



**RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ
ÖĞRENCİLERİNİN İÇECEK TÜKETİM
ALİŞKİNLİKLERİNİN ARAŞTIRILMASI**

İsmail AKSU

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Ferid AYDIN

Yüksek Lisans Tezi

Gıda Mühendisliği Ana Bilim Dalı

2025

(Her hakkı saklıdır.)

T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
GIDA MÜHENDİSLİĞİ ANA BİLİM DALI

**RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİNİN İÇECEK
TÜKETİM ALIŞKANLIKLARININ ARAŞTIRILMASI**

(Research on the Beverage Consumption Habits of Recep Tayyip Erdoğan University
Students)

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İsmail AKSU

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Ferid AYDIN

Erzurum

Şubat, 2025

KABUL VE ONAY TUTANAĞI

İsmail AKSU tarafından hazırlanan “Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Öğrencilerin İçecek Tüketim Alışkanlıklarının Araştırılması” başlıklı çalışması 03/ 02 / 2025 tarihinde yapılan tez savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Gıda Mühendisliği Ana Bilim Dalı, Gıda Mühendisliği Bilim Dalında yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Başkanı: Prof. Dr. Memnune ŞENGÜL

Atatürk Üniversitesi

Aslı Islak İmzalıdır

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Ferid AYDIN

Atatürk Üniversitesi

Aslı Islak İmzalıdır

Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Muhammed Şamil ŞIK

Erzurum Teknik Üniversitesi

Aslı Islak İmzalıdır

Bu tezin Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği'nin ilgili maddelerinde belirtilen şartları yerine getirdiğini onaylarım.

Prof. Dr. Alper NUHOĞLU

Enstitü Müdürü

Aslı Islak İmzalıdır

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaklardan yapılan bildiriş, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak olarak kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

ETİK BİLDİRİM VE İNTİHAL BEYAN FORMU

Yüksek Lisans Tezi olarak *Dr. Öğr. Üyesi Ferid AYDIN* danışmanlığında sunulan “Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Öğrencilerin İçecek Tüketim Alışkanlıklarının Araştırılması” başlıklı çalışmanın tarafımızdan bilimsel etik ilkelere uyularak yazıldığını, yararlanılan eserlerin kaynakçada gösterildiğini, Fen Bilimleri Enstitüsü tarafından belirlenmiş olan Turnitin Programı benzerlik oranlarının aşılmadığını ve aşağıdaki oranlarda olduğunu beyan ederiz.

Tez Bölümleri	Tezin Benzerlik Oranı (%)	Maksimum Oran (%)
Giriş	0	30
Kuramsal Temeller	9	30
Materyal ve Metot	22	35
Araştırma Bulguları ve Tartışma Sonuçları	15	20
Tezin Geneli	5	20
	15	25

Not: Yedi kelimeye kadar benzerlikler ile Başlık, Kaynakça, İçindekiler, Teşekkür, Dizin ve Ekler kısımları tarama dışı bırakılabilir. Yukarıdaki azami benzerlik oranları yanında tek bir kaynaktan olan benzerlik oranlarının %5'den büyük olmaması gerekir.

Beyan edilen bilgilerin doğru olduğunu, aksi halde doğacak hukuki sorumlulukları kabul ve beyan ederiz.

Tez Yazarı (Öğrenci)	Tez Danışmanı
İsmail AKSU	Dr. Öğr. Üyesi Ferid AYDIN
3.2.2025	3.2.2025
İmza: Aslı Islak İmzalıdır	İmza: Aslı Islak İmzalıdır

* Tez ile ilgili YÖKTEZ’de yayınlamasına ilişkin bir engelleme var ise aşağıdaki alanı doldurunuz.

☐ Tezle ilgili patent başvurusu yapılması / patent alma sürecinin devam etmesi sebebiyle Enstitü Yönetim Kurulunun/....../.... tarih ve sayılı kararı ile teze erişim 2 (iki) yıl süreyle engellenmiştir.

☒ Enstitü Yönetim Kurulunun/....../.... tarih ve sayılı kararı ile teze erişim 6 (altı) ay süreyle engellenmiştir.

TEŞEKKÜR

Çalışmalarına yön veren, bu çalışmanın planlanması, yürütülmesi ve gerçekleşmesi aşamalarında değerli fikirlerini ve tecrübelerini benimle paylaşan, karşılaştığım sorunlarda çözüm üreten ve destek olan tez danışmanım, sevgili hocam Sayın Dr. Öğr. Üyesi Ferid AYDIN’a,

Sevgileri ile bana güç veren kızlarım Tuğsem Ayza ve Ayşe Meva’ya, yaptığım her işte yanımda duran bana destek olan sevgili eşim Tuğçe AKSU’ya,

Eğitim hayatım boyunca yanımda duran sevgili annem ve babama, kardeşlerim Selcan ve Gürkan’a,

Sonsuz şükranlarımı ve teşekkürlerimi sunarım.

İsmail AKSU

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİNİN İÇECEK TÜKETİM ALIŞKANLIKLARININ ARAŞTIRILMASI

İsmail AKSU

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Ferid AYDIN

Amaç: Bu çalışmanın amacı, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi öğrencilerinin içecek tüketim alışkanlıklarını, tercih ettikleri içecek türlerini, bu tercihleri etkileyen faktörleri ve içecek tüketim motivasyonlarını detaylı bir şekilde incelemektir. Aynı zamanda, öğrencilerin sağlık, fiyat, marka, sosyal medya ve mevsimsel etkiler gibi değişkenlere nasıl tepki verdiklerini anlamak da çalışmanın hedefleri arasındadır.

Yöntem: Bu çalışma, tanımlayıcı ve ilişkisel tarama modelini benimseyecektir. Araştırma, öğrencilerin içecek tüketim alışkanlıklarını ve bu alışkanlıkları etkileyen faktörleri tanımlamayı ve aralarındaki ilişkileri incelemeyi amaçlamaktadır.

Bulgular: Araştırmaya farklı demografik özelliklere sahip 471 öğrenci katılmıştır. Öğrencilerin en çok tükettiği içecekler sırası ile siyah çay, ayran ve Türk kahvesi olduğu tespit edilmiştir. Siyah çayın öğrencilerin büyük çoğunluğu tarafından hergün tüketildiği belirlenmiştir. Ayrıca boykot çağrılarının öğrencilerin büyük çoğunluğu tarafından dikkate alındığı ve içecek seçimlerini belirlediği tespit edilmiştir.

Sonuç: Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi öğrencilerinin içecek tüketim alışkanlıkları literatürle benzerlik göstermektedir. Lakin, bu araştırma boykot çağrılarının öğrenci içecek tercihlerine etkisi üzerine belkide yapılan ilk araştırma olup, elde edilen veriler benzer araştırmalar için iyi bir kaynak olabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Üniversite öğrencileri, Alkolsüz içecekler, Beslenme alışkanlıkları

Şubat 2025, 131 sayfa

ABSTRACT

MASTER THESIS

RESEARCH ON THE BEVERAGE CONSUMPTION HABITS OF RECEP TAYYIP ERDOĞAN UNIVERSITY STUDENTS

İsmail AKSU

Supervisor: Asst. Prof. Dr. Ferid AYDIN

Purpose: The purpose of this study is to examine in detail the beverage consumption habits of Recep Tayyip Erdoğan University students, their preferred types of beverages, the factors influencing these preferences, and their motivations for beverage consumption. Additionally, understanding how students respond to variables such as health, price, brand, social media, and seasonal influences is also among the objectives of the study.

Method: This study will adopt a descriptive and correlational survey model. The research aims to identify students' beverage consumption habits and the factors influencing these habits, as well as to examine the relationships between them.

Findings: A total of 471 participants that had different demographic features participated in this study. It has been determined that the most consumed beverages by students are black tea, ayran and Turkish coffee, in that order. It was found that a significant majority of students consume black tea daily. Furthermore, it was observed that boycott calls are widely heeded by a majority of students and influence their beverage choices.

Results: The beverage consumption habits of Recep Tayyip Erdoğan University students are similar to those found in the literature. However, this study may be one of the first to research the impact of boycott calls on student beverage preferences, and the data obtained is considered valuable for similar research efforts.

Keywords: University students, soft drinks, nutritional habits

February 2025, 131 pages

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY TUTANAĞI.....	i
ETİK BİLDİRİM VE İNTİHAL BEYAN FORMU	ii
TEŞEKKÜR	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
TABLolar DİZİNİ.....	viii
ŞEKİLLER DİZİNİ	ix
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	x
GİRİŞ.....	1
KURUMSAL TEMELLER.....	4
İçecekler	7
İçecek çeşitleri.....	7
İçeceklerin sağlıkla ilişkisi.....	18
MATERYAL VE METOT	25
Araştırma Modeli	25
Araştırmanın varsayımları ve sınırlılıkları	25
Araştırmanın evreni ve örneklem seçimi	25
Anketin oluşturulması ve verilerin toplanması	26
Veri istatistik analizi yöntemleri	29
Etik Kurul Onayı	30
ARAŞTIRMA BULGULARI	31
Katılımcılara İlişkin Demografik Bulgular	31
Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri.....	38
Doğrulamalı Faktör Analizleri	41
Tanımlayıcı İstatistiksel Bulgular ve Verilerin Normal Dağılımının İncelenmesi	42
Katılımcıların Ölçek Puan Ortalamalarının Demografik Özelliklerine Göre İncelenmesi	43
Katılımcıların Toplumun Geneline Yayılan Boykot Çağrılarının İçecek Tercihlerini Etkileme Durumunun Çeşitli Faktörler Açısından İncelenmesi	53
Katılımcıların İçecek Tercihlerinin Demografik Özelliklere Göre İncelenmesi.....	60
SONUÇLAR VE ÖNERİLER	99

KAYNAKÇA	104
EKLER	114
EK-1. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Öğrencilerinin İçecek Tüketim Alışkanlıklarının Araştırılması.....	114
EK-2. Değerlendirme Raporu	118
ÖZGEÇMİŞ.....	119



TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Dağılım	31
Tablo 2. İçecek Türlerine Göre Tüketim Sıklığı ve Dağılımı.....	32
Tablo 3. İçecek Tercih Motivasyonlarını Etkileyen Faktörlere Ait Bulgular	36
Tablo 4. İTEMÖ Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi	39
Tablo 5. İTEMÖ Doğrulayıcı Faktör Analizi Bulguları	42
Tablo 6. Tanımlayıcı İstatistikler	43
Tablo 7. Katılımcıların Ölçeklerinden Aldıkları Toplam Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre İlişkisiz Örneklemeler İçin T Testi ile İncelenmesi	44
Tablo 8. Yaş Gruplarına Göre ANOVA Sonuçları.....	45
Tablo 9. Eğitim durumlarına Göre ANOVA Sonuçları	46
Tablo 10. Katılımcıların Büyüdükleri Coğrafyaya Göre ANOVA Sonuçları	48
Tablo 11. Katılımcıların Günlük Su Tüketimi Miktarı Değişkenlerine Göre ANOVA Sonuçları	50
Tablo 12. Gelir Düzeylerine Göre ANOVA Sonuçları.....	51
Tablo 13. Toplumun Geneline Yayılan Boykot Çağrılarının İçecek Tercihlerini Etkileme Durumunun Dağılımı	53
Tablo 14. Boykot Çağrılarının İçecek Tercihlerini Etkileme Durumunun Çeşitli Değişkenlere Göre Dağılımı	54
Tablo 15. Boykot Çağrılarının İçecek Tercihlerini Belirlemede Etkisi- Kruskal Wallis H Testi Sonuçları	56
Tablo 16. Cinsiyete Göre İçecek Tercihleri - Mann Whitney U Testi Sonuçları	60
Tablo 17. Yaş Gruplarına Göre İçecek Tercihleri - Kruskal Wallis H Testi Sonuçları.....	63
Tablo 18. Eğitim Durumuna Göre İçecek Tercihleri - Kruskal Wallis H Testi Sonuçları	69
Tablo 19. Günlük Su Tüketimine Göre İçecek Tercihleri- Kruskal Wallis H Testi Sonuçları	76
Tablo 20. Aylık Gelir Durumuna Göre İçecek Tercihleri- Kruskal Wallis H Testi Sonuçları	82
Tablo 21. Katılımcıların Büyüdükleri Coğrafi Bölgeye Göre İçecek Tercihleri - Kruskal Wallis H Testi Sonuçları	90

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Tüketilen içeceklerin helal olması önemli mi? sorusuna verilen cevaplar	38
--	----



SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

%	: yüzde
<	: küçüktür
CVD	: kardiyovasküler hastalık
g	: gram
kcal	: kilokalori
kob	: koloni oluşturan birim
LCSB	: düşük kalorili şekerli içecek
mg	: miligram
ml	: mililitre
NAYKH	: alkole bağlı olmayan yağlı karaciğer hastalığı
SSB	: şekerle tatlandırılmış içecek

GİRİŞ

Üniversite öğrencileri arasında içecek tüketim alışkanlıklarının anlaşılması hem bireysel sağlık hem de toplumsal sağlık açısından önemli bir araştırma alanıdır. Çeşitli çalışmalar, öğrencilerin beslenme düzenlerinde içeceklerin önemli bir yer tuttuğunu ve bu alışkanlıkların etkilerini detaylı bir şekilde inceler. Hazır içecek sanayiinin gelişmesi ürünlere ulaşımın yaygınlaşması ve kolaylaşması içeceklerin bireylerin öğünlerinde daimî yer bulmasını sağlamıştır. Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin içecek tüketim alışkanlıkları, bu alışkanlıkların şekillenmesinde önemli olan faktörleri ve bunların potansiyel etkilerini ele almaktadır.

Öğrenciler arasında şekerli içecek tüketimi özellikle dikkat çekicidir. Araştırmalar, şekerli içecek tüketiminin artmasının psikolojik belirtilerle ilişkili olduğunu göstermiştir (Wang *et al.* 2022). Ayrıca, bu alışkanlıkların ağız sağlığı üzerindeki olumsuz etkileri de göz önünde bulundurulmalıdır, zira şekerli içeceklerin ağız boşluğunda mantar kolonizasyonu riskini artırabileceği belirtilmiştir (Góralaska *et al.* 2015). Bu bağlamda, içecek tüketim alışkanlıklarının genel sağlık üzerindeki etkileri, kapsamlı bir şekilde ele alınmalıdır.

Ayrıca, kahvaltı alışkanlıkları ve bu alışkanlıkların içecek tercihleriyle ilişkisi de önem taşır. Örneğin, Japonya'daki üniversite öğrencileri arasında yapılan bir çalışma, kahvaltı tüketim alışkanlıkları ve sağlıkla ilgili diğer alışkanlıklar arasındaki ilişkiyi incelemiştir (Mato *et al.* 2020). Bu tür çalışmalar, öğrencilerin beslenme düzenlerinin daha iyi anlaşılmasına ve sağlıklı alışkanlıkların teşvik edilmesine yardımcı olur.

Enerji içecekleri tüketimi de gençler arasında popüler bir seçenektir ve bu tüketim alışkanlıklarının, özellikle akademik ve sosyal etkinlikler bağlamında, incelenmesi gerekmektedir. Enerji içeceklerinin tüketimi, öğrencilerin yaşam tarzı ve stres yönetimi stratejileriyle de yakından ilişkilidir (Ghozayel *et al.* 2020).

Su ve diğer sağlıklı içecek seçeneklerinin tüketimi, yeterli hidrasyonun sağlanması ve genel sağlık durumunun iyileştirilmesi açısından önemlidir. İspanya nüfusu üzerinde yapılan bir çalışma, su ve diğer içeceklerin tüketim alışkanlıklarının ve bunların toplam su ve enerji alımı ile ilişkisinin detaylı bir şekilde incelenmesini sağlamıştır (Nissensohn *et al.* 2016).

Üniversite öğrencileri arasında içecek tüketim alışkanlıkları, genç yetişkinlerin sağlığı ve yaşam kalitesi üzerinde büyük etkilere sahiptir. Çeşitli içecek türlerinin tüketimi, obezite,

diyabet ve diğ er metabolik hastalıklar gibi sağlık sorunlarıyla ilişkilendirilmiştir. Ayrıca,  ğrencilerin akademik performansı, enerji seviyeleri ve genel sağlık durumları üzerinde de doğrudan bir etkiye sahiptir.

Günümüzde içecek sektörü, geniş ürün yelpazesi ve t keticilerindeki çeşitlilikle hızla büyümektedir. Özellikle  niversite öğrencileri, geniş içecek seçenekleri arasından tercihlerini yaparken birçok faktörü göz önünde bulundurmaktadır. Bu tercihler, sağlık bilincinden ekonomik duruma, sosyal etkilerden kültürel alışkanlıklara kadar değişkenlik göstermektedir. Recep Tayyip Erdoğan  niversitesi  ğrencilerinin içecek tüketim alışkanlıklarının araştırılması, bu dinamikleri anlamlandırmak ve içecek seçimlerinin altında yatan motivasyonları ortaya çıkarmak için önem taşımaktadır.

Daha önce yapılan çalışmalar,  niversite öğrencileri arasında şekerli içecek tüketiminin yaygınlığını ve bu tüketim alışkanlıklarının sağlık üzerindeki potansiyel zararlarını ortaya koymuştur. Örneğin, şekerli içecek tüketiminin artışının, obezite, tip 2 diyabet ve diğ er kronik hastalıkların riskinde de artışa neden olduğunu gösteren çalışmalar bulunmaktadır (Kim 2017; Opoku-Acheampong *et al.* 2018). Bununla birlikte, içecek tercihlerinin sosyo-ekonomik durum, kültürel etkiler ve reklamlar gibi çeşitli faktörlerle şekillendiğine dair bulgular da mevcuttur.

Üniversite  ğrencilerinin içecek tercihleri geniş bir yelpazeye yayılmaktadır ve bu tercihlerin sağlık ve yaşam tarzları üzerinde önemli etkileri olabilmektedir. Dengeli bir beslenme planı ve sağlıklı içecek seçimleri, öğrencilerin akademik başarılarını ve genel sağlıklarını desteklemeye yardımcı olur.

Ayrıca toplumsal hareketler, marka, menşe temelli boykot çağrıları sivil toplum örgütlerinin son derece etkili olduğu üniversitelerde  ğrenci tüketim davranışlarını da etkilemektedir.

Üniversite  ğrencileri arasında içecek tüketim alışkanlıklarının neye göre şekillendiği, hangi faktörlerin bu tercihlerde etkili olduğu ve tüketim sıklıklarının ne olduğu konusunda kapsamlı bir bilgi eksikliği bulunmaktadır. Bu  alışma, söz konusu boşluğu doldurmayı ve Recep Tayyip Erdoğan  niversitesi  ğrencilerinin içecek tercihlerine dair derinlemesine bir anlayış geliştirmeyi hedeflemektedir.

Bu çalışmanın amacı, Recep Tayyip Erdoğan  niversitesi  ğrencilerinin içecek tüketim alışkanlıklarını, tercih ettikleri içecek türlerini, bu tercihleri etkileyen faktörleri ve içecek tüketim motivasyonlarını detaylı bir şekilde incelemektir. Aynı zamanda, öğrencilerin sağlık,

fıyat, marka, sosyal medya ve mevsimsel etkiler gibi değişkenlere nasıl tepki verdiklerini anlamak da çalışmanın hedefleri arasındadır.



KURUMSAL TEMELLER

Üniversite hayatı, genç yetişkinlerin akademik ve sosyal yaşamlarını deneyimledikleri önemli bir dönemdir. Bu süreçte öğrencilerin yaşam tarzları ve alışkanlıkları, beslenme alışkanlıkları da dâhil olmak üzere birçok faktörden etkilenir. İçecek tüketimi, öğrencilerin günlük rutinlerinin önemli bir parçasıdır ve bu tüketim tercihleri, sağlık, enerji düzeyleri ve genel yaşam tarzları üzerinde etkilidir.

Üniversite öğrencilerinin içecek tüketim alışkanlıklarını anlamak hem bireysel hem de toplumsal sağlık açısından önemlidir. Çeşitli çalışmalar bu alışkanlıkları incelemiş ve öğrencilerin içecek seçimlerini etkileyen faktörlerin karmaşıklığını vurgulamıştır, bu faktörler arasında üniversite yemek ortamı, sosyal etkiler ve bireysel beslenme tercihleri bulunmaktadır (Li *et al.* 2022; Opoku-Acheampong *et al.* 2018).

Üniversite yemek ortamı öğrencilerin beslenme davranışlarını şekillendirmede kilit bir rol oynar. Hızlı beslenme kültürüne uyum ve ilk kez evden uzak yaşamının etkisi, Glasgow'da okuyan Yunan öğrencilerin diyetlerinde önemli etkilere sahip olduğunu göstermiştir (Li *et al.* 2022). Ayrıca, Hess ve arkadaşlarının (2019) yaptıkları çalışmada akranlar, ebeveynler ve öğretmenlerin etkisi, özellikle şekerli içecekler ve su tüketimi konusunda önemli olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Ebeveynler ve öğretmenler hem rol model olarak hem de ev ve sınıf ortamları üzerindeki kontrol mekanizmalarıyla gençlerin içeceklerle ilgili davranışlarını ve tutumlarını etkilediği belirtilmiştir.

Beslenme alışkanlıkları ve tercihler de içecek seçimleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Örneğin, "gelenekçiler" olarak tanımlanan bir öğrenci grubu, daha yüksek sebze, meyve, baklagiller ve zeytinyağı tüketimi ve daha düşük gazlı içecek tüketimi ile karakterize edilen bir Akdeniz diyetini tercih ettiği tespit edilmiştir (Platania *et al.* 2016). Bu tercihler, öğrencilerin beslenme düzenlerindeki çeşitliliği ve hedeflenmiş müdahalelerin gerekliliğini vurgular.

Üniversite öğrencileri arasında içecek tüketimi, obezite, diş sağlığı sorunları ve yetersiz hidrasyon gibi derin sağlık sonuçlarına sahiptir. Sağlıklı beslenme ve fiziksel aktiviteyi teşvik etme çabalarına rağmen, düşük meyve/sebze tüketimi ve yüksek şekerli içecek tüketimi öğrenciler arasında yaygın olup, istenmeyen kilo alımı ve obeziteyle ilişkili koşullar için risk oluşturabilmektedir (Opoku-Acheampong *et al.* 2018).

Sağlıksız içecek tüketimiyle ilgili zorlukları ele almak kapsamlı stratejiler gerektirir. Eğitimsel müdahaleler ve üniversite yemek ortamındaki değişiklikler sağlıklı seçenekleri teşvik edebilir. Örneğin, kampüste sağlıklı içecek seçeneklerinin kullanılabilirliğini ve erişilebilirliğini artırmak, şekerli içeceklerin sağlık üzerindeki etkileri hakkında eğitimle birleştirildiğinde, öğrencileri daha sağlıklı seçimler yapmaya teşvik edebilirler.

Üniversite öğrencilerinin içecek tercihlerini belirleyen çeşitli faktörler:

Öğrencilerin içecek tercihlerini belirleyen en temel faktörlerden biri lezzettir. Öğrencilerin tercihleri içeceğin ekşi, tatlı daha fazla asittik ya da parçacıklı olmasına göre değişkenlik göstermektedir. Kişinin lezzet algısı içeceği içeceğin türünü belirlemede en temel faktördür. Çocuklar ve gençlerde yapılan araştırmalarda tadın içecek tercihinde son derece güçlü bir etkisi olduğu ispatlanmıştır (Grimm *et al.* 2004; Sdrali *et al.* 2010). Öğrencilerin bütçesi toplumun geneline göre daha az olmakla beraber her ay kısıtlı bir bütçe ile kendilerini idame etmek zorundadırlar, bu nedenle içecek tercihlerinde fiyat da en az lezzet kadar önemli bir faktördür. Ekonomik içecekler günlük rutinde genellikle daha sık tercih edilirken, lüks içecekler sadece özel durumlarda veya keyif için tercih edilmektedirler. Sağlık bilincinin artmasıyla birlikte, öğrenciler içecek seçimlerinde besin değeri ve sağlık üzere etkilerini göz önünde bulundurmaktadırlar. Öğrenciler diyetlerine göre besin değeri yüksek ya da besin değeri düşük içecekleri tercih etmektedirler. Kafein içeren içecekler tüketim sonrası kişide dikkat artımına neden olduğundan sınav haftalarında, erken saatlerdeki derslerde verimliliği arttırmak için öğrenciler tarafından tercih edilmektedir. Kahve ve çaylar kafein oranı yüksek olan içeceklerdir. Kafein sindirildiğinde ince bağırsaktan başlayarak hızlı bir şekilde organlara ve dokulara ulaşmaktadır. Hızlı etki göstermesinden dolayı kafeinli içeceklerin kullanımı öğrenciler arasında yaygındır. Kafein sindirildiği zaman organlara ve dokulara ince bağırsaktan hızla ulaşmaktadır (Küçükkömürler & Kurt 2018). Kafein, merkezi sinir sistemini uyararak, katekolamin salgısını artmasına neden olmaktadır. Bununla beraber kalp hızının uyarılması ve düz kasların gevşemesi gibi bazı biyolojik etkilere neden olmaktadır. Ayrıca kafein foliküler sıvıya da ulaşabilmektedir. Kafeinin yorgunluk hissini azaltarak dikkatli yapılması gereken işlerde uyanıklığı artırıcı özellik göstermektedir (Emokpae *et al.* 2021).

Öğrencilerin içecek tüketim alışkanlığını etkileyen günümüzde çok fazla gündemde yer alan başka bir etken, boykot çağrılarıdır. Toplumsal hareketlilikler, siyasi olaylar, sivil toplum örgütlerinin söylemleri ile bir firmaya, bir ürüne ya da topyekûn bir ülkenin ürünlerine toplum tarafından gösterilen tepkiye denir. Toprak sahibi olan İrlandalı Charles Cunnigham Boycott'a karşı 1880 yılında iş bırakma eylemi ile ilk kez ortaya çıkmıştır (Gelb 1995; Friedman 1999). Kelime olarak günlük kullanımda, medyada bir şeylerin duyurulmasını sağlamak, herkes

tarafından bilinilmesini sağlamak amacıyla reddetmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Cruz 2016). Boykot, markanın uygulamasından ya da davranışından rahatsız olan tüketicilerden markanın aldığı tepki olarak da tanımlanabilmektedir (Smith 1990)

Kalori İçeriği, özellikle kilo kontrolü veya sağlıklı beslenme hedefleri olan öğrenciler düşük kalorili veya kalorisiz içecekler tercih etmektedirler. Kola, gazoz gibi asitli içecekler içeriğinde şeker ya da glikoz-fruktoz şurubu bulundurmalarından dolayı kalori değerleri son derece yüksektir. Günümüzde sağlıklı beslenme bilinci arttığı için, sağlıklı içecekler öğrenciler tarafından tercih edilmektedir. Örneğin, doğal meyve suları veya düşük kalorili içecekler gibi. Enerji ihtiyacı, sınav dönemleri, yoğun ders saatleri ve staj dönemlerinde öğrenciler enerji içeceklerini tercih etmektedirler. Enerji içecekleri uyanıklığı ve fiziksel aktiviteyi arttırmayı sağlayan alkolsüz içeceklerdir. Ana bileşeni kafeindir, bununla beraber itaurin, ginseng, glukuronolaktan ve B grubu vitaminleri ihtiva eder. İçerdiği yüksek orandaki kafein ile uyanıklığı arttırarak, duygu durumunu iyileştirebilmektedir. Enerji içeceklerinin ihtiva ettiği kafeinin, zihin ve hafızayı da pozitif etkilediği bilinmektedir (Alsunni 2015).

Öğrenciler genellikle hareket halinde oldukları için, taşınabilir ve pratik içecekler tercih etmektedirler. Bu nedenle, ambalajın taşınabilirliği ve içeceğin tüketiminde sağlayacağı kolaylık içeceğin tercihinde bir etkidir. Ambalajlamanın amaçları, fiyatı, bozulmalara karşı koruyuculuk, üretim tarihi, ürünün ağırlığının belirtilmesi, son kullanma tarihi, yenilik fırsatı, tüketiciye rahatlık sağlama, dikkat çekmeye bağlı olarak satış arttırmadır. Ambalajlama kurumların müşteri kazanma politikası için önemli bir parçadır (Örücü ve Tavşancı 2001).

Sosyal ve kültürel etkiler öğrenci beslenmesinin şekillenmesinde etkidir. Öğrencilerin içecek tercihleri genellikle sosyal etkileşimlerle şekillenir. Arkadaş grubunun tercihleri, kampüs kültürü veya yerel alışkanlıklar, içecek seçimlerini etkileyebilir. Örneğin çay rengi ve hoş aroması ile kişilerin duysal özelliklerine hitap etmesinin yanında önemli bir sosyalleşme aracıdır (Choi 2020).

Öğrencilerin içecek tercihleri genellikle geçmiş deneyimlerine ve alışkanlıklarına dayanır. Büyüdükleri coğrafyadan, kültürel değerlerinden veya aile yapısından kaynaklanan içecek tercihleri, eğitim süreçleri boyunca da devam edebilmektedir. Öğrenciler, içeceklerin güvenilirliğine ve kalitesine önem verirler. Bilindik markalar veya güvenilir ürünler genellikle daha fazla tercih edilmektedir. 60 kişiye yapılan anket çalışmasında bir gıda ürününü seçerken kalitenin tüketiciler için önemli bir faktör olduğu görülmüştür (Örücü ve Tavşancı 2001).

İçecek tercihleri, günün farklı saatlerine ve aktivitelere bağlı olarak değişebilmektedir. Sabahları kahve veya çay tercih edilirken, öğleden sonra ferahlamak için gazlı içecekler veya akşam yemeğiyle birlikte meyve suyu tercih edilebilmektedir. Özellikle genç nesilde moda ve

trendler, içecek tercihlerini etkilemektedir. Sosyal medya, ünlülerin tercihleri veya popüler kültür, öğrencilerin içecek seçimlerini etkileyebilmektedir. Bazı ğrenciler marka bağlığı gösterebilir veya popüler içecek markalarının reklamlarından etkilenirler. Fast food sektöründe marka deneyimi ve reklam harcamalarının, marka değerini oluşturan marka bağlığı üzerindeki etkisinin araştırıldığı bir çalışmada marka deneyiminin hedonik duygular ile marka farkındalığını etkilediği sonucuna varılmıştır (Can 2016).

İçecekler

Türk Dil Kurumu'na (TDK) göre içecekler, "içilen her şey, meşrubat" olarak tanımlanmıştır. İçecekler "Sıcak veya soğuk, alkollü veya alkolsüz olmak üzere insanlar tarafından biyolojik gereklilikleri karşılama veya haz almak için tüketilen sıvıların genel adı" olarak da tanımlanmaktadır.

Günümüzde içecekler kişi beslenmesinde önemli rol oynamakla beraber keyif ve haz sağlamasından kaynaklı, tüketimi kişi için önemli bir noktada konumlanmaktadır.

İçecek, insanların tüketim amacıyla sıvı formda aldığı ve genellikle susuzluğu gidermek, beslenme ihtiyacını karşılamak veya keyif almak için kullanılan bir tür tüketim maddesidir. İçecekler geniş bir yelpazede bulunabilir ve su, meyve suları, süt, çay, kahve, alkollü içecekler, enerji içecekleri ve soda gibi çeşitli türleri içerebilir. İnsanlar içecekleri günlük yaşamlarında birçok farklı amaç için tüketirler ve içecek tercihleri kültürel, sosyal ve kişisel tercihlere bağlı olarak değişebilir. İçeceklerin tüketimi, sağlık ve yaşam tarzları üzerinde önemli etkilere sahip olabilir. Örneğin, aşırı kafein içeren içeceklerin uyku düzenini bozabileceği ve kalp çarpıntısı gibi sağlık sorunlarına neden olabileceği bilinmektedir (Heckman *et al.* 2010). Bu nedenle, içecek seçimleri dikkatlice yapılmalı ve dengeli bir beslenme planı içinde yer almalıdır.

İçecek eşitleri

Gazlı içecekler

Dünya genelinde yaygın olarak tüketilen en popüler gazlı içecek koladır. Kola, genellikle kafein, şeker veya tatlandırıcılar, karbondioksit su, doğal ve yapay aromalar içeren bir içecek türüdür. Kola, kahve ve çay gibi kafein içerir ve genellikle karamel rengindedir. Kola, marka adıyla da anılmakla beraber ve birçok farklı üretici tarafından üretilmektedir. İngiliz bilim adamı Joseph Priestly 1772'de suya karbondioksit katarak köpüklü, lezzetli içecek üreterek gazlı içeceklerin başlangıcını oluşturmuştur. Gazlı alkolsüz içeceklerin ticarileşmesi 1806'da Yale niversitesi'nde kimya profesörü Benjamin Siliman tarafından başlamıştır. Mesleği eczacılık olan John Styth Pemberton 1886 yılında karbondioksitli özel bir içecek

üretmiştir. Bu içeceğe kakaodan elde ettiği ekstrat ile Afrika kola ağacından elde ettiği ekstratı eklemiştir. 1893 yılında ise yine eczacı olan Hires şişelenmiş kök birası üretmiştir. Günümüzde popüler olan aromalar kola, portakal, limon, zencefil, üzüm ve kök birasıdır. Olası tüm aroma çeşitlerinden gazlı içecek üretilmiştir. Gazlı içecekler arasında en yaygın olanı ise muhakkak ki koladır (Ensminger *et al.* 1995).

Gazlı ve şekerli içeceklerin imalatında şeker ile beraber tatlandırıcı olarak glikoz, sakkaroz, früktoz şurubu, glikoz şurubu veya invert şeker şurubu kullanılmaktadır. Gazlı içeceklerde kullanılan yenilebilir asitler; fumarik, asetik, tartarik, sitrik, glukonik, malik, kaltik ve fosforik asittir. Bu asitler tek başına veya karışım halinde kullanılmaktadır. (Ensminger *et al.* 1995)

2019 katılımcılı bir çalışmada kola tüketiminin diyabet için büyük oranda risk teşkil ettiğinin altı çizilmiştir. Çalışma sonuçlarına göre kola gibi şekerle tatlandırılmış içecekler kronik hastalık gelişiminde doğrudan etki etmektedir (Gardener *et al.* 2018). 330 ml kola şişesinde yaklaşık 37 gram ilave şeker vardır. Yapılan farklı bir çalışmada Dünya genelinde her yıl 184 bin ölümün şekerli içecek tüketimiyle ilişkilendirilmiştir (Singh *et al.* 2015).

Kola, dünya genelinde oldukça popüler bir içecektir. Restoranlar, süpermarketler, otomatlar ve fast food zincirleri gibi birçok yerde kolayca bulunabilmektedir. Özellikle gençler ve yetişkinler arasında son derece yaygın olarak tüketilir. Kola birçok kişi tarafından genellikle keyif amaçlı tüketilir. Vücuda zararlı bir içecek olmasına rağmen bireylere hızlı bir canlılık vermesi ve kısa süreliğine tokluk hissi sağlaması, serinlik hissi verdiği düşünülen bir içecek olması dolayısıyla yaygın olarak tüketilmektedir (Küçükkömürler & Kurt 2018).

Portakal aromalı gazlı içecekler, geniş bir tüketici kitlesi tarafından sevilen ve popülerlik kazanmış bir içecek çeşididir. Bu içecekler, portakalın ferahlatıcı ve canlandırıcı tadını sunar ve özellikle sıcak yaz günlerinde tercih edilirler. Portakal aromalı gazlı içeceklerin muhtevası genellikle karbondioksit, su, şeker veya tatlandırıcılar, portakal aroması, doğal veya yapay renklendiriciler ve koruyuculardan oluşmaktadır. Bu içecekler, genellikle gazlı içecek sektöründe bulunan birçok marka tarafından üretilir ve farklı ambalajlarda ve gramajlarda satışa sunulmaktadırlar. Gazoz, birçok formülasyonda üretilmekte olup dünya genelinde yaygın olarak tüketilmektedir. Basınç altında şekerli sulara karbondioksit eklenmesiyle ya da yapay sodaya aroma ilavesiyle gazoz elde edilmektedir. Diğer gazlı içecekler gibi besleyici değeri bulunmamaktadır (Ergan 2016).

Gazozun ve portakal aromalı içeceğin popülerliği, ferahlatıcı ve lezzetli bir içecek olmasına ve geniş tüketici kitlesi tarafından sevilmesine dayanmaktadır.

Enerji içecekleri

genellikle kafein, şeker veya tatlandırıcılar, vitaminler, amino asitler ve diğer enerji artırıcı bileşenler gibi maddeler içeren bir içecektir. Bu içecekler, tüketicilere geçici olarak enerji artışı sağlamayı amaçlamaktadırlar. Enerji içeceği tüketen kişilerde dikkat ve odaklanma yeteneğinin arttığı gözlemlenmektedir. Ancak, enerji içeceklerinin içerdiği bileşenler ve tüketim alışkanlıkları üzerindeki etkileri hakkında bazı endişeler bulunmaktadır. Aşırı miktarda kafein tüketimi, bağımlılığa yol açabilir ve yoksunluk semptomlarına neden olabilir (Temple 2009). Bazı kişilerde aşırı miktarda kafein tüketimi, kalp ritim bozuklukları ve diğer kalp problemlerine neden olabilir. Ayrıca enerji içeceklerinin tüketimi, uykusuzluk ve uyku bozukluklarına neden olabilir. Enerji içeceklerinin diğer içeceklere kıyasla dengeli ve ölçülü bir şekilde tüketilmesi önemlidir.

Enerji içeceklerinde bulunan kafeinin insan vücudunda bilişsel ve kardiyookaktif etkilere neden olduğu birçok çalışma ile kanıtlanmıştır. Bu içecekler yoğun miktarlarda şeker ihtiva ettiğinden kardiyovasküler hastalıkların gelişme riskini artmasına ve kanda glukoz seviyesinin yükselmesine neden olmaktadır. (Alsunni *et al.* 2015).

Enerji içecekleri pazarı, özellikle genç yetişkinler ve ergenler için tasarlanan agresif reklamlar ve internet sitelerindeki reklamlar ile hedef kitleyi bu içecekleri satın almaya davet etmektedir (Ruiz *et al.* 2019).

Meyve suyu

Çeşitli meyvelerin özlerinin sıkılması veya ezilmesiyle elde edilen içeceklerdir. Doğal olarak tatlı ve ferahlatıcı olan meyve suları, vitamin ve mineral açısından zengindir. Ancak, bazı meyve suları şeker, glikoz-fruktoz şurupları veya başka tatlandırıcılar içerebilmektedir, bu da sağlık açısından olumsuz etki yaratmaktadır. Doğal meyve suları mineral ve vitamin yönünden son derece zengindir. Örneğin, portakal suyu C vitamini bakımından zenginken, havuç suyu A vitamini açısından zengindir. Ancak, bazı ticari meyve suları eklenen şeker veya tatlandırıcılar içerdiğinden, ürünün kalori değeri ve şeker miktarı artmaktadır. Meyve suları antioksidanlar açısından zengindir. Fenolik içerikler, antosiyaninler, A, B, E vitaminleri, bazı mineraller ve peptitler, metabolizmadaki kimyasal reaksiyonlar nedeniyle serbest radikalleri yakalayan antioksidanlar olarak kategorize edilmiştir. Bu bileşenlerin kanser, tümörler, diyabet, arteriyoskleroz, kardiyovasküler hastalıklar ve metabolik bozukluklar gibi hastalıkları önlemede oksidatif stresi ve inflamasyonu azaltarak rol oynayabileceği kanıtlanmıştır. Ayrıca, antioksidan tüketiminin bir diğer faydalı etkisi, bağırsakta oksidatif stres seviyelerini azaltarak sağlıklı bir bağırsak mikrobiyomuna sahip olmaktır (Kahn 2022).

Sıcak havalarda veya egzersiz sırasında, meyve suyu tüketmek vücudun nem ve mineral ihtiyacını karşılayabilir. Meyveler, meyve suları üretiminde kullanılan antioksidan kaynaklarıdır. Elma, siyah havuç ve çilek, yüksek antioksidan içerikleriyle bilinirler. Dolayısıyla, bu meyvelerin ve sularının tüketilmesi insan metabolizmasındaki oksidatif stresi azaltmaya yardımcı olabilir. Bu sağlık etkisini kanıtlamak için bugüne kadar birçok çalışma yapılmıştır (Tonin, *et al.* 2015).

Dutlar, elma, muz, marul ve şeftali gibi diğer meyvelere kıyasla daha yüksek antioksidan özelliklere sahiptir. Özellikle çilekler, yüksek antioksidan aktiviteye ve antikanser özelliklere sahiptir (Basu *et al.* 2014).

Ticari olarak üretilmiş meyve suları yerine, doğal olarak sıkılmış veya ezilmiş meyve sularını tercih etmek sağlık açısından önemlidir. Doğal meyve suları dengeli bir diyetin sağlık için en önemli parçalarından biridir. Meyve suları içeriğindeki meyve suyu ve pulpunun oranına göre gruplandırılır. %100 meyveden elde edildiğinde meyve suyu, içerdiği katkı maddeleri ve meyve oranlarına göre meyve nektarı ve meyve içeceği gibi isimlerle adlandırılırlar (Benli-Tüfekçi vd 2010).

Meyve suyu türlerinin birbirlerinden kesin tanımlarla ayrılması çok önemlidir. Çünkü meyve suyu hiçbir katkı maddesi içermeyen %100 meyveden elde edilirken, meyve nektarı doğal meyve suyu veya pulpuna su eklenerek seyreltilmesi ile hazırlanmaktadır. Meyveli içecek ve meyve aromalı içecek ise meyve oranı daha düşük olan gruplardır. Meyveli içeceklerin en az %10 meyve içermesi gerekirken aromalı içecekler %0-9 oranında meyve içermektedir (Kaya-Bayram 2013).

Tüketici bilincinin artması ile meyve suyu ve fonksiyonel meyveli içeceklere yönelim artmıştır. Buna karşın meyve içermeyen aromalı içeceklerin üretim ve tüketiminde ise düşüş görülmektedir (Kaya-Bayram 2013).

Maden suyu

Doğal mineraller içeren içeceklere verilen genel bir isimdir. Bu mineraller, maden suyunun bulunduğu yeraltı kaynaklarından gelir. Maden suyu, içeriğine bağlı olarak insan sağlığına çeşitli faydalar sağlamaktadırlar. İçindeki minerallerin türü ve miktarı markalara göre değişiklik gösterebilmektedir. Maden suları, genellikle mineraller açısından zengin su kaynaklarından elde edilir. Mineraller arasında kalsiyum, magnezyum, potasyum ve sodyum gibi mineraller bulunabilir. Bu mineraller, insan vücudu için önemli olan birçok biyolojik süreçte rol oynarlar. Maden sularının içerdikleri mineraller ve bileşenler, insan sağlığına çeşitli faydalar sağlayabilmektedirler. Örneğin, kalsiyum kemik sağlığı için önemlidir, magnezyum

sinir sistemi ve kas fonksiyonları için gereklidir, potasyum ise vücuttaki sıvı dengesini korumak için önemlidir. Birçok araştırma, doğru miktarda içildiğinde maden suyunun sindirimi destekleyebileceğini, hidrasyonu artırabileceğini ve bazı durumlarda sindirim sistemi rahatsızlıklarına yardımcı olabileceğini göstermektedir (Valtin 2002).

Maden suyunun tüketimi, yaş, kişinin sağlık durumu, aktivite düzeyi, cinsiyet ve diğer faktörlere bağlı olarak değişebilmektedir. Dolayısıyla, günlük mineral ihtiyacını karşılamak için doğru miktarda maden suyu tüketmek faydalıdır. Ancak, aşırı tüketim bazı insanlar için yan etkilere neden olabilir ve sağlık açısından sorun teşkil edebilmektedirler.

Frozenlar

Genellikle içeceklerin dondurulmuş veya buzlu versiyonlarına verilen bir isimdir. Bu içeceklerin, genellikle buzlu meyve kokteylleri, dondurulmuş kahveler, buzlu çaylar veya dondurulmuş alkollü içecekler gibi çeşitli vardır. Frozenlar sıcak havalarda serinlemek veya keyifli bir tatil anı yaratmak için tercih edilirler. Hazırlanmaları genellikle basit ve hızlıdır ve çeşitli malzemelerle kolayca hazırlanırlar. Kafe ve restoranlarda yaygın olarak bulunur ve genellikle özel tariflerle hazırlanırlar. Buzlu içeceklerin hazırlanmasında kullanılan malzemeler ve tarifler mevsime, bölgeye ve kişisel tercihlere göre değişebilmektedir.

Cool Lime

İlk kez Starbucks kahve zinciri tarafından satışa sunulan ve serinletici bir içecektir. Bu içecek, limon-lime aromalı buzlu bir içecektir ve genellikle yaz aylarında tercih edilmektedir. Starbucks'ta genellikle "Cool Lime Refresher" olarak adlandırılır. Cool Lime içeceği, limon-lime aromalı bir "refresher" üzerine buz ve su eklenerek hazırlanır. "Refresher" limon-lime aromalı bir konsantre içerir ve genellikle buzlu içeceklerin temelini oluşturur. İçeceğin ferahlatıcı ve hafif tatlarının yanı sıra, kafeinsiz ve düşük kalorili olması da tercih sebeplerindendir (Anonim 2024).

Starbucks'ın Cool Lime Refresher içeceği, ilk olarak 2012 yılında piyasaya sürülmüştür. Taze ve hafif limon-lime aromasıyla, sıcak yaz günlerinde tercih edilen bir içecek olarak popülerlik kazanmıştır. Özellikle kahve içmeyi tercih etmeyen veya kafein hassasiyeti olan müşteriler için ideal bir seçenektir (Anonim 2024).

Bitkisel bademli /hindistan cevizli içecekler

Son dönemde tüketimi artan bu içecekler sağlıklı beslenme bilincindeki artışa paralel olarak zincir marketlerin raflarında kendine sıkça yer bulmaktadır. Bitkisel sütler bitki materyallerinin su içinde çözelti haline getirilmesi ile oluştururlar. Hem lezzetli hem de

alternatif farklı bir tat olması sağlık üzerindeki olumlu etkileri de göz önüne alındığında tüketimi artmaktadır. Bitkisel bademli/hindistan cevizli içeceklerin en önemli özelliği içeriğinde süt bulunmamasıdır. Laktoz intoleransı ve tercihini vegan beslenmeden yana kullananlar için iyi bir alternatif oluşturmaktadır. Kalorisinin düşük olması kilosunu kontrol etmek isteyenler için önemli bir avantaj sağlar. Bu içecekler görüntüsü ve inek sütüne olan benzerliğinden dolayı, bitkisel süt, süt benzeri içecek, gibi farklı isimlerle adlandırılmaktadır. Bitki bazlı sütler, fındık, tahıl ve 7 tohum gibi gıda hammaddelerinin suya ekstrakte edilmesiyle elde edilmektedirler (Parlak 2020).

Bitkisel bademli/hindistan cevizli içeceklerin sağlık açısından faydalı olmasının nedeni içeriğinde barındırdığı kalsiyumla ilgilidir. Kalsiyum kemik sağlığı için hayati öneme sahiptir. Ayrıca bitkisel bademli/hindistan cevizli içeceklerin içerdikleri E vitamini (tokoferol) antioksidan etki göstermelerine de neden olmaktadır buda vücut hücrelerini serbest radikallerin etkisinden korur. İçerdikleri diğer bir mineralde magnezyumdur. Magnezyum kas fonksiyonları, sinir sistemi, kemik sağlığı için önemlidir. Bitkisel sütlerde hammadde dışında şeker, aroma maddeleri, emülgatör, yağ, stabilizatör gibi farklı birçok katkı maddesi bulunmaktadır. Bundan dolayı bitkisel sütlerin özellikleri birbirlerinden oldukça farklılık göstermektedir (Tuncel 2023).

Bitkisel sütler konusunda yapılan bir araştırma bitkisel sütlerin içeriğini incelemiş soya dışında diğer bitkisel içerikli sütlerin protein miktarının %1'den düşük olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Protein oranı düşük olan bitkisel sütlerle ilgili protein bakımından zenginleştirmek için bir dizi çalışma yapılmaktadır (Jeske *et al.* 2017).

Diğer bitkisel sütlerle kıyasla hindistan cevizi sütü daha fazla oranda yağ içermektedir. Düşük seviyede trans yağlar ve satur yağlar içermektedir. Yüksek oranda demir, çinko, potasyum, magnezyum, E ve C vitaminlerini içermektedir. Az miktarda da karbonhidrat, protein, lif, içermektedir (Bükülmez 2020).

Boza

Türk mutfağının geleneksel ve kökü Orta Asya'ya dayanan önemli içeceklerinden biridir. Pirinç, darı, buğday, mısır gibi tahılların unlarının şeker ve su ile pişirilip laktik asit fermentasyonuna bırakılması ile yapılan kendine has kokusu tadı olan kıvamlı içerecektir (Arıcı vd 2007).

Boza genelde soğuk kış aylarında sıcak olarak tüketilmektedir ve probiyotik özelliği nedeni ile sindirim sistemi sağlığına olumlu etkileri vardır. İçeriğindeki tahıllardan kaynaklı B vitaminince zengindir. Orta Asya'da yaşayan Türklerin en eski gıdaları arasında yer alan darıdan yapılan bozanın coğrafi genişlemesi Türk göçleri ile gerçekleşmiştir (Önçel 2015; İgüs

2016). Bozacılık Osmanlı döneminde temel bir meslek haline gelerek günümüzdeki coğrafi yayılımını tamamlamıştır (Düler 2002). Günümüzde endüstriyel üretim yöntemleri ile üretilen boza hem yerel pazarlarda hem de uluslararası pazarda kendine yer bulmaktadır.

Probiyotik içecekler

Sağlık üzerine etkilerinden dolayı son zamanlarda tüketiciler tarafından sık olarak tüketilen popüler gıdalar haline gelmişlerdir. Probiyotik gıdalar, en başta fermente süt ürünleri olmak üzere, fonksiyonel gıdalarda ve gıda takviyelerinde doğal bileşen olarak bulunmaktadır (Tripathi *et al.* 2012).

Bifidobacterium ve *Lactobacillus* bakterilerinin çeşitli türleri ile bazı mikroorganizma türleri uzunca bir süredir probiyotik olarak kullanılmaktadır (Boyle *et al.* 2006).

Probiyotik içeceklerin sağlığa etki edebilmesi için vücuda yeterli miktarda alınması gerekmektedir. Tüketilmesi tavsiye edilen probiyotik mikroorganizma oranı birbirinden farklı çalışmalarda, farklılık göstermektedir. Bununla beraber süt ürünlerinde canlı hücrelerin miktarı en az 10^5 - 10^7 kob/g arasında olması gerekliliği belirtilmiştir (Farahmand *et al.* 2021).

Kefir

2022 yılı Türk Gıda Kodeksi Fermante Süt Ürünleri Tebliğine göre; fermentasyonda, kefir danesine özgü karakteristik mikroorganizmalar olan *Lactobacillus kefiranofaciens*, *Lactobacillus kefiri*, *Lactobacillus kefirgranum*'dan en az ikisini içeren, laktozu fermente eden mayalardan *Kluyveromyces marxianus* ve etmeyen mayalardan *Saccharomyces spp.*'yi zorunlu olarak içeren bunun yanında *Lactobacillus*, *Acetobacter*, *Leuconostoc*, *Lactococcus* ve benzeri bakteri cinslerine ait türler ile farklı maya türlerini de bulundurabilen kefir danelerinin ve ya starter kültürlerin kullanıldığı fermente süt ürünüdür.

Kefir hafif alkollü, ekşi, viskoz yapıda fermente içecektir (Sharifi *et al.* 2017). Kefirin diğer fermente süt ürünlerden ayrılmasının en önemli özelliği kefir tanelerindeki mikroorganizmaların alkol ve laktik asit fermantasyonlarını aynı zamanda gerçekleştirmesidir (Akbörü 2019).

Kefir tüketimi metabolitleri ve mikroorganizmaların sağlığı koruması ve sağlığa olumlu etki etmesi dolayısıyla Rusya'nın Kafkas Dağları, Asya, Güney, Kuzey Amerika ve Avrupa gibi birçok ülke ve kıtada yaygın olarak tüketilmektedir (Gut *et al.* 2019; Atalar 2019). Bununla beraber kefir bazı patojen bakterilere karşı antibakteriyel etki göstermektedir (Gut *et al.* 2019). Kefirin mikrobiyotası, kefir tanelerinin kökenine, substrata, kültür muhafaza yöntemine ve iklim koşullarına göre farklılık göstermektedir (Azizi *et al.* 2021).

Şalgam suyu

Ülkemizde önemli gastronomik değere ve geniş bir tüketim kültürüne sahip olan geleneksel fermente bir içecektir (Üçok vd 2012). Maya, siyah havuç, tuz, bulgur unu, su ve şalgam bitkisi kullanılarak laktik asit fermantasyonu ile üretilmektedir. Berrak olmayan, ekşi tatta ve kırmızı renge sahip bir içecektir. Esasında laktik asit bakterileri şalgamdan etil alkol, laktik asit ve diğer organik bileşikler üreterek şalgam suyuna kendine has tat ve aromasını vermektedir (Erten vd 2008).

Şalgam suyu, organik asitler, fenolik bileşikler, antioksidanlar gibi bileşikler açısından son derece zengindir. Şalgamın kendine has kırmızı rengi şalgamda bulunan antosiyanin pigmentlerinden kaynaklanmaktadır. Antosiyaninler, yüksek antioksidan özellikleri olan fenolik bileşiklerdir (Tanriseven vd 2020).

Antosiyaninlerin kardiyovasküler hastalıklar, nörolojik dejenerasyon ve kanseri önleyici etkisi vardır (Algarra *et al.* 2014; Mizgier *et al.* 2016). Bununla beraber şalgam suyunun içeriğindeki laktik asit bakterileri patojenlere karşı bağışıklığı yükseltir, bağırsak sistemi ve bağırsak florasını korur (Erten vd 2008). Kinik asit, p-kumarik asitler, ferulik, kafeik gibi sinnamik asitlerin esterleşmesiyle elde edilen klorojenik asitler, bazı kronik hastalıkların etkisini hafifletmesi ile ilişkilendirilmiştir (Mizgier *et al.* 2016; Liang *et al.* 2016).

Kahveler

Dünya üzerindeki en popüler alkolsüz içeceklerden biri olup 50'den fazla gelişmekte olan ülkede önemli bir tarım ürünü olarak yetiştirilmektedir (de Melo Pereira *et al.* 2014). Kahvenin yetiştirme, üretim, kullanılan malzemelerin çeşidine göre içecek olarak kullanılan birçok çeşidi vardır. Soğuk kahve çeşitleri, pratik kullanımlı çözünebilir hazır kahve çeşitleri, farklı malzemelerle hazırlanmış sıcak kahve çeşitleri, yapay ve doğal tatlandırıcılarla çeşitlendirilmiş kahve çeşitleri gelişen ve büyüyen kahve sektöründeki kahve çeşitlerine örnek olarak verilebilir. Yaklaşık 60 tropikal ve subtropikal ülke kahveyi ana tarım ihracat ürünü olarak üretmektedir (Esquivel *et al.* 2012).

Kahve çekirdekleri çeşitli teknikler kullanılarak meyveden ayrılır, kurutulur, öğütülür kahve içeceği yapmak için hazır hale getirilir. Kahvede bulunan en önemli fonksiyonel bileşenler flavonoidler, kafeik ve ferulik asit olup, diğer aktif bileşikler arasında nikotinik asit, trigonellin, kinolinik asit, tanik asit, pirogallik asit bulunmaktadır (Esquivel *et al.* 2012; Hasni *et al.* 2021). Kahve çekirdekleri, temel yağlar bakımından zengindir ve kahve içmenin iyi bilinen bir sağlık avantajı, yüksek antioksidan kapasitesidir (Kang *et al.* 2020).

Kahve sağlığa yararlı antioksidanlarla beraber hastalıklardan koruyan polifenoller de içerir (Liang *et al.* 2014; Ajmera 2020). Antioksidanlar, serbest radikallere karşı savaşır, oksidasyonla sonuçlanan faaliyetlerinden doğacak olan zararlara karşı insanın biyolojik sistemlerini korur (Hasni *et al.* 2021). Kahvede 0,15-0,30 mg/g toplam antioksidan bulunmaktadır (Sualeh *et al.* 2020). Temel yağ asileri bakımından zengin olan kahve içeriğindeki linoleik asit etkisi ile oksidatif süreçleri yavaşlatır (Fernandes *et al.* 2022). Kahvenin antioksidan etkisinde demleme süresi, su sıcaklığı gibi değişkenlerle kavurma ve öğütme dereceleri önemlidir (Asiah *et al.* 2019; Hasni *et al.* 2021).

Salep

19.04.2022 tarihli 2022/7 tebliğ numaralı Türk Gıda Kodeksi Baharat Tebliğinde, ieklenmesini tamamlamış Orchidaceae familyasına dâhil yumru bağlayan farklı cins ve türlere ait toprak orkidelerinin yumrularının tekniğine uygun olarak temizlenip su veya sütte haşlandıktan sonra kurutulup öğütülmüş veya öğütülmemiş halini ifade eder şeklinde tanımlanmıştır. Türkiye’de içilebilir salep kafe ve pastanelerde geniş bir kitle tarafından tüketilmektedir. Son yıllarda hazır salepler marketlerde yer almakla beraber geleneksel yöntemlerle evlerde de üretilmektedir (Kasperek 1999).

Geleneksel bir Türk içeceği olan salep, salep tozunun şekerli süt ya da suda kaynatılması ile elde edilir ve üzerine isteğe bağlı olarak tarçın eklenerek sıcak servis edilir. Evde yapılan salep istenilen kıvamda ve lezzette olması için toz salep 10 g, süt 750 ml, tarçın 1,5 g, şeker 25 g formülasyonunda yapılmalıdır (Tamer vd 2006).

Milkshake

Dünya genelinde her yaş grubundan insanlar tarafından keyifle tüketilen popüler içecektir. Ezilmiş buz, çikolata, krema, çeşitli meyveler, vanilya ve sütün mikser yardımı ile karıştırılması ile yapılan soğuk buzlu bir içecektir. Ancak içerdikleri malzemeler ve porsiyon boyutlarına bağlı olarak besin değerleri ve sağlık yönleri büyük ölçüde değişebilmektedir. Milkshakeler süt kaynaklı kalsiyum ve protein gibi besin maddelerini sağlayabilirken, genellikle yüksek kalorili, şekerli ve doymuş yağ ieriklidirler. Özellikle tam yağlı dondurma ve tatlandırıcılar kullanıldığında şeker açısından yüksek bir diyetle birlikte aşırı milkshake tüketimi, kilo alımına, obeziteye ve tip 2 diyabet, kardiyovasküler hastalıklar gibi kronik hastalık riskinin artmasına katkıda bulunabilmektedir. Daha sağlıklı alternatifleri arasında az yağlı süt, şeker içermeyen ve meyve veya sebzelerin kullanılması yer alır. İsim kökeni sütün İngilizce anlamı olan “milk” ve sallamak anlamına gelen “shake” kelimesinin birleştirilmesi ile

oluşturulmuştur. Bazı ülkelerde “Frabbe” diye adlandırılmaktadır. Milkshake ilk olarak Ivar Coulson tarafından 1922 yılında Şikago da hazırlanmıştır. (Anonim 2024a).

Smoothie

Dilimize kelime anlamı olarak İngilizceden gelmektedir. İngilizce anlamı “güler yüzlü” demektir. İçerisine meyve, sebze, yoğurt, yulaf, süt gibi gıdalar katılarak hazırlanan smoothieler son derece besleyici ve doyurucudur. Hazırlaması son derece pratik lezzetli bir içecektir. Smoothiler kişinin tatlı ihtiyacını karşılayıp kan şekerinin sağlıklı bir şekilde yükselmesini sağlarlar, kullanılan malzemeye göre kişinin tokluk hissini arttırarak kilo verilmesini, sindirim sisteminin düzenlenmesine katkıda bulunurlar. Spor yapan kişiler tarafından fazlası ile tercih edilen smoothiler spor esnasında kaybolan sıvıların yerine konmasını ve vücudun mineral dengesinin sağlanmasına yardımcı olur (Anonim 2023).

Oralet

Eczacıbaşı tarafından 1960 yılında piyasaya sunulan bir üründür. Turuncu renkli portakal aroması olarak kavanozlarda piyasaya sürülmüş ve 1995 yılında ise piyasadan çekilmiştir. Eczacıbaşı grubu tarafından 2007 yılında tekrar piyasaya sürülmüştür. Piyasaya sürüldüğü yıllarda toplumda soğuk içme alışkanlığı gelişmediğinden ve buzdolabının yaygın olmaması nedeniyle özellikle sıcak içilen çay ve kahveye alternatif olmuştur. Türkiye’de hazır gıda tüketiminin az olduğu dönemde isminin karşılığı tam olarak bulunamamış ve aslında ürünün markası olan oralet kelimesi zamanla isimlenmiştir. (Anonim 2024b). Oraletin içinde şeker, asitlik düzenleyiciler, sitrik asit, topaklanmayı önleyici maddeler, doğala özdeş aromalar, renklendiriciler ve tatlandırıcılar vardır.

Ayran

Fermente süt ürünlerinin en önemlilerinden birisi olan ayran ise, Türk Gıda Kodeksine göre yoğurda su katılarak veya kuru maddesi ayarlanan süte *Lactobacillus bulgaricus* (*Lactobacillus delbrueckii subsp. bulgaricus*) ve *Streptococcus thermophilus* (*Streptococcus salivarius subsp. thermophilus*)’ un kültürleri katılarak hazırlanan fermente süt ürünü olarak ifade edilmektedir. Dünya’nın birçok ülkesinde ayran benzeri ürünler meyve aromaları ve şeker katılarak üretilmekte ve içilebilir yoğurt, fermante süt içeceği, laktik içecekler diye adlandırılmaktadır (Yalçın 2016). Ayran, katılan su miktarına bağlı olarak yoğurdun bütün besleyici unsurlarını değişik oranlarda içermektedir (Tamuçay vd 2010).

Kımız

2022 yılı Türk Gıda Kodeksi Fermante Süt Ürünleri tebliğine göre; fermentasyonda spesifik olarak *Kluyveromyces marxianus*, *Lactobacillus delbrueckii subsp. Bulgaricus* ve kültürlerinin kullanıldığı fermente süt ürünüdür. Kımız kısırak sütünden elde edilen geleneksel fermente bir bozkır içeceğidir. Çin kaynaklarında ki verilere göre Kırgız kabileleri, Hunlar, Basmiller ve Göktürkler kımızı tüketmişlerdir. Uygur Türkleri ise hayvansal gıdaları yasaklayan manihizm dinine geçtikten sonra kımız tüketiminin bırakmışlardır (Yatkın 2018).

Selçuklu döneminde göçebe Türkler tarafından çok fazla tüketilen kımız Anadolu da Türkler tarafından tüketilmeye devam etmiş, Osmanlı döneminde İslamiyet'in etkisi ile yerini şerbetlere bırakmıştır. Kımız dünyada hayvan sütünden elde edilen alkollü tek içecektir (Gürsoy 2013). %2 Alkol, %2-4 arası süt şekeri %2 yağ % 0,5-1,5 laktik asitten oluşmaktadır ve ekşi ayrana benzemektedir ve 25'in üzerinde kımız çeşidi vardır (Üstün 2009).

Limonata; limon kabuğu, limon suyu, şeker ve sudan yapılan geleneksel bir içecektir. Basit malzemelerle pratik bir şekilde hazırlanan limonata son derece lezzetli bir içecektir. Limon vitamin, mineral, fenolik bileşikler, diyet lifi, karotenoidler ve uçucu yağlar açısından son derece zengin ve insan sağlığına önemli etkileri olan bir meyvedir (González Molina *et al.* 2009). Evlerde geleneksel olarak üretilen bu içecek 2007 yılında endüstriyel olarak üretilmeye başlanmıştır ve gazlı içeceklere alternatif olarak meyveli içecek pazarında kendine yer bulmuştur (Deniz 2020). Endüstriyel olarak üretilen limonatanın içeriği üretici firmalara göre değişmekte olup, ev yapımı limonatalardan farklılık göstermektedir.

Çay; *Camelia sinensis (L.) kuntze* bitkisinin genç sürgünleri ile yapraklarından üretilen dünyanın en çok tükettiği içeceklerdendir (Baldermann *et al.* 2014). Binlerce yıldan beridir çay bitkisinin genç sürgünleri ve yapraklarından siyah, beyaz, yeşil, oolong, pu-erh ve sarı gibi farklı özellikte çay çeşitleri üretilmektedir. Bunların hepsi aynı bitkinin genç sürgün ve yapraklarından üretilmesine rağmen değişik proses uygulamalarından kaynaklı olarak tat, renk, aroma, bileşen ve lezzet açısından birbirlerinden önemli farklılıklar göstermektedirler (Yi *et al.* 2015). Dünyada en çok tüketilen çay çeşitleri %78 siyah çay, %20 yeşil çay %2 oolong çaydır. (Grove ve Lambert 2010; Kang *et al.* 2019).

Çayın kuru madde üzerinden yaklaşık %20-30'unu oluşturan polifenoller ve %2-5'ini oluşturan ve bir alkaloid olan kafein taze çay yaprağında bulunan başlıca bileşiklerdir (Balentine *et al.* 1997).

Türk çayı toplum yaşamının her anında kendine yer bulmaktadır. Güne başlarken kahvaltıda çay içilir, işe başlarken masada her daim çay bulunur, toplantılarda çay sunulur,

insanlarla bir araya gelindiğinde sohbetlerin vazgeçilmez bir parçasıdır. 2016 yılı verilerine göre kişi başına yıllık ortalama 3,16 kg tüketimle Türkiye dünyada en çok çay tüketen ülkedir (Anonymous 2016).

İçeceklerin sağlıkla ilişkisi

Çok sayıda araştırma, şekerle tatlandırılmış içeceklerin düzenli alımında kilo alımı ve (seyrek şekerle tatlandırılmış içecek tüketimiyle karşılaştırıldığında) tip 2 diyabet, kardiyovasküler hastalıklar ve bazı kanserler için daha yüksek riskle ilişkilendirmiştir (Malik *et al.* 2022).

Aşırı kilo ve obezitenin dünya çapında yaygınlığı son kırk yılda neredeyse üç kat artmıştır ve bu 21. yüzyılın karşılaşılmış en ciddi halk sağlığı sorunlarından biridir. Dünya çapındaki nüfusa dayalı çalışmalardan elde edilen birleştirilmiş tahminler, obezite yaygınlığının 1975 ile 2016 arasında arttığını, çocuklarda %1'den %6-8'e, erkeklerde %3'ten %11'e ve kadınlarda %6'dan %15'e çıktığını göstermektedir (Anonymous 2017).

2,1 milyardan fazla insan, yani dünya nüfusun neredeyse %30'u fazla kilolu veya obez ve bu da önemli derecede sağlık, sosyal ve ekonomik maliyetlere yol açmaktadır (Anonymous 2017).

Obezite, çeşitli fizyolojik, çevresel, davranışsal ve sosyopolitik faktörlerden kaynaklanan karmaşık bir durumdur. Sağlıklı kiloyu korumak büyük ölçüde bulunabilirlik, fiyat ve pazarlama dahil olmak üzere daha geniş gıda ortamı tarafından şekillendirilen değiştirilebilir yaşam tarzı seçimlerinin bir fonksiyonudur (Hurby 2016). Bu faktörler arasında, şekerle tatlandırılmış içecekler, kilo alımı ve Tip 2 diyabet, kardiyovasküler hastalık (CVD) ve kanser riskleriyle ilişkilendiren önemli bir risk faktörü olarak ortaya çıkmaktadır (Malik 2010).

187 ülkede yetişkinlerde şekerle tatlandırılmış içecek tüketimine ilişkin bir araştırma, orta gelirli ülkelerde tüketimin yüksek gelirli veya düşük gelirli ülkelere kıyasla daha yüksek olduğunu ortaya çıkarmıştır (Singh 2015).

Elde edilen bulgular, şekerle tatlandırılmış içecek (SSB) alımını, şekerlerin, özellikle de sükröz veya yüksek fruktozlu mısır şurubundan gelen fruktoz kısımlarının metabolizması nedeniyle, alkole bağlı olmayan yağlı karaciğer hastalığının (NAYKH) gelişimi ile ilişkilendirmiştir. Sınırlı sayıda epidemiyolojik çalışmanın meta-analizi, çocuklarda ve yetişkinlerde SSB alımı ile NAYKH gelişimi arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Yapılan 12 çalışmaya dayanarak Chen ve meslektaşları, şekerle tatlandırılmış

içeceklerin alımındaki günlük porsiyon artışının her birinin %39 daha yüksek NAYKH riskiyle ilişkili olduğunu tespit etmiştir (Chen *et al.* 2019).

SSB'lerin ve fruktoz içeren şekerlerin düzenli tüketimi de hiperürisemi ve gut ile ilgili epidemiyolojik çalışmalarda ilişkilendirilmiştir. Örneğin, üç prospektif kohort çalışmasının meta-analizi, en yüksek ve en düşük SSB alımı karşılaştırıldığında gut riskinin iki kat daha yüksek olduğunu bulmuştur. SSB alımındaki haftalık her porsiyon artışının %4 daha yüksek gut riskiyle ilişkili olduğu bir doz-yanıt ilişkisi de gözlenlenmiştir. Bu çalışmada, meyve suyu tüketimi ile gut arasında pozitif ancak daha zayıf bir ilişki gözlenirken, meyvenin tamamının alımında herhangi bir ilişki gzlenlenmemiştir (Ayoub-Charette *et al.* 2019).

şekerle tatlandırılmış içeceklerin düzenli tüketimi, kronik olmayan bulaşıcı hastalıklara yol açabilecek önemli bir risk faktörüdür. Prospektif alışmalar ve meta-analizler, şekerle tatlandırılmış içecek tüketiminin obezite, tip 2 diyabet, metabolik sendrom ile iskemik kalp hastalığı (İKH) gibi durumlar için önemli bir risk faktörü olduğunu göstermektedir. Bu içecekler, yüksek miktarda şeker içermelerinin yanı sıra fruktoz gibi ürik asit metabolizmasını etkileyen bileşenleri de içerebilir ve dolaylı olarak inflamatuvar faktörlerin artmasına neden olabilmektedir. Ayrıca, tokluğu azaltıcı etkileri vardır ve yemek sırasında daha fazla kalori alımına yol açabilmektedirler (Leal *et al.* 2022). Bu nedenlerden dolayı şekerle tatlandırılmış içecekler sağlık problemi doğurmakta, tüketimine toplumsal düzeyde dikkat edilmesi gerekmektedir.

Dünya Sağlık rgt'nün hazırladığı yönergelere göre, şekerle tatlandırılmış içeceklerin tüketilmesinin genel enerji alımını artırarak daha sağlıklı gıdaların yerini almasına neden olduğunu ve bu durumun kilo alımı ve bulaşıcı olmayan hastalık riskinin artmasıyla ilişkilendirilebileceğini vurgulamaktadır. şekerle tatlandırılmış içeceklerin ve şekerle tatlandırılmış meyve sularının tüketiminin azaltılması, beslenmede aşırı serbest şeker içeriğini azaltmanın etkili bir yoludur ve bundan dolayı obezitenin genele yayıldığı bölgelerde önemli bir sağlık politikası haline getirilmelidir (Miller *et al.* 2020)

Düşük Kalorili şekerli içecekler (LCSB) ve %100 meyve suyu tüketimiyle ilgili bir araştırmada, hiç kalori sağlamayan veya çok az kalori sağlayan (<40 kcal/porsiyon veya <10 g şeker/porsiyon) düşük kalorili şekerli içeceklerinin etkileri değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, düzenli düşük kalorili şekerli içecekleri tüketen katılımcıların en az düzeyde düşük kalorili şekerli içeceklerinin tüketen katılımcılarla karşılaştırıldığında, LDL ve non-HDL kolesterol düzeylerinde geçici bir artış gözlenmiştir. Ancak 4 yıllık takip sonucu elden edilen bu veriler 12,5 yıllık takip sonucunda birbiri ile bağlantılı bir sonuç göstermemiştir (Kuklina *et al.* 2020).

Kan basıncı üzerine yapılan bir araştırmada; kalorisi olmayan meşrubat ile meşrubat alımının kan basıncı değerine herhangi bir etkisi saptanmamıştır. Ancak şekerle tatlandırılmış meşrubat alımının kan basıncı üzerine etkisi olduğunu belirlenmiştir. Artan şekerle tatlandırılmış içecek tüketiminin kilo artışının yanı sıra Tip 2 diyabet, diastolik ve sistolik kan basıncı ile bağlantısı bulunmaktadır. Uzun vadede, bu tür içeceklerin düzenli tüketimi kardiyovasküler hastalık riskinin artmasına neden olabilmektedirler (Hernández-López *et al.* 2022)

Yapılan araştırmalarda bilhassa kişinin enerji tüketimi ve alkolsüz içecek tüketimi arasında tutarlı bulgular mevcuttur. Bu konuda çalışma yapan bir grup araştırmacı gerçekleştirdikleri 12 kesitsel çalışmanın 10'unda kişilerin içecek tüketimlerini arttırdığında enerji alımlarının da arttığı tespit edilmiştir (Di Meglio *et al.* 2000). Bununla beraber benzer çalışmalar, kişilerin içecek tüketimi ile aldıklarını ek enerjiyi diğer gıda tüketimi ile aynı oranda telafi edemediklerini ve bunun sonucunda toplam şeker alımlarının ve toplam enerjilerinin de arttığını desteklemektedir (Cassady *et al.* 2012; Jones *et al.* 2019).

Şeker ilaveli meşrubatların kan basıncı üzerinde etkisi bulunmaktadır. Artan şeker ilaveli meşrubat tüketimi tip 2 diyabet ve vücut ağırlığının arttırmasının yanı sıra sistolik ve diastolik kan basıncı ile de bağlantısı bulunmaktadır. Bu değişiklikler negatif bir görüntü sergilemese de uzun vadede kardiyovasküler hastalık geçirme ihtimalinin artmasına neden olabileceği düşünülmektedir (Hernández-López *et al.* 2022).

Daha fazla şekerli içecek tüketen çocukların daha az şekerli içecek tüketenler arasında yapılan bir çalışmada daha fazla şekerli içecek tüketen çocukların obez olma oranının %50'den daha fazla olduğu ortaya konmuştur. Bununla beraber 1-2 porsiyon şekerli içecek tüketen çocukların 1 porsiyondan daha az şekerli içecek tüketen çocuklara kıyasla tip 2 diyabet geçirme riskinin daha fazla olduğu tespit edilmiştir (Hu *et al.* 2013). Şekerli içecek tüketimleri tavsiye edilenden daha fazla olan ergen ve çocukların hipertansiyon ve sistolik kan basıncı risklerinin daha fazla olduğu belirlenmiştir (Farhangi *et al.* 2020).

Şeker ilaveli içeceklerle ilgili yapılan bir başka araştırmaya göre şeker ilaveli içeceklerin obezite ve kilo ile bağlantılı hastalıklar arasından olumsuz bir etkisi olduğu vurgulanmıştır. Bu sonuçların bu şekilde seyretmesinin ana nedeni şeker ilaveli içecek tüketiminin tokluk hissini azaltması ve kişinin tükettiği sıvı içeceğin aynı anda tüketilen katı gıdanın miktarına herhangi bir etkisinin olmamasından kaynaklandığı vurgulanmıştır. Şeker ilaveli içecek tüketimi obezite, insülin direnci, tip 2 diyabet, hipertansiyon ve metabolik sendromlar dahil olmak üzere metabolik riskler üzerinde önemli bir etkisi vardır. Şeker ilaveli içeceklerin kardiyometabolik

riskler, yeme davranışı üzerindeki etkileri yine bu çalışmada belirtilmiştir (Calcaterra *et al.* 2023).

Geçtiğimiz yıllarda çocuklar ve ergenler arasında şekerli tatlandırılmış içecek tüketimi dramatik bir şekilde artmıştır ve dünya çapında milyonlarca insanın düzenli olarak tercih ettiği bir içecek haline gelmiştir (Morgan *et al.* 2021). Sorunu daha da karmaşık hale getiren şey ise, SSB porsiyon gramajlarının son yıllarda aşırı şekilde artması ve bunun da gençler arasında tüketimin daha da artmasına yol açmasıdır (Nielsen *et al.* 2004).

Maersk ve arkadaşları iki farklı içeceğin (SSB'lere karşı yarım yağlı süt) ve iki enerji içermeyen içeceğin (aspartamla tatlandırılmış diyet meşrubat ve su) enerji alımı, iştah üzerindeki etkisini incelemiş, obeziteden etkilenen 24 denekteki hormonları araştırmış ve içeceklerdeki enerjinin bir sonraki öğünde alınan enerjinin azalmasıyla telafi edilmediğini belirtmiştir. Dolayısıyla SSB'ler tüketildiğinde toplam enerji alımının daha yüksek olduğunu tespit edilmiştir. Yarı yağsız süt, SSB'lere göre daha fazla tokluğa yani daha az açlığa neden oldu. Süt, SSB'lere kıyasla %31 daha yüksek glukagon-benzeri peptid-1 ve %45 daha yüksek gastrik inhibitör polipeptid konsantrasyonlarına yol açtığı saptanmıştır (Maersk *et al.* 2012).

Kolalı içeceklerin içerdiği fosforik asit kandaki kalsiyumu bağlayarak kemik dokusu kaybını hızlandırmaktadır (Ergan 2016).

Süt ve süt ürünlerinin uyku süresi ve kalitesi üzerine etkisi alanındaki çalışmalar incelendiğinde süt ve süt ürünlerini dengeli bir oranda içeren diyetin uyku kalitesini iyileştirdiği tespit edilmiştir (Komada *et al.* 2020) Literatürdeki çalışmalar süt ve süt ürünleri tüketiminin kronik hastalıklara karşı koruma sağlayacağını desteklemektedir (Thorning *et al.* 2016).

Maden suyu içeriğindeki kalsiyumun yapılan araştırmalar sonucunda insan vücudunun süt ürünlerinden temin edilen kalsiyum kadar emilimini gerçekleştirdiği ve kullanılabilirliğini göstermektedir. Maden sularından alınan kalsiyum kemik sağlığının korunması, kilo kontrolü, kardiyovasküler fonksiyonu sürdürme hususunda önemi vurgulanmıştır (Pop *et al.* 2023). Maden suyunun içerdiği magnezyum ve kalsiyum bireylerdeki düşük kan basıncı seviyeleri ile bağlantılıdır (Naser *et al.* 2019). Maden suyundaki magnezyum kalp sağlığını desteklemektedir (Jiang *et al.* 2016).

Kabızlık sorunu yaşayan katılımcılar ile yapılan bir araştırma günde 500 ml sülfat ve magnezyum içeriği fazla olan maden suyu tüketmenin dışkı kıvamını ve bağırsak hareketini pozitif yönden iyileştirebileceği belirtilmiştir (Bothe *et al.* 2017).

Yetişkinlerde, süt ve süt ürünleri tüketiminin bağırsaktaki mikroorganizmalarının çeşitliliği ve sayısı üzerine etkisi alanında yapılan bir çalışma; kefir, süt, ayran gibi içeceklerin

bağırsakta ki mikroorganizmalarının çeşitliliğini ve sayısını olumlu etkilediğini göstermiştir (Aslam *et al.* 2020).

Süt içerdiği whey ve kazein proteinlerinden dolayı glisemik etkiyi azaltıcı etkileri mevcuttur. Su ile kıyas yapıldığında kalorisi nedeni ile öğünde enerji tüketiminde artış gözlemlenmektedir. Öğün sırasında veya öğün öncesinde tüketilen süt ve süt ürünlerinin tokluk hormonları üzerine etkisi şekerle tatlandırılmış içeceklere göre daha olumludur (Vien *et al.* 2017).

Kahve kullanımı depresyon, şeker hastalığı ve birkaç kanser türünün gelişimini engellediği belirlenmiştir (Fuller *et al.* 2017). Kanser hücrelerinin büyümesini ve yayılmasını engellemesi, kahvenin en dikkat çekici faydalarından biridir. Anticancer Research dergisinde yayınlanan bir deneyde sadece 10 günlük süre içerisinde kahve özütünün farelerdeki tümör büyümesini %54 oranında azalttığı belirtilmiştir (Ajmera 2020).

Kahve bağırsak kaslarının daha hızlı hareket etmesine neden olarak hareketliliği artırır ve buda sindirimi ve dışkı çıkışını kolaylaştırır (Pratt 2020). Ayrıca kahvenin antimikrobiyal etkisi de vardır; kahvede bulunan antimikrobiyal bileşikler, patojenler de dahil olmak üzere birçok mikroorganizmayı inhibe edebilir (Nonthakaew *et al.* 2015). Kahve içerisinde bulunan flavonoidler, klorojenik asitler, kafeik asit kafein ve protokateşik asit, doğal antibakteriyel ajanlar olarak bağırsak bakterilerine karşı önemli bir rol oynarlar (Rawangkan *et al.* 2022).

Geleneksel içeceklerden olan salep, lipit ve glikoz düzeyini, kan serumunu düzenlemek, metabolizma rahatsızlıklarını düzeltmek, tokluk hissiyatı oluşturmak, cinsel gücü arttırmak, solunum yollarını yumuşatmak amacı amacıyla kullanılmaktadır (Tekinşen 2008).

Salep süt ile hazırlandığından kalsiyum açısından zengin bir içecektir, buda kemik sağlığı açısından önemlidir. Ayrıca içilebilir salep sindirimi kolaylaştırır ve boğazı rahatlatır. Bununla beraber içeriğinde ki şekerden dolayı tüketimine dikkat etmek gerekir, aşırı miktarda şeker tüketimi sağlık sorunlarına yol açabilir. Avrupa'da uzun zamandan beri salep tozu ilaç olarak kullanılmaktadır. Saf salep tozunun süt, şeker, su ile karıştırılması ile elde edilen karışım antidiyareik olarak çocuklara içirilmektedir. Salep tozu bazen tablet formundaki diğer ilaçların kaplanması da kullanılmaktadır (Kasperek *et al.* 1999).

Kırmızı besleyici olmasının yanı sıra birçok hastalığının tedavisinde olumlu etki yaratmaktadır. Kalp ve damar hastalıkları, zatürre, kronik bronşit, astım hastalıklarına etkili olduğu belirtilmiştir (Üstün 2009; Durlu vd 2013). Kırmızın bu etkileri fermentasyon sonucu oluşan metabolitler, mikroorganizmalar ve kırsak sütüne bağlıdır. Tüberküloz, sindirim sistemi hastalıkları, anemi gibi rahatsızlıklar için Moğolistan'da geleneksel tıp uygulamalarında

kullanılmaktadır. Rusya’da 1858 yılında kımız kullanarak tedavi eden bir hastane ilk kez açılmıştır (Tegin vd 2014).

Kefir, kanser, mide, bağırsak rahatsızlıkları, tüberküloz gibi birçok hastalığın tedavisinde kullanılmıştır. Son dönemde kefir ile bağlantılı bioaktiviteler üzerine birçok çalışma gerçekleştirilmiştir. Kefirin bu sağlık yararları fermentasyon esnasında ortaya çıkan biyoaktif bileşiklere ve probiyotik mikroorganizmalarla ilişkilendirilmiştir (Azizi *et al.* 2021). Yapılan çalışmalar kefirin glisemik kontrolde artışa neden olduğu, ishali ve kabızlığı azalttığı, bağırsak sistemini düzenlediği, bağırsak geçirgenliğini iyileştirmede yardımcı olduğu görülmüştür (Egea *et al.* 2022). Ayrıca kefir uykusuzluğa ve iştahsızlığa da iyi gelmektedir bununla beraber karaciğerin korunması, kolesterol biyosentezinin engellenmesinde önemli etkisi vardır (Peluzio *et al.* 2021; Flis *et al.* 2021).

Eskiden beri sağlığa faydalı olduğu düşünülen çayın faydaları günümüzde bilimsel olarak kanıtlanmıştır. Çay enerji verme, odaklanmayı artırma, formda kalmayı sağlama gibi birçok faydalı özelliği ile bilinmektedir. Çay iyi bir antioksidan kaynağıdır. Bu nedenle kardiyovasküler hastalıklara ve kansere karşı direnç sağlar, diş sağlığına faydalıdır ayrıca rahatlatıcı etkisi vardır. Metabolik hızı arttırması ve yağ yakmaya yardımcı olması çay ile yapılan çalışmalarda bulunmuştur (Kacar 2010; Rana 2022).

Çay yapraklarından elde edilen çay içeceğinde özellikle flavanol adı verilen kateşinler olmak üzere yüksek miktarda polifenoller bulunmaktadır. Çay içeriğinde ki bu maddeler sayesinde antioksidan, antikanserojenik ve hipokipdemik özellik göstermektedir (Sharma *et al.* 2007)

Çay, antik çağlarda Çinliler tarafından kullanılan ilk bitkisel ilaç olabilir. Çay içmek antioksidan etki, immün düzenleyici, kansere karşı koruma, kardiyovasküler korucuyu, diyabet karşıtı ve obeziteye karşı etkileri aracılığı ile sağlığınıza birçok fayda sağlar (Pan *et al.* 2022).

Çay yüksek miktarda potasyum ve manganez içerir bu durum hipertansiyon hastaları için faydalıdır (Seenivasan *et al.* 2008; Nejatolahi *et al.* 2014).

Enerji içeceklerinin psikomotor ile kognitif fonksiyonlara pozitif etkisi, araba sürme yetisinde dikkati arttırma, yorgunluğu azaltma, uzun süreli dikkati arttırma, dayanıklılığı ve fiziksel performansı arttırma şeklindeki görüş ve araştırma sonuçları enerji içeceği tüketiminin artmasına neden olmaktadır (Howard *et al.* 2010; Mets *et al.* 2011).

Enerji içecekleri bu etkileri gerçekleştirirken bağımlılık yapan ilaçlarla benzerlik göstererek serotonin, dopamin, adrenalin ve noradrenalinin fazla miktarda salımına ve uzamış etki göstermelerine sebebiyet vermektedir. İçeriğinde bulunan dopamin yapımının etki maddesi

olan L-tirozin gibi maddeler daha fazla nörotransmitter salımına neden olmakta ve vücuttaki norotransmitter deposunun boşalmasına ve vücutta negatif dengenin oluşumuna sebebiyet vermektedir. Özellikle enerji içeceği tüketiminden 5 saat sonra başlayan yoğun yorgunluk hissi bu negatif etkinin işareti olarak algılanmaktadır (Wolk 2012).

Enerji içeceği tüketimi, su tüketimini azaltarak, azalmış tükürük salgısına ve dental erozyona neden olabilir. Tükürüğün tamponlama yetisinde azalma, tükürük akışının azalması ve buna bağlı olarak dental erezyonun artışıyla diş çürüğü oluşumunu hızlandırmaktadır (Özel vd 2006).



MATERYAL VE METOT

Araştırma Modeli

Bu çalışma, tanımlayıcı ve ilişkisel tarama modelini benimseyecektir. Araştırma, öğrencilerin içecek tüketim alışkanlıklarını ve bu alışkanlıkları etkileyen faktörleri tanımlamayı ve aralarındaki ilişkileri incelemeyi amaçlamaktadır.

Araştırmanın varsayımları ve sınırlılıkları

Bu araştırmada RTEÜ öğrencilerinin içecek seçimlerini etkileyen faktörleri ve içecek tüketim sıklıklarını belirlemek için tasarlanan anket formunun içerik bakımından yeterli olduğu kabul edilmiştir.

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin anketi samimi ve doğru şekilde doldurduğu varsayılmıştır.

Bu araştırma RTEÜ öğrencileri ile sınırlıdır. Araştırmaya katılmayı kabul eden öğrencileri kapsamaktadır.

Zaman olarak anket formu RTEÜ öğrencilerine Mart 2024-Haziran 2024 tarihleri arası doldurtulmuştur.

Araştırmanın evreni ve örneklem seçimi

Bu araştırma nicel nitelikte ve tanımlayıcı bir çalışmadır. Bu araştırma için anket tekniğinden faydalanılmıştır. Bu araştırmanın evrenini 2024 yılında Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesinde eğitim almakta olan 18608 üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. Maliyet ve zaman tasarrufu sağlamak için evreni temsil kabiliyeti olan örneklem belirlenerek, bu örneklem üzerine anket uygulanmıştır. Bu kapsam doğrultusunda araştırmanın örneklemini 18608 kişilik evrenden kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 242 kişi olarak belirlenmiştir. Bu katılımcılar gönüllülük esasına göre seçilmiştir. Çalışmada ulaşılması gereken örneklem sayısı aşağıda yer alan formül ile hesaplanmıştır (Naing *et al.* 2006);

$$n = \frac{Nt^2pq}{d^2(N - 1) + t^2pq}$$

formülü ile hesaplanmıştır. Formülde yer alan;

N: Evrendeki birey sayısı (18608)

n: Örneklem alınacak birey sayısı (?)

d: Ortalamaya göre yapılmak istenen $\pm$ sapma (0,05)

t: Belirli serbestlik derecesinde ve saptanan yanılma düzeyinde t tablo değeri (1,96)

p=Evrende kestirilen oran değeri =(p=1-q)

Çalışma için ideal örneklem sayısına ulaşabilmek için; p=0,2 olarak alınmıştır. q=(1-p)=0,8 olur. $\alpha=0,05$ için t=1,96. d=0,05 örneklem hatası için;

$$n = \frac{(18608)(1,96)^2(0,2)(0,8)}{(0,05)^2(18608 - 1) + (1,96)^2(0,2)(0,8)}$$

n = 242 birey. Elde edilen bu bulguya göre, 242 kişilik örneklem ulaşmak gerektiği hesaplanmıştır.

Anketin oluşturulması ve verilerin toplanması

Verilerin elde edilmesinde daha önce yapılan çalışmalar taranmış (Babayiğit vd 2006; Yılmaz vd 2007; Çelik 2011; Fırat vd 2014; Bekar vd 2015; Ergan 2016; Durmaz 2019) çalışmalardan istifade edilmiş alanında uzman kişilerin görüşleri alınarak anket formu düzenlenmiştir. Anket formunun kolay anlaşılabilir olmasına dikkat edilmiştir.

Anket formu oluşturulduktan sonra 25 öğrencide ön uygulama yapılmış olup öğrencilerin anlamlandıramadığı kısımlar çıkarılmış, öğrencilerin görüşlerine göre birtakım eklemeler yapılmıştır.

Araştırmanın evreni toplam öğrenci sayısına göre hesaplanarak 242 kişi bulunmasına rağmen 503 öğrenciye anket uygulanmıştır. Anket formundaki eksiklikler ve yanlış işaretlemelerden kaynaklı 32 anket hesap dışı bırakılıp 471 anketin verileri dikkate alınmıştır

Veri toplama araçları

Verilerin toplanması kapsamında oluşturulan anket Demografik Bilgi formu, İçecek Tercih Motivasyonları ve Etkileyicileri Ölçeği ve Tüketim Sıklığı Anketi olarak 3 kısımdan oluşmaktadır. Anket formu Ek-1’de gösterilmiştir.

Demografik Bilgi Formu: Katılımcıların yaş, cinsiyet ve yaşadıkları coğrafi bölge gibi temel demografik bilgileri toplanmıştır.

İçecek Tercih Motivasyonları ve Etkileyicileri Ölçeği (İTEMÖ): Katılımcıların içecek tercihlerini etkileyen faktörlere yönelik tutum ve davranışları ölçülmüştür. Bu ölçek araştırmacı tarafından çalışma kapsamında geliştirilerek literatüre kazandırılmıştır. Yapılan literatür taramasında İçecek Tercih Motivasyonları ve Etkileyicilerini ölçen standartlaştırılmış az sayıda

ölçeğe rastlanmıştır. Bu ölçek özellikle boykot çağrılarının İçecek Tercih Motivasyonlarını etkileme durumunu ölçme konusunda alanda yer alan bir boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır.

İçecek Tercih Motivasyonları ve Etkileyicileri Ölçeği (İTEMÖ), bireylerin içecek tercihlerini etkileyen faktörleri ölçmek amacıyla geliştirilmiştir. Ölçek, üç ana faktörden oluşmaktadır: Sosyal ve Kültürel Etkiler, Sağlık ve Beslenme Bilinçleri ve Ürünün Özellikleri ve Kalitesi. Ölçek maddeleri 1 (Kesinlikle Katılmıyorum) ile 5 (Kesinlikle Katılıyorum) arasında derecelendirilen Likert tipi bir ölçektir. Ölçeğe ait faktörler ve maddeler;

Faktör 1 Sosyal ve Kültürel Etkiler:

Sosyal Medya içecek tercihim belirlemede etkilidir.

Reklamlar içecek tercihim belirlemede etkilidir.

Toplumun Geneline Yayılan Boykot Çağrıları içecek tercihim belirlemede etkilidir.

Ürünün Menşei Ülkesi içecek tercihim belirlemede etkilidir.

Ürünün Yerli Olması içeceği tercih etmemde etkilidir.

Arkadaşlarımın ve Ailemin Tavsiyeleri içecek tercihim belirlemede etkilidir.

Bulduğum Ortam (Kırsal, Park, Kafe, Restoran, Diğer Sosyal Alanlar vb.) içecek tercihim belirler.

Örf, Adet ve Gelenekler içecek tercihim belirlemede etkilidir.

Faktör 2 Ürünün Özellikleri ve Kalitesi:

İçeğin Markası içeceği tercih etmemde etkilidir.

İçeğin Rengi, Görüntüsü, Akışkanlığı içeceği tercih etmemde etkilidir.

İçeğin Ambalajının Kalitesi içeceği tercih etmemde etkilidir.

Lezzeti içeceği tercih etmemde etkilidir.

Yediğim Yemeklerle Uyumu içeceği tercih etmemde etkilidir.

Faktör 3 Sağlık ve Beslenme Bilinçleri:

İçeğin Sağlığa Faydalı Olması halinde tercih ederim.

İçeğin Sağlığa Zararlı Olması halinde tercih etmem.

Ürünün Kalori Değerinin Yüksek Olması içeceği tercih etmemde etkilidir.

Ürünün Kalori Değerinin Düşük Olması içeceği tercih etmemde etkilidir.

Ürünün İçeriği (Koruyucular, Tatlandırıcılar vb.) içecek tercihim belirlemede etkilidir.

Raf Ömrünün Uzun Olması içecek tercihim belirlemede etkilidir.

İçecek Tercih Motivasyonları ve Etkileyicileri Ölçeği (İTEMÖ) için yapılan güvenilirlik ve geçerlilik analizleri, ölçeğin sağlam ve tutarlı bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. İlk olarak, verilerin faktör yapısını belirlemek amacıyla açımlayıcı faktör analizi (AFA)

gerçekleştirilmiş ve sonuçlara göre üç faktörlü yapı doğrulanmıştır. AFA sonuçlarına göre faktör yükleri 0.557 ile 0.807 arasında değişmekte olup, bu da maddelerin ilgili faktörlerle güçlü bir ilişkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

AFA ile belirlenen faktör yapısının doğrulanması amacıyla yapılan doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ise ölçeğin model uyumu için kabul edilebilir seviyelerde olduğunu göstermektedir. DFA sonuçları, iyi uyum indeksleri (CFI = 0.945, RMSEA = 0.036, GFI = 0.956) ile ölçeğin geçerli bir yapıya sahip olduğunu doğrulamaktadır.

Ölçeğin iç tutarlılık güvenirliği, Cronbach alfa ve Omega katsayıları ile değerlendirilmiştir. Sosyal ve Kültürel Etkiler faktörü için Cronbach alfa değeri 0.884, Sağlık ve Beslenme Bilinçleri faktörü için 0.701, Ürünün Özellikleri ve Kalitesi faktörü için 0.735 olarak bulunmuştur. Omega katsayıları ise sırasıyla 0.879, 0.710 ve 0.740 olarak hesaplanmıştır. Bu değerler, ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir.

Ayrıca, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0.859 ve Bartlett Testi yaklaşık Ki-Kare değeri 3384.311 (sd=136, $p<0.000$) olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar, verilerin faktör analizi için uygun olduğunu ve yeterli örnekleme sahip olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak, İTEMÖ, içecek tercihlerini etkileyen faktörleri ölçmede geçerli ve güvenilir bir ölçme aracıdır. Faktör yapısı iyi tanımlanmış ve iç tutarlılığı yüksek olan ölçek, bireylerin içecek tercihlerini etkileyen sosyal, kültürel, sağlık, beslenme ve ürün kalitesi faktörlerini başarıyla değerlendirmektedir.

Tüketim Sıklığı Anketi: Katılımcıların çeşitli içecek türlerini ne sıklıkla tükettiklerini belirlemiştir.

Anket yönteminin bu çalışmada seçilmesinin temel nedeni, tanımlayıcı ve nicel nitelikteki bu çalışmada, geniş bir öğrenci grubunun içecek tüketim alışkanlıkları, tercihleri ve bu tercihleri etkileyen faktörler hakkında sistematik ve kapsamlı bilgi toplamaya olanak tanımasıdır. Anketler, büyük örneklem gruplarından veri toplamak için etkili ve verimli bir yöntem sağlar, bu da araştırmacıların belirli bir nüfus içindeki eğilimleri, tutumları ve davranışları hızlı ve doğru bir şekilde değerlendirmelerine imkân tanır (Nardi 2018; Schwarz *et al.* 1998).

Anketler, katılımcılardan gelen cevapların anonimliğini koruyarak, daha dürüst ve doğru yanıtlar alınmasını teşvik eder. Ayrıca, veri toplama sürecini standartlaştırır ve sonuçların analiz edilmesini kolaylaştırır, bu da araştırmacılara genel eğilimleri ve örüntüleri tespit etme fırsatı verir. Anket tekniği, belirli değişkenler arasındaki ilişkileri ve etkileşimleri analiz etme

yeteneği ile de ön plana çıkar, bu da araştırma sorularını yanıtlarken derinlemesine içgörüler sağlar (Nardi 2018; Tourangeau *et al.* 2007).

Özellikle, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi öğrencilerinin içecek tüketim alışkanlıkları gibi spesifik bir araştırma konusunda, anket yöntemi, öğrencilerin geniş bir yelpazedeki içecek tercihlerini, tüketim sıklıklarını ve bu tercihleri etkileyen çeşitli faktörleri sistematik bir şekilde ölçmeye olanak tanır. Böylece, araştırmacılar sağlık, fiyat, marka, sosyal medya ve mevsimsel etkiler gibi değişkenlerin öğrencilerin içecek tercihleri üzerindeki etkisini anlama fırsatı bulurlar.

Sonuç olarak, anket yöntemi, bu tür kapsamlı bir araştırmada, öğrencilerin içecek tüketim alışkanlıklarını ve bu alışkanlıkları etkileyen faktörleri derinlemesine incelemek için ideal bir veri toplama aracıdır. Bu yöntem, elde edilen verilerin analizi ve değerlendirilmesi sürecinde bilimsel objektiflik sağlar.

Veri istatistik analizi yöntemleri

Verilerin analizi IBM AMOS ve SPSS 25 yazılımları ile gerçekleştirilmiştir. Verilerin geçerlilikleri için açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi ve güvenilirlik analizi için ise Cronbach alfa katsayısı kullanılmıştır. Açımlayıcı faktör analizi, güvenilirlik analizi ve karşılaştırma analizleri için SPSS 25 yazılımından yararlanılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi için ise IBM AMOS yazılımından yararlanılmıştır. Analizler 0,05 anlamlılık %95 güven düzeyinde değerlendirilmiştir. Çalışma verileri değerlendirilirken kategorik değişkenler için frekans bilgileri (sayı, yüzde), sürekli değişkenler (ölçek puanları) için ise tanımlayıcı istatistikler (ortalama, standart sapma, minimum, maksimum) verilmiştir. George and Mallery (2020)'a göre çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2 ile +2 aralığında olması normal dağılım için yeterli olduğu belirtilmiştir. Bu duruma göre araştırmada kullandığımız ölçeğe ait çarpıklık kat sayıları ve basıklık kat sayıları incelenerek ölçeğin normal dağılım özelliği gösterip göstermediği incelenmiştir. Yapılan istatistiksel analizler normal dağılım şartı sağladığı için parametrik analizler gerçekleştirilmiştir.

Verilerin normal dağılım özelliği gösterdiği için, içecek tüketim alışkanlıkları ile demografik özellikler ve diğer etkileyici faktörler arasındaki ilişkiler için; iki bağımsız grup (örneğin cinsiyet) arasındaki farklılıklar bağımsız örneklem t testi ile incelenmiştir. İki'den fazla bağımsız grup (örneğin Yaş Aralığı) arasındaki farklılıklara ise tek yönlü varyans analiziyle (ANOVA) incelenmiştir. ANOVA sonucunda farklılık çıkan durumlarda ise farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için Post Hoc LSD çoklu karşılaştırma testlerinden yararlanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişki düzeyi ise Spearman korelasyon analizi ile

incelenmiştir. Ayrıca, içecek tüketim alışkanlıkları ve Tüketim Sıklığı Anketi arasındaki ilişkiler, çapraz tablolar ve ki-kare testleri kullanılarak incelenmiştir. Mann-Whitney U testi, iki bağımsız grubun medyanlarının eşit olup olmadığını değerlendirmek amacıyla kullanılmıştır. Bu parametrik olmayan test, sürekli olmayan verilerin gruplara göre karşılaştırılması durumlarda uygulanmıştır. Kruskal-Wallis H testi, üç veya daha fazla bağımsız grubun medyanlarının eşit olup olmadığını test etmek amacıyla kullanılmıştır. Bu parametrik olmayan test, sürekli olmayan verilerin gruplara göre karşılaştırılması durumlarda uygulanmıştır. Test sonucunda anlamlı farklılıklar bulunması durumunda, hangi gruplar arasında farklılık olduğunu belirlemek için Mann-Whitney U analizi gerçekleştirilmiştir.

İçecek Tercih Motivasyonları ve Etkileyicileri Ölçeği geçerlilik ve güvenirlik analizleri araştırmada toplanan veriler ile gerçekleştirilmiş olup güvenirlik analizi için Cronbach's Alpha analizi kullanılmıştır. Cronbach's Alpha, ölçeğin iç tutarlılığını ölçmek için kullanılır. Cronbach's Alpha değeri 0 ile 1 arasında değişir; genellikle 0.70 ve üzeri değerler ölçeğin yeterli iç tutarlılığa sahip olduğunu gösterir. Geçerlilik analizi için ise Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA) ve Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) kullanılmıştır.

Yapı Geçerliliği: Ölçeğin faktör yapısını ve teorik kavramlarla olan ilişkisini değerlendirmek için faktör analizi kullanılır. Amaç, ölçeğin alt ölçeklerinin veya maddelerinin, ölçülmek istenen kavramların boyutlarını ne kadar iyi yansıttığını belirlemektir.

Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA): Ölçeğin alt boyutlarını keşfetmek için kullanılır.

Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA): Önceden belirlenen faktör yapısının veriyle ne kadar uyumlu olduğunu test etmek için kullanılır.

Etik Kurul Onayı

Çalışma kapsamında Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu tarafından gerekli izinler verilmiş olup, bu izin kapsamında üniversite içerisinde öğrencilere anket uygulaması yapılmıştır. Etik kurul onayı Ek-2 de gösterilmiştir.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu bölümde araştırmada yer alan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri ve yapılan diğer istatistiki analizler neticesinde elde edilen bulgulara yer verilmektedir.

Katılımcılara İlişkin Demografik Bulgular

Bu bölümde katılımcıların demografik bilgileri yer verilmektedir. Katılımcılara ait demografik bilgiler aşağıdaki Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Dağılım

Değişken	Kategori	F	%
Cinsiyet	Kadın	218	46,3
	Erkek	253	53,7
Yaş	18-22 yaş	230	48,8
	22-26 yaş	106	22,5
	26-30 yaş	29	6,2
	30 yaş ve üzeri	106	22,5
Eğitim Durumu	Ön Lisans	199	42,3
	Lisans	234	49,7
	Lisansüstü	38	8,1
Büyüdüğü Coğrafi Bölge	Akdeniz	29	6,2
	Karadeniz	278	59
	Ege	11	2,3
	Marmara	59	12,5
	Doğu Anadolu	37	7,9
	Güneydoğu Anadolu	24	5,1
	İç Anadolu	33	7
Günlük Tahmini Su Tüketiminiz	1 litreden az	111	23,6
	1-2 litre	287	60,9
	3 litre ve fazlası	73	15,5
Aylık Gelir Durumu	2000’den az	141	29,9
	2000-4000 arası	125	26,5
	4000-6000 arası	58	12,3
	6000’den fazla	147	31,2
Toplam		471	100

Tabloda katılımcıların demografik bilgileri sunulmuştur. Katılımcıların cinsiyet dağılımına bakıldığında, %46,3'ü kadın, %53,7'si ise erkek olduğu görülmektedir. Yaş gruplarına göre dağılımda, en yüksek oran %48,8 ile 18-22 yaş aralığında yer almakta, bunu %22,5 ile 22-26 yaş ve 30 yaş ve üzeri grupları takip etmektedir. 26-30 yaş aralığında ise %6,2 oranında katılımcı bulunmaktadır. Eğitim durumu incelendiğinde, katılımcıların %49,7'sinin lisans, %42,3'ünün ön lisans ve %8,1'inin lisansüstü eğitime sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Katılımcıların büyüdükları coğrafi bölgeye göre dağılımında, %59'unun Karadeniz Bölgesi'nden geldiği belirlenmiştir. Marmara Bölgesi %12,5 ile ikinci sırada yer alırken, Doğu Anadolu Bölgesi %7,9, Akdeniz Bölgesi %6,2, İç Anadolu Bölgesi %7, Güneydoğu Anadolu Bölgesi %5,1 ve Ege Bölgesi %2,3 oranında temsil edilmiştir. Günlük su tüketimi alışkanlıklarına bakıldığında, katılımcıların %60,9'unun günde 1-2 litre su tükettiği, %23,6'sının 1 litreden az ve %15,5'inin ise 3 litre veya daha fazla su tükettiği tespit edilmiştir.

Son olarak, aylık gelir durumlarına göre katılımcıların %31,2'sinin 6000 TL'den fazla gelir elde ettiği, %29,9'unun 2000 TL'den az gelirle geçindiği, %26,5'inin 2000-4000 TL arası gelir ve %12,3'ünün ise 4000-6000 TL arası gelir elde ettiği görülmektedir.

Aşağıda yer alan Tablo 2'de katılımcıların çeşitli içecek türlerine yönelik tüketim alışkanlıklarına ilişkin veriler sunulmaktadır.

Tablo 2. İçecek Türlerine Göre Tüketim Sıklığı ve Dağılımı

İçecek		Her gün	Haftada 2-3 Defa	Ayda 2-3 Defa	Yılda 2-3 Defa	Hiçbir Zaman	Toplam
Kola	N	20	89	151	89	122	471
	%	4,2	18,9	32,1	18,9	25,9	100
Portakal Aromalı Gazlı İçecekler	N	7	89	154	144	77	471
	%	1,5	18,9	32,7	30,6	16,3	100
Gazoz	N	12	72	166	141	80	471
	%	2,5	15,3	35,2	29,9	17	100
Bitki Aromalı Gazlı İçecek	N	10	60	122	125	154	471
	%	2,1	12,7	25,9	26,5	32,7	100
Enerji İçecekleri	N	9	26	64	101	271	471
	%	1,9	5,5	13,6	21,4	57,5	100
Soğuk Çay	N	17	124	158	101	71	471
	%	3,6	26,3	33,5	21,4	15,1	100
%100 Meyve Suyu	N	29	136	170	100	36	471
	%	6,2	28,9	36,1	21,2	7,6	100
Meyve Kompostoları	N	11	75	144	146	95	471
	%	2,3	15,9	30,6	31	20,2	100

Tablo 2. (devamı)

Meyve Aromalı İçecekler	N	18	133	160	104	56	471
	%	3,8	28,2	34	22,1	11,9	100
Meyve Nektarı	N	11	99	142	136	83	471
	%	2,3	21	30,1	28,9	17,6	100
Maden Suyu	N	60	137	148	66	60	471
	%	12,7	29,1	31,4	14	12,7	100
Meyve Aromalı Maden Suyu	N	22	130	147	96	76	471
	%	4,7	27,6	31,2	20,4	16,1	100
Frozenlar	N	4	34	68	128	237	471
	%	0,8	7,2	14,4	27,2	50,3	100
Cool Lime	N	6	31	69	96	269	471
	%	1,3	6,6	14,6	20,4	57,1	100
Süt	N	28	106	148	111	78	471
	%	5,9	22,5	31,4	23,6	16,6	100
Çikolatalı Süt	N	20	60	88	142	161	471
	%	4,2	12,7	18,7	30,1	34,2	100
Bitkisel Bademli İçecek	N	4	19	36	65	347	471
	%	0,8	4	7,6	13,8	73,7	100
Bitkisel Hindistan Cevizli İçecek	N	3	15	29	59	365	471
	%	0,6	3,2	6,2	12,5	77,5	100
Ayran	N	52	221	154	23	21	471
	%	11	46,9	32,7	4,9	4,5	100
Kefir	N	7	53	73	99	239	471
	%	1,5	11,3	15,5	21	50,7	100
Probiyotik İçecekler	N	9	38	62	84	278	471
	%	1,9	8,1	13,2	17,8	59	100
Proteinli Süt Çeşitleri	N	9	35	60	73	294	471
	%	1,9	7,4	12,7	15,5	62,4	100
Kımız	N	1	9	17	16	428	471
	%	0,2	1,9	3,6	3,4	90,9	100
Limonata	N	12	60	181	179	39	471
	%	2,5	12,7	38,4	38	8,3	100
Siyah Çay	N	343	64	28	8	28	471
	%	72,8	13,6	5,9	1,7	5,9	100
Yeşil Çay	N	27	83	88	129	144	471
	%	5,7	17,6	18,7	27,4	30,6	100
Diğer Bitki Çayları	N	20	59	119	143	130	471
	%	4,2	12,5	25,3	30,4	27,6	100

Tablo 2. (devamı)

Oralet	N	10	52	95	128	186	471
	%	2,1	11	20,2	27,2	39,5	100
Diğer Toz İçecekler	N	10	39	62	108	252	471
	%	2,1	8,3	13,2	22,9	53,5	100
Salep	N	2	14	54	193	208	471
	%	0,4	3	11,5	41	44,2	100
Milkshake	N	5	18	73	172	203	471
	%	1,1	3,8	15,5	36,5	43,1	100
Smoothie	N	5	12	48	113	293	471
	%	1,1	2,5	10,2	24	62,2	100
Sıcak Çikolata	N	5	46	107	169	144	471
	%	1,1	9,8	22,7	35,9	30,6	100
Türk Kahvesi	N	73	126	147	72	53	471
	%	15,5	26,8	31,2	15,3	11,3	100
Dibek Kahvesi	N	15	73	127	105	151	471
	%	3,2	15,5	27	22,3	32,1	100
Soğuk Kahve	N	19	69	115	101	167	471
	%	4	14,6	24,4	21,4	35,5	100
Çözünebilir Hazır Kahve (3'ü 1 arada)	N	39	106	114	75	137	471
	%	8,3	22,5	24,2	15,9	29,1	100
Diğer Kahve Çeşitleri	N	27	81	115	100	148	471
	%	5,7	17,2	24,4	21,2	31,4	100
Turşu Suyu	N	5	22	63	115	266	471
	%	1,1	4,7	13,4	24,4	56,5	100
Boza	N	1	10	13	57	390	471
	%	0,2	2,1	2,8	12,1	82,8	100
Şalgam Suyu	N	6	13	54	100	298	471
	%	1,3	2,8	11,5	21,2	63,3	100
Fesleğen Tohumlu İçecekler	N	1	12	18	23	417	471
	%	0,2	2,5	3,8	4,9	88,5	100
Alkollü İçecekler	N	6	18	33	64	350	471
	%	1,3	3,8	7	13,6	74,3	100

Çalışmada katılımcıların çeşitli içecek türlerine yönelik tüketim alışkanlıkları incelenmiştir. Her içecek türü için en fazla tüketilme sıklığı aşağıda belirtilmiştir:

Kola: Katılımcıların %32,1'i ayda 2-3 defa kola tüketmektedir. Portakal Aromalı Gazlı İçecekler: %32,7 oranında ayda 2-3 defa tüketilmektedir. Gazoz: %35,2 oranında ayda 2-3 defa tüketilmektedir. Bitki Aromalı Gazlı İçecek: %32,7 oranında hiç tüketilmemektedir. Enerji İçecekleri: %57,5 oranında hiç tüketilmemektedir. Soğuk Çay: %33,5 oranında ayda 2-3 defa

tüketilmektedir. %100 Meyve Suyu: %36,1 oranında ayda 2-3 defa tüketilmektedir. Meyve Kompostoları: %31 oranında yılda 2-3 defa tüketilmektedir. Meyve Aromalı İçecekler: %34 oranında ayda 2-3 defa tüketilmektedir. Meyve Nektarı: %30,1 oranında ayda 2-3 defa tüketilmektedir. Maden Suyu: %31,4 oranında ayda 2-3 defa tüketilmektedir. Meyve Aromalı Maden Suyu: %31,2 oranında ayda 2-3 defa tüketilmektedir. Frozenlar: %50,3 oranında hiç tüketilmemektedir. Cool Lime: %57,1 oranında hiç tüketilmemektedir. Süt: %31,4 oranında ayda 2-3 defa tüketilmektedir. Çikolatalı Süt: %34,2 oranında hiç tüketilmemektedir. Bitkisel Bademli İçecek: %73,7 oranında hiç tüketilmemektedir. Bitkisel Hindistan Cevizli İçecek: %77,5 oranında hiç tüketilmemektedir. Ayran: %46,9 oranında haftada 2-3 defa tüketilmektedir. Kefir: %50,7 oranında hiç tüketilmemektedir. Probiyotik İçecekler: %59 oranında hiç tüketilmemektedir. Proteinli Süt Çeşitleri: %62,4 oranında hiç tüketilmemektedir. Kırmızı: %90,9 oranında hiç tüketilmemektedir. Limonata: %38,4 oranında ayda 2-3 defa tüketilmektedir. Siyah Çay: %72,8 oranında her gün tüketilmektedir. Yeşil Çay: %30,6 oranında hiç tüketilmemektedir. Diğer Bitki Çayları: %30,4 oranında yılda 2-3 defa tüketilmektedir. Oralet: %39,5 oranında hiç tüketilmemektedir. Diğer Toz İçecekler: %53,5 oranında hiç tüketilmemektedir. Salep: %44,2 oranında hiç tüketilmemektedir. Milkshake: %43,1 oranında hiç tüketilmemektedir. Smoothie: %62,2 oranında hiç tüketilmemektedir. Sıcak Çikolata: %35,9 oranında yılda 2-3 defa tüketilmektedir. Türk Kahvesi: %31,2 oranında ayda 2-3 defa tüketilmektedir. Dibek Kahvesi: %32,1 oranında hiç tüketilmemektedir. Soğuk Kahve: %35,5 oranında hiç tüketilmemektedir. Çözünebilir Hazır Kahve (3'ü 1 arada): %29,1 oranında hiç tüketilmemektedir. Diğer Kahve Çeşitleri: %31,4 oranında hiç tüketilmemektedir. Turşu Suyu: %56,5 oranında hiç tüketilmemektedir. Boza: %82,8 oranında hiç tüketilmemektedir. Şalgam Suyu: %63,3 oranında hiç tüketilmemektedir. Fesleğen Tohumlu İçecekler: %88,5 oranında hiç tüketilmemektedir. Alkollü İçecekler: %74,3 oranında hiç tüketilmemektedir.

Bu bulgular, katılımcıların hangi içecekleri ne sıklıkta tükettiğini ortaya koymakta ve tüketim alışkanlıklarının belirli içecekler üzerinde yoğunlaştığını göstermektedir. Özellikle bazı içecek türlerinin (örneğin, siyah çay) günlük olarak yüksek tüketim oranlarına sahip olduğu, diğer içeceklerin ise (örneğin, enerji içecekleri) nadiren tüketildiği dikkat çekmektedir.

Tablo 3'de tüketicilerin içecek tercih motivasyonlarını etkileyen faktörlere ait bulgular belirtilmiştir.

Tablo 3. İçecek Tercih Motivasyonlarını Etkileyen Faktörlere Ait Bulgular

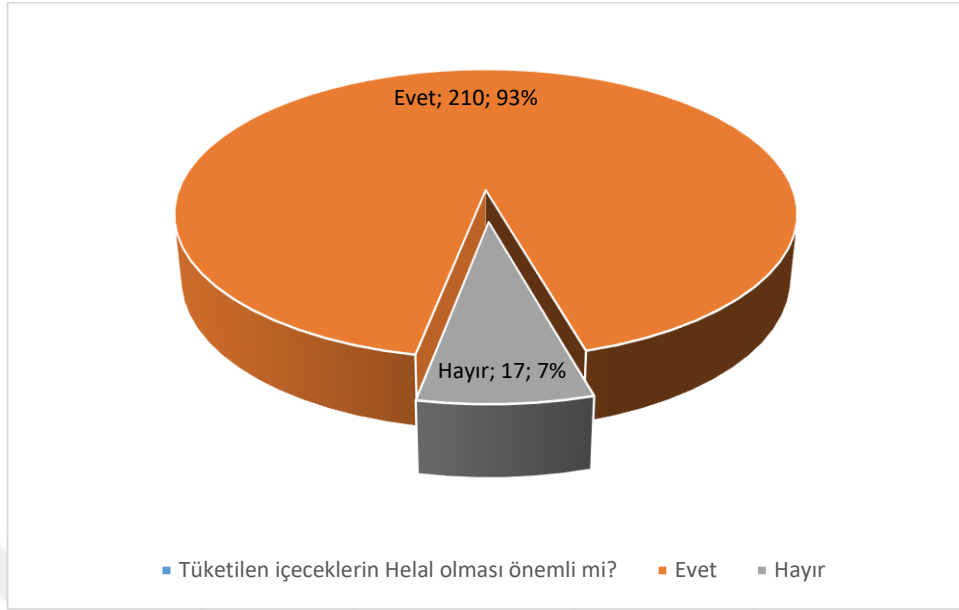
İFADELER		Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Toplam
1. Sosyal Medya içecek tercihim belirlemede etkilidir	N	23	83	55	178	133	471
	%	4,9	17,6	11,7	37,7	28,2	100
2. Reklamlar içecek tercihim belirlemede etkilidir.	N	17	108	53	173	121	471
	%	3,6	22,9	11,2	36,7	25,6	100
3. İçeceğin Markası içeceği tercih etmemde etkilidir	N	148	240	23	48	33	471
	%	31,4	46,6	4,9	10,2	7	100
4. İçeceğin Rengi, Görüntüsü, Akışkanlığı içeceği tercih etmemde etkilidir	N	129	241	26	46	30	471
	%	27,3	51,1	5,5	9,7	6,4	100
5. İçeceği Sağlığa Faydalı Olması halinde tercih ederim	N	159	199	51	51	12	471
	%	33,7	42,2	10,8	10,8	2,5	100
6. Fiyatı içecek tercihim belirlemede etkilidir.	N	106	211	39	88	28	471
	%	22,5	44,7	8,3	18,6	5,9	100
7. İçeceği Sağlığa Zararlı Olması halinde tercih etmem.	N	161	137	73	81	20	471
	%	34,1	29	15,5	17,2	4,2	100
8. Toplumun Geneline Yayılan Boykot Çağrıları içecek tercihim belirlemede etkilidir	N	171	144	52	54	51	471
	%	36,2	30,5	11	11,4	10,8	100
9. Ürünün Menşei Ülkesi içecek tercihim belirlemede etkilidir.	N	134	133	102	68	35	471
	%	28,4	28,2	21,6	14,4	7,4	100
10. Ürünün Yerli Olması içeceği tercih etmemde etkilidir	N	165	157	72	54	24	471
	%	35	33,3	15,3	11,4	5,1	100
11. Lezzeti içeceği tercih etmemde etkilidir.	N	248	190	14	12	8	471
	%	52,5	40,3	3	2,5	1,7	100
12. Yediğim Yemeklerle Uyumu içeceği tercih etmemde etkilidir.	N	211	211	23	21	6	471
	%	44,7	44,7	4,9	4,4	1,3	100
13. Ürünün Kalori Değerinin Yüksek Olması içeceği tercih etmemde etkilidir.	N	35	119	118	144	56	471
	%	7,4	25,2	25	30,5	11,9	100

Tablo 3. (devamı)

14. Ürünün Kalori Değerinin Düşük Olması içeceği tercih etmemde etkilidir.	N	51	131	106	136	48	471
	%	10,8	27,8	22,5	28,8	10,2	100
15.İçeğin Ambalajının Kalitesi içeceği tercih etmemde etkilidir.	N	67	230	71	72	32	471
	%	14,2	48,7	15	15,3	6,8	100
16. Ürünün İçeriği (Koruyucular, Tatlandırıcılar vb.) içecek tercihi belirlemede etkilidir.	N	103	179	93	67	30	471
	%	21,8	37,9	19,7	14,2	6,4	100
17. Mevsimler içecek tercihi belirlemede etkilidir.	N	155	210	41	51	15	471
	%	32,8	44,5	8,7	10,8	3,2	100
18. Yeni Ürünleri Deneme İsteği içecek tercihi belirlemede etkilidir.	N	117	185	76	78	16	471
	%	24,8	39,2	16,1	16,5	3,4	100
19. Örf, Adet ve Gelenekler içecek tercihi belirlemede etkilidir.	N	92	155	82	107	36	471
	%	19,5	32,8	17,4	22,7	7,6	100
20. Raf Ömrünün Uzun Olması içecek tercihi belirlemede etkilidir.	N	68	138	11	121	34	471
	%	14,4	29,2	23,5	25,6	7,2	100
21. Bulunduğum Ortam (Kırsal, Park, Kafe, Restoran, Diğer Sosyal Alanlar vb.) içecek tercihi belirler.	N	100	215	49	77	31	471
	%	21,2	45,6	10,4	16,3	6,6	100
22.Arkadaşlarının, Ailemin Tavsiyeleri içecek tercihi belirlemede etkilidir.	N	61	196	67	112	36	471
	%	12,9	41,5	14,2	23,7	7,6	100

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi öğrencilerinin içecek tercihlerini belirleyen en önemli faktör yukarıdaki tablo dikkate alındığında lezzettir. Bu faktörü sırası ile yenilen yemeklerle uyumu ve marka izlemektedir. Öğrencilerin içecek tercih motivasyonlarını en az etkilşeyen faktörler ise sırası ile sosyal medya, reklamlar ve içeceğinin kalorisinin yüksek olması faktörleridir.

Tüketilen içeceklerin Helal olması önemli mi? Şeklindeki soruya toplam 227 katılımcı cevap vermiştir. Cevapların dağılımı aşağıda yer alan grafikte verilmiştir.



Şekil 1. Tüketilen içeceklerin helal olması önemli mi? sorusuna verilen cevaplar

"Tüketilen içeceklerin Helal olması önemli mi?" şeklindeki soruya toplam 227 katılımcı cevap vermiştir. Cevapların dağılımı aşağıda belirtilmiştir:

Evet: Katılımcıların %92,5'i (210 kişi) tüketilen içeceklerin helal olmasının önemli olduğunu belirtmiştir.

Hayır: Katılımcıların %7,5'i (17 kişi) tüketilen içeceklerin helal olmasının önemli olmadığını ifade etmiştir.

Bu bulgular, katılımcıların büyük bir çoğunluğunun (%92,5) tüketilen içeceklerin helal olmasına önem verdiğini, sadece küçük bir kısmının (%7,5) bu konuda daha az endişeli olduğunu göstermektedir.

Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Bu bölümde araştırmada yer alan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri ve yapılan diğer istatistiki analizler neticesinde elde edilen bulgulara yer verilmektedir.

Ölçeklerin güvenilirliklerine ilişkin bilgi edinebilmek amacıyla Cronbach Alfa katsayıları değerleri hesaplanmıştır. Genel olarak Cronbach Alfa analizi sonucunda elde edilen düzeltilmiş madde toplam korelasyon katsayısı; 0,30 ve üzeri olan maddelerin iyi maddeler olduğu. 0,20-0,30 arası olan maddelerin gerektiğinde ölçme aracından alınabileceği. 0,20'nin altında olan maddelerin de ölçme aracından çıkarılması gerektiği belirtilmektedir (Büyüköztürk 2006). Ölçeğin genel Cronbach Alfa güvenilirlik kat sayısı için; 0.00-0.40 arasında ise ‘güvenilir

değil”, 0.40-0.60 arasında ise “düşük derecede güvenilir, 0,60-0,90 arasında ise “oldukça güvenilir ve 0.90 üzerinde ise “yüksek derecede güvenilir” olduğu yorumu yapılabilir (Can 2013).

Belirli bir örneklemden elde edilen değişkenlerin oluşturduğu veri yapısının faktör analizi için yeterli olup olmadığını KMO testi göstermektedir. KMO katsayısının en az 0.60 olması ve Barlett testinin anlamlı çıkması verilerin faktör analizi için uygun olduğunu gösterir. Örneklem büyüklüğü için KMO katsayısının 0.60-0.70 arasında ise “zayıf”, 0.70-0.80 arasında ise “orta”, 0.80-0.90 arasında ise iyi ve 0.90 üzerinde ise “mükemmel” olduğu yorumu yapılabilir (Büyüköztürk 2006; Kalaycı 2010).

Faktör analizleri sonucunda ölçekler için ortaya çıkan faktör yükleri göz önüne alınarak, faktör ya da faktörler altında toplanabilecek değişkenler belirlenmiştir. Bir maddenin faktör yük değerinin düşük olması, o maddenin söz konusu faktörle yeterince güçlü bir şekilde ilişkili olmadığının göstergesi olduğundan (Büyüköztürk 2006; Çokluk vd. 2010) faktör yük değerlerinin 0,32’den düşük olmamasına dikkat edilmiştir (Tabachinick ve Fidel 2001).

Açımlayıcı faktör analizi sonrasında ise doğrulayıcı faktör analizinden yararlanılmıştır. Açımlayıcı faktör analizinde değişkenler arasındaki ilişkiden yararlanılarak faktörlerin oluşturulması amaçlanmaktadır. Doğrulayıcı faktör analizinde ise önceden belirlenmiş bir hipotezin test edilmesi hedeflenmektedir.

Çalışmada İçecek Tercih Motivasyonları ve Etkileyicileri Ölçeği (İTEMÖ) için Cronbach alfa analizi bulgularında toplam korelasyon katsayısı 0,3’ün altında 3 madde ve faktör yük değerlerinin 0,32’den düşük 2 madde tespit edilmiştir. Bu maddeler teker teker veri setinden çıkarılarak analiz tekrar edilmiştir. Bu doğrultuda “Mevsimler içecek tercihim belirlemede etkilidir”, “İçeceği sağlığa zararlı olması halinde tercih etmem.”, “Ürünün kalori değeri içeceği tercih etmemde etkilidir.”, “Yeni ürünler deneme isteği içecek tercihim belirlemede etkilidir.”, “Fiyatı içecek tercihim belirlemede etkilidir.” ifadeleri ölçekten çıkarılmıştır. Nihai yapı oluşturunca elde edilen sonuçlara aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 4. İTEMÖ Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi

Faktörler	Ölçek Maddeleri	Faktör Ağırlıkları	Faktörlerin Açıklayıcılığı	Cronbach alfa	Omega
Faktör 1: Sosyal ve Kültürel Etkiler	1. Sosyal Medya içecek tercihim belirlemede etkilidir.	0,807	24,764	0,884	0,879
	2. Reklamlar içecek tercihim belirlemede etkilidir.	0,806			
	8. Toplumun Geneline Yayılan Boykot Çağrıları içecek tercihim belirlemede etkilidir	0,757			

Tablo 4. (devamı)

	9. Ürünün Menşei Ülkesi içecek tercihimini belirlemede etkilidir.	0,704			
	10. Ürünün Yerli Olması içeceği tercih etmemde etkilidir	0,668			
	19. Örf, Adet ve Gelenekler içecek tercihimini belirlemede etkilidir.	0,678			
	21. Bulunduğum Ortam (Kırsal, Park, Kafe, Restoran, Diğer Sosyal Alanlar vb.) içecek tercihimini belirler.	0,557			
	22. Arkadaşlarımın, Ailemin Tavsiyeleri içecek tercihimini belirlemede etkilidir.	0,645			
Faktör 2: Ürünün Özellikleri ve Kalitesi	3. İçeceğin Markası içeceği tercih etmemde etkilidir.	0,594	16,020	0,735	0,740
	4. İçeceğin Rengi, Görüntüsü, Akışkanlığı içeceği tercih etmemde etkilidir.	0,740			
	11. Lezzeti içeceği tercih etmemde etkilidir.	0,691			
	12. Yediğim Yemeklerle Uyumu içeceği tercih etmemde etkilidir.	0,703			
	15. İçeceğin Ambalajının Kalitesi içeceği tercih etmemde etkilidir.	0,622			
Faktör 3: Sağlık ve Beslenme Bilinçleri	5. İçeceği Sağlığa Faydalı Olması halinde tercih ederim.	0,624	14,235	0,701	0,710
	14. Ürünün Kalori Değerinin Düşük Olması içeceği tercih etmemde etkilidir.	0,735			
	16. Ürünün İçeriği (Koruyucular, Tatlandırıcılar vb.) içecek tercihimini belirlemede etkilidir.	0,791			
	20. Raf Ömrünün Uzun Olması içecek tercihimini belirlemede etkilidir.	0,585			
Toplam			55,235	0,871	0,877
Kaiser-Mayer-Olkin Ölçek Geçerliliği				0,859	
Bartlett's Testi Yaklaşık Ki-Kare Değeri				3384,311	
sd				136	
p değeri				0,000	

Yukarıda yer alan Tablo 4’de, İçecek Tercih Motivasyonları ve Etkileyicileri Ölçeği (İTEMÖ) adlı ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik analiz sonuçlarını içermektedir. Öncelikle, ölçeğin güvenilirliğini değerlendirmek için Cronbach alfa ve Omega katsayılarına incelendiğinde, ölçeğin genel Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı 0.871 olarak hesaplanmıştır, bu da ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir. Sosyal ve Kültürel Etkiler faktörü, sosyal ve kültürel etkilerin içecek tercihleri üzerindeki etkisini ölçmektedir. 0.884 olarak hesaplanan Cronbach Alfa katsayısı, bu alt faktörün yüksek derecede güvenilir olduğunu

göstermektedir. Omega katsayısı ise 0.879 olarak belirlenmiş olup, iç tutarlılığı desteklemektedir. Ürünün Özellikleri ve Kalitesi faktörü, içeceğin özellikleri ve kalitesinin tercih üzerindeki etkisini ölçmektedir. Cronbach Alfa katsayısı 0.735 olup, bu faktörün yeterli derecede güvenilir olduğunu göstermektedir. Omega katsayısı ise 0.740 olarak belirlenmiş olup, iç tutarlılığı desteklemektedir. Sağlık ve Beslenme Bilinçleri faktörü, sağlık ve beslenme bilincinin içecek tercihleri üzerindeki etkisini ölçmektedir. Cronbach Alfa katsayısı 0.701 olup, bu alt faktörün güvenilir olduğunu göstermektedir. Omega katsayısı ise 0.710 olarak belirlenmiş olup, iç tutarlılığı desteklemektedir. Bu bulgular ölçeğin tutarlı ve güvenilir bir şekilde katılımcıların, içecek tercih motivasyonları ve etkileyicilerini ölçebildiğini göstermektedir.

Ayrıca, Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) ölçek geçerliliği değeri 0,859 olarak hesaplanmış ve Bartlett's Testi yaklaşık Ki-Kare değeri 3384,311 (sd=136, p değeri=0,000) olarak bulunmuştur. Bu değerler, veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu ve yeterli örnekleme sahip olduğunu göstermektedir. KMO değeri 0.80-0.90 arasında bulunduğu için veri setinin faktör analizi için "iyi" olduğu söylenebilir.

Faktör ağırlıkları ve faktörlerin açıklayıcılığına bakıldığında, Sosyal ve Kültürel Etkiler, Ürünün Özellikleri ve Kalitesi ve Sağlık ve Beslenme Bilinçleri faktörlerinin İTEMÖ içinde önemli bir yer tuttuğu ve ölçeğin toplam varyansının %55,24'ünü açıkladığı görülmektedir. Faktör ağırlıkları her iki faktör içindeki maddeler arasında 0,557 ile 0,807 arasında değişmektedir, bu da maddelerin ilgili faktörlerle güçlü bir ilişkiye sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle 0,32'den yüksek faktör yük değerleri, maddelerin faktörlerle yeterli derecede ilişkili olduğunu ve ölçeğin yapısını iyi bir şekilde yansıttığını gösterir.

Sonuç olarak, İçecek Tercih Motivasyonları ve Etkileyicileri Ölçeği (İTEMÖ), içecek tercih motivasyonlarını ve etkileyicilerini ölçmede yüksek güvenilirlik ve geçerlilik sunan, yapısı iyi tanımlanmış bir ölçme aracıdır.

Doğrulayıcı Faktör Analizleri

Çalışmada keşfedici faktör analizi yapıldıktan sonra AMOS 24 programı aracılığıyla doğrulayıcı faktör analizleri (DFA) yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizinde farklı model uyumu indekslerinden yararlanılmaktadır. Literatürde veri setlerinin değişkenler ile uyumunu izah etmek amacıyla en yaygın olarak kullanılan uyum indeksleri (Gürbüz 2019) şöyle sıralanmaktadır:

- Kİ-kare (χ^2): Önerilen model ile verinin uyumunu test eder.

- X^2/df : X^2 değeri örneklem büyüklüğünden etkilendiğinden serbestlik derecesine oranı
- RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation): Serbestlik derecesini dikkate alarak modelin örneklem kovaryansı ile ne derece uyumlu olduğunu gösterir.
- RMR (Root Mean Square Residual): Örneklem ve evrene ait varyans veya kovaryans aritmetik ortalamalarının farklarıdır.
- CFI (Comparative Fit Index): Serbestlik derecesi ve örneklem büyüklüğünü dikkate alarak test edilen modeli temel modele göre kıyaslama yapar.
- NFI (Normed Fit Index): χ^2 dağılımının gerektirdiği şartlara bağlı olmaksızın karşılaştırma yapar.
- TLI (Tucker-Lewis İndeksi): NFI'nın serbestlik derecesini dikkate alarak hesaplanmış halidir.
- IFI (Incremental Fit Index): Örneklem büyüklüğü ve modelin karmaşıklık derecesini dikkate alarak modelin uyumunu test eder.
- GFI (Goodness of Fit Index): Model uyumunun örneklem büyüklüğünden bağımsız olarak test eder.

Araştırmada AMOS 24 programı ile DFA yapılmıştır. Araştırmada kullanılan tüm ölçeklerin DFA bulguları aşağıdaki tabloda verilmektedir. Tüm ölçekler için bulunan uyum indekslerinin kabul edilebilir uyum aralığında olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgular ölçeklerin faktör yapısının desteklendiğini göstermektedir.

Tablo 5. İTEMÖ Doğrulayıcı Faktör Analizi Bulguları (Gülbüz 2019)

Uyum Ölçütleri	*Kabul Edilebilir Uyum	*Mükemmel Uyum	İTEMÖ
CMIN/DF	$X^2/DF \leq 5$	$X^2/DF \leq 3$	1,599
GFI	$0,90 \leq GFI < 0,90$	$\leq 0,90$	0,956
NFI	$0,90 \leq NFI < 0,95$	$\leq 0,95$	0,967
TLI (NNFI)	$0,90 \leq NNFI < 0,95$	$\leq 0,95$	0,935
IFI	$0,90 \leq IFI < 0,95$	$\leq 0,95$	0,946
CFI	$0,90 \leq CFI < 0,95$	$\leq 0,95$	0,945
RMSEA	$0,05 < RMSEA < 0,08$	$0,05 \leq$	0,036
RMR	$0,05 \leq RMR \leq 0,08$	$0,05 \leq$	0,066

Tanımlayıcı İstatistiksel Bulgular ve Verilerin Normal Dağılımının İncelenmesi

Aşağıdaki Tablo 6'de katılımcılara uygulanan İTEMÖ ölçeği ve alt faktörlerine ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri verilmektedir.

Tablo 6. Tanımlayıcı İstatistikler

	N	Ortalama	Std. s	Median	Mode	Min	Max	Çarpıklık	Basıklık
SKEAF	471	3,52	3,38	5	0,98899	0,066	-0,71	1	5
ÜÖKAF	471	4,00	4,00	4	0,71649	-1,017	1,762	1	5
SBBAF	471	3,42	3,50	3,5	0,83217	-0,474	0,002	1	5
Toplam	471	3,64	3,59	3,47	0,68895	-0,255	0,248	1	5

Tablo 6’de görüldüğü gibi İTEMÖ ölçeği ve alt faktörlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler aşağıdaki gibidir:

SKEAF (Sosyal ve Kültürel Etkiler Alt Faktörü): Ortalama değeri $3,52 \pm 3,38$ olarak bulunmuştur. Bu faktör için medyan değer 5, mod ise 0,98899'dur. Minimum değer 0,066, maksimum değer 5 olup, çarpıklık değeri -0,71, basıklık değeri ise 1'dir.

ÜÖKAF (Ürünün Özellikleri ve Kalitesi Alt Faktörü): Ortalama değeri $4,00 \pm 4,00$ olarak bulunmuştur. Bu faktör için medyan ve mod değerleri 4'tür. Minimum değer 0,71649, maksimum değer 5 olup, çarpıklık değeri -1,017, basıklık değeri ise 1,762'dir.

SBBAF (Sağlık ve Beslenme Bilinçleri Alt Faktörü): Ortalama değeri $3,42 \pm 3,50$ olarak bulunmuştur. Bu faktör için medyan değer 3,5, mod ise 0,83217'dir. Minimum değer -0,474, maksimum değer 5 olup, çarpıklık değeri 0,002, basıklık değeri ise 1'dir.

Toplam: İTEMÖ ölçeğinin toplam puanı ortalama olarak $3,64 \pm 3,59$ bulunmuştur. Toplam puan için medyan değer 3,47, mod ise 0,68895'tir. Minimum değer -0,255, maksimum değer 5 olup, çarpıklık değeri 0,248, basıklık değeri ise 1'dir.

George and Mallery (2010)'a göre çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2 ile +2 aralığında olması; Groeneveld and Meeden (1984), Moors (1986), Hopkins and Weeks (1990) ile De Carlo (1997)'ye göre ise bu değerlerin -3 ile +3 aralığında olması normal dağılım için yeterli olduğu tespit edilmiştir. Bu duruma göre araştırmada kullandığımız ölçeklere ait çarpıklık kat sayıları ve basıklık kat sayıları incelendiğinde ölçeklerin normal dağılım özelliği gösterdiği var sayılmıştır. Yapılan istatistiksel analizler normal dağılım şartı isteyen parametrik analizler ile gerçekleştirilmiştir.

Katılımcıların Ölçek Puan Ortalamalarının Demografik Özelliklerine Göre İncelenmesi

Katılımcıların İTEMÖ ölçeğinin ve alt faktörlerinden aldıkları toplam puanlar, katılımcıların cinsiyet değişkenine göre istatistiksel olarak farklılık gösterip göstermediği ilişkisiz örneklemeler için t testi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 7’da verilmiştir.

Tablo 7. Katılımcıların Ölçeklerinden Aldıkları Toplam Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre İlişkisiz Örneklemeler İçin T Testi ile İncelenmesi

Ölçek	Gruplar	N	Ort	S sap.	t	sd	p
Sosyal ve Kültürel Etkiler	Kadın	218	3,65	0,93	2,833	469	0,005
	Erkek	253	3,40	1,02			
Ürünün Özellikleri ve Kalitesi	Kadın	218	4,06	0,63	1,762	469	0,079
	Erkek	253	3,95	0,78			
Sağlık ve Beslenme Bilinçleri	Kadın	218	3,55	0,77	3,341	469	0,001
	Erkek	253	3,30	0,87			
Toplam İTEMÖ	Kadın	218	3,75	0,62	3,415	469	0,001
	Erkek	253	3,54	0,73			

Elde edilen bulgular aşağıda sunulmuştur.

Sosyal ve Kültürel Etkiler Alt Faktörü: Kadın katılımcıların ortalama puanı $3,65 \pm 0,93$ iken, erkek katılımcıların ortalama puanı $3,40 \pm 1,02$ olarak bulunmuştur. Bu fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($t= 2,833$ ve $p<0,05$). Bu sonuç, kadın katılımcıların Sosyal ve Kültürel Etkiler Alt Faktörü'nden erkeklerden istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksek puan aldığını göstermektedir.

Ürünün Özellikleri ve Kalitesi Alt Faktörü: Kadın katılımcıların ortalama puanı $4,06 \pm 0,63$, erkek katılımcıların ise $3,95 \pm 0,78$ olarak bulunmuştur. Bu fark istatistiksel olarak anlamlı değildir ($t= 1,762$ ve $p>0,05$). Bu durum, cinsiyetin Ürünün Özellikleri ve Kalitesi Alt Faktörü üzerinde belirgin bir etkisi olmadığını göstermektedir.

Sağlık ve Beslenme Bilinçleri Alt Faktörü: Kadın katılımcıların ortalama puanı $3,55 \pm 0,77$, erkek katılımcıların ise $3,30 \pm 0,87$ olarak bulunmuştur. Bu fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($t= 3,341$ ve $p<0,05$). Bu sonuç, kadın katılımcıların Sağlık ve Beslenme Bilinçleri Alt Faktörü'nden erkeklerden istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksek puan aldığını göstermektedir.

Toplam İTEMÖ Puanı: Kadın katılımcıların ortalama toplam puanı $3,75 \pm 0,62$ iken, erkek katılımcıların ortalama toplam puanı $3,54 \pm 0,73$ olarak bulunmuştur. Bu fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($t= 3,415$ ve $p<0,05$). Bu durum, kadın katılımcıların toplam İTEMÖ puanlarının erkeklerden istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksek puan aldığını göstermektedir.

Tablo 8.Yaş Gruplarına Göre ANOVA Sonuçları

	Yaş	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Fark (Post Hoc LSD)
Sosyal ve Kültürel Etkiler	18-22 yaş	230	3,40	0,89	G. Arası	7,464	3	2,488	2,569	0,054	Yok
	22-26 yaş	106	3,71	1,05	G. İçi	452,24	467	0,968			
	26-30 yaş	29	3,47	1,01	Toplam	459,705	470				
	30 yaş ve üzeri	106	3,58	1,09							
Ürünün Özellikleri ve Kalitesi	18-22 yaş	230	3,97	0,69	G. Arası	3,733	3	1,244	2,446	0,063	Yok
	22-26 yaş	106	4,15	0,64	G. İçi	237,546	467	0,509			
	26-30 yaş	29	4,08	0,85	Toplam	241,279	470				
	30 yaş ve üzeri	106	3,90	0,78							
Sağlık ve Beslenme Bilinçleri	18-22 yaş	230	3,30	0,81	G. Arası	13,569	3	4,523	6,772	0,000	18-22 yaş ile 30 yaş ve üzeri (p=0,000), 22-26 yaş ile 30 yaş ve üzeri (p=0,021)
	22-26 yaş	106	3,37	0,84	G. İçi	311,909	467	0,668			
	26-30 yaş	29	3,38	0,94	Toplam	325,478	470				
	30 yaş ve üzeri	106	3,72	0,77							
Toplam İTEMÖ	18-22 yaş	230	3,55	0,63	G. Arası	3,99	3	1,33	2,835	0,038	18-22 yaş ile 22-26 yaş (p=0,008), 18-22 yaş ile 30 yaş ve üzeri (p=0,049)
	22-26 yaş	106	3,76	0,72	G. İçi	219,096	467	0,469			
	26-30 yaş	29	3,63	0,67	Toplam	223,086	470				
	30 yaş ve üzeri	106	3,70	0,76							

Katılımcıların içecek tercih motivasyonları düzeylerinin yaş gruplarına göre farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan tek yönlü varyans (ANOVA) analizi gerçekleştirilmiştir ve elde edilen bulgular yukarıdaki Tablo 8’de sunulmuştur. Tablo incelendiğinde; Sosyal ve Kültürel Etkiler alt faktöründe, yaş grupları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($F(3, 467) = 2,569, p>0,05$). Bu, katılımcıların yaş gruplarına göre sosyal ve kültürel etkiler alt faktöründe farklılık göstermediğini ifade etmektedir.

Ürünün Özellikleri ve Kalitesi alt faktöründe de yaş grupları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($F(3, 467) = 2,446, p>0,05$). Bu bulgu, katılımcıların yaş gruplarına göre ürünün özellikleri ve kalitesi alt faktöründe farklılık göstermediğini göstermektedir.

Sağlık ve Beslenme Bilinçleri alt faktöründe yaş grupları arasında anlamlı farklar tespit edilmiştir ($F(3, 467) = 6,772, p<0,05$). Post hoc LSD testi sonuçlarına göre, 18-22 yaş grubundaki katılımcılar ile 30 yaş ve üzeri katılımcılar ($p = 0,000$) ve 22-26 yaş grubundaki katılımcılar ile 30 yaş ve üzeri katılımcılar ($p = 0,021$) arasında anlamlı farklar bulunmuştur. Bu sonuçlar, daha ileri yaş gruplarının sağlık ve beslenme bilinçleri düzeylerinin daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Toplam İTEMÖ puanında da yaş grupları arasında anlamlı farklar bulunmuştur ($F(3, 467) = 2,835, p<0,05$). Post hoc LSD testi sonuçlarına göre, 18-22 yaş grubundaki katılımcılar ile 22-26 yaş grubundaki katılımcılar ($p = 0,008$) ve 18-22 yaş grubundaki katılımcılar ile 30 yaş ve üzeri katılımcılar ($p = 0,049$) arasında anlamlı farklar tespit edilmiştir. Bu bulgular, 22-26 yaş grubunun ve 30 yaş ve üzeri grubun toplam İTEMÖ puanlarının 18-22 yaş grubuna göre daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, yaşın içecek tercih motivasyonları üzerinde belirli alt faktörlerde, özellikle sağlık ve beslenme bilinçlerinde, anlamlı farklılıklar yarattığı ve daha ileri yaş gruplarının bu alanlarda daha yüksek motivasyon seviyelerine sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca, genel İTEMÖ puanlarında da yaş grupları arasında farklılıklar gözlemlenmiştir, bu da yaşın içecek tercih motivasyonları üzerinde önemli bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 9. Eğitim durumlarına Göre ANOVA Sonuçları

	Yaş	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Fark (Post Hoc LSD)
Sosyal ve Kültürel Etkiler	Ön Lisans	199	3,47	0,98	G. Arası	1,331	2	0,665	0,679	0,507	Yok
	Lisans	234	3,57	0,99	G. İçi	458,374	468	0,979			
	Lisansüstü	38	3,45	1,03	Toplam	459,705	470				
Ürünün Özellikleri ve Kalitesi	Ön Lisans	199	4,00	0,75	G. Arası	0,013	2	0,006	0,012	0,988	Yok
	Lisans	234	4,00	0,68	G. İçi	241,266	468	0,516			
	Lisansüstü	38	4,02	0,78	Toplam	241,279	470				

Tablo 9. (devamı)

Sağlık ve Beslenme Bilinçleri	Ön Lisans	199	3,52	0,81	G. Arası	4,762	2	2,381	3,474	0,032	Ön Lisans ile Lisans (p=0,038)
	Lisans	234	3,31	0,83	G. İçi	320,716	468	0,685			
	Lisansüstü	38	3,49	0,89	Toplam	325,478	470				
Toplam İTEMÖ	Ön Lisans	199	3,63	0,71	G. Arası	0,004	2	0,002	0,005	0,995	Yok
	Lisans	234	3,64	0,67	G. İçi	223,082	468	0,477			
	Lisansüstü	38	3,63	0,70	Toplam	223,086	470				

Katılımcıların içecek tercih motivasyonları düzeylerinin eğitim durumlarına göre farklılık olup oluşmadığını tespit etmek amacıyla yapılan tek yönlü varyans (ANOVA) analizi gerçekleştirilmiştir ve elde edilen bulgular yukarıdaki Tablo 9’de sunulmuştur. Tablo incelendiğinde; Sosyal ve Kültürel Etkiler alt faktöründe, eğitim durumları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($F(2, 468) = 0,679, p > 0,05$). Bu, katılımcıların eğitim durumlarına göre sosyal ve kültürel etkiler alt faktöründe farklılık göstermediğini ifade etmektedir.

Ürünün Özellikleri ve Kalitesi alt faktöründe de eğitim durumları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($F(2, 468) = 0,012, p > 0,05$). Bu bulgu, katılımcıların eğitim durumlarına göre ürünün özellikleri ve kalitesi alt faktöründe farklılık göstermediğini göstermektedir.

Sağlık ve Beslenme Bilinçleri alt faktöründe eğitim durumları arasında anlamlı farklar tespit edilmiştir ($F(2, 468) = 3,474, p < 0,05$). Post hoc LSD testi sonuçlarına göre, ön lisans öğrencileri ile lisans öğrencileri arasında anlamlı farklar bulunmuştur ($p = 0,038$). Bu sonuçlar, ön lisans öğrencilerinin sağlık ve beslenme bilinçleri düzeylerinin lisans öğrencilerine göre daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Toplam İTEMÖ puanında ise eğitim durumları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($F(2, 468) = 0,005, p > 0,05$). Ön lisans, lisans ve lisansüstü eğitim düzeylerindeki katılımcılar arasında toplam İTEMÖ puanlarında belirgin bir farklılık olmadığı görülmektedir.

Bu bulgular, eğitim durumunun içecek tercih motivasyonları üzerinde genellikle anlamlı bir farklılık yaratmadığını, ancak sağlık ve beslenme bilinçleri alt faktöründe ön lisans öğrencilerinin lisans öğrencilerine göre daha yüksek motivasyon seviyelerine sahip olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların içecek tercih motivasyonları düzeylerinin büyüdüğü coğrafyaya göre farklılık olup oluşmadığını tespit etmek amacıyla yapılan tek yönlü varyans (ANOVA) analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz bulguları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 10. Katılımcıların Büyüdükleri Coğrafyaya Göre ANOVA Sonuçları

	Yaş	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Fark (Post Hoc LSD)
Sosyal ve Kültürel Etkiler	Akdeniz	29	3,64	0,97	G. Arası	12,321	6	2,054	2,13	0,051	Yok
	Karadeniz	278	3,52	1,00	G. İçi	447,383	464	0,964			
	Ege	11	3,83	0,89	Toplam	459,705	470				
	Marmara	59	3,42	1,01							
	Doğu Anadolu	37	3,18	0,91							
	Güneydoğu Anadolu	24	4,01	0,72							
	İç Anadolu	33	3,48	1,08							
Ürünün Özellikleri ve Kalitesi	Akdeniz	29	4,18	0,70	G. Arası	4,965	6	0,827	1,625	0,138	Yok
	Karadeniz	278	3,99	0,69	G. İçi	236,314	464	0,509			
	Ege	11	4,51	0,54	Toplam	241,279	470				
	Marmara	59	3,95	0,83							
	Doğu Anadolu	37	3,85	0,85							
	Güneydoğu Anadolu	24	4,08	0,60							
	İç Anadolu	33	3,97	0,62							
Sağlık ve Beslenme Bilinçleri	Akdeniz	29	3,72	0,82	G. Arası	11,263	6	1,877	2,772	0,012	Akdeniz ile Doğu Anadolu (p=0,002), Akdeniz ile İç Anadolu (p=0,029), Karadeniz ile Doğu Anadolu (p=0,002), Ege ile Doğu Anadolu (p=0,018), Marmara ile Doğu Anadolu (p=0,038)
	Karadeniz	278	3,46	0,82	G. İçi	314,215	464	0,677			
	Ege	11	3,68	0,66	Toplam	325,478	470				
	Marmara	59	3,37	0,69							
	Doğu Anadolu	37	3,01	1,01							
	Güneydoğu Anadolu	24	3,30	0,76							
	İç Anadolu	33	3,26	0,91							
Toplam İTEMÖ	Akdeniz	29	3,82	0,69	G. Arası	7,422	6	1,237	2,662	0,015	Akdeniz ile Doğu Anadolu (p=0,005), Karadeniz ile Doğu Anadolu (p=0,010), Ege ile Doğu Anadolu (p=0,005)
	Karadeniz	278	3,65	0,68	G. İçi	215,663	464	0,465			
	Ege	11	3,99	0,59	Toplam	223,086	470				
	Marmara	59	3,56	0,69							
	Doğu Anadolu	37	3,34	0,76							
	Güneydoğu Anadolu	24	3,86	0,46							
	İç Anadolu	33	3,57	0,71							

Katılımcıların içecek tercih motivasyonları düzeylerinin büyüdükleri coğrafi bölgeye göre farklılık oluşup oluşmadığını tespit etmek amacıyla yapılan tek yönlü varyans (ANOVA) analizi gerçekleştirilmiştir ve elde edilen bulgular yukarıdaki tabloda sunulmuştur. Tablo 10 incelendiğinde; Sosyal ve Kültürel Etkiler alt faktöründe, büyüdükleri coğrafi bölgelere göre katılımcılar arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($F(6, 464) = 2,13, p > 0,05$). Bu, katılımcıların büyüdükleri coğrafi bölgelere göre sosyal ve kültürel etkiler alt faktöründe farklılık göstermediğini ifade etmektedir.

Ürünün zellikleri ve Kalitesi alt faktöründe de büyüdükleri coğrafi bölgelere göre anlamlı bir fark bulunamamıştır ($F(6, 464) = 1,625, p > 0,05$). Bu bulgu, katılımcıların büyüdükleri coğrafi bölgelere göre ürünün özellikleri ve kalitesi alt faktöründe farklılık göstermediğini göstermektedir.

Sağlık ve Beslenme Bilinçleri alt faktöründe büyüdükleri coğrafi bölgelere göre anlamlı farklar tespit edilmiştir ($F(6, 464) = 2,772, p < 0,05$). Post hoc LSD testi sonuçlarına göre, Akdeniz bölgesinde büyüyen katılımcılar ile Doğu Anadolu ($p = 0,002$) ve İç Anadolu ($p = 0,029$) bölgelerinde büyüyen katılımcılar arasında anlamlı farklar bulunmuştur. Ayrıca, Karadeniz ile Doğu Anadolu ($p = 0,002$), Ege ile Doğu Anadolu ($p = 0,018$), Marmara ile Doğu Anadolu ($p = 0,038$) bölgeleri arasında da anlamlı farklar tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, Akdeniz bölgesinde büyüyen katılımcıların sağlık ve beslenme bilinçleri düzeylerinin Doğu Anadolu ve İç Anadolu blgelerindekilere göre daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Toplam İTEM puanında da büyüdükleri coğrafi bölgelere göre anlamlı farklar bulunmuştur ($F(6, 464) = 2,662, p < 0,05$). Post hoc LSD testi sonuçlarına göre, Akdeniz ile Doğu Anadolu ($p = 0,005$), Karadeniz ile Doğu Anadolu ($p = 0,010$) ve Ege ile Doğu Anadolu ($p = 0,005$) bölgeleri arasında anlamlı farklar tespit edilmiştir. Bu bulgular, Akdeniz, Karadeniz ve Ege bölgelerinde büyüyen katılımcıların toplam İTEM puanlarının Doğu Anadolu bölgesinde büyüyenlere göre daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Bu bulgular, büyüdükleri coğrafi bölgenin içecek tercih motivasyonları üzerinde belirli alt faktörlerde (zellikle sağlık ve beslenme bilinçleri) anlamlı farklılıklar yarattığını ve bazı bölgelerde büyüyen katılımcıların bu alanlarda daha yüksek motivasyon seviyelerine sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 11. Katılımcıların Günlük Su Tüketimi Miktarı Değişkenlerine Göre ANOVA Sonuçları

	Yaş	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Fark (Post Hoc LSD)
Sosyal ve Kültürel Etkiler	1 litreden az	111	3,55	1,07	G. Arası	1,682	2	0,841	0,859	0,424	Yok
	1-2 litre	287	3,54	0,97	G. İçi	458,022	468	0,979			
	3 litre ve fazlası	73	3,38	0,93	Toplam	459,705	470				
Ürünün Özellikleri ve Kalitesi	1 litreden az	111	4,03	0,80	G. Arası	1,884	2	0,942	1,841	0,160	Yok
	1-2 litre	287	3,96	0,68	G. İçi	239,395	468	0,512			
	3 litre ve fazlası	73	4,13	0,70	Toplam	241,279	470				
Sağlık ve Beslenme Bilinçleri	1 litreden az	111	3,39	0,90	G. Arası	0,411	2	0,205	0,296	0,744	Yok
	1-2 litre	287	3,44	0,81	G. İçi	325,067	468	0,695			
	3 litre ve fazlası	73	3,37	0,82	Toplam	325,478	470				
Toplam İTEMÖ	1 litreden az	111	3,65	0,78	G. Arası	0,142	2	0,071	0,149	0,862	Yok
	1-2 litre	287	3,64	0,65	G. İçi	222,944	468	0,476			
	3 litre ve fazlası	73	3,60	0,68	Toplam	223,086	470				

Katılımcıların içecek tercih motivasyonları düzeylerinin günlük su tüketimi miktarı değişkenlerine göre farklılık olup oluşmadığını tespit etmek amacıyla yapılan tek yönlü varyans (ANOVA) analizi gerçekleştirilmiştir ve elde edilen bulgular yukarıdaki Tablo 11’de sunulmuştur. Tablo incelendiğinde; Sosyal ve Kültürel Etkiler alt faktöründe, günlük su tüketimi miktarı değişkenleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($F(2, 468) = 0,859, p > 0,05$). Bu, katılımcıların günlük su tüketimi miktarlarına göre sosyal ve kültürel etkiler alt faktöründe farklılık göstermediğini ifade etmektedir.

Ürünün Özellikleri ve Kalitesi alt faktöründe de günlük su tüketimi miktarı değişkenleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($F(2, 468) = 1,841, p > 0,05$). Bu bulgu, katılımcıların günlük su tüketimi miktarlarına göre ürünün özellikleri ve kalitesi alt faktöründe farklılık göstermediğini göstermektedir.

Sağlık ve Beslenme Bilinçleri alt faktöründe günlük su tüketimi miktarı değişkenleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($F(2, 468) = 0,296, p > 0,05$). Bu, katılımcıların günlük su tüketimi miktarlarına göre sağlık ve beslenme bilinçleri alt faktöründe farklılık göstermediğini ifade etmektedir.

Toplam İTEMÖ puanında ise günlük su tüketimi miktarı değişkenleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($F(2, 468) = 0,149, p > 0,05$). Bu, katılımcıların günlük su tüketimi miktarlarına göre toplam İTEMÖ puanlarında belirgin bir farklılık olmadığını göstermektedir.

Bu bulgular, katılımcıların içecek tercih motivasyonları düzeylerinin günlük su tüketimi miktarlarına göre anlamlı bir farklılık göstermediğini ortaya koymaktadır. Sosyal ve Kültürel Etkiler, Ürünün Özellikleri ve Kalitesi, Sağlık ve Beslenme Bilinçleri alt faktörlerinde ve toplam İTEMÖ puanlarında günlük su tüketimi değişkenleri arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Katılımcıların içecek tercih motivasyonları düzeylerinin gelir düzeylerine göre farklılığın olup oluşmadığını tespit etmek amacıyla yapılan tek yönlü varyans (ANOVA) analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları aşağıdaki Tablo 12’de verilmiştir.

Tablo 12. Gelir Düzeylerine Göre ANOVA Sonuçları

	Yaş	N	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Fark (Post Hoc LSD)
Sosyal ve Kültürel Etkiler	2000’den az	141	3,48	0,99	G. Arası	1,446	3	0,482	0,491	0,689	Yok
	2000-4000 arası	125	3,61	0,93	G. İçi	458,258	467	0,981			
	4000-6000 arası	58	3,45	0,93	Toplam	459,705	470				
	6000’den fazla	147	3,50	1,06							
Ürünün Özellikleri ve Kalitesi	2000’den az	141	3,91	0,73	G. Arası	1,798	3	0,599	1,169	0,321	Yok
	2000-4000 arası	125	4,02	0,70	G. İçi	239,48	467	0,513			
	4000-6000 arası	58	4,07	0,68	Toplam	241,279	470				
	6000’den fazla	147	4,05	0,73							

Tablo 12. (devamı)

Sağlık ve Beslenme Bilinçleri	2000'den az	141	3,45	0,78	G. Arası	4,733	3	1,578	2,297	0,077	Yok
	2000-4000 arası	125	3,25	0,84	G. İçi	320,745	467	0,687			
	4000-6000 arası	58	3,44	0,79	Toplam	325,478	470				
	6000'den fazla	147	3,51	0,87							
Toplam İTEMÖ	2000'den az	141	3,60	0,66	G. Arası	0,291	3	0,097	0,204	0,894	Yok
	2000-4000 arası	125	3,64	0,69	G. İçi	222,795	467	0,477			
	4000-6000 arası	58	3,63	0,64	Toplam	223,086	470				
	6000'den fazla	147	3,66	0,74							

Katılımcıların içecek tercih motivasyonları düzeylerinin gelir düzeylerine göre farklılık olup oluşmadığını belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans (ANOVA) analizi gerçekleştirilmiştir, elde edilen bulgular yukarıdaki Tablo 12'de sunulmuştur. Tablo incelendiğinde; Sosyal ve Kültürel Etkiler alt faktöründe, gelir düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($F(3, 467) = 0,491, p > 0,05$). Bu, katılımcıların gelir düzeylerine göre sosyal ve kültürel etkiler alt faktöründe farklılık göstermediğini ifade etmektedir.

Ürünün Özellikleri ve Kalitesi alt faktöründe de gelir düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($F(3, 467) = 1,169, p > 0,05$). Bu bulgu, katılımcıların gelir düzeylerine göre ürünün özellikleri ve kalitesi alt faktöründe farklılık göstermediğini göstermektedir.

Sağlık ve Beslenme Bilinçleri alt faktöründe gelir düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($F(3, 467) = 2,297, p > 0,05$). Bu, katılımcıların gelir düzeylerine göre sağlık ve beslenme bilinçleri alt faktöründe farklılık göstermediğini ifade etmektedir.

Toplam İTEMÖ puanında ise gelir düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($F(3, 467) = 0,204, p > 0,05$). Bu, katılımcıların gelir düzeylerine göre toplam İTEMÖ puanlarında belirgin bir farklılık olmadığını göstermektedir.

Bu bulgular, katılımcıların içecek tercih motivasyonları düzeylerinin gelir düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermediğini ortaya koymaktadır. Sosyal ve Kültürel Etkiler,

Ürünün Özellikleri ve Kalitesi, Sağlık ve Beslenme Bilinçleri alt faktörlerinde ve toplam İTEMÖ puanlarında gelir düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Katılımcıların Toplumun Geneline Yayılan Boykot Çağrılarının İçecek Tercihlerini Etkileme Durumunun Çeşitli Faktörler Açısından İncelenmesi

Bu bölümde, katılımcıların toplumun geneline yayılan boykot çağrılarının içecek tercihlerini etkileme durumunu nasıl değerlendirdikleri incelenmiştir. Katılımcılara "Toplumun geneline yayılan boykot çağrıları içecek tercihi belirlemede etkilidir" ifadesine ne derece katıldıkları sorulmuştur. Elde edilen cevapların dağılımı aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 13. Toplumun Geneline Yayılan Boykot Çağrılarının İçecek Tercihlerini Etkileme Durumunun Dağılımı

Katılımcılara sorulan ifade		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam
Toplumun Geneline Yayılan Boykot Çağrıları	N	51	53	52	144	171	471
içecek tercihi belirlemede etkilidir	%	10,8	11,3	11	30,6	36,3	100

Katılımcıların %30,6'sı boykot çağrılarının içecek tercihlerinde etkili olduğunu belirtirken, %36,3'ü bu duruma kesinlikle katıldığını ifade etmiştir. Bu iki grup birlikte değerlendirildiğinde, katılımcıların %66,9'u (315 kişi) boykot çağrılarının içecek tercihlerini etkilediğini belirtmiştir. Buna karşılık, %10,8'i kesinlikle katılmadığını, %11,3'ü katılmadığını ve %11'i ise bu konuda fikir belirtmemiştir.

Bu bulgular, toplumun geneline yayılan boykot çağrılarının katılımcıların büyük bir çoğunluğu üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Katılımcıların yaklaşık üçte ikisi, boykot çağrılarının içecek tercihlerinde belirleyici bir rol oynadığını belirtmiştir. Bu durum, boykot çağrılarının tüketici davranışları üzerinde güçlü bir etkisi olduğunu ve içecek tercihlerini şekillendirmede önemli bir faktör olarak değerlendirildiğini göstermektedir. Öte yandan, azınlık bir grup ise boykot çağrılarının tercihlerinde etkili olmadığını veya bu konuda kararsız olduğunu ifade etmiştir. Bu sonuçlar, boykot çağrılarının tüketici tercihlerini nasıl etkilediğine dair önemli ipuçları sunmaktadır ve gelecekteki pazarlama stratejileri ile tüketici eğilimlerinin incelenmesi açısından değerli bilgiler sağlamaktadır.

Katılımcıların toplumun geneline yayılan boykot çağrılarının içecek tercihlerini etkileme durumunun çeşitli demografik faktörlere göre nasıl farklılaştığı incelenmiştir. Yapılan analizde cinsiyet, yaş aralığı, eğitim durumu, büyüdükleri coğrafi bölge ve aylık gelir durumları

dikkate alınarak Fisher testi (F) ve Ki-kare bağımsızlık testi (K) uygulanmıştır. Elde edilen bulgular aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 14. Boykot Çağrılarının İçecek Tercihlerini Etkileme Durumunun Çeşitli Değişkenlere Göre Dağılımı

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam		
Cinsiyet								F-K	p
Kadın	N	14	23	18	69	94	218	K=15,646	0,004
	%	6,4	10,6	8,3	31,7	43,1	100		
Erkek	N	37	30	34	75	77	253		
	%	14,6	11,9	13,4	29,6	30,4	100		
Yaş Aralığı									
18-22 yaş	N	24	31	34	75	66	230	K=21,653	0,042
	%	10,4	13,5	14,8	32,6	28,7	100		
22-26 yaş	N	12	8	10	27	49	106		
	%	11,3	7,5	9,4	25,5	46,2	100		
26-30 yaş	N	4	0	2	10	13	29		
	%	13,8	0,0	6,9	34,5	44,8	100		
30 yaş ve üzeri	N	11	14	6	32	43	106		
	%	10,4	13,2	5,7	30,2	40,6	100		
Eğitim Durumu									
Ön Lisans	N	18	25	31	63	62	199	K=12,768	0,120
	%	9,0	12,6	15,6	31,7	31,2	100		
Lisans	N	28	22	18	69	97	234		
	%	12,0	9,4	7,7	29,5	41,5	100		
Lisansüstü	N	5	6	3	12	12	38		
	%	13,2	15,8	7,9	31,6	31,6	100		
Büyüdüğü Coğrafi Bölge									
Akdeniz	N	2	5	2	9	11	29	F=39,584	0,024
	%	6,9	17,2	6,9	31,0	37,9	100		
Karadeniz	N	25	33	28	91	101	278		
	%	9,0	11,9	10,1	32,7	36,3	100		
Ege	N	0	0	1	7	3	11		
	%	0,0	0,0	9,1	63,6	27,3	100		
Marmara	N	11	3	9	15	21	59		
	%	18,6	5,1	15,3	25,4	35,6	100		
Doğu Anadolu	N	5	8	4	11	9	37		
	%	13,5	21,6	10,8	29,7	24,3	100		
Güneydoğu Anadolu	N	0	2	5	3	14	24		
	%	0,0	8,3	20,8	12,5	58,3	100		
İç Anadolu	N	8	2	3	8	12	33		
	%	24,2	6,1	9,1	24,2	36,4	100		

Tablo 14. (devamı)

Aylık Gelir Durumu (TL)							
2000'den az	N	14	13	20	47	47	141
	%	9,9	9,2	14,2	33,3	33,3	100
2000-4000 arası	N	9	16	11	42	47	125
	%	7,2	12,8	8,8	33,6	37,6	100
4000-6000 arası	N	8	7	5	15	23	58
	%	13,8	12,1	8,6	25,9	39,7	100
6000'den fazla	N	20	17	16	40	54	147
	%	13,6	11,6	10,9	27,2	36,7	100

K=8,393 0,754

F: Fisher Testi, K: Ki-kare Bağımsızlık Testi

*p<0.05

Katılımcıların toplumun geneline yayılan boykot çağrılarının içecek tercihlerini etkileme durumunun çeşitli değişkenlere göre dağılımı incelenmiştir.

Cinsiyet: Kadınlar arasında boykot çağrılarının içecek tercihlerinde etkili olduğunu belirtenlerin oranı (%43,1) erkeklerden (%30,4) daha yüksektir. Bu fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (K=15,646, p=0,004).

Yaş Aralığı: Boykot çağrılarının içecek tercihlerinde etkili olduğunu belirtenler, özellikle 22-26 yaş (%46,2) ve 26-30 yaş (%44,8) gruplarında daha yüksektir. Yaş grupları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (K=21,653, p=0,042).

Eğitim Durumu: Eğitim durumları arasında boykot çağrılarının etkisi açısından anlamlı bir fark bulunamamıştır (K=12,768, p=0,120).

Büyüdüğü Coğrafi Bölge: Boykot çağrılarının içecek tercihlerinde etkili olduğunu belirtenlerin oranı Güneydoğu Anadolu (%58,3) ve Akdeniz (%37,9) bölgelerinde yüksektir. Bu fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=39,584, p=0,024).

Aylık Gelir Durumu: Gelir düzeyleri arasında boykot çağrılarının etkisi açısından anlamlı bir fark bulunamamıştır (K=8,393, p=0,754).

Katılımcıların toplumun geneline yayılan boykot çağrılarının içecek tercihlerini etkileme durumunun çeşitli içecek türlerine göre nasıl farklılaştığı Kruskal Wallis H testi ile analiz edilmiştir. Aşağıdaki Tablo 15'de içecek türlerine yönelik tüketim alışkanlıkları ve boykot çağrılarının etkisi üzerindeki ortalama değerler sunulmaktadır.

Tablo 15. Boykot Çağrılarının İçecek Tercihlerini Belirlemede Etkisi- Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

İçecek	Toplunun geneline yayılan boykot çağrıları içecek tercihi belirlenmede etkilidir										Toplam		P
	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Fikrim Yok		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum				
	N	Ort.	n	Ort.	n	Ort.	N	Ort.	n	Ort.	n	Ort.	
Kola	51	3,16	53	3,13	52	3,12	144	3,31	171	3,81	471	3,43	0,000
Portakal Aromalı Gazlı İçecekler	51	3,59	53	3,17	52	3,35	144	3,26	171	3,58	471	3,41	0,019
Gazoz	51	3,41	53	3,26	52	3,5	144	3,35	171	3,55	471	3,44	0,432
Bitki Aromalı Gazlı İçecek	51	3,82	53	3,66	52	3,75	144	3,68	171	3,81	471	3,75	0,666
Enerji İçecekleri	51	4,12	53	4,13	52	3,98	144	4,26	171	4,46	471	4,27	0,023
Soğuk Çay	51	3,31	53	3,06	52	3,37	144	2,99	171	3,28	471	3,18	0,094
%100 Meyve Suyu	51	3,29	53	3,15	52	2,94	144	2,68	171	3,02	471	2,95	0,001
Meyve Kompostoları	51	3,73	53	3,77	52	3,62	144	3,42	171	3,4	471	3,51	0,044
Meyve Aromalı İçecekler	51	3,31	53	2,98	52	3,02	144	3,11	171	3,09	471	3,1	0,460
Meyve Nektarı	51	3,43	53	3,53	52	3,4	144	3,35	171	3,35	471	3,38	0,871
Maden Suyu	51	2,98	53	2,66	52	3	144	2,92	171	2,77	471	2,85	0,523
Meyve Aromalı Maden Suyu	51	2,98	53	3,11	52	3,08	144	3,12	171	3,28	471	3,16	0,519
Frozenlar	51	4,14	53	4,02	52	3,92	144	4,13	171	4,39	471	4,19	0,005
Cool Lime	51	4,1	53	4,06	52	4,15	144	4,28	171	4,37	471	4,25	0,127
Süt	51	3,47	53	3,32	52	3,23	144	3,29	171	3,06	471	3,22	0,204
Çikolatalı Süt	51	3,9	53	3,72	52	3,54	144	3,79	171	3,81	471	3,77	0,584
Bitkisel Bademli İçecek	51	4,59	53	4,62	52	4,35	144	4,59	171	4,56	471	4,55	0,176
Bitkisel Hindistan Cevizli İçecek	51	4,61	53	4,74	52	4,48	144	4,66	171	4,63	471	4,63	0,412
Ayran	51	2,45	53	2,62	52	2,31	144	2,45	171	2,43	471	2,45	0,396
Kefir	51	4,02	53	4,19	52	3,96	144	4,01	171	4,17	471	4,08	0,365
Probiyotik İçecekler	51	4,16	53	4,28	52	4,27	144	4,25	171	4,23	471	4,24	0,974
Proteinli Süt Çeşitleri	51	4,14	53	4,19	52	4,35	144	4,3	171	4,35	471	4,29	0,818
Kımız	51	4,78	53	4,81	52	4,77	144	4,83	171	4,86	471	4,83	0,335
Limonata	51	3,39	53	3,36	52	3,42	144	3,28	171	3,42	471	3,37	0,509
Siyah Çay	51	1,65	53	1,66	52	1,81	144	1,6	171	1,35	471	1,54	0,015
Yeşil Çay	51	3,82	53	3,68	52	3,71	144	3,53	171	3,51	471	3,59	0,425
Diğer Bitki Çayları	51	3,94	53	3,75	52	3,79	144	3,6	171	3,51	471	3,65	0,086
Oralet	51	3,88	53	4	52	3,67	144	3,73	171	4,11	471	3,91	0,048
Diğer Toz İçecekler	51	3,96	53	4,15	52	4,17	144	4,2	171	4,22	471	4,17	0,831
Salep	51	4,2	53	4,43	52	4,15	144	4,23	171	4,27	471	4,25	0,513
Milkshake	51	4,16	53	4,15	52	4,02	144	4,07	171	4,3	471	4,17	0,124

Tablo 15. (devamı)

Smoothie	51	4,53	53	4,25	52	4,25	144	4,44	171	4,52	471	4,44	0,047
Sıcak Çikolata	51	3,96	53	3,87	52	3,67	144	3,78	171	3,92	471	3,85	0,604
Türk Kahvesi	51	3,12	53	2,74	52	2,96	144	2,85	171	2,63	471	2,8	0,146
Dibek Kahvesi	51	4,12	53	3,85	52	3,85	144	3,5	171	3,5	471	3,65	0,002
Soğuk Kahve	51	3,76	53	3,43	52	3,48	144	3,69	171	3,83	471	3,7	0,172
Çözünebilir Hazır Kahve (3'ü 1 arada)	51	3,2	53	2,94	52	3,1	144	3,38	171	3,57	471	3,35	0,016
Diğer Kahve Çeşitleri	51	3,41	53	3,79	52	3,48	144	3,53	171	3,56	471	3,55	0,708
Turşu Suyu	51	4,37	53	4,42	52	4,27	144	4,29	171	4,27	471	4,31	0,687
Boza	51	4,76	53	4,81	52	4,62	144	4,72	171	4,8	471	4,75	0,452
Şalgam Suyu	51	4,45	53	4,38	52	4,44	144	4,44	171	4,42	471	4,42	0,962
Fesleğen Tohumlu İçecekler	51	4,84	53	4,77	52	4,79	144	4,72	171	4,84	471	4,79	0,707
Alkollü İçecekler	51	3,98	53	4,38	52	4,29	144	4,6	171	4,84	471	4,56	0,000

Tablo incelendiğinde:

Kola: Boykot çağrılarının kola tüketimini etkilediği görülmektedir ($p=0,000$). Özellikle "Kesinlikle Katılıyorum" diyenlerin ortalaması (3,81) diğer gruplardan daha yüksektir.

Portakal Aromalı Gazlı İçecekler: Boykot çağrılarının bu içecek türünde de etkili olduğu bulunmuştur ($p=0,019$). "Kesinlikle Katılıyorum" diyenlerin ortalaması (3,58) yüksektir.

Enerji İçecekleri: Boykot çağrılarının enerji içecekleri tüketimini etkilediği görülmüştür ($p=0,023$). "Kesinlikle Katılıyorum" diyenlerin ortalaması (4,46) yüksektir.

%100 Meyve Suyu: Boykot çağrılarının %100 meyve suyu tüketiminde de etkili olduğu bulunmuştur ($p=0,001$). "Kesinlikle Katılmıyorum" diyenlerin ortalaması (3,29) yüksektir.

Meyve Kompostoları: Boykot çağrılarının meyve kompostoları tüketiminde de etkili olduğu görülmüştür ($p=0,044$). "Kesinlikle Katılmıyorum" diyenlerin ortalaması (3,73) yüksektir.

Frozenlar: Boykot çağrılarının frozen tüketimini etkilediği bulunmuştur ($p=0,005$). "Kesinlikle Katılıyorum" diyenlerin ortalaması (4,39) yüksektir.

Siyah Çay: Boykot çağrılarının siyah çay tüketimini etkilediği bulunmuştur ($p=0,015$).

Oralet: Boykot çağrılarının oralet tüketimini etkilediği görülmüştür ($p=0,048$). "Kesinlikle Katılıyorum" diyenlerin ortalaması (4,11) yüksektir.

Smoothie: Boykot çağrılarının smoothie tüketimini etkilediği bulunmuştur ($p=0,047$). "Kesinlikle Katılıyorum" diyenlerin ortalaması (4,52) yüksektir.

Dibek Kahvesi: Boykot çağrılarının dibek kahvesi tüketiminde de etkili olduğu bulunmuştur ($p=0,002$). "Kesinlikle Katılmıyorum" diyenlerin ortalaması (4,12) yüksektir.

Çözünebilir Hazır Kahve (3'ü 1 arada): Boykot çağrılarının çözünebilir hazır kahve tüketimini etkilediği bulunmuştur ($p=0,016$). "Kesinlikle Katılıyorum" diyenlerin ortalaması (3,57) yüksektir.

Alkollü İçecekler: Boykot çağrılarının alkollü içecekler tüketimini etkilediği görülmüştür ($p=0,000$). "Kesinlikle Katılıyorum" diyenlerin ortalaması (4,84) yüksektir.

Anlamlı Fark Bulunmayan İçecekler:

Gazoz: Boykot çağrılarının gazoz tüketimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,432$).

Bitki Aromalı Gazlı İçecekler: Bu içecek türü üzerinde boykot çağrılarının etkisi anlamlı bulunmamıştır ($p=0,666$).

Soğuk Çay: Boykot çağrılarının soğuk çay tüketimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,094$).

Meyve Aromalı İçecekler: Boykot çağrılarının meyve aromalı içecekler üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,460$).

Meyve Nektarı: Boykot çağrılarının meyve nektarı tüketimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,871$).

Maden Suyu: Boykot çağrılarının maden suyu tüketimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,523$).

Meyve Aromalı Maden Suyu: Boykot çağrılarının bu içecek türü üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,519$).

Cool Lime: Boykot çağrılarının cool lime tüketimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,127$).

Süt: Boykot çağrılarının süt tüketimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,204$).

Çikolatalı Süt: Boykot çağrılarının çikolatalı süt tüketimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,584$).

Bitkisel Bademli İçecek: Boykot çağrılarının bu içecek türü üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,176$).

Bitkisel Hindistan Cevizli İçecek: Boykot çağrılarının bu içecek türü üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,412$).

Ayran: Boykot çağrılarının ayran tüketimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,396$).

Kefir: Boykot çağrılarının kefir tüketimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,365$).

Probiyotik İçecekler: Boykot çağrılarının probiyotik içecekler üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,974$).

Proteinli Süt Çeşitleri: Boykot çağrılarının proteinli süt çeşitleri üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,818$).

Kıymız: Boykot çağrılarının kıymız tüketimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,335$).

Limonata: Boykot çağrılarının limonata tüketimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,509$).

Yeşil Çay: Boykot çağrılarının yeşil çay tüketimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,425$).

Diğer Bitki Çayları: Boykot çağrılarının diğer bitki çayları üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,086$).

Diğer Toz İçecekler: Boykot çağrılarının diğer toz içecekler üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,831$).

Salep: Boykot çağrılarının salep tüketimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,513$).

Milkshake: Boykot çağrılarının milkshake tüketimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,124$).

Sıcak Çikolata: Boykot çağrılarının sıcak çikolata tüketimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,604$).

Türk Kahvesi: Boykot çağrılarının Türk kahvesi tüketimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,146$).

Soğuk Kahve: Boykot çağrılarının soğuk kahve tüketimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,172$).

Diğer Kahve Çeşitleri: Boykot çağrılarının diğer kahve çeşitleri üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,708$).

Turşu Suyu: Boykot çağrılarının turşu suyu tüketimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,687$).

Boza: Boykot çağrılarının boza tüketimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,452$).

Şalgam Suyu: Boykot çağrılarının şalgam suyu tüketimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,962$).

Fesleğen Tohumlu İçecekler: Boykot çağrılarının fesleğen tohumlu içecekler üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,707$).

Bu bulgular, toplumun geneline yayılan boykot çağrılarının bazı içecek türleri üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir. Özellikle kola, portakal aromalı gazlı içecekler, enerji içecekleri, %100 meyve suyu, frozenlar, siyah çay, oralet, smoothie, dibek kahvesi, çözünabilir hazır kahve ve alkollü içecekler gibi içeceklerde boykot çağrılarının tüketim alışkanlıklarını belirlemede etkili olduğu görülmektedir. Diğer yandan, gazoz, bitki aromalı gazlı içecekler, soğuk çay, meyve aromalı içecekler, meyve nektarı, maden suyu, ve benzeri birçok içecek türünde boykot çağrılarının anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır.

Katılımcıların içecek tercihlerine cinsiyet değişkeninin etkisi Mann Whitney U testi ile analiz edilmiştir. Aşağıdaki Tablo 16’da kadın ve erkek katılımcıların çeşitli içecek türlerine yönelik tercihleri ve ortalama değerler sunulmaktadır.

Katılımcıların İçecek Tercihlerinin Demografik Özelliklere Göre İncelenmesi

Tablo 16. Cinsiyete Göre İçecek Tercihleri - Mann Whitney U Testi Sonuçları

İçecek	Cinsiyet				Toplam		P
	Kadın		Erkek				
	N	Ort.	n	Ort.	n	Ort.	
Kola	218	3,63	253	3,26	471	3,43	0,001
Portakal Aromalı Gazlı İçecekler	218	3,62	253	3,24	471	3,41	0,000
Gazoz	218	3,56	253	3,33	471	3,44	0,016
Bitki Aromalı Gazlı İçecek	218	3,86	253	3,66	471	3,75	0,056
Enerji İçecekleri	218	4,58	253	4,01	471	4,27	0,000
Soğuk Çay	218	3,35	253	3,03	471	3,18	0,003
%100 Meyve Suyu	218	3,06	253	2,87	471	2,95	0,027
Meyve Kompostoları	218	3,57	253	3,45	471	3,51	0,323

Tablo 16. (devamı)

Meyve Aromalı İçecekler	218	3,17	253	3,04	471	3,1	0,165
Meyve Nektarı	218	3,51	253	3,27	471	3,38	0,017
Maden Suyu	218	3,05	253	2,68	471	2,85	0,002
Meyve Aromalı Maden Suyu	218	3,32	253	3,02	471	3,16	0,005
Frozenlar	218	4,25	253	4,14	471	4,19	0,375
Cool Lime	218	4,19	253	4,31	471	4,25	0,100
Süt	218	3,28	253	3,17	471	3,22	0,362
Çikolatalı Süt	218	3,78	253	3,77	471	3,77	0,677
Bitkisel Bademli İçecek	218	4,65	253	4,47	471	4,55	0,011
Bitkisel Hindistan Cevizli İçecek	218	4,67	253	4,6	471	4,63	0,139
Ayran	218	2,53	253	2,38	471	2,45	0,157
Kefir	218	4,05	253	4,11	471	4,08	0,843
Probiyotik İçecekler	218	4,17	253	4,3	471	4,24	0,342
Proteinli Süt Çeşitleri	218	4,43	253	4,17	471	4,29	0,004
Kımız	218	4,9	253	4,76	471	4,83	0,011
Limonata	218	3,43	253	3,31	471	3,37	0,174
Siyah Çay	218	1,44	253	1,63	471	1,54	0,044
Yeşil Çay	218	3,35	253	3,81	471	3,59	0,000
Diğer Bitki Çayları	218	3,38	253	3,88	471	3,65	0,000
Oralet	218	4,28	253	3,59	471	3,91	0,000
Diğer Toz İçecekler	218	4,44	253	3,94	471	4,17	0,000
Salep	218	4,38	253	4,15	471	4,25	0,005
Milkshake	218	4,13	253	4,2	471	4,17	0,272
Smoothie	218	4,36	253	4,5	471	4,44	0,022
Sıcak Çikolata	218	3,9	253	3,81	471	3,85	0,264
Türk Kahvesi	218	2,37	253	3,17	471	2,8	0,000
Dibek Kahvesi	218	3,45	253	3,81	471	3,65	0,001
Soğuk Kahve	218	3,52	253	3,85	471	3,7	0,008
Çözünebilir Hazır Kahve (3'ü 1 arada)	218	3,49	253	3,23	471	3,35	0,033
Diğer Kahve Çeşitleri	218	3,46	253	3,63	471	3,55	0,173
Turşu Suyu	218	4,35	253	4,26	471	4,31	0,579
Boza	218	4,84	253	4,67	471	4,75	0,014
Şalgam Suyu	218	4,56	253	4,31	471	4,42	0,003
Fesleğen Tohumlu İçecekler	218	4,83	253	4,75	471	4,79	0,148
Alkollü İçecekler	218	4,74	253	4,4	471	4,56	0,000

Mann Whitney U testiyle yapılan analiz sonucunda, erkek ve kadın katılımcıların içecek tercihleri arasında anlamlı farklar bulunmuştur. Veriler, içecek tercihleri sıklık verileri olan "Her gün", "Haftada 2-3 Defa", "Ayda 2-3 Defa", "Yılda 2-3 Defa", "Hiçbir Zaman" şeklinde 1 ile 5 arasında puanlama yapılarak elde edilmiştir, yani düşük puan daha sık içecek tüketimini ifade etmektedir.

Kola tüketiminde, kadınların ortalama puanı 3,63, erkeklerin ise ortalama puanı 3,26 olarak bulunmuştur ($p=0,001$). Bu sonuç, erkeklerin kolayı kadınlardan daha sık tükettiğini göstermektedir. Benzer şekilde, portakal aromalı gazlı içecekler (kadınlar: 3,62, erkekler: 3,24, $p=0,000$) ve gazoz (kadınlar: 3,56, erkekler: 3,33, $p=0,016$) tüketiminde de erkeklerin daha sık tükettiğini görülmektedir.

Bitki aromalı gazlı içecek (kadınlar: 3,86, erkekler: 3,66, $p=0,056$) tüketiminde anlamlı bir fark bulunmamıştır. Ancak, enerji içecekleri (kadınlar: 4,58, erkekler: 4,01, $p=0,000$), soğuk çay (kadınlar: 3,35, erkekler: 3,03, $p=0,003$) ve %100 meyve suyu (kadınlar: 3,06, erkekler: 2,87, $p=0,027$) gibi içeceklerde erkeklerin daha sık tüketim yaptığı saptanmıştır.

Meyve kompostoları (kadınlar: 3,57, erkekler: 3,45, $p=0,323$), meyve aromalı içecekler (kadınlar: 3,17, erkekler: 3,04, $p=0,165$), cool lime (kadınlar: 4,19, erkekler: 4,31, $p=0,100$) ve süt (kadınlar: 3,28, erkekler: 3,17, $p=0,362$) tüketiminde anlamlı farklar bulunmamıştır.

Bununla birlikte, bitkisel bademli içecek (kadınlar: 4,65, erkekler: 4,47, $p=0,011$) ve proteinli süt eşitleri (kadınlar: 4,43, erkekler: 4,17, $p=0,004$) gibi sağlıklı içeceklerde de erkeklerin daha sık tüketim yaptığı belirlenmiştir. Ayrıca, maden suyu (kadınlar: 3,05, erkekler: 2,68, $p=0,002$) ve meyve aromalı maden suyu (kadınlar: 3,32, erkekler: 3,02, $p=0,005$) tüketiminde de erkekler kadınlardan daha sık tüketmektedir.

Diğer yandan, yeşil çay (kadınlar: 3,35, erkekler: 3,81, $p=0,000$), diğer bitki çayları (kadınlar: 3,38, erkekler: 3,88, $p=0,000$) ve oralet (kadınlar: 4,28, erkekler: 3,59, $p=0,000$) tüketiminde erkeklerin kadınlara göre daha sık tüketim yaptığı görülmüştür. Çözünebilir hazır kahve (3' 1 arada) (kadınlar: 3,49, erkekler: 3,23, $p=0,033$) ve Türk kahvesi (kadınlar: 2,37, erkekler: 3,17, $p=0,000$) gibi kahve çeşitlerinde de erkekler daha sık tüketmektedir.

Şalgam suyu (kadınlar: 4,56, erkekler: 4,31, $p=0,003$) ve alkollü içecekler (kadınlar: 4,74, erkekler: 4,40, $p=0,000$) tüketiminde de erkeklerin daha sık tüketim yaptığı belirlenmiştir.

Sonuç olarak, erkeklerin birçok içecek türünü kadınlara göre daha sık tükettiğini, oluşan bu farkların istatistiki olarak anlamlı olduğu neticesine varılmaktadır.

Katılımcıların içecek tercihlerinin etkisi yaş gruplarına göre Kruskal Wallis H testi ile analiz edilmiştir. Aşağıdaki tabloda 18-22 yaş, 22-26 yaş, 26-30 yaş ve 30 yaş ve üzeri katılımcıların çeşitli içecek türlerine yönelik tercihleri ve ortalama değerler sunulmaktadır.

Tablo 17. Yaş Gruplarına Göre İçecek Tercihleri - Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

İçecek	Yaş grupları								Toplam	P	
	18-22 yaş		22-26 yaş		26-30 yaş		30 yaş ve üzeri				
	N	Ort.	n	Ort.	n	Ort.	N	Ort.	n	Ort.	
Kola	230	3,03	106	3,42	29	3,62	106	4,26	471	3,43	0,000
Portakal Aromalı Gazlı İçecekler	230	3,19	106	3,3	29	3,48	106	4	471	3,41	0,000
Gazoz	230	3,19	106	3,41	29	3,55	106	3,97	471	3,44	0,000
Bitki Aromalı Gazlı İçecek	230	3,67	106	3,52	29	3,62	106	4,2	471	3,75	0,000
Enerji İçecekleri	230	4,03	106	4,32	29	4,34	106	4,72	471	4,27	0,000
Soğuk Çay	230	2,91	106	3,07	29	3,31	106	3,85	471	3,18	0,000
%100 Meyve Suyu	230	2,93	106	2,79	29	3	106	3,16	471	2,95	0,052
Meyve Kompostoları	230	3,59	106	3,36	29	3,69	106	3,42	471	3,51	0,156
Meyve Aromalı İçecekler	230	2,91	106	2,83	29	3,45	106	3,69	471	3,1	0,000
Meyve Nektarı	230	3,34	106	3,17	29	3,55	106	3,65	471	3,38	0,004
Maden Suyu	230	2,93	106	2,72	29	2,79	106	2,82	471	2,85	0,491
Meyve Aromalı Maden Suyu	230	3,04	106	2,93	29	3,55	106	3,52	471	3,16	0,000
Frozenlar	230	4,03	106	4,03	29	4,38	106	4,63	471	4,19	0,000
Cool Lime	230	4,08	106	4,2	29	4,31	106	4,67	471	4,25	0,000
Süt	230	3,17	106	3,25	29	3,45	106	3,25	471	3,22	0,532
Çikolatalı Süt	230	3,44	106	3,68	29	4,1	106	4,5	471	3,77	0,000
Bitkisel Bademli İçecek	230	4,53	106	4,48	29	4,59	106	4,68	471	4,55	0,329
Bitkisel Hindistan Cevizli İçecek	230	4,57	106	4,63	29	4,69	106	4,74	471	4,63	0,582
Ayran	230	2,42	106	2,36	29	2,66	106	2,55	471	2,45	0,125
Kefir	230	4,16	106	4	29	3,93	106	4,04	471	4,08	0,547
Probiyotik İçecekler	230	4,3	106	4,16	29	4,1	106	4,22	471	4,24	0,499
Proteinli Süt Çeşitleri	230	4,22	106	4,15	29	4,31	106	4,58	471	4,29	0,029
Kımız	230	4,79	106	4,82	29	4,86	106	4,92	471	4,83	0,664
Limonata	230	3,34	106	3,26	29	3,72	106	3,42	471	3,37	0,144
Siyah Çay	230	1,7	106	1,58	29	1,38	106	1,22	471	1,54	0,000
Yeşil Çay	230	3,78	106	3,37	29	3,55	106	3,43	471	3,59	0,016
Diğer Bitki Çayları	230	3,84	106	3,42	29	3,41	106	3,5	471	3,65	0,002
Oralet	230	3,66	106	3,84	29	4,1	106	4,47	471	3,91	0,000
Diğer Toz İçecekler	230	3,99	106	4,02	29	4,14	106	4,74	471	4,17	0,000

Tablo 17. (devamı)

Salep	230	4,34	106	4,12	29	4,31	106	4,19	471	4,25	0,014
Milkshake	230	4	106	4,14	29	4,31	106	4,52	471	4,17	0,000
Smoothie	230	4,37	106	4,4	29	4,38	106	4,64	471	4,44	0,069
Sıcak Çikolata	230	3,62	106	3,81	29	4,17	106	4,3	471	3,85	0,000
Türk Kahvesi	230	3	106	2,86	29	2,59	106	2,37	471	2,8	0,000
Dibek Kahvesi	230	3,8	106	3,55	29	3,76	106	3,38	471	3,65	0,011
Soğuk Kahve	230	3,4	106	3,79	29	3,66	106	4,25	471	3,7	0,000
Çözünabilir Hazır Kahve (3'ü 1 arada)	230	3,01	106	3,41	29	3,83	106	3,9	471	3,35	0,000
Diğer Kahve Çeşitleri	230	3,44	106	3,45	29	3,55	106	3,9	471	3,55	0,009
Turşu Suyu	230	4,3	106	4,29	29	4,52	106	4,27	471	4,31	0,787
Boza	230	4,75	106	4,7	29	4,76	106	4,8	471	4,75	0,459
Şalgam Suyu	230	4,45	106	4,38	29	4,59	106	4,38	471	4,42	0,386
Fesleğen Tohumlu İçecekler	230	4,73	106	4,85	29	4,79	106	4,85	471	4,79	0,741
Alkollü İçecekler	230	4,49	106	4,61	29	4,55	106	4,66	471	4,56	0,399

Kola tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu kola içeceğini daha sık tüketmektedir (3.03), en az tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (4.26). Bu sonuç, yaş arttıkça kola içeceği tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Portakal aromalı gazlı içecek tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu portakal aromalı gazlı içecekleri daha sık tüketmektedir (3.19), en az tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (4.00). Bu sonuç, yaş arttıkça portakal aromalı gazlı içecek tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Gazoz tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu gazoz içeceğini daha sık tüketmektedir (3.19), en az tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (3.97). Bu sonuç, yaş arttıkça gazoz içeceği tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Bitki aromalı gazlı içecek ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu bitki aromalı gazlı içecekleri daha sık tüketmektedir (3.67), en az tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (4.20). Bu sonuç, yaş arttıkça bitki aromalı gazlı içecek tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Enerji içeceği tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu enerji içeceklerini daha sık tüketmektedir (4.03), en az

tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (4.72). Bu sonuç, yaş arttıkça enerji içeceği tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Soğuk çay tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu soğuk çayı daha sık tüketmektedir (2.91), en az tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (3.85). Bu sonuç, yaş arttıkça soğuk çay tüketiminin azaldığını göstermektedir.

% 100 meyve suyu tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı yaş grupları arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, %100 meyve suyunun tüm yaş gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Meyve kompostoları tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı yaş grupları arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, meyve kompostolarının tüm yaş gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Meyve aromalı içecek tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu meyve aromalı içecekleri daha sık tüketmektedir (2.91), en az tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (3.69). Bu sonuç, yaş arttıkça meyve aromalı içecek tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Meyve nektarı tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 22-26 yaş grubu meyve nektarını daha sık tüketmektedir (3.17), en az tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (3.65). Bu sonuç, yaş arttıkça meyve nektarı tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Maden suyu tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı yaş grupları arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, maden suyunun tüm yaş gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Meyve aromalı maden suyu tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu meyve aromalı maden suyunu daha sık tüketmektedir (3.04), en az tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (3.52). Bu sonuç, yaş arttıkça meyve aromalı maden suyu tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Frozen tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu frozen içecekleri daha sık tüketmektedir (4.03), en az tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (4.63). Bu sonuç, yaş arttıkça frozen içecek tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Cool lime tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu cool lime içeceğini daha sık tüketmektedir (4.08), en az tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (4.67). Bu sonuç, yaş arttıkça cool lime içeceği tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Süt tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı yaş grupları arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, sütün tüm yaş gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Çikolatalı süt tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu çikolatalı sütü daha sık tüketmektedir (3.44), en az tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (4.50). Bu sonuç, yaş arttıkça çikolatalı süt tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Bitkisel bademli içecek tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı yaş grupları arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, bitkisel bademli içeceğin tüm yaş gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Bitkisel hindistan cevizli içecek tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı yaş grupları arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, bitkisel hindistan cevizli içeceğin tüm yaş gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Ayran tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı yaş grupları arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, ayranın tüm yaş gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Kefir tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı yaş grupları arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, kefirin tüm yaş gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Probiyotikli içecek tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı yaş grupları arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, probiyotik içeceklerin tüm yaş gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Proteinli süt tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu proteinli süt çeşitlerini daha sık tüketmektedir (4.22), en az tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (4.58). Bu sonuç, yaş arttıkça proteinli süt çeşitleri tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Kımız tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı yaş grupları arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, kımızın tüm yaş gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Limonata tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı yaş grupları arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, limonatanın tüm yaş gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Siyah çay tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu siyah çayı daha sık tüketmektedir (1.70), en az tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (1.22). Bu sonuç, yaş arttıkça siyah çay tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Yeşil çay tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu yeşil çayı daha sık tüketmektedir (3.78), en az tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (3.43). Bu sonuç, yaş arttıkça yeşil çay tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Diğer bitki çayları tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu diğer bitki çaylarını daha sık tüketmektedir (3.84), en az tüketen grup ise 26-30 yaş grubudur (3.41). Bu sonuç, yaş arttıkça diğer bitki çayları tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Oralet tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu oraleti daha sık tüketmektedir (3.66), en az tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (4.47). Bu sonuç, yaş arttıkça oralet tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Diğer toz içecekler tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu diğer toz içecekleri daha sık tüketmektedir (3.99), en az tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (4.74). Bu sonuç, yaş arttıkça diğer toz içecekler tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Salep tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 22-26 yaş grubu salepi daha sık tüketmektedir (4.12), en az tüketen grup ise 26-30 yaş grubudur (4.31). Bu sonuç, yaş arttıkça salep tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Milkshake tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu milkshake içeceklerini daha sık tüketmektedir (4.00), en az tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (4.52). Bu sonuç, yaş arttıkça milkshake tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Smoothie tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı yaş grupları arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, smoothienin tüm yaş gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Sıcak çikolata tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu sıcak çikolatayı daha sık tüketmektedir (3.62), en az tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (4.30). Bu sonuç, yaş arttıkça sıcak çikolata tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Türk kahvesi tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu Türk kahvesini daha sık tüketmektedir (3.00), en az tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (2.37). Bu sonuç, yaş arttıkça Türk kahvesi tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Dibek kahvesi tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu dibek kahvesini daha sık tüketmektedir (3.80), en az tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (3.38). Bu sonuç, yaş arttıkça dibek kahvesi tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Soğuk kahve tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu soğuk kahveyi daha sık tüketmektedir (3.40), en az tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (4.25). Bu sonuç, yaş arttıkça soğuk kahve tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Çözünebilir hazır kahve tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu çözünebilir hazır kahveyi daha sık tüketmektedir (3.01), en az tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (3.90). Bu sonuç, yaş arttıkça çözünebilir hazır kahve tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Diğer kahve çeşitleri tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 18-22 yaş grubu diğer kahve çeşitlerini daha sık tüketmektedir (3.44), en az tüketen grup ise 30 yaş ve üzeridir (3.90). Bu sonuç, yaş arttıkça diğer kahve çeşitleri tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Turşu suyu tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı yaş grupları arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, turşu suyunun tüm yaş gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Boza tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı yaş grupları arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, bozanın tüm yaş gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Şalgam suyu tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı yaş grupları arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, şalgam suyunun tüm yaş gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Fesleğen tohumlu içecek tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı yaş grupları arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, fesleğen tohumlu içeceklerin tüm yaş gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Alkollü içecek tüketimi ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı yaş grupları arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, alkollü içeceklerin tüm yaş gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Katılımcıların içecek tercihlerinin etkisi eğitim durumuna göre Kruskal Wallis H testi ile analiz edilmiştir. Aşağıdaki tabloda ön lisans, lisans ve lisansüstü eğitim düzeylerine sahip katılımcıların çeşitli içecek türlerine yönelik tercihleri ve ortalama değerler sunulmaktadır.

Tablo 18. Eğitim Durumuna Göre İçecek Tercihleri - Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

İçecek	Eğitim Durumu						Toplam		P
	Ön Lisans		Lisans		Lisansüstü				
	N	Ort.	n	Ort.	N	Ort.	n	Ort.	
Kola	199	3,14	234	3,6	38	3,92	471	3,43	0,000
Portakal Aromalı Gazlı İçecekler	199	3,16	234	3,58	38	3,74	471	3,41	0,000
Gazoz	199	3,1	234	3,64	38	3,95	471	3,44	0,000
Bitki Aromalı Gazlı İçecek	199	3,54	234	3,91	38	3,87	471	3,75	0,003
Enerji İçecekleri	199	3,98	234	4,46	38	4,61	471	4,27	0,000
Soğuk Çay	199	2,95	234	3,3	38	3,63	471	3,18	0,000
%100 Meyve Suyu	199	2,77	234	3,05	38	3,29	471	2,95	0,000
Meyve Kompostoları	199	3,46	234	3,54	38	3,55	471	3,51	0,705
Meyve Aromalı İçecekler	199	2,84	234	3,2	38	3,82	471	3,1	0,000
Meyve Nektarı	199	3,25	234	3,45	38	3,68	471	3,38	0,027
Maden Suyu	199	2,83	234	2,92	38	2,5	471	2,85	0,123
Meyve Aromalı Maden Suyu	199	2,89	234	3,33	38	3,5	471	3,16	0,000
Frozenlar	199	3,97	234	4,33	38	4,45	471	4,19	0,011
Cool Lime	199	4,02	234	4,42	38	4,5	471	4,25	0,002
Süt	199	3,2	234	3,25	38	3,18	471	3,22	0,831
Çikolatalı Süt	199	3,51	234	3,91	38	4,32	471	3,77	0,000
Bitkisel Bademli İçecek	199	4,47	234	4,61	38	4,68	471	4,55	0,521
Bitkisel Hindistan Cevizli İçecek	199	4,57	234	4,67	38	4,71	471	4,63	0,671
Ayran	199	2,36	234	2,5	38	2,61	471	2,45	0,021
Kefir	199	4,03	234	4,16	38	3,89	471	4,08	0,640

Tablo 18. (devamı)

Probiyotik İçecekler	199	4,16	234	4,29	38	4,34	471	4,24	0,549
Proteinli Süt Çeşitleri	199	4,19	234	4,35	38	4,47	471	4,29	0,401
Kımız	199	4,78	234	4,86	38	4,89	471	4,83	0,291
Limonata	199	3,23	234	3,45	38	3,55	471	3,37	0,009
Siyah Çay	199	1,6	234	1,53	38	1,34	471	1,54	0,482
Yeşil Çay	199	3,67	234	3,54	38	3,5	471	3,59	0,464
Diğer Bitki Çayları	199	3,74	234	3,58	38	3,53	471	3,65	0,210
Oralet	199	3,71	234	4	38	4,34	471	3,91	0,003
Diğer Toz İçecekler	199	4,02	234	4,26	38	4,5	471	4,17	0,020
Salep	199	4,28	234	4,25	38	4,18	471	4,25	0,210
Milkshake	199	4,02	234	4,26	38	4,39	471	4,17	0,034
Smoothie	199	4,34	234	4,53	38	4,39	471	4,44	0,113
Sıcak Çikolata	199	3,62	234	3,98	38	4,24	471	3,85	0,000
Türk Kahvesi	199	2,76	234	2,88	38	2,5	471	2,8	0,127
Dibek Kahvesi	199	3,65	234	3,67	38	3,45	471	3,65	0,497
Soğuk Kahve	199	3,54	234	3,76	38	4,08	471	3,7	0,047
Çözünabilir Hazır Kahve (3'ü 1 arada)	199	3,16	234	3,41	38	4	471	3,35	0,001
Diğer Kahve Çeşitleri	199	3,55	234	3,47	38	4,08	471	3,55	0,018
Turşu Suyu	199	4,25	234	4,33	38	4,45	471	4,31	0,868
Boza	199	4,69	234	4,81	38	4,71	471	4,75	0,170
Şalgam Suyu	199	4,43	234	4,45	38	4,24	471	4,42	0,192
Fesleğen Tohumlu İçecekler	199	4,75	234	4,81	38	4,87	471	4,79	0,950
Alkollü İçecekler	199	4,4	234	4,68	38	4,63	471	4,56	0,008

Kola tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Ön lisans öğrencileri kola içeceğini daha sık tüketmektedir (3.14), en az tüketen grup ise lisansüstü öğrencileridir (3.92). Bu sonuç, eğitim düzeyi arttıkça kola içeceği tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Portakal aromalı içecek tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Ön lisans öğrencileri portakal aromalı gazlı içecekleri daha sık tüketmektedir (3.16), en az tüketen grup ise lisansüstü öğrencileridir (3.74). Bu sonuç, eğitim düzeyi arttıkça portakal aromalı gazlı içecek tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Gazoz tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Ön lisans öğrencileri gazoz içeceğini daha sık tüketmektedir (3.10), en az tüketen grup ise lisansüstü öğrencileridir (3.95). Bu sonuç, eğitim düzeyi arttıkça gazoz içeceği tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Birki aromalı içecek tüketiimi ile eēitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Ön lisans öğrencileri bitki aromalı gazlı içecekleri daha sık tüketmektedir (3.54), en az tüketen grup ise lisans öğrencileridir (3.91). Bu sonuç, eğitim düzeyi arttıkça bitki aromalı gazlı içecek tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Enerji ieceēi tüketiimi ile eēitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Ön lisans öğrencileri enerji içeceklerini daha sık tüketmektedir (3.98), en az tüketen grup ise lisansüstü öğrencileridir (4.61). Bu sonuç, eğitim düzeyi arttıkça enerji ieceēi tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Soēuk ay tüketiimi ile eēitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Ön lisans öğrencileri soēuk ayı daha sık tüketmektedir (2.95), en az tüketen grup ise lisansüstü öğrencileridir (3.63). Bu sonuç, eğitim düzeyi arttıkça soēuk çay tüketiminin azaldığını göstermektedir.

%100 meyve suyu tüketiimi ile eēitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Ön lisans öğrencileri %100 meyve suyunu daha sık tüketmektedir (2.77), en az tüketen grup ise lisansüstü öğrencileridir (3.29). Bu sonuç, eğitim düzeyi arttıkça %100 meyve suyu tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Meyve kompostoları tüketiimi ile eēitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı eğitim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, meyve kompostolarının tüm eğitim düzeylerinde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Meyve aromalı içecek tüketiimi ile eēitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Ön lisans öğrencileri meyve aromalı içecekleri daha sık tüketmektedir (2.84), en az tüketen grup ise lisansüstü öğrencileridir (3.82). Bu sonuç, eğitim düzeyi arttıkça meyve aromalı içecek tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Meyve nektari tüketiimi ile eēitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Ön lisans öğrencileri meyve nektarını daha sık tüketmektedir (3.25), en az tüketen grup ise lisansüstü öğrencileridir (3.68). Bu sonuç, eğitim düzeyi arttıkça meyve nektari tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Maden suyu tüketiimi ile eēitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı eğitim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, maden suyunun tüm eğitim düzeylerinde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Meyve aromalı maden suyu tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Ön lisans öğrencileri meyve aromalı maden suyunu daha sık tüketmektedir (2.89), en az tüketen grup ise lisansüstü öğrencileridir (3.50). Bu sonuç, eğitim düzeyi arttıkça meyve aromalı maden suyu tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Frozen tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Ön lisans öğrencileri frozen içecekleri daha sık tüketmektedir (3.97), en az tüketen grup ise lisansüstü öğrencileridir (4.45). Bu sonuç, eğitim düzeyi arttıkça frozen içecek tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Cool lime tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Ön lisans öğrencileri cool lime içeceğini daha sık tüketmektedir (4.02), en az tüketen grup ise lisansüstü öğrencileridir (4.50). Bu sonuç, eğitim düzeyi arttıkça cool lime içeceği tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Süt tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı eğitim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, sütün tüm eğitim düzeylerinde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Çikolatalı süt tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Ön lisans öğrencileri çikolatalı sütü daha sık tüketmektedir (3.51), en az tüketen grup ise lisansüstü öğrencileridir (4.32). Bu sonuç, eğitim düzeyi arttıkça çikolatalı süt tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Bitkisel bademli içecek tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı eğitim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, bitkisel bademli içeceğin tüm eğitim düzeylerinde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Bitkisel hindistan cevizli içecek tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı eğitim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, bitkisel hindistan cevizli içeceğin tüm eğitim düzeylerinde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Ayran tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Ön lisans öğrencileri ayranı daha sık tüketmektedir (2.36), en az tüketen grup ise lisansüstü öğrencileridir (2.61). Bu sonuç, eğitim düzeyi arttıkça ayran tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Kefir tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı eğitim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, kefirin tüm eğitim düzeylerinde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Probiyotik içecek tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı eğitim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, probiyotik içeceklerin tüm eğitim düzeylerinde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Proteinli süt çeşitleri tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı eğitim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, proteinli süt çeşitlerinin tüm eğitim düzeylerinde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Kıyma tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı eğitim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, kıymanın tüm eğitim düzeylerinde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Limonata tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Ön lisans öğrencileri limonatayı daha sık tüketmektedir (3.23), en az tüketen grup ise lisansüstü öğrencileridir (3.55). Bu sonuç, eğitim düzeyi arttıkça limonata tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Siyah çay tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı eğitim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, siyah çayın tüm eğitim düzeylerinde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Yeşil çay tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı eğitim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, yeşil çayın tüm eğitim düzeylerinde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Diğer bitki çayları tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı eğitim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, diğer bitki çaylarının tüm eğitim düzeylerinde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Oralet tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Ön lisans öğrencileri oraleti daha sık tüketmektedir (3.71), en az tüketen grup ise lisansüstü öğrencileridir (4.34). Bu sonuç, eğitim düzeyi arttıkça oralet tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Diğer toz içecek tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Ön lisans öğrencileri diğer toz içecekleri daha sık tüketmektedir (4.02), en az tüketen grup ise lisansüstü öğrencileridir (4.50). Bu sonuç, eğitim düzeyi arttıkça diğer toz içecekler tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Salep tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı eğitim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, salepin tüm eğitim düzeylerinde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Milkshake tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Ön lisans öğrencileri milkshake içeceklerini daha sık tüketmektedir (4.02), en az tüketen grup ise lisansüstü öğrencileridir (4.39). Bu sonuç, eğitim düzeyi arttıkça milkshake tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Smoothie tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı eğitim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, smoothienin tüm eğitim düzeylerinde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Sıcak çikolata tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Ön lisans öğrencileri sıcak çikolatayı daha sık tüketmektedir (3.62), en az tüketen grup ise lisansüstü öğrencileridir (4.24). Bu sonuç, eğitim düzeyi arttıkça sıcak çikolata tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Türk kahvesi tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı eğitim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, Türk kahvesinin tüm eğitim düzeylerinde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Dibek kahvesi tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı eğitim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, dibek kahvesinin tüm eğitim düzeylerinde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Soğuk kahve tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Ön lisans öğrencileri soğuk kahveyi daha sık tüketmektedir (3.54), en az tüketen grup ise lisansüstü öğrencileridir (4.08). Bu sonuç, eğitim düzeyi arttıkça soğuk kahve tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Çözünebilir hazır kahve tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Ön lisans öğrencileri çözünebilir hazır kahveyi daha sık tüketmektedir (3.16), en az tüketen grup ise lisansüstü öğrencileridir (4.00). Bu sonuç, eğitim düzeyi arttıkça çözünebilir hazır kahve tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Diğer kahve çeşitleri tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Lisans öğrencileri diğer kahve çeşitlerini daha sık tüketmektedir (3.47), en az tüketen grup ise lisansüstü öğrencileridir (4.08). Bu sonuç, eğitim düzeyi arttıkça diğer kahve çeşitleri tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Turşu suyu tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı eğitim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, turşu suyunun tüm eğitim düzeylerinde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Boza tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı eğitim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, bozanın tüm eğitim düzeylerinde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Şalgam suyu tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı eğitim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, şalgam suyunun tüm eğitim düzeylerinde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Fesleğen tohumlu içecek tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı eğitim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, fesleğen tohumlu içeceklerin tüm eğitim düzeylerinde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Alkollü içecek tüketimi ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Lisans öğrencileri alkollü içecekleri daha sık tüketmektedir (4.68), en az tüketen grup ise ön lisans öğrencileridir (4.40). Bu sonuç, eğitim düzeyi arttıkça alkollü içecek tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Tablo 19. Günlük Su Tüketimine Göre İçecek Tercihleri- Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

İçecek	Günlük Su Tüketimi						Toplam		P
	1 litreden az		1-2 litre		3 litre ve fazlası				
	N	Ort.	N	Ort.	N	Ort.	n	Ort.	
Kola	111	3,52	287	3,42	73	3,36	471	3,43	0,583
Portakal Aromalı Gazlı İçecekler	111	3,46	287	3,43	73	3,3	471	3,41	0,471
Gazoz	111	3,44	287	3,4	73	3,55	471	3,44	0,632
Bitki Aromalı Gazlı İçecek	111	3,71	287	3,76	73	3,75	471	3,75	0,933
Enerji İçecekleri	111	4,39	287	4,27	73	4,1	471	4,27	0,100
Soğuk Çay	111	3,11	287	3,22	73	3,12	471	3,18	0,562
%100 Meyve Suyu	111	3	287	2,97	73	2,81	471	2,95	0,441
Meyve Kompostoları	111	3,57	287	3,52	73	3,37	471	3,51	0,547
Meyve Aromalı İçecekler	111	3,03	287	3,15	73	3,01	471	3,1	0,316
Meyve Nektarı	111	3,27	287	3,49	73	3,15	471	3,38	0,030
Maden Suyu	111	3,27	287	2,82	73	2,33	471	2,85	0,000
Meyve Aromalı Maden Suyu	111	3,21	287	3,14	73	3,16	471	3,16	0,822
Frozenlar	111	4,32	287	4,18	73	4	471	4,19	0,074
Cool Lime	111	4,31	287	4,23	73	4,29	471	4,25	0,760
Süt	111	3,41	287	3,2	73	3,04	471	3,22	0,067
Çikolatalı Süt	111	3,74	287	3,79	73	3,77	471	3,77	0,898
Bitkisel Bademli İçecek	111	4,64	287	4,55	73	4,45	471	4,55	0,201
Bitkisel Hindistan Cevizli İçecek	111	4,71	287	4,61	73	4,58	471	4,63	0,415
Ayran	111	2,55	287	2,46	73	2,23	471	2,45	0,053
Kefir	111	4,2	287	4,06	73	4,01	471	4,08	0,321
Probiyotik İçecekler	111	4,31	287	4,21	73	4,26	471	4,24	0,728
Proteinli Süt Çeşitleri	111	4,45	287	4,26	73	4,16	471	4,29	0,295
Kımız	111	4,84	287	4,81	73	4,88	471	4,83	0,640
Limonata	111	3,43	287	3,36	73	3,32	471	3,37	0,656
Siyah Çay	111	1,54	287	1,6	73	1,33	471	1,54	0,106
Yeşil Çay	111	3,86	287	3,51	73	3,52	471	3,59	0,053
Diğer Bitki Çayları	111	3,77	287	3,62	73	3,56	471	3,65	0,369
Oralet	111	4,05	287	3,89	73	3,78	471	3,91	0,265
Diğer Toz İçecekler	111	4,36	287	4,13	73	4,05	471	4,17	0,120
Salep	111	4,37	287	4,2	73	4,3	471	4,25	0,140
Milkshake	111	4,24	287	4,15	73	4,14	471	4,17	0,317
Smoothie	111	4,45	287	4,43	73	4,45	471	4,44	0,927
Sıcak Çikolata	111	3,88	287	3,84	73	3,84	471	3,85	0,900
Türk Kahvesi	111	2,89	287	2,83	73	2,53	471	2,8	0,132
Dibek Kahvesi	111	3,69	287	3,63	73	3,62	471	3,65	0,848
Soğuk Kahve	111	3,69	287	3,69	73	3,71	471	3,7	0,952

Tablo 19. (devamı)

Çözünebilir Hazır Kahve (3'ü 1 arada)	111	3,45	287	3,31	73	3,36	471	3,35	0,594
Diğer Kahve Çeşitleri	111	3,63	287	3,57	73	3,37	471	3,55	0,401
Turşu Suyu	111	4,31	287	4,32	73	4,26	471	4,31	0,922
Boza	111	4,7	287	4,77	73	4,77	471	4,75	0,427
Şalgam Suyu	111	4,53	287	4,41	73	4,3	471	4,42	0,162
Fesleğen Tohumlu İçecekler	111	4,79	287	4,78	73	4,84	471	4,79	0,920
Alkollü İçecekler	111	4,7	287	4,48	73	4,63	471	4,56	0,132

Kruskal Wallis H testi kullanılarak farklı günlük su tüketim düzeylerine sahip katılımcıların içecek tercihlerindeki farklılıklar analiz edilmiştir. Bu analizde katılımcılar 1 litreden az, 1-2 litre ve 3 litre ve fazlası olmak üzere üç gruba ayrılmıştır. Her içecek için sıklık verileri 1'den 5'e kadar puanlanmış, düşük puan daha sık tüketimi, yüksek puan ise daha az tüketimi ifade etmektedir. Bulgular aşağıdaki gibidir:

Kola tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, kolanın tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Portakal aromalı gazlı içecek tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, portakal aromalı gazlı içeceklerin tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Gazoz tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, gazozun tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Bitki aromalı gazlı içecek tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, bitki aromalı gazlı içeceğin tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Enerji içecek tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, enerji içeceklerinin tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Soğuk çay tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, soğuk çayın tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

%100 meyve suyu tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, %100 meyve suyunun tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Meyve kompostoları tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, meyve kompostolarının tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Meyve aromalı içecek tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, meyve aromalı içeceklerin tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Meyve nektarı tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 1-2 litre su tüketen katılımcılar meyve nektarını daha sık tüketmektedir (3.49), en az tüketen grup ise 3 litre ve fazlası su tüketenlerdir (3.15). Bu sonuç, su tüketim düzeyi arttıkça meyve nektarı tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Maden suyu tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 1 litreden az su tüketen katılımcılar maden suyunu daha sık tüketmektedir (3.27), en az tüketen grup ise 3 litre ve fazlası su tüketenlerdir (2.33). Bu sonuç, su tüketim düzeyi arttıkça maden suyu tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Meyve aromalı maden suyu tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, meyve aromalı maden suyunun tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Frozen tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). 1 litreden az su tüketen katılımcılar frozen içecekleri daha sık tüketmektedir (4.32), en az tüketen grup ise 3 litre ve fazlası su tüketenlerdir (4.00). Bu sonuç, su tüketim düzeyi arttıkça frozen içecek tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Cool lime tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, cool lime içeceğinin tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Süt tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). 1 litreden az su tüketen katılımcılar sütü daha sık tüketmektedir (3.41), en az tüketen grup ise 3 litre ve fazlası su tüketenlerdir (3.04). Bu sonuç, su tüketim düzeyi arttıkça süt tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Çikolatalı süt tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, çikolatalı sütün tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Bitkisel badem içecek tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, bitkisel bademli içeceğin tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Bitkisel hindistan cevizli içecek tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, bitkisel hindistan cevizli içeceğin tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Ayran tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). 1 litreden az su tüketen katılımcılar ayranı daha sık tüketmektedir (2.55), en az tüketen grup ise 3 litre ve fazlası su tüketenlerdir (2.23). Bu sonuç, su tüketim düzeyi arttıkça ayran tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Kefir tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, kefirin tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Probiyotik içecek tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, probiyotik içeceklerin tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Proteinli süt tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). 1 litreden az su tüketen katılımcılar proteinli süt çeşitlerini daha sık tüketmektedir (4.45), en az tüketen grup ise 3 litre ve fazlası su tüketenlerdir (4.16). Bu sonuç, su tüketim düzeyi arttıa proteinli süt eşitleri tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Kımız tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, kımızın tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Limonata tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, limonatanın tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Siyah ay tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). 1-2 litre su tüketen katılımcılar siyah ayı daha sık tüketmektedir (1.60), en az tüketen grup ise 3 litre ve fazlası su tüketenlerdir (1.33). Bu sonuç, su tüketim düzeyi arttıa siyah çay tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Yeşil ay tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). 1 litreden az su tüketen katılımcılar yeşil ayı daha sık tüketmektedir (3.86), en az tüketen grup ise 3 litre ve fazlası su tüketenlerdir (3.52). Bu sonuç, su tüketim düzeyi arttıa yeşil çay tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Diğer bitki çayları tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, diğer bitki aylarının tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Oralet tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). 1 litreden az su tüketen katılımcılar oraleti daha sık tüketmektedir (4.05), en az tüketen grup ise 3 litre ve fazlası su tüketenlerdir (3.78). Bu sonuç, su tüketim düzeyi arttıa oralet tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Diğer toz içecekler tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). 1 litreden az su tüketen katılımcılar diğer toz içecekleri daha sık tüketmektedir (4.36), en az tüketen grup ise 3 litre ve fazlası su tüketenlerdir (4.05). Bu sonuç, su tüketim düzeyi arttıa diğer toz içecekler tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Salep tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, salebin tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Milkshake tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). 1 litreden az su tüketen katılımcılar milkshake içeceklerini daha sık tüketmektedir (4.24), en az tüketen grup ise 3 litre ve fazlası su tüketenlerdir (4.14). Bu sonuç, su tüketim düzeyi arttıkça milkshake tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Smoothie tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, smoothienin tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Sıcak çikolata tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, sıcak çikolatanın tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Türk kahvesi tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). 1 litreden az su tüketen katılımcılar Türk kahvesini daha sık tüketmektedir (2.89), en az tüketen grup ise 3 litre ve fazlası su tüketenlerdir (2.53). Bu sonuç, su tüketim düzeyi arttıkça Türk kahvesi tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Dibek kahvesi tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, dibek kahvesinin tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Soğuk kahve tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, soğuk kahvenin tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Çözünebilir hazır kahve tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, çözünebilir hazır kahvenin tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Diğer kahve çeşitleri tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). 1 litreden az su tüketen katılımcılar diğer kahve çeşitlerini daha sık tüketmektedir (3.63), en az tüketen grup ise 3 litre ve fazlası su tüketenlerdir (3.37). Bu sonuç, su tüketim düzeyi arttıkça diğer kahve çeşitleri tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Turşu suyu tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, turşu suyunun tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Boza tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, bozanın tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Şalgam suyu tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). 1 litreden az su tüketen katılımcılar şalgam suyunu daha sık tüketmektedir (4.53), en az tüketen grup ise 3 litre ve fazlası su tüketenlerdir (4.30). Bu sonuç, su tüketim düzeyi arttıkça şalgam suyu tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Fesleğen tohumlu içecek tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı su tüketim düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, fesleğen tohumlu içeceklerin tüm su tüketim gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Alkollü içecek tüketimi ile günlük su tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). 1 litreden az su tüketen katılımcılar alkollü içecekleri daha sık tüketmektedir (4.70), en az tüketen grup ise 1-2 litre su tüketenlerdir (4.48). Bu sonuç, su tüketim düzeyi arttıkça alkollü içecek tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Tablo 20. Aylık Gelir Durumuna Göre İçecek Tercihleri- Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

İçecek	Aylık Gelir Durumu								Toplam	P	
	2000 TL'den az		2000-4000 TL arası		4000-6000 TL arası		6000 TL'den fazla				
	N	Ort.	N	Ort.	n	Ort.	n	Ort.			
Kola	141	3,28	125	3,31	58	3,48	147	3,66	471	3,43	0,030
Portakal Aromalı Gazlı İçecekler	141	3,32	125	3,3	58	3,59	147	3,53	471	3,41	0,092
Gazoz	141	3,34	125	3,34	58	3,47	147	3,6	471	3,44	0,085

Tablo 20. (devamı)

Bitki Aromalı Gazlı İçecek	141	3,67	125	3,7	58	3,83	147	3,84	471	3,75	0,568
Enerji İçecekleri	141	4,3	125	4,14	58	4,21	147	4,39	471	4,27	0,253
Soğuk Çay	141	3,06	125	2,94	58	3,16	147	3,5	471	3,18	0,000
%100 Meyve Suyu	141	2,91	125	2,9	58	2,84	147	3,08	471	2,95	0,407
Meyve Kompostoları	141	3,52	125	3,49	58	3,52	147	3,51	471	3,51	0,997
Meyve Aromalı İçecekler	141	2,9	125	3,06	58	3,03	147	3,35	471	3,1	0,005
Meyve Nektarı	141	3,28	125	3,43	58	3,29	147	3,48	471	3,38	0,298
Maden Suyu	141	3,04	125	2,82	58	2,76	147	2,73	471	2,85	0,280
Meyve Aromalı Maden Suyu	141	2,94	125	3,14	58	3,07	147	3,41	471	3,16	0,006
Frozenlar	141	4,1	125	4,06	58	4,26	147	4,36	471	4,19	0,096
Cool Lime	141	4,17	125	4,2	58	4,26	147	4,38	471	4,25	0,424
Süt	141	3,15	125	3,22	58	3,28	147	3,27	471	3,22	0,763
Çikolatalı Süt	141	3,53	125	3,59	58	3,79	147	4,15	471	3,77	0,000
Bitkisel Bademli İçecek	141	4,5	125	4,54	58	4,57	147	4,61	471	4,55	0,802
Bitkisel Hindistan Cevizli İçecek	141	4,58	125	4,57	58	4,64	147	4,73	471	4,63	0,587
Ayran	141	2,35	125	2,46	58	2,38	147	2,56	471	2,45	0,063
Kefir	141	4,11	125	4,1	58	3,84	147	4,14	471	4,08	0,348
Probiyotik İçecekler	141	4,22	125	4,33	58	3,98	147	4,29	471	4,24	0,215
Proteinli Süt Çeşitleri	141	4,29	125	4,22	58	4,21	147	4,39	471	4,29	0,388
Kıymız	141	4,77	125	4,84	58	4,81	147	4,88	471	4,83	0,424
Limonata	141	3,33	125	3,31	58	3,21	147	3,51	471	3,37	0,103
Siyah Çay	141	1,63	125	1,54	58	1,83	147	1,35	471	1,54	0,153
Yeşil Çay	141	3,59	125	3,57	58	3,5	147	3,66	471	3,59	0,878
Diğer Bitki Çayları	141	3,79	125	3,5	58	3,64	147	3,64	471	3,65	0,229
Oralet	141	3,85	125	3,75	58	3,88	147	4,11	471	3,91	0,045
Diğer Toz İçecekler	141	4,02	125	4,18	58	4,16	147	4,32	471	4,17	0,139
Salep	141	4,27	125	4,21	58	4,34	147	4,24	471	4,25	0,520
Milkshake	141	4,04	125	4,13	58	4,17	147	4,32	471	4,17	0,119
Smoothie	141	4,34	125	4,42	58	4,48	147	4,52	471	4,44	0,561
Sıcak Çikolata	141	3,69	125	3,62	58	4	147	4,14	471	3,85	0,000
Türk Kahvesi	141	2,89	125	2,85	58	2,9	147	2,63	471	2,8	0,285
Dibek Kahvesi	141	3,67	125	3,57	58	3,76	147	3,65	471	3,65	0,729
Soğuk Kahve	141	3,63	125	3,5	58	3,64	147	3,95	471	3,7	0,010
Çözünebilir Hazır Kahve (3'ü 1 arada)	141	3,13	125	3,34	58	3,29	147	3,59	471	3,35	0,033
Diğer Kahve Çeşitleri	141	3,42	125	3,6	58	3,33	147	3,73	471	3,55	0,067

Tablo 20. (devamı)

Turşu Suyu	141	4,23	125	4,29	58	4,34	147	4,38	471	4,31	0,652
Boza	141	4,62	125	4,77	58	4,83	147	4,83	471	4,75	0,075
Şalgam Suyu	141	4,44	125	4,52	58	4,26	147	4,39	471	4,42	0,131
Fesleğen Tohumlu İçecekler	141	4,72	125	4,74	58	4,81	147	4,89	471	4,79	0,265
Alkollü İçecekler	141	4,54	125	4,62	58	4,53	147	4,54	471	4,56	0,780

Kruskal Wallis H testi kullanılarak farklı aylık gelir düzeylerine sahip katılımcıların içecek tercihlerindeki farklılıklar analiz edilmiştir. Bu analizde katılımcılar 2000 TL'den az, 2000-4000 TL arası, 4000-6000 TL arası ve 6000 TL'den fazla olmak üzere dört gruba ayrılmıştır. Her içecek için sıklık verileri 1'den 5'e kadar puanlanmış, düşük puan daha sık tüketimi, yüksek puan ise daha az tüketimi ifade etmektedir. Bulgular aşağıdaki gibidir:

Kola tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 6000 TL'den fazla gelire sahip katılımcılar kola içeceğini daha az tüketmektedir (3.66), en sık tüketen grup ise 2000 TL'den az gelire sahip katılımcılardır (3.28). Bu sonuç, gelir düzeyi arttıkça kola tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Portakal aromalı gazlı içecek tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı gelir düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, portakal aromalı gazlı içeceklerin tüm gelir gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Gazoz tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı gelir düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, gazozun tüm gelir gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Bitki aromalı gazlı içecek tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı gelir düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, bitki aromalı gazlı içeceğin tüm gelir gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Enerji içeceği tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı gelir düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, enerji içeceklerinin tüm gelir gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Soğuk çay tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 6000 TL'den fazla gelire sahip katılımcılar soğuk çayı daha sık

tüketmektedir (3.50), en az tüketen grup ise 2000-4000 TL arası gelire sahip katılımcılardır (2.94). Bu sonuç, gelir düzeyi arttıkça soğuk çay tüketiminin arttığını göstermektedir.

%100 meyve suyu tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı gelir düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, %100 meyve suyunun tüm gelir gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Meyve kompostoları tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı gelir düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, meyve kompostolarının tüm gelir gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Meyve aromalı içecek tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 6000 TL'den fazla gelire sahip katılımcılar meyve aromalı içecekleri daha sık tüketmektedir (3.35), en az tüketen grup ise 2000 TL'den az gelire sahip katılımcılardır (2.90). Bu sonuç, gelir düzeyi arttıkça meyve aromalı içecek tüketiminin arttığını göstermektedir.

Meyve nektarı tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı gelir düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, meyve nektarının tüm gelir gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Maden suyu tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). 6000 TL'den fazla gelire sahip katılımcılar maden suyunu daha az tüketmektedir (2.73), en sık tüketen grup ise 2000 TL'den az gelire sahip katılımcılardır (3.04). Bu sonuç, gelir düzeyi arttıkça maden suyu tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Meyve aromalı maden suyu tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 6000 TL'den fazla gelire sahip katılımcılar meyve aromalı maden suyunu daha sık tüketmektedir (3.41), en az tüketen grup ise 2000 TL'den az gelire sahip katılımcılardır (2.94). Bu sonuç, gelir düzeyi arttıkça meyve aromalı maden suyu tüketiminin arttığını göstermektedir.

Frozenler tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı gelir düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, frozenların tüm gelir gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Cool lime tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı gelir düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, cool lime içeceğinin tüm gelir gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Süt tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). 6000 TL'den fazla gelire sahip katılımcılar sütü daha sık tüketmektedir (3.27), en az tüketen grup ise 2000 TL'den az gelire sahip katılımcılardır (3.15). Bu sonuç, gelir düzeyi arttıkça süt tüketiminin arttığını göstermektedir.

Çikolatalı süt tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 6000 TL'den fazla gelire sahip katılımcılar çikolatalı sütü daha sık tüketmektedir (4.15), en az tüketen grup ise 2000 TL'den az gelire sahip katılımcılardır (3.53). Bu sonuç, gelir düzeyi arttıkça çikolatalı süt tüketiminin arttığını göstermektedir.

Bitkisel bademli içecek tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı gelir düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, bitkisel bademli içeceğin tüm gelir gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Bitkisel hindistan cevizli içecek tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı gelir düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, bitkisel hindistan cevizli içeceğin tüm gelir gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Ayran tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). 6000 TL'den fazla gelire sahip katılımcılar ayranı daha sık tüketmektedir (2.56), en az tüketen grup ise 2000 TL'den az gelire sahip katılımcılardır (2.35). Bu sonuç, gelir düzeyi arttıkça ayran tüketiminin arttığını göstermektedir.

Kefir tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı gelir düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, kefirin tüm gelir gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Probiyotik içecek tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı gelir düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, probiyotik içeceklerin tüm gelir gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Proteinli süt tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). 6000 TL'den fazla gelire sahip katılımcılar proteinli süt çeşitlerini daha sık tüketmektedir (4.39), en az tüketen grup ise 4000-6000 TL arası gelire sahip katılımcılardır (4.21). Bu sonuç, gelir düzeyi arttıa proteinli süt eşitleri tüketiminin arttığını göstermektedir.

Kımız tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı gelir düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, kımızın tüm gelir gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Limonata tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). 6000 TL'den fazla gelire sahip katılımcılar limonatayı daha sık tüketmektedir (3.51), en az tüketen grup ise 4000-6000 TL arası gelire sahip katılımcılardır (3.21). Bu sonuç, gelir düzeyi arttıa limonata tüketiminin arttığını göstermektedir.

Siyah ay tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). 4000-6000 TL arası gelire sahip katılımcılar siyah ayı daha sık tüketmektedir (1.83), en az tüketen grup ise 6000 TL'den fazla gelire sahip katılımcılardır (1.35). Bu sonuç, gelir düzeyi arttıa siyah çay tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Yeşil ay tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı gelir düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, yeşil çayın tüm gelir gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Diğer bitki çayları tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). 2000 TL'den az gelire sahip katılımcılar diğer bitki çaylarını daha sık tüketmektedir (3.79), en az tüketen grup ise 2000-4000 TL arası gelire sahip katılımcılardır (3.50). Bu sonuç, gelir düzeyi arttıa diğer bitki çayları tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Oralet tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 6000 TL'den fazla gelire sahip katılımcılar oraleti daha sık tüketmektedir (4.11), en az tüketen grup ise 2000-4000 TL arası gelire sahip katılımcılardır (3.75). Bu sonuç, gelir düzeyi arttıa oralet tüketiminin arttığını göstermektedir.

Diğer toz içecek tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). 6000 TL'den fazla gelire sahip katılımcılar diğer toz içecekleri

daha sık tüketmektedir (4.32), en az tüketen grup ise 2000 TL'den az gelire sahip katılımcılardır (4.02). Bu sonuç, gelir düzeyi arttıkça diğer toz içecekler tüketiminin arttığını göstermektedir.

Salep tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı gelir düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, salebin tüm gelir gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Milkshake tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). 6000 TL'den fazla gelire sahip katılımcılar milkshake içeceklerini daha sık tüketmektedir (4.32), en az tüketen grup ise 2000 TL'den az gelire sahip katılımcılardır (4.04). Bu sonuç, gelir düzeyi arttıkça milkshake tüketiminin arttığını göstermektedir.

Smoothie tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı gelir düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, smoothienin tüm gelir gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Sıcak çikolata tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 6000 TL'den fazla gelire sahip katılımcılar sıcak çikolatayı daha sık tüketmektedir (4.14), en az tüketen grup ise 2000-4000 TL arası gelire sahip katılımcılardır (3.62). Bu sonuç, gelir düzeyi arttıkça sıcak çikolata tüketiminin arttığını göstermektedir.

Türk kahvesi tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). 2000 TL'den az gelire sahip katılımcılar Türk kahvesini daha sık tüketmektedir (2.89), en az tüketen grup ise 6000 TL'den fazla gelire sahip katılımcılardır (2.63). Bu sonuç, gelir düzeyi arttıkça Türk kahvesi tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Dibek kahvesi tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Tüketim sıklığı gelir düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, dibek kahvesinin tüm gelir gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Soğuk kahve tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 6000 TL'den fazla gelire sahip katılımcılar soğuk kahveyi daha sık tüketmektedir (3.95), en az tüketen grup ise 2000-4000 TL arası gelire sahip katılımcılardır (3.50). Bu sonuç, gelir düzeyi arttıkça soğuk kahve tüketiminin arttığını göstermektedir.

Çözünebilir hazır kahve tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). 6000 TL'den fazla gelire sahip katılımcılar çözünebilir hazır kahveyi daha sık tüketmektedir (3.59), en az tüketen grup ise 2000 TL'den az gelire sahip

katılımcılardır (3.13). Bu sonuç, gelir düzeyi arttıkça çözünebilir hazır kahve tüketiminin arttığını göstermektedir.

Diğer kahve çeşitleri tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). 6000 TL'den fazla gelire sahip katılımcılar diğer kahve çeşitlerini daha sık tüketmektedir (3.73), en az tüketen grup ise 4000-6000 TL arası gelire sahip katılımcılardır (3.33). Bu sonuç, gelir düzeyi arttıkça diğer kahve çeşitleri tüketiminin arttığını göstermektedir.

Turşu suyu tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı gelir düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, turşu suyunun tüm gelir gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Boza tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). 6000 TL'den fazla gelire sahip katılımcılar bozayı daha sık tüketmektedir (4.83), en az tüketen grup ise 2000 TL'den az gelire sahip katılımcılardır (4.62). Bu sonuç, gelir düzeyi arttıkça boza tüketiminin arttığını göstermektedir.

Şalgam suyu tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). 2000-4000 TL arası gelire sahip katılımcılar şalgam suyunu daha sık tüketmektedir (4.52), en az tüketen grup ise 4000-6000 TL arası gelire sahip katılımcılardır (4.26). Bu sonuç, gelir düzeyi arttıkça şalgam suyu tüketiminin azaldığını göstermektedir.

Fesleğen tohumlu içecek tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). 6000 TL'den fazla gelire sahip katılımcılar fesleğen tohumlu içecekleri daha sık tüketmektedir (4.89), en az tüketen grup ise 2000 TL'den az gelire sahip katılımcılardır (4.72). Bu sonuç, gelir düzeyi arttıkça fesleğen tohumlu içecek tüketiminin arttığını göstermektedir.

Alkollü içecek tüketimi ile aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı gelir düzeyleri arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, alkollü içeceklerin tüm gelir gruplarında benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Tablo 21. Katılımcıların Büyüdükleri Coğrafi Bölgeye Göre İçecek Tercihleri - Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

İçecek	Büyüdüğü Coğrafi Bölge														Toplam	P	
	Akdeniz		Karadeniz		Ege		Marmara		Doğu Anadolu		Güneydoğu Anadolu		İç Anadolu				
	N	Ort.	N	Ort.	n	Ort.	n	Ort.									n
Kola	29	3,21	278	3,62	11	3	59	3,47	37	3	24	2,71	33	3,18	471	3,43	0,030
Portakal Aromalı Gazlı İçecekler	29	3,24	278	3,47	11	3,73	59	3,47	37	3,19	24	3,17	33	3,3	471	3,41	0,092
Gazoz	29	3,28	278	3,48	11	3,73	59	3,44	37	3,32	24	3,33	33	3,27	471	3,44	0,085
Bitki Aromalı Gazlı İçecek	29	3,38	278	3,81	11	4	59	3,76	37	3,62	24	3,79	33	3,55	471	3,75	0,568
Enerji İçecekleri	29	4,17	278	4,32	11	4,09	59	4,36	37	4	24	4,33	33	4,09	471	4,27	0,253
Soğuk Çay	29	3,17	278	3,22	11	2,73	59	3,24	37	2,89	24	3,46	33	3,03	471	3,18	0,000
%100 Meyve Suyu	29	3,07	278	2,86	11	3	59	3,07	37	3,08	24	3,17	33	3,09	471	2,95	0,407
Meyve Kompostoları	29	3,72	278	3,49	11	3,55	59	3,54	37	3,35	24	3,67	33	3,42	471	3,51	0,997
Meyve Aromalı İçecekler	29	3,07	278	3,12	11	3,09	59	3,14	37	3,05	24	2,92	33	3,09	471	3,1	0,005
Meyve Nektarı	29	3,28	278	3,38	11	3,55	59	3,36	37	3,3	24	3,38	33	3,61	471	3,38	0,298
Maden Suyu	29	2,97	278	2,87	11	2,82	59	2,81	37	2,92	24	2,71	33	2,67	471	2,85	0,280
Meyve Aromalı Maden Suyu	29	2,97	278	3,24	11	3,27	59	2,98	37	3	24	3,17	33	3,03	471	3,16	0,006
Frozenlar	29	4,1	278	4,26	11	3,82	59	4,15	37	4,05	24	4,38	33	3,91	471	4,19	0,096
Cool Lime	29	4,03	278	4,34	11	4	59	4,15	37	4,14	24	4,25	33	4,15	471	4,25	0,424
Süt	29	2,97	278	3,21	11	3,45	59	3,34	37	3,35	24	2,96	33	3,33	471	3,22	0,763
Çikolatalı Süt	29	3,31	278	3,87	11	4,18	59	3,8	37	3,62	24	3,54	33	3,48	471	3,77	0,000
Bitkisel Bademli İçecek	29	4,34	278	4,56	11	5	59	4,61	37	4,49	24	4,42	33	4,61	471	4,55	0,802
Bitkisel Hindistan Cevizli İçecek	29	4,45	278	4,63	11	5	59	4,64	37	4,57	24	4,58	33	4,73	471	4,63	0,587
Ayran	29	2,21	278	2,5	11	2,55	59	2,37	37	2,38	24	2,08	33	2,64	471	2,45	0,063
Kefir	29	4,14	278	4,1	11	4,55	59	3,71	37	4,24	24	4,25	33	4,06	471	4,08	0,348
Probiyotik İçecekler	29	4,17	278	4,2	11	4,73	59	4,24	37	4,27	24	4,58	33	4,21	471	4,24	0,215
Proteinli Süt Çeşitleri	29	4,1	278	4,27	11	4,73	59	4,37	37	4,54	24	4,38	33	4,03	471	4,29	0,388

Tablo 21. (devamı)

Kımız	29	4,83	278	4,81	11	5	59	4,83	37	4,78	24	4,96	33	4,88	471	4,83	0,424
Limonata	29	3,34	278	3,33	11	3,45	59	3,46	37	3,41	24	3,38	33	3,48	471	3,37	0,103
Siyah Çay	29	1,48	278	1,49	11	1,91	59	1,9	37	1,68	24	1,29	33	1,36	471	1,54	0,153
Yeşil Çay	29	3,41	278	3,63	11	3	59	3,63	37	3,78	24	3,46	33	3,52	471	3,59	0,878
Diğer Bitki Çayları	29	3,52	278	3,69	11	3,55	59	3,61	37	3,62	24	3,54	33	3,55	471	3,65	0,229
Oralet	29	4,21	278	3,92	11	4,27	59	4,12	37	3,54	24	3,58	33	3,7	471	3,91	0,045
Diğer Toz İçecekler	29	4,38	278	4,19	11	4,36	59	4,32	37	3,95	24	3,96	33	3,91	471	4,17	0,139
Salep	29	4,31	278	4,28	11	4,09	59	4,22	37	4,19	24	4,38	33	4,09	471	4,25	0,520
Milkshake	29	4	278	4,22	11	4,36	59	4,12	37	4,03	24	4,25	33	4	471	4,17	0,119
Smoothie	29	4,21	278	4,5	11	4,09	59	4,36	37	4,38	24	4,46	33	4,39	471	4,44	0,561
Sıcak Çikolata	29	3,79	278	3,91	11	4	59	3,88	37	3,73	24	3,71	33	3,55	471	3,85	0,000
Türk Kahvesi	29	2,72	278	2,9	11	1,91	59	2,54	37	2,78	24	2,5	33	3,06	471	2,8	0,285
Dibek Kahvesi	29	3,45	278	3,65	11	3,45	59	3,88	37	3,49	24	3,58	33	3,61	471	3,65	0,729
Soğuk Kahve	29	3,31	278	3,81	11	3,36	59	3,41	37	3,43	24	4	33	3,76	471	3,7	0,010
Çözünebilir Hazır Kahve (3'ü 1 arada)	29	3,62	278	3,47	11	3,82	59	3,24	37	2,84	24	3,04	33	2,97	471	3,35	0,033
Diğer Kahve Çeşitleri	29	3,55	278	3,68	11	3,45	59	3,29	37	3,24	24	3,33	33	3,52	471	3,55	0,067
Turşu Suyu	29	4,45	278	4,31	11	4,45	59	4,51	37	4,19	24	4	33	4,06	471	4,31	0,652
Boza	29	4,9	278	4,78	11	4,55	59	4,59	37	4,7	24	5	33	4,64	471	4,75	0,075
Şalgam Suyu	29	3,66	278	4,51	11	4,18	59	4,53	37	4,38	24	4,17	33	4,48	471	4,42	0,131
Fesleğen Tohumlu İçecekler	29	4,69	278	4,79	11	4,91	59	4,83	37	4,68	24	4,96	33	4,73	471	4,79	0,265
Alkollü İçecekler	29	4,62	278	4,6	11	4,45	59	4,36	37	4,41	24	4,79	33	4,52	471	4,56	0,780

Kruskal Wallis H testi kullanılarak farklı coğrafi bölgelerde büyüyen katılımcıların içecek tercihlerindeki farklılıklar analiz edilmiştir. Bu analizde katılımcılar Akdeniz, Karadeniz, Ege, Marmara, Doğu Anadolu, Güneydoğu Anadolu ve İç Anadolu olmak üzere yedi gruba ayrılmıştır. Her içecek için sıklık verileri 1'den 5'e kadar puanlanmış, düşük puan daha sık tüketimi, yüksek puan ise daha az tüketimi ifade etmektedir. Bulgular aşağıdaki gibidir:

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre kola tüketiminde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Karadeniz bölgesinde büyüyen katılımcılar kola içeceğini daha az tüketmektedir (3.62), en sık tüketen grup ise Güneydoğu Anadolu'da büyüyen

katılımcılardır (2.71). Bu sonuç, bölgeye göre kola tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre portakal aromalı gazlı içecek tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı coğrafi bölgeler arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, portakal aromalı gazlı içeceklerin tüm bölgelerde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre gazoz tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı coğrafi bölgeler arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, gazozun tüm bölgelerde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre bitki aromalı gazlı içecek tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı coğrafi bölgeler arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, bitki aromalı gazlı içeceğin tüm bölgelerde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre enerji içeceği anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı coğrafi bölgeler arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, enerji içeceklerinin tüm bölgelerde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre soğuk çay tüketiminde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Doğu Anadolu'da büyüyen katılımcılar soğuk çayı daha sık tüketmektedir (3.46), en az tüketen grup ise Ege bölgesinde büyüyen katılımcılardır (2.73). Bu sonuç, bölgeye göre soğuk çay tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre %100 meyve suyu tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı coğrafi bölgeler arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, %100 meyve suyunun tüm bölgelerde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre meyve kompostosu tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı coğrafi bölgeler arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, meyve kompostolarının tüm bölgelerde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre meyve aromalı içecek tüketiminde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Karadeniz bölgesinde büyüyen

katılımcılar meyve aromalı içecekleri daha sık tüketmektedir (3.12), en az tüketen grup ise Doğu Anadolu'da büyüyen katılımcılardır (2.92). Bu sonuç, bölgeye göre meyve aromalı içecek tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre meyve nektarı tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı coğrafi bölgeler arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, meyve nektarının tüm bölgelerde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre maden suyu tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı coğrafi bölgeler arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, maden suyunun tüm bölgelerde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre meyve aromalı maden suyu tüketiminde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Karadeniz bölgesinde büyüyen katılımcılar meyve aromalı maden suyunu daha sık tüketmektedir (3.24), en az tüketen grup ise Akdeniz bölgesinde büyüyen katılımcılardır (2.97). Bu sonuç, bölgeye göre meyve aromalı maden suyu tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre frozen tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı coğrafi bölgeler arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, frozenların tüm bölgelerde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre cool lime içeceği tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı coğrafi bölgeler arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, cool lime içeceğinin tüm bölgelerde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre süt tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Karadeniz bölgesinde büyüyen katılımcılar sütü daha sık tüketmektedir (3.21), en az tüketen grup ise Akdeniz bölgesinde büyüyen katılımcılardır (2.97). Bu sonuç, bölgeye göre süt tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre çikolatalı süt tüketiminde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Karadeniz bölgesinde büyüyen katılımcılar çikolatalı sütü daha sık tüketmektedir (3.87), en az tüketen grup ise Akdeniz bölgesinde büyüyen katılımcılardır (3.31). Bu sonuç, bölgeye göre çikolatalı süt tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre bitkisel bademli içecek tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı coğrafi bölgeler arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, bitkisel bademli içeceğin tüm bölgelerde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre bitkisel hindistan cevizli içecek tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Tüketim sıklığı coğrafi bölgeler arasında çok farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, bitkisel hindistan cevizli içeceğin tüm bölgelerde benzer şekilde tüketildiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre ayran tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Akdeniz bölgesinde büyüyen katılımcılar ayranı daha sık tüketmektedir (2.21), en az tüketen grup ise İç Anadolu bölgesinde büyüyen katılımcılardır (2.64). Bu sonuç, bölgeye göre ayran tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre kefir tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Karadeniz bölgesinde büyüyen katılımcılar kefiri daha sık tüketmektedir (4.10), en az tüketen grup ise Ege bölgesinde büyüyen katılımcılardır (3.71). Bu sonuç, bölgeye göre kefir tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre probiyotik içecek tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Karadeniz bölgesinde büyüyen katılımcılar probiyotik içecekleri daha sık tüketmektedir (4.20), en az tüketen grup ise Ege bölgesinde büyüyen katılımcılardır (3.98). Bu sonuç, bölgeye göre probiyotik içecek tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre proteinli süt çeşitleri tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Karadeniz bölgesinde büyüyen katılımcılar proteinli süt çeşitlerini daha sık tüketmektedir (4.27), en az tüketen grup ise İç Anadolu bölgesinde büyüyen katılımcılardır (4.03). Bu sonuç, bölgeye göre proteinli süt çeşitleri tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre kıymız tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Ege bölgesinde büyüyen katılımcılar kıymızı daha sık tüketmektedir (5.00), en az tüketen grup ise Karadeniz bölgesinde büyüyen katılımcılardır (4.81). Bu sonuç, bölgeye göre kıymız tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre limonata tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Ege bölgesinde büyüyen katılımcılar limonatayı daha sık tüketmektedir (3.45), en az tüketen grup ise Doğu Anadolu bölgesinde büyüyen katılımcılardır (3.38). Bu sonuç, bölgeye göre limonata tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre siyah çay tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Ege bölgesinde büyüyen katılımcılar siyah çayı daha sık tüketmektedir (1.91), en az tüketen grup ise Doğu Anadolu bölgesinde büyüyen katılımcılardır (1.29). Bu sonuç, bölgeye göre siyah çay tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre yeşil çay tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Karadeniz bölgesinde büyüyen katılımcılar yeşil çayı daha sık tüketmektedir (3.63), en az tüketen grup ise Ege bölgesinde büyüyen katılımcılardır (3.00). Bu sonuç, bölgeye göre yeşil çay tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre diğer bitki çayları tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Akdeniz bölgesinde büyüyen katılımcılar diğer bitki çaylarını daha sık tüketmektedir (3.52), en az tüketen grup ise Karadeniz bölgesinde büyüyen katılımcılardır (3.69). Bu sonuç, bölgeye göre diğer bitki çayları tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre oralet tüketiminde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Akdeniz bölgesinde büyüyen katılımcılar oraleti daha sık tüketmektedir (4.21), en az tüketen grup ise Doğu Anadolu bölgesinde büyüyen katılımcılardır (3.54). Bu sonuç, bölgeye göre oralet tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre diğer toz içecekler tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Karadeniz bölgesinde büyüyen katılımcılar diğer toz içecekleri daha sık tüketmektedir (4.19), en az tüketen grup ise Doğu Anadolu bölgesinde büyüyen katılımcılardır (3.95). Bu sonuç, bölgeye göre diğer toz içecekler tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre salep tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Ege bölgesinde büyüyen katılımcılar salebi daha

sık tüketmektedir (4.38), en az tüketen grup ise Karadeniz bölgesinde büyüyen katılımcılardır (4.28). Bu sonuç, bölgeye göre salep tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre milkshake tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Ege bölgesinde büyüyen katılımcılar milkshake içeceklerini daha sık tüketmektedir (4.36), en az tüketen grup ise Akdeniz bölgesinde büyüyen katılımcılardır (4.00). Bu sonuç, bölgeye göre milkshake tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre smoothie tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Karadeniz bölgesinde büyüyen katılımcılar smoothienin daha sık tüketmektedir (4.50), en az tüketen grup ise Akdeniz bölgesinde büyüyen katılımcılardır (4.21). Bu sonuç, bölgeye göre smoothie tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre sıcak çikolata tüketiminde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Karadeniz bölgesinde büyüyen katılımcılar sıcak çikolatayı daha sık tüketmektedir (3.91), en az tüketen grup ise Akdeniz bölgesinde büyüyen katılımcılardır (3.79). Bu sonuç, bölgeye göre sıcak çikolata tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre Türk kahvesi tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). İç Anadolu bölgesinde büyüyen katılımcılar Türk kahvesini daha sık tüketmektedir (3.06), en az tüketen grup ise Ege bölgesinde büyüyen katılımcılardır (1.91). Bu sonuç, bölgeye göre Türk kahvesi tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre dibek kahvesi tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). İç Anadolu bölgesinde büyüyen katılımcılar dibek kahvesini daha sık tüketmektedir (3.61), en az tüketen grup ise Akdeniz bölgesinde büyüyen katılımcılardır (3.45). Bu sonuç, bölgeye göre dibek kahvesi tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre soğuk kahve tüketiminde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). İç Anadolu bölgesinde büyüyen katılımcılar soğuk kahveyi daha sık tüketmektedir (4.00), en az tüketen grup ise Ege bölgesinde büyüyen katılımcılardır (3.36). Bu sonuç, bölgeye göre soğuk kahve tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre çözünebilir hazır kahve tüketiminde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Ege bölgesinde büyüyen katılımcılar çözünebilir hazır kahveyi daha sık tüketmektedir (3.82), en az tüketen grup ise Doğu Anadolu bölgesinde büyüyen katılımcılardır (2.84). Bu sonuç, bölgeye göre çözünebilir hazır kahve tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre diğer kahve çeşitleri tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Karadeniz bölgesinde büyüyen katılımcılar diğer kahve çeşitlerini daha sık tüketmektedir (3.68), en az tüketen grup ise Doğu Anadolu bölgesinde büyüyen katılımcılardır (3.24). Bu sonuç, bölgeye göre diğer kahve çeşitleri tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre turşu suyu tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Ege bölgesinde büyüyen katılımcılar turşu suyunu daha sık tüketmektedir (4.45), en az tüketen grup ise Doğu Anadolu bölgesinde büyüyen katılımcılardır (4.00). Bu sonuç, bölgeye göre turşu suyu tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre boza tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Akdeniz bölgesinde büyüyen katılımcılar bozayı daha sık tüketmektedir (4.90), en az tüketen grup ise İç Anadolu bölgesinde büyüyen katılımcılardır (4.64). Bu sonuç, bölgeye göre boza tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre şalgam suyu tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Akdeniz bölgesinde büyüyen katılımcılar şalgam suyunu daha sık tüketmektedir (4.66), en az tüketen grup ise Ege bölgesinde büyüyen katılımcılardır (4.18). Bu sonuç, bölgeye göre şalgam suyu tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre fesleğen tohumlu içecek tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). Doğu Anadolu bölgesinde büyüyen katılımcılar fesleğen tohumlu içecekleri daha sık tüketmektedir (4.96), en az tüketen grup ise Akdeniz bölgesinde büyüyen katılımcılardır (4.69). Bu sonuç, bölgeye göre fesleğen tohumlu içecek tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.

Katılımcıların büyüdüğü coğrafi bölgeye göre alkollü içecek tüketiminde anlamlı fark istatistiki olarak tespit edilememiştir ($p>0,05$). İç Anadolu bölgesinde büyüyen katılımcılar alkollü içecekleri daha sık tüketmektedir (4.52), en az tüketen grup ise Ege bölgesinde büyüyen

katılımcılardır (4.36). Bu sonuç, bölgeye göre alkollü içecek tüketim alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir.



SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Üniversite öğrencileri, üniversite eğitim hayatlarının başlangıcında yeni arkadaş çevresi edindiği, aileden uzaklaştığı ve kendi kişisel gelişimini gerçekleştirdiği bir döneme geçiş yapmaktadır. Bu gelişim döneminde öğrenciler yeni beslenme alışkanlıkları kazanırken, eski beslenme alışkanlıklarını kaybetmektedir. Beslenme ile beraber içecek alışkanlıkları da buna paralel olarak değişmekte ilerleyen yaşantılar için kalıcı hale gelebilmektedir. Öğrencilerin yeni yaşam düzenine uyum sağlama çabaları, gelecek hayatları için de büyük önem taşır. Çünkü beslenme alışkanlıklarındaki yeni durumlar, üniversite eğitimi sonrasında da devam edecektir (Mazıcıoğlu vd 2003). Bu nedenle bu araştırma Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrencilerin en çok tükettikleri içeceklerin belirlenmesini ve bu tercihlere etki eden faktörlerin tespiti amacı ile yapılmıştır. Bu çalışmada üniversite öğrencilerin demografik özelliklerinin içecek tüketim sıklıkları ve içeceği tercih etme sebeplerine etkisi ortaya konulmuştur. Bu kapsamda Rize ilinde üniversite öğrencileri üzerinde böyle bir çalışma daha önce yapılmadığı, ayrıca siyasi olaylar neticesinde gelişen boykot çağrılarının öğrencilerin içecek tüketimine etkisi konusunda bu zamana kadar herhangi bir çalışma yapılmadığı yapılan literatür taramalarında tespit edilmiştir. Bu çalışma literatürdeki bu boşluğu doldurmakla beraber, ileride yapılacak olan çalışmalara da yol göstermek açısından önemlidir.

Rize ilinde Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi'nde okuyan 471 öğrenci tarafından eksiksiz doldurulan anketde ki ifadelere verilen cevaplar doğrultusunda tespit edilen bulgular neticesinde ortaya çıkan sonuçlar ve sonuçlara dayalı öneriler aşağıda belirtilmiştir.

Tespit edilen bulgular ışığında öğrencilerinin içecek tercihini etkileyen en önemli faktörün lezzet olduğu tespit edilmiştir. İçecek tercihini en az etkileyen faktörün de sosyal medya olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen sonuç Durmaz (2019) Ankara ilinde üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı çalışma ile örtüşmektedir. Fırat vd. (2014) tüketicilerin içecek tercihlerini en çok etkileyen faktörün “içeceğin tadını beğenme” maddesi olduğunu belirlemişlerdir. Bu çalışmada ve diğer çalışmalarda elde edilen sonuçlar göstermektedir ki üniversite öğrencilerin içecek tercihlerinde içeceğin duyuşal özellikler bakımında beğenilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle tüketimi tavsiye edilen sağlık yönünden olumlu etkileri olan ama öğrenciler tarafından daha az tercih edilen içeceklerin duyuşal özelliklerinin geliştirilmesinin bu içeceklerinin tüketiminin artmasına neden olabileceği düşünülmektedir.

Öğrencilerin cinsiyeti dikkate alındığında Sosyal ve Kültürel Faktörler ile Sağlık ve Beslenme Bilinçleri Faktörlerinde kadın katılımcılar erkek katılımcılara kıyasla istatistiki olarak anlamlı derecede yüksek puan almışlardır. Bu sonuç kadın katılımcıların sosyal medya, reklamlar, boykot çağrıları, arkadaş tavsiyeleri gibi çevresel faktörlerden erkeklere kıyasla daha çok etkilendiği, sağlıklı ve dengeli beslenme noktasında erkeklere göre daha fazla hassasiyet gösterdikleri sonucuna varabiliriz. Ürün Özellikleri ve Kalitesi Faktörleri üzerinden cinsiyetin anlamlı bir etkisi tespit edilememiştir.

Öğrencilerin eğitim düzeyi ile içecek tercih motivasyonlarını etkileyen faktörler arasında anlamlı farklılıklar bulunamamıştır.

Yaş grupları arasında Sosyal ve Kültürel Faktörler ve Ürün Özellikleri ve Kalitesi Faktörleri arasında anlamlı farklılıklar bulunamamıştır. Yaş grupları ile Sağlık ve Beslenme Bilinçleri Faktörleri arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bu sonuç daha ileri yaş gruplarında sağlık ve beslenme bilinçleri düzeyinin daha yüksek olduğu anlamına gelmektedir.

Katılımcıların %66,9'u (315 kişi) boykot çağrılarının içecek tercihlerini etkilediğini belirtmiştir. Buna karşılık, %10,8'i kesinlikle katılmadığını, %11,3'ü katılmadığını ve %11'i ise bu konuda fikir belirtmemiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun içecek tercihinde alınan boykot kararlarının etkili olduğu söylenebilir. İçecek tercihinin belirlenmesinde boykot çağrılarının etkisi kadınlarda erkeklere oranla daha yüksektir. Boykot çağrılarını en çok dikkate alan 22-26 yaş aralığında ki öğrencilerdir. Eğitim durumunun boykot çağrılarının etkisi açısından anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Coğrafya dikkate alındığında Güneydoğu Anadolu'da büyüyen öğrencilerinin boykot çağrılarına daha fazla dikkat ettiği belirlenmiş bunun nedeni olarak siyasetin bölgede etkisi ve dini değerler gösterilebilir.

Alkollü içecekler, enerji içecekleri ve smothienin boykot çağrılarından istatistiksel anlamda en çok etkilenen içecekler olduğu tespit edilmiş olup, kola, portakal aromalı gazlı içecek, çözülebilir hazır kahve (3'ü 1 arada), dibek kahvesi, frozenlar, oralet, %100 meyve suyu, siyah çay tüketimi üzerinde anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir. Boykot çağrılarının bu içeceklerin tüketiminde anlamı etkisinin olmasının nedeni bu ürünlerin yabancı marka menşeli olmaları ve yerli ikamelerinin piyasaya çok fazla hakim olmamaları gerekçe olarak gösterilebilir. Ayran, Kefir, Boza, Salep vb. gibi içeceklerin boykot çağrılarından etkilenmemelerine neden bu içeceklerin yerli olmaları gösterilebilir. Kola, portakal aromalı içecek, enerji içecekleri gibi birçok yabancı marka tarafından üretilmesine rağmen gazoz tüketiminin boykot çağrılarından etkilenmemesinin nedeni ise yerli firmalarının gazoz üretiminde ve marka algısı olarak yabancı firmalarda rekabet edebilecek düzeyde olmasıyla alakalıdır.

Elde edilen bulgulara göre kadın öğrencilerin en çok tükettikleri içecekler sırası ile siyah çay, türk kahvesi, ayran ve maden suyu iken; erkek öğrencilerin en çok tükettikleri içecekler sırası ile siyah çay, ayran ve Türk kahvesi ve maden suyudur. Türk kahvesini erkeklere kıyasla kadın öğrenciler daha fazla tercih etmektedirler. Öğrenciler tarafından en az tüketilen içecekler ise; kırmızı, fesleğen tohumlu içecekler ve bozadır. Durmaz (2019) yaptığı çalışmada öğrencileri tarafından en çok tercih edilen içeceklerin siyah çay, ayran, süt ve Türk kahvesini olduğunu belirlemiştir. Budak vd. (2002) yaptıkları çalışmada öğrenciler tarafından en çok tüketilen içeceklerin su, siyah çay, ayran, süt, kahve, meyve suyu, soda ve kolalı içecekler olduğunu sonucuna varmıştır. Arslan ve Menteş (2004) öğrencilerin en çok tükettiği içeceğin ise su ve çay olduğu sonucuna varmıştır. Tataş-Güllü (2024) yılında Bursa’da okuyan üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmada öğrencilerin en çok çay, kahve ve ayran tükettiğini belirtmiştir. Elde edilen veriler neticesinde sonuçların literatürdeki yapılan diğer çalışmalarla karşılaştırıldığında benzerlik gösterdiği sonucuna varılmaktadır.

Budak vd. (2002) ve Durmaz (2019) yaptıkları çalışmada üniversite öğrencilerin siyah çayı her gün içtiklerini Yılmaz vd. (2007) yapılan çalışmadaysa kahvaltıda ve ara öğünlerde en fazla çay tükettikleri tespit etmişlerdir. Bu çalışmadaki sonuçlar ile literatürde ki benzer çalışmalarının sonuçları birbirleri ile örtüşmektedir. Çayın her gün düzenli tüketilmesinin nedenleri arasında çayın sağlık yönünden olumlu etkileri, ders öncesi dikkat artımındaki etkisi ve kültürümüzde ki olumlu yeri gösterilebilir.

Kola, portakal aromalı gazlı içecek, gazoz gibi gazlı içeceklerin kadınlara kıyasla erkekler tarafından daha fazla tüketildiği bu çalışmada tespit edilmiştir. Kangal-Demir vd. (2016) yaptıkları çalışmada erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre daha fazla gazlı içecek tükettiğini belirlemiştir. Yaş grupları dikkate alındığında yaş arttıkça gazlı içecek tüketiminin azaldığı tespit edilmiştir. Bunun nedeni olarak yaş ilerledikçe sağlıklı beslenme bilincinin artması gösterilebilir. Eğitim düzeyi dikkate alındığında gazlı içecekleri en çok tüketen grubun ön lisans öğrencileri olduğu en az tüketen grubun ise lisansüstü öğrencileri olduğu belirlenmiştir. Kola içeceğini Güneydoğu Anadolu’da büyüyen öğrencilerin en çok, Karadeniz’de büyüyen öğrencilerin ise en az tükettiği belirlenmiştir.

Maden suyunu en çok tüketen grup günlük 1 litreden daha az su tüketen öğrenci grubudur. En az tüketen grup ise günlük 3 litreden fazla su tüketen gruptur. Bu netice ile az su tüketen öğrencilerin su ihtiyaçlarını maden suyu tüketerek giderdikleri sonucuna varılabilir.

ABD’de yapılan bir araştırmada üniversite öğrencilerinin enerji içeceklerini tüketme eğilimleriyle ilgili bir anket çalışması yapılmıştır. Bu araştırma, katılımcıların %38,5’unun geçen hafta enerji içeceği tükettiğini, %64,9’unun ise geçen ay enerji içeceği tükettiğini tespit

etmiştir. Aynı araştırmada enerji içeceğinin tek başına tüketiminin en yaygın nedenleri arasında lezzet ve sınavlar olduğu, alkol kullanıcılarının da %31,9'nun enerji içeceğini alkole karıştırarak birlikte tükettiği belirlenmiştir (Poulos *et al.* 2016). Oysaki bu çalışmada Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi öğrencilerinin enerji içeceği tüketimi son derece düşük olarak tespit edilmiştir. Bu noktada bu çalışma yabancı ülkelerdeki benzer çalışmalardan farklılık göstermektedir bunun nedeni dini değerlerden kaynaklı alkol tüketiminin düşük olması ve enerji içeceklerin sağlık üzerindeki olumsuz etkileri ve toplumda kendine pek fazla yer edememesi gösterilebilir.

Avrupa Gıda Güvenliği Kurumu tarafından su tüketimi, erkekler için 2,5 litre, kadınlar için 2 litre olarak tavsiye edilmiştir (Gibson *et al.* 2013). Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi öğrencilerin %60,9'u günde 1-2 litre su tüketirken %15,5'i 3 litreden daha fazla su tüketmektedir. Üniversite öğrencilerinin günlük tükettikleri su miktarları Avrupa Gıda Güvenliği Kurumunca belirlenen değerlere yakın olduğu tespit edilmiştir.

Çalışma sonucu elde edilen veriler doğrultusunda aşağıda konu ile ilgili öneriler sunulmuştur.

- Aile ortamından ilk kez uzaklaşan öğrenciler için ikamet ettikleri devlete bağlı ya da özel yurtlarda sağlıklı içeceklerin bulundurulması zorunlu hale getirilmeli, sağlık sorunlarına yol açabilecek içeceklerin bulundurulması yasaklanmalıdır.
- Öğrencilerin sağlıklı içecek tüketimi konusunda bilinçlenmelerinin sağlanması gerekirse bu hususta gerekli derslerin organize edilmesi, duyuru afişleri ya da el broşürleri ile doğru beslenme bilincinin öğrenciye aktarılması sağlanmalıdır.
- Gazlı ve asitli içeceklerin sağlığa olumsuz etkileri noktasında öğrencilere gerekli bilgilendirmeler yapıp; bunların yerine sağlığa faydalı olan ayran, kefir, doğal meyve suları gibi içeceklerin tüketimi teşvik edilmelidir.
- Üniversite içerisinde satış yapan kantin, kafeterya, restoran gibi işletmelerde fiyat listesine üniversite yönetimi tarafından müdahale edilmeli, sağlıklı içeceklerin kar marjı düşürülerek fiyatın üniversite idaresi tarafından belirlenmesi sağlanmalıdır.
- Bahar şenliklerinde, kongrelerde, konferanslarda ve benzeri etkinliklerde ücretsiz dağıtılan ikramlarda sağlıksız içecekler yerine sağlıklı içeceklere yer verilmesi sağlanmalıdır.
- Üniversite yönetimi tarafından üniversite içerisinde hizmet veren kantin, kafeterya, restoran gibi işletmelerde satılan içeceklere sınırlama getirilmeli sağlık açısından sorun teşkil eden içeceklerin satışı yasaklanmalıdır.

- Üniversite yemekhanesinde menüler belirlenirken, yemekle uyumu da göz önünde bulundurularak sağlıklı içeceklerle menüde sık sık yer verilmesi sağlanmalıdır. Aynı şekilde sağlıksız içeceklerle menülerde yer verilmemelidir.
- Alınan boykot kararının uygulanabilirliğini arttırmak için boykot edilen ürünlerin çeşidine göre farklı ikame ürünlerin kolay temini sağlanmalı, alternatif ürünlerin tüketimi teşvik edilmelidir.
- İçeceklerin ambalajının üzerinden yazan içeriğin ne olduğu noktasında tüketici daha fazla bilinçlendirmeli, gelişen teknolojiye faydalanarak oluşturulabilecek basit bir karekod ile tüketicinin içeceğin içindeki yapay ve doğal bütün katkı maddeler hakkında detaylı bilgiye ulaşması sağlanmalıdır.
- Öğrencilerin günlük su tüketimi miktarının artması için öğrencilerinin bilinçlendirilmesi sağlanmalı, kampüs içinde ve fakültelerde çeşmeler yapıp öğrencinin temiz suya ulaşımı sağlanmalı ve su ticari bir ürün olmaktan çıkarılmalıdır.
- İçeceğin görseli ile içeriğinin birbiri ile örtüşmesi sağlanmalı bu noktada yasal düzenlemeler yapılmalıdır. Örneğin içeriğinde %1 bile çay olmayan ürünlerin soğuk çay adı altında satışının gerçekleşmesi engellenmeli tüketicilerin algı ile yanıltılmasının önüne geçilmelidir.
- Kantin, kafeterya ve restoran işletmecilerindeki aşırı kar düşüncesinin önüne geçilmeli işletmecilerde sağlıklı beslenme bilincinin gelişmesi sağlanmalı, her önüne gelene üniversite içinde işletme verilmemeli, işin vicdanı boyutun farkına varmaları sağlanmalıdır.

Bu araştırma ilerleyen zamanlarda farklı gruplar üzerinde, Türkiye'nin farklı bir bölgesinde değişen algılar, talepler ve istekler doğrultusunda içecek tüketimi araştırılabilmesine daha kapsamlı sonuçlar elde edilebilmesine referans olabilir.

KAYNAKÇA

- Ajmera, R., 2020. Coffee fruit (Coffee Berry): Nutrition and health benefits <https://www.healthline.com/nutrition/coffee-fruit-coffee-berry#uses> (21.05.2024).
- Akbörü, T., 2019. Farklı ticari kültürler ve dane ile üretilen kefirlerin özelliklerinin karşılaştırılması. Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Algarra, M., Fernandes, A., Mateus, N., de Freitas, V., da Silva, J. C. E., Casado, J., 2014. Anthocyanin profile and antioxidant capacity of black carrots (*Daucus carota* L. ssp. *sativus* var. *atrorubens* Alef.) from Cuevas Bajas, Spain. *Journal of Food Composition and Analysis*, 33(1), 71-76.
- Alsunni, A. A., 2015. Energy drink consumption: beneficial and adverse health effects. *International journal of health sciences*, 9(4), 468.
- Alsunni, A., Majeed, F., Yar, T., AlRahim, A., Ajhawaj, A. F., & Alzaki, M., 2015. Effects of energy drink consumption on corrected QT interval and heart rate variability in young obese Saudi male university students. *Ann Saudi Med*, 35(4), 282-287.
- Anonim 2024. https://www.lezzet.com.tr/lezzetten-haberler/cool-lime-nedir-iste-tarifin-kisa-oykusu#google_vignette (14.05.2024).
- Anonim 2024a. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Milkshake> (08.05.2024)
- Anonim 2024b. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Oralet> (08.05.2024)
- Anonim 2023. <https://www.hurom.com.tr/smoothie-nedir/> (08.05.2024)
- Anonymous 2016. Annual per capita tea consumption worldwide as of 2016, by leading countries (in pounds). [Web-based visual] Available at: <https://www.statista.com/statistics/507950/global-per-capita-tea-consumption-by-country/> (13.05.2024).
- Anonymous 2017. NCD Risk Factor Collaboration (NCD-RisC) Worldwide trends in body mass index, underweight, overweight, and obesity from 1975 to 2016: a pooled analysis of 2416 population-based measurement studies in 128.9 million children, adolescents, and adults. *Lancet*, 390, 2627–2642
- Anonymous 2017. Obesity Collaborators *et al.* Health effects of overweight and obesity in 195 countries over 25 years. 377, 13–27. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28604169/> (21.05.2024).
- Arıcı, M., Dağlıoğlu, O., 2007. Boza: Laktik asit fermentasyonu ile üretilen tahıl kaynaklı geleneksel bir Türk gıdası. Acısıyla Tatlısıyla Boza. TC Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara, 76-87.
- Arslan, C., Mendeş, B., 2004. Üniversitelerin farklı bölümlerinde okuyan erkek ve kız öğrencilerin sıvı tüketimleri ve bilgi düzeylerinin araştırılması. *Fırat Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 18(3), 163-170.
- Asiah, N., Aqil M., Dwiranti, S., and David, W., 2019. Sensory and chemical changes of cold and hot brew Arabica coffee at various resting. *Time. Research. Gate.* https://www.researchgate.net/publication/338187404_Sensory_and_Chemical

[hangs_of_Cold_and_Hot_Brew_Arabica_Coffee_at_Various_Resting_Time.](#)(21.05.2024).

- Aslam, H., Marx, W., Rocks, T., Loughman, A., Chandrasekaran, V., Ruusunen, A., Dawson, S.L., West, M., Mullarkey, E., Pasco, J.A., Jacka, F.N., 2020. The effects of dairy and dairy derivatives on the gut microbiota: a systematic literature review. *Gut Microbes*, 12(1), 1799533.
- Atalar, I., 2019. Functional kefir production from high pressure homogenized hazelnut milk. *LWT-Food Science and Technology*, 107, 256-263.
- Azizi, N.F., Kumar, M.R.; Yeap, S.K., Abdullah, J.O., Khalid, M.; Omar, A.R.; Osman, M.A.; Mortadza, S.A.S.; and Alitheen, N.B., 2021. Kefir and its biological activities. *Foods*, 10, 1210.
- Ayoub-Charette, S., 2019. Important food sources of fructose-containing sugars and incident gout: a systematic review and meta-analysis of prospective cohort studies. *BMJ Open*, 9, e024171.
- Babayiğit, M.A., Oğur, R., Tekbaş, Ö.F., Hasde, M., 2006. Genç erişkin erkeklerde alkolsüz içecek tüketim alışkanlıklarının ve etki eden faktörlerin araştırılması. *Genel Tıp Dergisi*, 16(4), 161-168.
- Baldermann, S., Yang, Z., Katsuno, T., Tu, V.A., Mase, N., Nakamura, Y. and Watanabe, N., 2014. Discrimination of green, oolong, and black teas by gc-ms analysis of characteristic volatile flavor compounds. *American Journal of Analytical Chemistry*, 5 (09), 620-632.
- Balentine, D. A., Wiseman, S.A. and Bouwens, L.C.M., 1997. The chemistry of tea flavonoids. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 37 (8): 693-704. Basu, A., Nguyen, A., Betts, N. M., & Lyons, T. J., 2014. Strawberry As a Functional Food: An Evidence-Based Review. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 54(6), 790-806,
- Benli-Tüfekçi, H., Fenercioğlu, H., 2010. Türkiye’de üretilen bazı ticari meyve sularının kimyasal özellikler açısından gıda mevzuatına uygunluğu. *Akademik Gıda*, 8(2), 11-17.
- Bothe, G., Coh, A., Auinger, A., 2017. Efficacy and safety of a natural mineral water rich in magnesium and sulphate for bowel function: a double-blind, randomized, placebo-controlled study. *European Journal of Applied Physiology*, 56(2), 491-499.
- Boyle, R. J., & Tang, M. L. K., 2006. The role of probiotics in the management of allergic disease. *Clinical & Experimental Allergy*, 36(5), 568-576.
- Budak, N., Çiçek, B., Şahin, H., 2002. Üniversite öğrencilerinin tükettikleri içecekler ve tercihlerini belirleyen etmenler. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 31(2), 31-40.
- Bükülmez, A., 2020. Anne sütü alternatifleri: Hangi formülü ne zaman kullanmalı?. *Pediatric Practice and Research*, 8(2), 50-56.
- Büyükoztürk, Ş., 2006. Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara.
- Calcaterra, V., Cena, H., Magenes, V.C., Vincenti, A., Comola, G., Beretta, A., Di Napoli, I., Zuccotti, G., 2023. Sugar-sweetened beverages and metabolic risk in children and adolescents with obesity: A Narrative Review. *Nutrients*, 15(3), 702.
- Can, P., 2016. Marka deneyimi, hedonik duygular ve algılanan reklam harcamalarının marka değeri boyutlarına etkisi üzerine fast food sektöründe bir araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(30), 121-143.

- Can, A., 2013. SPSS ile nicel veri analizi. Pegem A Yayıncılık, Ankara, 274-292.
- Cassady, B.A., Considine, R.V., Mattes, R.D., 2012. Beverage consumption, appetite, and energy intake: what did you expect? The American Journal of Clinical Nutrition, 95(3), 587-93.
- Chen H., 2019. Consumption of sugar-sweetened beverages has a dose-dependent effect on the risk of non-alcoholic fatty liver disease: an updated systematic review and dose response meta-analysis. Int. J. Env. Res. Public Health, 16(12), 2192.
- Choi, J., 2020. Motivations influencing caffeine consumption behaviors among college students in Korea: Associations with Sleep Quality. Nutrients, 12(4), 953.
- Cruz, B., 2016. Social boycott. Revista Brasileira de Gestao de Negocios, 19(63), 7
- Çelik, Y., 2011. 12-14 Yaş arasındaki ergenlerin içecek tercihleri ve tüketimleri. Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş., 2012. Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları (Vol. 2). Pegem Akademi. Ankara.
- Deniz, D., 2020. Farklı asitlik düzeylerine sahip limonataların depolama sürecinde aroma profilindeki değişimlerin araştırılması. Bursa Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Bursa.
- DiMeglio, D.P., Mattes, R.D., 2000. Liquid versus solid carbohydrate: effects on food intake and body weight. Int J Obes Relat Metab Disord, 24, 794-800.
- Durmaz, P., 2019. Üniversite öğrencilerinin içecek tüketim tercihlerinin incelenmesi: Ankara'da Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Durlu-Özkaya, F., 2013. Süt ve süt ürünleri teknolojisi. F. Durlu Özkaya, S. Coşansu, K. Ayhan (Editörler). Her Yönüyle Gıda. Ankara. Sidas Medya, 74-76.
- Düler, H. B., 2002. Kış decelerinin hatırlı dostu boza. Sky life Aylık THY Dergisi. Şubat 62-66.
- Egea, M. B., Santos, D. C. D., Oliveira Filho, J. G. D., Ores, J. D. C., Takeuchi, K. P. And Lemes, A. C., 2022. A review of nondairy kefir products: their characteristics and potential human health benefits. Critical Reviews in Food Science and Nutrition, 62(6), 1536-1552.
- Emokpae, M. A., & Brown, S. I., 2021. Effects of lifestyle factors on fertility: practical recommendations for modification. Reprod Fertil. 8;2(1), 13-26.
- Ensminger, A. H., Ensminger, M. E., Konlande, J. E., & Robson, J. R., 1995. The concise encyclopedia of foods & nutrition. CRC Press Inc.
- Ergan, C., 2016. Adölesanlarda gazlı içecek tüketimi., Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Erten, H., Tanguler, H., Canbaş, A., 2008. A traditional Turkish lactic acid fermented beverage: Shalgam (Salgam). Food Reviews International. 24(3), 352-359.
- Esquivel, P., & Jiménez, V. M., 2012. Functional properties of coffee and coffee by products. Food Research International, 46(2), 488-495.
- Farahmand, N., Ouoba, L. I., Naghizadeh Raeisi, S., Sutherland, J., and Ghoddusi, H. B., 2021. Probiotic lactobacilli in fermented dairy products: Selective detection, enumeration and identification scheme. Microorganisms, 9(8), 1600.

- Farhangi, M.A., Nikniaz, L., Khodarahmi, M., 2020. Sugar-sweetened beverages increases the risk of hypertension among children and adolescence: a systematic review and dose response meta-analysis. *J Transl Med*, 18(1), 1-18.
- Fernandes, A., J., Bredda, E., H., Da Rós, P., C., M., & Pereira, E., B., 2022. Sustainable enzymatic approach for the production of essential fatty acid based on coffee oil hydrolysis – catalysis letters. *SpringerLink*, 152(2), 452.
- Fidell, L. S., & Tabachnick, B. G., 2001. Preparatory data analysis. *Handbook of psychology: Research methods in psychology*, 2, 115-141. Fırat,
- A., Bulut, Z.A., Karabulut, N.A. 2014. “Hane halkının süpermarket alışverişlerindeki içecek ürünleri tercihlerine etki eden faktörlerin araştırılması”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(29), 388-398. Sosyal
- Flis, Z. and Molik, E., 2021. Importance of bioactive substances in sheep’s milk in human health. *International Journal of Molecular Sciences*, 22(9), 4364.
- Friedman, M., 1999. *Consumer boycotts : Affecting change through the marketplace and the media*. New York: Routledge.
- Fuller, Megan, and Niny Z. Rao., 2017. The Effect of time, roasting temperature, and grind size on caffeine and chlorogenic acid concentrations in cold brew coffee. *Scientific Reports*, 7(1), 1-9.
- Gardener, H., Moon, Y.P., Rundek, T., Elkind, M.S.V., Sacco, R.L., 2018. Diet soda an sugar-sweetened soda consumption in relation to incident diabetes in the Northern Manhattan study. *Current Developments in Nutrition*, 30;2(5).
- Gelb, B. D., 1995. More boycotts ahead? Some implications. *Business Horizons*, 38(2), 70-76.
- George, D., & Mallery, P., 2019.. *IBM SPSS statistics 26 step by step: A simple guide andreference*. Routledge.
- Ghozayel, M., Ghaddar, A., Farhat, G., Nasreddine, L., Kara, J., & Jomaa, L. (2020). Energy drinks consumption and perceptions among University Students in Beirut, Lebanon: Amixed methods approach. *PloS one*, 15(4), e0232199.
- Gibson, S., ve Shirreffs, S. M., 2013. Beverage consumption habits “24/7” among Britishadults: Association with total water intake and energy intake. *Nutrition journal*, 12(1),9.
- Gonzalez-Molina, E. M.-V., 2009. A new drink rich in healthy bioactives combining lemon and pomegranate juices. *Food Chemistry*, 115, 1364- 1372
- Góralaska, K., Klimczak, A., Rachubinski, P., Jaglowska, A., & Kwapiszewska, A., 2015. Consumption of sweetened beverages as a risk factor of colonization of oral cavity by fungi-eating habits of university students. *Annals of parasitology*, 61(3). 61(3), 175-182.
- Grimm, G. C., Harnack, L., & Story, M., 2004. Factors associated with soft drink consumption in school-aged children. *Journal of the American Dietetic Association*, 104(8), 1244-1249
- Grove, K. A., & Lambert, J. D., 2010. Laboratory, epidemiological, and human intervention studies show that tea (*Camellia sinensis*) may be useful in the prevention of obesity. *The Journal of Nutrition*, 140(3), 446–453.
- Gut, A. M., Vasiljevic, T., Yeager, T. and Donkor, O. N., 2019. Characterization of yeasts isolated from traditional kefir grains for potential probiotic properties. *Journal of Functional Foods*, 58, 56-66.

- Gürsoy, D., 2013. Tarihin süzgecinde mutfak kültürümüz. (İkinci Baskı). İstanbul, Oğlak Yayıncılık, 80-82.
- Gürbüz, S., 2019. AMOS ile yapısal eşitlik modellemesi. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Hasni, D., Safriani, N., Nilda, C., Rahmad, D., and Aneiza, R., 2021. Comparison of radical scavenging activity of commercial Arabica and Robusta Coffee based on roasting method and brewing condition. *Earth and Environmental Science*. 644(1), 012075.
- Heckman, M. A., Sherry, K., & de Mejia, E. G., 2010. Energy drinks: An assessment of their market size, consumer demographics, ingredient profile, functionality and regulations in the United States. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 9(3), 303-317.
- Hernández-López, R., Canto-Osorio, F., Vidaña-Pérez, D., Torres-Ibarra, L., Rivera-Paredes, B., Gallegos-Carrillo, K., López-Olmedo, N., 2022. Soft drink and non-caloric soft drink intake and their association with blood pressure: the Health Workers Cohort Study. *Nutrition Journal*, 21(1), 1-10.
- Hess, J. M., Lilo, E. A., Cruz, T. H., & Davis, S. M., 2019. Perceptions of water and sugar-sweetened beverage consumption habits among teens, parents and teachers in the rural south-western USA. *Public health nutrition*, 22(8), 1376-1387.
- Hruby, A., 2016. Determinants and consequences of obesity. *Am. J. Public Health*. 106,1656-1662.
- Hu, F.B., 2013. Resolved: there is sufficient scientific evidence that decreasing sugar sweetened beverage consumption will reduce the prevalence of obesity and obesity-related diseases. *Obes Rev*, 14(8), 606-19
- Howard, M., A., Marczinski C., A., 2010. Acute effects of a glucose energy drink on behavioral control. *Exp Clin Psychopharmacol*, 18(6), 553-61.
- İgüs, E., 2016. Balkanlar'dan Anadolu'ya aza ve türleri ile Türkiye'deki Balkan kökenli bozacılar. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 101-111.
- Jeske, S., Zannini E., Arendt, E. K., 2017. Evaluation of physicochemical and glycaemic properties of commercial plant-based milk substitutes. *Plant Foods for Human Nutrition*, 72, 26-33.
- Jiang, L., He, P., Chen, J., Liu, Y., Liu, D., Qin, G., Tan, N., 2016. Magnesium levels in drinking water and coronary heart disease mortality risk: A meta-analysis. *Nutrients*, 8(1), 5.
- Jones, A.C., Kirkpatrick, S.I., Hammond, D., 2019. Beverage consumption and energy intake among Canadians: analyses of 2004 and 2015 national dietary intake data. *The Journal of Nutrition*, 18, 60.
- Kacar, B., 2010. Çay: Çay bitkisi, biyokimyası, gübreleme, işleme teknolojisi. 1th edition. Nobel Yayın Dağıtım.
- Kahn, J., 2022. Nine benefits of antioxidants: from disease prevention to healthy aging. <https://www.livescience.com/benefits-of-antioxidants> (20.05.2024).
- Kang, S., Yan, H., Zhu, Y., Liu, X., Lv, H.-P., Zhang, Y., Dai, W.-D., Guo, L., Tan, J.-F., Peng, Q.-H., & Lin, Z., 2019. Identification and quantification of key odorants in the world's four most famous black teas. *Food Research International*, 121, 73–83.
- Kang, D., Lee, H., Davaatseren M., Chung, M., 2020. Comparison of acrylamide and furan concentrations, antioxidant activities, and volatile profiles in cold or hot brew coffees. *Food Science and Biotechnology*, 29(1), 141-148.

- Kangal-Demir, A., Yalçın, B., (2016). Genç tüketicilerin içecek tercihlerinin basamaklama yöntemi ile belirlenmesi. *Business & Economics Research Journal*, 7(1), 139-160.
- Kasperek, M., Grimm, U., 1999. European trade in Turkish salep with special reference to Germany. *Economic Botany*, 53(4), 396-406.
- Kaya-Bayram, S., 2013. Kolajen hidrolizat içeren meyveli içecek üretimi. Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Kim, Y.-K., 2017. Complications associated with orthognathic surgery. *Journal of the Korean Association of Oral and Maxillofacial Surgeons*, 43(1), 3-15.
- Komada, Y, Okajima, I., Kuwata, T.,2020. The Effects of milk and dairy products on sleep: Systematic review. *Int J Environ Res Public Health*, 17(24), 9440.
- Kuklina, E. V., Park, S., 2020. Sugar-sweetened beverage consumption and lipid profile: More evidence for interventions. *Journal of the American Heart Association*, 9(5), e015061.
- Küçükkömürler, S., & Kurt, N., 2018. Adölesanlarda kafein tüketimi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 111-124.
- Leal, J. S. V., Vegi, A. S. F., Meireles, A. L., Machado, Í. E., de Menezes, M. C., 2022. Burden of non-communicable chronic diseases attributable to the consumption of sugar sweetened beverage, 1990–2019. *Clinical Nutrition ESPEN*, 51, 253-261.
- Liang, N., Kitts, D. D., 2016. Role of chlorogenic acids in controlling oxidative and inflammatory stress conditions. *Nutrients*. 8(1), 16.
- Li, X., Braakhuis, A., Li, Z., & Roy, R., 2022. How does the university food environment impact student dietary behaviors? A systematic review. *Frontiers in nutrition*, 9, 840818.
- Maersk M., Belza A., Holst J.J., Fenger-Grøn M., Pedersen S.B., Astrup A., Richelsen B.,2012. Satiety scores and satiety hormone response after sucrose-sweetened soft drink compared with isocaloric semi-skimmed milk and with non-caloric soft drink: A Controlled Trial. *Eur. J. Clin. Nutr.*, 66, 523–529.
- Malik, V. S., Hu, F. B., 2022. The role of sugar-sweetened beverages in the global epidemics of obesity and chronic diseases. *Nat. Rev. Endocrinol*, 18, 205–218.
- Malik, V.S., Popkin, B. M., Bray, G. A., Despres, J.P., Hu, F.B., 2010. Sugar-sweetened beverages, obesity, type 2 diabetes mellitus, and cardiovascular disease risk. *Circulation*, 121, 1356-1364.
- Mato, M., & Tsukasaki, K., 2020. Relationship between breakfast consumption and health-related habits among university students in Japan. *日本公衆衛生雑誌*, 67(11),791-799.
- Mazıcıoğlu, M., Öztürk, M., Öztürk, A., 2003. Üniversite 3. ve 4. sınıf öğrencilerinde beslenme alışkanlıkları ve bunları etkileyen faktörler. *Erciyes Tıp Dergisi*, 25(4), 172 178.
- Mets, M.,A., Ketzer, S, Blom C., 2011. Positive effects of Red Bull® Energy Drink on driving performance during prolonged driving. *Psychopharmacology (Berl)*, 214(3),737-45
- Miller, C., Ettridge, K., Wakefield, M., Pettigrew, S., Coveney, J., Roder, D., & Dono, J.,2020. Consumption of sugar-sweetened beverages, juice, artificially sweetened soda and bottled water: An Australian population study. *Nutrients*, 12(3), 817.
- Mizgier, P., Kucharska, A. Z., Sokół-Łętowska, A., Kolniak-Ostek, J., Kidoń, M., & Fecka, I., 2016. Characterization of phenolic compounds and antioxidant and anti-inflammatory properties of red cabbage and purple carrot extracts. *Journal of Functional Foods*, 21, 133- 146.

- Morgan K., Lowthian E., Hawkins J., Hallingberg B., Alhumud M., Roberts C., Murphy S., Moore G, 2021. Sugar-sweetened beverage consumption from 1998–2017: Findings from the health behaviour in school-aged children/school health research network in Wales. *PLoS ONE*, 16, e0248847.
- Nardi, P. M., 2018. Doing survey research: A guide to quantitative methods. Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315172231/surveyresearch-peter-nardi>(25.05.2024).
- Naser, A.M., Rahman, M., Unicomb, L., Doza, S., Gazi, M.S., Alam, G.R., Karim, M.R., Uddin, M.N., Khan, G.K., Ahmed, K.M., Shamsudduha, M., Anand, S., Narayan, K.M.V., Chang, H.H., Luby, S.P., Gribble, M.O., Clasen, T.F., 2019. Drinking water salinity, urinary macro mineral excretions, and blood pressure in the Southwest Coastal population of Bangladesh. *J Am Heart Assoc.*, 8(9), e012007.
- Nejatollahi, M., Mortazavi, S., & Ildoromi, A., 2014. Levels of Cu, Zn, Pb, and Cd in the leaves of the tea plant (*Camellia sinensis*) and in the soil of Gilan and Mazandaran farms of Iran. *Journal of Food Measurement and Characterization*, 8(4), 277–282.
- Nielsen S.J., Popkin B.M., 2004. Changes in beverage intake between 1977 and 2001. *Am. J. Prev. Med.*, 27, 205–210.
- Ningjian, L., and Kitts, D.D., 2014. Antioxidant property of coffee components: Assessment of methods that define mechanisms of action. *Molecules*, 19(11), 19180-19208.
- Nissensohn, M., Sánchez-Villegas, A., Ortega, R. M., Aranceta-Bartrina, J., Gil, Á., González Gross, M., Varela-Moreiras, G., & Serra-Majem, L., 2016. Beverage consumption habits and association with total water and energy intakes in the Spanish population: Findings of the ANIBES study. *Nutrients*, 8(4), 232.
- Nonthakaew, A., N. Matan, and Tanong A., 2015. Caffeine in foods and its antimicrobial activity. *International Food Research Journal* 22(1). https://www.researchgate.net/publication/281752042_Caffeine_in_foods_and_its_antimicrobial_activity (21.05.2024).
- Opoku-Acheampong, A. A., Kidd, T., Adhikari, K., Muturi, N., & Kattelman, K., 2018. Assessing physical activity, fruit, vegetable, and sugar-sweetened beverage intake patterns of college students in Kansas. *Journal of nutrition education and behavior*, 50(10), 977-983.
- Önçel, S., 2015. Türk mutfağı ve geleceğine ilişkin değerlendirmeler. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, (3), 33-44.
- Örücü, E., & Tavşancı, S., 2001 Gıda ürünlerin tüketicinin satın alma eğilimini etkileyen faktörler ve ambalajlama. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (3)
- Özçelik, A.Ö., Sürücüoğlu, M.S., 1998. Tüketicilerin “Fast-Food” türü yiyecek tercihleri. *Gıda Dergisi*, 23(6), 437-447.
- Özel, E., Gökçe, K., 2006. Spor İçecekleri ve Dental Erozyon. *Atatürk Üniv Diş Hek Fak Dergisi*, (Suppl), 14-17.
- Parlak K., 2020. Et kültürü ile tanınan Gaziantep mutfağının vejeteryan yönü. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi*, Gaziantep.
- Pan, S. Y., Nie, Q., Tai, H. C., Song, X. L., Tong, Y. F., Zhang, L. J., Wu, X. W., Lin, Z. H., Zhang, Y. Y., Ye, D. Y., Zhang, Y., Wang, X. Y., Zhu, P. L., Chu, Z. S., Yu, Z. L., and Liang, C., 2022. Tea and tea drinking: China's outstanding contributions to the mankind. *Chinese medicine*, 17(1), 27.

- Peluzio, M. D. C. G., Dias, M. D. M. E., Martinez, J. A., Milagro, F. I., 2021. Kefir and intestinal microbiota modulation: implications in human health. *Frontiers in nutrition*, 8, 638740.
- Pereira, M., Vinícius, G., Soccol, V. T., Pandey, A., Medeiros, A. B. P., Rodrigues, J. M., Lara A., Soccol C. R., 2014. Isolation, selection and evaluation of yeasts for use in fermentation of coffee beans by the wet process. *International Journal of Food Microbiology*, 188, 60-66.
- Platania, M., Rapisarda, P., & Rizzo, M. (2016). Food and health habits of university students. Relationship to food consumption behaviour. *International Food Research Journal*, 23(3).
- Poulos, N. S., & Pasch, K. E., 2016. Socio-demographic differences in energy drink consumption and reasons for consumption among US college students. *Health Education Journal*, 75(3), 318-330.
- Pop, M.S., Cheregi, D.C., Onose, G., Munteanu, C., Popescu, C., Rotariu, M., Turnea, M.A., Dogaru, G., Ionescu, E.V., Oprea, D., Iliescu, M.G., Minea, M., Stanciu, L.E, Silişteanu, SC, Oprea, C., 2023. Exploring the potential benefits of natural calcium rich mineral waters for health and wellness: A systematic review. *Nutrients*. 15(14), 3126
- Pratt, E., 2020. Does coffee help your digestive system? Experts aren't convinced. <https://www.healthline.com/health-news/coffee-improves-focus-but-wontenhance-creativity> (21.05.2024).
- Rana, M. M., 2022. Tea production and processing - ensuring quality and safety for human health. *Moulvibazar*, 14.
- Rawangkan, A., Siriphap, A., Yosboonruang, A., Kiddee, A., Pook-In, G., Saokaew S., Sutheinkul, O., Duangjai, A., 2022. Potential antimicrobial properties of coffee beans and coffee by-products against drug-resistant vibrio cholerae." *Frontiers in Nutrition* 9. <https://www.frontiersi.org/articles/10.3389/fnut.2022.865684/full>. (22.05.2024).
- Ruiz, L. D., & Scherr, R. E., 2019. Risk of energy drink consumption to adolescent health. *American Journal of Lifestyle Medicine*, 13(1), 22-25.
- Sağlam, F., 1991. Hızlı hazır yemek sistemi (Fast-Food) üzerine bir çalışma. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 20, 187-197.
- Schwarz, N., Groves, R. M., & Schuman, H., 1998. Survey methods. *The handbook of social psychology*, 1, 143-179.
- Sdrali, D., Anisiadou, M., Goussia-Rizou, M., & Costarelli, V., 2010. Adolescents' soft drinks consumption in family environment: a case study in Northern Greece. *International Journal of Consumer Studies*, 34(6), 684-690.
- Seenivasan, S., Manikandan, N., Muraleedharan, N. N., & Selvasundaram, R., 2008. Heavy metal content of black teas from south India. *Food Control*, 19(8), 746– 749.
- Sharifi, M., Moridnia, A., Mortazavi, D., Salehi, M., Bagheri, M. and Sheikhi, A., 2017. Kefir: a powerful probiotic with anticancer properties. *Medical Oncology*, 34, 1-7.
- Sharma, V., Bhattacharya, A., Kumar, A. and Sharma, H., 2007 . Health benefits of tea consumption. *Tropical Journal of Pharmaceutical Research*, 6(3), 785- 792.
- Singh, G.M., Micha, R., Khatibzadeh, S., Lim, S., Ezzati, M., Mozaffaria, n D., 2015. Estimated global, regional, and national disease burdens related to sugar- sweetened beverage consumption in 2010. *Global Burden of Diseases Nutrition and Chronic Diseases Expert Group (NutriCoDE) Circulation*, 25;132(8), 639-66.

- Singh G.M., 2015. Global, regional, and national consumption of sugar-sweetened beverages, fruit juices, and milk: a systematic assessment of beverage intake in 187 countries. *PLoS ONE*, 10(8), e0124845.
- Sualeh, A., Tolessa K., & Mohammed A., 2020. Biochemical composition of green and roasted coffee beans and their association with coffee quality from different Districts of Southwest Ethiopia. *Heliyon* 6(12), e05812. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405844020326554> (21.05.2024)
- Sürücüoğlu, M.S., Çakıroğlu, F.P., 2000. “Ankara Üniversitesi öğrencilerinin hızlı hazır yiyecek tercihleri üzerinde bir araştırma”. *Tarım Bilimleri Dergisi*, 6(3), 116-121.
- Tanriseven, D., Kadiroglu, P., Selli, S., Kelebek, H., 2020. LC-DAD-ESI-MS/MS-assisted elucidation of the phenolic compounds in shalgams: Comparison of traditional and direct methods. *Food chemistry*. 305, 125505
- Tamer C., E., Karaman B., Copur O., U., 2006. A traditional Turkish beverage: Salep. *Food Reviews International*, 22(1), 43-50.
- Tamuçay Özünlü, B., Koçak, C., 2010. Süte farklı ısıtma işlem uygulamalarının ayran kalitesine etkisi. *Gıda* 35(5): 355-362.
- Tataş-Güllü, N., 2024. Bursa’da yüksek öğretim yurtlarında kalan öğrencilerin beslenme alışkanlıklarının belirlenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Tekinşen, O.C., Tekinşen, K.K., 2008. Dondurma: Temel bilgiler, Teknoloji, Kalite Kontrolü. Konya, Selçuk Üniversitesi Basımevi, 37-38/99-108.
- Tegin, R. A. A., Gönülalan, Z., 2014. Bütün yönleriyle doğal fermente ürün: Kıymız. *Manas Mühendislik Dergisi*, 2(1), 23-34.
- Temple, J. L., 2009. Caffeine use in children: what we know, what we have left to learn, and why we should worry. 33(6), 793-806.
- Thorning, T.K., Raben, A., Tholstrup, T., Soedamah-Muthu, S.S., Givens, I., Astrup, A., 2016. Milk and dairy products: good or bad for human health? An assessment of the totality of scientific evidence. *Journal of Food and Nutrition Research*, 60, 32527.
- Tonin, F. S., Steimbach, L. M., Wiens, A., Perlin, C. M., & Pontarolo, R., 2015. Impact of natural juice consumption on plasma antioxidant status. A Systematic Review and Meta-Analysis. *Molecules*, 20(12), 22146-22156.
- Tourangeau, R., & Yan, T., 2007. Sensitive questions in surveys. *Psychological bulletin*, 133(5), 859.
- Tripathi, M. K., Giri, S. K., 2014. Probiotic functional foods: Survival of probiotics during processing and storage. *Journal of functional foods*. 9, 225-241.
- Tuncel, N., 2023. Hayvansal sütler ve bitkisel sütler. Besleyici ve Sağlıklı Gıda: Gıda Endüstrisinden Sofraya. 1. Baskı. Ankara: Türkiye Klinikleri, 55-67.
- Üçok, E. F., Tosun, H., 2012. Şalgam suyu üretimi ve fonksiyonel özellikleri. *Celal Bayar University Journal Of Science*. 8(1), 17-26.
- Üstün, Ç., 2009. Eski bir Türk içeceği: Kıymız (Koumiss). *Türklük Bilimi Araştırmaları*, (26), 247-255.
- Valtin, H., 2002. "Drink at least eight glasses of water a day." Really? Is there scientific evidence for "8 × 8". *American Journal of Physiology-Regulatory, Integrative and Comparative Physiology*, 283.

- Vien, S., Luhovyy, B. L., Patel, B. P., Panahi, S., El Khoury, D., Mollard, R. C., Anderson, G. H., 2017. Pre-and within-meal effects of fluid dairy products on appetite, food intake, glycemia, and regulatory hormones in children. *Applied Physiology, Nutrition, and Metabolism*, 42(3), 302-310.
- Yalçın, S., 2016. Homojenizasyon ve ısıtma işlem uygulamalarının farklı oranlarda yağ içeren sütlerden üretilen ayranın fizikokimyasal ve duyu özellikleri üzerine etkisinin belirlenmesi, Akdeniz Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Antalya.
- Yatkın, D., 2018. Bozkır kültüründe alkollü içecekler. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi. Afyon.
- Yılmaz, E., Özkan, S., 2007. Üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıklarının incelenmesi. V. Temel Sağlık Hizmetleri Sempozyumu, Manisa
- Yi, T., Zhu, L., Peng, W. L., He, X. C., Chen, H. L., Li, J., Yu, T., Liang, Z. T., Zhao, Z. Z., and Chen, H. B., 2015. Comparison of ten major constituents in seven types of processed tea using hplc-dad-ms followed by principal component and hierarchical cluster analysis. *Lwt-Food Science and Technology*, 62 (1), 194-201.
- Wang, Y., Bi, C., Liu, H., Lin, H., Cai, R., & Zhang, J., 2022. Association of sugar-sweetened beverage consumption with psychological symptoms among Chinese university students during the COVID-19 pandemic. *Frontiers in Psychology*, 13, 1024946.
- Wolk, B.,J., Ganetsky, M., Babu, K.,M., 2012.Toxicity of energy drinks. *Curr Opin Pediatr*, 24(2), 243-51.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı:	İsmail AKSU
Doğum tarihi:	
Doğum Yeri:	
Uyruğu:	
Adres:	
Tel:	
E-mail:	
Eğitim	
Lise:	
Lisans:	
Lisans:	
Yüksek Lisans:	
Yüksek Lisans:	
Yabancı Dil Bilgisi	
Sertifikalar	
Tezden Üretilmiş Yayınlar	