



Tüketicilerin Dışarıda Yemek Yeme Davranışlarında Etkili Olan Unsurlar Üzerine Bir Araştırma (A Study on Factors Influencing Consumers' Eating Out Behaviors)

* Ali ŞEN ^a 

^a Karamanoğlu Mehmetbey University, School of Applied Sciences, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Karaman/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 10.02.2023

Kabul Tarihi: 15.03.2023

Anahtar Kelimeler

Tüketici

Yeme davranışı

Dışarıda yemek yeme

Öz

Bu çalışmanın amacı tüketicilerin dışarıda yemek yeme davranışlarında etkili olan unsurların belirlenmesidir. Dışarıda yemek yeme davranışı, tüketicilerin ev dışında ticari bir işletme tarafından hazırlanarak sunulmuş yiyecek ve içecekleri belirli bir ücret karşılığında tüketmesidir. Dışarıda yemek yeme, yiyecek-içecek hizmeti endüstrisindeki önemli büyüme ile sosyal ve ekonomik değişimler etkisiyle günümüz yaşam tarzının önemli bir parçası haline gelmiş durumdadır. Tüketicilerin dışarıda yemek yeme davranışlarında etkili olan unsurların ortaya çıkarılması, yiyecek-içecek işletmeleri açısından hedef kitleye göre ürün ve hizmet planlaması yapılabilmesi, sürdürülebilirlik, müşteri memnuniyeti, işletme karlılığı vb. için önem arz etmektedir. Buradan hareketle tüketicilerin dışarıda yemek yeme davranışında etkili olan unsurlar ile demografik değişkenler arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın katılımcılarını Türkiye’de yaşayan ve dışarıda yemek yiyen 296 tüketici oluşturmaktadır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre; dışarıda yemek yeme nedenleri psikolojik, sosyolojik, zorunluluk ve ekonomik alt boyutlarının tamamında erkeklere kıyasla kadınların daha hassas oldukları ortaya çıkmıştır. Bu araştırma, alanyazına katkı sağlaması, işletmelere müşteri memnuniyeti konusunda yön göstermesi ve ilgili araştırmacılara kaynak oluşturması bakımından önemlidir. Araştırma kapsamında elde edilen bulgular doğrultusunda, yiyecek içecek işletmeleri, tüketicilerin sosyo-demografik özelliklerine ve dışarıda yemek yeme nedenlerine göre planlama yaparak tüketicilerin beklentilerine uygun hizmet sunabilirler.

Keywords

Consumer

Eating behavior

Eating out

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Abstract

The aim of this study is to determine the factors that affect the eating behavior of consumers. Eating out behavior; is the consumption of food and beverages prepared and served by a commercial enterprise outside the home, for a certain fee. Eating out has become an important part of today's lifestyle due to the significant growth in the food and beverage service industry, as well as social and economic changes. To reveal the factors that are effective in the eating behavior of consumers, to make product and service planning according to the target audience in terms of food and beverage businesses, sustainability, customer satisfaction, business profitability, etc. situations are important. From this point of view, the relationship between the factors affecting the eating behavior of consumers and demographic variables has been tried to be determined. The participants of the research consist of 296 consumers living in Turkey and eating out. According to the findings obtained from the research; It has been revealed that women are more sensitive than men in all sub-dimensions of reasons for eating out: psychological, sociological, necessity, and economic. In line with the findings obtained within the scope of the research, food, and beverage businesses can provide services in accordance with the expectations of the consumers by planning according to the sociodemographic characteristics of the consumers and the reasons for eating out.

* Sorumlu Yazar

E-posta: alisen.gastronomi@gmail.com (A. Şen)

DOI: 10.21325/jotags.2023.1193