının sağlanabilmesi için ihtiyaç duyulan besin öğelerinin alınması ve doğru bir şekilde kullanılması yeterli ve dengeli beslenmeyi sağlamaktadır (Çelik, 2004: 17).

Bireylerin beslenmeleri ile sağlıklı yaşam arasında doğrudan ilişki bulunmaktadır. Bu ilişkinin yanı sıra yetersiz ve dengesiz beslenme arasında da önemli bir bağ bulunmaktadır. Yetersiz ve dengesiz beslenmeden kaynaklı çeşitli sağlık sorunları oluşabilmektedir. (Köksal, 2001: 85). Yetersiz ve dengesiz beslenme bazı sağlık sorunlarının oluşmasında bireyleri doğrudan ve dolaylı olarak etkilemektedir. Aşırı kilo ve obezite çoğu zaman dengesiz beslenme ile ilişkilidir (Kuzbicka ve Rachon, 2013:106). Sağlıksız beslenme ve kötü yaşam tarzı alışkanlıkları obezite ve metabolik sendroma neden olabilmektedir (Kodama, 2008: 2362). Bu sağlık sorunlarına anemi, beriberi, diyabet, gluten, kalp-damar gibi hastalıklar da örnek verilebilmektedir. Teknoloji ve yaşam koşullarının değişimiyle fiziksel aktiviteler azalmakta fast food ve hazır gıda tüketimi artmaktadır. Dolayısıyla yetersiz ve dengesiz beslenme artmaktadır (Pekcan, 2004: 51).

Bireylerin yetersiz ve dengesiz beslenmeleri vücudun düzgün çalışmasını engellemekte ve bireyi olumsuz yönde etkilemektedir. Yeterli ve dengeli beslenme ise hastalıkların iyileştirilmesini sağlamakla birlikte sağlığın korunmasında da çok önemlidir (Garibağaoğlu vd., 2006: 174). Bununla birlikte beslenme şekli bireylerde, yaşam tarzını oluşturan ve insan sağlığının en önemli fonksiyonudur. Böylece yeterli ve dengeli beslenme toplum sağlığının korunmasında da önemli hale gelmiştir (Pekcan, 2008: 3).

2.4. Beslenme Davranışını Etkileyen Faktörler

Bireylerin besin tercihlerine ve beslenme durumlarına etki eden birçok unsur bulunmaktadır. Bu etkenler biyolojik ve çevresel kaynaklı olabilmektedir (Baysal, 2011: 44-45). Bireylerin ait olduğu yakın çevre ile kendisi arasındaki ilişkiler, bireyin fiziksel, sosyal ve psikolojik gelişimleri, beslenme davranışları ve karar verme süreçleri üzerinde doğrudan etkiye sahiptir (Koumoundourou, Tsaousis ve Kounenou, 2010: 165). Ayrıca küçük yaşlardaki bireylerin ve ergenlerin beslenme davranışlarını ailenin yanısıra daha aktif olarak etkileyen akranlarıdır (Bronfenbrenner ve Morris, 2006: 793).

Bireylerin beslenme davranışlarını sosyo-ekonomik düzeyleri ve yaşadıkları yerlerin çevresel farklılıkları etkilemektedir. Bir diğer önemli etken dengesiz gelir dağılımıdır. Bu faktörler yetersiz ve dengesiz beslenmenin görülmesine doğrudan etki etmektedir. Ayrıca beslenme konusundaki yetersiz bilgi, doğru olmayan gıda seçimi, hazırlık ve pişirme yöntemlerinin hatalı olması beslenme davranışını etkilemektedir (Sencer ve Orhan,2005: 69-71). Toplumda beslenme davranışını etkileyen faktörleri gıdaların üretimi ve dağıtımındaki teknolojik yetersizlikler, tüketicinin alım gücünün yetersiz olması, kültürel farklılıklar ve eğitim seviyesi, ailedeki tüketici sayısının fazla olması ve çevre koşullarının uygunsuz olması şeklinde sıralamak mümkündür (Yağmur ve Güneş, 2010: 34-35).

2.5. Sağlıklı Beslenme Bilinci

Sağlıklı beslenme bilinci, beslenmeyle ilgili süreçlerin, diyet, sağlık, gıda, besin ve besin kaynağı gibi konularla ilgili bilgileri açıklamaktadır (Miller ve Cassady, 2015: 209). Sağlıklı beslenme bilinci bireylerin kaliteli ve sağlıklı yaşamaya önem vermesidir (Narayana, 2009: 87). Dünya üzerinde de kirlilik düzeyinin artmasıyla birlikte birçok sağlık problemi etkisini göstermeye başlamıştır (Ture ve Ganesh, 2012: 42). Artan problemlerle birlikte bireylerin sağlıklı beslenmeye verdikleri önem artmış ve sağlıklı beslenme bilinci oluşmaya başlamıştır (Chen, 2009:166). Sağlıklı beslenme hakkında bilgili olan bireyler sağlıklı yaşamının önemini bilmekte ve sağlıklı yaşam tarzını korumak için önlemler almaktadır (Çakıcı ve Yıldız, 2017: 4).

Bireylerde sağlıklı beslenme bilinci, sağlıklı yaşam tarzının oluşturulmasında ve sürdürülmesinde önemli bir unsurdur (Crites ve Aikman 2005: 1192). Sağlıklı beslenme bilincine sahip olan bireyler, sağlıklı bir yaşama sahiptirler (Suprpto ve Wijaya, 2012: 173-174). Toplumda sağlıklı beslenme bilincinin olması, toplumsal sağlık sorunlarının en aza indirgenmesini sağlar (Koniusz, Rygielska, ve Nowacka, 2013: 320). Toplum sağlığını korumak ve iyileştirmek için sağlıklı beslenme bilincinin teşvik edilmesi gerekmektedir (Aydın, 2019: 21).

Son yıllarda dünya genelinde tüketiciler sağlık konusunda son derece endişe duymakta, çünkü sağlık onların yaşam tarzlarını oluşturmaktadır (Lorinczi, 2008: 2). Buradan hareketle turistlerin destinasyon ziyaretlerinde farklı motivasyon unsurlarıyla seyahat ettikleri bilinmekte ve seyahatlerinde turistik ürünlere olan tercihlerinde daha seçici oldukları görülmektedir (Mak, Lumbers, Eves ve Chang, 2012: 932). Turistler içeriğinde katkı maddesi bulunan yiyeceklerin çeşitli sağlık problemlerine neden olmasından dolayı sağlıklı yaşam sürmeye ve sağlıklı beslenmeye çalışmaktadır (Arıca, Güreş ve Aslan, 2016: 100).

2.6. Beslenme Alışkanlıkları

Beslenme alışkanlıkları bireyin doğumdan ölüme kadar geçen sürecine büyümesine, gelişmesine ve yaşamsal faaliyetlerini devam ettirmesine etki eden önemli bir etkidir (Johansen, Rasmussen ve Madsen, 2006: 33). Nitekim bireyin vücut için gerekli olan besin öğelerini yeterli ve dengeli tüketmesi gerekmektedir (Baysal, 2002: 4-6).

Beslenme alışkanlıkları ve besin tercihleri bireysel, çevresel, toplumsal, biyolojik, psikolojik, sosyokültürel ve sosyo-ekonomik gibi birçok faktörden etkilenmektedir (Geaney, Marrazzo, Kelly, Fitzgerald, Harrington, Kirby, ve Perry, 2013: 4). Bireyin beslenme alışkanlıklarını hangi yiyecek türünü seçtiği, yediklerinin miktarı, tek başına veya başkalarıyla birlikte yemek yemesi ve öğün saatleri gibi faktörler önemli ölçüde etkilemektedir (Clohessy, Walasek ve Meyer 2019: 1773). Çalışan bireyler iş stresi ve işin yoğunluğundan kaynaklı kolay ulaşabileceği, daha sağlıksız ve sağlıklı besinlere göre psikolojik açıdan daha rahatlatıcı etkiye sahip yiyecekleri tüketme eğilimi göstermektedir (Özcan ve Kızıl, 2020: 57). Farklı

mesleklere sahip bireylerin beslenme alışkanlıklarının da farklı olduğu ifade edilmektedir (Kachan vd., 2021: 102). Genel olarak ileri yaşlarda olan bireylerin ise beslenme alışkanlıklarına daha çok dikkat ettikleri, düzenli yemek yedikleri, fonksiyonel gıda ve tahıl tüketimine ağırlık verdikleri gözlenmiştir (Hong, 2015: 342).

Bireylerin beslenme alışkanlıklarında sıklıkla öğün atlamalarının görüldüğü belirtilmiştir. Ayrıca karbonhidrat ağırlıklı yiyeceklerin ve süt ürünlerinin daha çok, sebze ve meyvelerin daha az tercih edildiği de belirtilmektedir (Derin, Keskin ve Çelikörs, 2015: 422). Bireylerin çoğunlukla kahvaltı öğününü aksatmaları enerji alımını, vücut fonksiyonlarını ve beslenme alışkanlıklarını negatif yönde etkilediği dile getirilmiştir (Zeballos ve Todd, 2020: 3348).

Nitekim sağlıklı beslenme alışkanlıkları teşvik edilerek, bireyin yeme-içme davranışlarına ve gelişimsel süreçlerinin gerçekleştirilmesine önem verilmesi gerekmektedir (De Ridder vd., 2017: 909).

2.6.1. Beslenme Alışkanlıklarındaki Değişimler

Bireylerin sosyo-ekonomik düzeyleri, psikolojik ve sosyo-kültürel düzey gibi gıda seçimlerini etkileyen diğer faktörlerle de ilişkili olduğundan beslenme davranışına ve yaşam tarzına doğrudan etkili olmaktadır (Moraes, 2020: 1). Beslenme davranışının ve alışkanlıklarının, fonksiyonel ve zihinsel insan sağlığı üzerinde de önemli bir etkiye sahip olduğu bilinmektedir. Yetersiz besin ögesi ve posa içeren, doymuş yağ ve şeker içeriği yüksek gıdaların tüketiminin artması yönündeki değişim insanlarda kronik sağlık sorunlarına yol açtığı bilinmektedir (Yahia, Achkar, Abdallah ve Riz, 2008: 2-3). Bireyler hızlı yaşam koşullarına ayak uydururken yeme-içme de aynı şekilde hız kazanmıştır (Scanlon, 1993: 2). Değişen beslenme alışkanlıkları obezite, hipertansiyon ve diyabet gibi hastalıkların ve sağlık hizmetleri giderlerinin artmasına neden olmaktadır (Robinson, Kersbergen ve Higg, 2014: 658). Bireylerin beslenme alışkanlıklarının olumsuz yönde değişmesiyle sağlıklı yaşam tarzından giderek uzaklaşmakta obezite ve obeziteye bağlı sağlık problemleri artmaktadır (Rodgers vd., 2018: 162).

Beslenme alışkanlıklarının değişimi genellikle ülkedeki teknolojik gelişim, modernleşme ve sosyo-ekonomik değişikliklerin olmasına bağlıdır. Gelir-gider

dengesindeki uyum, besin öğelerine daha kolay ulaşılabilmesi, ürün tanıtımı gibi değişkenler beslenme davranışlarını etkilemiştir (Popkin, 2002: 95). Düşük gelir düzeyine sahip bireylerin beslenme alışkanlıklarına bakıldığında, yüksek gelir düzeyine sahip bireylere göre daha az lif, meyve ve sebze, tam tahıl, yumurta, et, daha çok doymuş yağ ve rafine şeker tükettikleri gözlemlenmiştir (Darmon ve Drewnowski, 2008: 1107). Bireylerin şehirlerde yaşaması aile içerisindeki beslenme alışkanlıklarında değişiklikler oluşturmuştur. Dolayısıyla enerji miktarı yüksek yiyeceklere, et ürünleri ve market ürünleriyle beslenmeye yönelmenin olduğu beslenme alışkanlıkları görülmektedir (Monroe, 2015: 218-219).

Sosyo-ekonomik etkenlerin yanı sıra, beslenme alışkanlıklarının değişmesinde kültürel unsurlar da etkili olmaktadır. Beslenme davranışları sağlıklı, açlık tatminiyle ilişkilendirilmektedir. Sanayileşmeden önceki dönemlerde beslenme, kutlama, ziyafet ve bolluğu, bireysel anlamda sağlığın simgesi olmuştur. Beslenme toplumsal değişim ve gelişimi sağlamıştır (Lake, Staiger ve Glowinski, 2000: 84-85). Günümüzde birçok toplumda düşük maliyetli, lezzetli, kalitesi düşük endüstriyel gıdalar işlenmeye ve tüketilmeye başlanmıştır. Gıdalar şeker ve yağ ile zenginleştirilerek daha lezzetli ve çekici hale getirilmiştir. Bu durum bireylerin beslenme alışkanlıklarına etki etmiştir (Gaesser, 1999: 1120). Değişen ve hızlanan yaşam tarzlarından dolayı yeme-içme kültürü değişime uğramıştır. Bireyler enerji miktarı yüksek daha pratik ve hızlı tüketilebilen beslenmeye yönelmektedir (Ackard, Croll ve Kearney-Cooke, 2002: 132).

2.7. Sağlıklı Beslenme ve Tüketim

Tüketilen besin öğeleri sağlıklı beslenme kavramının temelini oluşturmaktadır. Bireylerin beslenme biçimleri, beslenme alışkanlıklarını doğrudan etkilemektedir. Bireyler vücudun ihtiyaç duyduğu gıda maddelerini yeterli ve dengeli olarak tüketerek sağlıklı bir yaşam sürdürebilmektedirler (Alaunyte, Perry ve Aubrey, 2015: 12). Günümüzde tüketiciler sağlıkları konusunda oldukça endişelenmektedir. Bundan dolayı, beslenme tarzlarına ve sağlıklı bir yaşam sürdürmeye önem vermeye başlamışlardır (Hosni vd., 2017:85). Ayrıca son yıllarda gelişen ve değişen dünya nedeniyle çeşitli sağlık sorunları ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla bu durum, yeme-

içme alışkanlıklarının değişmesi ve bireyleri beslenme konusunda değişiklikler yapmak zorunda bırakmaktadır (Choi ve Zhao, 2010: 247).

Tüketiciler günden güne sağlıklı tüketim konusunda artan bir farkındalık ve bilinç sergilemektedirler. Gıda tüketimi tercihlerinde, lezzet ve fiyat gibi kriterler yanında sağlıklı ve güvenilir gıda tüketimi birçok tüketici için öncelik haline gelmektedir (Toklu ve Ustaahmetoğlu, 2016: 198). Sağlıklı yaşama sahip olabilmek için birey, tüketilen gıdalardaki risklere karşı bilinçli ve bazı farkındalıklara sahip olmak zorundadır. Bu nedenle tüketici bir gıda ürünü satın alıyorsa besin yararları, doğal içeriği, tadının iyi olması gibi faktörlerin içeriğini bilmesi gerekmektedir (Chen, 2009: 168). Bu doğrultuda, bilinçli olarak yapılan tüketimler meydana gelmektedir. Sağlık bilinci yüksek tüketiciler ayrıca çevreye karşı duyarlıdırlar. Bu tüketiciler sağlıklı bir şekilde hayatlarına devam edebilmek ve yaşam kalitelerini arttırmak gibi davranışlarla birlikte hasta olma risklerini de azaltmayı hedef haline getirmişlerdir (Ustaahmetoğlu ve Toklu, 2015: 200).

Bireylerin gelir düzeyleri sağlıklı beslenme tüketimini şekillendirmektedir. Geliri düşük bireyler sağlıklı besin öğeleri yerine yağ ve şeker oranı yüksek besinleri tüketmek zorunda kalmaktadır. Gelir seviyesi yüksek bireyler ise daha sağlıklı olan meyve, sebze ve daha az yağlı ve az şekerli gıdaları tüketmektedirler. Bu durum toplumda bireylerin sağlıklı beslenme tutum ve davranışlarını etkilemektedir. Bir diğer değişken ise bireylerin eğitim düzeylerinin farklı olmasından kaynaklanmaktadır (Velardo, 2017: 182-183). Bireylerin beslenme ve sağlıklı yiyecekleri tüketme arzusu farklılıklar göstermektedir. Artık beslenme biyolojik ihtiyaç olmanın yanı sıra çevresel ve psikolojik tatmin gibi unsurlardan etkilenmektedir (Yarar ve Orth, 2018: 146). Bireyler sağlıklı beslenmeyi bir yaşam tarzı olarak benimsemektedir. Bireyler spor yapmaya, sağlıklı ve doğal besinleri tüketmeye özen göstermektedirler. Sağlıklı beslenme eğilimlerini medya ön plana çıkarmaktadır. Böylece beslenme tüketim şekilleri değişmektedir (Bucak, 2017: 120; İşleroğlu, Dirim ve Ertekin, 2009: 30).

2.8. Restoranlarda Sağlıklı Beslenme Davranışı

Bireylerin sağlıklı olan faaliyetlere karşı olan tutumlarında bireylerde sağlık ve sağlıklı yaşam bilincinin olması önemli bir etken olmaktadır (Wardle ve Steptoe, 2003:

31). Sağlık ile ilgili tutumlar yiyecek tercihini doğrudan etkilemektedir. Sağlık kaygısı beslenme bilinci yüksek bireylerin sağlıklı yiyecek satın alma isteklerinin ve tercihlerinin daha fazla olduğu bilinmektedir. Böylece sağlık bilinci yüksek bireyler, sağlıklı gıda üreten ve sunan restoranları daha çok tercih etmektedirler (Lee vd., 2014: 31).

Toplumlarda sağlıklı gıda tüketme isteğinin artmaya başladığı bilinmektedir. Restoranlar ise sağlıklı ve bilinçli beslenmeyi topluma en iyi şekilde duyurmaktadır (Jones, 2009: 344). Restoran işletmecileri tüketicilerin sağlıklı yemek yeme isteklerini değerlendirerek, menüleri yeniden isteğe göre oluşturmaktadır. Bir sonraki aşama olarak sağlıklı restoran konsepti oluşturulmaktadır. Bunun yanı sıra tüketicilerin yaşam tarzları dikkate alınarak hizmet sunulmaktadır (Özdemir, 2010: 229). Restoranlar sağlıklı yeme-içme hizmeti verebilmek için doğal ürünler kullanmaktadır. Üreticilere doğal ürün yetiştirmesi için eğitimler verilerek ham madde temini sağlanmaktadır. Yerine göre sağlıklı beslenmenin önemi devlet planlaması olarak ele alınmaktadır (Kocatepe ve Tırıl, 2015: 61).

2.9. Yaşam Tarzı ve Restoranlarda Sağlıklı Beslenme Davranışı Arasındaki İlişki

Toplumda sağlığın korunması ve yaşam kalitesinin artırılması düşünüldüğünde, çevresel etkenlerden kaynaklanan olumsuzlukların ve sağlık problemlerinin azaltıldığı bir yaşam tarzı akıllara gelmektedir. Sağlıklı yaşam tarzı ifade edildiğinde de yeterli ve dengeli beslenmenin yapıldığı, spor yapılan ve alkol gibi zararlı alışkanlıkların olmadığı bir yaşam akla gelmektedir. Sağlıklı yaşam tarzı, bireyin sağlık durumunun kontrol edilebilmesine yönelik davranışları da içermektedir (Özcan ve Bozhöyük, 2016: 664-665). Sağlıklı yaşam tarzı ile beslenme alışkanlıkları arasında çift taraflı etkileşim olduğu bilinmektedir. Günümüzde yoğun ve hızlı bir yaşam tarzına sahip bireyler fast food beslenmeye yönelerek sağlıksız bir yaşam tarzına sahip olmaktadır. Bireyler çeşitli etkenler nedeniyle tek düze beslenme alışkanlıkları edinmekte olup, sağlıksız yaşam tarzına yönelmektedirler. Sağlıklı beslenme davranışı geliştirmeyi etkileyen çeşitli faktörler vardır. Bireyler de beslenme davranışı üzerinde etkili olan önemli bir faktörün psikolojik duygu durumu olduğu ifade edilmektedir. Bireylerin kaygı düzeylerinin fazla olduğu dönemlerde bireylerin

genelde sağlıksız, basit karbonhidrat açısından zengin, işlenmiş ve kan şekeri üzerinde ani yükselmeler yaratan besin öğelerinin tüketimine yöneldikleri görülmüştür. Bu durumun açıklaması ise stres ve kaygılı süreçlerde yüksek karbonhidrat içerikli gıdaların kişilerin seratonin seviyelerini yükseltmesi ve bu yolla kişilerde mutluluk hissi oluşturmalarıdır. Buradan hareketle beslenme davranışı ve besin tüketimi ile psikolojik durum arasında doğrudan bir ilişki olduğu ifade edilmektedir (Özenoğlu, 2018: 360).

Eğitim seviyesi arttıkça bireylerde bilinç düzeyi de artmaktadır. Bu durum gerek beslenme hakkındaki bilgileri kavramada gerek kavradıklarını doğru şekilde uygulamada bireylere doğrudan etkili olmaktadır. Yani bir kişinin beslenme hakkında merakının olması ve bilgi alma amaçlı okuması anlayıp kavraması için yeterli değildir. Bunun yanı sıra kişinin kavradıklarını doğru bir biçimde uygulayabiliyor olması da gerekmektedir (Hamulka vd., 2018: 1439; Krause vd., 2018: 276).

Bireylerin ekonomik refah düzeyi bir toplumda beslenme davranışlarına etki eden ilk etmendir. Beslenme sağlıklı yaşamın devamlılığını sağlar ve bireyin bu süreçte vücuda alması gereken yiyecekler ve içecekler vardır. Refah düzeyindeki değişim bireylerin besin tercihlerine ve beslenme davranışlarına etki etmektedir (Onur, Sarper ve Onur, 2017: 112). Ekonomik refah düzeyi arttıkça bireylerin daha çok enerjisi yüksek, besleyici değeri düşük saflaştırılmış besin tercihi ön plana çıkmaktadır. Bu durum yeterli ve dengeli beslenmeyi etkilemekle birlikte bireylerde çeşitli besin öğelerinin yetersizliğine yol açmaktadır (Velardo, 2017: 183).

Beslenme davranışı oluşmasında kişisel faktörler de önemli rol oynamaktadır. Kültürel miras, aile öğretisi, kişisel tercihler, inanç ve kişi özsaygısı da beslenme konusunda davranışları doğrudan etkileyen unsurlardır. Bireyler de küçük yaşlardan itibaren oluşmaya başlayan beslenme kültürü yetişkinlik dönemlerinde de belirgin şekilde görülmektedir (Baysal, 2012: 12; Kutluay, 2015: 54).

Beslenme hakkındaki bilgi ve birikim ise belki de beslenme davranışına etki eden en önemli unsurdur. Beslenme bilgi düzeyi yüksek olan gruplarda yapılan çalışmalara göre doymuş yağ gibi bireylerin sağlık durumu üzerinde olumsuz etki oluşturabilecek gıdaları diğer gruplara göre daha az tüketmektedirler. Beslenme

hakkında bir bilinç durumu oluşmakta ve bu durumun davranışlarına olumlu yönde yansıdığı belirtilmektedir (Batmaz ve Güneş, 2019: 119).

Bireyler sağlıklı yaşam tarzı alışkanlığına yönelik davranış sergileyerek yeterli ve dengeli beslenmelidir (Sürücüoğlu, 1999: 47). Sağlık ve beslenme arasında kuvvetli bir bağ vardır. Son zamanlarda beslenme, obezite ve diğer sağlık problemlerine önem verilmekte ve çözüm odaklı dikkat çekilmektedir. Bireyler sağlıklı beslenme konusunda hayatlarına yön vermektedir (Jones, 2009: 345-346). Bireylerde sağlıklı beslenme ve sağlık endişesi arasında önemli bir ilişki vardır. Ayrıca bireylerin sağlıklı beslenme davranışları restoran işletmeleri tarafından önemsenmektedir (Sun, 2008: 44).

2.10. Konu ile İlgili Ulusal ve Uluslararası Çalışmalar

Saçılık (2017) Türkiye’de yer alan farklı destinasyonlarda yaptığı doktora tez çalışmasında turistlerin yaşam tarzları ile çeşitlilik arayışı davranışının, yiyecek içecek tercihleri üzerindeki etkisini araştırmıştır. Yaşam tarzı ölçeğini 816 yerli ve yabancı turist üzerinde uygulamış ve 6 faktörlü bir yapı elde etmiştir. Araştırmanın sonucuna göre yaşam tarzının yiyecek içecek tercihleri ve çeşitlilik arayışı davranışı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca turistlerin uyruğu, cinsiyeti, yaşı, medeni durumu, gelir durumu ve eğitim düzeyi demografik değişkenlerinin turistlerin yaşam tarzı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Arslan, Daşkapan ve Çakır (2016) Kırıkkale Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin beslenme ve yaşam tarzı alışkanlıkları arasındaki ilişkiyi belirlemek istemiştir. Anket veri toplama tekniği kullanılarak öğrencilerin sosyo-demografik verileri kaydedilmiş, beslenme alışkanlıkları/davranışları sorgulanmıştır. Sonuç olarak öğrencilerin fiziksel yönden yeterli düzeyde aktif olmadıkları, beslenme durumları dikkate alındığında, öğün atlama, yeterli miktarda su ve süt içmeme, fast food besin tercih etme gibi bazı yanlış alışkanlıklara sahip oldukları belirlenmiştir.

Bekar ve Gövce (2015) çalışmalarında, Muğla’da yaşayan tüketicilerin yiyecek satın alma davranışları ile yaşam tarzı ilişkisini araştırmayı amaçlamışlardır. Araştırma sonuçlarına göre oluşan 6 farklı kümede aynı kümeye giren tüketicilerin benzer sosyo-demografik ve yiyecek satın alma davranışları sergiledikleri görülmüştür.

Özgen ve Yeşiloğlu (2015), tüketicilerin organik gıda taleplerinin, yaşam tarzlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını ölçmeyi amaçlamışlardır. Çalışmada, katılımcıların yaşam tarzlarını ölçmek için VALS 2 ölçeği 132 katılımcı üzerinde kullanılmış ve belirlenen demografik özelliklerle sahip olunan yaşam tarzı sınıfının satın alma davranışında yarattığı farklılıklar incelenmiştir. Çalışmaya göre tüketici yaşam tarzı ile organik gıda satın alma davranışı arasında pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir.

Nie ve Zepeda (2011) çalışmasında organik ve yerel yiyecek tüketiminde bireylerin yaşam tarzı gruplarını tespit etmeyi amaçlamışlardır. Bu noktada, 956 adet Amerikalı tüketicinin katılım göstermesiyle veriler toplanmıştır. Çalışma bulgularına göre bireyler üzerinde, rasyonel, maceracı hem muhafazakâr hem dikkatsiz olarak ve ilgisiz dört grup belirlenmiştir. Rasyonel bireyler yiyeceklerin lezzetine, beslenmenin önemine, tazeliğe ve çocukların sağlıklı beslenmesine önem vermişlerdir. Maceracılar için ise yerel yiyeceklere ulaşmak ve deneyimlemek ön planda olmuştur. Hem muhafazakâr hem dikkatsiz ve dikkatsiz bireyler rahatlığa önem vermiştir.

Özgül (2010) çalışmasında tüketicilerin değer ve yaşam tarzları ile sürdürülebilir gıda tüketimi arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Potansiyel tüketicilere anket tekniği uygulanarak bulgular elde edilmiştir. Araştırma sonucunda tüketicilerin büyük bölümünün sürdürülebilir tüketim davranışını önemsendiği saptansa da tasarruf sağlayan davranışların, çevre yönelimli davranışlara göre daha çok önemsendiği ortaya çıkmıştır.

Fisher, Mitchell, Smiciklas ve Birch (2002) ailelerde anne ve babanın beslenmeye yönelik davranışlarının, çocukların beslenme alışkanlıklarına olan etkisini araştırmıştır. Araştırmada beş yaş grubu kız çocukları bulunan 197 ebeveyn ve 197 kız çocuğuna anket tekniği uygulanarak sorular sorulmuştur. Yapılan bu araştırma sonucunda sebze-meyve yemeklerini bitirme konusunda baskı yapan ailelerin çocuklarının olumsuz yönde etkilendikleri ve çocukların buna karşılık olarak beslenme hakkında ebeveynlerle çatışmaya girdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Kearny, Kearney, Dunne ve Gibney (2000) İrlanda'da bireylerin restoranlarda sağlıklı beslenmeye yönelik tutumlarını incelemiştir. 15 ve üzeri 1009 yetişkin bireye

anket tekniğiyle sorular sorularak veriler elde edilmiştir. Araştırmada bireylerin restoranlardan kalite ve tazelik beklentilerinin olduğu, bireylerin lezzetli gıda tüketime tutumlarının arttığı ve sağlıklı beslenme isteklerinin ön plana çıktığı sonucuna ulaşılmıştır.

Dobson, Poteus, Elduff ve Alexander, (1997) Avustralya'da bireylerin beslenme eğilimlerini incelemiştir. Çalışmanın sonucunda bireylerin taze meyve, sebze ve kahvaltılık yiyecek tüketime arttığı diğer yandan margarin, şeker ve alkol tüketime azaldığı görülmüştür. Ayrıca bireylerin sağlıklı beslenme davranışı sergiledikleri tespit edilmiştir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı; Muğla'yı ziyaret eden yabancı turistlerin yaşam tarzları ile restoranlarda sağlıklı beslenme davranışları arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Geçmiş deneyimler, demografik özellikler, kişilik, kültür, inanç ve tutumlar yaşam tarzını etkilemektedir. Aynı kültürde yetişmiş, aynı eğitim seviyesine ve inanca sahip bireyler farklı yaşam tarzları benimseyebilmektedir. Bundan dolayı yaşam tarzı kavramı, belirli bir topluluğun özelliklerinin saptanmasında rol oynamaktadır (Erciş, Ünal ve Can, 2007: 282). Yaşam tarzı, turistlerin bir ürün ya da hizmeti tercih etme sebebi hakkında bilgi vermektedir. Turistler yaşam tarzlarına uygun ürün ya da hizmeti satın almaktadırlar (Solomon vd., 2006: 558).

Yaşamın her evresinde önemli bir faktör olan sağlıklı beslenme, bireylerin üretken, huzurlu ve sağlıklı bir şekilde yaşamasında etkilidir (Ünver, 2004: 6). Beslenme davranışındaki değişimler sosyal, kültürel ve psikolojik faktörlere dayandırılabilir (Kiefer, Rathmanner ve Kunze, 2005: 194). Turistler bir menü ögesi seçerken içerisinde sağlıklı beslenmenin de yer aldığı farklı motivasyonları önemsemektedir (Özdemir, 2008: 37).

Son on yılda turistlerin sağlıklı beslenmeye yönelmesi, turistlere yiyecek çeşitliliği sunan işletmelerin artık turistlerin sağlıklı yiyecek talebini karşılama gereksinimini ortaya çıkarmıştır (Lang, Stanton ve Qu, 2014: 1809). Aynı zamanda, artan beslenme hastalıkları karşısında, restoranların insan sağlığını iyileştirme konusunda sorumluluk üstlenmesi gerektiği düşünülmektedir (Story vd., 2008: 266). Bu doğrultuda, restoranlarda sunulan yüksek kalorili menü öğeleri yerine, düşük kalorili menü öğelerinin yer alması desteklenmektedir (Bates vd., 2009: 249).

Bu noktada turistlerin yaşam tarzı boyutlarının ve sağlıklı beslenmeye yönelik davranışlarının bilinmesi önem arz etmektedir. Turistlerin yaşam tarzının bilinmesi, işletmelerin yeni stratejiler geliştirmesi ve uygulaması açısından kolaylık sağlayacaktır. Çalışmanın yiyecek içecek sektörüne sağlıklı beslenme davranışı sergileyen potansiyel turist profilini ön görme ve buna yönelik uygulama geliştirebilme açısından katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3.2. Araştırmanın Hipotezleri

Muğla ilini ziyaret eden yabancı turistlerin yaşam tarzlarının belirlenmesi ve restoranlarda sağlıklı beslenme davranışına ilişkin görüşlerinin alınması; yaşam tarzı ile restoranlarda sağlıklı beslenme davranışları arasındaki ilişkiyi belirlemek araştırmanın temel problemidir.

Yaşam tarzları belirli bir sosyal bağlamda incelendiğinde, önemli sosyal kategorileri içeriği görülmektedir. Bu kategorilere; cinsiyet, yaş, gelir durumu ve sosyal statü örnek olarak verilebilir. Bireyler sahip oldukları özellikler doğrultusunda tüketim yaptıklarında aralarındaki ayrımları doğrulayan sembolik sınırlar ortaya koymaktadır (Holt, 1997: 343). Dolayısıyla, yaşam tarzının demografik yapı, sosyal sınıf, referans grupları, aile gibi çevre değişkenlerinden etkilendiğini söylemek mümkündür (İslamoğlu, 2003: 148). Bireyin hayatını sürdürdüğü çevre (aile, okul, arkadaş ve iş ortamı vb.) bireyin değer yargılarını şekillendirir. Fiziksel, zihinsel ve ruhsal durumları da kişilik özelliklerini oluşturur. Bireyin, kişilik ve değer özellikleri ise yaşam tarzını belirlemektedir (Solomon, 1996 :578). Sosyo-demografik unsurlar aynı zamanda, sağlığı geliştiren davranışlara etki etmekte ancak bu etki farklı seviyelerde ve dolaylı olmaktadır. Sosyo-demografik özellikler (yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim seviyesi, meslek ve aile geliri) besin tüketimi araştırmalarında besin tercihi etki eden önemli unsurlar olarak değerlendirilmektedir (Khan, 1991; Randall ve Sanjur, 1981; Furst vd.,1996). Örneğin yeni ve farklı yiyeceklere yaşlı bireyler genç bireylere göre daha çok istek duymaktadır. Et tüketiminden uzak durma, kilo kaygısı, düşük kalorili ve daha az karbonhidratlı besin tüketme tercihi kadın bireylerde daha yoğundur. Eğitim durumu iyi yaşlı turistler seyahatlerinde yiyecek tercihlerinde sağlık endişesi duymaktadır. Buna rağmen farklı kültürlere ait yemekleri tatmak ve deneyimlemek isterler. Gelir durumu yüksek bireyler yiyecek tercihi daha çok lüks tüketimi arzulamaktadır. Sosyal sınıf ve farklı yaşam tarzları, yiyecek tercihlerinde farklılaşmanın önemli bir nedenidir (Bourdieu, 1984; Khan, 1991; Tse ve Crofts, 2005; Rozin, 2006; Kim vd., 2009). Hızla artan şehirleşme, ekonomik ve teknolojik yenilikler, daha modern bir yaşam sürme arzusu, ev dışında daha fazla vakit geçirme gibi yaşam tarzını etkileyen unsurlar beslenme sürecini doğrudan etkileyen faktörler olarak kabul edilmektedir. Bireylerin yaşam tarzındaki değişiklikler yiyecek tercihi

ve beslenme alışkanlıklarının, dolayısıyla beslenme kültürlerinin de değişmesine neden olmaktadır (Pucciarelli ve Thomoas, 2011: 1020).

Bu bilgiler ve araştırmanın amacı doğrultusunda ilgili literatürden hareketle geliştirilen hipotezler aşağıda sıralanmıştır:

Tüketicilerin yaşam tarzı ile demografik özellikleri arasındaki farklılıklara ilişkin hipotezler

H₁: Yabancı turistlerin yaşam tarzı ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₂: Yabancı turistlerin yaşam tarzı ile yaş arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₃: Yabancı turistlerin yaşam tarzı ile medeni durumu arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tüketicilerin sağlıklı beslenme davranışı ile demografik özellikleri arasındaki farklılıklara ilişkin hipotezler

H₄: Yabancı turistlerin sağlıklı beslenme davranışı ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₅: Yabancı turistlerin sağlıklı beslenme davranışı ile yaş arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₆: Yabancı turistlerin sağlıklı beslenme davranışı ile medeni durumu arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Değişkenler Arasında Korelasyona Yönelik Hipotezler

H₇: Yabancı turistlerin yaşam tarzı özelliklerinin alt boyutları ile restoranlarda sağlıklı beslenme davranışlarının alt boyutları arasında ilişki vardır.

H_{7a}: Deneyimciler ile olumlu beslenme davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{7b}: İnananlar ile olumlu beslenme davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{7c}: Çabalayanlar ile olumlu beslenme davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{7d}: Düşünürler ile olumlu beslenme davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{7e}: Yapıcılar ile olumlu beslenme davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{7f}: Yenilikçiler ile olumlu beslenme davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{7g}: Başaranlar ile olumlu beslenme davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{7h}: Hayatta kalanlar ile olumlu beslenme davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{7i}: Deneyimciler ile beslenme hakkında bilgi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{7j}: İnananlar ile beslenme hakkında bilgi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{7k}: Çabalayanlar ile beslenme hakkında bilgi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{7l}: Düşünürler ile beslenme hakkında bilgi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{7m}: Yapıcılar ile beslenme hakkında bilgi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{7n}: Yenilikçiler ile beslenme hakkında bilgi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{7o}: Başaranlar ile beslenme hakkında bilgi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{7p}: Hayatta kalanlar ile beslenme hakkında bilgi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{7q}: Deneyimciler ile kötü beslenme alışkanlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{7r}: İnananlar ile kötü beslenme alışkanlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{7s}: Çabalayanlar ile kötü beslenme alışkanlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{7t}: Düşünürler ile kötü beslenme alışkanlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{7u}: Yapıcılar ile kötü beslenme alışkanlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{7v}: Yenilikçiler ile kötü beslenme alışkanlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{7w}: Başaranlar ile kötü beslenme alışkanlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{7ü}: Hayatta kalanlar ile kötü beslenme alışkanlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

3.3. Araştırmanın Varsayımları

Araştırmanın varsayımları maddeler halinde sıralanmıştır;

- Araştırmaya katılan yabancı turistlerin yöneltilen sorulara içtenlikle ve doğru cevap verdikleri varsayılacaktır.
- Alınacak olan örneklem grubunun Muğla ilini ziyaret eden tüm yabancı turistleri temsil ettiği varsayılacaktır.

3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın sınırlılıkları maddeler halinde sıralanmıştır;

- Araştırma Muğla ili ile sınırlıdır.
- Araştırma zaman ve para kısıtlılığı nedeniyle araştırmanın evreni ve ulaşılan alan yazın 2020 yılında Muğla'yı ziyaret eden yabancı turistlerle sınırlandırılmıştır.
- Araştırmanın veri toplama sürecinde Covid-19 sebebiyle karantinanın başlaması, yurt dışı seyahatlerinin durdurulması devamında restoran ve kafelerin kapanması nedeniyle katılımcılara ulaşmakta zorlanılmıştır. Bunun üzerine araştırmaya elde edilen anket formları ile devam edilmiştir.

3.5. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmacının, çalışma alanını kapsayan ve elde ettiği verileri genellediği gruba evren (ana kütle) adı verilmektedir. Evren, belirli sınırlamaları olan gruplardan oluşmaktadır (Coşkun vd., 2015: 132). Örneklem; belli bir anakütleden, o anakütleyi temsil yeterliliği olduğu kabul edilen, belli kurallara göre seçilmiş küçük bir örnek, bir küçük küttedir. Bir bütünün parçasıdır. Araştırma probleminin (problemdaki değişkenlerin) incelenebilmesi için bir evrenin var olması ve evrenden seçilen örneklemin (alt grubun) evreni temsil etmesi ön şartı bulunmaktadır. Örneklem; diğer bir ifade ile var olan evrenden seçilen, araştırma problemini çözecek verilerin elde

edilmesini sağlayan, evreni temsil eden evrenin alt parçası şeklinde tanımlanmaktadır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2011: 70).

Araştırmanın evrenini, Muğla'yı ziyaret eden yabancı turistler oluşturmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti Muğla Kültür ve Turizm Bakanlığının 09.01.2020 tarihi ile güncellediği "2019 Yılında Muğla İli Gümrük Kapılarından Ülkemize Giriş Yapan Turistlerin Aylara ve Hudut Kapılarına Göre Dağılımı" listesinden yararlanarak 3.266.650 yabancı turistin Muğla'yı ziyaret ettiği belirlenmiştir. Muğla'yı ziyaret eden yabancı turistlerin sayısı Tablo 3.1'de gösterilmiştir.

Tablo 3.1. 2019 yılında Muğla ilini ziyaret eden turistlerin aylara göre dağılımı.

Ay	Yabancı Turist Sayısı
Ocak	3.942
Şubat	4.372
Mart	12.321
Nisan	150.615
Mayıs	400.237
Haziran	541.172
Temmuz	638.859
Ağustos	676.218
Eylül	539.208
Ekim	273.896
Kasım	16.004
Aralık	9.806
Toplam	3.266.650

Kaynak: Muğla Kültür Turizm Bakanlığı (2020), 13.06.2020 tarihinde <https://mugla.ktb.gov.tr/Eklenti/68302,ozetpdf.pdf?0> adresinden erişilmiştir.

Bu araştırmada Muğla ilini ziyaret eden 3.266.650 yabancı turist sayısına dayanarak, evrenin tamamına ulaşılamayacağı için, evreni yansıtabilecek örneklem grubu belirlenmiştir. Sahip olduğu birim sayısı 10.000'den fazla olduğu durumlarda evren, sonsuz evren olarak kabul edilmektedir (Sert ve İkiz, 2002: 528). Araştırmada,

örneklem hesaplanırken yabancı turist sayısının 10.000'den fazla olmasından dolayı, aşağıdaki formülden yararlanılmıştır (Ural ve Kılıç, 2005: 32-41);

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{N \cdot d^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

Bu formülde;

n= Örneklem büyüklüğü

N= Evren büyüklüğü

p= Evrende bir olayın gözlenme oranı

q=Evrende bir olayın gözlenmeme oranı (1-p)

z= Standart normal değişken birikimli olasılık fonksiyon değeri (z tablo değeri).

d= Duyarlılık değerlerini ifade etmektedir.

Bu doğrultuda örnekleme dâhil olması gereken minimum yabancı turist sayısı;

N=3.266.650

p= 0,5

q= 0,5

z= 1,96

d= 0,05

n= $\frac{3.266.650 \cdot (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{3.266.650 \cdot (0,5)^2 + (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}$ n=384 olarak hesaplanmıştır.

Araştırmanın örneklemini olasılığa dayalı örnekleme yöntemlerinden basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilen Muğla ilini ziyaret eden yabancı turistler oluşturmaktadır. Basit tesadüfi örnekleme, her bir örneklem seçimine eşit seçilme olasılığı vererek seçilen birim yerine konularak ya da konulmadan seçilen birimlerin örnekleme alındığı yöntemdir. Bu yöntemde tüm bireylerin seçilme olasılığı aynıdır (Demir ve Çamlı, 2011: 122). Basit tesadüfi örnekleme yönteminden yararlanabilmek için ele alınan problemlerle ilgili bilgilerin evren ile homojen (benzeşik) olması gerekmektedir (Baltacı, 2018: 240). Bu kapsamda çalışmada evreni oluşturan Muğla ilini ziyaret eden yabancı turistler birbiriyle benzeşik yapıda olduklarından homojen olarak nitelendirilmektedir. Basit tesadüfi yöntem ile belirlenen ve anket

uygulamasına katılım gösteren yabancı turistlerle anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Anketlerin doldurulma süreci 25.06.2020- 18.10.2020 tarihleri arasında gerçekleşmiştir. Bu süreç sonucunda 370 anket formu elde edilmiştir. Anketlerin uygulanmasından sonra soruların eksiksiz doldurulup doldurulmadığı kontrol edilmiştir. Yapılan kontroller doğrultusunda kayıp veriler, hatalı kodlama ve uç değerler içeren 38 anket formu geçersiz kabul edilerek araştırma kapsamında toplam 332 anket formu geçerli sayılmış ve analiz edilmiştir.

3.6. Veri Toplama Yöntemi

Araştırma ile ilgili verilerin toplanmasında; ulusal ve uluslararası geniş çaplı bir literatür taraması yapılarak, konu ayrıntılı bir biçimde açıklanmıştır. Çalışmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Kısa sürede büyük miktarda veriye ulaşabilmek için araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu 2020 yılında Muğla ilini ziyaret eden yabancı turistlere uygulanmıştır.

Anket formunda San'ın (2009) yüksek lisans tez çalışmasında faydalandığı yaşam tarzı ölçeği ve Çetinkaya'nın (2019) yüksek lisans tez çalışmasında kullandığı restoranlarda sağlıklı beslenme ölçeğinden yararlanılmıştır. Ölçeğin kullanımı için yazarlar ile iletişime geçilmiş ve gerekli izinler alınmıştır. Anket formu toplam 49 ifade olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. Demografik özellikleri belirlemek için 8 ifade, yaşam tarzı ölçeği için 30 ifade, restoranlarda sağlıklı beslenme ölçeği için 11 ifade yer almaktadır.

Anket formunun ilk kısmında cinsiyet, yaş, mesleki eğitim durumu gibi demografik ve Muğla iline yapılan ziyaret sayısı ile ilgili çoktan seçmeli ifadeler yer almaktadır. Anket formunun ikinci kısmında ise katılımcıların yaşam tarzını belirlemeye yönelik ölçeğe yer verilmiştir. Ölçekte yer alan 30 ifadenin yanıt kategorileri 5'li Likert derecelemesine göre yapılmış olup Kesinlikle Katılmıyorum (1), Katılmıyorum (2), Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum (3), Katılıyorum (4), Kesinlikle Katılıyorum (5) şeklinde sıralanmıştır.

Anket formunun son kısmında ise katılımcıların restoranlarda sağlıklı beslenme davranışını belirlemeye yönelik ölçeğe yer verilmiştir. Ölçekte yer alan 11 ifadenin yanıt kategorileri 5'li Likert derecelemesine göre yapılmış olup Kesinlikle

Katılmıyorum (1), Katılmıyorum (2), Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum (3), Katılıyorum (4), Kesinlikle Katılıyorum (5) şeklinde sıralanmıştır.

3.7. Verilerin Analizi

Çalışmada, araştırma örneklemini oluşturan yabancı turistlerin demografik ve bireysel özellikleri için tanımlayıcı istatistiklerden yararlanılmış ve ölçekte yer alan ters yönlü ifade içeren maddelere ters kodlama işlemi uygulanmıştır. İstatistiki analizlere geçmeden önce verilerin hatasızlık kontrolleri yapılarak frekans dağılımları, ortalamaları ve standart sapmaları incelenmiş ve uç değer araştırması yapılmıştır. Verilerin analize uygunluğu belirlendikten sonra SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) programı aracılığıyla açımlayıcı faktör analizi, t testi, one-way anova ve korelasyon analizinden yararlanılmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

4.1. Güvenirlilik ve Geçerlilik Analizi

Anket yöntemiyle gerçekleştirilen çalışmalarda yararlanılan ölçeklerin geçerliğinin en önemli koşulu güvenilirliğin sağlanması olarak belirtilmektedir. Dolayısıyla bilimsel araştırmalarda, uygulanan ölçeklerin geçerli olması için güvenilirliklerinin kabul edilebilir seviyede olmalıdır. Araştırmada kullanılan anket ile elde edilen veriler ve bu bilgilerin yorumlanması açısından geçerli ve tutarlı bilgiler vermeye elverişli olması araştırmalar için oldukça önemlidir (Büyüköztürk, 2007: 167; İslamoğlu ve Alınışık, 2014: 283; Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014: 248). Güvenirliliği belirlemek için, ölçme aracıyla uygulanan tek ölçümün kendi içerisinde ne kadar tutarlı olduğunu ortaya koyan "Cronbach's Alpha" katsayısı kullanılmaktadır (Can, 2014: 366). Cronbach's Alfa, çok sayıda maddeden oluşan Likert ölçeklerde iç tutarlılığı ölçmektedir. Bu değer ile, tek bir test veya ölçek kullanılır ve tek bir işlem süreci ile ölçüm yapılarak ifadelerin belirli bir kavramsal yapıyı tutarlı bir biçimde ölçüp, ölçmediği tespit edilmeye çalışılmaktadır (Karagöz, 2017: 24). Cronbach's Alpha katsayısının yorumlanması için çeşitli sınıflandırmalar kullanılmaktadır. Bunlar arasında yaygın olarak kullanılan alfa katsayısına ilişkin güvenilirlik değer aralıkları aşağıda belirtilmiştir (Kalaycı, 2014).

- $0,00 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değildir,
- $0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşük,
- $0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilir, ve
- $0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Araştırma kapsamında katılımcıların; yaşam tarzlarını, restoranlarda sağlıklı beslenme davranışlarını ve sağlıklı menü öğeleri yeme niyetlerini tespit etmeyi hedefleyen üç farklı ölçekten yararlanılmıştır. Her bir ölçeğin güvenilirliği Cronbach's Alpha katsayısı yöntemi ile hesaplanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin genel güvenilirlik analizleri Tablo 4.1'de yer almaktadır.

Tablo 4.1. Araştırmada kullanılan ölçeklerin genel güvenilirlik analizi sonuçları.

Ölçekler	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
Yaşam Tarzı Ölçeği	,623	30
Restoranlarda Sağlıklı Beslenme Davranışı Ölçeği	,794	11

Yaşam tarzı ölçeğinin, güvenilirlik analizi sonucu genel güvenilirlik katsayısı Cronbach's Alpha=0,623'dür. Restoranlarda sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin güvenilirlik analizi sonucu genel güvenilirlik katsayısı Cronbach's Alpha=0,794 olarak tespit edilmiştir. Bu değerlere bağlı olarak araştırmada kullanılan her iki ölçeğin de güvenilirliklerinin yeterli düzeyde olduğu görülmektedir. Yaşam tarzı ölçeğine ait güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 4.2'de yer almaktadır. Tablo 4.2'de yer alan 9.4, 9.7, 9.16, 9.29 ve 9.30 numaralı ifadelerde ters kodlama yapılmıştır.

Tablo 4.2. Araştırmada kullanılan yaşam tarzı ölçeğinin güvenilirlik analizi sonuçları.

Yaşam Tarzı Ölçeği	Madde Silindiğinde Ölçek Ortalaması	Madde Silindiğinde Ölçek Varyansı	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Kare Çoklu Korelasyonu	Madde Silindiğinde Elde Edilecek Cronbach's Alfa Değeri
9.1 Modayı yakından takip ederim.	107,0241	53,734	,336	,374	,599
9.2 Ülkemizdeki ve dünyadaki gelişmeleri takip ederim.	106,5512	56,363	,250	,181	,611
9.3 Yeni şeyler yapmaktan hoşlanırım.	106,4036	55,661	,359	,285	,605
9.4 Hayatta hiçbir şeyden memnun olmam, hep daha iyisini isterim.	107,2410	55,779	,116	,505	,624
9.5 Tatil benim için eğlencedir.	106,1446	56,571	,223	,240	,613
9.6 Ailem hayatımdaki her şeyden önemlidir.	106,1536	59,272	-,060	,308	,633
9.7 Arkadaş grubumda hep lider olmak isterim.	107,3916	58,934	-,068	,350	,647
9.8 Heyecan verici şeyleri yapmak hoşuma gider.	106,6175	56,122	,245	,245	,611
9.9 En ufak şeyden bile mutlu olmayı becerebilirim.	106,8193	56,336	,148	,256	,618

9.10 Etrafımdakilere sürekli bir şeyler öğretmek için çabalarım.	107,3524	54,229	,218	,344	,611
9.11 Her zaman kitap, makale ve gazete okurum.	106,8193	54,970	,296	,290	,605
9.12 Çevreye karşı duyarlıyım.	106,3223	56,799	,191	,291	,615
9.13 Sıra dışı yaşamayı severim.	107,2590	51,365	,321	,524	,596
9.14 Hayatta şanslı olduğumu düşünürüm.	106,6054	54,941	,312	,276	,604
9.15 Toplumsal değerlere önem veririm.	106,5843	58,099	,036	,221	,627
9.16 Sakin bir yaşamı tercih ederim.	108,4127	58,177	,005	,181	,633
9.17 Alışveriş benim için vazgeçilmezdir.	107,3524	54,694	,216	,273	,611
9.18 Sanatsal faaliyetlere katılırım.	107,1386	53,733	,323	,222	,600
9.19 Alçak gönüllüyümdür.	106,6265	57,075	,226	,197	,614
9.20 Yaptığım bütün işlerde hep başarılıyım.	107,2651	59,005	-,055	,355	,639
9.21 Giyimime özen gösteririm.	106,4066	56,133	,258	,325	,610
9.22 Çok param olsun isterim.	106,6837	55,323	,201	,319	,613
9.23 Markalı ürünleri tercih ederim.	106,9428	53,190	,407	,312	,593
9.24 İmaj benim için önemlidir.	106,3855	56,908	,155	,213	,617
9.25 Riskli işlerden hoşlanırım.	107,5602	52,537	,292	,450	,601
9.26 Para biriktirmekten hoşlanmam.	108,2078	57,162	,049	,374	,631
9.27 Yaşamdan zevk almayı bilirim.	106,5090	56,154	,259	,293	,610
9.28 Gezmekten, yeni yerler keşfetmekten hoşlanırım.	106,2892	55,723	,282	,268	,608
9.29 Hayata hep yeniden başlamak isterim.	107,3313	56,990	,054	,399	,631
9.30 Alışverişte bütçeme uygun hareket ederim.	108,6416	56,213	,188	,219	,615

Restoranlarda sağlıklı beslenme davranışı ölçeğine ait güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 4.3'te yer almaktadır.

Tablo 4.3. Araştırmada kullanılan restoranlarda sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin güvenilirlik analizi sonuçları.

Restoranlarda Sağlıklı Beslenme Davranışı Ölçeği	Madde Silindiğinde Ölçek Ortalaması	Madde Silindiğinde Ölçek Varyansı	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Kare Çoklu Korelasyonu	Madde Silindiğinde Elde Edilecek Cronbach's Alfa Değeri
10.1 Restoranlarda taze malzemelerle yapılmış menü öğelerini yemeyi denerim.	36,9187	31,253	,334	,300	,789
10.2 Restoranlarda lif açısından zengin menü öğelerini yemeyi denerim.	37,1386	30,065	,419	,378	,782
10.3 Restoranlarda düşük hayvansal yağ içerikli menü öğelerini sık sık seçerim.	37,6867	28,451	,515	,351	,771
10.4 Restoranlarda az tuzlu ya da tuzsuz menü öğelerini yemeyi denerim.	37,9759	27,528	,497	,392	,773
10.5 Restoranlarda düşük kolesterollü menü öğelerini yemeye çalışırım.	37,7410	27,691	,553	,393	,767
10.6 Restoranlarda düşük kalorili menü öğelerini yemeyi denerim.	37,5060	28,202	,543	,326	,769
10.7 Restoranlarda uyarıcı (kahve, kola gibi) içecekleri tercih ederim.	38,1145	27,117	,456	,261	,780
10.8 Restoranlarda sağlıklı bir diyet menüsünü denemeye istekliyim.	37,5482	28,683	,540	,372	,770
10.9 Restoranlarda yağ oranı yüksek olduğu için bazı menü öğelerini yemem.	37,9548	28,225	,446	,323	,779
10.10 Restoranlarda sağlıklı menü öğelerini seçmekle ilgilenmiyorum.	37,6506	28,748	,385	,291	,786
10.11 Restoranlarda yemek yediğimde en az bir sebze veya meyve yemeyi denerim.	36,9880	31,069	,299	,229	,792

Tablo 4.3'te yer alan 10.7 ve 10.10 numaralı ifadelerde ters kodlama yapılmıştır. Anket formunda kullanılan ölçekler istenen niteliği hatasız ve diğer nitelikler ile harmanlamadan ölçüyor ise, bu ölçeğin geçerli olduğu ifade edilmektedir

(Alpar, 2016: 505). Geçerlik, ölçek/test puanlarının kullanılabilirliği, anlamlılığı ve uygunluğunu ortaya koymaktadır. Geçerlik kavramı, araştırma uygulamasının belirli bir bölümüne veya evrelere aittir. Araştırmanın bütünü geçireliliğinden ziyade; veri toplama şekli, ölçüm sonuçlarının, anket sonuçlarının, karşılaştırma sonuçlarının geçerliği değerlendirilmelidir. Bununla birlikte geçerlik bir sonuç değil bir süreç olduğundan araştırmacı, bu süreç boyunca verilerini sürekli gözden geçirmeli ölçeğinde gerekli düzenlemeleri yaparak geçerliğini arttırmalıdır (Şencan, 2005: 728-730). Araştırmada birbirleriyle ilişkili olduğu tahmin maddeler ya da maddeler arasındaki ilişkilerin oluşturduğu bir örüntüyü belirten yapı geçerliliği uygulanmıştır. Çalışmada kullanılan ölçekler, yapı geçerliliğini sağlamak amacıyla uygulama sürecine geçilmeden önce konu ile ilgili alanında uzman akademisyenler tarafından anket formu incelenmiş, belirtilen öneriler doğrultusunda gereken düzeltmeler yapılarak soru formunun son hâli oluşturulmuştur.

4.2. Normallik Testi

Parametrik testlerin bir varsayımı olan normal dağılım, sürekli değişkenlere ilişkin dağılımların en önemlisidir (Ural ve Kılıç, 2006, 291). İstatistiksel araştırmalarda çoğu ölçeğin uygulanabilmesi için verilerin normal veya normale yakın dağılım göstermesi gerekmektedir (Kalaycı, 2016: 54). Bilgilerin normal dağılım gösterip göstermediğini test etmek için çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerini baz alan istatistiksel testler kullanılabilir. Bunun gibi testlerde çoğunlukla kritik değerler ± 2.5 'tir (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2014: 70-71). Basıklık ve çarpıklık ölçülerinin amacı, değişkenlerin ortalama etrafında nasıl bir dağılım gösterdiğini belirlemektir (Gürbüz ve Şahin, 2018). George ve Mallery (2016: 114), anket verilerinin normal dağılım gösterebilmesi için çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerinin -2 ve +2 arası olması gerektiğini ifade etmiştir. Bu bilgiye göre yapılan analiz sonucunda ölçeklerde yer alan ifadelerin normal dağılım gösterdiği gözlenmiştir. Veriler normal dağılım gösterdiği için parametrik testlerin uygulanmasına karar verilmiştir. Yaşam tarzı ölçeğinin normal dağılım testinin sonuçları Tablo 4.4'te, sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin normal dağılım testinin sonuçları Tablo 4.5'de özetlenmiştir.

Tablo 4.4. Araştırmada kullanılan yaşam tarzı ölçeğine ait normal dağılım testi sonuçları.

Yaşam Tarzı Ölçeğindeki İfadeler	Çarpıklık	Basıklık
9.1 Modayı yakından takip ederim.	-,713	-,153
9.2 Ülkemizdeki ve dünyadaki gelişmeleri takip ederim.	-,750	2,168
9.3 Yeni şeyler yapmaktan hoşlanırım.	-,085	-,455
9.4 Hayatta hiçbir şeyden memnun olmam, hep daha iyisini isterim.	-,731	-,480
9.5 Tatil benim için eğlencedir.	-1,227	1,675
9.6 Ailem hayatımdaki her şeyden önemlidir.	-1,356	2,249
9.7 Arkadaş grubumda hep lider olmak isterim.	-,515	-,815
9.8 Heyecan verici şeyleri yapmak hoşuma gider.	-,678	1,502
9.9 En ufak şeyden bile mutlu olmayı becerebilirim.	-,872	,774
9.10 Etrafımdakilere sürekli bir şeyler öğretmek için çabalarım.	,034	-1,335
9.11 Her zaman kitap, makale ve gazete okurum.	-,826	,944
9.12 Çevreye karşı duyarlıyım.	-,860	1,778
9.13 Sıra dışı yaşamayı severim.	-,285	-1,246
9.14 Hayatta şanslı olduğumu düşünürüm.	-,528	,181
9.15 Toplumsal değerlere önem veririm.	-1,029	1,707
9.16 Sakin bir yaşamı tercih ederim.	,568	-,229
9.17 Alışveriş benim için vazgeçilmezdir.	-,020	-1,063
9.18 Sanatsal faaliyetlere katılırım.	-,443	-,582
9.19 Alçak gönüllüyümdür.	-,355	2,470
9.20 Yaptığım bütün işlerde hep başarılıyım.	-,373	-1,008
9.21 Giyimime özen gösteririm.	-,959	2,257
9.22 Çok param olsun isterim.	-,780	-,066
9.23 Markalı ürünleri tercih ederim.	-,439	-,135
9.24 İmaj benim için önemlidir.	-,949	1,491
9.25 Riskli işlerden hoşlanırım.	-,020	-1,236
9.26 Para biriktirmekten hoşlanmam.	,791	-,133
9.27 Yaşamdan zevk almayı bilirim.	-,753	1,747
9.28 Gezmekten, yeni yerler keşfetmekten hoşlanırım.	-1,075	1,540
9.29 Hayata hep yeniden başlamak isterim.	-,686	-,482
9.30 Alışverişte bütçeme uygun hareket ederim.	1,013	1,492

Tablo 4.4'e göre, yaşam tarzı ölçeğinin çarpıklık ve basıklık katsayıları incelendiğinde en düşük çarpıklık katsayısının -1,356 ile "9.6 Ailem hayatımdaki her şeyden önemlidir" ifadesi; en yüksek çarpıklık katsayısı ise 1,013 ile "9.30 Alışverişte bütçeme uygun hareket ederim" ifadesinde görülmüştür. Basıklık analizinde ise en düşük katsayı -1,335 ile "9.10 Etrafımdakilere sürekli bir şeyler öğretmek için çabalarım"; en yüksek katsayı ise 2,470 ile "9.19 Alçak gönüllüyümdür" maddesinde tespit edilmiştir.

Tablo 4.5. Araştırmada kullanılan sağlıklı beslenme davranışı ölçeğine ait normal dağılım testi sonuçları.

Sağlıklı Beslenme Davranışı Ölçeğindeki İfadeler	Çarpıklık	Basıklık
10.1 Restoranlarda taze malzemelerle yapılmış menü öğelerini yemeyi denerim.	-,981	1,107
10.2 Restoranlarda lif açısından zengin menü öğelerini yemeyi denerim.	-,610	-,196
10.3 Restoranlarda düşük hayvansal yağ içerikli menü öğelerini sık sık seçerim.	-,540	-,134
10.4 Restoranlarda az tuzlu ya da tuzsuz menü öğelerini yemeyi denerim.	-,267	-,865
10.5 Restoranlarda düşük kolesterolü menü öğelerini yemeye çalışırım.	-,348	-,659
10.6 Restoranlarda düşük kalorili menü öğelerini yemeyi denerim.	-,821	,388
10.7 Restoranlarda uyarıcı (kahve, kola gibi) içecekleri tercih ederim.	-,071	-1,139
10.8 Restoranlarda sağlıklı bir diyet menüsünü denemeye istekliyim.	-,800	,720
10.9 Restoranlarda yağ oranı yüksek olduğu için bazı menü öğelerini yemem.	-,266	-,748
10.10 Restoranlarda sağlıklı menü öğelerini seçmekle ilgilenmiyorum.	-,565	-,728
10.11 Restoranlarda yemek yediğimde en az bir sebze veya meyve yemeyi denerim.	-1,146	1,484

Tablo 4.5'e göre, sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin çarpıklık ve basıklık katsayıları incelendiğinde en düşük çarpıklık katsayısının -1,146 ile "10.11 Restoranlarda yemek yediğimde en az bir sebze veya meyve yemeyi denerim" ifadesi; en yüksek çarpıklık katsayısı ise -,071 ile "10.7 Restoranlarda uyarıcı (kahve, kola gibi) içecekleri tercih ederim" ifadesinde görülmüştür. Basıklık analizinde ise en düşük katsayı -1,139 ile "10.7 Restoranlarda uyarıcı (kahve, kola gibi) içecekleri tercih ederim"; en yüksek katsayı ise 1,484 ile "10.11 Restoranlarda yemek yediğimde en az bir sebze veya meyve yemeyi denerim" maddesinde tespit edilmiştir.

4.3. Demografik Veriler

Araştırma kapsamında uygulanan ankete katılan 332 kişinin cinsiyet, yaş aralığı, medeni durumu ve eğitim durumu, milliyeti, mesleği, aylık gelir düzeyi ve Muğla'yı kaç kez ziyaret ettiklerinin frekans ve yüzde dağılımına ilişkin bilgiler Tablo 4.6'da gösterilmektedir.

Tablo 4.6. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular.

	Frekans	%
Cinsiyet		
Erkek	159	47,9
Kadın	173	52,1
Yaş		
18-24	58	17,5
25-34	115	34,6
35-44	84	25,3
45-54	41	12,3
55 ve üzeri	34	10,2
Medeni Durum		
Evli	160	48,2
Bekâr	172	51,8
Eğitim Durumu		
İlköğretim	3	0,9
Ortaöğretim	4	1,2
Lise	77	23,2
Lisans	199	59,9
Lisansüstü	49	14,8
Milliyet		
İngiliz	100	30,1
Alman	67	20,2
Rus	51	15,4
Ukraynalı	40	12,0
Hollandalı	16	4,8
Belçikalı	11	3,3
İranlı	3	0,9
Diğer	44	13,3
Meslek		
Memur	51	15,4
Özel sektör çalışanı	120	36,1
İşçi	12	3,6
Ev hanımı	7	2,1
Öğrenci	52	15,7
İşsiz	2	0,6
Yönetici	50	15,1
Emekli	37	11,1
Diğer	1	0,3
Aylık Gelir Düzeyi (\$)		
Gelirim yok	25	7,5
500-1000	29	8,7
1001-2500	78	23,5
2501-4000	125	37,7
4001 ve üzeri	75	22,6
Muğla'yı daha önce kaç kez ziyaret ettiniz?		
İlk defa	98	29,5
2-3	150	45,2
4-5	58	17,5
6 ve üzeri	26	7,8
Toplam	332	100

Araştırmaya katılan katılımcıların %4,9'u erkek, %52,1'i kadındır. Katılımcıların yaş grupları incelendiğinde; 18-24 yaş grubunun %17,5'lik, 25-34 yaş grubunun %34,6'lık, 35-44 yaş grubunun %25,3'lük, 45-54 yaş grubunun %12,3'lük, 55 ve üzeri yaş grubunun ise %10,2'lik kısımlarda yer aldığı görülmektedir.

Katılımcıların medeni durumlarına bakıldığında; %48,2'sinin evli, %51,8'inin ise bekâr olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların eğitim durumları incelendiğinde; %0,9'unu ilköğretim, %1,2'sini ortaöğretim, %23,2'sini lise, %59,9'unu lisans ve %14,8 'ini lisansüstü mezunu kişiler oluşturmaktadır.

Katılımcıların milliyetleri incelendiğinde; %30,1'inin İngiliz, %20,2'sinin Alman, %15,4'ünün Rus, %12,0'nin Ukraynalı, %4,8'inin Hollandalı, %3,3'ünün Belçikalı, %0,9'unun İranlı, %13,3'ünü diğer milletler olduğu görülmektedir.

Katılımcıların mesleklerine bakıldığında; %15,4'ünün memur, %36,1'inin özel sektör çalışanı, %3,6'sının işçi, %2,1'inin ev hanımı, %15,7'sinin öğrenci, %0,6'sının işsiz, %15,1'inin yönetici, %11,1'inin emekli, %0,3'ünün diğer meslek grubundan olduğu görülmektedir.

Katılımcıların aylık gelir düzeyi incelendiğinde; %7,5'inin gelirinin olmadığı, %8,7'sinin 500-1000 \$, %23,5'inin 1001-2500 \$, %37,7'sinin 2501-4000 \$, %22,6'sının 4001 \$ ve üzeri olduğu görülmektedir.

Katılımcıların ziyaret sıklığına bakıldığında; Muğla'yı ilk defa ziyaret edenler %29,5'lik, 2-3 defa ziyaret edenler %45,2'lik, 4-5 defa ziyaret edenler %17,5'lik, 6 defa ve üzeri ziyaret edenler %7,8'lik yüzdelere karşılık geldiği görülmektedir.

4.4. Yaşam Tarzı Ölçeğindeki İfadelere İlişkin Bulgular

Yaşam tarzı ölçeğinde yer alan her bir ifadeye ilişkin ortalama ve standart sapma değerlerine ait bulgular Tablo 4.7'de verilmiştir.

Tablo 4.7. Yaşam tarzı ölçeğindeki ifadelerle ilişkin betimsel istatistikler.

Yaşam Tarzı Ölçeğindeki İfadeler	Frekans (f) & Yüzde (%)	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	\bar{X}	S.S
9.1 Modayı yakından takip ederim.	F 3 % 0,9	52 15,7	49 14,8	188 56,6	40 12,0	3,6325	,91837	
9.2 Ülkemizdeki ve dünyadaki gelişmeleri takip ederim.	F - % -	9 2,5	22 6,6	226 68,1	75 22,6	4,1054	,62503	
9.3 Yeni şeyler yapmaktan hoşlanırım.	F - % -	- -	24 7,2	200 60,2	108 32,5	4,2530	,57843	
9.4 Hayatta hiçbir şeyden memnun olmam, hep daha iyisini isterim.	F 28 % 8,4	55 16,6	39 11,7	171 51,5	39 11,7	3,4157	1,14854	
9.5 Tatil benim için eğlencedir.	F - % -	4 1,2	13 3,9	124 37,3	191 57,5	4,5120	,63377	
9.6 Ailem hayatımdaki her şeyden önemlidir.	F - % -	6 1,8	11 3,3	125 37,7	190 57,2	4,5030	,65267	
9.7 Arkadaş grubumda hep lider olmak isterim.	F 34 % 10,2	63 19,0	51 15,4	149 44,9	35 10,5	3,2651	1,18484	
9.8 Heyecan verici şeyleri yapmak hoşuma gider.	F 1 % 0,3	7 2,1	44 13,3	206 62,0	74 22,3	4,0392	,68318	
9.9 En ufak şeyden bile mutlu olmayı becerebilirim.	F 5 % 1,5	26 7,8	54 16,3	180 57,2	67 20,2	3,8373	,88836	
9.10 Etrafımdakilere sürekli bir şeyler öğretmek için çabalarım.	F 3 % 0,9	111 33,4	54 16,3	110 33,1	54 16,3	3,3042	1,12413	
9.11 Her zaman kitap, makale ve gazete okurum.	F 2 % 0,6	23 6,9	55 16,6	199 59,9	53 16,0	3,8373	,79503	
9.12 Çevreye karşı duyarlıyım.	F 1 % 0,3	2 0,6	21 6,3	169 50,9	139 41,9	4,3343	,65010	
9.13 Sıra dışı yaşamayı severim.	F 24 % 7,2	88 26,5	35 10,5	102 30,7	83 25,0	3,3976	1,30710	
9.14 Hayatta şanslı olduğumu düşünürüm.	F 1 % 0,3	7 2,1	63 19,0	164 49,4	97 29,2	4,0512	,76976	
9.15 Toplumsal değerlere önem veririm.	F 1 % 0,3	18 5,4	25 7,5	200 60,2	88 26,5	4,0723	,76214	
9.16 Sakin bir yaşamı tercih ederim.	F 66 % 19,9	161 48,5	65 19,6	38 11,4	2 0,6	2,2440	,92177	
9.17 Alışveriş benim için vazgeçilmezdir.	F 4 % 1,2	90 27,1	81 24,	115 34,6	42 12,7	3,3042	1,04038	
9.18 Sanatsal faaliyetlere katılırım.	F 3 % 0,9	59 17,8	71 21,4	161 48,5	38 11,4	3,5181	,94388	
9.19 Alçak gönüllüyümdür.	F - % -	3 0,9	30 9,0	253 76,2	46 13,9	4,0301	,51473	
9.20 Yaptığım bütün işlerde hep başarılıyım.	F 1 % 0,3	81 24,4	60 18,1	167 50,3	23 6,9	3,3916	,94100	

9.21 Giyimime özen gösteririm.	F	-	10	10	199	113	4,2500	,65556
	%	-	3,0	3,0	59,9	34,0		
9.22 Çok param olsun isterim.	F	2	32	48	141	109	3,9729	,95638
	%	0,6	9,6	14,5	42,5	32,8		
9.23 Markalı ürünleri tercih ederim.	F	2	29	87	158	56	3,7139	,86875
	%	0,6	8,7	26,2	47,6	16,9		
9.24 İmaj benim için önemlidir.	F	1	6	28	164	133	4,2711	,71582
	%	0,3	1,8	8,4	49,4	40,1		
9.25 Riskli işlerden hoşlanırım.	F	24	114	40	114	40	3,0964	1,20537
	%	7,2	34,3	12,0	34,3	12,0		
9.26 Para biriktirmekten hoşlanmam.	F	47	173	45	50	17	2,4488	1,20537
	%	14,2	52,1	13,6	15,1	5,1		
9.27 Yaşamdan zevk almayı bilirim.	F	-	9	22	212	89	4,1476	,64982
	%	-	2,7	6,6	63,9	26,8		
9.28 Gezmekten, yeni yerler keşfetmekten hoşlanırım.	F	-	8	16	154	154	4,3675	,68908
	%	-	2,4	4,8	46,4	46,4		
9.29 Hayata hep yeniden başlamak isterim.	F	27	56	57	166	26	3,3253	1,09774
	%	8,1	16,9	17,2	50,0	7,8		
9.30 Alışverişte bütçeme uygun hareket ederim.	F	76	200	33	21	2	2,0151	,79827
	%	22,9	60,2	9,9	6,3	0,6		

Araştırma kapsamında uygulanan anket formunda 5’li Likert ölçeğinden yararlanılmış ve ifadeler “1=Kesinlikle Katılmıyorum”, “2=Katılmıyorum”, “3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum”, “4= Katılıyorum”, “5=Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde puanlanmıştır. Tablo 4.7’de yer alan bulgulara göre en yüksek ortalamaya sahip olan görüşler, “Tatil benim için eğlencedir” (\bar{X} : 4,5120) ve “9.6 Ailem hayatımdaki her şeyden önemlidir” (\bar{X} : 4,5030), en düşük ortalamaya sahip olan görüşler ise “9.16 Sakin bir yaşamı tercih ederim” (\bar{X} : 2,2440) ifadesiyle “9.30 Alışverişte bütçeme uygun hareket ederim” (\bar{X} : 2,0151) ifadesine aittir.

4.5. Sağlıklı Beslenme Davranışı Ölçeğindeki İfadelere İlişkin Bulgular

Sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinde yer alan her bir ifadeye ilişkin ortalama ve standart sapma değerlerine ait bulgular Tablo 4.8’de verilmiştir.

Tablo 4.8. Sağlıklı beslenme davranışı ölçeğindeki ifadelerle ilişkin betimsel istatistikler.

Sağlıklı Beslenme Davranışı Ölçeğindeki İfadeler	Frekans (f) & Yüzde (%)	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	\bar{X}	S.S
10.1 Restoranlarda taze malzemelerle yapılmış menü öğelerini yemeyi denerim.	F - %	5 1,5	18 5,4	147 44,3	162 48,8	4,4036	,66395	
10.2 Restoranlarda lif açısından zengin menü öğelerini yemeyi denerim.	F - %	7 2,1	51 15,4	148 44,6	126 38,0	4,1837	,76516	
10.3 Restoranlarda düşük hayvansal yağ içerikli menü öğelerini sık sık seçerim.	F 3 %	40 12,0	77 23,2	167 50,3	45 13,6	3,6355	,89460	
10.4 Restoranlarda az tuzlu ya da tuzsuz menü öğelerini yemeyi denerim.	F 10 %	78 23,5	71 21,4	133 40,1	40 12,0	3,3464	,95646	
10.5 Restoranlarda düşük kolesterolü menü öğelerini yemeye çalışırım.	F 2 %	53 16,0	79 23,8	146 44,0	52 15,7	3,5813	,63377	
10.6 Restoranlarda düşük kalorili menü öğelerini yemeyi denerim.	F 3 %	35 10,5	46 13,9	184 55,4	64 19,3	3,8163	,89610	
10.7 Restoranlarda uyarıcı (kahve, kola gibi) içecekleri tercih ederim.	F 19 %	99 29,8	58 17,5	106 31,9	50 15,1	3,2078	1,18737	
10.8 Restoranlarda sağlıklı bir diyet menüsünü denemeye istekliyim.	F 3 %	27 8,1	61 18,4	192 57,8	49 14,8	3,7741	,83006	
10.9 Restoranlarda yağ oranı yüksek olduğu için bazı menü öğelerini yemem.	F 9 %	70 21,1	83 25,0	130 39,2	40 12,0	3,3675	1,03002	
10.10 Restoranlarda sağlıklı menü öğelerini seçmekle ilgilenmiyorum.	F 3 %	67 20,2	35 10,5	158 47,6	69 20,8	3,6717	1,04753	
10.11 Restoranlarda yemek yediğimde en az bir sebze veya meyve yemeyi denerim.	F 1 %	8 2,4	28 8,4	137 41,3	158 47,6	4,3343	,75742	

Araştırma kapsamında uygulanan anket formunda 5’li Likert ölçeğinden yararlanılmış ve ifadeler “1=Kesinlikle Katılmıyorum”, “2=Katılmıyorum”, “3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum”, “4= Katılıyorum”, “5=Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde puanlanmıştır. Tablo 4.8’de yer alan bulgular, araştırmaya katılanların sağlıklı beslenme davranışına yönelik düşüncelerinin değer ortalamalarının orta düzeyin üzerinde yoğunlaştığını göstermektedir. En yüksek ortalamaya sahip olan görüşler, “10.1 Restoranlarda taze malzemelerle yapılmış menü öğelerini yemeyi denerim” (\bar{X} : 4,4036) ve “10.11 Restoranlarda yemek yediğimde en az bir sebze veya

meyve yemeyi denerim” (\bar{X} : 4,3343), en düşük ortalamaya sahip olan görüşler ise “10.7 Restoranlarda uyarıcı (kahve, kola gibi) içecekleri tercih ederim” (\bar{X} : 3,2078) ifadesiyle “10.9 Restoranlarda yağ oranı yüksek olduğu için bazı menü öğelerini yemem” (\bar{X} : 3,3675) ifadesine aittir.

4.6. Yaşam Tarzı Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi

Yaşam tarzı ölçeğinin yapı geçerliliği için açıklayıcı (exploratory) faktör analizi yapılmıştır. Bu analizin yapılabilmesi için öncelikle örneklemin yeterliliğini test eden KMO testi (Kaiser-Meyer-Olkin) ve değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını ortaya koyabilmek için Barlett’s Küresellik Testi yapılmıştır (Tabachnick ve Fidell, 2013). KMO değeri ,690 olarak bulunmuştur. KMO ölçümleri 0-1 arasında değer almakta olup bu değer 1’e doğru yaklaşması verilerin faktör analizine olan uygunluğunu işaret etmektedir (Alpar, 2011: 286). Bartlett Küresellik testine bakılmış (X^2 :1394,178 s.d.: 231 $p<0.001$), elde edilen verilerin anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiş faktör analizi yapmaya uygun olduğu anlaşılmıştır (Kan ve Akbaş, 2005). Analiz sonucunda, öz değeri 1’in üzerinde olan sekiz faktör (bileşen) olduğu bulgulanmıştır. Bu faktörlerin toplam varyansa yaptıkları katkı oranı %63,107’dir. Yapılan faktör analizi sonucunda ölçekte yer alan 9.6 “Ailem hayatımdaki her şeyden önemlidir.” ifadesi binişik değere sahip olmasından dolayı ölçekten çıkarılmıştır. Bir ifadenin birden fazla faktörde yüksek değere sahip olması, yani birden fazla faktörle ilişkili olan değerler binişik değer olarak adlandırılmaktadır (Tabachnick ve Fidell, 2007). Ortak varyans (communality), bir değişkenin analize dâhil edilen diğer değişkenlerle paylaştığı varyans miktarıdır. Faktör analizi sonucunda ortak varyansı ,50’nin altında olan değişkenler analizden çıkarılabilir. (Kalaycı, 2009: 329). Bu anlamda communality değeri ,50’nin altında olan yedi değişken (9.2-9.5-9.14-9.18-9.19-9.22-9.23) ölçekten çıkarılmıştır.

Analiz sonuçları Tablo 4.9’da özetlenmektedir.

Tablo 4.9. Yaşam tarzı ölçeği faktör analizi sonuçları.

Yaşam Tarzı	İfadeler	Faktör Yüğü	Eşkökenlilik	Özdeğer	Açıklanan Varyans %	Alfa
Deneyimciler	9.10 Etrafımdakilere sürekli bir şeyler öğretmek için çabalarım.	,788	,644	3,049	9,376	,620
	9.11 Her zaman kitap, makale ve gazete okurum.	,631	,687			
	9.25 Riskli işlerden hoşlanırım.	,514	,618			
	9.13 Sıra dışı yaşamayı severim.	,513	,650			
Çabalayanlar	9.1 Modayı yakından takip ederim.	,816	,699	2,585	8,366	,564
	9.17 Alışveriş benim için vazgeçilmezdir.	,693	,550			
İnananlar	9.29 Hayata hep yeniden başlamak isterim.	,797	,692	2,005	8,325	,510
	9.3 Yeni şeyler yapmaktan hoşlanırım.	,559	,615			
Düşünürler	9.27 Yaşamdan zevk almayı bilirim.	,781	,681	1,559	8,273	,541
	9.28 Gezmekten, yeni yerler keşfetmekten hoşlanırım.	,736	,595			
Yapıcılar	9.24 İmaj benim için önemlidir.	,728	,579	1,328	7,821	,468
	9.20 Yaptığım bütün işlerde hep başarılıyım.	,619	,631			
	9.16 Sakin bir yaşamı tercih ederim.	,466	,596			
	9.21 Giyimime özen gösteririm.	,425	,545			
Yenilikçiler	9.9 En ufak şeyden bile mutlu olmayı becerebilirim.	,794	,716	1,225	7,288	,514
	9.4 Hayatta hiçbir şeyden memnun olmam, hep daha iyisini isterim.	,527	,689			
	9.8 Heyecan verici şeyleri yapmak hoşuma gider.	,455	,583			
	9.7 Arkadaş grubumda hep lider olmak isterim.	,442	,579			
Başaranlar	9.30 Alışverişte bütçeme uygun hareket ederim.	,807	,697	1,091	7,039	,451
	9.26 Para biriktirmekten hoşlanmam.	,534	,645			
Hayatta Kalanlar	9.15 Toplumsal değerlere önem veririm.	,771	,655	1,042	6,619	,479
	9.12 Çevreye karşı duyarlıyım.	,442	,539			

Birinci faktör, açıklanan varyansa %9,376 oranında katkı yapmaktadır ve 4 madde ile ifade edilmektedir. Bu faktörün alt maddeleri; “9.10 Etrafımdakilere sürekli bir şeyler öğretmek için çabalarım.”, “9.11 Her zaman kitap, makale ve gazete okurum.”, “9.25 Riskli işlerden hoşlanırım.” ve “9.13 Sıra dışı yaşamayı severim.” olarak sıralanmaktadır. Maddeler incelendiğinde, faktörün “deneyimciler” ile ilgili olduğu görülmektedir.

İkinci faktör, açıklanan varyansa %8,366 oranında katkı yapmaktadır ve 2 madde ile ifade edilmektedir. Bu faktörün alt maddeleri; “9.1 Modayı yakından takip ederim.” ve “9.17 Alışveriş benim için vazgeçilmezdir.” olarak sıralanmaktadır. Maddeler incelendiğinde, faktörün “çabalayanlar” ile ilgili olduğu görülmektedir.

Üçüncü faktör, açıklanan varyansa %8,325 oranında katkı yapmaktadır ve 2 madde ile ifade edilmektedir. Bu faktörün alt maddeleri; “9.29 Hayata hep yeniden başlamak isterim.” ve “9.3 Yeni şeyler yapmaktan hoşlanırım.” olarak sıralanmaktadır. Maddeler incelendiğinde, faktörün “inanımlar” ile ilgili olduğu görülmektedir.

Dördüncü faktör, açıklanan varyansa %8,273 oranında katkı yapmaktadır ve 4 madde ile ifade edilmektedir. Bu faktörün alt maddeleri; “9.27 Yaşamdan zevk almayı bilirim.” ve “9.28 Gezmekten, yeni yerler keşfetmekten hoşlanırım.” olarak sıralanmaktadır. Maddeler incelendiğinde, faktörün “düşünürler” ile ilgili olduğu görülmektedir.

Beşinci faktör, açıklanan varyansa %7,821 oranında katkı yapmaktadır ve 4 madde ile ifade edilmektedir. Bu faktörün alt maddeleri; “9.24 İmaj benim için önemlidir.”, “9.20 Yaptığım bütün işlerde hep başarılıyım”, “9.16 Sakin bir yaşamı tercih ederim.”, “9.21 Giyimime özen gösteririm.” olarak sıralanmaktadır. Maddeler incelendiğinde, faktörün “yapıcılar” ile ilgili olduğu görülmektedir.

Altıncı faktör, açıklanan varyansa %7,288 oranında katkı yapmaktadır ve 4 madde ile ifade edilmektedir. Bu faktörün alt maddeleri; “9.9 En ufak şeyden bile mutlu olmayı becerebilirim.”, “9.4 Hayatta hiçbir şeyden memnun olmam, hep daha iyisini isterim.”, “9.8 Heyecan verici şeyleri yapmak hoşuma gider.” ve “9.7 Arkadaş grubumda hep lider olmak isterim.” olarak sıralanmaktadır. Maddeler incelendiğinde, faktörün “yenilikçiler” ile ilgili olduğu görülmektedir.

Yedinci faktör, açıklanan varyansa %7,039 oranında katkı yapmaktadır ve 2 madde ile ifade edilmektedir. Bu faktörün alt maddeleri; “ 9.30 Alışverişte bütçeme uygun hareket ederim.” ve “9.26 Para biriktirmekten hoşlanmam.” olarak sıralanmaktadır. Maddeler incelendiğinde, faktörün “başaranlar” ile ilgili olduğu görülmektedir.

Sekizinci faktör, açıklanan varyansa %6,619 oranında katkı yapmaktadır ve 2 madde ile ifade edilmektedir. Bu faktörün alt maddeleri; “9.15 Toplumsal değerlere önem veririm.” ve “9.12 Çevreye karşı duyarlıyım.” olarak sıralanmaktadır. Maddeler incelendiğinde, faktörün “hayatta kalanlar” ile ilgili olduğu görülmektedir.

4.7. Sağlıklı Beslenme Davranışına İlişkin Faktör Analizi

Sağlıklı beslenme davranışı tarzı ölçeğinin yapı geçerliliği için açıklayıcı (exploratory) faktör analizi uygulanmıştır. Bu analizin uygulanması için ilk olarak örneklemin yeterliliğini test eden KMO testi (Kaiser-Meyer-Olkin) ve değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit edebilmek için Barlett’s Küresellik Testi yapılmıştır (Tabachnick ve Fidell, 2013). KMO değeri ,732 olarak bulunmuştur. KMO ölçümleri 0-1 arasında değer almakta olup bu değer 1’e doğru yaklaşması verilerin faktör analizine olan uygunluğunu işaret etmektedir (Alpar, 2011: 286). Bartlett Küresellik testine bakılmış ($X^2:667,447$ s.d.: 36 $p<0.001$), elde edilen verilerin anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiş faktör analizi yapmaya uygun olduğu anlaşılmıştır (Kan ve Akbaş, 2005). Analiz sonucunda, öz değeri 1’in üzerinde olan üç faktör (bileşen) olduğu bulgulanmıştır. Bu faktörlerin toplam varyansa yaptıkları katkı oranı %61,940’dır. Ortak varyans (communality), bir değişkenin analize dâhil edilen diğer değişkenlerle paylaştığı varyans miktarıdır. Faktör analizi sonucunda ortak varyansı ,50’nin altında olan değişkenler analizden çıkarılabilir. (Kalaycı, 2009: 329). Bu anlamda communality değeri ,50’nin altında olan iki değişken (10.6-10.7) ölçekten çıkarılmıştır.

Analiz sonuçları Tablo 4.10’da özetlenmektedir.

Tablo 4.10.Sağlıklı beslenme davranışı ölçeği faktör analizi sonuçları.

Sağlıklı Beslenme Davranışı	İfadeler	Faktör Yüklü	Eşkökenlilik	Özdeğer	Açıklanan Varyans %	Alfa
Olumlu Beslenme Alışkanlığı	10.4 Restoranlarda az tuzlu ya da tuzsuz menü öğelerini yemeyi denerim.	,835	,698	3,079	25,170	,736
	10.3 Restoranlarda düşük hayvansal yağ içerikli menü öğelerini sık sık seçerim.	,700	,562			
	10.5 Restoranlarda düşük kolesterollü menü öğelerini yemeye çalışırım.	,723	,553			
	10.8 Restoranlarda sağlıklı bir diyet menüsünü denemeye istekliyim.	,567	,509			
Beslenme Hakkında Bilgi	10.1 Restoranlarda taze malzemelerle yapılmış menü öğelerini yemeyi denerim.	,779	,619	1,448	20,917	,651
	10.2 Restoranlarda lif açısından zengin menü öğelerini yemeyi denerim.	,736	,641			
	10.11 Restoranlarda yemek yediğimde en az bir sebze veya meyve yemeyi denerim.	,733	,541			
Kötü Beslenme Alışkanlığı	10.10 Restoranlarda sağlıklı menü öğelerini seçmekle ilgilenmiyorum.	,887	,805	1,047	15,852	,583
	10.9 Restoranlarda yağ oranı yüksek olduğu için bazı menü öğelerini yemem.	,718	,645			

Birinci faktör, açıklanan varyansa %25,170 oranında katkı yapmaktadır ve 4 madde ile ifade edilmektedir. Bu faktörün alt maddeleri; “10.4 Restoranlarda az tuzlu ya da tuzsuz menü öğelerini yemeyi denerim”, “10.3 Restoranlarda düşük hayvansal yağ içerikli menü öğelerini sık sık seçerim”, “10.5 Restoranlarda düşük kolesterollü menü öğelerini yemeye çalışırım”, “10.8 Restoranlarda sağlıklı bir diyet menüsünü denemeye istekliyim” olarak sıralanmaktadır. Maddeler incelendiğinde, faktörün “olumlu beslenme alışkanlığı” ile ilgili olduğu görülmektedir.

İkinci faktör, açıklanan varyansa %20,917 oranında katkı yapmaktadır ve 3 madde ile ifade edilmektedir. Bu faktörün alt maddeleri; “10.1 Restoranlarda taze malzemelerle yapılmış menü öğelerini yemeyi denerim”, “10.2 Restoranlarda lif açısından zengin menü öğelerini yemeyi denerim”, “10.11 Restoranlarda yemek yediğimde en az bir sebze veya meyve yemeyi denerim” olarak sıralanmaktadır. Maddeler incelendiğinde, faktörün “beslenme hakkındaki bilgi” ile ilgili olduğu görülmektedir.

Üçüncü faktör, açıklanan varyansa %15,852 oranında katkı yapmaktadır ve 2 madde ile ifade edilmektedir. Bu faktörün alt maddeleri; “10.9 Restoranlarda yağ oranı yüksek olduğu için bazı menü öğelerini yemem”, “10.10 Restoranlarda sağlıklı menü öğelerini seçmekle ilgilenmiyorum” olarak sıralanmaktadır. Maddeler incelendiğinde, faktörün “kötü beslenme alışkanlığı” ile ilgili olduğu görülmektedir.

4.8. Yaşam Tarzı ile Demografik Özellikler Arasındaki Farklılıklara İlişkin Bulgular

Birbirinden bağımsız iki farklı grubun bağımlı bir değişkene göre aritmetik ortalamalarını karşılaştırarak, ortalamalar arasındaki farkın belirli bir güven aralığında anlamlılığını test etmek amacıyla; elde edilen verilere bağımsız örneklem t-testi ile uygulanmaktadır. Böylece grupların ortalamaları arasındaki farkın önemli olup olmadığı belirlenmektedir (Ural ve Kılıç, 2018: 186). Bu doğrultuda, araştırmanın yaşam tarzı ve sağlıklı beslenme davranışları ile cinsiyet ve medeni durum arasında anlamlı farkın belirlenmesine yönelik hipotezler t-testine tabi tutulmuştur. Tek bağımsız değişkene yönelik ikiden fazla grubun bağımlı bir değişkene göre ortalamaları arasındaki farkın anlamlılık durumunu test etmek için elde edilen verilere tek yönlü varyans analizi testi uygulanmaktadır (Ural ve Kılıç, 2018: 197). Araştırmanın yaşam tarzı ve sağlıklı beslenme davranışları ile yaş arasında anlamlı farkın belirlenmesine yönelik hipotezlerde ise tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır.

Tablo 4.11. Yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarının cinsiyet değişkenine göre farklılıkları.

Boyutlar	Cinsiyet	N	\bar{X}	S.S	p
Deneyimciler	Kadın	173	3,3410	,76631	,093
	Erkek	159	3,4827	,76624	
Çabalayanlar	Kadın	173	3,6561	,77116	,000**
	Erkek	159	3,2642	,82257	
İnananlar	Kadın	173	3,7746	,69762	,682
	Erkek	159	3,8050	,65098	
Düşünürler	Kadın	173	4,2399	,57210	,546
	Erkek	159	4,2767	,53559	
Yapıcılar	Kadın	173	3,5506	,51430	,670
	Erkek	159	3,5267	,50205	
Yenilikçiler	Kadın	173	3,7182	,60437	,019*
	Erkek	159	3,5535	,66046	
Başaranlar	Kadın	173	2,2543	,80445	,573
	Erkek	159	2,2075	,70554	
Hayatta Kalanlar	Kadın	173	4,2659	,53521	,027*
	Erkek	159	4,1352	,53865	

*p<0,05 **p<0,01

Katılımcıların cevap ortalamalarının, yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutları bakımından cinsiyet durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığını saptamak için Tablo 4.11’de yer alan bağımsız örneklem t- testi sonuçlarına göre, yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarından Çabalayanlar ($p < 0,01$), Yenilikçiler ($p < 0,05$) ve Hayatta Kalanlar ($p < 0,05$) boyutları bakımından ortalamalar, katılımcıların cinsiyet durumuna göre farklılık göstermektedir. Buna göre, Çabalayanlar alt boyutundaki kadın katılımcıların ortalaması ($\bar{x}=3,6561$), erkek katılımcıların ($\bar{x}=3,2642$) ortalamasından yüksek, Yenilikçiler alt boyutundaki kadın katılımcıların ortalaması ($\bar{x}=3,7182$) erkek katılımcıların ortalamasından ($\bar{x}=3,5535$) yüksek, Hayatta Kalanlar alt boyutunda ise kadın katılımcıların ($\bar{x}=4,2659$) ortalaması erkek katılımcıların ortalamasından ($\bar{x}=4,1352$) daha yüksek çıkmıştır. Diğer alt boyutlar ise cinsiyet durumuna göre anlamlı herhangi bir farklılık taşımamaktadır ($p > 0,05$). Dolayısıyla H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4.12. Yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarının katılımcıların yaş değişkenine göre farklılıkları.

Boyutlar	Yaş	\bar{X}	S.S	F	p	Tukey Testi Sonucu
Deneyimciler	A.18-24	3,5560	,64557	2,302	,058	
	B.25-34	3,3717	,79566			
	C.35-44	3,5208	,72520			
	D.45-54	3,2927	,81949			
	E.55 ve üzeri	3,1471	,84638			
Çabalayanlar	A.18-24	3,8276	,71052	9,314	,000*	A>C
	B.25-34	3,5565	,79683			A>D
	C.35-44	3,4107	,80346			A>E
	D.45-54	3,3537	,73522			B>E
	E.55 ve üzeri	2,8382	,83231			C>E
İnananlar	A.18-24	3,7759	,74441	2,316	,057	
	B.25-34	3,8609	,67716			
	C.35-44	3,8095	,61558			
	D.45-54	3,8293	,61856			
	E.55 ve üzeri	3,4706	,69567			
Düşünürler	A.18-24	4,3621	,46635	3,028	,018*	A>E
	B.25-34	4,2870	,54636			B>E
	C.35-44	4,2798	,58778			C>E
	D.45-54	4,2195	,51294			
	E.55 ve üzeri	3,9706	,61473			
Yapıcılar	A.18-24	3,7586	,41876	7,521	,000*	A>D
	B.25-34	3,5826	,52641			A>E
	C.35-44	3,5387	,52137			B>D

	D.45-54	3,2927	,45381				B>E
	E.55 ve üzeri	3,3162	,41882				
Yenilikçiler	A.18-24	3,4871	,68413				
	B.25-34	3,6304	,62684				
	C.35-44	3,6964	,62704	1,239	,294		
	D.45-54	3,7256	,62701				
	E.55 ve üzeri	3,6838	,60712				
Başaranlar	A.18-24	2,6379	,88255				A>B
	B.25-34	2,2087	,72542				A>C
	C.35-44	2,1845	,64835	6,322	,000*		A>D
	D.45-54	1,9878	,63726				A>E
	E.55 ve üzeri	2,0294	,79717				
Hayatta Kalanlar	A.18-24	4,1897	,56837				
	B.25-34	4,1739	,50456				
	C.35-44	4,1905	,48411	,921	,452		
	D.45-54	4,3537	,52730				
	E.55 ve üzeri	4,1765	,72699				

*p<0,05

Tablo 4.12’de katılımcıların cevap ortalamalarının yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutları bakımından yaşa göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizine göre, yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarından Çabalayanlar, Düşünürler, Yapıcılar ve Başaranlar boyutları bakımından ortalamalar, katılımcıların yaş durumuna göre farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Varyans analizi sonucunda gruplar arasında farklılığının hangi gruplardan kaynaklandığını görebilmek için Post-Hoc testlerinden Tukey testi kullanılmıştır. Yaşam tarzı alt boyutlarından “Çabalayanlar” grubunda yer alan yaş grubu 18-24 ($\bar{X}=3,8276$) olanlar, yaş grubu 35-44 ($\bar{X}=3,4107$), 45-54 ($\bar{X}=3,3537$) ve 55 ve üzeri ($\bar{X}=2,8382$) olanlara oranla; yaş grubu 25-34 ($\bar{X}=3,5565$), 35-44 ($\bar{X}=3,4107$) ve 45-54 ($\bar{X}=3,3537$) olanlar 55 ve üzeri ($\bar{X}=2,8382$) olanlara oranla daha fazla “Çabalayanlar” grubunda olduğu görülmüştür. Yaşam tarzı alt boyutlarından “Düşünürler” grubunda yer alan yaş grubu 18-24 ($\bar{X}=4,3621$), 25-34 ($\bar{X}=4,2870$) ve 35-44 ($\bar{X}=4,2798$) olanlar, 55 ve üzeri ($\bar{X}=3,9706$) olanlara oranla daha fazla “Düşünürler” grubunda olduğu görülmüştür. Yaşam tarzı alt boyutlarından “Yapıcılar” grubunda yer alan yaş grubu 18-24 ($\bar{X}=3,7586$) ve 25-34 ($\bar{X}=3,5826$) olanlar, yaş grubu 45-54 ($\bar{X}=3,2927$) olanlara oranla; yaş grubu 18-24 ($\bar{X}=3,7586$) ve 25-34 ($\bar{X}=3,5826$) olanlar 55 ve üzeri ($\bar{X}=3,3162$) olanlara oranla daha fazla “Yapıcılar” grubunda olduğu görülmüştür. Yaşam tarzı alt boyutlarından “Başaranlar” grubunda yer alan yaş grubu 18-24 ($\bar{X}=2,6379$) olanlar 25-34, ($\bar{X}=2,2087$) 35-44 ($\bar{X}=2,1845$), 45-54 ($\bar{X}=1,9878$) ve 55 ve üzeri ($\bar{X}=2,0294$) olanlara

oranla daha fazla “Başaranlar” grubunda olduğu görülmüştür. Dolayısıyla H₂ hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4.13. Yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarının medeni durum değişkenine göre farklılıkları.

Boyutlar	Medeni Durum	N	\bar{X}	S.S	p
Deneyimciler	Bekar	172	3,5349	,72109	,002**
	Evli	160	3,2734	,79641	
Çabalayanlar	Bekar	172	3,6570	,76572	,000**
	Evli	160	3,2656	,82782	
İnananlar	Bekar	172	3,8750	,69275	,016*
	Evli	160	3,6969	,64451	
Düşünürler	Bekar	172	4,3547	,50649	,001**
	Evli	160	4,1531	,58545	
Yapıcılar	Bekar	172	3,5901	,49102	,058
	Evli	160	3,4844	,52131	
Yenilikçiler	Bekar	172	3,6337	,64742	,868
	Evli	160	3,6453	,62600	
Başaranlar	Bekar	172	2,3256	,76955	,019*
	Evli	160	2,1313	,73435	
Hayatta	Bekar	172	4,1628	,51833	,157
Kalanlar	Evli	160	4,2469	,56076	

*p<0,05 **p<0,01

Katılımcıların cevap ortalamalarının, yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutları bakımından medeni durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığını saptamak için Tablo 4.13’de yer alan bağımsız örneklem t- testi sonuçlarına göre, yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarından Deneyimciler (p=<0,01), Çabalayanlar (p=<0,01), İnananlar (p=<0,05), Düşünürler (p=<0,01) ve Başaranlar (p=<0,05) boyutları bakımından ortalamalar, katılımcıların medeni durumuna göre farklılık göstermektedir. Buna göre, Deneyimciler alt boyutundaki bekar katılımcıların ortalaması (\bar{x} =3,5349), evli katılımcıların (\bar{x} =3,2734) ortalamasından yüksek, Çabalayanlar alt boyutundaki bekar katılımcıların ortalaması (\bar{x} =3,6570) evli katılımcıların ortalamasından (\bar{x} =3,2656) yüksek, İnananlar alt boyutunda ise bekar katılımcıların (\bar{x} =3,8750) ortalaması bekar katılımcıların ortalamasından (\bar{x} =3,6969) yüksek, Düşünürler alt boyutunda ise bekar katılımcıların (\bar{x} =4,3547) ortalaması evli katılımcıların ortalamasından (\bar{x} =4,1531) daha yüksek, Başaranlar alt boyutunda ise bekar katılımcıların (\bar{x} =2,3256) ortalaması

evli katılımcıların ortalamasından ($\bar{x}=2,1313$) daha yüksek çıkmıştır. Diğer alt boyutlar ise medeni duruma göre anlamlı herhangi bir farklılık taşımamaktadır ($p>0,05$). Dolayısıyla H_3 hipotezi kabul edilmiştir.

4.9. Sağlıklı Beslenme Davranışı ile Demografik Özellikler Arasındaki Farklılıklara İlişkin Bulgular

Tablo 4.14. Sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin alt boyutlarının cinsiyete göre farklılıkları.

Boyutlar	Cinsiyet	N	\bar{X}	S.S	p
Olumlu Beslenme Alışkanlığı	Kadın	173	3,6662	,63468	,026*
	Erkek	159	3,4953	,75916	
Beslenme Hakkında Bilgi	Kadın	173	4,3757	,54820	,020*
	Erkek	159	4,2327	,56598	
Kötü Beslenme Alışkanlığı	Kadın	173	3,5260	,89128	,889
	Erkek	159	3,5126	,85490	

* $p<0,05$ ** $p<0,01$

Katılımcıların cevap ortalamalarının, sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin alt boyutları bakımından cinsiyet durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığını saptamak için Tablo 4.14'te yer alan bağımsız örneklem t- testi sonuçlarına göre, sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin alt boyutlarından Olumlu Beslenme Alışkanlığı ($p=<0,05$) ve Beslenme Hakkında Bilgi ($p=<0,05$) boyutları bakımından ortalamalar, katılımcıların cinsiyet durumuna göre farklılık göstermektedir. Buna göre, Olumlu Beslenme Alışkanlığı alt boyutundaki kadın katılımcıların ortalaması ($\bar{x}=3,6662$), erkek katılımcıların ($\bar{x}=3,4953$) ortalamasından yüksek, Beslenme Hakkında Bilgi alt boyutundaki kadın katılımcıların ortalaması ($\bar{x}=4,3757$) erkek katılımcıların ortalamasından ($\bar{x}=4,2327$) daha yüksek çıkmıştır. Diğer alt boyutlar ise cinsiyet durumuna göre anlamlı herhangi bir farklılık taşımamaktadır ($p>0,05$). Dolayısıyla H_4 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4.15. Sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin alt boyutlarının katılımcıların yaş değişkenine göre farklılıkları.

Boyutlar	Yaş	\bar{X}	S.S	F	p	Tukey Testi Sonucu
Olumlu Beslenme Alışkanlığı	A.18-24	3,1724	,84450	8,815	,000*	B>A
	B.25-34	3,5935	,61990			C>A
	C.35-44	3,6161	,63465			D>A
	D.45-54	3,7805	,66426			E>A
	E.55 ve üzeri	3,9412	,58730			
Beslenme Hakkında Bilgi	A.18-24	4,2874	,56350	,153	,962	
	B.25-34	4,2957	,56154			
	C.35-44	4,2976	,57157			
	D.45-54	4,3577	,62977			
	E.55 ve üzeri	4,3431	,45309			
Kötü Beslenme Alışkanlığı	A.18-24	2,8448	,86454	14,947	,000*	B>A
	B.25-34	3,5652	,75371			C>A
	C.35-44	3,6250	,84624			D>A
	D.45-54	4,0366	,69273			E>A
	E.55 ve üzeri	3,6324	,90712			E>B
						D>B

*p<0,05

Tablo 4.15’de katılımcıların cevap ortalamalarının sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin alt boyutları bakımından yaşa göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizine göre, sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin alt boyutlarından Olumlu Beslenme Alışkanlığı ve Kötü Beslenme Alışkanlığı boyutları bakımından ortalamalar, katılımcıların yaş durumuna göre farklılık göstermektedir ($p=<0,05$). Varyans analizi sonucunda gruplar arasında farklılığının hangi gruplardan kaynaklandığını görebilmek için Post-Hoc testlerinden Tukey testi kullanılmıştır. Sağlıklı beslenme davranışı “Olumlu Beslenme Alışkanlığı” grubunda yer alan yaş grubu 25-34 ($\bar{X}=3,5935$), 35-44 ($\bar{X}=3,6161$), 45-54 ($\bar{X}=3,7805$) ve 55 ve üzeri olanlar ($\bar{X}=3,9412$), yaş grubu 18-24 ($\bar{X}=3,1724$) olanlara oranla daha fazla “Olumlu Beslenme Alışkanlığı” grubunda olduğu görülmüştür. Sağlıklı beslenme davranışı “Kötü Beslenme Alışkanlığı” grubunda yer alan yaş grubu 25-34 ($\bar{X}=3,5652$), 35-44 ($\bar{X}=3,6250$), 45-54 ($\bar{X}=4,0366$) ve 55 ve üzeri ($\bar{X}=3,6324$) olanlar, yaş grubu 18-24 ($\bar{X}=2,8448$) olanlara oranla; yaş grubu 45-54 ($\bar{X}=4,0366$) ve 55 ve üzeri ($\bar{X}=3,6324$) olanlar, yaş grubu 25-34 ($\bar{X}=3,5652$) olanlara oranla daha fazla

“Kötü Beslenme Alışkanlığı” grubunda olduğu görülmüştür. Dolayısıyla H_5 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4.16. Sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin alt boyutlarının medeni durum değişkenine göre farklılıkları.

Boyutlar	Medeni Durum	N	\bar{X}	S.S	P
Olumlu Beslenme Alışkanlığı	Bekar	172	3,5029	,73299	,028*
	Evli	160	3,6719	,65648	
Beslenme Hakkında Bilgi	Bekar	172	4,3605	,57389	,073
	Evli	160	4,2500	,54176	
Kötü Beslenme Alışkanlığı	Bekar	172	3,3750	,90341	,002**
	Evli	160	3,6750	,81302	

* $p < 0,05$ ** $p < 0,01$

Katılımcıların cevap ortalamalarının, sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin alt boyutları bakımından medeni durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığını saptamak için Tablo 4.16’da yer alan bağımsız örneklem t- testi sonuçlarına göre, sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin alt boyutlarından Olumlu Beslenme Alışkanlığı ($p = < 0,05$) ve Kötü Beslenme Alışkanlığı ($p = < 0,01$) boyutları bakımından ortalamalar, katılımcıların medeni durumuna göre farklılık göstermektedir. Buna göre, Deneyimciler alt boyutundaki evli katılımcıların ortalaması ($\bar{x} = 3,6719$), bekar katılımcıların ($\bar{x} = 3,5029$) ortalamasından yüksek, Kötü Beslenme Alışkanlığı alt boyutunda ise evli katılımcıların ($\bar{x} = 3,6750$) ortalaması bekar katılımcıların ortalamasından ($\bar{x} = 3,3750$) daha yüksek çıkmıştır. Diğer alt boyutlar ise medeni duruma göre anlamlı herhangi bir farklılık taşımamaktadır ($p > 0,05$). Dolayısıyla H_6 hipotezi kabul edilmiştir.

4.10. Değişkenler Arasındaki Korelasyonel İlişkiye Yönelik Bulgular

İki değişken arasındaki ilişkinin belirlenmesinde kullanılan korelasyon analizi, değişkenler arasında bir ilişkinin olup olmadığını, var ise ilişkinin yönünü ve gücünü değerlendirmektedir. Bu analiz neticesinde bir katsayı hesaplanmakta ve bu sayı -1 ve +1 arasında bir değer almaktadır. Bu analiz; katsayı negatif olduğunda değişkenler arasında ters yönlü bir ilişki olduğu, pozitif olduğunda ise aynı yönlü bir ilişki olduğu

ve katsayı değeri 1'e yaklaştıkça ilişkinin gücünün arttığı şeklinde yorumlanmaktadır. 0,1-0,3 aralığı *zayıf*; 0,3-0,5 aralığı *orta*; 0,5-0,8 *güçlü* ve 0,8-1 arası katsayı *çok güçlü* korelasyon olarak yorumlanmaktadır (İslamoğlu ve Alınçık, 2014: 47).

Araştırmanın bu aşamasında, yaşam tarzı ve sağlıklı beslenme davranışı arasında ilişki olup olmadığı korelasyon analizi yardımıyla test edilmiş ve analiz sonuçları Tablo 4.17'de sunulmuştur.

Tablo 4.17. Yaşam tarzı boyutları ile sağlıklı beslenme davranışı boyutları arasındaki korelasyona yönelik bulgular.

		Olumlu Beslenme Alışkanlığı	Beslenme Hakkında Bilgi	Kötü Beslenme Alışkanlığı
Deneyimciler	r	,081	,144**	-,109*
	p	,143	,009	,048
	N	332	332	332
Çabalayanlar	r	,080	,094	-,100
	p	,148	,088	,070
	N	332	332	332
İnananlar	r	,023	,293**	,287**
	p	,672	,000	,000
	N	332	332	332
Düşünürler	r	-,010	,213**	,057
	p	,851	,000	,303
	N	332	332	332
Yapıcılar	r	-,161**	-,045	-,147**
	p	,003	,413	,007
	N	332	332	332
Yenilikçiler	r	,091	,181**	,274**
	p	,099	,001	,000
	N	332	332	332
Başaranlar	r	-,148**	-,131*	-,247**
	p	,007	,017	,000
	N	332	332	332
Hayatta Kalanlar	r	,125*	,094	,133*
	p	,023	,087	,016
	N	332	332	332

*p<0,05 **p<0,01

Deneyimciler ile olumlu beslenme alışkanlığı arasında yapılan korelasyon analizi sonucunda iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır (r=,081). Dolayısıyla H_{7a} hipotezi reddedilmiştir.

İnananlar ile olumlu beslenme alışkanlığı arasında yapılan korelasyon analizi sonucunda iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır (r=,023). Dolayısıyla H_{7b} hipotezi reddedilmiştir.

Çabalayanlar ile olumlu beslenme alışkanlığı arasında yapılan korelasyon analizi sonucunda iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($r=,080$). Dolayısıyla H_{7c} hipotezi reddedilmiştir.

Düşünürler ile olumlu beslenme alışkanlığı arasında yapılan korelasyon analizi sonucunda iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($r=-,010$). Dolayısıyla H_{7d} hipotezi reddedilmiştir.

Yapıcılar ile olumlu beslenme alışkanlığı arasında negatif yönlü zayıf bir ilişki vardır ($r=-,161$). Dolayısıyla H_{7e} hipotezi kabul edilmiştir.

Yenilikçiler ile olumlu beslenme alışkanlığı arasında yapılan korelasyon analizi sonucunda iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($r=,091$). Dolayısıyla H_{7f} hipotezi reddedilmiştir.

Başaranlar ile olumlu beslenme alışkanlığı arasında negatif yönlü zayıf bir ilişki vardır ($r=-,148$). Dolayısıyla H_{7g} hipotezi kabul edilmiştir.

Hayatta Kalanlar ile olumlu beslenme alışkanlığı arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki vardır ($r=,125$). Dolayısıyla H_{7h} hipotezi kabul edilmiştir.

Deneyimciler ile beslenme hakkında bilgi arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki vardır ($r=,144$). Dolayısıyla H_{7i} hipotezi kabul edilmiştir.

İnananlar ile beslenme hakkında bilgi arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki vardır ($r=,293$). Dolayısıyla H_{7j} hipotezi kabul edilmiştir.

Çabalayanlar ile beslenme hakkında bilgi arasında yapılan korelasyon analizi sonucunda iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($r=,094$). Dolayısıyla H_{7j} hipotezi reddedilmiştir.

Düşünürler ile beslenme hakkında bilgi arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki vardır ($r=,213$). Dolayısıyla H_{7k} hipotezi kabul edilmiştir.

Yapıcılar ile beslenme hakkında bilgi arasında yapılan korelasyon analizi sonucunda iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($r=-,045$). Dolayısıyla H_{7l} hipotezi reddedilmiştir.

Yenilikçiler ile beslenme hakkında bilgi arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki vardır ($r=,181$). Dolayısıyla H_{7m} hipotezi kabul edilmiştir.

Başaranlar ile beslenme hakkında bilgi arasında negatif yönlü zayıf bir ilişki vardır ($r=-,131$). Dolayısıyla H_{7n} hipotezi kabul edilmiştir.

Hayatta Kalanlar ile beslenme hakkında bilgi arasında yapılan korelasyon analizi sonucunda iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($r=-,094$). Dolayısıyla H_{7o} hipotezi reddedilmiştir.

Deneyimciler ile kötü beslenme alışkanlığı arasında negatif yönlü zayıf bir ilişki vardır ($r=-,109$). Dolayısıyla $H_{7ö}$ hipotezi kabul edilmiştir.

İnananlar ile kötü beslenme alışkanlığı arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki vardır ($r=,287$). Dolayısıyla H_{7p} hipotezi kabul edilmiştir.

Çabalayanlar ile kötü beslenme alışkanlığı arasında yapılan korelasyon analizi sonucunda iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($r=-,100$). Dolayısıyla H_{7r} hipotezi reddedilmiştir.

Düşünürler ile kötü beslenme alışkanlığı arasında yapılan korelasyon analizi sonucunda iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($r=,057$). Dolayısıyla H_{7s} hipotezi reddedilmiştir.

Yapıcılar ile kötü beslenme alışkanlığı arasında negatif yönlü zayıf bir ilişki vardır ($r=-,147$). Dolayısıyla $H_{7ş}$ hipotezi kabul edilmiştir.

Yenilikçiler ile kötü beslenme alışkanlığı arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki vardır ($r=,274$). Dolayısıyla H_{7t} hipotezi kabul edilmiştir.

Başaranlar ile kötü beslenme alışkanlığı arasında negatif yönlü zayıf bir ilişki vardır ($r=-,247$). Dolayısıyla H_{7u} hipotezi kabul edilmiştir.

Hayatta Kalanlar ile kötü beslenme alışkanlığı arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki vardır ($r=,133$). Dolayısıyla $H_{7ü}$ hipotezi kabul edilmiştir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

TARTIŞMA

Bireylerin dünya görüşünü yansıtan, tüketicilerin beklenti ve seçimlerini tanımlayan yaşam tarzı, tüketicilerin psikolojik dünyalarını anlamak için önemli bir faktör olarak görülmektedir (Li, 2013: 639). Bireyler genellikle kendi imajlarını ve yaşam tarzlarını ortaya koymak için çeşitli ürünler tüketme eğilimindedir. Bununla birlikte tüketiciler, yaşam tarzlarına hitap eden ve uyum gösteren ürünleri tercih etmektedir (Cătălin ve Andreea, 2014: 104). Yaşam tarzı canlı bir kavramdır. Bu kavramın diğer bir özelliği geçerli ve dinamik bir yapıya sahip olmasıdır. Toplumdaki teknolojik gelişme, ekonomi, sosyal trendler, politik ve kültürel değişimler tüketiciler arasında yayılarak yaşam tarzlarında farklılıklar oluşturmaktadır. Dolayısıyla, yaşam tarzı dinamik olduğu ve ona etki eden koşulların sürekli değiştiği için yaşam tarzı da değişime uğramaktadır. Yaşam tarzındaki her değişim beraberinde tüketimle ilişkili yeni istek ve ihtiyaçları meydana getirmektedir (Saray, 2007: 22). Bununla birlikte sağlıklı bir yaşam tarzına yönelik son eğilimler, gıda tüketim kalıplarındaki değişiklikler ve kronik hastalıkları önlemek için nüfusun beslenme alışkanlıklarını değiştirme ihtiyacı göz önüne alındığında, tüketicilerin gıda seçimlerinde neye değer verdiklerini anlamak oldukça önem taşımaktadır (Espinoza-Ortega vd., 2016: 2745). Dolayısıyla değerler, tüketimi yönlendirse de tüketicilerin değerleri nasıl değerlendirdiğini ve bunlar arasında hangilerinin daha önemli olduğunu anlamak için psikografik, beslenme alışkanlıkları ve gıdayla ilgili yaşam tarzlarının etkisi dikkate alınmalıdır (Bauer ve Reisch, 2019: 8).

Bu bilgiler ışığında tez çalışmasında; Muğla ilini ziyaret eden yabancı turistlerin yaşam tarzlarına ve restoranlarda sağlıklı beslenme davranışına ilişkin görüşleri analiz edilerek yaşam tarzı ile restoranlarda sağlıklı beslenme davranışları arasındaki ilişki ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda, katılımcılardan elde edilen 332 anket formu değerlendirilmiştir.

Araştırmaya katılan katılımcıların %4,9'u erkek, %52,1'i kadındır. Katılımcıların yaş grupları incelendiğinde; 18-24 yaş grubunun %17,5'lik, 25-34 yaş grubunun %34,6'lık, 35-44 yaş grubunun %25,3'lük, 45-54 yaş grubunun %12,3'lük, 55 ve üzeri yaş grubunun ise %10,2'lik kısımlarda yer aldığı görülmektedir.

Katılımcıların medeni durumlarına bakıldığında; %48,2'sinin evli, %51,8'inin ise bekâr olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların eğitim durumları incelendiğinde; %0,9'unu ilköğretim, %1,2'sini ortaöğretim, %23,2'sini lise, %59,9'unu lisans ve %14,8 'ini lisansüstü mezunu kişiler oluşturmaktadır. Katılımcıların milliyetleri incelendiğinde; %30,1'inin İngiliz, %20,2'sinin Alman, %15,4'ünün Rus, %12,0'inin Ukraynalı, %4,8'inin Hollandalı, %3,3'ünün Belçikalı, %0,9'unun İranlı, %13,3'ünü diğer milletler olduğu görülmektedir. Katılımcıların mesleklerine bakıldığında; %15,4'ünün memur, %36,1'inin özel sektör çalışanı, %3,6'sının işçi, %2,1'inin ev hanımı, %15,7'sinin öğrenci, %0,6'sının işsiz, %15,1'inin yönetici, %11,1'inin emekli, %0,3'ünün diğer meslek grubundan olduğu görülmektedir. Katılımcıların aylık gelir düzeyi incelendiğinde; %7,5'inin gelirinin olmadığı, %8,7'sinin 500-1000 \$, %23,5'inin 1001-2500 \$, %37,7'sinin 2501-4000 \$, %22,6'sının 4001 \$ ve üzeri olduğu görülmektedir.

Künye ve Parıltı (2021: 2568)'ya göre, tüketicilerin değer ve yaşam tarzlarını belirleyen ölçekler, tüketicilerin demografik değişkenleri ile ilişkilendirilebileceği gibi, tüketicilerin tüketim alışkanlıklarını etkileyen farklı özellikler dikkate alınarak da yeni bir inceleme alanı sunabilir. Araştırmaya katılan bireylerin yaşam tarzı gruplarını belirleyebilmek için uygulanan yaşam tarzı ölçeği sonucunda 8 yaşam tarzı boyutu elde edilmiştir. Bu boyutlar; deneyimciler, çabalayanlar, inananlar, düşünürler, yapıcılar, yenilikçiler, başarılar ve hayatta kalanlar şeklinde sıralanmaktadır.

Yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarından çabalayanlar, yenilikçiler ve hayatta kalanlar, katılımcıların cinsiyet durumuna göre farklılık göstermektedir. Buna göre, çabalayanlar alt boyutundaki kadın katılımcıların ortalaması, erkek katılımcıların ortalamasından yüksek, yenilikçiler alt boyutundaki kadın katılımcıların ortalaması erkek katılımcıların ortalamasından yüksek, hayatta kalanlar alt boyutunda ise kadın katılımcıların ortalaması erkek katılımcıların ortalamasından daha yüksek çıkmıştır. Kadın ve erkeğin doğası gereği, beklentileri, istekleri, ihtiyaçları ve yaşama bakış açıları gibi pek çok konudaki farklılıklarının tüketim davranışlarına da yansıdığı görüşü savunulmaktadır (Akturan, 2009: 62-66). Çabalayanlar grubunda yer alan turistler, modayı seven ve gösteriş amaçlı tüketim odaklı bir yaşam tarzına sahip bireylerden oluşmaktadır. Kim ve Jang (2014), kadınların halka açık tüketim

alanlarında daha fazla gösterişçi tüketim eğiliminde olduğunu belirlemiştir. Önal (2009)'a göre, kadınların yeniliklere karşı tepkilerinin erkeklere oranla daha hızlı olduğunu, benimseme bakımından da daha yüksek olduğunu sonucuna varmıştır. Bunun nedenlerinden biri olarak, kadınların satın alma faaliyetlerinin erkeklere göre daha fazla gerçekleştirdiklerini söylemiştir. Hayatta Kalanlar grubunu oluşturan turistler maddi kaynakları kısıtlı olan almak istedikleri ürünlerin indirimli zamanını bekleyen bireylerdir. Dolayısıyla, indirimleri takip eden ve pazarlık yapan tüketicilerdir. (Hamşioğlu, 2015: 21). Bu özellikler göz önünde tutulduğunda çabalayanlar, yenilikçiler ve hayatta kalanlar gruplarında kadın turistlerin erkek turistlere oranla daha fazla olduğu anlam bakımından örtüşebilir.

Yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarından çabalayanlar, düşünürler, yapıcılar ve başarılar, katılımcıların yaş durumuna göre farklılık göstermektedir. Yaşam tarzı alt boyutlarından çabalayanlar grubunda yer alan yaş grubu 18-24 olanlar, yaş grubu 35-44 45-54 ve 55 ve üzeri olanlara oranla; yaş grubu 25-34, 35-44 ve 45-54 olanlar 55 ve üzeri olanlara oranla daha fazla çabalayanlar grubunda olduğu görülmüştür. Yaşam tarzı alt boyutlarından düşünürler grubunda yer alan yaş grubu 18-24, 25-34 ve 35-44 olanlar, 55 ve üzeri olanlara oranla daha fazla düşünürler grubunda olduğu görülmüştür. Yaşam tarzı alt boyutlarından yapıcılar grubunda yer alan yaş grubu 18-24 ve 25-34 olanlar, yaş grubu 45-54 olanlara oranla; yaş grubu 18-24 ve 25-34 olanlar 55 ve üzeri olanlara oranla daha fazla yapıcılar grubunda olduğu görülmüştür. Yaşam tarzı alt boyutlarından başarılar grubunda yer alan yaş grubu 18-24 olanlar 25-34, 35-44, 45-54 ve 55 ve üzeri olanlara oranla daha fazla başarılar grubunda olduğu görülmüştür. Çabalayanlar grubu oluşturan turistler, eğlenceyi seven, maddi kaynakları elverdiği sürece alışveriş yapmaktan keyif alan ve bunu sosyal etkinlik olarak gören bireylerdir. Düşünürler grubunu oluşturan turistler, hayattan keyif almayı bilen, yeni deneyimler yaşamak isteyen ve açık fikirli bireylerdir. Nitekim, bu enerjiye sahip olan turistler çoğunlukla gençlerden oluşmaktadır. Yapıcılar grubunu oluşturan turistler, temel besin ürünleri tüketmeyi tercih ederler çünkü lüksü değere tercih etmeyen bireylerin oluşturduğu gruptur. Başarılar ise, ihtiyaç ve istekleri çok fazla olduğu için beslenme ile ilgili herhangi bir engeli olmayan bireylerdir ve imaj bu grup için önemlidir (Tarakçı ve Göktaş, 2018: 332-333; Özdemir, 2013). Önal (2009)'a

göre, genç turistlerin yeniliğe uyum süreci orta yaşlı ve yaşlı turistlere göre daha hızlı olmaktadır. Genç turistler, değişen koşullara göre beslenme alışkanlığı kazanmada daha kolay adapte olmaktadır. Bu özellikler göz önünde tutulduğunda, çabalayanlar, düşünürler, yapıcılar ve başarılar gruplarında yer alan turistlerin diğer gruplara göre nispeten daha genç yaş aralıklarındaki turistlerden oluştuğu anlam bakımından örtüşebilir.

Yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarından deneyimciler, çabalayanlar, inananlar, düşünürler ve başarılar, katılımcıların medeni durumuna göre farklılık göstermektedir. Buna göre, deneyimciler alt boyutundaki bekar katılımcıların ortalaması, evli katılımcıların ortalamasından yüksek, çabalayanlar alt boyutundaki bekar katılımcıların ortalaması evli katılımcıların ortalamasından yüksek, inananlar alt boyutunda ise bekar katılımcıların ortalaması evli katılımcıların ortalamasından yüksek, düşünürler alt boyutunda ise bekar katılımcıların ortalaması evli katılımcıların ortalamasından daha yüksek, başarılar alt boyutunda ise bekar katılımcıların ortalaması evli katılımcıların ortalamasından daha yüksek çıkmıştır. Çabalayanlar grubunu oluşturan turistler, daha çok genç, planlı ve geleceğe yönelik beklenti ve umut sahibi bireylerdir. İnananlar, tüketme davranışlarını başka insanların yargılarına göre yaparlar. Bireysel bir hayat tercih ettikleri söylenebilir. Düşünürler, hırslı, rekabetçi, çalışkandır. Harcamayı, biriktirmekten daha çok tercih ederler. Dolayısıyla, aile yaşantısından uzak bireyler olduğunu söylemek mümkündür. Başarılar, dinamik düşünce yapısına sahiptir. Ün, başarı, iyi bir hayat sürmek, konfor, kalite gibi özellikler grup üyelerini belirleyen özelliklerin başında gelmektedir (Peter ve Donnelly, 2015: 77). Bu özellikler göz önünde tutulduğunda, deneyimciler, çabalayanlar, inananlar, düşünürler ve başarılar gruplarında yer alan turistlerin diğer gruplara göre daha fazla bekar turistlerden oluştuğu anlam bakımından örtüşebilir.

Sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin alt boyutlarından olumlu beslenme alışkanlığı ve beslenme hakkında bilgi boyutları bakımından ortalamalar, katılımcıların cinsiyet durumuna göre farklılık göstermektedir. Buna göre, olumlu beslenme alışkanlığı alt boyutundaki kadın katılımcıların ortalaması, erkek katılımcıların ortalamasından yüksek, beslenme hakkında bilgi alt boyutundaki kadın katılımcıların ortalaması erkek katılımcıların ortalamasından daha yüksek çıkmıştır.

Kadınların sağlıklı beslenmeye verdikleri önem, erkeklere göre daha fazla olduğu belirtilmektedir. Kadınların, beslenmede doğal ürünleri tercih ettiği, ev yapımı ürünleri kullandığı, yiyeceklerin sağlıklı pişirilmesi ve saklanması konularına özen gösterdiği belirlenmiştir. Bununla birlikte, bireylerin beslenme ile ilgili bilinç düzeylerinin de cinsiyete göre farklılık gösterdiği görülmüştür. Kadınlar, gıda satın alımında erkeklere göre nispeten daha bilinçli hareket etmektedir. Bir başka deyişle, kadınların, gıda satın alırken gıda etiketlerini çoğunlukla okudukları (üretim ve son kullanma tarihi, üretilen ülke, katkı maddeleri, ürünün hazırlanmasına yönelik bilgiler, saklama koşulları gibi) ortaya konmuştur (Arıca, Güreş ve Arslan, 2016: 107). Ayrıca Turrel (1997) beslenme davranışlarının cinsiyet faktörü açısından etkilerinin incelendiği çalışmada, kadınların sağlıklı beslenme davranışlarına erkek bireylerden daha fazla kolay uyum sağladıkları sonucuna varılmıştır. Gürsel, Özbey ve Güzel (2016: 20)'e göre, kadınların gıdalarını seçerken ve öğünlerini düzenlerken erkeklere oranla daha fazla beslenmelerine dikkat ettiğini saptamıştır. Ulaş (2008), sebze-meyve ağırlıklı beslenme önemlidir diye belirten kadın bireylerin oranının erkek bireylerden anlamlı derecede fazla olduğunu tespit etmiştir. Gıdanın kadın ve erkekler için önemi eşit olsa da beslenme ile ilgili davranış ve düşüncelerde önemli farklılıklar olduğunu söylemek mümkündür.

Sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin alt boyutlarından olumlu beslenme alışkanlığı ve kötü beslenme alışkanlığı boyutları bakımından ortalamalar, katılımcıların yaş durumuna göre farklılık göstermektedir. Sağlıklı beslenme davranışı olumlu beslenme alışkanlığı grubunda yer alan yaş grubu 25-34, 35-44, 45-54 ve 55 ve üzeri olanlar, yaş grubu 18-24 olanlara oranla daha fazla olumlu beslenme alışkanlığı grubunda olduğu görülmüştür. Sağlıklı beslenme davranışı kötü beslenme alışkanlığı grubunda yer alan yaş grubu 25-34, 35-44, 45-54 ve 55 ve üzeri olanlar, yaş grubu 18-24 olanlara oranla; yaş grubu 45-54 ve 55 ve üzeri olanlar, yaş grubu 25-34 olanlara oranla daha fazla kötü beslenme alışkanlığı grubunda olduğu görülmüştür. Bireylerin sağlıklı beslenme ile ilgili davranışların yaşa göre farklılık gösterdiği ve genç tüketicilerin, orta ve ileri yaş grubundaki bireylerle aralarında fark olduğu ifade edilmiştir. Orta ve ileri yaş grubundaki tüketicilerin sağlıklı beslenme ve gıda okuryazarlığı konularında, genç tüketicilere göre nispeten daha bilinçli oldukları

görülmüştür (Özenoğlu, Gün, Karadeniz, Koç, Bilgin, Bembeyaz ve Saha, 2021: 9). Benzer şekilde Teng ve Wang (2015: 1072), Tayvan'da üç büyük şehirde süpermarketler ve sağlık gıda mağazalarından alışveriş yapan 18 ile 70 yaşlarındaki müşterilerin organik gıda tüketimlerini incelemiş, yaş gruplarında farklılıklar olduğunu belirtmişlerdir. Croll (2001), gençlerin sağlıklı beslenme hakkında önemli düzeyde bilgi sahibi oldukları ve bu bilince sahip olmalarına rağmen bu konuyla ilgili tavsiyelere uymakta zorlandıkları ve sağlıksız besinleri bilmelerine rağmen sık sık tükettikleri sonucuna varılmıştır. Söz konusu durumun nedeni olarak Lappalainen, ve diğerleri (1997), 15 yaş ve üzerindeki bireylerin kötü beslenme nedenlerini araştırdığı çalışmada, zaman yetersizliği (%33.0) ve kişisel kontrol (%33.0)'ün kötü beslenme nedenleri arasında olduğunu saptamışlardır.

Sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin alt boyutlarından olumlu beslenme alışkanlığı ve kötü beslenme alışkanlığı boyutları bakımından ortalamalar, katılımcıların medeni durumuna göre farklılık göstermektedir. Buna göre, olumlu beslenme alışkanlığı alt boyutundaki evli katılımcıların ortalaması, bekar katılımcıların ortalamasından yüksek, kötü beslenme alışkanlığı alt boyutunda ise evli katılımcıların ortalaması bekar katılımcıların ortalamasından daha yüksek çıkmıştır. Genel olarak hane halkının beslenmesinden sorumlu olan kadınların iş hayatının dışında ev hayatına daha az zaman ayırmaları sonucunda alternatif ürünlere yönelim yaşanmaktadır (Karabulut ve Altun, 2018: 945). Aynı zamanda, evli olan bireylerin evliliğin getirmiş olduğu sorumluluklarla beraber bekâr olanlara göre daha düzenli bir yaşama sahiptir (Kaygusuz ve Gümüş, 2021: 51).

Yapıcılar alt boyutu ile olumlu beslenme alışkanlığı arasında negatif yönlü zayıf bir ilişki vardır. Turistlerin yapıcılar grubundaki düzeyi arttıkça olumlu beslenme davranışları da azalmaktadır. Yapıcılar grubunu oluşturan turistler, yeni gıda ürünleri ve beslenme tarzlarına karşı şüpheli yaklaşırlar. Genel olarak yerel ve aşına oldukları ürünleri tercih etmektedirler. Dolayısıyla, beslenme davranışlarında risk almaktan kaçındıkları söylenebilir (Bakhtadze, 2018: 245). Başaranlar alt boyutu ile olumlu beslenme alışkanlığı arasında negatif yönlü zayıf bir ilişki vardır. Turistlerin başaranlar grubundaki düzeyi arttıkça olumlu beslenme davranışları da azalmaktadır. Başaranlar grubunda yer alan turistlerin iş yaşantıları yoğun geçer bu yoğunluktan

dolayı yaşantılarını kolaylaştıracak ürünleri tercih etmek isterler. Bu sebeple, besleyici özelliği az olan hazır gıdalara yönelebilirler (Uçar, 2006: 92). Hayatta Kalanlar alt boyutu ile olumlu beslenme alışkanlığı arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki vardır. Turistlerin hayatta kalanlar grubundaki düzeyi arttıkça olumlu beslenme davranışları da artmaktadır. Bu grupta yer alan turistler aşına oldukları, bildikleri ve güvendikleri yiyecekleri tüketirler. Hayatta kalanların kıt kaynaklara sahip olmasından ve önceliklerinin güvenlik olmasından dolayı en büyük endişelerinden biri de sağlıklarıdır. Bu nedenle de tedbirli turistlerdir (Khan, 2006: 22). Bu özellikler göz önünde tutulduğunda, yapıcılar, başarılar ve hayatta kalanlar gruplarında yer alan turistlerin olumlu beslenme alışkanlığı ilişkisi anlam bakımından örtüşebilir.

Deneyimciler alt boyutu ile beslenme hakkında bilgi arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki vardır. Turistlerin deneyimciler grubundaki düzeyi arttıkça beslenme hakkında bilgileri de artmaktadır. Deneyimciler grubunda yer alan turistler, sıra dışı faaliyetlere açık olan, hayatta kendilerini çeşitli aktivitelerle ifade ederek motive eden bireylerdir. Yeni ve sıra dışı olan her şey deneyimci turistlerin ilgisini çektiğinden onları bu konular üzerine araştırma yapmaya yönlendirdiğini söylemek mümkündür (Bayraktar, 2010: 65). İnananlar alt boyutu ile beslenme hakkında bilgi arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki vardır. Turistlerin inananlar grubundaki düzeyi arttıkça beslenme hakkında bilgileri de artmaktadır. İnananlar grubunu oluşturan turistler, hayatları gibi beslenme davranışlarında da muhafazakâr bir tutum sergilediklerinden yerel ve aşına oldukları ürünleri tercih etmektedirler. Dolayısıyla ürünler hakkında bilgi sahibidirler (Şeker, 2015:3). Düşünürler alt boyutu ile beslenme hakkında bilgi arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki vardır. Turistlerin düşünürler grubundaki düzeyi arttıkça beslenme hakkında bilgileri de artmaktadır. Düşünürler grubunu oluşturan turistler, iyi eğitilmiş ve davranışa karar vermeden önce çok iyi araştırma yapan bireylerdir. Dolayısıyla, tüketilecekleri gıdaları öğrenme eğiliminde oldukları söylenebilir (Kesic ve Piri- Rajh, 2003: 162). Yenilikçiler alt boyutu ile beslenme hakkında bilgi arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki vardır. Turistlerin yenilikçiler grubundaki düzeyi arttıkça beslenme hakkında bilgileri de artmaktadır. Yenilikçiler grubunu oluşturan turistler de çok yönlü, araştırmayı ve kendilerini geliştirmeyi seven ve sürekli yeni ilgi alanları arayan bireylerdir (Mothersbaugh ve Hawkins, 2016: 430). Başarılar alt boyutu ile

beslenme hakkında bilgi arasında negatif yönlü zayıf bir ilişki vardır. Turistlerin başarılar grubundaki düzeyi arttıkça beslenme hakkındaki bilgileri de azalmaktadır. Başarılar grubunu oluşturan turistler genellikle çok yoğun yaşamları olduğu için zaman kazandıracak ürünleri ve imajlarını korumak için prestiji yüksek ürünler tercih ederler. Dolayısıyla gıdaların besleyici özelliğinden ziyade nasıl fayda sağlayacakları ile ilgilenirler (Hamşioğlu, 2015: 23). Bu özellikler göz önünde tutulduğunda, deneyimciler, inananlar, düşünürler, yenilikçiler ve başarılar gruplarında yer alan turistler ile beslenme hakkındaki bilgi ilişkisi anlam bakımından örtüşebilir.

Deneyimciler alt boyutu ile kötü beslenme alışkanlığı arasında negatif yönlü zayıf bir ilişki vardır. Turistlerin deneyimciler grubundaki düzeyi arttıkça kötü beslenme alışkanlığı da azalmaktadır. Deneyimciler grubunu oluşturan turistler, hevesli tüketici oldukları için gelirlerinin büyük bir kısmını beslenme ve sosyalleşmeye harcarlar. Dolayısıyla, yeni ve besleyici yiyeceklere karşı açıktırlar (Bayraktar, 2010: 65). İnananlar alt boyutu ile kötü beslenme alışkanlığı arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki vardır. Turistlerin inananlar grubundaki düzeyi arttıkça kötü beslenme alışkanlığı da artmaktadır. İnananlar grubunu oluşturan turistler, ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik ürünleri tercih ederler. Çok yerleşik, sabit ürünleri tercih ederler. Dolayısıyla, alışkanlıklarını değiştirmesi ya da yeni alışkanlık kazanmaları zaman alabilir. (Şeker, 2015:3). Yapıcılar alt boyutu ile kötü beslenme alışkanlığı arasında negatif yönlü zayıf bir ilişki vardır. Turistlerin yapıcılar grubundaki düzeyi arttıkça kötü beslenme alışkanlığı azalmaktadır. Yapıcılar grubunu oluşturan turistler, lüks ürün tüketimi yerine pratik ve besleyici olan ürünleri tüketmeyi tercih etmektedirler (Bakhtadze, 2018: 245). Yenilikçiler alt boyutu ile kötü beslenme alışkanlığı arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki vardır. Turistlerin yenilikçiler grubundaki düzeyi arttıkça kötü beslenme alışkanlığı da artmaktadır. Yenilikçiler grubunu oluşturan turistler, sınırsız kaynakları olması nedeniyle satın alma miktarları yüksek bireylerdir. Zevklerini yansıtmak, karakterlerinin ve bağımsızlıklarının ifadesi olarak imajlarını göstermeyi tercih ederler. Dolayısıyla gıda ürünlerini buna göre seçtikleri söylenebilir (Mothersbaugh ve Hawkins, 2016: 430). Başarılar alt boyutu ile kötü beslenme alışkanlığı arasında negatif yönlü zayıf bir ilişki vardır. Turistlerin başarılar grubundaki düzeyi arttıkça kötü beslenme alışkanlığı da azalmaktadır.

Başaranlar grubunda yer alan turistler için imaj önemli olduğundan, çevrelerine de başarılarını yansıtabilecek, güvenilir ve kaliteli gıda ürünlerini tercih etmektedirler (Hamşioğlu, 2015: 23). Hayatta Kalanlar alt boyutu ile kötü beslenme alışkanlığı arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki vardır. Turistlerin hayatta kalanlar grubundaki düzeyi arttıkça kötü beslenme alışkanlığı da artmaktadır. Hayatta kalanlar grubunu oluşturan turistler, günlük ihtiyaçlarını dahi karşılayacak yeterli gelire sahip olmadıkları için yeterli ve dengeli beslenme davranışı gerçekleştirmezler (Khan, 2006: 22). Bu özellikler göz önünde tutulduğunda, deneyimciler, inananlar, yapıcılar, yenilikçiler, başaranlar ve hayatta kalanlar gruplarında yer alan turistler ile kötü beslenme alışkanlığı ilişkisi anlam bakımından örtüşebilir.

ALTINCI BÖLÜM

SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırmanın bulguları ışığında ortaya çıkan sonuçlara yukarıda yer verilmiştir. Bu sonuçlardan yola çıkılarak işletmeler ve pazarlama araştırmacıları ile bu alanda akademik çalışma yapan araştırmacılar için birtakım öneriler geliştirilmiştir.

Beslenme sürecine etki eden etmenlerden biri, bireylerin farklı yaşam tarzlarıdır. Yaşam tarzı bir tüketim alışkanlığıdır ve bireylerin nasıl yaşadığı, neye göre satın aldığı ile ilgilidir. Bireyin kişiliği, aile, sosyal çevre, yaşadığı yer ve kültür gibi birçok faktörden etkilenir ve bireyi belirli bir yaşam tarzına yönlendirmektedir. Bu doğrultuda, bireyler kendi yaşam tarzı ile paralel ürünleri tercih etmektedirler. Dolayısıyla bireyler, o ürünü belli bir yaşam tarzı ile bütünleştirirler. Bireyin cinsiyet, yaş, medeni durum gibi sadece sosyo-demografik özelliklerini göz önünde bulundurmak, tüketiciler hakkında eksik bilgi sahibi olmayla ve bunun neticesinde de potansiyel hedef kitlenin ıskalanmasıyla sonuçlanabilmektedir.

Çalışmada; Muğla'yı ziyaret eden yabancı turistlerin yaşam tarzları ile restoranlarda sağlıklı beslenme davranışları arasındaki ilişkiyi belirlemek amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, Muğla ilini ziyaret eden yabancı turistlerin yaşam tarzlarına ve restoranlarda sağlıklı beslenme davranışına ilişkin görüşleri analiz edilerek yaşam tarzı ile restoranlarda sağlıklı beslenme davranışları arasındaki ilişki ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Muğla'yı ziyaret eden turist sayısının Covid-19 pandemi sürecinde kısıtlanmasıyla birlikte katılımcılardan elde edilen 332 anket formu değerlendirilmiştir.

Çalışmaya katılan bireylerin yaşam tarzı grupları deneyimciler, çabalayanlar, inananlar, düşünürler, yapıcılar, yenilikçiler, başaranlar ve hayatta kalanlar şeklinde 8 grupta toplanmaktadır.

Yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarından çabalayanlar, yenilikçiler ve hayatta kalanlar, katılımcıların cinsiyet durumuna göre farklılık göstermektedir. Buna göre çabalayanlar, yenilikçiler ve hayatta kalanlar alt boyutunda kadın katılımcıların ortalaması erkek katılımcıların ortalamasından daha yüksektir. Bu boyutlarda yer alan

bireyler genellikle modayı sever, yeniklere açıktır ve gösterişçi tüketime yönelimi vardır.

Yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarından çabalayanlar, düşünürler, yapıcılar ve başaranlar, katılımcıların yaş durumuna göre farklılık göstermektedir. Buna göre çabalayanlar, düşünürler, yapıcılar ve başaranlar alt boyutlarında genç katılımcılar, orta ve ileri yaş gruplarına olanlara oranla daha fazla olduğu görülmüştür. Genel olarak bu boyutlarda yer alan bireyler eğlenceyi seven, hayattan keyif alan, tüketimi sosyalleşme olarak gören ve değişime kolay adapte olabilen bireylerdir.

Yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarından deneyimciler, çabalayanlar, inananlar, düşünürler ve başaranlar, katılımcıların medeni durumuna göre farklılık göstermektedir. Buna göre, deneyimciler, çabalayanlar, inananlar, düşünürler ve başaranlar alt boyutunda ise bekar katılımcıların ortalaması evli katılımcıların ortalamasından daha yüksek çıkmıştır. Bu yaşam tarzına sahip bireyler genellikle genç ve dinamiktirler. Başarı ve paraya önem verirler.

Sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin alt boyutlarından olumlu beslenme alışkanlığı ve beslenme hakkında bilgi boyutları bakımından ortalamalar, katılımcıların cinsiyet durumuna göre farklılık göstermektedir. Buna göre, olumlu beslenme alışkanlığı ve beslenme hakkında bilgi alt boyutundaki kadın katılımcılar erkek katılımcılara göre daha yüksektir. Genel olarak bakıldığında kadınlar, erkeklere göre daha fazla sağlıklı beslenmeye verdikleri önem vermektedirler. Kadınlar, doğal ve ev yapımı ürünleri tercih etmede, yiyeceklerin sağlıklı pişirilmesi ve saklanması konusunda erkeklere göre daha özen gösterdiği söylenebilir.

Sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin alt boyutlarından olumlu beslenme alışkanlığı ve kötü beslenme alışkanlığı boyutları, katılımcıların yaş durumuna göre farklılık göstermektedir. Buna göre olumlu beslenme alışkanlığı grubunda orta ve ileri yaş grubunun genç yaş grubuna oranla daha fazla olumlu beslenme alışkanlığı grubunda olduğu görülmüştür. Kötü beslenme alışkanlığı grubunda orta ve ileri yaş grubunun nispeten genç yaş grubuna oranla daha fazla kötü beslenme alışkanlığı grubunda olduğu ortaya konmuştur. Orta ve ileri yaş grubundaki bireyler sağlıklı beslenme konusunda genç tüketicilere göre daha bilinçlidirler. Ayrıca genç bireyler

vegan, vejetaryen, çiğ (raw) ve ketojenik beslenme gibi farklı beslenme alışkanlıklarına daha kolay eğilim göstermektedirler.

Sağlıklı beslenme davranışı ölçeğinin alt boyutlarından olumlu beslenme alışkanlığı ve kötü beslenme alışkanlığı boyutları, katılımcıların medeni durumuna göre farklılık göstermektedir. Buna göre, olumlu beslenme alışkanlığı ve kötü beslenme alışkanlığı boyutunda evli katılımcıların ortalaması bekar katılımcıların ortalamasından daha yüksek çıkmıştır. Kadınların iş hayatında daha fazla katılmasıyla daha pratik ürünlere yönelim söz konusudur. Bununla birlikte, evli olan bireylerin evliliğin vermiş olduğu düzenle beraber bekâr olanlara göre daha fazla sağlıklı beslenme alışkanlığına sahiptir.

Yapıcılar ve başarılar alt boyutu ile olumlu beslenme alışkanlığı arasında negatif yönlü zayıf bir ilişki vardır. Hayatta Kalanlar alt boyutu ile olumlu beslenme alışkanlığı arasında ise pozitif yönlü zayıf bir ilişki vardır. Bu boyutlarda yer alan bireyler yerel ve aşına oldukları ürünleri tüketerek risk almaktan kaçınırlar. Belirli bir beslenme alışkanlıkları vardır. Yoğun iş hayatına sahip olan bireyler ise hayatını kolaylaştıracak alternatif ürünleri tercih edebilirler.

Deneyimciler, inananlar, düşünürler ve yenilikçiler alt boyutu ile beslenme hakkında bilgi arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki vardır. Bu gruplarda yer alan bireyler, yeniliklere açık, çok yönlü, araştırmayı ve kendilerini geliştirmeyi seven bireylerdir. Başarılar alt boyutu ile beslenme hakkında bilgi arasında negatif yönlü zayıf bir ilişki vardır. Başarılar grubunu oluşturan bireyler ise genellikle çok yoğun yaşamları olduğundan zaman kazandıracak ve imajlarını koruyacak ürünleri tüketirler. Dolayısıyla gıdaların besleyici özelliğinden ziyade nasıl fayda sağlayacakları ile ilgilenirler.

Deneyimciler, yapıcılar ve başarılar alt boyutu ile kötü beslenme alışkanlığı arasında negatif yönlü zayıf bir ilişki vardır. Bu boyutlarda yer alan bireyler gelirlerinin önemli bir bölümünü beslenme ve sosyalleşmeye harcarlar. Başarılarını yansıtabilecek, güvenilir, kaliteli, pratik ve besleyici olan ürünleri tercih ederler. İnananlar, yenilikçiler ve hayatta kalanlar alt boyutu ile kötü beslenme alışkanlığı arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki vardır. Bu boyutlarda yer alan bireyler zevklerini

ve imajlarını yansıtan ürünlere yönelirler. Aynı zamanda, kısıtlı kaynağa sahip olan bireyler, yeterli ve dengeli beslenme davranışına sahip değildirler.

Araştırmanın bulguları ışığında ortaya çıkan sonuçlara yukarıda yer verilmiştir. Bu sonuçlardan yola çıkılarak işletmeler ve pazarlama araştırmacıları ile bu alanda akademik çalışma yapan araştırmacılar için birtakım öneriler geliştirilmiştir.

Sektöre Yönelik Öneriler

Araştırma, sağlıklı ürün ve hizmet sunan büyük ya da küçük tüm işletmeler için bir turist beslenme davranışı örneği olarak değerlendirilebilir. İşletmeler mevcut veya potansiyel müşterileri için benzer bir çalışma gerçekleştirerek sağlıklı ürün ve hizmet arzlarını çeşitlendirebilir, turist profiline uygun özelleştirebilir, mevcut müşterilerini daha iyi tanımanın avantajından yararlanarak daha karlı bir takım yönetim kararları alabilir veya daha efektif pazarlama stratejileri oluşturabilirler.

Yaşam tarzı kavramı son zamanlarda tüketim ve pazarlama alanlarında yer bulmaktadır. Bu kavram tüketicilerin nasıl yaşadığıyla, ilgi alanların neler olduğu, nelere daha yatkın olduğu kısaca nasıl yaşamak istediklerinin ya da yaşadıklarının yansımalarıdır. Yaşam tarzı tüketicinin kişiliğinin bir parçası olarak tüketim davranışını ve yöntemini etkilemektedir. Dolayısıyla, işletmeler tarafından turistlerin farklı yaşam tarzlarının tespit edilmesi onlara sunulacak ürün ve hizmetlerin daha rahat belirlenmesini sağlayacaktır.

Bu araştırma Muğla ilini ziyaret eden yabancı turistler ile gerçekleştirilmiştir. Sektör araştırmacıları sağlıklı ürün veya hizmet sunan bir işletmenin mevcut müşterileri ile aynı değişkenler ile benzer araştırmalar gerçekleştirebilirler. Böylece işletmenin mevcut müşterilerinin yaşam tarzları ve sağlıklı beslenme davranışı ile ilgili algılarının yanı sıra, onların beslenme süreçlerinde hangi psikolojik, sosyolojik, kişisel, ekonomik veya pazarlama çabası unsurlarından ne ölçüde etkilendikleri ve beslenme davranışı süreçlerine nasıl etki ettiği gibi pazarlama stratejisine olumlu katkı sağlayacak veriler elde edilebilir.

Akademiye Yönelik Öneriler

Araştırmanın yaşam tarzı ve sağlıklı beslenme davranışına ilişkin bulguları her bir yaşam tarzından turistlerin sağlıklı beslenme davranışına ışık tutmaktadır. Benzer

araştırmaların farklı örneklem grupları ile yapılması bu yaşam tarzı boyutlarından olan turistlerin tkretim Şekillerinin daha net anlaşılmasına katkı sağlayacaktır. Aynı Şekilde yaşam tarzı ve sağlıklı beslenme davranışı ilişkisinin daha derinlemesine incelendiği çalışmalar söz konusu ilişkinin daha net anlaşılmasını sağlayacaktır. Araştırma sadece belirli bir bölgeyi kapsamaktadır. Farklı kültüre sahip bölgelerde yaşam tarzları ve sağlıklı beslenme davranışı farklılaşabilir. Dolayısıyla benzer değişkenler ile farklı alanda çalışmanın yapılması sağlıklı beslenme davranışına farklı bir bakış açısı kazandıracadığı düşünülmektedir.



KAYNAKÇA

- ACKARD**, Diann M., Croll. Jillian K. ve Kearney-Cooke, Ann (2002). “Dieting Frequency Among College Females: Association With Disordered Eating, Body İmage, and Related Psychological Problems”, **Journal of Psychosomatic research**, 52(3), 129-136.
- AHUVIA**, Aaron, Carroll Barbara ve Yang, Yi (2006). “Consumer Culture Theory and Lifestyle Segmentation”, **Innovative Marketing**, 2(4), 33-43.
- AKISKAL**, Hagop S. ve Mallya, Gopinath (1987). “Criteria For The Soft Bipolar Spectrum: Treatment İmplications”, **Psychopharmacology Bulltein**, 23(1), 68-73.
- AKTURAN**, Ulun (2009). “Tüketicilerin Cinsiyetlerine İlişkin Olarak İçgüdüsel Alışveriş Eğilimlerindeki Farklılıkların Belirlenmesi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Pilot Bir Araştırma”, **Yönetim Dergisi**, 20(64), 62-77.
- ALAUNYTE**, Ieva, Perry John L. ve Aubrey, Tony (2015). “Nutritional Knowledge and Eating Habits of Professional Rugby League Players: Does Knowledge Translate into Practice?”, **Journal of the International Society of Sports Nutrition**, 12(1), 18.
- ALPAR**, Reha (2011). **Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler** (Üçüncü Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- ALPAR**, Reha (2016). **Uygulamalı İstatistik ve Geçerlik-Güvenirlik**, Ankara: Detay Yayıncılık.
- ALTINTAŞ**, M. Hakan (2005). “Türk Üniversite Öğrencileri ile Ebeveynlerinin Tüketici Olarak Önem Verdiği Değerler ve Diğer Ülke Tüketicileri ile Karşılaştırılması”, **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 6(2), 1-14.
- ANDONOVA**, Albena (2014). “Information and Awareness of The Students' Healthy Eating”, **Trakia Journal of Sciences**, 12(1), 362-366.
- ARICA**, Şükran Çakır, Güreş Nuriye ve Arslan, Seda (2016). “Tüketicilerin Sağlıklı Beslenmeye Yönelik Tutumlarının İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma”, **Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi**, 20(2), 99-110.
- ARMSTRONG**, Gary, Kotler Philip ve Opresnik, Marc Oliver (2017). **Marketing An Introduction**. 13th global edition, Auflage: Pearson Education Limited, 163-176.
- ARNOULD**, Erik J, Price, Linda ve Zinkhan, M. George (2004). **Consumers**, Boston: Mc Graw- Hill/Irwin.
- ARSLAN**, Saniye Aydoğan, Daşkapan, Arzu ve Çakır, Biriz (2016). “Üniversite Öğrencilerinin Beslenme ve Fiziksel Aktivite Alışkanlıklarının Belirlenmesi”, **TAF Preventive Medicine Bulletin**, 15(3), 171-180.
- ASAN**, Tezer, Ekşi Füsün, Doğan Aydın ve Ekşi, Halil (2008). “Bireysel Değerler Envanteri'nin Dilsel Eşdeğerlik Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması”, **Eğitim Bilimleri Dergisi**, 27(27), 15-38.
- AYDIN**, Kenan (2007), **Uluslararası ve Küresel Pazarlamada Kültürel Etkiler**, 2.Baskı, Nobel Yayın Dağıtım: İstanbul
- AYDIN**, Nurşen (2019). “Sağlığın Teşviki ve Geliştirilmesi”, **Karadeniz Sağlık Bilimleri Dergisi**, 2(1), 21-29.
- BAKHTADZE**, Ekaterine (2018). **Georgian Consumers' Behavior in Tourism and Market Segmentation Vals System**. Globalization and Business. No: 5

- BALTACI**, Ali (2018). "Nitel Araştırmalarda Örnekleme Yöntemleri ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme", **Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 7(1), 231-274.
- BATES**, Kenneth, Burton Scot, Howlett, Elizabeth ve Huggins, Kyle (2009). "The Roles of Gender and Motivation as Moderators of the Effects of Calorie and Nutrient Information Provision on Away-from-Home Foods". **Journal of Consumer Affairs**, 43(2), 249-273.
- BATMAZ** Hilal ve Güneş Fatma Esra. (2019). "Yetişkinler için Beslenme Bilgi Düzeyi Ölçeği Geliştirilmesi ve Geçerlik-Güvenirlik Çalışması". 1.Uluslararası Aktif Yaşlanma ve Kuşaklar Arası Dayanışma Kongresi; İstanbul.
- BAUER**, Jan Michael ve Reisch, A. Lucia (2019). "Behavioural Insights and (Un)healthy Dietary Choices: A Review of Current Evidence", **Journal of Consumer Policy**, 42(1), 3-45.
- BAY**, Tuğba ve Ergün, Ayşe (2019). "Uyku ve Yaşam Tarzı Anketinin Geçerlik ve Güvenirliği", **Journal of Turkish Sleep Medicine**, 3, 74-79.
- BAYRAKTAR**, Süheyla (2010). "Tüketicilerin Sağlıklı Yaşam Tarzını Benimseme Düzeyleri ile Demografik Özellikleri ve Spor Hizmetleri Satın Almaları Arasındaki İlişki", Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli.
- BAYSAL**, Ayşe (1993). "Gençliğin Belenme Sorunları", **Aile ve Toplum Dergisi**, 1(3), 97-108.
- BAYSAL**, Ayşe (2002). **Beslenme**, Ankara: Hatipoğlu Yayınları.
- BAYSAL**, Ayşe (2011). **Beslenme**, Ankara: Hatiboğlu Yayıncılık.
- BAYSAL**, Ayşe (2012). **Beslenme**, Ankara: Hatiboğlu Yayınevi.
- BEKAR**, Aydan ve Gövce, A. Metehan (2015). "Tüketicilerin Gıda Satın Alma Davranışları ile Yaşam Tarzı İlişkisi", **The Journal of International Social Research**, 8(36), 946-957.
- BELCH**, A. Michael (1982). "A Segmentation Strategy for the 1980's: Profiling the Socially-Concerned Market Trough Life-Style Analysis", **Journal of the Academy of Marketing Science**, 10(4), 345-358.
- BERGER**, Arthur Asa (2007). **Media and Society: A Critical Perspective**, Newyork: Rowman and Littlefield Publishers.
- BEYHAN**, Yasemin ve Taş, Vahide (2019). "Mental Sağlık ve Beslenme", **Zeugma Sağlık Araştırmaları Dergisi**, 1 (1), 30-35.
- BOURDİEU**, Pierre. (1984). "Espace social et genèse des" classes", **Actes de la Recherche en Sciences Sociales**, 52.(1), 3-14.
- BOZHÜYÜK**, Ali, Özcan Sevgi, Kurdak Hatice, Akpınar Ersin, Saatçı Esra ve Bozdemir, Nafiz (2012). "Sağlıklı Yaşam Biçimi ve Aile Hekimliği", **Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care**, 6(1), 13-21.
- BRONFENBRENNER**, Urie ve Morris, Pamela (2006). **The Bioecological Model of Human Development. Theoretical Models of Human Development** (5 ed). R. M. Lerner, and W. Damon (Eds.), Handbook of child psychology in (793-828). New York: Wiley.
- BUCAK**, Turgay (2017). **Gastronomi ve Yeni Beslenme Eğilimleri**, M. Sarıışık, (Ed.), Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi, İçinde (99-123), Ankara: Detay Yayıncılık.

- BURGER**, M. Jerry (2006). **Kişilik**, Çev.: Erguvan Sarioğlu, İ. D., İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- BÜYÜKÖZTÜRK**, Şener (2007). **Veri Analizi El Kitabı**, Ankara: Pegem Ak.
- CAN**, Abdullah (2014). **SPSS’le Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi**, Ankara: Pegem Akademi.
- CAN**, Polat. (2006). “**Yaşam Tarzlarının Satın Alma Karar Süreci üzerindeki Rolüne İlişkin bir Araştırma**”. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- CĂTĂLÎN**, Munteanu Claudiu ve Andreea, Pagalea (2014). “Brands as a mean of consumer self-expression and desired personal lifestyle”. **Procedia Social and Behavioral Sciences**, 109, 103-107.
- CENGİZ**, Hakan. (2014). “**Gönüllü Sade Yaşam Davranışının Ölüm Tüketimi Davranışına Yönelik Tutumlar Üzerine Etkisi: Türk ve Amerikan Kültürleri Arasında Bir Karşılaştırma**”. (Doktora Tezi) Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- CHANEY**, David (1999). **Yaşam Tarzları**, Çev., İrem Kutluk, Ankara: Dost Kitabevi.
- CHEN**, Kee Kuo (2014). “Assessing the Effects of Customer Innovativeness, Environmental Value and Ecological Lifestyles on Residential Solar Power Systems Install Intention”, **Energy Policy**, 67, 951-961.
- CHEN**, Mei-Fang (2009). “Attitude Toward Organic Foods Among Taiwanese as Related to Health Consciousness, Environmental Attitudes, and the Mediating Effects of a Healthy Lifestyle”, **British Food Journal**, 111(2), 165-178.
- CHEN**, S. Joseph, Huang Yu-Chih ve Cheng, Jen-Son (2009). “Vacation Lifestyle and Travel Behaviors”, **Journal of Travel and Tourism Marketing**, 26(5-6), 494-506. <https://doi.org/10.1080/10548400903163038>
- CHOİ**, Jinkyung ve Zhao, Jinlin (2010). “Factors Influencing Restaurant Selection in South Florida: Is Health Issue One of the Factors Influencing Consumers Behavior When Selecting a Restaurant?”, **Journal of Foodservice Business Research**, 13(3), 237-251.
- CLEAVER**, Megan, Green B. Christine ve Muller, Thomas (2000). “Using Consumer Behavior Research to Understand the Baby Boomer Tourist”, **Journal of Hospitality and Tourism Research**, 24(2), 274-287.
- CLOHESSY**, Sophie, Walasek Lukasz ve Meyer, Caroline (2019). “Factors Influencing Employees' Eating Behaviours in the Office Based Workplace: A Systematic Review”, **Obesity Reviews**, 20(12), 1771-1780.
- COŞKUN**, Recai, Altunışık Remzi, Bayraktaroğlu Serkan ve Yıldırım, Engin (2015). **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı**, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- CRİTES**, Contact S. L. ve Aikman, N. Shelley (2005). “Impact of Nutrition Knowledge on Food Evaluations”, **European Journal of Clinical Nutrition**, 59(10), 1191-1200.
- CROLL**, Jillian K. (2001). “Healty eating: What Does It Man to Adole Scents?”, **Journal of Nutrition Education**, 33(4), 193-198.
- ÇAKICI**, A. Celil ve Yıldız, Erşan (2017). “Restoran Müşterilerinin Sağlık Bilincinin Sağlıklı Yeme Davranışına Etkisi”, **Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi**, 8(1), 1-22.
- ÇELİK**, Cafer (2004). **Yaşa ve İşe Göre Beslenme**, İstanbul: Çelik Yayınevi.
- ÇELİK**, Sabahattin (2008). “Tüketicilerin Satın Alma Davranışına Etki Eden Yaşam Tarzı Faktörleri ile Otomobillerin Hazsal ve Faydacı Özelliklerinin Tercihi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, **Öneri Dergisi**, 8, 139-154.

- ÇETİNKAYA**, Vahide (2019). “**Tüketicilerin Restoranlarda Sağlıklı Beslenme Davranışlarının Belirlenmesi**”, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- DARMON**, Nicole ve Drewnowski, Adam (2008). “Does Social Class Predict Diet Quality? The American”, **Journal of Clinical Nutrition**, 87(5), 1107-1117.
- DE RİDDER**, Denise, Kroese Floor, Evers Catharine, Adriaanse Marieke ve Gillebaart, Marleen (2017). “Healthy diet: Health Impact, Prevalence, Correlates, and Interventions”, **Psychology and Health**, 32(8), 907-941.
- DEMİR**, Özden ve Çamlı Özgül (2011). “Öğretmenlik Uygulaması Dersinde Uygulama Okullarında Karşılaşılan Sorunların Sınıf ve Okul Öncesi Öğretmenliği Öğrenci Görüşleri Çerçevesinde İncelenmesi: Nitel Bir Çalışma”, **Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, 24(1), 117-139.
- DEMİREZEN**, Esmâ ve Coşansu, Gülhan (2005). “Adölesan Çağı Öğrencilerde Beslenme Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi”, **Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi**, 12(8), 174-178.
- DEMİRKOL**, Şehnaz (2004). **Yiyecek-İçecek İşletmeleri**, Sakarya: Değişim Yayınları.
- DERİN**, Didem Önay, Keskin Selin ve Çelikörs, Dilek (2015). “Konya İl Merkezinde Çalışan Bazı Kamu Memurlarının Beslenme Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma”, **Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi**, 4(3), 421-439.
- Dİ DANIELE**, Nicola (2019). “The Role of Preventive Nutrition in Chronic Non-Communicable Diseases”, **Nutrients**, 11(5), 1074.
- DİNÇER**, Ömer (2004), **Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası**, İstanbul: 7.Baskı, Beta Basım Yayın.
- DOBSON**, Annette, Poteus, S., Mc Elduff, D. ve Alexander, H. (1997). “Dietary Trends: Estimates From Food Supply and Survey Data”, **European Journal of Clinical Nutrition**, 51(3), 193-198.
- DÖLEKOĞLU**, Celile Özçiçek ve Yurdakul, Oğuz (2004). “Adana İlinde Hane Halkının Beslenme Düzeyleri ve Etkili Faktörlerin Logit Analizi ile Belirlenmesi”, **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi**, 4(8), 62-86.
- DÖNMEZLER**, Sulhi (1978). **Sosyoloji**, Ankara: Savaş Yayınevi.
- EKE**, Beğlü (1987). “Bir Sosyal Sınıf Belirleyicisi Olarak Meslek Faktörü”, **İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası**, 43(1), 377-401.
- ERCİŞ**, Aysel, Ünal Sevtap ve Can, Polat (2007). “Yaşam Tarzlarının Satın Alma Karar Süreci Üzerindeki Rolü”. **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 21(2), 281-311.
- ERCİŞ**, Aysel, Ünal Sevtap ve Can, Polat (2008). “Tüketicileri Yaşam Tarzları ve Beyaz Eşya Satın Alma Karar Süreçleri Açısından Alt Gruplara Ayırmaya Yönelik Bir Araştırma”, **Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi**, 22, 35-49.
- ERDAL**, Murat (2001). “Yaşam Tarzı Analizi ve Psikografik”, **Pazarlama Dünyası**, 15(5), 36-42.
- EROĞLU**, Feyzullah (2010). **Davranış Bilimleri**, İstanbul: (10.Baskı). Beta.
- ESPINOZA-ORTEGA**, Angélica, Martínez-García Carlos Galdino, Thomé-Ortiz Humberto ve Vizcarra-Bordi, Ivonne (2016). “Motives for Food Choice of Consumers in Central Mexico”, **British Food Journal**, 11(118), 2744-2760.
- EVANS**, M., Jamal, A. ve Foxall, G. (2006). **Consumer Behaviour**, England: John Willey ve Sons Ltd.

- FEATHERSTONE**, Mike (2005). **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü** (Çev. M. Küçük). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- FIRAT**, Deniz (2006). "Farklı Yaşam Tarzındaki Tüketicilerin Satın Aldıkları Otomobil Markaları Birbirinden Farklı Mıdır?", **Pazarlama Dünyası Dergisi**, 1, 92-96.
- FİŞHER**, Jennifer Orlet, Mitchell, C. Diane, Smiciklas-Wright, Helen ve Birch, Leann Lipps (2002). "Parental Influences on Young Girls' Fruit and Vegetable, Micronutrient, and Fat Intakes", **Journal of the American Dietetic Association**, 102(1), 58-64.
- FURST**, Tanis ve diğerleri (1996). "Food choice: A Conceptual Model of 18 the Process", **Appetite**, 26(3), 247-266.
- GAESSER**, A. Glenn (1999). "Thinness and Weight Loss: Beneficial or Detrimental to Longevity"?, **Medicine and Science in Sports and Exercise**, 31(8), 1118-1128.
- GARİBAĞAOĞLU**, Muazzez, Budak Nurten, Öner Naci, Sağlam, Özge ve Nişli, Kemal (2006). "Üç Farklı Üniversitede Eğitim Gören Kız Öğrencilerin Beslenme Durumları ve Vücut", **Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi**, 22, 35-49.
- GEANEY**, Fiona, Marrazzo Jessica Scotto, Kelly Clare, Fitzgerald P. Anthony, Harrington M. Janas, Kirby Ann ve Perry, J. Ivan (2013). "The Food Choice at Work Study: Effectiveness of Complex Workplace Dietary Interventions on Dietary Behaviours and Dietrelated Disease Risk-Study Protocol For a Clustered Controlled Trial", **Trials**, 14(1), 1-15.
- GENÇTAN**, Engin (2004). **Psikanaliz ve Sonrası**, İstanbul: Metis Yayınları.
- GEORGE**, Darren ve Paul Mallery (2016). **IBM SPSS Statistics 23 Step by Step: A Simple Guide and Reference Second Edition**, 14. Baskı, New York ve Londra: Taylor and Francis.
- GÖKTAŞ**, Bora ve İnci Erdoğan Tarakçı (2018). "Bir Tutundurma Aracı Olarak Reklamın Sosyal Medyada Uygulamalarına Yönelik Bir Araştırma: Instagram Örneği", **Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi**, 2(3), 50-67.
- GÖKTAŞ**, Bora ve Tarakçı, İ. Erdoğan (2018). "Yaşam Tarzlarının Satın Alma Kararları Üzerindeki Etkisi: Karşılaştırmalı Bir Alan Araştırması", (Editörler: Abidin Temizer ve Yaşar Baytal), **Sosyal Bilimlerde Yeni Yönelimler**, 15, 325-357.
- GÜLEÇ**, Mahir, Yabancı Nurcan, Göçgeldi Ercan ve Bakır, Bilal (2008). "Ankara'da İki Kız Öğrenci Yurdunda Kalan Öğrencilerin Beslenme Alışkanlıkları", **Gülhane Tıp Dergisi**, 50(2), 102-109.
- GÜNER**, Ayşe Gökçe (2014). "**Tüketici Kültürü Çerçevesinde Yaşam Tarzının Önemi ve Marka Tercihi: Bir Araştırma**". (Yüksek lisans tezi). Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- GÜRBÜZ** Sait ve Şahin Faruk (2018). **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**, İstanbul: Seçkin Yayıncılık.
- GÜRSEL**, Nimet, Selhan Özbey ve Pınar Güzel (2016). "Öğretim Elemanlarının Sağlıklı Yaşam Biçimi Davranışları ve Yaşam Kalitesi", **International Journal of Social Science Research**, 5(2),10-25.
- HAİR**, Joseph, Black, William, Babin, Barry ve Anderson, Rolph, (2014). Pearson new international edition. **Multivariate Data Analysis**, 7. Basım. Pearson Education Limited Harlow, Essex.
- HAMŞIOĞLU**, Buğra. (2015). "Fast Food Ürünleri Satın Alan Tüketicilerin Yaşam Tarzlarını Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama", **Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi**, 1(11), 17-34.

- HAMULKA**, Jadwiga, Wadolowska Lidia, Hoffmann Monika, Kowalkowska Joanna ve Gutkowska, Krystyna (2018). "Effect of an Education Program On Nutrition Knowledge, Attitudes Toward Nutrition, Diet Quality, Lifestyle, and Body Composition in Polish Teenagers. The ABC of healthy Eating Project: Design, Protocol, and Methodology", **Nutrients**, 10(10), 1439.
- HİZA**, A. B. Hazel, Koegel, L. Kristin ve Pannucci, E. TusaRebecca (2018). "Diet Quality: The Key to Healthy Eating", **Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics**, 118(9), 1583-1585.
- HOLT**, B. Douglas (1997). "Poststructuralist Lifestyle Analysis: Conceptualizing the Social Patterning of Consumption in postmodernity", **Journal of Consumer research**, 23(4), 326-350.
- HONG**, Yun Hwa, Lee Eun Hee, Lim Hyun Sook and Chyun, Jong Hee (2015). "Dietary Habits and the Perception and Intake of Health Functional Foods in Male Office Workers by Age", **Journal of the East Asian Society of Dietary Life**, 25(2), 340-351.
- HOSNİ**, Hanin, Periklis, Drakos ve Baourakis, George (2017). "Consumers Attitude Towards Healthy Food: "Organic and Functional Foods", **International Journal of Food and Beverage Manufacturing and Business Models**, 2(2), 85-100.
- HOYER**, Wayne ve MacInnis, Deborah (2008). **Consumer Behavior**, 5th edition. South-Western: 380.
- INSEL**, Paul, Ross Don, McMahon, Kimberley ve Bernstein, Melissa (2013). **Discovering nutrition**, 4th ed. Burlington: Jones and Bartlett.
- İSLAMOĞLU**, A. Hamdi ve Altunışık, Remzi (2008). **Tüketici Davranışları**. İstanbul: Beta Yayınevi.
- İSLAMOĞLU**, Ahmet Hamdi (2003), **Tüketici Davranışları**, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- İSLAMOĞLU**, Ahmet Hamdi ve Alınçık, Ümit (2014). **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**, İstanbul: Beta Yayınevi.
- İŞLEROĞLU**, Hilal, Dirim, Safiye Nur ve Ertekin, Figen Kaymak (2009). "Glüten içermeyen, Hububat Esaslı Alternatif Ürün Formülasyonları ve Üretim Teknolojileri", **Gıda**, 34(1), 29-36.
- JOHANSEN**, Anette, Rasmussen Søren ve Madsen, Mette (2006). "Health be Haviouramongadoles Cents in Denmark: Influence of School Class and İndividual Risk Factors", **Scandinavian Journal of Public Health**, 34(6), 32-40.
- JONES**, S. Cathleen (2009). "Taking Up Space? How Customers React to Health Information and Health Icons on Restaurant Menus", **Journal of Food Service Business Research**, 12(4), 344-363.
- KACHAN**, Diana, Lewis E. John, Davila P. Evelyn, Arheart L. Kristopher, LeBlanc G. William, Fleming, E. Lora ve Lee, J. David (2012). "Nutrient İntake and Adherence to Dietary Recommendations Among US Workers", **Journal of occupational and Environmental Medicine**, 54(1), 101-105.
- KAHLE**, Lynn ve Kennedy, Philip (1989). "Using the List of Values to Measure Consumers", **Journal of Consumer Marketing**, 6, 5-12.
- KAHLE**, R. Lynn, Beatty, E. Seharon ve Homer, Pamela (1986). "Alternative Measurement Approaches to Consumer Values: The List of Values (LOV) and Values and Life Style (VALS)", **Journal of Consumer Research**, 13(3), 405-409.
- KALAYCI**, Ş. (2009). **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri**, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

- KALAYCI**, Şeref (2014). **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri**, Ankara: Asil Yayın Dağıtım. 6. Baskı.
- KALAYCI**, Şeref (2016). **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri**, (7. baskı), Ankara: Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti.
- KALBAKHANI**, Ebrahim. (2013) “Yaşam Tarzının ve Tüketici Etnosentrizminin Satın Alma Niyeti Üzerinde Etkisinin İncelenmesi: Erzurum’da Bir Uygulama”. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- KAN**, Adnan ve Akbaş, Ahmet (2005). “Lise Öğrencilerinin Kimya Dersine Yönelik Tutum Ölçeği Geliştirme Çalışması”, **Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, 1(2), 227-237.
- KARA**, Hanife. (2018). “Öğretmen Adaylarının Fiziksel Aktivite Düzeyleri ve Sağlıklı Yaşam Biçimi Davranışlarının Akademik Başarı ile İlişkisi”, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Karadeniz Teknik Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.
- KARABULUT**, E. Olcay ve Altun Meryem (2018). "Düzenli Olarak Spor Yapan ve Yapmayan Kadınların Sağlıklı Yaşam Biçimi Davranışlarının Farklı Değişkenler Bakımından İncelenmesi: Kırşehir İli Örneği", **Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi**, 19(1), 936-948.
- KARAÇOR**, Süleyman (2000). “Moderniteden Post Moderniteye Geçiş Sürecinde Kültürel Dönüşüm”, **Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 6, 59-67.
- KARAGÖZ**, Yalçın (2017). **Bilimsel Araştırma Yöntemi**, Ankara: Nobel.
- KARALAR**, Ridvan (2008). **Tüketici Davranışları**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- KAYA**, Kamil (2003). **Türk Toplumunun Yaşam Tarzı**, Isparta: Fakülte Kitabevi.
- KAYGUSUZ**, Özlem ve Gümüş Hüseyin (2021). "Çalışan Kadınlarda Boş Zaman Yönetimi ve Sağlıklı Yaşam Biçimi Davranışlarının İncelenmesi", **Türkiye Spor Bilimleri Dergisi**, 5(1), 45-53.
- KEARNY**, Mauro, Kearney James, Dunne Anthony ve Gibney, Mike (2000). “Sociodemographic Determinants of Perceived Influences on Food Choise İn a Nationally Representative Sample of Irish Adults”, **Public Health Nutr**, 3(2), 219-226.
- KESİC**, Tanja ve Piri-Rajh, Suncana (2003). “Market Segmentation on the Basis of Food-related Lifestyles of Croatian Families”, **British Food Journal**, 105(3), 162-174.
- KHAN**, Mahmood A. (1981) “Evaluation of Food Selection Patterns and Preferences”, **CRC Critical Reviews in Food Science and Nutrition**, 15(2), 129-153.
- KHAN**, Matin (2006). **Consumer behaviour and advertising management**, New Delhi: New Age International Ltd.
- KIEFER**, Ingrid, Rathmanner Theres ve Kunze, Michael (2005). “Eating and Dieting Differences in Men and Women”, **Journal of Men's Health and Gender**, 2(2), 194-201.
- KILIÇ**, Emine ve Şanlıer, Nevin (2007). “Üç Kuşak Kadının Beslenme Alışkanlıklarının Karşılaştırılması”, **Kastamonu Eğitim Dergisi**, 15(1), 31-44.
- KIM** Yeong Gug, Eves Anita ve Scarles, Caroline (2009).“Empirical Verification Of A Conceptual Model of Local Food Consumption at A Tourist Destination”, **International Journal of Hospitality Management**, 33, 484-489.

- KIM**, Donghee ve Jang SooCheong Shawn (2014). “Motivational Drivers For Status Consumption: A study of Generation Y consumers”, **International Journal of Hospitality Management**, 38, 39-47.
- KOCATEPE**, Demet ve Tırıl, Alpay (2015). “Sağlıklı Beslenme ve Geleneksel Gıdalar”, **Journal of Tourism and Gastronomy Studies**, 3(1), 55-63.
- KOCATEPE**, Demet ve Turan, Hülya (2012). “Su Ürünleri Alerjisi”, **Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi**, 3(2), 46-51.
- KOÇ**, Erdoğan (2007). **Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri: Global ve Yerel Yaklaşım**, Ankara: Seçkin Yayınevi.
- KODAMA**, Hiroko (2008). “Dietary Habits That Protect Children From Lifestyle-Related Diseases: From the Perspective of Dietary Education”, **Journal of the Japan Medical Association**, 136(12), 2361- 2365.
- KONGAR**, Emre (1971). “Toplumsal Değişme”, **Amme İdaresi Dergisi**, 4(1), 63-90.
- KONIUSZY**, Zuzanna Goluch, Rygielska Magda ve Nowacka, Ilona (2013). “Nutritional Status and Nutritional Habits of Men With Benign Prostatic Hyperplasia or Prostate Cancer–Preliminary Investigation”, **Scientiarum Polonorum Technol Aliment**, 12(3), 319-330.
- KONYAR**, H. (2000). “Tüketim Kulturunun Belirlediği Yeni Toplumsal Kimlikler”, **Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 6, 19-33.
- KOTLER**, Pihilip ve Armstrong, Gary (2005). **Principles of Marketing**, New Jersey: Prentice Hall.
- KOUMOUNDOUROU**, Gorgia, Tsaousis Ioannis ve Kounenou, Kalliope (2010). “Parental Influences On Greek Adolescents' Career Decision-Making Difficulties: The Mediating Role Of Core Self-Evaluations”, **Journal of Career Assessment**, 19(2), 165-182.
- KÖKSAL**, Orhan (2001). **Beslenmede Yağ ve Lipitler, Gıda ve Beslenme**, Kayseri: Erciyes Üniversitesi Matbaası.
- KRAUSE**, Corinna Grea, Beer-Borst Sigrid, Sommerhalder Kathrin, Hayoz, Stefanie ve Abel, Thomas (2018). “A short food literacy questionnaire (SFLQ) for adults: Findings from a Swiss validation study”, **Appetite**, 120, 275-280.
- KUTLUAY** Merdol (2017). “Beslenmeye Bağlı Kronik Hastalıkların Önlenmesinde Yeterli, Dengeli ve Sağlıklı Beslenmenin Önemi ve Temel İlkeler”, **Hastalıklarda Bitirme Tedavisi**, 1, 3-32
- KUTLUAY**, Merdol (2015). “Besin Öğelerinin Vücuttaki Fonksiyonlarına Genel Bakış: Yeterli, Dengeli ve Sağlıklı Beslenmenin Özellikleri”, T. Kutluay Merdol, (Ed.), **Temel Beslenme ve Diyetetik**, İçinde (23-56), Güneş Tıp Kitabevleri, Ankara.
- KUZBICKA**, Karolina ve Rachoń, Dominik (2013). “Bad eating Habits As The Main Cause of Obesity Among Children”, **Pediatric Endocrinology, Diabetes and Metabolism**, 19(3), 106-110.
- KÜÇÜK**, Uçar (2019). “Paramedik Öğrencilerinin Beslenme Durumları ve Etkileyen Faktörler”, **Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi**, 3(1), 1-10.
- KÜNYE**, Neslihan ve Parıltı Nurettin (2021). “Tüketicilerin Değer ve Yaşam Tarzları Üzerine Ölçek Geliştirme Çalışması”, **Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi**, 56(4), 2849-2873.

- LAKE**, J. Amelia, Staiger, K. Petra ve Glowinski, Huguetta (2000). "Effect of Western Culture on Women's Attitudes to Eating and Perceptions of Body Shape", **International Journal of Eating Disorders**, 27(1), 83-89.
- LANG**, Mark, Stanton John ve Qu, Yingdao (2014). "Consumers Evolving Definition and Expectations for Local Foods", **British Food Journal**, 116(11), 1808-1820.
- LAPPALINEN**, Raimo, Saba, A., Holm, Lotte , Mykkanen, H., Gibney, M. J. ve Moles, A. (1997). "Difficulties in Trying to Eat Healthier: Descriptive Analysis of Perceived Barriers for Healthy Eating", **European Journal of Clinical Nutrition**, 51(2), 36-40.
- LEE**, Christopher ve Kahle, Lynn R. (2019). "**Social Media and Values**," **Consumer Social Values**, England: Routledge.
- LEE**, Hyun-Joo, Lim Heejin, Jolly D. Laura ve Lee Jieun (2009). "Consumer Life Styles and Adoption of High-Technology Products: A Case of South Korea", **Journal of International Consumer Marketing**, 21(2), 153-167.
- LEE**, Kiwon, Conklin Martha, Cranage A. David ve Lee, Seoki (2014). "The Role Of Perceived Corporate Social Responsibility on Providing Healthful Foods and Nutrition Information With Health-Consciousness As A Moderator", **International Journal of Hospitality Management**, 37, 29-37.
- Lİ**, Shu-Chu Sarrina (2013). "Lifestyle Orientations and the Adoption of Internet-Related Technologies in Taiwan". **Telecommun**, 37, 639-650.
- LİN**, Fang-Yi. (2003). **An Analysis Of Hospitality Consumer Lifestyles İn The United States**, Texas Tech University, Phd Dissertation, Usa: Umi.
- LORINCZI**, Krisztian. (2008). The Effect Of Health Conscious Trends On Food Consumption. In 2008 International Congress, August 26-29, 2008, Ghent, Belgium, European Association Of Agricultural Economists.
- MADRAN**, Canan ve Kabakçı, Şahsenem (2002). "Tüketici Davranışını Etkileyen Bir Faktör Olarak Yaşam Tarzı: Çukurova Üniversitesinde Okuyan Kız Öğrencilerin Yaşam Tarzı Tiplerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", **Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 17(1), 81-94.
- MAGNUSSON**, Tomas (2001). "National Organic Standarts". **Alternative Agriculture News**, 78(7), 149-143.
- MAK**, H.N. Athena, Lumbers Margaret, Eves Anita ve Chang, Y. Richard (2012). "Factors Influencing Tourist Food Consumption", **International Journal of Hospitality Management**, 31(3), 928-936.
- MANN**, Jim ve Truswell, A. Stewart (2007). **Essentials of Human Nutrition**, Oxford University Press, New York: Online Resource Centre.
- MILLER**, Lisa M. Soederberg ve Cassidy, L. Diana (2015). "The Effects of Nutrition Knowledge on Food Label Use, A Review of the Literature", **Appetite**, 92, 207-216.
- MITCHELL**, Arnold (1992). **The VALS Typology**, (Edited by: Jack Nachbar ve Kevin Lause). Popular Culture: An Introductory Text. The University of Wisconsin Press, 245-261.
- MONROE**, T. Jessica (2015). "Mindful Eating: Principles and Practice", **American Journal of Lifestyle Medicine**, 9(3), 217-220.
- MORAES**, Jéssica Maria Muniz, Moraes César Henrique de Carvalho, Souza Altay Alves Lino de ve Alvarenga, dos Santos (2020). "Food Choice Motives Among Two Disparate Socioeconomic Groups in Brazil", **Appetite**, 155.

- MOTHERSBAUGH**, L. David ve **Hawkins**, I. David (2016). **Consumer Behavior: Building Marketing Strategy** (Thirteenth Edition). New York: McGraw-Hill Education.
- MOWEN**, C. John (1993). **Consumer Behavior**, New York: Macmillan Publishing Company.
- MUĞLA KÜLTÜR TURİZM BAKANLIĞI** (2020), <https://mugla.ktb.gov.tr/Eklenti/68302,ozetpdf.pdf?0> Erişim Tarihi: 13.06.2020
- NARAYANA**, N. V. V. S. (2009). "Development of Health Consciousness Scale", **Journal of Indian Health Psychology**, 3(2), 87-102.
- NAYLOR**, Gillian ve **Kleiser**, Susan Bardi (2002). "Exploring the Differences in Perceptions of Satisfaction Across Lifestyle Segments", **Journal of Vacation Marketing**, 8(4), 343-351.
- NERGİZ**, Hatice Güçlü (2017). **Gastronomi ve Sağlıklı Beslenme**, M. Sarıışık, (Ed.), **Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi**, İçinde (125-140), Ankara: Detay Yayıncılık.
- NİE**, Cong ve **Zepeda**, Lydia (2011). "Lifestyle Segmentation of Us Food Shoppers to Examine Organic and Local Food Consumption", **Appetite**, 57(1), 28-37.
- ODABAŞI**, Yavuz (2002). **Tüketici Davranışı**, İstanbul: MediaCat Yayınları.
- ODABAŞI**, Yavuz ve **Barış**, Gülfıdan (2002). **Tüketici Davranışları**, İstanbul: Mediacat Yayınları.
- ODABAŞI**, Yavuz ve **Barış**, Gülfıdan (2004). **Tüketici Davranışı**, İstanbul: Mediacat Yayınları
- ONUR**, Neslihan, **Sarper Fulya** ve **Onur**, Fatih (2017). "Farklı Sosyo-Ekonomik Düzeydeki Ailelerin Sebze-Meyve Tüketim Durumları", **Journal of Tourism and Gastronomy Studies**, 5(1), 105-123.
- ORÇAN**, Mustafa (2004). **Modern Türk Tüketim Kültürü**, Ankara: Kadim Yayınları.
- ÖNAL**, Gülten (2009). "Yeniliğe Karşı Tüketici Tepkisi ve Tüketicilerin Yenilikleri Benimseme Düzeyleri ile İlgili Isparta İline Yönelik Bir Uygulama", (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- ÖNDER**, Fatih Oğuz ve diğerleri (2000). "Gülveren Lisesi Son Sınıf Öğrencilerinin Bazı Beslenme Alışkanlıklarının Saptanması ve Bunun Malnütrüsyon Prevelansı ile Olan İlişkisi", **Hacettepe Toplum Hekimliği Bülteni**, 19(1), 1-5.
- ÖZCAN**, Çiğdem ve **Kızıl**, Mevlüde (2020). "İş Stresi Düzeyinin Çalışanlarda Beslenme Durumu, Kalitesi ve Antropometrik Ölçümlere Etkisinin Değerlendirilmesi", **Beslenme ve Diyet Dergisi**, 48(3), 56- 64.
- ÖZCAN**, Sevgi ve **Bozhüyük**, Ali (2016). "Çukurova Üniversitesi Sağlık Bilimleri Öğrencilerinin Sağlıklı Yaşam Davranışları", **Çukurova Medical Journal**, 41(4), 664-674.
- ÖZDEMİR**, Bahattin (2010). "Dışarıda Yemek Yeme Olgusu: Kuramsal Bir Model Önerisi", **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, 21(2), 218-232.
- ÖZDEMİR**, Emel (2013). "Yaşam Tarzının Kültür Turlarına Yönelik Algılar ve Tutumlar Üzerindeki Rolü", Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.
- ÖZDEMİR**, Gökçe (2008). **Destinasyon Pazarlaması**, Ankara: Detay Yayıncılık.
- ÖZENOĞLU**, Aliye (2018). "Duygu Durumu, Besin ve Beslenme İlişkisi", **Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi**, (4), 357-365.
- ÖZENOĞLU**, Aliye, **Gün Beyza**, **Karadeniz**, **Büşra**, **Koç Fatma**, **Bilgin Vildan**, **Bembeyaz Zehra** ve **Saha Büşra Selma**. (2021). "Yetişkinlerde Beslenme Okuryazarlığının Sağlıklı

- Beslenmeye İlişkin Tutumlar ve Beden Kütle İndeksi ile İlişkisi”, **Life Sciences**, 16(1), 1-18.
- ÖZGEN**, Işıl (2015). **Menü Planlaması**, Ankara: Beta Yayınevi.
- ÖZGEN**, Pelin (2012). **Organic Food Preference: An Empirical Study On the Profile and Loyalty of Organic Food Customers**, Scientific, Health and Social Aspects of the Food Industry, Editor: B. Valdez, Intech Publishing, 241-252.
- ÖZGEN**, Pelin ve Yeşiloğlu, Hülya (2015). “Organik Gıda Müşterilerinin Tüketim Davranışlarının Yaşam Tarzı Değişkeni Çerçevesinde İncelenmesi”, **Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi**, 17(2), 197-215.
- ÖZGÜL**, Engin (2010). “Tüketicilerin Değer Yapıları, Gönüllü Sade Yaşam Tarzı ve Sürdürülebilir Tüketim Üzerindeki Etkileri”, **Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 28(2), 117-150.
- ÖZKALP**, Enver (1994). **Sosyolojiye Giriş**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- PAL**, Swades (2020). “Concept of Lifestyle and its Interdisciplinary Aspects”, **Globsyn Management Conference**, 40-43.
- PEKCAN**, Gülden (2008). **Beslenme Durumunun Saptanması**, Ankara: Sağlık Bakanlığı Yayınları.
- PEKCAN**, Gülden. (2004). Sağlıkın Korunması ve Geliştirilmesi-Sağlıklı Beslenme ve Yaşam Biçimi Stratejileri, 4. *Uluslararası Beslenme ve Diyetetik Kongresi*, Bildiri Kitabı, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- PETER**, J.Paul ve Donnelly, H. James. (2015). **A preface to marketing management**, Newyork: Mc Graw Hill Education.
- PİIRTO** Rebecca (1991). “VALS”, **American Demographics**, 13(7), 6.
- PLUMMER**, T. Joseph (1974). “The Concept and Application of Life Style Segmentation: The Combination of Two Useful Concepts Provides a Unique and Important View of the Market”, **Journal of Marketing**, 38(1), 33-37.
- POPKİN**, M. Barry (2002). “An Overview on the Nutrition Transition and its Health Implications: the Bellagio Meeting”, **Public Health Nutrition**, 5(1), 93-103.
- PUCCIARELLİ**, Deanna ve Thomas Adrienne (2011). “Determinates That Influence Food Consumption Among Older Members of a Midwest Community”, **Food and Nutrition Sciences**, 2(9), 1018- 1026.
- RANDALL**, Elizabeth, Sanjur, Diva (1981). “Food Preferences: Their Conceptualisation and Relationship to Consumption”, **Ecology of Food and Nutrition**, 11(3), 151-161.
- RIZAOĞLU**, Bahattin (2012). **Turizm Davranışı**, Ankara: Detay Yayıncılık.
- RİCHE**, Martha Farnsworth (1989). “Psychographics for the 1990s”. **American Demographics**, 11(7), 24-30.
- RİESMAN**, David, Glazer Nathan ve Denney, Reuel (1964). **The lonely crowd**. New Haven: C.T.: Yale University Press.
- ROBINSON**, Erik, Kersbergen Inge ve Higg, Suzanne (2014). “Eating ‘Attentively’ Reduces Later Energy Consumption in Overweight and Obese Female”, **British Journal of Nutrition** 112(4), 657-661.
- RODGERS**, Anthony, Woodward Alistair, Swinburn Boyd ve Dietz William (2018). “Prevalence Trends Tell us What Did Not Precipitate the us Obesity Epidemic”, **The Lancet Public Health**, 3(4), 162-163.
- ROUSSEAU**, Jean-Jacques ve Kruger, Justin (1990). “Testing The Value and Life-style Model (VALS) of Psychographic Market Segmentation”, **SA Journal of Industrial Psychology**, 16(1), 31-37.

- ROZİN**, Paul (2006). **The İntegration of Biological, Social, Cultural and Psychological İnfluences on Food Choice**, *Frontiers in Nutritional Science*, New York: Academic Press.
- SAÇILIK**, Melahat Yıldırım (2017). **Yaşam Tarzı, Çeşitlilik Arayışı ile Yiyecek İncecek Tercihleri Arasındaki İlişki: Çeşitli Turist Grupları Üzerine Karşılaştırmalı bir Araştırma**. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- SAN**, Zeynep (2009). “**Tüketicilerin Yaşam Tarzları ile Fast Food Restoranlarındaki Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma**”, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.
- SARAY**, Farideh Ahmedian (2007). “**Tüketicinin yaşam tarzı ve reklamın rolü**”, (Doktora tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- SATHİSH**, Sundar ve Rajamohan, A. (2012). “Consumer Behaviour and Lifestyle Marketing”, **International Journal of Marketing, Financial Services and Management Research**, 1(10), 152-166.
- SAYIN**, Önal (1990). **Aile Sosyolojisi**, İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- SCANLON**, T.M (1993). **The Oxford Handbook of Philosophy of Economics**, Newyork: Oxford Universty Press Published.
- SCHİFFMAN**, G. Leon ve Kanuk, Leslie Lazar (1991). **Consumer Behaviour**, New Jersey: Prentice Hall.
- SCOTT**, R. Norel ve Parfitt, Nick (2005). “Lifestyle Segmentation in Tourism and Leisure”, **Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism**, 5(2-4), 121-139. [https://doi.org/ 10.1300/J162v05n02_07](https://doi.org/10.1300/J162v05n02_07)
- SENCER**, Ergin ve Orhan, Yusuf (2005). **Klinik Beslenme**, İstanbul: İstanbul Medikal Yayıncılık.
- SERT**, Sertaç ve İkiz, A. Nalçacı (2012). Turizmin Bilimsel Konumuna İlişkin Akademisyenlerin Tutumları Üzerine Bir Araştırma. *VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi Bildiri Kitabı*, 523-535.
- SHAO**, Yu-Lin. (2002). An Exploratory Examination Of The Impact Of Personal Values On Sport Consumption Preferences And Behaviors: A Cross-Cultural Study, Ohio State University, Phd Dissertation, Usa. Umı.
- SHİH**, David (1986). “VALS as a Tool of Tourism Market Research: The Pennsylvania Experience”. **Journal of Travel Research**, 24(4), 2-11.
- SİMPSON**, Ken, Bretherton Phil ve Vere, Gina de (2005). “Lifestyle Market Segmentation, Small Business Entrepreneurs, and the New Zealand Wine Tourism İndustry”, **Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism**, 5(2-4), 157-188. [https://doi.org/ 10.1300/J162v05n02_09](https://doi.org/10.1300/J162v05n02_09)
- SOLOMON**, Michael (1996). **Consumer Behavior: Buying, Having And Being**, New Jersey: 3rd Ed., Prentince Hall Inc.
- SOLOMON**, Michael (2004). **Consumer Behavior Buying, Having and Being**, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- SOLOMON**, Michael, Bamossy Gary, Askegaard Søren ve Hogg, Michael (2006). **Consumer behaviour a European perspective**. 3.Baskı. Harlow, England: Pearson Eğitim.
- SOLOMON**, Michael. R., White, Katherine., Dahl, Darren. W., Zaichkowsky, Judith. Lynn, ve Polegato, R. (2017). **Consumer Behavior: Buying, Having, And Being** (Vol. 12). Boston, MA: Pearson.

- STORY**, Mary, Kaphingst Karen M., Robinson-O'Brien Ramona ve Glanz, Karen (2008). "Creating Healthy Food and Eating Environments: Policy and Environmental Approaches", **Annual Reviews Public Health**, 29, 253-272.
- SUN**, Yu-Hua Christine (2008). "Health Concern, Food Choice Motives, and Attitudes Toward Healthy Eating: The Mediating Role of Food Choice Motives", **Appetite**, 51(1), 42- 49.
- SUPRAPTO**, Budi ve Wijaya, Tony (2012). "Model of Consumer's Buying Intention Towards Organic Food: A Study Among Mothers in Indonesian", **International Conference on Economics, Business and Marketing Management**, 29, 173-180.
- SÜRÜCÜOĞLU**, Metin (1999). "Beslenme ve Sağlığımız", **Standard: Teknik ve Ekonomik Dergi**, 38(448), 40-51.
- ŞEKER**, Şadi Evren (2015). "Değer Tutum ve Yaşam Şekilleri", **YBS Ansiklopedi**, 2(4), 1-5.
- ŞENCAN**, H. (2005). **Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlilik**. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- ŞİMŞEK**, Fadime (2010). "Yaşam Tarzı Haberciliğinin Gelişimi ve Statü Oluşumuna Etkileri" Yüksek Lisans Tezi Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- T.C. Sağlık Bakanlığı. Türkiye Beslenme Rehberi 2015 (TÜBER)**. <https://dosyasb.saglik.gov.tr/Eklenti/10915,tuber-turkiye-beslenme-rehberipdf.pdf> 13 Eylül 2022.
- TABACHNICK**, G. Barbara ve Fidell, L. Sanford (2007). **Using Multivariate Statistics**, Boston: Allyn and Bacon, Pearson Education.
- TABACHNICK**, G. Barbara ve Fidell, S. Linda (2013). **Using Multivariate Statistics** (6th Ed.), Boston: MA: Pearson.
- TAŞKIN**, Erdoğan (2009). **Pazarlama esasları. Temel pazarlama ilke ve uygulamaları**, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- TEK**, Ömer Baybars (1999). **Pazarlama İlkeleri**, İstanbul: Beta Yayınları.
- TEKKURŞUN**, G. Demir, Namlı, Sevinç ve Cicioğlu, Halil İbrahim (2021). "Takım ve Bireysel Sporlarda Sosyal Görünüş Kaygısı Sağlıklı Beslenmeye İlişkin Tutumun Belirleyicisi Midir?", **Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi**, 19(4), 124-134. DOI: 10.33689/spormetre.915191
- TENG**, Chih-Ching ve Wang, Yu-Mei (2015) "Decisional Factors Driving Organic Food Consumption: Generation of Consumer Purchase Intentions", **British Food Journal**, 117(3), 1066-1081.
- TEZCAN**, Mahmut (1987). **Kültür ve Kişilik**, Ankara: Bilim Yayınları.
- TEZCAN**, Mahmut (1997). **Eğitim Sosyolojisi**, Ankara: Dünya Kitabevi.
- THIDELL**, A. (2011). **Sustainable Consumption and Green Lifestyles–Definitions and Concepts**. In Background Material for the Workshop on Sustainable Consumption and Green Lifestyles of The Nordic Council of Ministers.
- TOKLU**, İsmail Tamer ve Ustaahmetoğlu, Erol (2016). "Tüketicilerin Organik Çaya Yönelik Tutumlarını ve Satın Alma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması", **Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi**, 12(29), 41-61.
- TSE**, Peter ve Crotts, C. John (2005). "Antecedents of Novelty Seeking: International Visitors' Propensity to Experiment Across Hong Kong's Culinary Traditions", **Tourism Management**, 26(6), 965-968.

- TURE**, Rameshwar Shivadas ve Ganesh, M. P. (2012). "Effect of Health Consciousness and Materialvalues on Environmental Belief and Pro-Environmental Behaviours", *International Proceedings of Economics Development and Research*, 43, 41-45.
- TURRELL**, Gavin (1997). "Determinants of Gender Differences in Dietary Behavior", *Nutrition Research*, 17(7), 1105-1120.
- UÇAR**, Ergin (2006). "Yaşam Tarzına Göre Pazar Bölümlendirme ve Bireysel Emeklilik Sektörü Üzerine Bir Uygulama" (Yüksek lisans tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- ULAŞ**, Bircan (2008). "Malatya Asker Hastanesi'nde 2007 Yılında Görev Yapan Personelin Sağlıklı Beslenme Konusundaki Tutum ve Davranışlarının İncelenmesi", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İnönü Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi, Malatya.
- URAL**, Ayhan ve Kılıç İbrahim (2005). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*, 1. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- URAL**, Ayhan ve Kılıç İbrahim (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*, Ankara: Detay Yayıncılık, (2. Baskı)
- URAL**, Ayhan ve Kılıç İbrahim (2018). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. (5. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- URBONAVİÇIUS**, Sigitas ve Kasnauskienė, Gindra (2005). "New Applications of a Traditional Psychographic Segmentation Concept", *Engineering Economics*, 5(45), 80-86.
- USTAAHMETOĞLU**, Erol ve Toklu, İsmail Tamer (2015). "Organik Gıda Satın Alma Niyetinde Tutum, Sağlık Bilinci ve Gıda Güvenliğinin Etkisi Üzerine Bir Araştırma", *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(1), 197-211.
- UZTUĞ**, Ferruh (2002). *Marka Kadar Konuş, Marka İletişimi Stratejileri*, İstanbul: MediaCat Yayınları.
- ÜNAL**, Sevtap ve Erciş, Aysel (2006). "Tüketicilerin Kişisel Değerlerinin Satın Alma Tarzları Üzerindeki Etkisi", *Atatürk Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 23-45.
- ÜNAL**, Sevtap, Erciş Aysel ve Can Polat (2007). "Yaşam Tarzının Satın alma Karar Süreci Üzerindeki Rolü", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 285-288.
- ÜNVER**, Yasin. (2004). *Beş-Altı Yaş Okulöncesi Dönemi Çocukları İçin Geliştirilecek, Besin Gruplarına Yönelik Beslenme Eğitimi Programlarının, Çocukların Beslenme Bilgisi ve Davranışlarına Etkisi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- VARSAK**, Süleyman (2018). *Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinden Sağlıklı Yaşam Biçimi Davranışları*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Dicle Üniversitesi, Diyarbakır.
- VELARDO**, Stefania (2017). "Nutrition Literacy For the Health Literate", *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 49(2), 183.
- WARDLE**, Jane ve Steptoe, Andrew (2003). "Socio Economic Differences In Attitudes and Beliefs About Healthy Lifestyles", *Journal of Epidemiology and Community Health*, 57(6), 440-443.
- WELLS**, D. William ve Prenskey. David (1996). *Consumer Behaviour*, New York: John Wiley and Sons Inc.

- YAĞMUR**, Cahide ve Güneş, Erdoğan. (2010). “Dengeli Beslenme Açısından Türkiye’de Gıda Üretimi ve Tüketiminin İrdelenmesi”. VII. Ziraat Mühendisliği Teknik Kongresi, 33-37, Ankara.
- YAHİA**, Najat, Achkar Alice, Abdallah Abbass ve Riz, Sandra (2008). “Eating Habits and Obesity Among Lebanese University Students”, **Nutrition Journal**, 7(1), 32.
- YANIKLAR**, Cengiz (2006). **Tüketimin Sosyolojisi**, İstanbul: Birey Yayınları.
- YARAR**, Nadine ve Orth, Ulrich R (2018). “Consumer Lay Theories on Healthy Nutrition: A Q Methodology Application in Germany”, **Appetite**, 120, 145-157.
- YAZICIOĞLU**, Yahşi ve Erdoğan Samiye. (2011). **SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri**, Ankara: Detay Yayıncılık.
- YAZICIOĞLU**, Yahşi ve Erdoğan, Samiye (2014). **SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri**, 2. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- YÜKSELEN**, Cemal (2003). **Pazarlama İlkeleri – Yönetim**, Ankara: Detay Yayıncılık.
- ZEBALLOS**, Eliana ve Todd, E. Jessica. (2020). “The Effects of Skipping a Meal on Daily Energy Intake and Diet Quality”, **Public Health Nutrition**, 23(18), 3346-3355.
- ZORLU**, Abdülkadir (2006). **Tüketim Sosyolojisi**, Ankara: Glocal Yayınları.

EKLER

EK 1: Anket Formu

Sayın Katılımcı,

Bu anket, Muğla'ya gelen yabancı turistlerin yaşam tarzları ile restoranlarda sağlıklı beslenme arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Bu çalışma Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalında Doç. Dr. Yeliz Pekerşen'in danışmanlığında yürütülen yüksek lisans tezi çalışması olup elde edilecek veriler, yalnızca bilimsel amaçlar için kullanılacaktır. Gösterdiğiniz ilgi ve yardımlarınızdan dolayı teşekkür ederim.

Murat Kaplan,
Yüksek Lisans Öğrencisi

Bölüm A: Demografik sorular

Lütfen cevabınızı (✓) işaretleyiniz.

1. **Cinsiyetiniz:** () Kadın () Erkek
2. **Medeni Durumunuz:** () Bekâr () Evli
3. **Yaşınız:**
4. **Eğitim Durumunuz:** () İlköğretim () Ortaöğretim () Lise () Lisans () Lisansüstü
5. **Milliyetiniz:** () İngiliz () Alman () Rus () Ukraynalı () Hollandalı () Belçikalı () İranlı () Diğer (Lütfen belirtin)
6. **Mesleğiniz:** () Memur () Özel Sektör Çalışanı () İşçi () Ev Hanımı () Öğrenci () İşsiz () Yönetici () Emekli () Diğer
7. **Aylık Gelir Düzeyiniz (Lütfen belirtin) () \$ / () € () Gelirim Yok () 500–1000 () 1001–2500 () 2501–4000 () 4001 ve daha fazlası**
8. **Muğla'yı daha önce kaç kez ziyaret ettiniz?** () İlk Defa () 2-3 () 4-5 () 6 ve daha fazlası

9. Bölüm B: Yaşam Tarzı

Lütfen cevabınızı "*Kesinlikle katılmıyorum*" ile "*Kesinlikle katılıyorum*" arasında değişen bir ölçekte belirtin.

1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum

Yaşam Tarzı	1	2	3	4	5
9.1. Modayı yakından takip ederim.					
9.2. Ülkemizdeki ve dünyadaki gelişmeleri takip ederim.					
9.3. Yeni şeyler yapmaktan hoşlanırım.					
9.4. Hayatta hiçbir şeyden memnun olmam, hep daha iyisini isterim.					
9.5. Tatil benim için eğlencedir.					
9.6. Ailem hayatımdaki her şeyden önemlidir.					
9.7. Arkadaş grubumda hep lider olmak isterim.					

9.8. Heyecan verici şeyleri yapmak hoşuma gider.					
9.9. En ufak şeyden bile mutlu olmayı becerebilirim.					
9.10. Etrafımdakilere sürekli bir şeyler öğretmek için çabalarım.					
9.11. Her zaman kitap, makale ve gazete okurum.					
9.12. Çevreye karşı duyarlıyım.					
9.13. Sıra dışı yaşamayı severim.					
9.14. Hayatta şanslı olduğumu düşünürüm.					
9.15. Toplumsal değerlere önem veririm.					
9.16. Sakin bir yaşamı tercih ederim.					
9.17. Alışveriş benim için vazgeçilmezdir.					
9.18. Sanatsal faaliyetlere katılırım.					
9.19. Alçak gönüllüyümdür.					
9.20. Yaptığım bütün işlerde hep başarılıyım.					
9.21. Giyimime özen gösteririm.					
9.22. Çok param olsun isterim.					
9.23. Markalı ürünleri tercih ederim.					
9.24. İmaj benim için önemlidir.					
9.25. Riskli işlerden hoşlanırım.					
9.26. Para biriktirmekten hoşlanmam.					
9.27. Yaşamdan zevk almayı bilirim.					
9.28. Gezmekten, yeni yerler keşfetmekten hoşlanırım.					
9.29. Hayata hep yeniden başlamak isterim.					
9.30. Alışverişte bütçeme uygun hareket ederim.					

10. Bölüm C: Restoranlarda Sağlıklı Beslenme Davranışı

Lütfen cevabınızı *Kesinlikle katılmıyorum*" ile *"Kesinlikle katılıyorum"* arasında değişen bir ölçekte belirtin.

1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum

Restoranlarda Sağlıklı Beslenme Davranışı	1	2	3	4	5
10.1.Restoranlarda taze malzemelerle yapılmış menü öğelerini yemeyi denerim.					
10.2.Restoranlarda lif açısından zengin menü öğeleri yemeyi denerim					

10.3.Restoranlarda düşük hayvansal yağ içerikli menü öğelerini sık sık seçerim.					
10.4. Restoranlarda az tuzlu ya da tuzsuz menü öğelerini yemeyi denerim.					
10.5. Restoranlarda düşük kolesterollü menü öğelerini yemeye çalışırım.					
10.6. Restoranlarda düşük kalorili menü öğelerini yemeyi denerim.					
10.7. Restoranlarda uyarıcı (kahve, kola gibi) içecekleri tercih ederim.					
10.8. Restoranlarda sağlıklı bir diyet menüsünü denemeye istekliyim.					
10.9. Restoranlarda yağ oranı yüksek olduğu için bazı menü öğelerini yemem.					
10.10. Restoranlarda sağlıklı menü öğelerini seçmekle ilgilenmiyorum.					
10.11.Restoranlarda yemek yediğimde en az bir sebze veya meyve yemeyi denerim					

11. Bölüm D: Sağlıklı Menü Öğelerini Yeme Niyeti

Lütfen cevabınızı *Kesinlikle katılmıyorum*" ile *"Kesinlikle katılıyorum"* arasında değişen bir ölçekte belirtin.

1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum

Sağlıklı Menü Öğelerini Yeme Niyeti	1	2	3	4	5
11.1.Restoranlarda sağlıklı menü öğelerini seçmeye istekliyim.					
11.2.Restorana gittiğimde sağlıklı menü öğelerini seçmeyi planlıyorum.					
11.3.Restoranlarda sağlıklı menü öğelerini seçmek için çaba göstereceğim.					

- Soruları cevaplamak için zaman ayırdığınızdan dolayı teşekkür eder, iyi tatiller dilerim.

- Çalışma sonucuna dair bilgi almak istiyorsanız e-mail adresinizi yazınız.

.....

EK 2: Anket Kullanım İzni

Sayın Göksele Kemal GİRGIN,
Necmettin Erbakan Üniversitesi'nde Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalında yüksek lisans yapmaktayım. Vahide Çetinkaya'nın (2019) TÜKETİCİLERİN RESTORANLARDA SAĞLIKLI BESLENME DAVRANIŞLARININ BELİRLENMESİ yüksek lisans tezinde yer alan ankette "Restoranlarda Sağlıklı Beslenme Davranışı ve Sağlıklı Menü Öğelerini Yeme Niyeti" ile ilgili ölçeği kullanmak amacıyla yüksek lisans öğrencinize mail atmıştım fakat kendisine ulaşamadım. Geri dönüş olmadı. Yüksek lisans tez çalışmamda bu ölçekleri kullanmak istiyorum. Ölçekleri kullanmamda bir sakınca var mıdır?

İyi çalışmalar dilerim.



GOKSEL KEMAL GIRGIN

Alıcı: ben ▾

19 Haziran Cum 10:28



Merhaba Murat. Atıf yaptıktan sonra hiçbir sıkıntı yok, kullanabilirsin. Çalışmamda kolaylıklar dilerim.

Sayın Nihal SÜTÜTEMİZ,
Necmettin Erbakan Üniversitesi'nde Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalında yüksek lisans yapmaktayım. Zeynep SAN'ın (2009) TÜKETİCİLERİN YAŞAM TARZLARI İLE FAST FOOD RESTORANLARINDAKİ HİZMET KALİTESİ ALGILAMALARI ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNE BİR İLİŞKİ yüksek lisans tezinde yer alan ankette "Yaşam Tarzı" ile ilgili ölçeği yüksek lisans tez çalışmamda kullanmak istiyorum. Ölçeği kullanmamda sizin için bir sakınca var mıdır?

İyi çalışmalar dilerim.



Nihal Sütütemiz

Alıcı: ben ▾

23 Haz 2020 15:10



Merhaba, atıfta bulunmak kaydıyla elbette kullanabilirsiniz. İyi çalışmalar.

EK 3: Etik Kurul İzni



NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU
BAŞKANLIĞI
ETİK KURUL KARAR FORMU

Etik Kurul Toplantı Tarihi/Sayısı ve Karar No	Tarih:20/10/2020 Toplantı Sayısı:01 Karar No:2020/24
Araştırmanın Başlığı	Yaşam Tarzı İle Restoranlarda Sağlıklı Beslenme Davranışı Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Muğla'ya Gelen Yabancı Turistler Üzerinde Bir Araştırma
Sorumlu Araştırmacı	Dr. Öğr. Üyesi Yeliz PEKERŞEN
Yardımcı Araştırmacılar	Murat KAPLAN
Etik Kurul Kararı	Oy Çokluğu <input type="checkbox"/> Oy birliği <input checked="" type="checkbox"/>
	Uygun <input checked="" type="checkbox"/> Uygun Değil <input type="checkbox"/> Düzeltme* <input type="checkbox"/> Görevsizlik** <input type="checkbox"/>
Düzeltme ise gerekçeleri *	
Görevsizlik ise gerekçeleri**	

ASLI GİBİDİR
04/11/2020

Dr. Öğr. Üyesi Ömer Faruk ERDEM
Etik Kurul Başkanı

EK 4: Araştırma Kapsamında Geliştirilen Hipotezin Kabul/Ret Durumu

H₁ : Yabancı turistlerin yaşam tarzı ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul
H₂ : Yabancı turistlerin yaşam tarzı ile yaş arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul
H₃ : Yabancı turistlerin yaşam tarzı ile medeni durumu arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul
H₄ : Yabancı turistlerin sağlıklı beslenme davranışı ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul
H₅ : Yabancı turistlerin sağlıklı beslenme davranışı ile yaş arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul
H₆ : Yabancı turistlerin sağlıklı beslenme davranışı ile medeni durumu arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul
H₇ : Yabancı turistlerin yaşam tarzı özelliklerinin alt boyutları ile restoranlarda sağlıklı beslenme davranışlarının alt boyutları arasında ilişki vardır.	Kabul
H_{7a} : Deneyimciler ile olumlu beslenme davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Ret
H_{7b} : İnananlar ile olumlu beslenme davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Ret
H_{7c} : Çabalayanlar ile olumlu beslenme davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Ret
H_{7d} : Düşünürler ile olumlu beslenme davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Ret
H_{7e} : Yapıcılar ile olumlu beslenme davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H_{7f} : Yenilikçiler ile olumlu beslenme davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Ret
H_{7g} : Başaranlar ile olumlu beslenme davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H_{7h} : Hayatta kalanlar ile olumlu beslenme davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H_{7i} : Deneyimciler ile beslenme hakkında bilgi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H_{7j} : İnananlar ile beslenme hakkında bilgi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H_{7j} : Çabalayanlar ile beslenme hakkında bilgi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Ret
H_{7k} : Düşünürler ile beslenme hakkında bilgi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul

H7i: Yapıcılar ile beslenme hakkında bilgi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Ret
H7m: Yenilikçiler ile beslenme hakkında bilgi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H7n: Başaranlar ile beslenme hakkında bilgi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H7o: Hayatta kalanlar ile beslenme hakkında bilgi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Ret
H7ö: Deneyimciler ile kötü beslenme alışkanlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H7p: İnananlar ile kötü beslenme alışkanlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H7r: Çabalayanlar ile kötü beslenme alışkanlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Ret
H7s: Düşünürler ile kötü beslenme alışkanlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Ret
H7ş: Yapıcılar ile kötü beslenme alışkanlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H7t: Yenilikçiler ile kötü beslenme alışkanlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H7u: Başaranlar ile kötü beslenme alışkanlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H7ü: Hayatta kalanlar ile kötü beslenme alışkanlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

İsim: Murat Kaplan

EĞİTİM BİLGİLERİ

2019- 2023: Necmettin Erbakan Üniversitesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları ABD
(Tezli Yüksek Lisans Programı)

2013- 2017: Akdeniz Üniversitesi/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları

İŞ TECRÜBELERİ

15.06.2015 – 15.09.2015 - Rixos Premium Belek, A La Carte, Komi

2017- Ortaca Çözüm Koleji, Aşçıbaşı

YABANCI DİL VE DÜZEYİ

İngilizce: Okuma - Orta, Yazma - Orta, Konuşma - Orta

Rusça: Okuma - Başlangıç, Yazma - Başlangıç, Konuşma – Başlangıç

KURS VE SERTİFİKALAR

Pedagojik Formasyon Eğitimi

Akınsoft Program Eğitimi

İletişim ve Davranış Semineri

İşletmecilik, Yönetim ve Barista Eğitimi

Alkol Teknolojileri Semineri

Çevre Duyarlılığı Semineri