

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI

X, Y VE Z KUŞAKLARININ BESLENME ALIŞKANLIKLARININ
İNCELENMESİ: BALIKESİR İLİ ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

BETÜL TERLEMEZOĞLU

BALIKESİR, 2023

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI

X, Y VE Z KUŞAKLARININ BESLENME ALIŞKANLIKLARININ
İNCELENMESİ: BALIKESİR İLİ ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

BETÜL TERLEMEZOĞLU

TEZ DANIŞMANI

PROF. DR. AHMET KÖROĞLU

BALIKESİR, 2023

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEZ ONAYI

Enstitümüzün Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı'nda 202012545012 numaralı Betül TERLEMEZOĞLU'nun hazırladığı X, Y ve Z Kuşaklarının Beslenme Alışkanlıklarının İncelenmesi: Balıkesir İli Örneği konulu YÜKSEKLİSANS tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 07.07.2023 tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ/OY ÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.

Üye (Danışman): Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU

İmza

Üye: Prof. Dr. Murat DOĞDUBAY

İmza

Üye: Dr. Öğr. Üyesi Samet Can CURKAN

İmza

.../.../...
Enstitü Onayı

ETİK BEYAN

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

....../....../20...

İmza

Betül TERLEMEZOĞLU

ÖNSÖZ

Bu çalışmanın amacı, Balıkesir İlinin Merkez İlçelerinde yaşayan X, Y ve Z kuşaklarının beslenme alışkanlıklarını bilimsel bir yaklaşımla incelemektir. Sağlıklı beslenme farkındalığını artırmak ve yiyecek-içecek hizmeti veren işletmelerin hedef müşteri kitlesini belirlemeye yardımcı olmak çalışmanın diğer amaçlarındandır. Çalışmada, bireylerin günlük besin alımları, öğün düzenleri, organik ürün kullanımı, besin tercihleri gibi faktörlerin belirlenmesi ve değerlendirilmesi önemli bir odak noktasıdır. Bu çalışmanın sonuçları, Balıkesir İlinin Merkez İlçelerindeki X, Y ve Z kuşaklarının beslenme alışkanlıklarının anlaşılmasına ve sağlıklı beslenme konusunda farkındalığın artmasına yardımcı olacaktır. Bu bilgiler, yiyecek-içecek sektöründe faaliyet gösteren işletmelere, hedef müşteri kitlesini daha iyi tanıyarak sağlıklı beslenme trendlerine uygun ürün ve hizmetler sunma konusunda yol gösterecektir.

Lisansüstü eğitimimde ve tez sürecimde bana daima destek olan, bilgileriyle beni aydınlatan ve yol gösteren değerli hocam ve danışmanım Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU'na sonsuz minnetlerimi sunar, teşekkürü bir borç bilirim.

Bu günlere gelmeme vesile olan, Lisans eğitimimde Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi ve Lisansüstü eğitimimde Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde katkılarını benden esirgemeyen değerli hocalarıma teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım.

Son olarak hayatım boyunca daima arkamda olan, bana güç veren ve destekleyen değerli annem Nebahat TERLEMEZOĞLU'na ve değerli babam Muharrem TERLEMEZOĞLU'na sonsuz sevgilerimi ve teşekkürlerimi sunarım.

BALIKESİR, 2023

BETÜL TERLEMEZOĞLU

ÖZET

X, Y VE Z KUŞAKLARININ BESLENME ALIŞKANLIKLARININ İNCELENMESİ: BALIKESİR İLİ ÖRNEĞİ

TERLEMEZOĞLU, Betül

Yüksek Lisans, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU

2023, 131 Sayfa

Yapılan bu araştırmada, Balıkesir İlinin Merkez İlçelerinde yaşayan X, Y ve Z kuşaklarının beslenme alışkanlıklarındaki farklılıkların belirlenmesi amaçlanmıştır. Literatür taranmış olup ilgili alanyazın oluşturulmuştur.

Çalışmanın amacına uygun olacak şekilde araştırmaya katılan X, Y ve Z kuşağı bireylerinin beslenme alışkanlıklarını belirlemeye yönelik sorular içeren ve Beslenme Alışkanlıkları Ölçeği'nden oluşan bir anket formu hazırlanmıştır. Hazırlanan anket formu, Balıkesir İlinin Altıeylül ve Karesi İlçelerinde ikamet eden X, Y ve Z kuşaklarını kapsayan bireylere uygulanmıştır. Kota Örnekleme Yöntemi ile belirlenen 403 kişiden veri toplanmış olup, bu veriler IBM SPSS 27.0 paket programı ile analiz edilmiştir.

Araştırmada elde edilen bulgu ve sonuçlara göre, X kuşağı bireylerinin yeme içme davranışlarının Y ve Z kuşaklarındaki bireylere göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. X kuşağının yaş ortalaması diğer kuşaklara göre daha yüksek olduğu için bu durum beslenme alışkanlıklarına da yansımaktadır. Öğün atlama nedenleri, besin tüketiminde dikkat edilen özellikler, beslenme alışkanlığı ve besin seçiminde etkilendikleri faktörler, duygusal durumlarının beslenme alışkanlıklarına etkisi gibi konularda Y ve Z kuşağı bireylerinin davranış ve düşünceleri birbirine yakınken, X kuşağı bireyleri daha farklı davranış ve düşünce tarzına sahiptir. Bu durumun nedeni ise, X kuşağının diğer kuşaklara göre sağlıklı olmaya ve sağlıklı beslenmeye daha çok önem verdiğinden kaynaklanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: X Kuşağı, Y Kuşağı, Z Kuşağı, Beslenme Alışkanlığı

ABSTRACT

EXAMINATION OF THE EATING HABITS OF GENERATIONS X, Y AND Z: EXAMPLE OF BALIKESİR PROVINCE

TERLEMEZOĞLU, Betül

Master Thesis, Department of Gastronomy and Culinary Arts

Advisor: Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU

2023, 131 pages

In this study, it was aimed to determine the differences in the nutritional habits of X, Y and Z generations living in the Central Districts of Balıkesir Province. The literature has been scanned and the relevant literature has been created.

In accordance with the purpose of the study, a questionnaire form consisting of the Nutrition Habits Scale was prepared and containing questions determine the nutritional habits of the X, Y and Z generation individuals participating in the research. The prepared questionnaire was applied to individuals covering X, Y and Z generations residing in Altıeylül and Karesi Districts of Balıkesir Province. Data were collected from 403 people determined by the Quota Sampling Method, and these data were analyzed with the IBM SPSS 27.0 package program.

According to the findings and results obtained in the research, it was determined that the eating and drinking behaviors of the X generation individuals differed compared to the individuals in the Y and Z generations. Since the average age of the X generation is higher than the other generations, this situation is also reflected in their eating habits. In terms of reasons for skipping meals, attention paid to food consumption habits, factors affecting dietary habits and food choices, and the impact of emotional states on dietary habits, the behaviors and thoughts of Y and Z generation individuals are similar to each other, while X generation individuals have a different behavior and thinking style. The reason for this situation is that the X generation attaches more importance to being healthy and healthy nutrition compared to other generations.

Keywords: Generation X, Generation Y, Generation Z, Nutritional Habits

*Canım annem Nebahat TERLEMEZOĞLU ve
canım babam Muharrem TERLEMEZOĞLU'na...*

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vii
ÇİZELGELER LİSTESİ.....	x
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xiii
1.GİRİŞ.....	1
1.1. Araştırmanın Problemi.....	1
1.2. Araştırmanın Amacı.....	2
1.3. Araştırmanın Önemi.....	3
1.4. Araştırmanın Varsayımları.....	3
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	3
1.6. Tanımlar.....	3
2.İLGİLİ ALANYAZIN.....	5
2.1. Kuramsal Çerçeve.....	5
2.1.1. Kuşak Kavramı.....	5
2.1.2. Kuşaklar ve Özellikleri.....	6
2.1.2.1. Sessiz/Gelenekselci Kuşak.....	6
2.1.2.2. Baby Boomers/Patlama Kuşağı.....	8
2.1.2.3. X Kuşağı.....	11
2.1.2.4. Y Kuşağı.....	13
2.1.2.5. Z Kuşağı.....	16
2.1.2.6. Alfa Kuşağı.....	18
2.1.3. Kuşaklar Arasındaki Benzerlikler ve Farklılıklar.....	20
2.1.4. Beslenme Kavramı ve Önemi.....	22
2.1.4.1. Yeterli ve Dengeli Beslenme	23
2.1.4.2. Yetersiz ve Dengesiz Beslenme.....	24
2.1.5. Yemek Yeme Olgusunun Tarihsel Gelişimi.....	25

2.1.6. Beslenme Alışkanlığı ve Önemi.....	28
2.1.7. Kuşakların Besin Tüketim Davranışları.....	30
2.1.8. Kuşakların Tüketici Davranışları.....	35
2.1.8.1. Tüketici Davranışını Etkileyen Faktörler.....	37
2.1.8.1.1. Sosyo-Kültürel Faktörler.....	37
2.1.8.1.2. Demografik Faktörler.....	39
2.1.8.1.3. Durumsal Faktörler.....	41
2.1.8.1.4. Psikolojik Faktörler.....	42
2.2. İlgili Araştırmalar.....	44
3. YÖNTEM.....	48
3.1. Araştırmanın Modeli.....	49
3.2. Evren ve Örneklem.....	49
3.3. Veri Toplama Araçları ve Teknikleri.....	50
3.4. Verilerin Toplanma Süreci.....	51
3.5. Verilerin Analizi.....	51
4. BULGULAR VE YORUMLAR.....	52
4.1. Araştırmaya Katılan X, Y ve Z Kuşağı Bireylerin Demografik Özellikleri.....	52
4.2. Katılımcıların Beslenme Alışkanlıkları İle İlgili Bulgular.....	53
4.2.1. Araştırmaya Katılan Bireylerin Öğün Atlama Nedenlerine İlişkin Bulgular.....	62
4.2.2. Katılımcıların Günlük Su Tüketimine İlişkin Bulgular.....	72
4.2.3. Katılımcıların Besin Tüketiminde Dikkat Ettiği Özelliklere İlişkin Bulgular.....	73
4.2.4. Katılımcıların Yeterli ve Dengeli Beslenmelerine Yönelik Düşüncelerine İlişkin Bulgular.....	83
4.2.5. Katılımcıların Beslenme Alışkanlığını ve Besin Seçimini Etkileyen Faktörlere İlişkin Bulgular.....	86
4.2.6. Katılımcıların Günlük Beslenmeye Ek Vitamin ve Mineral Kullanma Durumlarına İlişkin Bulgular.....	89
4.2.7. Katılımcıların Yeme Alışkanlıklarının Değiştiği Duygusal Durumlara İlişkin Bulgular.....	89
4.2.8. Beslenme Alışkanlıkları Ölçeğine Ait Bulgular.....	97

5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	103
5.1. Sonuçlar.....	103
5.2. Öneriler.....	113
KAYNAKÇA.....	115
EKLER.....	124
EK-1. TÜİK Bilgi Talebi.....	124
EK-2. Altıeylül ve Karesi İlçeleri Yaşa Göre Nüfus Bilgisi.....	125
EK-3. Anket Formu.....	126



ÇİZELGELER LİSTESİ

	Sayfa
<u>Cizelge 1.</u> Sessiz/Geleneksel Kuşanın İş Yaşamındaki Özellikleri.....	8
<u>Cizelge 2.</u> Baby Boomers/Patlama Kuşasının İş Yaşamındaki Özellikleri.....	10
<u>Cizelge 3.</u> X Kuşasının İş Yaşamındaki Özellikleri.....	12
<u>Cizelge 4.</u> Y Kuşasının İş Yaşamındaki Özellikleri.....	15
<u>Cizelge 5.</u> Z Kuşasının Temel Özellikleri.....	17
<u>Cizelge 6.</u> Kuşaların Genel ve Karakteristik Özelliklerinin Karşılaştırılması.....	20
<u>Cizelge 7.</u> X kuşasının Tükettiği Besinler.....	32
<u>Cizelge 8.</u> Kuşaların Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgilerin Dağılımı.....	52
<u>Cizelge 9.</u> Kuşaların Öğün Tüketim Sıklığının ve Atladıkları Öğün Sayılarının Dağılımı.....	54
<u>Cizelge 10.</u> Kuşaların Öğün Tüketim Sıklığının ve Atladıkları Öğün Sayılarının Cinsiyete Göre Dağılımları.....	56
<u>Cizelge 11.</u> Kuşaların Öğün Tüketim Sıklığının ve Atladıkları Öğün Sayılarının Medeni Durumlarına Göre Dağılımları.....	59
<u>Cizelge 12.</u> Katılımcıların Öğün Atlama Nedenlerine Göre Dağılımları.....	62
<u>Cizelge 13.</u> Kuşaların Öğün Atlama Nedenlerinin Cinsiyete Göre Dağılımları.....	65
<u>Cizelge 14.</u> Kuşaların Öğün Atlama Nedenlerinin Medeni Durumlarına Göre Dağılımları.....	69
<u>Cizelge 15.</u> Kuşaların Günlük Su Tüketim Miktarlarına Göre Dağılımları.....	73
<u>Cizelge 16.</u> Kuşaların Besin Tüketiminde Dikkat Ettiği Özelliklere Göre Dağılımı.....	74
<u>Cizelge 17.</u> Kuşaların Besin Tüketiminde Dikkat Ettiği Özelliklerin Cinsiyete Göre Dağılımları.....	76
<u>Cizelge 18.</u> Kuşaların Besin Tüketiminde Dikkat Ettiği Özelliklerin Medeni Durumlarına Göre Dağılımları.....	80
<u>Cizelge 19.</u> Kuşaların Yeterli ve Dengeli Beslenmelerine İlişkin Düşüncelerine Göre Dağılımları.....	83
<u>Cizelge 20.</u> Kuşaların Yeterli ve Dengeli Beslenme Durumları İle İlgili Düşüncelerinin Cinsiyete Göre Dağılımları.....	84
<u>Cizelge 21.</u> Kuşaların Yeterli ve Dengeli Beslenme Durumları İle İlgili Düşüncelerinin Medeni Durumlarına Göre Dağılımları.....	85

<u>Cizelge 22.</u> Kuşakların Beslenme Alışkanlığını ve Besin Seçimini Etkileyen Faktörlere Göre Dağılımı.....	86
<u>Cizelge 23.</u> Kuşakların Beslenme Alışkanlıklarını En Çok Etkileyen Faktörlerin Cinsiyete Göre Dağılımları.....	87
<u>Cizelge 24.</u> Kuşakların Beslenme Alışkanlıklarını En Çok Etkileyen Faktörlerin Medeni Durumlarına Göre Dağılımları.....	88
<u>Cizelge 25.</u> Kuşakların Günlük Beslenmeye Ek Vitamin ve Mineral Kullanımına Göre Dağılımları.....	89
<u>Cizelge 26.</u> Kuşakların Yeme Alışkanlıklarının Değiştiği Durumlara Göre Dağılımları.....	90
<u>Cizelge 27.</u> Kuşakların Yeme Alışkanlığının Değiştiği Durumların Cinsiyete Göre Dağılımları.....	91
<u>Cizelge 28.</u> Kuşakların Yeme Alışkanlığının Değiştiği Durumların Medeni Durumlarına Göre Dağılımları.....	95
<u>Cizelge 29.</u> Beslenme Alışkanlıkları Ölçeğinin X, Y, Z Kuşaklarına Göre Aritmetik Ortalamaları ve Farklılıklar.....	97
<u>Cizelge 30.</u> Beslenme Alışkanlıkları Ölçeği Puanı ve Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar.....	101
<u>Cizelge 31.</u> Beslenme Alışkanlıkları Ölçeği Alt Boyutları ve Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar.....	102

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
<u>Sekil 1.</u> Mutfak Üçgeni.....	26
<u>Sekil 2.</u> Beslenmeyi Etkileyen Faktörler.....	29



KISALTMALAR

BAÖ	: Beslenme Alışkanlıkları Ölçeği
BB	: Baby Boomer (Bebek Patlaması)
ERC	: European Research Council (Avrupa Araştırma Konseyi)
FSA	: Food Standards Agency (Yiyecek Standartlar Ajansı)
SPSS	: Statistical Package for the Social Sciences
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu

1. GİRİŞ

Beslenme alışkanlıkları, insan sağlığı için önemli bir faktördür ve yaşam kalitesini etkileyen birçok hastalığın önlenmesinde kilit rol oynamaktadır. Sağlıklı bir beslenme düzeni, fiziksel ve zihinsel sağlığı korumak için gereklidir ve uygun bir beslenme programı, kanser, kalp hastalığı, diyabet ve obezite gibi ciddi sağlık sorunlarını önleyebilir veya iyileştirebilir. Bu nedenle, beslenme alışkanlıkları hakkında daha fazla bilgi edinmek, sağlıklı bir yaşam tarzının teşvik edilmesinde hayati öneme sahiptir. Son yıllarda, X, Y ve Z kuşakları gibi farklı nesillerin farklı beslenme alışkanlıkları sergilediği gözlemlenmektedir.

Kuşak veya diğer adıyla nesil kavramı, Felsefe Bilimleri sözlüğünde; yaklaşık olarak aynı yıllarda dünyaya gelmiş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla aynı türden sıkıntıları ve sorumlulukları paylaşmış, benzer sorumluluklarla yükümlü olmuş kişilerin topluluğu olarak tanımlanırken, Toplum Bilimleri Sözlüğünde; yaklaşık olarak 25-30 senelik yaş gruplarını oluşturan bireyler öbeği, göbek, nesil, batın, jenerasyon olarak tanımlanmaktadır (http-1).

Her kuşak, doğduğu ve büyüdüğü toplumun etkisinde kalırken, aynı zamanda kendi düşünce ve eylemleriyle de toplumu etkilemiştir. Bu etkileşim, kuşaklar arasındaki farklılıkları ortaya çıkarmış ve bazı değişimlerin diğer kuşaklar aracılığıyla da devam etmesini sağlamıştır (Mercan, 2016, s.60). Bu süreç, kuşaklar arasındaki farklılıkların ve beslenme alışkanlıklarının nesiller arasında nasıl değiştiğinin anlaşılması için oldukça önemlidir.

1.1. Araştırmanın Problemi

Beslenme alışkanlıkları, sağlıklı bir yaşam için son derece önemlidir. İyi bir beslenme alışkanlığı, vücudun ihtiyacı olan besinleri karşılamak, hastalıklardan korunmak, bağışıklık sistemini güçlendirmek, enerji seviyelerini artırmak ve zihinsel işlevleri iyileştirmek gibi birçok fayda sağlar. Farklı yaş gruplarını temsil eden

kuşakların beslenme alışkanlıkları ise yaşadıkları dönem gereği birbirinden farklılık göstermektedir. Bireylerin, yaşadıkları çağda karşılaştıkları sorunlar, maddi durumları, eğitim düzeyleri, sosyal çevreleri gibi nedenlerle beslenme alışkanlıklarında farklılıklar görülmektedir. Bu farklılıklar, kuşakların kültürel, sosyal ve ekonomik koşullarının yanı sıra teknolojik gelişmelerin de etkisiyle oluşmaktadır.

Literatür incelendiğinde, yapılan çalışmalarda genellikle tek veya iki kuşağın ele alındığı görülmektedir. Ulaşılabilen kaynaklar çerçevesinde üç kuşağı bir arada inceleyen çalışmalara az rastlanmıştır. Tüm kuşakların beslenme alışkanlıklarının aynı çalışma içerisinde incelenmesi gerekmektedir. Böyle bir çalışmanın yapılması, yiyecek içecek hizmeti veren işletmelerin hedef kitlesini belirlemesine olanak sağlar. Beslenme alışkanlıklarındaki farklılıkların belirlenmesi her kuşağın beslenme alışkanlıklarının değişkenlik gösterdiğini anlamaya yardımcı olur ve kuşaklara özel sağlıklı beslenme programları oluşturulmasına olanak sağlar. Ayrıca, bu farklılıkların nedenleri incelenerek, daha sağlıklı beslenme alışkanlıklarını benimsemelerine yardımcı olacak eğitimlerin hazırlanması da mümkündür. Bu nedenle araştırmanın problemini, X, Y ve Z kuşaklarının beslenme alışkanlıklarının incelenmesi oluşturmaktadır.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Balıkesir ilinin Merkez ilçelerinde yaşayan X, Y ve Z kuşağı bireylerinin beslenme alışkanlıklarını incelemektir. Aynı zamanda bu çalışmada farklı yaş gruplarında yer alan bireylerin beslenme alışkanlıklarının ne gibi durumlardan etkilendiği, hangi faktörlere göre şekillendiği ve sağlıkları açısından bir sorun teşkil edip etmediğinin de belirlemek amaçlanmıştır. Araştırma sonunda elde edilen sonuçlarla, literatüre katkı sağlayarak öğrenci ve akademisyenlerin yeni çalışmalarına ışık tutmak, yiyecek içecek hizmeti veren işletmelerin hedef kitlelerini belirlemesine yardımcı olmak ve kuşakların sağlıklı beslenme konusunda bilinçlendirilmesi hedeflenmektedir.

1.3. Araştırmanın Önemi

Farklı kuşakların beslenme alışkanlıklarının incelenmesi, sağlıklı beslenme alışkanlıklarının teşvik edilmesi ve kronik hastalıkların önlenmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Günümüzde fastfood ve hazır gıdaların tüketimi arttıkça, obezite, diyabet, kalp-damar hastalıkları gibi kronik hastalıkların görülme sıklığı da artmaktadır. Kuşakların beslenme alışkanlıklarının incelenmesi, sağlıklı beslenme politikalarının ve stratejilerinin belirlenmesine yardımcı olacaktır. Aynı zamanda bu farklılıkların belirlenmesi, Balıkesir İlinin Merkez İlçelerinde hizmet veren yiyecek içecek işletmelerinin hedef müşteri kitlesini belirleyerek menülerini o kitleye göre planlamaları açısından da oldukça önemlidir.

1.4. Araştırmanın Varsayımları

Araştırmanın amacına uygun şekilde, X, Y ve Z kuşaklarının beslenme alışkanlıklarını incelemek için hazırlanan anket formunu Balıkesir İlinin Merkez İlçelerinde bulunan 12-57 yaş arası bireylerin samimiyet ve tarafsız bir şekilde cevaplayacağı varsayılmaktadır.

1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Yapılan “X, Y ve Z Kuşaklarının Beslenme Alışkanlıklarının İncelenmesi: Balıkesir İli Örneği” adlı araştırma için bazı sınırlılıklar söz konusudur.

- Çalışma X, Y ve Z kuşaklarıyla sınırlıdır.
- Konuyla ilgili literatür ulaşılabilen alanyazınla sınırlıdır.
- Örneklem, Balıkesir İlinin Merkez İlçelerinde yaşayan bireylerle sınırlıdır.

1.6. Tanımlar

Kuşak: Kuşak, hemen hemen aynı senelerde doğan, aynı çağın şartlarını dolayısıyla da birbirine benzer sıkıntıları, dertleri paylaşmış, benzer sorumluluklarla yükümlü olmuş kişiler topluluğu olarak tanımlanmaktadır (http-1).

X Kuşığı: 1965 ve 1980 yılları arasında dünyaya gelen bireyler “X Kuşığı” olarak adlandırılmaktadır (Kaifi, Nafei, Khanfar ve Kaifi, 2012, s.88).

Y Kuşığı: 1981-1999 yılları arasında dünyaya gelen bireyler “Y Kuşığı” olarak adlandırılmaktadır (Lancaster ve Stillman, 2002, s.76).

Z Kuşığı: 1990’ların sonu ile 2010’ların başında dünyaya gelen bireyler “Z Kuşığı” olarak adlandırılmaktadır ([http-7](http://7)).

Beslenme Alışkanlığı: Bireyin günlük öğün sayısı, ana ve ara öğünlerde tüketilen yiyeceklerin türü ve miktarı, öğünler arası süre, psikolojik durum, dışarıdan yiyecek satın alma, yemek pişirme ve servis etme gibi durumları içeren bir kavramdır (Gül, 2011, s.8).



2. İLGİLİ ALANYAZIN

Beslenme, insanların yaşamını sürdürebilmesi için gerekli en önemli unsurdur. Sağlıklı bir beslenme düzenine sahip bireylerin günlük yaşam ve iş yaşamında daha başarılı ve aktif olduklarını söylemek mümkündür. Her birey bir beslenme alışkanlığına sahiptir. Fakat sahip oldukları beslenme alışkanlıklarının hayatlarını ne düzeyde etkilediği bilinmemektedir. Beslenme alışkanlığını etkileyen en önemli unsurlardan biri yaşıdır. Bireyler bulundukları yaş itibarıyla beslenme alışkanlıklarına şekil vermektedir. Dolayısıyla yaş faktörünün beslenme alışkanlıklarının üzerinde büyük etkisi vardır.

2.1. Kuramsal Çerçeve

Bu bölümde, çalışmaya konu olan kavramlar tanımlanmış ve daha detaylı bilgilere yer verilmiştir. Literatür taranmış, kuşaklar ve beslenme alışkanlıkları ile ilgili daha önce yapılmış olan araştırmalar incelenmiş, bu doğrultuda kuramsal çerçeve hazırlanmıştır.

2.1.1. Kuşak Kavramı

Kuşak kavramı, Türk Dil Kurumu Felsefe Terimleri Sözlüğünde “Hemen hemen aynı senelerde doğan, aynı çağın şartlarını dolayısıyla da birbirine benzer sıkıntıları, dertleri paylaşmış, benzer sorumluluklarla yükümlü olmuş kişiler topluluğu” olarak tanımlanmaktadır. Toplum Bilim Terimleri Sözlüğünde ise kuşak kavramı “Yaklaşık yirmi beş, otuz yıllık yaş kümelerini oluşturan bireyler öbeği, göbek, nesil, batın, jenerasyon” olarak ifade edilmektedir ([http-1](http://1)).

Kuşak kavramı için diğer tanımlardan biri ise kuşak; anne ve babalar ile çocuklarının doğumları arasındaki ortalama zaman aralığını ifade etmektedir (Başol

ve Aydın, 2014, s.2). Ayrıca kuşak, aynı zaman aralığında doğan, aynı sosyal ve ekonomik durumlardan etkilenmiş veya belirli bir sosyal gruba dahil olanlar olarak da tanımlanabilir (Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014, s.166). Tarihsel olarak insanların güvendiği en önemli kavramlardan biri olan kuşak insanların toplumla ilişkisinin doğasını ifade etmektedir (Alwin ve McCommon, 2007, s.219).

Kuşak kavramı ile ilgili yapılan tanımlar göz önünde bulundurulduğunda kuşak olgusunu şekillendiren iki önemli ve ilişkili unsur ortaya çıkmaktadır: “Birincisi, tarihsel süreç içindeki ortak konum, ikincisi ise bu tarihsel süreç içerisinde yaşanan olaylar ve deneyimler etrafında biçimlenen ortak bilinçtir (Gilleard, 2004, s.108). Tarihsel süreç içerisindeki gençlik çağındaki bireylerin yaşamış oldukları önemli ulusal ve uluslararası olaylar ortak belleklerin oluşmasına neden olmakta ve bu ortak bellek de gelecek eğilim, tercih ve davranışları biçimlendirmektedir (Schuman ve Scott, 1989, s.360).

2.1.2. Kuşaklar ve Özellikleri

Kuşaklar, yetiştirme tarzları ve içerisinde yaşadıkları ortam nedeniyle birtakım farklılıklara sahiptir. Bu farklılıklar; kuşaklar arasında hem kişilik hem çalışma hayatları hem de sosyal yaşamlarında önemli ayrılmalar olduğunu göstermektedir. Dünya çapında yapılan çalışmalardan ülke ve kültürel değişiklikler anlamında kuşak ayrımları tanımlanmış ve kültürel durumlara göre bölümlendirme yapılmasına imkân sağlamıştır. Bu doğrultuda yapılan çalışmalar neticesinde kuşaklar; Sessiz/Gelenekselci Kuşak, Baby Boomers/Patlama Kuşağı, X Kuşağı, Y Kuşağı, Z Kuşağı ve son kuşak olan Alfa Kuşağı olarak sınıflandırılmıştır. Art arda gelen bu kuşaklar sahip oldukları farklı özellikleri ve farklı kültürleri sayesinde başta iletişim sorunu olmak üzere birçok çatışmaları ve sorunları da beraberinde getirmektedir (Adıgüzel vd., 2014, s.167).

2.1.2.1. Sessiz/Gelenekselci Kuşak

1925 ve 1945 yılları arasında doğan bireylerin oluşturduğu gruba sessiz/gelenekselci kuşak denilmektedir. I. Dünya Savaşı ve II. Dünya Savaşının olduğu dönemlerde dünyaya gelen ve yetişen bu kuşağa “Savaş Kuşağı” adı da verilmektedir (Sarı ve Harta, 2018, s.968). Gelenekselciler tereddüt ettikleri durumlar

karşısında daha tedbirli bir davranış sergilemektedir, bunun nedeni ise o dönemde yaşanan bazı önemli olaylardan ve baskılardan kaynaklanmaktadır. Ayrıca bu grup çok fazla risk alma eğiliminde değildir (Lehto, Jang, Achana ve O’leary, 2008, s.239).

Bugünkü iş dünyasında sayıca oldukça az olsalar da varlıkları hala hissedilmektedir. Gelenekselciler aslında şu an ki iş dünyasının temellerini atan jenerasyon olarak bilinirler. Ayrıca pratik zekâları ve benzersiz bilgi kaynağı olmaları onları işletmeler için kritik mevkideki bireyler haline getirmiştir (Zempke, Raines ve Filipczak, 2013 aktaran Adıgüzel vd., 2014, s.171). Gelenekselciler, direkt olarak kolay anlaşılabilir olan posta veya yazılı iletişimin diğer türleri gibi iletişim yollarını tercih etmektedir. Sessiz kuşak olarak bilinen gelenekselciler “Dünyaya Gelen En Küçük Kuşak” olarak isimlendirilmektedir (Adıgüzel vd., 2014, s.171).

Sessiz kuşak, Gelenekselciler (Mercan, 2016, s.61);

- Geniş ailelere, sosyal gruplarına ve komşuluk ilişkilerine önem verirler ve özen gösterirler.
- Sadık, çok çalışkan ve otoriteye saygı gösterirler.
- Her konuda tedbiri elden bırakmazlar, risk alma eğiliminde olan bireyler değildirler.
- Güven duygusuna çok önem verirler.
- En yaşlı kuşaktır ve %95’i emeklidir.
- Felsefeleri “Yaşamak İçin Çalışmak” tır.

Çizelge 1’de gösterildiği gibi gelenekselciler olarak bilinen sessiz kuşaktaki insanlar için iş bir zorunluluktur. İşlerini büyük ciddiyetle yaparlar ve onlar için eğlence işlerinden sonra gelir. İş yaşamlarında oldukça fedakâr bireylerdir. İş yerlerindeki kurallara uyum sağlarlar. Komuta ve kontrol bu gruptaki bireyler için önemlidir. Genellikle resmi iletişimi tercih ederler. Bireysel etkileşim sessiz kuşak için oldukça önemlidir (Puybaraud, 2010, s.36).

Çizelge 1. Sessiz/Geleneksel Kuşağın İş Yaşamındaki Özellikleri

Sessiz Kuşak/Gelenekselciler (1925-1945)	
İş Ahlakı/Değerler:	Zor İş Otoriteye Saygı Göstermek Fedakârlık Eğlenceden Önce İş Kurallara İtaat
İş...:	Mecburiyet
Liderlik Tarzı:	Komuta ve Kontrol Direktif
Etkileşim Tarzı:	Bireysel
İletişim:	Yazılı Resmi
Geri Bildirim ve Ödüller:	İyi Bir Şekilde Tamamlanmış İşte Memnuniyet
Motive Eden Mesajlar:	Deneyiminize Saygı Duyulur
Aile ve İş Yaşamı:	-

Kaynak: Puybaraud, 2010, s.36

Ekonomik durum, sosyal yaşam ve aile hayatı gibi konularda farklılıklar gösteren kuşaklar beslenme konusunda da birbirlerinden ayrılmaktadır. Özellikle o dönemlerde yaşanan ekonomik sorunlar, birtakım sıkıntılar ve yaşam standartları sessiz kuşağın beslenme alışkanlıklarına yansımıştır.

Sessiz Kuşağın Gıda Seçimlerini Etkileyen Etmenler (Fernando, 2016, s.3);

- Besin değeri yüksek gıdaların mevcudiyeti,
- Üzerinde besinlere ait bilgilerin bulunduğu etiketinin olması,
- Sağlığa yararlı besinler hakkında bilgi sahibi olmak,
- Lezzet, tazelik ve kalite,
- Paket servis ve al götür hizmetleri de dahil olmak üzere kolay hazırlanabilir yiyecekler,
- Okunması ve açılması kolay ambalajlı ürünler,
- Ekonomik olması,
- Erişilebilir olması,
- Alışveriş ve hazırlık sürecinde bağımsızlık düzeyi.

2.1.2.2. Baby Boomers/Patlama Kuşağı

Baby boomers kuşağı veya patlama kuşağı olarak da bilinen bu kuşak, 1946 ve 1964 yılları arasında doğan bireylerden oluşmaktadır ve bu kuşağın insanları şuan 58 ve 76 yaşları arasında olup İkinci Dünya Savaşı'ndan hemen sonra gerçekleşen nüfus

patlamasında dünyaya gelen ve sayısı 1 milyarı bulan bebeklerden dolayı “Baby Boomers” kuşağı olarak isimlendirilmiştir; Dünya çapında uzay yarışı, insan hakları çalışmaları, ihtilal gibi birçok olaya şahit olmuşlardır (Eisner, 2005, s.4; Keleş, 2011, s. 131; Berkup, 2015, s.69). Baby boomers kuşağına ait bireylerin okul ve gençlik yılları 1960’lı yılların karakteristik kültürel gelişiminin bir parçası haline gelmiştir (Başol ve Aydın, 2014, s.3).

Patlama kuşağı üyeleri, çalışma hayatlarında takım çalışmasına ve takım toplantılarına önem ve özen göstermektedir. İşkolik gibi görülmeyi istemekteler. Çünkü işe bağlılığın saatle ölçüldüğüne inanmaktadırlar. Patlama kuşağındaki bireyler işbirlikçi ve rızaya dayalı bir yönetim şeklinde çalışmayı seçmektedir. Çalışma ortamlarındaki işe iştirak ve takım ruhu baby boomers kuşağı için çok önemlidir. İş yerinde iletişim, paylaşılan sorumluluklar ve şahsi özerkliğe önem verirler. Kendilerini geliştirebilmek ve kanıtlayabilmek için iş hayatlarını kullanan ilk kuşak baby boomers üyeleridir. Bu bireyler genellikle kendilerini meslekleri ile anlatmışlardır ancak yaşları ilerledikçe bu tarz hareketlerinden uzaklaşıp ailelerine yönelmişlerdir (Toruntay, 2011, s.71).

Baby Boomers Kuşağı/ Patlama Kuşağı (Mercan, 2016, s.62);

- Toplumu tekrar oluşturan kuşak,
- İşkolik, kendi kendilerini güdüler, yavaş yavaş ilerler,
- Çalışkan, idealist, az ile yetinen, vefalı, kararlarında uyumlu,
- Uzun saatler çalışan, uzun dönem istihdam,
- Takım çalışmasını önemseyen,
- Teknolojiden uzak,
- Felsefeleri “Yaşamak İçin Çalışmak” tır.

Çizelge 2’de Baby Boomers kuşağının özelliklerine değinilmiştir. İş hayatlarında verimli çalışmayı seven bu kuşağa “İşkolik” de denilmektedir. Bireysel tatmin onlar için önemlidir. Mücadeleyi severler. İletişim olarak yüz yüze görüşmeyi tercih ederler. Aile ve iş hayatlarında dengeyi sağlayamayan bu grubun felsefesi “Yaşamak İçin Çalışmak” tır.

Çizelge 2. Baby Boomers/Patlama Kuşağının İş Yaşamındaki Özellikleri

Baby Boomers/ Patlama Kuşağı (1946-1964)	
İş Ahlakı/Değerler:	İşkolikler Verimli Çalışma Mücadele Bireysel Tatmin Kalite Arzulamak Otoriteyi Sorgulamak
İş...:	Heyecan Verici Bir Macera
Liderlik Tarzı:	İş Arkadaşı, İstemeye Dayalı
Etkileşim Tarzı:	Takım Oyuncusu, Toplantı Sever
İletişim:	Yüz Yüze Görüşme
Geri Bildirim ve Ödüller:	Takdir Etme Para Makam Tanıma
Motive Eden Mesajlar:	Değerlisin Gereklisin
Aile ve İş Yaşamı:	Denge yok Yaşamak İçin Çalışmak

Kaynak: Puybaraud, 2010, s.36

Bebek patlaması kuşağının gıda seçimlerini etkileyen faktörler söz konusudur. Fernando (2016)'nın yapmış olduğu bir çalışma bu faktörlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Bebek Patlaması Kuşağı'nın Gıda Seçimlerini Etkileyen Faktörler (Fernando, 2016, s.4);

- Bu gruptaki bireyler için sağlık ve hastalığı önleme ön planda olduğu için daha çok sağlıklı gıdaları tercih etmektedirler.
- Kilo kontrolünü sağlıklı bir şekilde sağlamak ve korumak için genelde trans yağ içermeyen, düşük şekerli veya şekersiz ve yüksek lif değerine sahip gıdaları seçerler.
- Katkı maddesi içermeyen ve organik gıdaların yaşlanma karşıtı olduğunu düşündükleri için bu gıdalara talep fazladır.
- Yüksek satın alma gücüne sahip oldukları için tercih ettikleri gıda beklentilerini karşılıyorsa ve iyi bir değere sahip bir ürün ise, satın almaktan kaçınmazlar.
- Patlama Kuşağı'ndaki bireyler eğer dışarıda yemek yiyeceklerse tam hizmet veren bağımsız işletmelere yönelmektedirler.

2.1.2.3. X Kuşığı

1965 ve 1980 yılları arasında dünyaya gelen bireyler “X Kuşığı” olarak adlandırılmaktadır (Kaifi, Nafei, Khanfar ve Kaifi, 2012, s.88). Bebek patlaması kuşağının rahat bir şekilde yaşam sürmesinin sonuçları ile karşı karşıya gelen bu grup, refah artışının maliyetleri ve bunları devletlerin karşılayamaması, ayrıca 70’li yıllarda yaşanan petrol krizinin sebep olduğu ekonomik sorunlarla büyümek zorunda kalmıştır. Karmaşık bir dünyanın bilinmezlikleriyle savaşmak zorunda kalan X kuşığı, bu yüzden “Kayıp Kuşak” olarak da isimlendirilmektedir. Yaşamış oldukları gelecek kaygısı yüzünden bu gruptaki bireyler daha çok çalışmaya, kariyer yapmaya ve daha çok para kazanmaya yönelmişlerdir (Altuntug, 2012, s.205).

X kuşığı bireyleri, önceki nesillerdeki bireylere göre daha bağımsızlardır. Anne ve babaları çalıştıkları için bu gruptaki bireyler küçük yaşta evde yalnız kalmak durumunda kalmıştır. Bu grup, özgüvenleri ve girişimci özellikleri yüksek bireyler olarak bilinmektedir. Etrafindaki insanlara kolay kolay güven duymazlar, katı çalışma saatlerini sevmeyen ve takım ile çalışmaktan hoşlanmazlar (Çetin ve Özcan, 2014, s.123).

ERC 2011 Raporu’na göre; bu kuşağın çalışan bireyleri esnek, kendilerine olan güveni yüksek, teknolojiyi rahat bir şekilde kullanabilen bir yapıya sahiptirler. İş yaşamında kadınlarında erkekler kadar aktif olduğu bir dönemdir. Bu bireyler birden fazla kariyer yapmayı tercih ederler. Beceri ve deneyimleri için devredilebilir kariyer çeşitleri oluşturarak, çalışma biçimlerini ve otorite yapılarını sorgulamaktadırlar. Çalışma hayatlarında iş güvenliği ve maaş faktörlerini ön planda tutmaktadırlar (Adıgüzel vd., 2014, s.173).

Çizelge 3’te gösterildiği gibi X kuşağında bulunan bireyler oldukça girişimcidirler. Aile ve iş yaşamını dengede tutabilen X kuşığı iletişim olarak direkt görüşmeyi tercih ederler. Yoğun çalışma hayatlarından dolayı boş kaldıkları zamanı kendilerine ödül olarak kabul ederler. Her şeyin nedenini sorgulayan bu kuşak için rekabet oldukça önemlidir (Puybaraud, 2010, s.37).

Çizelge 3. X Kuşağının İş Yaşamındaki Özellikleri

X Kuşağı (1965-1980)	
İş Ahlakı/Değerler:	Görevi Ortadan Kaldırmak Özgüven Yapı ve Yön İstemek Şüphcilik
İş...:	Zorlu Bir Meydan Okuma, Sözleşme
Liderlik Tarzı:	Herkes Aynı, Bir Başkasına Meydan Okumak Nedenini Sorgulamak
Etkileşim Tarzı:	Girişimci
İletişim:	Direkt, Hazır
Geri Bildirim ve Ödüller:	Böldüğüm İçin Özür Dilerim, Ama Nasıl Yapmalıyım? Boş Zaman = En İyi Hediye
Motive Eden Mesajlar:	Kendi Yönteminle Yapmak Kuralları Unut
Aile ve İş Yaşamı:	Dengeli

Kaynak: Puybaraud, 2010, s.37

X kuşağı diğer konulardaki özellikleriyle ele alınacak olursa; farklılığı reddetmeyen, ölçülü, yararcı, kötümser, dengeli duygusal, kaygılı, önceliği ailesi olan, toplumsal problemlere duyarlı, fiyat bilinci yüksek, ne kadar çalışırsa o kadar harcayan, sorumluluk sahibi, statü endişeli, mal ve mülk sahibi olmak isteyen, felsefesi “Yaşamak İçin Çalışmak” olan bireylerdir (Berkup, 2015, s.115-116-117-119).

Ekonomi, sosyal yaşam ve iş hayatı gibi konularda olduğu gibi beslenme konusunda da X kuşağını diğer kuşaklardan ayıran farklılıklar bulunmaktadır. X kuşağının gıda seçimlerini etkileyen faktörleri şu şekilde sıralamak mümkündür.

X Kuşağı’nın Gıda Seçimlerini Etkileyen Faktörler (Fernando, 2016, s.5);

- X kuşağının yiyecek tercihleri genelde lezzetli ve mutluluk vericidir, fakat genel olarak hazırlanma ve pişirme süresi daha kısa olan yiyecekleri tercih ederler.
- Belli bir eğitim seviyesine sahip ve aynı zamanda küresel bir algıya sahip olan bu bireyler satın aldıkları gıdaların üzerinde beslenme bilgilerini bulunduran etiketleri görmek istemektedir. Ayrıca farklı, etnik yiyecekleri ve dünya mutfaklarını benimsemektedirler.
- Bu bireyler genellikle sağlıklı tarifler yapmaktan hoşlanmaktadırlar. Ayrıca daha sık yemek yapmaya meyilli bir gruptur.

- Ekonomik anlamda zor zamanlarda yetiştikleri için bu grup paranın değerinin bilincindedir.

2.1.2.4. Y Kuşağı

1981-1999 yılları arasında dünyaya gelen bireyler Y kuşağı olarak adlandırılmaktadır (Lancaster ve Stillman, 2002, s.76). Y kuşağı aynı zamanda internet kuşağı, Echo-Boomers (Eko patlaması), Millenial (Milenyum kuşağı) ve Nexters (Sonrakiler) olarak da isimlendirilmektedir (Broadbridge, A., Maxwell, G.A. ve Ogden, S.M., 2007, s.8). Y Kuşağı kelimesinin özü İngilizce Gen Y'den gelmektedir. Anlamı ise "Generation Youth" yani "Genç Nesil" demektir (Tükel, 2014, s.14).

Y kuşağı bireyleri akıllı, özgürlüklerine önem veren ve teknolojiye düşkün bireyler olarak bilinmektedir. Günlerinin hemen hemen on beş saatini medya ve iletişim teknolojileri ile geçiren bu kuşaktaki bireyler için hayatlarını rahat bir şekilde yaşamak oldukça önemlidir. Teknoloji konusunda X kuşağından daha üstün olan Y kuşağı, teknolojiyi hayatlarındaki pek çok şeyin simgesi durumuna getirmişlerdir (Mengi, 2011 aktaran Albayrak ve Özkul, 2013, s.18).

Kuşaklarla ilgili daha önceden yapılan çalışmalar sonucunda, özellikle Y kuşağının diğer tüm kuşaklar arasında "En İyi Eğitim Almış Kuşak" olduğu sonucuna varılmıştır (Erickson, 2008, s.15). Sessiz kuşak, bebek patlaması kuşağı ve X kuşağında olduğu gibi Y kuşağı da bazı önemli olaylara tanıklık etmiştir. Bu olayların başında ise Sovyetler Birliği'nin dağılması gelmektedir (Murphy ve Claire, 2007, s.13). Y kuşağı bireyleri için baskıdan uzak bir çalışma ortamı ve özel hayatına esneklik sağlanması oldukça önemlidir. Daha çok iş odaklı olup aynı zamanda eğlenerek bir çalışma kültürü inşa etmek bu kuşak için çok önemlidir. Y kuşağı bireylerine göre patron ve çalışan dengesi kurulmalı, onlara acemi gözüyle değil bir meslektaş gözüyle bakılmalıdır. Bu gruptaki bireylere iş yapma durumlarına göre düzenli olarak geri bildirim verilmeli ve beklenen başarı sağlanmışsa ödüllendirme veya onurlandırma yapılmalıdır (Önder, 2012 aktaran Muslu, 2017, s.482).

Genel Olarak Y Kuşağının Temel Özellikleri (Yüksekbilgili, 2013, s.346);

- Teknolojiyi yakından takip eder,
- Alışverişlerini genellikle internet üzerinden yapar,
- Aynı anda birden fazla iş yapabilir,

- Farklı kaynak ve araçlardan aynı anda gelen bilgileri kolay bir şekilde kavrayabilir,
- Özgürlük için her şeyi yapmaya hazırdır,
- Öğrenmeye isteklidirler,
- Aile ve yuva kavramları önemlidir,
- Vatanseverdir,
- İlişki odaklıdır,
- Sosyal bilincin farkındadır,
- İşbirlikçidir,
- Sabırsızdır,
- Geçmiş veya geleceğe değil şimdiye odaklanırlar,
- Zor insanlarla başa çıkamazlar,
- Dolu ve dengeli bir yaşam sürmek ve hayattan keyif almak çok para kazanmaktan daha önemlidir,
- Zaman ve emek gerektiren şeylerden ziyade kısa sürede tatmin getirebilecek şeyleri ararlar,
- Sık sık iş değiştirmekte bir sorun görmezler,
- İşe gitmeyi sosyalleşme olarak görürler,
- Zor işlerle karşı karşıya gelmeyi ve bu şekilde kendini geliştirebileceğine inanır,
- Takımla beraber çalışmayı önemser,
- Takım arkadaşlarıyla çalışırken rütbeden daha çok yeteneğe saygı gösterir,
- Daha çok maaş alacağı bir işte çalışmaktansa kendisine daha çok değer verilen bir işte çalışmayı seçer,
- İyi bir işveren markasına sahip olan bir işte çalışmak onlar için oldukça önemlidir,
- Sosyal iletişim ağlarıyla (Twitter, Facebook, YouTube, Google, MSN) işyeri sınırları dahilinde sürekli bağlantı halinde olmak önemlidir,
- Çalıştığı işte yol kat edebilmek için mesai saatleri dışında daha fazla çalışmayı tercih etmektedirler.

Çizelge 4'te Y kuşağının iş yaşamındaki özellikleri verilmiştir. Tabloya göre Y kuşağı, aile ve iş hayatını dengede tutabilen bir gruptur. Azimli ve girişimci bir ruha sahip olan Y kuşağı bireyleri iletişim olarak e-posta ve sesli iletişimi tercih etmektedir. Üretmeyi ve üreten insanlarla çalışmayı severler (Puybaraud, 2010, s.37).

Çizelge 4. Y Kuşağının İş Yaşamındaki Özellikleri

Y Kuşağı (1981-1999)	
İş Ahlakı/Değerler:	Sıradaki Ne? Çoklu Görev, Azimli, Girişimci, Anlayışlı, Hedefe Odaklılık
İş...:	Hedefe Ulaştıran Bir Araç, Yerine Getirme
Liderlik Tarzı:	Genç Liderlerin Yüzyılı
Etkileşim Tarzı:	Katılımcı
İletişim:	E-Posta, Sesli İleti
Geri Bildirim ve Ödüller:	Anlamlı Bir İş Ne Zaman İstersem Kolayca Ulaşabilirim
Motive Eden Mesajlar:	Başka Başarılı, Üretken İnsanlarla Çalışmak
Aile ve İş Yaşamı:	Dengeli

Kaynak: Puybaraud, 2010, s.37

Y kuşağını diğer kuşaklardan ayıran farkların bulunduğunu yapılan araştırmalar sonucu söylemek mümkündür. Ekonomi, teknoloji, o dönemde yaşanan olaylar, sosyal yaşam gibi konularda diğer kuşaklara göre farklılık gösteren Y kuşağı beslenme alışkanlığı konusunda da diğer kuşaklardan ayrılmaktadır.

Y kuşağının yiyecek içecek seçimlerini etkileyen faktörleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Fernando, 2016, s.5);

- Y kuşağı genelde evde yemek yemeyi seven bir gruptur, fakat dışarıda yemek yeme veya eve servis şeklinde söylenen yemeklerden de hoşlanırlar. Günümüzde yemeklerin %70'i evlerde yenilmektedir. Genellikle hızlı, hazırlanması kolay yemekleri tercih ederler. Bu yemekler 'sıfırdan pişirme' tarzında yiyecekler değil, daha çok 'hibrit ev yapımı' yiyeceklerdir.
- Eski kuşaklarla karşılaştırıldıklarında günlük öğünleri daha azdır ve daha az atıştırmalık tüketirler.
- Geçmişleri çok çeşitli etnik ve kültürel değerlere sahip olduğu için daha farklı lezzetlerin arayışı içindedirler.
- Organik, işlevsel ve sürdürülebilir tarzda yetiştirilen ürünlere yönelik artan tercihleri ile bu yiyeceklerin nasıl yetiştirildiği konusunda çok daha fazla bilgi sahibi olmak isterler.
- Y kuşağı için beslenme konusunda hız faktörü çok önemli olduğu için dışarıda yemek yemeleri söz konusu olduğunda tercihleri fastfood olmaktadır.

2.1.2.5. Z Kuşuğu

1990'ların sonu ve 2010'ların başında dünyaya gelen bireylerin oluşturduğu kuşuğa Z kuşuğu denilmektedir (http-7). Z kuşuğuna aynı zamanda 'Kristal Kuşak' da denilmektedir (Adıgüzel vd., 2014, s.174).

Henüz çocukluk dönemlerini yaşayan bu gruptaki bireyler, ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik dönüşümler sonucunda, tüketim davranışları ve kararları üzerinde bulundukları yaşın çok ilerisinde tesirlerde bulunmaktadır. Z kuşuğının bu özelliğı sayesinde sessiz kuşak, bebek patlaması kuşuğı, X kuşuğı ve Y kuşuğından gelen pazarlama ve tüketim alışkanlıklarını önemli oranda değıştirecekleri ve gelecek yıllardaki tüketici profilini biçimlendirecekleri düşünülmektedir (Altuntuğ, 2012, s.206). Teknolojinin büyük ölçüde gelişmiş olduğu döneme denk gelen Z kuşuğı internet çocukları, dijital nesil, dijital yerliler, medya nesilleri, .com nesil, igen veya anlık çevrimiçi olarak da isimlendirilmektedir (Levickaitė, 2010, s.173). Teknolojinin tam içine doğan Z kuşuğının, internetsiz, cep telefonsuz ve bilgisayarsız bir dünyada anıları yoktur. Bu nedenle internet ve sosyal medya Z kuşuğının günlük düzeni içerisinde önemli bir yere sahiptir. Z kuşuğı gelişen teknoloji sayesinde daha önceki nesillerin ulaşamadığı geniş bilgi alanına sosyal ağlar ve hızlı internet yardımıyla kolaylıkla ulaşma imkânı bulabilmiştir. Z kuşuğının değışik kültürlerle tanışması ve ön yargılarından kurtulması noktasında internet ve sosyal medyanın artışı bu anlamda avantajlar arasında yer almaktadır (Sarıoğlu ve Özgen, 2018, s.1068). İnternet alışverişlerinde birçok çeşitliliğın ulaşılabilir hale gelmesi ile Z kuşuğının bunun bilincinde olarak aile üyelerini etkileyebilmesi mümkün hale gelmektedir. Dolayısıyla şu an kendilerine ait bir gelirleri olmamasına rağmen Z kuşuğı, tüketim davranışlarında belirleyici olma özelliğı ile öne çıkmaktadır (Torlak, 2016, s.138).

Z kuşuğı, zevklerine düşkün, teknolojiyi hızlıca anlayabilen, işlerini oldukça kısa sürede ve düzenli bir şekilde yapan hareketleriyle öne çıkmaktadır. Diğer nesillere kıyasla insanlık tarihinin el, göz, kulak vb. motor becerileri senkronizasyonu en yüksek grup olan Z kuşuğı sonuç odaklı, doyumsuz, karar veremeyen ve doğuştan tüketici olarak bilinmektedir. Genellikle aile bireylerinden ayrı yaşamayı tercih etmektedirler. Adalet ve barış gibi konulara önem verirler. Teknolojideki gelişmeler, Z kuşuğı bireylerinin kişisel özelliklerinin diğer nesillere göre farklılık göstermesine neden olmuştur. Ayrıca Z kuşuğının diğer nesillere göre en fazla eğitim almış kuşak olabileceğı öngörülmektedir (Kon, 2017).

Z kuşağı bireyleri doğmuş oldukları çağ nedeniyle diğer kuşaklardan farklı davranış ve tutum sergilemektedir. Z kuşağının özel yaşamlarındaki, eğitim-öğretim sürecindeki ve iş hayatlarındaki tavır, tutum ve özelliklerini Çizelge 5.'de ki gibi sıralamak mümkündür.

Çizelge 5. Z Kuşağının Temel Özellikleri

Genel Özellikler
Sabırsızdırlar,
Teknolojiyi yakından takip ederler,
Çevrim içi platformlara rağbet gösterirler,
Aktif sosyal medya kullanıcılarıdır,
Aynı anda birçok işi yapabilirler,
Yeniliğe açıktırlar,
Eğitim ve Öğretim Hayatı
Eğitim konusunda en eğitimli kuşaktır,
Kendilerini sürekli geliştirirler,
Uygulama ile öğrenmeye meyillidirler,
Merak eder, araştırır ve sorgularlar,
Teknolojiden en üst seviyede faydalanırlar,
Üretkendirler ve farklı ilgi alanları vardır,
Sosyal etkinliklerle eğitimi aynı anda götürürler.
İş Hayatı
Detaylarda kaybolmazlar,
Nokta atışı yaparlar,
Bireysel hareket etmeyi severler,
Kendilerini iyi ifade ederler,
Bilginin ve zamanın hızına hemen uyum sağlarlar,
Çalışırken aynı zamanda eğlenmek isterler,

Kaynak: Berkup, 2015, 111-112; Taş, Demirdöğmez ve Küçükoğlu, 2017, s. 1033-1034

Sosyal, ekonomik, kültürel ve teknolojik anlamda yaşanan değişiklikler bireylerin beslenme alışkanlıklarını da etkilemekte ve zaman içinde beslenme alışkanlıklarının değişmesine neden olmaktadır. Ailelerde yaşanan beslenme ile ilgili sorunlar, evde beslenmeden sorumlu olan kişinin aldığı eğitim ile paralellik göstermektedir. Eğitim düzeyi ne kadar yükselirse beslenmede yaşanan hatalı uygulamaların azalmakta olduğu, sağlık ve beslenme ile ilgili yararlı uygulamaların ve alışkanlıkların arttığı görülmektedir (Sürücüoğlu, 1986 aktaran Kılıç ve Şanher, 2007, s.32).

Söz konusu Z kuşağının da denk geldiği dönem itibariyle ve teknolojinin gelişmiş olması nedeniyle beslenme alışkanlıklarında farklılıklar meydana gelmiştir. FSA verileri doğrultusunda Britainthinks (2019) raporuna göre Z kuşağı diğer kuşaklara göre daha az meyve, sebze ve balık tüketmektedir. Bunun yanı sıra Z kuşağı Y kuşağına kıyasla daha fazla fastfood, hazır yemek ve önceden paketlenmiş sandviçler tercih etmektedir. Ayrıca Z kuşağının diğer kuşaklara göre yemek hazırlama ve pişirme isteğinin ve bu konudaki yeteneklerinin daha düşük olduğu da dikkat çekmektedir. Bu sebeple dışarıda yemek, paket servis ve fastfood Z kuşağının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Gıda seçiminde fiyat faktörü Z kuşağı için oldukça önemlidir. Bu kuşak yemeği nerede yiyeceğini düşünürken aynı zamanda fiyatı da göz önünde bulundurmaktadır. Araştırmalar sosyal medyanın Z kuşağı tüketicilerinin yeme davranışı üzerinde bir etkisi olduğunu göstermektedir. Bu bireyler, yemek seçiminde sosyal medyadan ilham almaktadır (BritainThinks, 2019, s.56-57-65-70).

Fernando (2016)'ya göre ise, kuşaklar arasındaki en sağlıklı nesil Z kuşağıdır. Bu kuşaktaki bireyler doğal malzemelere, meyve ve sebzelere yönelmektedir. Teknolojiyle yakından ilgilenen bu bireyler yiyeceklerin nereden geldiğini ve hangi süreçlerden geçtiğini anlamak için sürekli olarak gıda bilgisi ararlar. Yemeklerini evde pişirmeyi tercih ederler. Z kuşağının fiyat bilinci yüksektir, teknolojiyi çok iyi kullanmaları fırsatları ve alışveriş kuponlarını yakından takip etme fırsatı yaratırken bu sayede en uygun fiyatlı yiyecek alışverişi yapmalarına imkân sağlamaktadır (Fernando, 2016, s.6).

2.1.2.6. Alfa Kuşağı

Alfa kuşağı, 2010 ve sonrasında dünyaya gelen bireylere denilmektedir (Nagy ve Kölcsey, 2017, s.111). Bu kuşaktaki bireyler, bilgisayarlar ve internet ile yakından ilgilidir. Dünyaya geldikleri andan itibaren dijital dünya ile iç içe olmuşlardır. Şu an ki Alfa kuşağının büyük bir çoğunluğunun okul öncesi, ilköğretim ve yok denecek kadar az bir kısmının ise ortaokul öğrencisi olduğunu söylemek mümkündür (Mıstık, 2019, s.80).

Berkowitz (2016) ve Schawbel (2014)'e göre Alfa kuşağının özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Ekonomik anlamda paylaşmaktan nefret ederler.
- Oldukça hareketli ve aktiflerdir. Fakat gürültü yapmazlar. Yapılan araştırmalarda özellikle 0-6 aylık bebeklik dönemlerinde oldukça sessiz oldukları ortaya çıkmıştır.
- Mahremiyeti önemsemezler.
- Kuralları önemsemezler ve genellikle ihlal ederler.
- Hiçbir kısıtlamadan hoşlanmazlar.
- Sağlıklı beslenmenin öneminin bilincindedirler. Özellikle süt ve türevlerinde doğal ve taze olan ürünleri tercih etmektedirler.
- Bisküvi, makarna, pirinç, mısır gevreği ve vitaminli ürünleri severler.
- Dine olan inançları azdır. İbadet ve ritüelleri sevmezler. Dinden ayrılmaya meyillidirler.
- Yeniliklerle yakından ilgilidirler ve deney yapmayı severler.
- Keyif aldıkları şeyleri tekrarlamayı severler. Film, müzik bunlara örnek verilebilir.
- Gelecek ve geçmişe takılı kalmazlar, tamamen ana odaklanırlar.
- Çok yaratıcıdır ve sürekli kendilerini geliştirmeyi düşünürler.
- Diğer nesillere göre daha girişimci bir kimliğe sahiptirler.
- Sosyal medyaya güvenleri tamdır ve yüksek oranla akıllı telefon bağımlıdır.
- İnternet üzerinden alışveriş yaparlar.
- Diğer bireyler ile genellikle fiziksel temastan kaçınırlar. Yalnız olmak onları üzer fakat buna rağmen yine de sosyal medya üzerinden iletişim kurabilmektedirler.
- X ve Y kuşağı olan anne, babaları tarafından çok fazla şımartılırlar.
- İhtiyaçlarını tek başına karşılayabilme gücüne ve eğitime sahiptirler. Diğer nesillere göre daha büyük sorunlarla karşı karşıya kalmaya hazırlardır (Schawbel, 2014; Berkowitz, 2016).

Alfa kuşağının toplum arasında kuvvetli bir etkisi vardır. Ancak bu gruptaki bireyler birtakım hastalıklarla karşı karşıyadır. Aşırı fastfood, sağlıksız tatlılar ve içecekler obezite ve diyabet gibi hastalıklara yol açmaktadır. Çocukluk döneminde yeterli ve dengeli beslenme hareketi, yetişkinlikte kendisini göstermesini beklenen koroner kalp hastalığı, yüksek tansiyon, tip II diyabet, kanser çeşitleri ve diğer tüm hastalıkların önlenmesinde etkilidir (Tabunşic, Calmâş ve Fedorciucova, 2021, s.87).

2.1.3. Kuşaklar Arasındaki Benzerlikler ve Farklılıklar

Farklı yıllarda doğan ve dünyaya geldikleri dönemin gerektirdiği şartlarda büyüyen insanlar, hayata bakış açılarından, aile yaşantılarına, eğitim hayatlarından iş hayatlarına, yeme içme alışkanlıklarından teknolojiye düşkünlüklerine kadar birçok farklı konuda farklı karakteristik özelliklere sahiptirler (Kazkondur, 2020, s.35).

Sessiz Kuşak (Gelenekselciler), Baby Boomer (Bebek Patlaması), X, Y, Z ve Alfa kuşaklarının genel özellikleri, karakteristik özellikleri ve tüketim eğilimleri karşılaştırma niteliğinde Çizelge 6.'da verilmiştir.

Çizelge 6. Kuşakların Genel ve Karakteristik Özelliklerinin Karşılaştırılması

Kuşak Adı	Sıfatlar	Genel özellikler	Karakteristik Özellikler	Tüketim Eğilimleri
Sessiz Kuşak	-Uyumlu -Çekirdek Aile	-Dünyaya gelen en küçük grup. -Güven duygusuna önem verirler. -Tedbirlidirler, -Risk almazlar, -Toplumsal değerlere dikkat ederler. -İş yaşamında uyumlu çalışmayı severler. -Teknolojiden uzak. - 'Yaşamak İçin Çalışmak' felsefeleridir. -Büyük aileler, sosyal gruplar ve komşuluk ilişkilerini severler, -İçinde bulunulan çağın en yaşlı kuşağı ve %95'i şuan emekli.	-Disiplinli -Vatansever -Fedakâr -Sadakatli -Otoriteye saygılı -Çalışkan -Tasarruflu -Liderlik Vasfı -Kurallara uyum -Tutarlılık	-Sadece ihtiyaçları için alışveriş yaparlar. -Sakla samanı gelir zamanı anlayışını benimserler. -Onlar için yemek sadece karın doyurmak içindir.

Çizelge 6- devamı

Bebek Patlaması Kuşağı	-İlgili Aile -Kuralcı	-İşkolik. -Otorite onlar için önemli. -Paylaşmayı severler. -Çalışkan. -Kararlarına sadık. -‘Çalışmak İçin Yaşamak’ felsefesini benimserler. -Aile önemlidir fakat iş hayatları daima birinci plandadır. -Topluma yeniden şekil veren kuşak. -Teknolojiye çok yakın değillerdir.	-Fedakâr -İtaatkâr -Ben merkezci -İdealist -Sadakatli -Kanaatkâr -Bencillik -Rasyonellik -Azimli Olma	-Sadece gerekli zamanlarda tüketim yaparlar. -Yatırım amaçlı harcamalar yaparlar. -Çocukların ihtiyaçları için olan harcamaları önemserler.
X Kuşağı	-Geçiş Dönemi Çocukları -Çalışan Aile -Rekabetçi	-Bireyselliği ön planda tutarlar. -Evrensel düşünürler. -İş-yaşam dengesi. -Mevki sahibi olmak isterler. -Otoriteyi, gelenekleri ve ritüelleri sorgularlar. -Toplumsal olaylara karşı duyarlı, açık fikirlidirler. -Değişime açıktırlar ve uyum sağlarlar. -Kendi sorunlarını kendileri çözerler. -‘Yaşamak İçin Çalışmak’ felsefesini benimserler. -Teknolojiyi zorunda oldukları için kullanırlar.	-Mücadeleci -Hoşgörülü -Garantici -İdealist -Sadık -Toplumcu -Kanaatkâr -Becerikli -Şüpheli -Duygusal -Yaratıcılık -Bağımsız	-Reklamlara ve tüketime karşı önlem alırlar. -Tüketime karşı şüpheli tavır sergilerler. -Gerekli değilse alınmamalı.
Y Kuşağı	-Taklitçiler -Sanal Ortam Çocukları -Yaratıcı -Birleşmiş Aile	-Hız faktörü önemli. -Çok kolay iş değiştirebilirler. -Yeni deneyimlere açıklık. -Şeffaflığa önem verirler. -Sosyal medyayı aktif kullanırlar. -Aynı anda birçok işi halledebilirler. -Hedefleri nettir ve beklentileri yüksektir. -Statü onlar için önemlidir.	-Bencil -Sadakatsiz -Gerçekçi -Samimi -Hoşgörülü -Gönüllü -Açık sözlü -Özgürlükçü -Güvenilirlik -İyimserlik -Şüphelilik -Özgüvenli -Sosyal bilinç -Sonuç odaklılık -Sabırsızlık	-Bir ürün veya hizmetin uzun vadeli tüketicisi olmaya meyillidirler. -Prestij kazandıracak tüketimler tercih edilmeli.

Çizelge 6-devamı

Z Kuşağı	- .com çocukları - Dijital çocuklar - Her daim çevrimiçi - Derin duygusal - Her isteği yerine getiren helikopter aile	- Teknolojiye bağımlılık. - Genelde yalnız kalmayı tercih ederler. - Dışarıda zaman geçirmekten hoşlanmazlar. - Bilgisayarı kitaba tercih ederler. - Aynı anda birden fazla işle ilgilenirler.	- Yaratıcı - Sorumluluk sahibi - Küresel dünya vatandaşı - Hız - Yenilikçi - Sabırsızlık - İşbirlikçi - Sürekli çevrimiçi olma	- Gelişen teknoloji ışığında tüketim. - Tüketim konusunda aileye yön verebilir.
Alfa Kuşağı	- Dijital - Yerliler	- En küçük kuşaktır. - Dijital ortamın içine doğmuşlardır. - Paylaşmayı sevmezler. - Yalnızlığı severler. - Aynı anda iki işi yapmayı tercih etmezler. - Çevreye duyarlılık. - En az konuşan kuşak. - Büyük sorunlarla karşılaşmaya hazır.	- Hareketli ve aktiftirler. - Kural tanımazlar. - Tez canlılık	- Aşırı tüketim sevmezler mevcut ürünleri kullanırlar. - Online alışveriş.

Kaynak: Kazkondur, 2020, s.35-36; Kuyucu, 2017, s.848-849-856; Aka, 2017, s.28-30-31-32-33-36-37-37-44-45-49-50-51-52-53-54-55; Berkup, 2015, s.61-62-63-64-68-70-71-72-80-91-95-96-97-115; Öz, 2015, s.6-7-9-10-11-12-13-14-16; Schawbel, 2014; Berkowitz, 2016

2.1.4. Beslenme Kavramı ve Önemi

İnsanlar hayatlarını sağlıklı bir şekilde sürdürebilmek için beslenmeye ihtiyaç duymaktadır. Beslenme; insan vücudunun fiziksel ve biyolojik fonksiyonlarının devamı için yeterli enerji kaynağının oluşturulmasında anahtar rolü oynamaktadır (http-2).

Beslenme; vücuda gerekli besin maddelerinin yeterli ve dengeli miktarda alınması ve özümlemesi, fazlasının ise vücuttan atılmasını içeren süreçlerin tümüdür (T.C. Millî Eğitim Bakanlığı, 2011, s.4). Beslenme; insanların canı sıkıldığında istedikleri yiyecekten istedikleri miktarda yemesi değildir. Beslenme sadece karın doyurma, açlık hissini bastırma gibi bir eylem olarak görülmemelidir. Beslenmede temel amaç, vücuda gereken bütün besin maddelerinden yeterli ve dengeli bir şekilde uygun zamanda alınarak insan sağlığını korumak ve günlük hayattaki yaşam kalitesini yükseltmektir (Türkiye’ye Özgü Besin ve Beslenme Rehberi, 2015, s.11).

Sağlıklı yaşamın en önemli faktörü olan beslenme; bireylerin büyümesi, gelişmesi, daha kaliteli bir şekilde uzun yıllar boyunca yaşaması için vücuda gerekli olan enerji ve besinlerden zarar vermeyecek şekilde uygun zamanlarda alınması ve

kullanılmasıdır (Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü, 2018). Ayrıca beslenme insanoğlunun doğumunda ölümüne kadar olan sürecin temelini oluşturan, kimya, mikrobiyoloji, ekonomi, tıp gibi birçok bilimi ele alan bir bilim dalıdır (Atasever, 2003 aktaran Gül, 2011, s.7).

İnsanların yaşamını sağlıklı bir şekilde devam ettirebilmesi için beslenme zorunlu ve temel bir ihtiyaçtır. Beslenme fizyolojik bir durum olduğu kadar aynı zamanda insan yaşamının psikolojik, sosyolojik ve ekonomik durumları arasında da yer almaktadır (Ünsal, 2019, s.1). İnsanoğlu devam eden yaşamı boyunca iş hayatları, arkadaş çevreleri, aile hayatları ve yaşadıkları coğrafya gibi birçok dış etkenler doğrultusunda kendilerine bir beslenme şekli inşa eder ve ölene kadar bunu devam ettirirler (Arslan, 2018, s.61). Beslenmenin yetersiz veya yanlış olduğu durumlar, insanların büyüme ve gelişimini olumsuz yönde etkilemektedir. Aynı zamanda da birçok hastalığı beraberinde getirmektedir. Bu nedenle beslenmenin önemi insan yaşamında oldukça büyüktür. Beslenme yalnızca hastalık oluşmaması için dikkatli olunması gereken bir kavram değildir. İyi bir beslenme ile erken ölüm riskini azaltmak, sakatlıklardan ve hastalıklardan korunmak, daha sağlıklı ve dinç bir hayat sürdürmek sık sık hatırlanmalıdır. İnsan sağlığını ciddi anlamda tehdit eden ve bozabilen beslenme bozuklukları; uyku apnesi, yüksek kolesterol ve diyabet gibi birçok hastalığın ana nedenleri arasında yer almaktadır. Bu doğrultuda buna uygun beslenme planlarının yapılıp uygulanabilmesi için beslenme alışkanlığı, yaşam tarzı ve vücut yapısının farklılıklarının incelenmesi oldukça önemlidir (http-3). Beslenme, okul çağına gelmiş çocukların başarısını da doğrudan etkilemektedir. Çocuklara uygulanan doğru beslenme, gerekli olan besinlerin alımı ile hedeflenen gelişimi sağlar, çocuklara kazandırılan iyi bir beslenme alışkanlığı ileri de yaşanabilecek birçok kronik hastalıkların önüne geçer. Bu yüzden okullarda çocuklara verilen beslenme ile ilgili eğitimler çocukların eğitim süreçlerinde ve sonraki hayatlarında oldukça önem arz etmektedir (Sormaz, 2013, s.36).

2.1.4.1. Yeterli ve Dengeli Beslenme

Bireylerin sağlıklı ve kaliteli bir yaşam sürdürebilmesinin en temel nedeni yeterli ve dengeli beslenmedir. Gerekli besin öğelerinden yeterli bir miktarda ve uygun zamanda alınması ve vücutta uygun bir şekilde kullanılması vücudun büyüüp

gelişmesi, yenilenmesi ve sağlıklı bir şekilde çalışmasını sağlar ve bu durum yeterli ve dengeli beslenme olarak adlandırılır (Ünsal, 2019, s.1). Bir toplumun iş gücünün artması, sağlıklı bir hayat sürdürebilmesi, ekonomik ve sosyal refahının artması ancak yeterli ve dengeli beslenme ile mümkündür. Yeterli ve dengeli beslenme yalnızca bireylerin özel yaşamlarını ilgilendiren bir konu olarak görülmemelidir, bu aynı zamanda toplumun gelişmesini de ilgilendiren önemli durumlardan bir tanesidir. Gıda yoksunluğu yaşamayan bireylerin veya toplumların verimli ve üretken bir şekilde çalışması söz konusudur. Tüketicilerde daha fazla tüketme düşüncesinin yerini yeterli ve dengeli tüketme düşüncesi almıştır. Bu durumun en temel nedeni yeterli ve dengeli beslenmenin insan yaşamına pozitif anlamda yansıması, zihinsel gelişime olumlu etkileri, hastalık risklerinin kısmen ortadan kaldırması ve hayat enerjisini yükseltmesidir (Dölekoğlu ve Yurdakul, 2004, s.63).

Beslenmenin kişinin gereksinimlerine uygun olarak gerçekleştirilebilmesi, yeterli ve dengeli olabilmesi için göz ardı edilmemesi gereken temel maddeler şunlardır (Kırkıncıoğlu, 2003 aktaran Yücel, 2015, s.9):

- Beslenme her zaman sistemli, düzenli ve sağlıklı bir şekilde oluşturulmalıdır.
- Birey her öğününde mutlaka tüm besin gruplarından tüketmelidir.
- Beslenme hem ekonomik hem de besleyici olmalıdır.
- Besin öğelerinin seçiminde ürünlerin doğal olmasına dikkat edilmelidir.
- Beslenme yaş, cinsiyet, çalışma ve sağlık durumuna uygun olarak planlanmalıdır.
- Besinler tüketilirken besin değerlerinin azalmamasına özen gösterilmelidir.
- Özel durumda olan (hastalık, emzicilik, hamilelik vs.) bireylere özel beslenme planlanmalı ve eksiksiz bir şekilde uygulanmalıdır.

2.1.4.2. Yetersiz ve Dengesiz Beslenme

Yetersiz beslenme, vücuda gerekli olan besin öğelerinin yeterli miktarda alınamaması sonucu oluşmaktadır. İnsanlar yaşamı boyunca 50'ye yakın besin öğesine ihtiyaç duymaktadır. Bu besin öğelerini vücudun gereksiniminden az aldıkları takdirde yetersiz beslenme ortaya çıkacaktır. Bu besin öğelerinin fazla kullanımı ise vücutta yağ olarak depolandığı için sağlığa zarar verecektir. Bu duruma ise dengesiz beslenme adı verilmektedir. Sağlıklı beslenme bilincinin kazandırılması ve iyi bir beslenme eğitimi dengesiz beslenmenin önüne geçilmesinde önem arz etmektedir. Yetersiz ve

dengelesiz beslenen kişiler, yavaş hareket eder ve isteksizdir, aşırı zayıf veya şişman bir görünüme sahiptir, sağlıklı, kuru ve pürüzlü cilde sahiptir, iştahsızdır, çok sık baş ağrısı problemi yaşar ve genelde yorgun bir yapısı vardır (Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü, 2018).

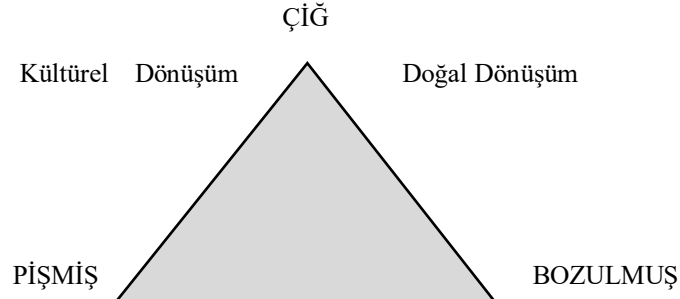
Yetersiz ve dengelesiz beslenme, bireyin ve içinde bulunduğı toplumun sağlık düzeyini olumsuz yönde etkileyen en önemli faktördür. Bu nedenle birey ya da toplumun yetersiz ve dengelesiz beslenme konusunda bilinçlendirilmesi büyük önem taşımaktadır. Bebeklerin ve çocukların ölüm hızındaki artış, doğrudan beslenme hastalıkları, enfeksiyonlara karşı zayıflık, iş veriminin düşük olması, büyüme ve gelişme de gerilik ve kronik- dejeneratif hastalıklara duyarlılık vb. yetersiz ve dengelesiz beslenmenin zararları arasında sayılabilir (Baysal, 1981a, s.3).

İnsana doğuştan gelen akıl yeteneklerinin gelişmesi, iyi bir beslenmeye ve sosyo-kültürel çevre bulmasına bağlıdır. Yapılan deneysel araştırmaların sonucuna göre, insan beyninin anne karnında oluştuğı ve doğumdan sonraki ilk üç yılda büyümesini büyük ölçüde tamamladığı ortaya çıkmıştır. Bu nedenle hamilelikten ilk 3 yaşa kadar çocuğun yetersiz beslenmesi, eksik ve bozuk bir beyin yapısına neden olur. Birey, diğer senelerde çok iyi bir beslenme alışkanlığı kazansa bile beyinde meydana gelen yapısal bozukluk aynı kalır. Bu da çocuklarda birtakım davranış bozukluğu ve eğitim hayatlarında öğrenmekte zorlanma ile sonuçlanır. Bu sebeple toplumun yetersiz ve dengelesiz beslenme konusunda bilgilendirilmesi çok büyük önem taşımaktadır (Baysal, 1981b, s.5)

2.1.5. Yemek Yeme Olgusunun Tarihsel Gelişimi

Gıdaları üretme ve yemek yeme olgusu insanlık tarihi açısından oldukça önemlidir. Tüketilen besinlere erişim, tarımın icadı gibi kavramların insanlık tarihinin oluşmasında ve genişlemesinde rolü büyüktür. Tarih boyunca besinin, karın doyurma amacının yanı sıra birçok fonksiyonunun olduğu ortaya çıkmış; sosyal değişime, toplumsal birleşmeye, jeopolitik yarışa, endüstriyel büyümeye, askeri çatışmaya ve ekonomik gelişmeye sebebiyet vermiştir (Standage, 2017, s.11). Levi-Strauss, pişmiş ve çiğ yemek arasındaki farkı, doğa ve kültür arasındaki fark ile bağdaştırmış, insan düşüncesinin evrensel bir özelliğı olarak ortaya koymuştur. Beslenme kapsamında pişirme işlemi, doğada bulunan çiğ maddeleri insanların tüketebileceğı uygun besinler

haline getirme işlemi olarak isimlendirilebilir. Lévi-Strauss, bu konu hakkındaki görüşlerini, doğa ve kültür arasındaki bağlantıyı ve geçişleri bir diyagram şeklinde ortaya çıkardığı mutfak üçgeniyle (Şekil 1.) birbirinden ayırmıştır (Beardsworth ve Keil, 2011, s.107).



Şekil 1. Mutfak Üçgeni

Kaynak: Beardsworth ve Keil, 2011, s.107

İnsanların yemek yeme ihtiyaçlarına dönük olarak çevreye karşı verdikleri tepkiler aynı zamanda belli bir kültürel değerlerin oluşmasına temel sağlamıştır. Örneğin ilk topluluklarda avcılık ve toplayıcılığa dayalı bir yaşam tarzı mevcuttur. Bu yaşam içinde yemek kültürü; yabani yiyecek toplama, balıkçılık, tarım ve hayvancılıktan ibaretti. Daha sonra yemek kültüründe değişen yaşam şartları ve standartlarla birlikte insanların değişkenlik gösteren günlük yaşam alışkanlıklarıyla benzer bir şekilde değişiklikler gözlenmiştir. Böylece toplumlar göçebe hayatın getirmiş olduğu avcı ve toplayıcı olmaktan ziyade, yerleşik hayatın getirdiği tarımla ilgilenen toplumlar haline gelmiştir. Meydana gelen bu dönüşüm ile yemek kültüründe değişiklikler ortaya çıkmış ve bu değişikliklerinde toplumu başkalaştırdığı görülmüştür (Sağır, 2012, s.2679). Tarımsal üretimin benimsenmesi, yerleşik hayata olanak sağlamış ve insanlığın modern dünyaya geçmesini sağlamıştır. Tarımda kullanılacak olan araç ve gereçlerin icat edilmesi ve geliştirilmesi tarım işleri açısından rahatlık ve kolaylık sağlamıştır ve bu sayede insanlar tarımsal üretim odaklı çalışmaya başlamıştır (Standage, 2017, s.11; Kılıçlar, Bozkurt, Sarıkaya ve Şahin, 2021, s.533).

Antik Yunan ve Roma’da yemek kültürü, aynı kültürü paylaşan insanların gelir düzeylerine göre farklılık göstermektedir. Ekonomik durumu kötü olan insanların seçtiği yemek çeşitleri ile ekonomik durumu iyi olan insanların seçtiği yemek çeşitleri aynı değildir. Gelir düzeyi iyi olan insanlar daha zengin yemek kültürüne sahiptir (İrepoğlu, 2013 aktaran Tolga ve Yatkın, 2017, s.104). Antik Yunan döneminin

kurucularından biri olan Homeros, Odysseus üzerinden Yunan insanından bahsederken, insan için zamanı keyifli bir şekilde geçirmenin yolunun hazırlanan sofranın etrafında yemek yemek, içmek ve müzik dinlemek olduğunu söylemiştir (Aristoteles, 1975, s.236). Bu dönemde insanların gündelik hayatta yedikleri yemeklerle şölen ve kutlamalarda yedikleri yemekler birbirinden farklıdır. Platon, şölenlerin tek amacının eğlenmek olduğunu ve Yunan erkeklerinin bu şölenleri sıklıkla organize ettiklerini ifade etmiştir (Platon, 2007 aktaran Kılıçlar vd., 2021, s.533). Şölenler ve kutlamalar genel olarak maliyet gerektiren ve zaman alan etkinlikler olduğu için yalnızca üst sınıf insanlara hitap etmektedir. Bundan dolayı misafirlerin sadece özgür olarak bilinen yurttaşlar olduğu; kadınlar çocuklar ve kölelerin şölene katılamadığı bilinmektedir (Boyalı, 2019, s.15).

Coğrafi keşifler sonrası değişen ticaret yolları ve takas ekonomisinden para ekonomisine geçiş, kırsal yaşamdan şehir yaşamına geçişi hızlandırmıştır. Bu sebeple insanların yaşam biçimlerinde birtakım farklılıklar söz konusu olmuştur (Ertürk, 2018, s.1203). Yeni besinlerin keşfi için görev üstlenen coğrafyacılara toplumsal bir değişikliğin de önünü açmıştır. Buna, Karayip Adaları'ndaki işletmelerde kölelerin çalışmalarına dayanan şeker üretiminin, sanayileşme döneminin ilk örneği olarak kabul edilmesi ve şeker ile patates sanayi döneminin yeni fabrikalarında çalışan işçiler için ucuz gıdanın tedarik edilmesinde önemli bir rol oynadığı örnek verilebilir (Standage, 2017, s.13). Şeker ve patatesin ucuz ve yüksek besin değerine sahip olması bu gelişmenin önemli bir unsurudur. Sonuç olarak İtalyan düşünür ve yazar Umberto Eco bu durumu şu şekilde ifade etmiştir: "Patates, insanlığın orta çağdan kurtuluşunu sağlayan en önemli buluşlarından birisidir" (Kılıçlar vd., 2021, s.534).

19. yüzyılda tarım alanında meydana gelen değişiklikler, gıdaya ulaşımı kolaylaştırmış ve gıda ürünlerinde artış yaşanmasını sağlamıştır. Ve bu artış ile birlikte Yeşil Devrim başlamıştır. Yeşil Devrim, gıda arzının nüfusa göre çok daha hızlı bir şekilde artmasına olanak sağlayarak, yüzyılın sonunda Asya'nın hızlı bir şekilde sanayileşmesini mümkün kılmıştır. Sanayi toplumunda yaşayan insanların, tarım toplumunda yaşayan insanlara göre çocuk sahibi olma eğilimleri daha azken; 20. Yüzyılın sonlarına doğru insan nüfusunun en üst seviyeye ulaştığı görülmektedir (Standage, 2017, s.13). 20. Yüzyılın ikinci yarısından sonra her sektörde olduğu gibi yiyecek endüstrisi de hızlı bir şekilde ilerleme kaydetmiş ve yayılmıştır (Korkmaz, 2010, s.123). Buna örnek olarak George Ritzer'in toplumun Mcdonaldlaşması kuramı

verilebilir. Artan ve yaygınlaşan fastfood kültürü yemek alanında da fordist bir yaklaşım sergilemiştir. Amerikan ekonomisinin, yaşam tarzının ve kültürünün simgesi haline gelen Mcdonald's'ın dünyanın çoğu ülkesinde zincirleri bulunmaktadır. Hatta gazeteci Thomas Friedman, Amerikan ticaret ve kültürünün simgesi olarak herhangi bir ülkede McDonald's zincirinin olup olmadığına bakılmasının bile yeterli olacağını belirtmiştir (Kılıçlar vd., 2021, s.535).

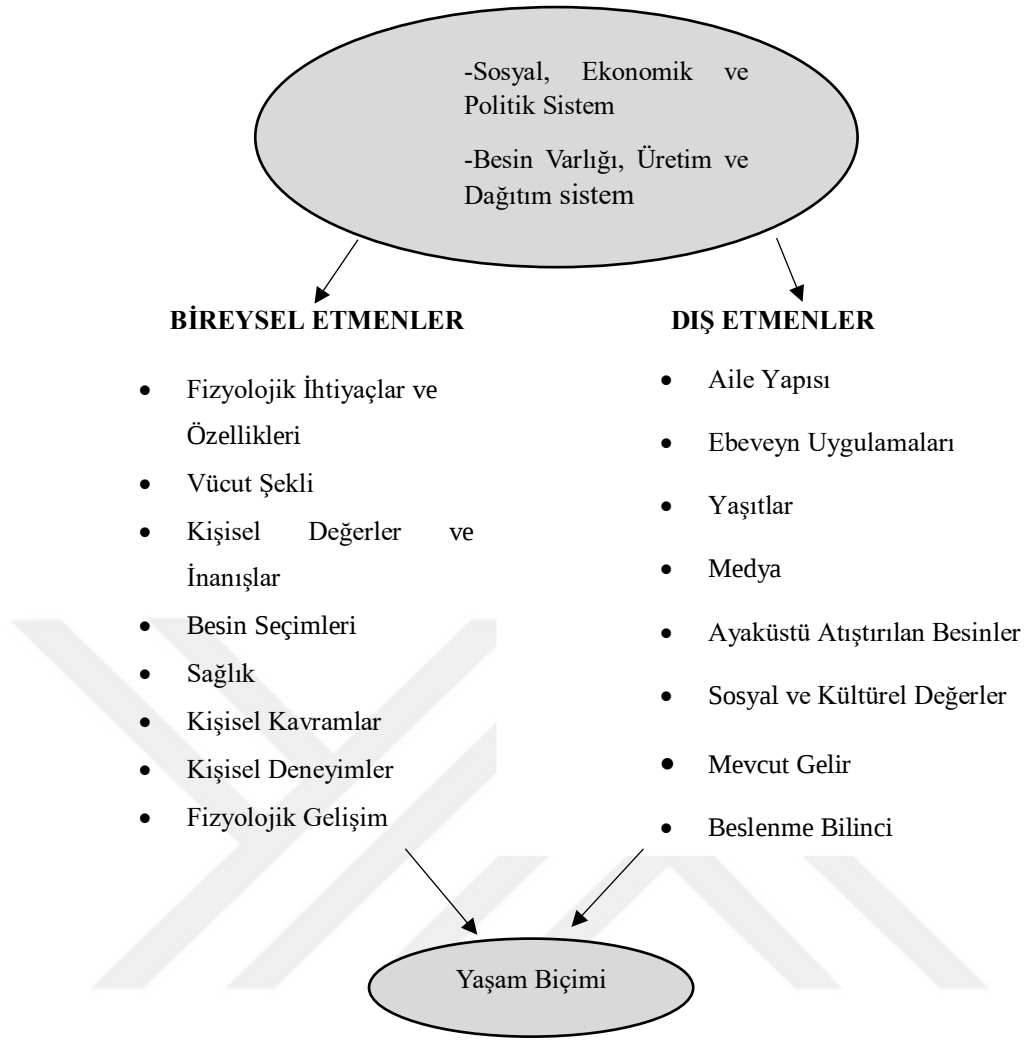
2.1.6. Beslenme Alışkanlığı ve Önemi

Sağlıklı, bedensel ve zihinsel anlamda güçlü ve yetenekli insanların varlığı, bir ülkenin ekonomik ve sosyal anlamda istenilen uygarlık seviyesine ulaşmasının en temel hususlarından biridir. İnsan gücünün bedensel ve zihinsel işlevi açısından en üst seviyede tutulabilmesi, insanın beslenme davranışlarıyla yakından ilgilidir. Bunun için insanların öncelikle, aile içinden başlayarak yeterli ve dengeli beslenmeleri ve buna ek olarak da iyi bir beslenme alışkanlığı edinmeleri gerekmektedir (Baysal, 2007 aktaran Sabbağ ve Sürücüoğlu, 2011, s.2).

Beslenme alışkanlığı; bireyin günlük öğün sayısı, ana ve ara öğünlerde tüketilen yiyeceklerin türü ve miktarı, öğünler arası süre, psikolojik durum, dışarıdan yiyecek satın alma, yemek pişirme ve servis etme gibi durumları içeren bir kavramdır (Gül, 2011, s.8).

İnsanların beslenme alışkanlıklarında yıllar içerisinde birtakım değişiklikler meydana gelmiştir. Beslenme alışkanlıkları konusunda dünyada bulunan tüm ülkelerde farklılık söz konusudur, hatta ülke içindeki bölgelerde de yöresel anlamda değişiklikler görülmektedir. Tarihten bu yana insanların beslenmelerindeki amaçları karın doyurmak olurken zaman içerisinde birçok faktör beslenme alışkanlıklarını etkilemiştir (Pekcan, Alphan, Köksal vd., 2008 aktaran Bakman, 2016, s.9). Beslenme alışkanlıklarının, yaşam kalitesini arttırma ve sağlıklı bir yaşam sürdürmedeki rolü oldukça büyüktür. İyi bir beslenme alışkanlığının kazanılması sadece insanın kendisi için değil, toplum içinde önemli bir konudur (Bakman, 2016, s.10).

Şekil 2'de beslenmeyi etkileyen faktörler bir arada verilmiştir. Beslenmeyi etkileyen faktörler bireysel ve dış etmenler olmak üzere iki başlık altında incelenmektedir. Bireysel etmenler ve dış etmenler yaşam biçimini etkilemektedir.



Şekil 2. Beslenmeyi Etkileyen Faktörler

Kaynak: Güneş ve Turhan, 2006, s.4

Sağlıklı bir yaşam sürebilmek için iyi bir beslenme alışkanlığı kazanmanın en temel yolu insanların beslenme bilgisinin arttırılmasıdır. İyi bir beslenme eğitiminin verilmesinin, yiyecek seçimi ve beslenme alışkanlıklarının geliştirilmesine katkı sağlayacağını söylemek mümkündür (Hamulka, Wadolowska, Hoffman, Kowalkowska ve Gutkowska, 2018, s.1).

Beslenme alışkanlıklarında yaşanan değişimlerin farkına varmak ve bu değişimlerin sosyo-demografik ve sosyo-ekonomik etmenler ile olan bağlantısını anlamak, beslenme alışkanlıklarının neden ve sonuçlarını anlamada yol gösterici olacaktır. Şüphesiz bu durumda, insanların daha sağlıklı beslenmeleri için gereken geliştirmelerin yapılabilmesi ve iyileştirilmesi açısından faydalı olacaktır (Eroğlu, Şentürk ve Karacabey, 2012, s.132).

İyi bir beslenme alışkanlığının küçük yaşlarda kazanılması bireyin ileri ki hayatında sağlığını olumlu yönde etkilemektedir, bu yüzden kişinin erişkin dönemde sağlıklı olabilmesi ve bunu koruyabilmesi için çocukken iyi bir beslenme alışkanlığı kazanmasının önemi büyüktür. Beslenme alışkanlıklarında yaşanan herhangi bir dengesizlik veya bozulma kalp-damar hastalıkları, kanser, diş çürükleri, obezite, alerjik hastalıklar, hipertansiyon, diyabet ve osteoporoz gibi birçok kronik hastalıklara neden olabilmektedir. Bundan dolayı bireyin erken yaşlarda yeterli ve dengeli beslenmesi ve gerekli fiziksel aktiviteleri yerine getirmesi ileri ki yıllarda oluşması öngörülen sağlık sorunları riskini önemli seviyede azaltacaktır (Mazıcıoğlu ve Öztürk, 2003, s.173; Garibağaoğlu, Budak, Öner, Sağlam ve Nişli, 2006, s.174).

2.1.7. Kuşakların Besin Tüketim Davranışları

Globalleşen dünyada tüketim alışkanlıklarının devamlı yeniden üretildiği ve insanların bu üretimin tam ortasında yer aldığı görülmektedir. Hizmet veren işletmeler hitap ettikleri müşteriye ulaşabilmek için ve yeni ürün geliştirebilmek için hangi kuşağa ait olduğunu bilgisine ve değişkenlik gösteren özelliklerine ihtiyaç duymaktadır (Walker, 2003). Tarihsel süreçlere ve toplumsal olaylara bağlı olarak kuşaklar gruplara ayrılmıştır. Bunlar Sessiz Kuşak, Bebek Patlaması Kuşağı, X Kuşağı, Y Kuşağı, Z Kuşağı ve Alfa Kuşağıdır.

Kuşakların her biri eşsizdir; yaşamını sürdükleri dünya tarafından biçimlendirilen değişik kolektif özellikler ile karakterize edilmektedirler. Nesillerin farklı tecrübe ve seçimleri, farklı ürün çeşitleri için satın alma davranışında değişikliklere sebep olduğu söylenebilir (Parment, 2013, s.190). Bu durum ise kuşaklara mensup bireylerin seçtiği ve satın aldığı yiyecekler, beslenme alışkanlıkları ve yeme davranışları konusunun açıklığa kavuşmasında ve anlaşılabilmesinde oldukça önemlidir (Sarıkaya, Demirci ve Erol, 2021, s.331).

Sessiz kuşak, diğer kuşaklar arasındaki en yaşlı nesil olarak bilinmektedir. Bu yüzden diğer nesiller ile kıyaslandığında besin tüketim alışkanlıkları konusunda aralarında önemli farklılıklar vardır. Fernando (2016)'nın Kanada'da yapmış oldukları çalışmada Sessiz Kuşağın besin tüketim davranışı ile ilgili bilgi verici bulgulara ulaşılmıştır. Buna bağlı olarak Sessiz Kuşaktaki bireyler genelde kolay okunabilen ve anlaşılabilen gıda hakkında temel bilgilere yer verilmiş etiketleri olan besinleri tercih etmektedir. Sessiz Kuşak, gıda maddelerinin besin değeri açısından

yararlılığı konusunda farkındalığı önemsemektedir. Onlar için tazelik ve kalite çok önemlidir, ardından lezzet faktörü gelmektedir. Kolay bir şekilde hazırlanan gıdalar, eve dönerken alınan veya dışarıdan paket servis şeklinde alınan gıdalar onlar için kolaylık sağlamaktadır. Genellikle okunması ve açılması kolay, tek veya çift porsiyonlu gıdaları tercih ederler. Satın alınan gıdanın ekonomik ve ulaşılabilir olması çok önemlidir. Yemekler için gerekli malzemelerin alışverişinde ve hazırlanma sürecinde bağımsız olmayı severler (Fernando, 2016, s.3).

Günde genelde üç ana öğün yemek yiyen Bebek Patlaması kuşağı ara öğünlere önem vermemektedir. Genellikle öğle öğününü atlayan bu bireyler akşam öğününü atlamamaya özen göstermektedir. Ve atlanılan öğünlerin nedeni genelde yemekleri beğenmediklerinden, ekonomik sıkıntılardan ve diğer faktörlerdendir. Yemek yerken en çok zaman harcayan kuşak Bebek Patlaması kuşağıdır. Genelde 16 ile 30 dakika yemek yemeye ayırırlar. Dışarıda yemek yemeyi tercih ettikleri öğünleri genelde akşam öğünüdür (Kazkondur, 2020, s.240).

BB Kuşağı dışarıda kahvaltı yapmayı seçerlerse genelde kahvaltı salonlarını veya çorbacıları, öğle yemeğinde esnaf lokantalarını ve akşam yemeğinde ise et restoranlarını tercih ederler. Dışarı da yemek yeme sebeplerinden birkaçı ise; karın doyurmak, aile ve dostları ile bir araya gelmek ve yaşlarından dolayı yemek yapmaları zorlaştığı içindir. Sağlıklı hayata önem veren bu grup sabah kahvaltılarında en sağlıklı besinleri tüketmektedirler. Yiyecek olarak genelde zeytin, peynir, bal, tereyağı, yumurta tüketen BB Kuşağı içecek olarak ise demleme çay, su ve süt tüketmektedirler. Öğle ve akşam yemeklerinde ağırlıklı olarak çorba, et yemekleri, salata, köfte, kuru baklagil yemekleri, ekmek ve pide çeşitleri, makarna, zeytinyağlı yemekler ile turşu tüketmektedirler. İçecek olarak ise tercihleri çay, su ve ayrandır. Ara öğünlerde ise süt ürünleri, meyve ve kuru yemiş tüketen bu bireyler içecek olarak yine çay, su, süt ve ayran gibi içecekler tüketmektedirler (Kazkondur, 2020, s.241).

X Kuşağı da besin tüketim davranışı açısından bazı farklılıklar göstermektedir. Bu kuşağın öğün sayısı genelde çok fazla değildir. Sadece sabah ve akşam olmak üzere günde iki öğün yemek yemekteyler. Yemeklerinde ağırlıklı olarak buğday ve buğday unu ile yapılan yağlı hamur işleri bulunmaktadır. Yaşamlarını sürdürdükleri coğrafyanın da etkisi ile genel olarak hayvansal gıdalarla beslenmektedirler (Kahraman, 2020). X kuşağının en çok tükettikleri besin grupları Çizelge 7’de verilmiştir.

Çizelge 7. X kuşağının Tükettiği Besinler

En Çok Tüketilen İçecekler	Boza, Kımız, Ayran, Şerbet, Şalgam, Hoşaf, Kefir
En Çok Tüketilen Sebzeler	Kabak, Pancar, Lahana, Pazı, Pırasa, Havuç, Soğan, Sarımsak, Turp, Patlıcan, Dağ Ispanağı, Salatalık
En Çok Tüketilen Meyve ve Kuruyemişler	Erik, Kayısı, Şeftali, Elma, Kavun, Karpuz, Şeftali, İğde, Dut, Fıstık, Armut, Üzüm, Fındık, Ceviz
En Çok Tüketilen Tahıl ve Baklagiller	Bulgur, Pirinç, Un, Mercimek, Buğday Nişastası, Nohut
En Çok Kullanılan Ot ve Baharatlar	Misk, Safran, Zeytin, Maydanoz, Hardal, Sarımsak, Kişniş, Nane, Kimyon, Eflak Tuzu, Sakız, Sirke, Fülful (Karabiber), Tarçın, Karanfil, Anber
En Çok Tüketilen Hayvansal Gıdalar	Yumurta, Tavuk, Peynir, Süt, Yoğurt, Kaymak, İstiridye, Karides, Paça, Kaz, Sığır Işkembesi, Bal, Av Kuşları, Balık

Kaynak: Kahraman, 2020

X kuşağı gıda seçimlerinde lezzet, uygun fiyat ve sağlık faktörlerine dikkat etmektedir. Besin çeşitliliğinin sağlanması, düşük yağ oranı ve düşük kalori bu gruptaki bireyler için birinci sırada yer almaktadır. Yemeğin pişirme yöntemi, kolay hazırlanabilir olması ve farklı lezzetler olması X Kuşağı için önemli faktörler arasındadır. Aynı zamanda gıdanın katkı maddesi içermemesi, besin değerinin yüksek olması ve güvenli olması dikkat edilen özellikler arasındadır. Diğer yandan yiyeceklerin doyurucu, kaliteli ve lezzetli olması X kuşağı için önemlidir. X kuşağı bireyleri sağlıklarını olumsuz yönde etkileyebilecek besinleri tüketmekten kaçınmaktadır (Akşit, 2019, s.2605).

X kuşağı, en az öğün atlayan kuşaktır. En çok atlanılan öğün öğle yemeğidir. Yemek için en uzun zamanı akşam öğününe ayırmaktadırlar. Diğer öğünleri yaklaşık 16-30 dakika arasında bir sürede yemekteyirler. Dışarı da yemek yemeye oldukça meyilli bir nesildir. Genel olarak öğle yemeğini dışarıda yemeyi tercih etmektedirler. Dışarıda kahvaltı edecekleri zaman daha çok kahvaltı salonu, pastane ve kafeleri seçerler. Öğle yemeğinde ise köfteci, kebabçı, esnaf lokantası ve et restoranlarını tercih ederler. Akşam yemeğinde ise tercihleri genellikle köfteci, kebabçı, et ve balık restoranlarıdır (Kazkondur, 2020, s.242).

Sabah kahvaltısında genelde yiyecek olarak zeytin, peynir, domates, salatalık, bal, tereyağı, yumurta ve yeşil yapraklı sebzeleri tüketmektedirler. İçecek olarak ise genelde çay, su, bitki ve meyve çayları tüketirler. Öğle yemeğinde ise salata, ekmek ve pide çeşitleri, tahıl ve kuru baklagil yemekleri, sebze yemekleri, çorba ve beyaz et

yemekleri tercihleridir. İçecek olarak çay ve su tüketiciler. Akam yemeğinde ise beyaz et ve sebze yemekleri, çorba, ekmek ve pideler ve salatalar ilk tercihleri arasındadır. İçecek olarak ise su ve demleme çay tüketiciler. X Kuşağı ayrıca akam yemeklerinde en çok alkollü ecek tüketen kuaktır. Ara nlerde genelde taze meyve ve sebze, kuru yemi ve kuru meyveler tercih eden bu kuşak ecek olarak ise çay, su ve bitki çayları tkietmektedir (Kazkondur, 2020, s.243).

Y kuşağında bulunan bireylerin, tketicim odaklı toplumda doğup büyümeleri ve harcayabileceklerinden çok daha fazla gelire sahip olmaları, kendinden önceki kuşaklara kıyasla daha farklı besin tketicim alışkanlığı kazanmasında önemli faktörlerden biri olmuştur (Kennedy, 2001; Chaston, 2009 aktaran Mandhlazi, Dhurup ve Mafini, 2013, s.153). Shipman (2020), Y kuşağının yemek tercihlerini etkileyen faktörleri araştırdığı çalışmasında bu nesildeki bireylerin besin seçim davranışlarını etkileyen altı faktör ortaya koymuştur. Bunlar ruh hali, sağlık, kolaylık, kilo kontrolü, etik kaygılar ve fiyattır. Araştırma sonucunda Y Kuşağı için en önemli faktörün ruh hali olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bireyler yiyecek seçimi yaparken stresi azaltan, yediklerinde mutluluk veren, lezzetli ve güzel dokulu, verdikleri paraya değer nitelikteki gıdaları tercih etmektedir (Shipman, 2020, s.59).

Y kuşağı genel olarak kahvaltı nn atlamaktadır. En çok zaman ayırdıkları n akam yemeğidir. Dışarıda yemek yemeye çok meyillidirler özellikle öğle yemeğini sıklıkla dışarıda yemeyi tercih ederler. Dışarıda kahvaltı yapacakları zaman kahvaltı salonlarını, kafeleri ve pastaneleri, öğle yemeği için köfteci ve kebabçı tarzı işletmeleri, esnaf lokantaları ve kafeleri, akam yemeği için ise kebabçı, kafe ve et restoranı gibi işletmeleri seçmektedirler. Ayrıca paket servis hizmetinden çoğunlukla faydalanırlar. Kahvaltıda genelde hamur işi tarzı yiyecekler tercih ederken ecek olarak ise çay, su ve kahve tkietmektedirler (Kazkondur, 2020, s.244).

Y kuşağı, öğle yemeğinde salata, ekmek ve pide eşitleri, çorba, beyaz et yemekleri tercih etmektedirler. İçecek olarak ise kahve, çay ve su tüketiciler. Akam yemeğinde ise çoğunlukla salata, çorba, ekmek ve pide eşitleri, tahıl ve kuru baklagil yemekleri, sebze yemekleri, beyaz et yemekleri tketicilerken, ecek olarak tercihleri su, çay, gazlı ecekler ve kahve çeşitleridir. Ara nlerinde kek, bisküvi gibi hamur işi ürünler, taze meyve sebze ile çikolata ve şekerleme türü yiyecekler tkietmektedirler. Yoğurt, peynir gibi süt ürünlerini çok az tercih ederler (Kazkondur, 2020, s.245).

Z kuşağının besin tüketim davranışları daha önce incelenen kuşaklara göre farklılık göstermektedir. Bu neslin bireyleri düzensiz bir beslenmeye sahiptir. Genellikle kahvaltı öğününü atlayan bu kuşak hızlı hazırlanabilen, pratik ve çoğunlukla fastfood şeklinde beslenmeyi tercih etmektedir. Bu nedenle sağlıksız beslenme alışkanlıklarından dolayı genelde ev yemekleri ve süt ürünleri gibi gıdaları tercih etmezler. İçecek olarak da tercihleri genelde gazlı, asitli ve şekerli içecekler olmaktadır. Z kuşağı bireyleri bazı yiyecekleri genelde beşamel, soya vb. soslarla tüketmektedirler. Aperatif olarak çiköfte gibi yiyecekler tercih ederken tatlı olarak ise waffle, donut ve künefe tarzı yiyecekleri seçmektedirler (Kahraman, 2020).

Z kuşağının en fazla atladiğı öğün kahvaltıdır. Bu kuşaktaki bireyler, kahvaltı ve öğle yemeğine ortalama 1-15 dakika ayırırken, akşam yemeğine ortalama 16-30 dakika zaman ayırmaktadırlar. Dışarıda yemek yemeyi seven bu kuşak en çok öğle yemeğini dışarıda yemeyi tercih etmektedir. Dışarıda yemek yiyecekleri zaman kahvaltı için kahvaltı salonlarını, kafeleri ve pastaneleri, öğle yemeğı için köfteci, pizzacı, kebabçı, kafe ve fastfood işletmeleri, akşam yemeğı için ise öğle yemeğinden farklı olarak et restoranlarını tercih etmektedirler (Kazkondur, 2020, s.246).

Kahvaltıda peynir ve zeytin çeşitleri, börek ve poğaçaya tarzı hamur işlerini, domates, bal, salatalık, marmelat, tereyağı, reçel çeşitleri tercih etmektedirler. Bunlara ek olarak Z kuşağının kahvaltıda çoğunlukla meyveli yoğurt ve kahvaltılık gevrek tükettikleri söylenebilir. İçecek olarak ise tercihleri su, süt, çay ve meyve sularıdır. Öğle yemeğinde genellikle mantı, köfte, sarma, salata, ekmek ve pide çeşitleri, dolma, makarna, tatlı ve tuzlu hamur işleri tercih ederken içecek olarak ise ayran, su ve gazlı içecekler tüketmektedirler. Z kuşağı akşam yemeğinde ise öğle yemeğinde tükettikleri yemek çeşitlerinden farklı bir yemek tüketmemektedirler. Ara öğünlerde çikolata, kek, bisküvi, hamur işleri ve şekerleme tüketen Z kuşağı içecek olarak ise çay, kahve, gazlı içecek ve su tercih etmektedirler. (Kazkondur, 2020, s.247).

Z kuşağından sonra gelen ve son kuşak olan Alfa kuşağı, sağlıklı ve dengeli beslenmenin öneminin farkında olan bir nesildir. Genel olarak süt, peynir ve vitamin içeren besin değeri yüksek yiyecekleri tercih etmektedirler (Barkowitz, 2016). Literatürde Alfa kuşağının besin tüketim davranışı ile ilgili çok fazla çalışma bulunmamaktadır. Ancak Covid 19 pandemisi ile karşı karşıya kalan bu kuşağın besin tüketim konusunda daha bilinçli bir şekilde hareket etmesi gerektiğı bilinen bir gerçektir. Ayrıca gelişen teknoloji, yapay zekâ ve robotların dönemine denk gelen bu

kuşağın diğer kuşaklara kıyasla çok daha farklı besin tüketim davranışı sergileyeceği öngörülmektedir.

2.1.8. Kuşakların Tüketici Davranışları

Tüketici davranışlarından bahsedebilmek için ilk olarak ‘Tüketici’ kavramının ne anlama geldiğinin bilinmesi gerekmektedir. Ürün veya hizmetleri belli bir bedel karşılığında satın alan, ihtiyaçları doğrultusunda kullanan kişilere müşteri veya tüketici denilmektedir (Karalar, 2001, s.9).

Diğer bir tanımla; insanların, kişisel istek ve ihtiyaçlarının karşılanması için pazarlama bileşenlerini satın alan ve satın alma potansiyele taşıyan kişiler tüketici olarak adlandırılmaktadır. Bu tarz istek ve ihtiyaçlar karşılanırken bazı hizmet ve ürünler bir fiyat karşılığında satın alınırken bazıları ise bedelsiz bir şekilde elde edilebilmektedir. Pazarlamanın ve tüketimin merkezinde insan vardır. Bu sebeple insanları ve ne istediklerini anlamak pazarlamayı anlamak açısından oldukça önem arz etmektedir. Bu anlamda İspanya’da kullanılan bir söz akıllara gelmektedir. ‘Matador olabilmek için bir boğanın hangi etkiye karşı nasıl bir tepki vereceğini bilmek gerekir’. Bu söz pazarlama içinde geçerlidir. İyi bir pazarlamacı olabilmek için tüketicinin ürün veya hizmete karşı nasıl bir tavır sergileyeceğini bilmek gerekir (Keskin ve Baş, 2015, s.56).

Tüketici davranışları hangi hizmet ve ürünlerin satın alınacağını, kimden, nasıl, ne zaman ve nereden temin edileceğini, satın alınıp alınmaması konusunda insanların kararlarını kapsayan bir süreçtir. İnsanların özellikle maliyeti olan ürün ve hizmetleri ihtiyaçları doğrultusunda satın alma ve kullanmadaki kararları ve bununla alakalı tüm hareketler olarak açıklanabilir (Aydın, Tarihsiz, s.2).

Başka bir tanımla; Tüketicinin ürün seçme, satın alma, ürünü kullanmaya başlama ve kullandıktan sonra ihtiyacı bittiğinde elden çıkarma gibi hareketleri içeren sürece Tüketici Davranışları denilmektedir (Kardes, Cronley ve Cline, 2011, s.7). Bu süreçte tüketici davranışlarının hedefi bazı sorulara cevap aramaktır. Bu sorular aşağıdaki gibi sıralanabilir (İslamoğlu ve Altunışık, 2008, s.3).

- Hangi tüketiciler pazarı oluşturur?
- Ne satın alırlar?
- Ne zaman satın alırlar?

- Kim için satın alırlar?
- Satın alma nedeni nedir?
- Nereden satın alırlar?
- Satın aldıkları ürün veya hizmeti nasıl kullanırlar ve elden çıkarırlar?

Tüketici davranışlarını iki ana bölümde ele almak gereklidir. Birincisi dışarıdan bakıldığında ilk başta görülemeyen fakat tüketicinin zihninde işleyen karar almak sürecidir. İkincisi ise, dışarıdan görülebilen tarafı ile bir malın veya hizmetin satın alınma sürecidir (Altunışık, Özdemir ve Torlak, 2002, s.66). Wilkie, tüketici davranışını daha iyi kavrayabilmek adına yedi maddeden söz etmiştir (Wilkie, 1994, s.14).

- Tüketici davranışı, güdülenmektir.
- Tüketici davranışı birçok etkinliği kapsar.
- Tüketici davranışı bir süreçtir.
- Tüketici davranışı zamanlama konusunda ve karmaşıklıkta farklılıklar gösterir.
- Tüketici davranışı çeşitli roller barındırır.
- Tüketici davranışı dış etmenler tarafından tesir altındadır.
- Tüketici davranışı farklı insanlar tarafından değişiklik gösterir.

Sessiz kuşaktan Alfa kuşağına kadar tüm kuşakların tüketici davranışları yaşam koşulları, ekonomik faktörler gibi nedenlerden dolayı birbirinden farklılık göstermektedir. Bebek patlaması kuşağında bulunan tüketiciler savaş ve ekonomik anlamda yokluk dönemine denk geldikleri için tüketime karşı daha mantıksal yaklaşmışlar, kitlesel pazarlamaya uygun davranarak ihtiyacını karşılayan ürünlere karşı sadakat duygusu geliştirmişlerdir (Altuntuğ, 2012, s.208). Koçer ve Aysel (2019)'in kuşakların tüketim davranışlarındaki farkları inceledikleri çalışmalarında elde edilen sonuçlar konuyla alakalı sorulara cevap niteliği taşımaktadır. Alışveriş yaparken yaş arttıkça mağazaya gidip alışveriş yapma oranı artmaktadır. Z kuşağı bir ürün satın alırken mağazalara gitmeden internet sitesinden en çok alışveriş yapan kuşaktır. Ayrıca Z kuşağı hariç diğer kuşaklar alışveriş yaparken daha önceki tecrübelerinden faydalanırken, Z kuşağı ürünle alakalı internet sitesinde yapılan yorumlardan yola çıkarak kararını vermektedir. Gıda ile ilgili harcama yapılırken Z kuşağı hariç diğer tüm kuşaklar bu konuyu birinci sıraya koymaktadır. Hiçbir kuşak için öncelik olmayan harcama ise giyim harcamalarıdır. Bebek patlaması, X, Y ve Z kuşağı için sağlık harcamaları ön planda iken sessiz kuşak için bu harcama ikinci veya

üçüncü plandadır. Hiçbir kuşak eğlence için yapılan harcamalara öncelik vermemektedir (Koçer ve Aysel, 2019, s.101-102). Z kuşağı kendi kredi kartına sahip olan bir kuşak olmasına rağmen tüketim kararlarında hala ebeveynlerinin etkisinde olduğu için pazarlamacıların ayrıca önemseydiği bir kuşaktır. Z kuşağı bireyleri, özgün ve imaja dayanan bir tüketime yönelerek, pür tüketici olarak sıfatlandırılabilen bir tavır sergilemektedirler. Eğitim ve ekonomik açıdan daha şanslı olan bu bireyler istedikleri her ürünü hemen almak, tüketmek ve akabinde yeni ürünleri deneyimlemeyi istemektedirler (Altuntuğ, 2012, s.209). ‘Dijital Yerliler’ olarak adlandırılan Alfa kuşağı ise genellikle alışverişlerini çevrim içi yapmayı tercih etmektedirler. Alfa kuşağı bireyleri aşırı tüketim yapmaktan hoşlanan bir grup değildir. Bu grup genellikle anne ve babalarının eşyalarını, kıyafetlerini vb. kullanmayı tercih ederler (Berkowitz, 2016).

2.1.8.1. Tüketici Davranışını Etkileyen Faktörler

Tüketici gerek birey olarak gerekse sosyal anlamda (çevre, aile, referans grupları, rol ve statü vb.) birçok faktörden etkilenmektedir. Bu faktörler, tüketicinin satın alma davranış kararlarını farklı şekillerde etkilemektedir (Ünlüönen ve Tayfun, 2003, s.3). Tüketici davranışlarını etkileyen faktörleri sosyo-kültürel, demografik, durumsal ve psikolojik faktörler olarak gruplara ayırmak mümkündür.

2.1.8.1.1. Sosyo-Kültürel Faktörler

Tüketici davranışlarını etkileyen faktörlerden biri olan sosyo-kültürel faktörler kendi içinde alt başlıklara ayrılmaktadır. Bunlar kültür, alt kültür, sosyal sınıf, referans grupları ve ailedir. Bu faktörler tüketici davranışlarının oluşmasında oldukça önemlidir.

Temel olarak kültür, toplumun bir parçasıdır ve bireylerin istek ve ihtiyaçları doğrultusundaki sergiledikleri davranışın nedenidir. Kültür faktörünün satın alma davranışı üzerindeki etkisi ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Bu yüzden pazarlamacılar farklı grup ve bölgelerin kültürünü incelerken çok dikkatli olmalıdır (Gajjar, 2013, s.2). Kültür, insanların herhangi bir konu hakkında sergiledikleri davranışın temel sebebidir. Çünkü bireyler doğdukları andan itibaren bir toplum

içerisinde büyür ve bu süreçte davranışları, algıları ve temel değer yargıları bulundukları toplumun kültürü doğrultusunda şekillenir. Kişi, satın alma davranışı sergilerken farklı davranışta bulunup garipsenmemek için toplumda alışlagelmiş inançların, değer yargılarının etkisinde kalması şaşırtıcı bir durum değildir. Bireylerin tüketim alışkanlıkları kültürel değerlere göre şekillenmektedir. Örneğin, Türkiye’de kahvaltılarda içecek olarak çay tüketilmesi kültürel bir değerdir, bazı ülkelerden ise kahvaltıda kahve tüketmek yaygındır. Bayramlarda çocuklara bayramlık almak, nişan için bohça hazırlamak ve sünnet düğünü vb. davranışlar yine kültürel tüketime örnek olarak gösterilebilir. Dolayısıyla insan hayatının sonuna kadar tüketici davranışlarını ve alışkanlıklarını etkileyen en önemli faktörün içinde bulunulan toplumun kültürü olduğu söylenebilir (Şahin ve Akballı, 2019, s.44).

Her kültür, yansıttığı toplumdaki insanların sosyalleşmesi için daha küçük alt kültürlerden oluşmaktadır. Alt kültür, milletler, dinler, ırk grupları ve coğrafi bölgeleri içeren esas kültürün bir alt sınıfı tarafından paylaşılan ortak değerler olarak tanımlanır. Alt kültürler önemli pazar segmentleri oluşturmaktadır. Bu doğrultuda pazarlamacılar ihtiyaca göre ürün ve pazarlama programı tasarlamak zorundadır (Ramya ve Ali, 2016, s.79). Almanya’daki Müslüman insanların domuz eti tüketmemesi veya Amerika’da yaşayan siyah ırkın beyaz ırka göre farklı giyinmesi ve müzik tarzlarının farklı olması alt kültür arasındaki farklılığa örnek verilebilir (Şahin ve Akballı, 2019, s.45).

Bir toplumdaki eşitsizliklerin en temel göstergesi sosyal sınıftır. Bir toplumda yaşayan insanların belli bir kural çerçevesinde benzer özelliklerine göre sınıflandırılması sonucu ortaya çıkan gruplar sosyal sınıf olarak adlandırılmaktadır (Pakulski ve Waters, 1996 aktaran Özsungur ve Güven, 2017, s.132). Sosyal sınıf bireyleri hemen hemen aynı saygınlığa sahiptir ve düzenli bir şekilde birbirleri ile toplumsallaşabilirler. Sosyal sınıflar, tüketim davranışı ve tutumları için danışma grubu görevini de yerine getirmektedirler (Odabaşı, 2002, s.296).

İnsanların kendi davranış ve tutumlarını değerlendirmek için kıyaslama yaptıkları diğer gruplara referans grupları adı verilmektedir (Turhanoğlu, 2019, s.8). Referans grupları, bireylerin tutum ve davranışlarını oluşturma görevi görmektedir. Referans gruplarının etkisi mal, marka ve hizmetler arasında farklılığa neden olmaktadır (Gajjar, 2013, s.11).

Bireylerin doğdukları andan itibaren içerisinde var oldukları sosyal gruba aile adı verilmektedir. İnsanlar ölene kadar bir aile grubunun üyesi olarak hayatlarına devam ederler. Bireyi, hayatının sonuna kadar etkisi altına alan aile, psikolojik, sosyolojik, biyolojik vb. unsurlar ile her zaman var olan evrensel bir kurumdur (Eyce, 2014, s.224). Bir ailede annenin ve çocukların hangi rolde olduğunu ve nasıl değiştiğini bilmek oldukça önemlidir. Ailenin tüketici satın alma davranışı üzerindeki etkisi birçok faktöre bağlı olarak farklılık göstermektedir; çocuk sayısı, kadının iş durumu, coğrafi konum vb. bu faktörlere örnek verilebilir. Pazarlamacılar anne, baba ve çocukların ürün ve hizmetler üzerindeki satın alım kararına olan göreceli etkisi ile yakından ilgilenmektedir. Yapılan bir araştırmaya göre, hayat sigortası, araba, televizyon vb. gibi ürünlerin alımı söz konusu olduğunda evin beyi, mutfak araç gereçleri, halı gibi ürünlerde evin hanımı, tatil, dış eğlenceler gibi konularda ise her ikisinin de söz sahibi olduğu ortaya çıkmıştır. Fakat bu durum bazen değişkenlik gösterebilir. Günümüz kadınlarının önemli bir çoğunluğunun çalışıyor olması ve ekonomik anlamda özgür olması bu konular üzerinde büyük etkileri vardır (Satıcı, 1998, s.7).

2.1.8.1.2. Demografik Faktörler

Tüketici davranışlarını etkileyen demografik faktörler; yaş, meslek, cinsiyet, çevre duyarlılığı, yaşam tarzı ve ekonomik özellikler olmak üzere toplam altı alt başlık altında incelenmektedir.

Tüketicilerin satın alma davranışını önemli oranda etkileyen faktörlerden biri yaş faktörüdür. Değişkenlik gösteren yaş dönemleri, farklı istek ve ihtiyaçlara kapı açmaktadır. İnsanların tükettiği ürün ve hizmetlerin özellikleri bulundukları yaşa göre şekil almaktadır. Tüketilen ürünün modelini ve özelliklerini etkileyen unsur bireyin yaşı ve bulunduğu dönemdir (Mucuk, 2004, s.76). Örneğin, 0-10 yaş grubundaki çocuklar, ilgilerini çeken oyuncak araba, bebek gibi ürünleri talep ederken, 10-18 yaş grubu bireyler daha çok bilgisayar, tablet ve telefon gibi elektronik cihazlara yönelmektedirler.

Tüketicinin mesleği, satın alma davranışını önemli derecede etkilemektedir. Örneğin; bir inşaat mühendisi ile bir inşaatçı çalışan işçinin ihtiyaç ve istekleri aynı değildir. Gelir düzeyi düşük olan meslek grubundaki bir birey daha uygun fiyatlı

ürünler tercih ederken, gelir düzeyi yüksek olan meslek grubundaki insanlar daha pahalı ve kendini belli eden ürünler tercih etmektedir (http-4).

Bireylerin tüketici davranışlarında önemli oranda etkili olan faktörlerden biri ise cinsiyettir. Tüketiciler, hem cinsiyetleri dolayısıyla meydana gelen psikolojik ihtiyaçlarla hem de toplum değer yargıları içinde kadın veya erkek olmalarına yönelik özelliklerin var olmasıyla uygun tüketim bilinci geliştirmektedir. Bazı ürün ve hizmetler sadece erkek tarafından satın alınırken, bazıları ise kadınlar tarafından satın alınmaktadır. Ayrıca her iki cinsiyet tarafından satın alınabilen ürünlerin farklı özellikleri kadınlar veya erkekler için belirleyici nitelikte olabilmektedir. Bu duruma örnek verilecek olursa; bir otomobil satın alınacağı zaman erkek bireyler için beygir gücü daha önemli iken kadınlar için rengi daha önemli olabilmektedir (Ersoy, 2017, s.91).

Tüketiciler istek ve ihtiyaçları doğrultusunda ürün ve hizmetleri satın alırken çevreye olan duyarlılıklarını da göz önünde bulundurmaktadır. Tüketiciler, çevrenin korunması için daha az kirlilik yaratan, daha çok geri dönüştürülebilir ve üretimde yenilenebilir kaynakların daha fazla kullanılmasını talep etmektedir. İşletme yöneticileri ve pazarlamacıların üzerinde daha fazla durması gereken önemli konulardan bir tanesi de tüketicilerin çevreyi koruma konusunda bilinçlendirilmesidir (Erbaşlar, 2012, s.101).

Yaşam tarzı kavramı ile genellikle tüketiciler arasındaki farklılıkları oluşturan eylemlerin, ilgilerin ve düşüncelerin farklı halleri kastedilmektedir. Bir tüketicinin yaşam tarzı, harcadığı zamanı ve çoğu bireyin yaşadığı gerçek hayatı oluşturan duyguları yansıtmaktadır. Bunlar, tüketiciler için önem arz eden şeyleri ve zamanlarını, paralarını harcama şekilleridir (Çelik, 2008, s.140).

Ekonomik özellikler tüketici davranışlarını etkileyen faktörler arasındaki belirleyici unsurlardan biridir. Tüketicinin geliri arttığında birçok ürünün veya hizmetin talebi de artar ve gelir esnekliği pozitif evrilir. Böyle mallara normal mal adı verilmektedir. Bu mallara otomobil ve et örnek verilebilir. Bazı mallar içinse tam tersi durum söz konusudur. Bu da gelirin arttığı zaman bu mallara olan talebin azalması anlamına gelmektedir. Bu durumda gelir esnekliği negatif olur. Bu tür mallara ise düşük mal denir. Örneğin, geliri artan bireyler tavuk eti yerine dana etini, reçel yerine

balı tercih edecektir (Şahin ve Akballı, 2019, s.50). Tüketici davranışını önemli oranda etkileyen ekonomik faktörler şu şekilde sıralanabilir (Ramya ve Ali, 2016, s.79):

- Bireysel gelir
- Aile geliri
- Gelirden beklentiler
- Tutum
- Likit varlıklar
- Tüketici kredisi
- Ve diğer ekonomik faktörler

2.1.8.1.3. Durumsal Faktörler

Durumsal faktörler, tüketicinin satın alma kararı aldığı esnada ortaya çıkan durumlardır. Bazı durumlarda satın alma kararı ani olarak gelişen durumlardan da kaynaklanabilmektedir (Şahin ve Akballı, 2019, s.50). Durumsal faktörler dört alt başlık altında incelenmektedir. Bunlar fiziksel ve sosyal ortam, zaman, satın alma nedeni, duygusal ve finansal durumdur.

Tüketici davranışlarını etkileyen bir diğer faktör fiziksel ve sosyal ortamdır. Fiziksel etmenler en belirgin durumsal faktör arasında yer almaktadır. Coğrafi konum, tasarım, ses, ışık, hava, koku ve diğer uyarıcı materyaller bu etmenlere örnek verilebilir. Sosyal ortam ise bir durum ile ilgili daha ayrıntılı bilgiler veren etmenlerdir. Örneğin diğer bireylerin karakterleri, rolleri, insanlar arası etkileşimler sosyal ortamdan kaynaklanan etkilenmelerdir (Belk, 1975, s.159).

Bir ürün veya hizmetin satın alınma zamanı tüketicinin davranışına yön vermektedir. Örneğin, bir ürün mevsimlik ise pazarlama çalışmaları bu doğrultuda yapılmalıdır. Bu sebeple pazarlamacılar pazarlama faktörü ile ilgili üç soruya cevap vermelidir (Tek, 1997, s.224).

- Mevsim, hafta, gün ve saatlere göre ürün satın almaları nasıl etkilenmektedir?
- Geçmişte yaşanan ve şimdiki olaylar satın alma kararlarını nasıl etkilemektedir?
- Tüketicinin satın alım ve tüketme aşamasında ne kadar zamana ihtiyacı var?

Satın alma nedeni tüketici davranışını etkileyen bir diğer faktördür. Tüketicinin bir ürün veya hizmeti hangi amaçla kullanmak için aldığı oldukça önemlidir. Örneğin bir tüketici özel bir gün için (doğum günü, evlilik yıldönümü vb.) hediye seçimi yaparken daha farklı bir davranış sergilerken, kendisine bir ürün alırken çok daha farklı bir davranış sergilemektedir (Tek, 1997, s.224).

Durumsal faktörlerin son maddesi olan duygusal ve finansal durum tüketicinin alışveriş sürecini ve karar verme durumunu etkileyebilmektedir. İnsanların içinde bulunduğu ruh hali (mutluluk, öfke, üzüntü, hastalık durumu vs.) satın alma davranışlarına da yansımaktadır. Örneğin bir tüketicinin mutluken sergilediği tüketim davranışı ile hastayken sergilediği tüketim davranışı aynı değildir. Finansal durum ise başlıca etmendir. Bireylerin hiç beklemediği bir anda finansal durumlarındaki iniş çıkışlar tüketim tercihlerini önemli oranda etkilemektedir (http-5).

2.1.8.1.4. Psikolojik Faktörler

Bireylerin motivasyonu (güdülenme), öğrenmesi, algılaması, kişiliği, tutum ve inançları tüketim davranışlarını etkileyen psikolojik faktörlerdir (http-4).

Bir tüketicinin herhangi bir ihtiyacını gidermek istemesiyle güdülenme gerçekleşmektedir. Güdülenme, tüketici davranışı olarak bakıldığında bireyi belli bir amaç doğrultusunda tüketim davranışına yönelten durum olarak ifade edilmektedir. Bir diğer anlamda bireyin içsel ya da dışsal bir uyarıcı ile harekete geçmesine güdülenme denilmektedir. Bir tüketici aldığı ürünleri veya hizmeti hep aynı mağaza ve işletmelerden alıyorsa bu duruma müşteri olma güdülerini adı verilmektedir ve bunlar fiyat, servis, ürün çeşitliliği, dürüstlük ve satıcının tüketiciyi hoş karşılaması gibi faktörlerden kaynaklanmaktadır (http-4).

Öğrenme, bireylerin geçmişte yaşadıkları tecrübelerden dolayı yaşadığı davranış farklılıklarıdır. İnsanlar sergiledikleri davranış karşısında kazanır veya tatmin edici sonuçlara ulaşırsa eğer bu davranışı devam ettirmeye yönelirler. Tam tersi bir durum söz konusu olduğunda ise bu davranışı değiştirirler (Örücü ve Tavşancı, 2001, s.3). Öğrenilecek konu bilinen bir ortamda sunulursa, öğrenme davranışı artış gösterir. Dolayısıyla bir pazarlamacı, sunduğu ürün ile tüketicinin ihtiyaç ve istekleri arasında bir bağlantı kurmalıdır; eğer ürün tüketicinin ihtiyaç ve isteklerini karşılıyorsa ve dikkatini çekiyorsa satın alma durumunun gerçekleşme olasılığı artar (Derakhshi, 2017, s.21).

Algı; çevrenin, insanların, nesnelerin, kokuların, seslerin, hareketlerin, tatların ve renklerin gözlemlenmesiyle yorumlama ve onları anlamlı bir duruma getirme sürecidir. Bir başka deyişle algı; duyuvar tarafından elde edilen verilerin beyin tarafından anlamlandırılması olayıdır. Algılamak; herhangi bir nesne ya da olayı görmek, duymak, hissetmek, koklamak, tatmak ve dokunmaktır (T.C. Millî Eğitim Bakanlığı, 2012, s.29). Tüketicilerin marka ve marka özelliklerini algılama biçimleri işletmeler için çok önemlidir. Bir ürün veya hizmetin tek başına kişisel bir değeri yoktur ya da hiçbir ürün veya hizmet kendiliğinden var olmamaktadır. Pazarlama açısından bakıldığında bir ürün, onu satın alan tüketicinin bir ihtiyacını karşıladığı zaman var olmaktadır (Şahin ve Akballı, 2019, s.53).

Her insan farklı kişiliğe sahiptir. Kişiler bir olay ya da durum karşısında birbirlerinden farklı davranış sergilemektedirler. Dış görünüm, bilişsel ve kültürel özellikler, sosyal ortam ve roller bir bireyin kişiliğinin oluşmasında ayırt edici faktörlerdir. Kişilik kavramı hem işletmeler için hem de tüketiciler için iki açıdan ele alınmalıdır. Kurumsal iletişim stratejisi geliştirilirken tüketicilerin kişilik özellikleri göz önünde bulundurularak harekete geçilmesi başarılı olunmasını sağlamaktadır. Örneğin, bir reklam stratejisinde, benzer kişiliklere sahip tüketici gruplarına yönelirken, reklamı yapılan ürünün reklamdaki içeriği hitap edilen tüketici grubunun kişilik özellikleri ile uyumlu olması gerekmektedir (Esener, 2006, s.81).

Tutum ve inançlar bireyin karar verme ve bunlarla ilgili pazarlama eylemlerinde bulunmasında önemli rol oynamaktadır. Tutum; herhangi bir düşünceye, nesneye olay veya durumlara karşı olumlu ya da olumsuz duyguları ifade etmektedir. İnanç ise kişisel tecrübeler veya dış etmenlere dayanan doğru ya da yanlış olması fark etmeksizin bilgileri, düşünceleri ve kanıları içine almaktadır (Ak, 2009, s.38). Bir ürün veya mal satın alma sürecinde önemli olan nokta, tüketicilerin mevcut tutum ve inançlarının kolay bir şekilde değiştirilemeyeceğidir. Başka bir deyişle, diğer psikolojik faktörler ile karşılaştırıldığında pazarlama süreçleri ile etkilenip değişmesi en zor olan faktörler tutum ve inançtır (Akkaya, 2018, s.32).

2.2. İlgili Araştırmalar

Literatüre bakıldığında, kuşakların beslenme alışkanlıklarının incelendiği çalışmaların olduğu görülmektedir. Fakat bu çalışmalar genellikle tek bir kuşağı ya da iki kuşağı ele almıştır. Çalışmanın bu bölümünde, kuşakların beslenme alışkanlıkları ile ilgili daha önce yapılmış olan araştırmalar hakkında bilgiler verilmektedir.

Zeren (2022)'in, X, Y ve Z kuşaklarının beslenme alışkanlıklarını karşılaştırdığı araştırmasında, Bebek patlaması ve X kuşağının tüm bireylerinin, Y kuşağının kadın bireylerinin ve Z kuşağının erkek bireylerinin yeterli ve dengeli beslendiklerini düşündükleri tespit edilmiştir. Tüm kuşaklar, beslenmelerinin ruh hallerini etkilediklerine inanmaktadır. Z kuşağı dışındaki tüm nesillerin beslenmeye önem vermelerinin nedeni sağlık faktörüdür. Z kuşağı dış görünüşüne daha çok önem verdiği için beslenmelerini ihmal etmektedir. Özellikle Y ve Z kuşağının sahip olduğu yaşam tarzları, teknolojik imkanlar gibi unsurlar beslenme tercihlerini etkilemektedir. Tüm kuşaklar için besin seçiminde en önemli unsur lezzetli olması olarak belirlenmiştir. Ayrıca yiyecek seçiminde bebek patlaması ve X kuşağı bireyleri ile Y kuşağının kadın bireyleri katkı maddesi içermemesine, sağlıklı ve güvenilir olmasına dikkat ederken, Y kuşağı erkek bireylerinin ve Z kuşağı bireylerinin doyurucu, lezzetli ve kolay hazırlanabilir olmasına dikkat etmesi sonuçlar arasında yer almaktadır.

Boz (2021)'un, Türkiye'deki farklı yaş gruplarına ait kadın bireylerin beslenme alışkanlıkları ve beden algısı arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmayı amaçladığı çalışmasına göre, kızlar ve anneleri beslenme alışkanlıklarını şekillendirirken zayıf olma, iyi bir fiziksel görünüme sahip olma isteklerini göz önünde bulundurmaktadır. Sağlık faktörüne vurgu yapan anneannelerin ise beslenme alışkanlıklarını sağlıklarına zarar vermeyecek şekilde planladıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Öztürk ve Tekeli (2021)'nin, Y ve Z kuşağı tüketicilerin besin seçim güdülerinin değişiklik gösterip göstermediğini araştırdıkları çalışmalarında elde edilen sonuçlara göre, Y kuşağına kıyasla, Z kuşağı için kilo kontrolünün oldukça önemli olduğu ve sağlık ile kilo kontrolünün birbiri ile bağlantılı olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir. Z kuşağı bireyleri kilo kontrolüne her ne kadar önem verselerde, diyet için kullanılan ürünlere güven duymadıklarını ve tüketmediklerini ifade etmişlerdir. Diyet ürünü tüketmek yerine normal ürünlerden az porsiyonlarda yiyerek dengeyi sağlamaya çalışmaktadırlar. Z kuşağı, lezzete önem verse bile faydalı bulduğu yiyecekleri

lezzetsiz de olsa tüketmeye eğilimlidir ve bu durum ise Z kuşağı için sağlığın lezzetten daha önemli olduğunu göstermektedir. Y ve Z kuşağı tüketicileri arasında, sağlık, mental durum, erişilebilirlik, duyuşal faktörler, organik ve ekonomiklik, aşinalık ve etik kaygılar açısından bir farklılık bulunamaması araştırmanın sonuçları arasında yer almaktadır.

Dilber ve Dilber (2021) yapmış oldukları çalışmada, Z kuşağının besin seçiminde hangi faktörlerden etkilendiğini ve hangi besin gruplarına daha çok önem verdiklerini araştırmayı amaçlamışlardır. Bu doğrultuda, Z kuşağının, düzenli bir yeme içme davranışına sahip olmadığı tespit edilmiştir. Z kuşağında bulunan bireyler, kolay hazırlanabilen, tüketilebilen ve ulaşılabilen besinleri tercih ederken aynı zamanda, ekonomik, doyurucu, eve sipariş edilebilir olmasına da dikkat etmektedirler. Z kuşağı erkekleri daha çok fastfood, kadınları ise sokak yemekleri ve geleneksel yemekleri tercih etmektedir.

Sarıkaya, Demirci ve Erol (2021), Y ve Z kuşağının yeme davranışlarını belirlemeye yönelik yapmış oldukları çalışmada, Y kuşağının, kısıtlayıcı ve dışsal yeme davranışının Z kuşağına göre daha düşük, duygusal yeme davranışının ise daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Duygusal yeme davranışının Y ve Z kuşaklarına göre anlamlı bir farklılığı belirlenmiştir. Katılımcıların yeme davranışlarının, gün içinde izledikleri televizyon süresine göre farklılığı söz konusudur. Çok televizyon izleyen bireylerin yeme davranışlarının ortalamasının, az izleyen bireylere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Kazkondur (2020) yaptığı çalışmada, nesiller arasındaki beslenme alışkanlıklarında farklılıkların olup olmadığını, farklılık var ise neden olan etmenlerin neler olduğunu tespit etmeyi amaçlamıştır. Bebek patlaması kuşağı, günde ortalama 3 öğün yemek yeme eğilimi gösterirken, ara öğün tüketmeyi çok sevmeyen bir kuşaktır. Genellikle öğle öğününü atlarken, akşam öğününü kaçırmamaya özen göstermektedirler. Öğün atlama nedenleri genellikle maddi yetersizlik ve yemekleri beğenmeme olarak tespit edilmiştir. X kuşağı, genellikle üç öğün yemek tüketmektedir. Kuşaklar arasında en az öğün atlayan kuşak X kuşağıdır. En fazla öğle, en az akşam öğününü atlamaktadır. Öğün atlama nedenleri ise hazırlayanın olmaması ve önemsememe olarak belirlenmiştir. Y kuşağı genelde iki öğün yemek tüketmektedir. Ayrıca kuşaklar arası en çok öğün atlayan kuşaktır. En çok atladıkları öğün kahvaltıdır. Öğün atlama nedenleri işe/okula geç kalma, yemekleri beğenmeme ve hazırlayanın

olmamasıdır. Z kuşağı ise, genellikle günde iki öğün yemek tüketmektedir. En çok kahvaltı ve akşam öğününü atlamaktadırlar. Öğün atlama nedenleri ise, işe/okula geç kalma, iştahsız olma, yemekleri beğenmeme ve zayıflama isteğidir.

Akşit (2019)'in, X ve Z kuşaklarının besin seçiminde hangi etmenlerden etkilendiklerini ve hangi etmene daha fazla önem verdiklerini araştırdığı çalışmada, X kuşağının besin seçiminde çeşitliliğe, az yağlı ve düşük kalorili olmasına önem verdiği, Z kuşağının ise doyurucu, öznel özellikler ve kolay hazırlanabilir olmasına önem verdiği sonucuna ulaşılmıştır. X kuşağı, besinlerin sağlıklı olmasına dikkat ederken, Z kuşağı ise kolay hazırlanıp tüketilebilen besinler olmasına dikkat etmektedir. X ve Y kuşakları için, fastfood tarzı yiyecekler en çok tercih edilen besin grubu iken, dünya mutfağı en az tercih edilen besin grubudur.

Danışman ve Gündüz (2018)'ün, X ve Y kuşaklarının dışarıdan kahvaltı satın alma davranışlarındaki farklılıklarını ele aldıkları çalışmada, bireylerin kahvaltılarını genellikle evde yapmak istedikleri, çok fazla dışarıda kahvaltı yapma eğiliminde olmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca bireyler, sağlık için kahvaltı yapmanın öneminin büyük olduğunu düşünmektedirler. Kahvaltı öğününü atlayan bireyler, neden olarak kahvaltı için yeterli vakitlerinin olmadığını ifade etmişlerdir. X ve Y kuşağına dahil bireylerin, dışarıda kahvaltı tüketiminde satın alma davranışı arasında fark bulunmamaktadır. İki kuşak arasında fark bulunmamasının nedeninin ise Türk kültüründe kahvaltının önemli bir yere sahip olması ve dolayısıyla da çok fazla değişkenlik göstermemesi olarak düşünülmektedir.

Dölekoğlu ve Çelik (2018)'in, Y kuşağı tüketicilerin gıda satın alma davranışlarını inceledikleri çalışmalarında, sosyal medyanın Y kuşağı bireylerinin tüketim davranışlarını etkilediği tespit edilmiştir. Y kuşağında bulunan bireyler, genellikle sabah kahvaltısında unlu mamuller, pastane ürünlerini tercih ederken, öğle yemeğinde hızlı hazırlanan ve tüketilen fastfood tarzı yiyecekler ve akşam yemeğinde ise Geleneksel Türk Mutfağı yemeklerini tercih etmektedirler.

Kılıç ve Şanlıer (2007)'in, üç kuşak kadınının beslenme alışkanlıklarını incelemek ve değerlendirmek amacıyla yaptıkları araştırmada, zaman yetersizliğinden dolayı en çok annelerin öğün atladığı tespit edilmiştir. Kızların öğün atlama nedeni ise işe/okula geç kalma kaygısıdır. Anne ve anneanneler sabah kahvaltılarını her zaman, kızlar ise bazen yaptıklarını ifade etmişlerdir. Yemekleri evde pişirme ve tüketme

konusunda kızların oranı anne ve anneannelerine göre daha düşüktür. Kızların genelde kolay hazırlanabilen makarna, pilav gibi yemekleri yaptıkları belirlenirken, anne ve anneannelerin zeytinyağlı sebze yemekleri yaptığı belirlenmiştir. Dışarıda yemek yemeyi en çok tercih eden kızlardır. Dışarıda ise kızların kraker, simit gibi besinleri, anne ve anneannelerin ise köfte, kebab tarzı besinleri tercih etmeleri sonuçlar arasında yer almaktadır.



3.YÖNTEM

Literatüre bakıldığında daha önce yapılmış olan çalışmalar sonucunda X kuşağının beslenme alışkanlıklarının Y ve Z kuşaklarına göre farklılık gösterdiğini söylemek mümkündür. Düzenli beslenme alışkanlıkları olan bireylerin daha sağlıklı bir yaşam sürdürmelerinin yanı sıra iş hayatlarında daha verimli ve aktif olmaktadır. Bu sebeple öğün atlayan, sağlıksız gıdaları tüketme eğiliminde olan, yeterli miktarda su tüketmeyen, ihtiyacı olan besin öğelerini karşılamayan bireylerin sağlıksız ve inaktif bir yaşam sürmeleri kaçınılmaz olacaktır. Bireylerin beslenme alışkanlıklarındaki farkındalık düzeyleri oldukça önemlidir. Öğünlerini düzenli tüketmeyen, her besinden gerektiği miktarda yemeyen ve sağlığa zararlı gıdalar tüketen bireylerin sağlıksız bir beslenme alışkanlığına sahip olduklarının farkında olmaları gerekmektedir.

Kuşaklar yaşadıkları dönem, sosyal ve kültürel çevre, eğitim durumu, ekonomik durum gibi faktörlerden kaynaklı yaşam tarzları ve seçimleri konusunda birbirlerinden farklılaşmaktadır. Günümüzde genç nesiller arasında fastfood, hazır yemekler, atıştırma malikar ve asitli içeceklerin tüketimi oldukça yaygındır. Bunun nedeni, bu gıdaların hazırlanması ve tüketimi için gereken zamanın daha az olması, gençlerin hızlı bir şekilde beslenme ihtiyaçlarını karşılayabilmesi ve daha ekonomik olmalarıdır. Ancak, yaşlı kuşaklar arasında daha doğal, organik ve ev yapımı yemeklere olan ilgi daha yüksektir. Bu nedenle, yaşlı kuşaklar genellikle evde yemek pişirme geleneğini sürdürürler ve yemek yapmak için daha fazla zaman ayırırlar. Dolayısıyla X kuşağının daha çok sağlıklı yiyecekler, Y ve Z kuşağının ise kolay hazırlanabilen, ekonomik ve hızlı tüketilebilen yiyecekler tükettiği sonucuna ulaşmak mümkündür.

X, Y ve Z kuşaklarına dahil bireylerin beslenme alışkanlıkları konusundaki farkındalığının artmasını, yiyecek içecek hizmeti veren işletmelerin hedef müşteri kitlesini belirleyebilmesini ve literatüre sağladığı katkılardan dolayı gelecekte yapılacak olan çalışmalara ışık tutmasını hedefleyen bu çalışmanın temel amacı,

Balıkesir İlinin Merkez İlçelerinde yaşayan X, Y ve Z kuşaklarının beslenme alışkanlıklarını incelemektir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın temel amacı, X, Y ve Z kuşaklarının beslenme alışkanlıklarının incelenmesidir. Dolayısıyla yapılan bu çalışmada, genel tarama modeli ve tekil tarama modeli kullanılmıştır. Genel tarama yöntemi, örneklem yoluyla evrenle ilgili çıkarımlarda bulunma ve genellemeler yapma amacı taşımaktadır. Bu model, özellikle evrene ilişkin eğilimlerin ortaya çıkmasında oldukça yararlı olduğu için geniş bir örneklemden veri toplanır. Genel taramanın başka bir modeli olan tekil tarama modeli ise tek bir değişkene bağlı kalınarak yapılmaktadır (Şimşek, 2018, s.92).

3.2. Evren ve Örneklem

Elde edilen araştırma sonuçlarının geçerli olacağı geniş kapsamlı gruba "evren" denir. Evren, araştırmanın odaklandığı konu veya popülasyonun tamamını temsil eder. Örneklem ise, elde edilen araştırma sonuçlarının geçerli olacağı küçük kümeye denir. Örneklem, belirli kurallara göre seçilmiş ve seçildiği evreni temsil etme yeteneği kabul edilen bir grup veya popülasyondur (Gurbetoğlu, 2018, s.21-22). Evrenin özelliklerini belirlediği düşünülen belirli değişkenler göz önünde bulundurularak örneklemin oluşturulmasına kota örneklem yöntemi denir (Gürbüz, 2018, s.8). Bu çalışmanın kuşaklar arası yapıldığı göz önünde bulundurularak tesadüfi olmayan kota örneklem yöntemi kullanılmıştır. Bu doğrultuda Balıkesir İlinin Merkez İlçelerinin nüfus bilgilerine ulaşabilmek için TÜİK Balıkesir Bölge Müdürlüğü ile iletişime geçilmiş ve araştırma için gerekli olan 12-57 yaş arası kapsayan verilere ulaşılmıştır (http-6, EK-2).

Araştırmanın evrenini Balıkesir İlinin Merkez İlçelerinde yaşayan X, Y ve Z kuşaklarını (12-57 yaş arası) oluşturan bireyler oluşturmaktadır. Örnekleme ise 12-22 yaş aralığındaki Z kuşağı, 23-41 yaş aralığındaki Y kuşağı ve 42-57 yaş aralığındaki X kuşağı oluşturmaktadır. Örneklem olarak 403 kişiye anket yapılmıştır. Kota örneklem yöntemine uygun olarak nüfusa oranlandığında bu örneklemin 140'ını X

kuşağındaki, 170'ini Y kuşağındaki ve 93'ünü ise Z kuşağındaki bireyler oluşturmaktadır.

3.3. Veri Toplama Araç ve Teknikleri

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak bir anket formu kullanılmıştır. Anket formu, araştırmanın amacına uygun olarak, katılımcıların beslenme alışkanlıkları hakkında bilgi toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Anket formu, katılımcıların demografik bilgilerini sorgulayan, beslenme alışkanlıklarının belirlenmesine yönelik hazırlanan sorulardan ve Beslenme Alışkanlıkları Ölçeğinden oluşmaktadır. Beslenme alışkanlıklarının belirlenmesine yönelik 14 soru bulunmaktadır.

Orijinal adı Survey of Eating Habits olan Beslenme Alışkanlıkları ölçeği, Byrne ve Kolley (1981) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek, şişmanlığa karşı önyargılar, şişmanlığın getirdiği olumlu ve olumsuz düşünceler, şişmanlığa karşı kendilik algıları ve yemek yeme davranışları olmak üzere 4 boyut ve 65 maddeden oluşan beş dereceli bir ölçme aracıdır (1= Tamamıyla katılıyorum, 2= Çoğunlukla katılıyorum, 3= kararsızım, 4= Çoğunlukla karşıyım, 5= Tamamıyla karşıyım). Ölçekten alınabilecek en düşük toplam puan 65, en yüksek toplam puan 325'tir. Aşağıda, ölçeğin alt boyutlarının isimleri, tanımları, madde örnekleri ve ilgili madde numaraları verilmiştir (Kundakçı, 2005, s.25-26).

a) Şişmanlığa Karşı Önyargılar: Bireyin şişmanlığa karşı önyargılarını ölçmeyi amaçlayan bu alt boyutta “Şişmanlar rahatına düşkün insanlardır” gibi ifadeler yer almaktadır. Ölçekte bulunan 32, 38, 39, 40, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 57 ve 59. maddeler ilgili alt boyuta aittir.

b) Şişmanlığın Getirdiği Olumlu ve Olumsuz Düşünceler: Bireyin şişmanlığın getirdiği olumlu ve olumsuz düşüncelere ilişkin tutumunu ölçmeyi amaçlayan alt boyutta “Şişman olmakta bir sakınca görmüyorum” gibi ifadeler yer almaktadır. Ölçekte bulunan 15, 18, 19, 20, 23, 28, 29, 31, 41, 48, 50, 54, 56, 58, 60 ve 65. maddeler ilgili alt boyuta aittir.

c) Şişmanlığa Karşı Kendilik Algıları: Bireyin şişmanlığa karşı kendilik algılarını ölçmeyi amaçlayan bu alt boyutta “Yemek yemek benim için bir zevktir” gibi ifadeler

yer almaktadır. Ölçekte bulunan 2, 13, 14, 16, 24, 35 ve 37. maddeler ilgili alt boyuta aittir.

d) Yemek Yeme Davranışları: Bireyin yemek yeme davranışlarını ölçmeyi amaçlayan alt boyutta “Pek çok yemeği severim” gibi ifadeler yer almaktadır. Ölçekte bulunan 3, 4, 6, 8, 9, 10, 11, 12 ve 63. maddeler ilgili alt boyuta aittir.

3.4. Verilerin Toplama Süreci

Hazırlanan anket formu, araştırmanın evreni olarak seçilen Balıkesir’in Altıeylül ve Karesi İlçelerinde yaşayan bireylere online olarak uygulanmıştır. Anket formunun dağıtılması ve uygulanması 2022 Ekim ayından başlanarak 2023 Ocak ayında son bulmuştur. Toplanan anket formları kontrol edilmiş, belirlenen kota örneklem yöntemi doğrultusunda analiz yapmaya uygun olmayan 49 anket formu değerlendirmeye alınmamıştır. Örneklem büyüklüğü 403 kişi olarak belirlenmiştir.

3.5. Verilerin Analizi

Anket formu kullanılarak elde edilen veriler, IBM SPSS 27.0 paket programı (Statistical Package for Social Science-Version 27.0) ile analiz edilmiştir. Anket formunda yer alan sorulara ve Beslenme Alışkanlıkları Ölçeği’ne frekans analizi, Chi-Square (Ki-Kare) testi, One Way Anova analizi, Post Hoc şeklinde yapılan Tukey HSD testi uygulanmıştır. Analizlerde istatistiksel anlamlılık için $p < 0,05$ kabul edilmiştir.

4. BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde, X, Y ve Z kuşaklarının demografik özelliklerine ve beslenme alışkanlıklarını belirlemeye yönelik yöneltilen sorulara verilen cevaplar ile Beslenme Alışkanlığı ölçeğini kullanarak elde edilen verilerin analizleri sonucu ulaşılan bulgulara ve yorumlara yer verilmiştir.

4.1. Araştırmaya Katılan X, Y ve Z Kuşağı Bireylerin Demografik Özellikleri

Bu bölüm, araştırmaya katılan insanların demografik bilgilerini içermektedir. Katılımcıların yaş, cinsiyet, medeni durum, çalışma durumu, eğitim düzeyi ve sağlık durumu gibi özellikleri bu bölümde sunulmuştur. Bu bilgiler, araştırmanın amacına göre toplanmış ve analiz edilmiştir.

Çizelge 8. Kuşakların Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgilerin Dağılımı

Yaş	n	%
Z Kuşağı	93	23,1
Y Kuşağı	170	42,2
X Kuşağı	140	34,7
Toplam	403	100,0
Cinsiyet		
Erkek	186	46,2
Kadın	217	53,8
Toplam	403	100,0
Medeni Durum		
Evli	211	52,4
Bekar	192	47,6
Toplam	403	100,0
Çalışma durumu		
Çalışmıyor	68	16,9
Öğrenci	94	23,3
Özel Sektör Çalışanı	96	23,8
Kamu Çalışanı	138	34,2
Emekli	6	1,5
Eksik Veri	1	0,2
Toplam	403	100,0
Eğitim Düzeyi		
İlkokul	7	1,7
Ortaokul	12	3,0
Lise	107	26,6

Çizelge 8-devamı

Önlisans	59	14,6
Lisans	203	50,4
Yüksek Lisans	14	3,5
Doktora	1	0,2
Toplam	403	100,0
Sağlık Durumu		
Kronik Hastalığı Var	74	18,4
Kronik Hastalığı Yok	328	81,4
Eksik Veri	1	0,2
Toplam	403	100,0

Çizelge 8'e göre, araştırmaya katılan bireylerin %23,1'i 12-22 yaş aralığındaki Z kuşağından, %42,2'si 23-41 yaş aralığındaki Y kuşağından ve %34,7'si 42-57 yaş aralığındaki X kuşağından oluşmaktadır. Bu katılımcıların 186'sı erkek ve 217'si kadın olarak belirlenmiştir. Z kuşağı, 93 bireyden oluşmaktadır ve bunların 27'si erkek, 66'sı kadındır. Y kuşağı ise 170 bireyden oluşmakta olup, bunların 67'si erkek, 103'ü kadındır. X kuşağı ise 140 bireyden oluşmaktadır ve bunların 92'si erkek, 48'i kadındır.

Katılımcıların %52,4'ü evli, %47,6'sı ise bekar bireylerden oluşmaktadır. Çalışma durumlarına bakıldığında, katılımcıların %16,9'u çalışmazken, %23,3'ü öğrencidir. Ayrıca, %23,8'i özel sektörde, %34,2'si kamu sektöründe çalışmakta ve %1,5'i emeklidir. Katılımcıların %0,2'si çalışma durumuyla ilgili soruyu yanıtlamamıştır.

Katılımcıların eğitim düzeyine bakıldığında, %1,7'sinin ilkokul mezunu, %3'ünün ortaokul mezunu, %26,6'sının lise mezunu, %14,6'sının önlisans mezunu, %50,4'ünün lisans mezunu, %3,5'inin yüksek lisans mezunu ve %0,2'sinin doktora mezunu olduğu belirlenmiştir. Bireylerin sağlık durumuna bakıldığında ise %18,4'ünün kronik hastalığı olduğu, %81,4'ünün herhangi bir kronik hastalığı olmadığı tespit edilmiştir. Katılımcıların %0,2'si sağlık durumu ile ilgili soruya yanıt vermemiştir.

4.2. Katılımcıların Beslenme Alışkanlıkları İle İlgili Bulgular

Bu başlık altında, araştırmaya katılan bireylerin bir günde tükettikleri ana öğün ve ara öğün sayıları, ana öğün ve ara öğün atlama durumları, öğün atlama durumunda hangi öğünü atladıkları bilgileri yer almaktadır. Katılımcıların tükettikleri ana öğün ve ara öğün sayıları, ana öğün ve ara öğün atlama durumları ve atladıkları öğünler ile

kuşaklar arasındaki farklılıkların varlığı Chi-Square (Ki-Kare) testi ile analiz edilmiştir.

Çizelge 9. Kuşakların Öğün Tüketim Sıklığının ve Atladıkları Öğün Sayılarının Dağılımı

Ara Öğün Sayısı	X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı	n	%	p
1 Öğün	2	1	7	10	2,5	,006
2 Öğün	78	94	45	217	53,8	
3 Öğün	59	70	32	161	40,0	
Eksik Veri	1	5	9	15	3,7	
Toplam	140	170	93	403	100,0	
Ara Öğün Sayısı						
Ara Öğün Yok	28	32	15	75	18,6	,241
1 Öğün	68	64	33	165	40,9	
2 Öğün	36	64	32	132	32,8	
3 Öğün	8	9	8	25	6,2	
Eksik Veri	0	1	5	6	1,5	
Toplam	140	170	93	403	100,0	
Ana Öğün Atlama						
Evet	83	109	56	248	61,5	,655
Hayır	57	61	37	155	38,5	
Toplam	140	170	93	403	100,0	
Atlanılan Ana Öğün						
Sabah	25	51	33	109	27,0	,014
Öğle	53	51	21	125	31,0	
Akşam	4	7	2	13	3,2	
Eksik Veri	58	61	37	156	38,7	
Toplam	140	170	93	403	100,0	
Ara Öğün Atlama						
Evet	111	138	69	318	78,9	,306
Hayır	25	29	23	77	19,1	
Eksik Veri	4	3	1	8	2	
Toplam	140	170	93	403	100,0	
Atlanılan Ara Öğün						
Kuşluk	26	56	28	110	27,3	,033
İkinci	34	35	22	91	22,6	
Gece	46	43	18	107	26,6	
Eksik Veri	34	36	25	95	23,6	
Toplam	140	170	93	403	100,0	

Çizelge incelendiğinde, araştırmaya katılan bireylerin %2,5'inin günde bir öğün, %53,8'inin iki öğün ve %40'ının ise üç öğün yemek tükettikleri görülmektedir. Ancak, katılımcıların %3,7'si "Genellikle Günde Kaç Ana Öğün Yemek Yersiniz?" sorusuna yanıt vermemiştir. Ki-kare testi sonucuna göre, elde edilen p değeri ,006'dır. Bu p değeri, genellikle kabul edilen anlamlılık düzeyi olan 0,05'ten daha düşüktür, bu sonuç ise, X, Y ve Z kuşakları ile tüketilen ana öğün sayıları arasında anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ($p=,006$; $p<0,05$).

Araştırmaya katılan bireylerin bir günde tükettikleri ara öğün sayıları da incelenmiştir. Buna göre, katılımcıların %18,6'sı hiç ara öğün tüketmediğini

belirtirken, %40,9'u bir ara öğün tükettiğini, %32,8'i iki ara öğün tükettiğini, %6,2'si ise üç ara öğün tükettiğini belirtmiştir. Katılımcıların %1,5'i ise "Genellikle Günde Kaç Ara Öğün Yemek Yersiniz?" sorusuna yanıt vermemiştir. X, Y, Z kuşakları ve ara öğün tüketme sıklığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,241$; $p>0,05$).

Araştırmaya katılan bireylere, "Genellikle Ana Öğün Atlar Mısınız?" sorusu yöneltilmiştir. Bu doğrultuda verilen cevapların %61,5'i evet, %38,5'i hayır olmuştur. Kuşaklar ile ana öğün atlama durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın bulunmadığı tespit edilmiştir ($p=,655$; $p>0,05$).

Katılımcılara ardından "Hangi Ana Öğünü Atlıyorsunuz?" sorusu sorulmuştur. Verilen cevaplara göre bireylerin %27'sinin sabah, %31'inin öğle ve %3,2'sinin akşam öğününü atlادıkları belirlenmiştir. Katılımcıların %38,7'si ise ana öğün atlamadıkları için bu soruyu yanıtsız bırakmışlardır. X, Y, Z kuşakları ve atlanılan ana öğün arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,014$; $p<0,05$).

Araştırmada, katılımcılara "Genellikle Ara Öğün Atlar Mısınız?" sorusu yöneltilmiştir. Bireylerin %78,9'u evet ve %19,1'i hayır cevabını verirken, %2'si ise bu soruya cevap vermemiştir. Kuşaklar ve ara öğün atlama durumu arasında istatistiksel olarak bir farkın olmadığı tespit edilmiştir ($p=,306$; $p>0,05$). Daha sonra katılımcılara "Hangi Ara Öğünü Atlıyorsunuz?" sorusu sorulmuştur. Buna göre bireylerin, %27,3'ü kuşluk, %22,6'sı ikindi ve %26,6'sı ise gece ara öğününü atlادıklarını belirtmiştir. Araştırmaya katılanların %23,6'sı ise ara öğün atlamadığı için bu soruya yanıt vermemiştir. X, Y, Z kuşakları ve atlanılan ara öğün arasında istatistiksel açıdan önemli bir farklılık saptanmıştır ($p=,033$; $p<0,05$).

Araştırmaya katılan bireylerin öğün tüketim sıklığının, öğün atlama durumlarının ve atlادıkları öğünlerin cinsiyet değişkenine göre farklılıklarını belirlemek amacıyla Chi-Square (Ki-Kare) testi uygulanmıştır. X kuşağını 92 erkek ve 48 kadın, Y kuşağını 67 erkek ve 103 kadın, Z kuşağını ise 27 erkek ve 66 kadın birey oluşturmaktadır. Çizelge 10'da kuşakların öğün tüketim sıklığının, öğün atlama durumlarının ve atlادıkları öğünlerin cinsiyete göre dağılımları gösterilmektedir.

Çizelge 10. Kuşakların Öğün Tüketim Sıklığının ve Atladıkları Öğün Sayılarının Cinsiyete Göre Dağılımları

Ana Öğün Sayısı							
Kuşaklar	Cinsiyet	1 Öğün	2 Öğün	3 Öğün	Toplam	p	
X Kuşağı	Erkek	2	42	47	91	,004	
	Kadın	0	36	12	48		
Y Kuşağı	Erkek	0	34	31	65	,415	
	Kadın	1	60	39	100		
Z Kuşağı	Erkek	1	11	11	23	,452	
	Kadın	6	34	21	61		
Ara Öğün Sayısı							
Kuşaklar	Cinsiyet	Ara Öğün Yok	1 Öğün	2 Öğün	3 Öğün	Toplam	p
X Kuşağı	Erkek	24	48	18	2	92	,001
	Kadın	4	20	18	6	48	
Y Kuşağı	Erkek	18	30	16	3	67	,012
	Kadın	14	34	48	6	102	
Z Kuşağı	Erkek	24	48	18	2	92	,628
	Kadın	4	20	18	6	48	
Ana Öğün Atlama Durumu							
Kuşaklar	Cinsiyet	Evet	Hayır	Toplam	p		
X Kuşağı	Erkek	51	41	92	,199		
	Kadın	32	16	48			
Y Kuşağı	Erkek	41	26	67	,522		
	Kadın	68	35	103			
Z Kuşağı	Erkek	9	18	27	,001		
	Kadın	47	19	66			
Atlanılan Ana Öğün							
Kuşaklar	Cinsiyet	Sabah	Öğle	Akşam	Toplam	p	
X Kuşağı	Erkek	18	31	1	50	,166	
	Kadın	7	22	3	32		
Y Kuşağı	Erkek	19	21	1	41	,386	
	Kadın	32	30	6	68		
Z Kuşağı	Erkek	4	5	0	9	,428	
	Kadın	29	16	2	47		
Ara Öğün Atlama Durumu							
Kuşaklar	Cinsiyet	Evet	Hayır	Toplam	p		
X Kuşağı	Erkek	70	18	88	,398		
	Kadın	41	7	48			
Y Kuşağı	Erkek	53	12	65	,765		
	Kadın	85	17	102			
Z Kuşağı	Erkek	20	7	27	,895		
	Kadın	49	16	65			
Atlanılan Ara Öğün							
Kuşaklar	Cinsiyet	Kuşluk	İkindi	Gece	Toplam	p	
X Kuşağı	Erkek	14	23	31	68	,451	
	Kadın	12	11	15	38		
Y Kuşağı	Erkek	16	16	20	52	,120	
	Kadın	40	19	23	82		
Z Kuşağı	Erkek	10	6	4	20	,597	
	Kadın	18	16	14	48		

Çizelge 10'a bakıldığında, X kuşağından yalnızca 2 erkek katılımcının günde bir öğün yemek yediği görülmektedir. 42 erkek katılımcı günde iki öğün, 47'si ise

günde üç öğün yemek tüketmektedir. Kadınlardan günde bir öğün yemek tüketen katılımcı bulunmamaktadır. İki öğün tüketen kadın katılımcı sayısı 36, üç öğün tüketen kadın katılımcı sayısı ise 12'dir. X kuşağı bireylerinin cinsiyet ve ana öğün sayıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,004$; $p<0,05$). Y kuşağında günde bir öğün tüketen erkek katılımcı bulunmamaktadır. 34 erkek katılımcı iki öğün tüketirken, 31'i ise üç öğün yemek tüketmektedir. Kadın bireylerin ise yalnızca 1'i bir öğün yemek tüketirken, 60'ı iki öğün ve 39'u ise üç öğün tüketmektedir. Y kuşağı bireylerinin, cinsiyet ve ana öğün sayıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,415$; $p>0,05$). Z kuşağında ise 1 erkek birey bir öğün yemek tüketirken 11'i iki öğün ve 11'i ise üç öğün tüketmektedir. Kadın katılımcılardan 6'sı bir öğün yemek tükettiğini belirtirken 34'ü iki öğün ve 21'i ise üç öğün tükettiğini belirtmiştir. Z kuşağı bireylerinin, cinsiyet ve ana öğün sayıları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($p=,452$; $p>0,05$).

Ara öğün sayılarına bakıldığında, X kuşağından 24 erkek birey ara öğün tüketmediğini belirtmiştir. Diğer erkek katılımcıların 48'i bir öğün, 18'i iki öğün ve 2'si üç ara öğün tüketmektedir. X kuşağında bulunan kadın bireylerden ise 4'ü hiç ara öğün tüketmediğini belirtirken 20'si bir öğün, 18'i iki öğün ve 6'sı üç ara öğün tükettiğini belirtmiştir. X kuşağını oluşturan bireylerin, cinsiyet ve ara öğün sayıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,001$; $p<0,05$). Y kuşağında ise 18 erkek katılımcı hiç ara öğün tüketmezken, 30'u bir öğün, 16'sı iki öğün ve 3'ü üç ara öğün tüketmektedir. Y kuşağı kadınlardan ise 14'ü hiç ara öğün tüketmediğini belirtmiştir. Diğer kadın bireylerin 34'ü bir öğün, 48'i iki öğün ve 6'sı üç ara öğün tüketmektedir. Y kuşağı katılımcıların, cinsiyet ve ara öğün sayıları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,012$; $p<0,05$).

Z kuşağını oluşturan erkek bireylerden ise 24'ü hiç ara öğün tüketmezken 48'i bir öğün, 18'i iki öğün ve 2'si üç ara öğün tüketmektedir. Kadınlara bakıldığında ise 4 katılımcı hiç ara öğün tüketmemektedir. 20 kadın katılımcı bir öğün, 18'i iki öğün ve 6'sı üç ara öğün tüketmektedir. Z kuşağı katılımcıların, cinsiyet ve ara öğün sayıları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($p=,628$; $p>0,05$).

Ana öğün atlama durumlarına bakıldığında, X kuşağı erkeklerinden 51'i ana öğün atladığını belirtirken 41'i atlamadığını belirtmiştir. Kadınlardan ise 32'si ana öğün atlarken 16'sı atlamamaktadır. X kuşağında bulunan bireylerin cinsiyet ve ana öğün atlama durumları arasında istatistiksel anlamda bir farklılık bulunmamaktadır

($p=,199$; $p>0,05$). Y kuşağında bulunan erkeklerin 41'i ana öğün atladığını belirtirken, 26'sı atlamadığını belirtmiştir. Kadın bireylerin ise 68'i ana öğün atlarken, 35'i atlamamaktadır. Y kuşağında, cinsiyet ve ana öğün atlama durumları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($p=,522$; $p>0,05$). Z kuşağında ise 9 erkek birey ana öğün atlamakta, 18'i atlamamaktadır. Kadınlar da ise 47 kişi ana öğün atlarken, 19'u atlamamaktadır. Z kuşağında, cinsiyet ve ana öğün atlama durumları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,001$; $p<0,05$).

Katılımcıların cinsiyet değişkeni göz önünde bulundurularak hangi ana öğünleri atladıkları incelenmiştir. Bu doğrultuda X kuşağı erkeklerinden 18'i sabah, 31'i öğle ve 1'i akşam öğününü atlamaktadır. Kadınlardan ise 7'si sabah, 22'si öğle ve 3'ü akşam öğününü atlamaktadır. X kuşağında, cinsiyet ve atlanılan ana öğün arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,166$; $p>0,05$). Y kuşağına bakıldığında, 19 erkek bireyin sabah öğününü, 21'inin öğle ve 1'inin ise akşam öğününü atladığı belirlenmiştir. Kadınlardan ise 32'si sabah, 30'u öğle ve 6'sı akşam öğününü tüketmemektedir. Bu doğrultuda Y kuşağında, cinsiyet ve atlanılan ana öğün arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($p=,386$; $p>0,05$). Z kuşağında ise erkek katılımcıların 4'ü sabah, 5'i öğle ana öğününü atlamaktadır. Akşam öğününü atlayan erkek birey bulunmamaktadır. Kadınlardan ise 29'u sabah öğününü atlarken, 16'sı öğle ve 2'si ise akşam öğününü atlamaktadır. Z kuşağında, cinsiyet ve atlanılan ana öğün arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,428$; $p>0,05$).

Ara öğün atlama durumlarına bakıldığında, X kuşağında bulunan erkek bireylerin 70'i ara öğün atladığını belirtirken 18'i atlamadığını belirtmiştir. Kadınlardan ise 41'i ara öğün atlamakta, 7'si atlamamaktadır. X kuşağında, cinsiyet ve ara öğün atlama durumu arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p=,398$; $p>0,05$). Y kuşağında, 53 erkek birey ara öğün atlarken, 12'si atlamamaktadır. Kadın katılımcılardan ise 85'i ara öğün atladığını belirtirken, 17'si atlamadığını belirtmiştir. Y kuşağında, cinsiyet ve ara öğün atlama durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p=,765$; $p>0,05$). Z kuşağında ise erkek bireylerden 20'si ara öğün atlarken, 7'si atlamadığını belirtmiştir. Kadın bireylerden ise 49'u ara öğün atlamakta, 16'sı atlamamaktadır. Z kuşağında, cinsiyet ve ara öğün atlama durumu arasında istatistiksel anlamda bir farklılık tespit edilememiştir ($p=,895$; $p>0,05$).

Kuşakların cinsiyet değişkenine göre hangi ara öğünleri atladıkları incelendiğinde, X kuşağında bulunan erkek bireylerden 14'ünün kuşluk, 23'ünün

ikinci ve 31'inin gece öğününü atladıkları belirlenmiştir. Kadın bireylerden ise 12'si kuşluk, 11'i ikinci ve 15'i gece öğününü atlamaktadır. X kuşağında, cinsiyet ve atlanılan ara öğün arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,451$; $p>0,05$). Y kuşağındaki erkek katılımcılardan 16'sı kuşluk, 16'sı ikinci ve 20'si gece öğününü atlamaktadır. Kadın katılımcılardan ise 40'ı kuşluk, 19'u ikinci ve 23'ü gece öğününü atladıklarını belirtmiştir. Y kuşağında, cinsiyet ve atlanılan ara öğün arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($p=,120$; $p>0,05$). Son olarak Z kuşağında bulunan erkek bireylerden 10'u kuşluk öğününü atladıklarını belirtirken, 6'sı ikinci ve 4'ü gece öğününü atladıklarını belirtmiştir. Kadın bireylerin ise 18'i kuşluk, 16'sı ikinci ve 14'ü gece öğününü atlamaktadır. Z kuşağında, cinsiyet ve atlanılan ara öğün arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($p=,597$; $p>0,05$).

Katılımcıların öğün tüketim sıklığı, öğün atlama durumları ve atladıkları öğünlerin medeni durumlarına göre farklılıklarını belirlemek amacıyla Chi-Square (Ki-Kare) testi uygulanmıştır. X kuşağı 130 evli ve 10 bekar bireyden, Y kuşağı ise 78 evli ve 92 bekar bireyden oluşmaktadır. Z kuşağındaki evli bireylerin sayısı oldukça kısıtlı olduğundan, analiz kapsamına dahil edilmemiştir. Çizelge 11'de kuşakların öğün tüketim sıklığının, öğün atlama durumlarının ve atladıkları öğünlerin medeni durumlarına göre dağılımları gösterilmektedir.

Çizelge 11. Kuşakların Öğün Tüketim Sıklığının ve Atladıkları Öğün Sayılarının Medeni Durumlarına Göre Dağılımları

Ana Öğün Sayısı							
Kuşaklar	Cinsiyet	1 Öğün	2 Öğün	3 Öğün	Toplam	p	
X Kuşağı	Evli	1	72	57	130	,025	
	Bekar	1	6	2	9		
Y Kuşağı	Evli	0	44	32	76	,645	
	Bekar	1	50	38	89		
Ara Öğün Sayısı							
Kuşaklar	Cinsiyet	Ara Öğün Yok	1 Öğün	2 Öğün	3 Öğün	Toplam	p
X Kuşağı	Evli	26	62	35	7	130	,644
	Bekar	2	6	1	1	10	
Y Kuşağı	Evli	17	28	29	4	78	,849
	Bekar	15	36	35	5	91	

Çizelge 11-devamı

Ana Öğün Atlama Durumu						
Kuşaklar	Cinsiyet		Evet	Hayır	Toplam	p
X Kuşağı	Evli		76	54	130	,474
	Bekar		7	3	10	
Y Kuşağı	Evli		50	28	78	,997
	Bekar		59	33	92	
Atlanılan Ana Öğün						
Kuşaklar	Cinsiyet	Sabah	Öğle	Akşam	Toplam	p
X Kuşağı	Evli	23	48	4	75	,804
	Bekar	2	5	0	7	
Y Kuşağı	Evli	18	30	2	50	,037
	Bekar	33	21	5	59	
Ara Öğün Atlama Durumu						
Kuşaklar	Cinsiyet		Evet	Hayır	Toplam	p
X Kuşağı	Evli		104	22	126	,324
	Bekar		7	3	10	
Y Kuşağı	Evli		62	14	76	,742
	Bekar		76	15	91	
Atlanılan Ara Öğün						
Kuşaklar	Cinsiyet	Kuşluk	İkindi	Gece	Toplam	p
X Kuşağı	Evli	24	32	43	99	,961
	Bekar	2	2	3	7	
Y Kuşağı	Evli	23	18	18	59	,589
	Bekar	33	17	25	75	

Çizelge 11 incelendiğinde, X kuşağına dahil olan bireylerden, günde bir ana öğün tüketen evli kişi sayısı 1, iki ana öğün tüketen evli kişi sayısı 72 ve üç ana öğün tüketen evli kişi sayısı 57 olarak belirlenmiştir. Bekar katılımcılar incelenecek olursa, günde bir ana öğün yiyen bekar kişi sayısı 1, iki ana öğün yiyen bekar kişi sayısı 6 ve üç ana öğün yiyen bekar kişi sayısı 2'dir. X kuşağında, medeni durum ve tüketilen ana öğün sayıları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,025$; $p<0,05$). Y kuşağında ise günde bir ana öğün tüketen evli kişi bulunmamaktadır. İki ana öğün tüketen evli kişi sayısı 44, üç ana öğün tüketen evli kişi sayısı 32'dir. Yalnızca 1 bekar birey bir ana öğün tüketirken, 50 bekar birey iki, 38 bekar birey ise günde üç ana öğün tüketmektedir. Y kuşağında, medeni durum ve tüketilen ana öğün sayıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,645$; $p>0,05$).

Ara öğün sayılarına bakıldığında, X kuşağından 26 evli bireyin ve 2 bekar bireyin hiç ara öğün tüketmediği belirlenmiştir. 62 evli ve 6 bekar birey günde bir ara öğün, 35 evli ve 1 bekar birey iki ara öğün, 7 evli ve 1 bekar birey ise üç ara öğün tüketmektedir. X kuşağında, medeni durum ve tüketilen ara öğün sayıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,644$; $p>0,05$). Y kuşağında ise 17 evli ve 15 bekar birey hiç ara öğün tüketmezken, 28 evli ve 36 bekar birey günde bir ara öğün,

29 evli ve 35 bekar birey iki ara öğün, 4 evli ve 5 bekar birey ise üç ara öğün tüketmektedir. Y kuşağında, medeni durum ve tüketilen ara öğün sayıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p=,849$; $p>0,05$).

X kuşağından 76 evli ve 7 bekar katılımcı ana öğün atlarken, 54 evli ve 3 bekar katılımcı atlamamaktadır. X kuşağında, medeni durum ve ana öğün atlama durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,474$; $p>0,05$). Y kuşağında ise ana öğün atlayan evli birey sayısı 50, bekar birey sayısı ise 59'dur. 28 evli ve 33 bekar birey ise ana öğün atlamamaktadır. Y kuşağında, medeni durum ve ana öğün atlama durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,997$; $p>0,05$).

X kuşağında bulunan 23 evli ve 2 bekar birey sabah, 48 evli ve 5 bekar birey öğle, 4 evli birey ise akşam ana öğününü atlamaktadır. Akşam öğününü atlayan bekar birey bulunmamaktadır. X kuşağında, medeni durum ve atlanılan ana öğün arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,474$; $p>0,05$). Y kuşağında ise, 18 evli ve 33 bekar birey sabah öğününü atlarken, 30 evli ve 21 bekar birey öğle, 2 evli ve 5 bekar birey ise akşam öğününü atlamaktadır. Y kuşağında, medeni durum ve atlanılan ana öğün arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,037$; $p<0,05$).

Ara öğün atlama durumlarına bakıldığında ise, X kuşağından 104 evli ve 7 bekar bireyin ara öğün atladığı görülmektedir. 22 evli ve 3 bekar birey ise ara öğün atlamamaktadır. X kuşağında, medeni durum ve ara öğün atlama durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,324$; $p>0,05$). Y kuşağında ara öğün atlayan evli birey sayısı 62 iken, bekar birey sayısı 76'dır. 14 evli ve 15 bekar birey ise ara öğün atlamamaktadır. Y kuşağında, medeni durum ve ara öğün atlama durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,742$; $p>0,05$).

X kuşağına dahil 24 evli ve 2 bekar birey kuşluk öğününü atlarken, 32 evli ve 2 bekar birey ikindi, 43 evli ve 3 bekar birey ise gece öğününü atlamaktadır. X kuşağında, medeni durum ve atlanılan ara öğün arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,961$; $p>0,05$). Y kuşağında ise, 23 evli ve 33 bekar birey kuşluk, 18 evli ve 17 bekar birey ikindi, 18 evli ve 25 bekar birey ise gece öğününü atlamaktadır. Y kuşağında, medeni durum ve atlanılan ara öğün arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p=,589$; $p>0,05$).

4.2.1. Araştırmaya Katılan Bireylerin Öğün Atlama Nedenlerine İlişkin Bulgular

Bu bölümde, X, Y ve Z kuşaklarından oluşan bireylerin öğün atlamalarına sebep olan faktörler (iştahsızlık, işe/okula geç kalma, yemekleri beğenmeme, ekonomik yetersizlik, önemsememe, yemeği hazırlamanın olmaması, zayıflama isteği ve diğer nedenler) ile ilgili bulgular incelenmiştir. Kuşaklar ve öğün atlama nedenleri arasındaki farklılığın varlığını belirlemek amacıyla Chi-Square (Ki-Kare) testi uygulanmıştır.

Çizelge 12. Kuşakların Öğün Atlama Nedenlerine Göre Dağılımı

Öğün Atlama Nedenleri						
Nedenler	X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı	n	%	p
İştahsızlık						
Evet	20	31	22	73	18,1	,235
Hayır	98	121	60	279	69,2	
Eksik Veri	22	18	11	51	12,7	
Toplam	140	170	93	403	100,0	
İşe/Okula Geç Kalma						
Evet	18	31	29	78	19,4	,003
Hayır	100	121	53	274	68,0	
Eksik Veri	22	18	11	51	12,7	
Toplam	140	170	93	403	100,0	
Yemekleri Beğenmeme						
Evet	6	5	12	23	5,7	,003
Hayır	112	147	70	329	81,6	
Eksik Veri	22	18	11	51	12,7	
Toplam	140	170	93	403	100,0	
Ekonomik Yetersizlik						
Evet	3	8	9	20	5,0	,039
Hayır	115	144	73	332	82,4	
Eksik Veri	22	18	11	51	12,7	
Toplam	140	170	93	403	100,0	
Önemsememe						
Evet	46	68	27	141	35,0	,204
Hayır	72	84	55	211	52,4	
Eksik Veri	22	18	11	51	12,7	
Toplam	140	170	93	403	100,0	
Hazırlayanın Olmaması						
Evet	8	27	17	52	12,9	,009
Hayır	110	125	65	300	74,4	
Eksik Veri	22	18	11	51	12,7	
Toplam	140	170	93	403	100,0	
Zayıflama İsteği						
Evet	38	24	18	80	19,9	,006
Hayır	80	128	64	272	67,5	
Eksik Veri	22	18	11	51	12,7	
Toplam	140	170	93	403	100,0	

Çizelge 12-devamı

Diğer						
Evet	11	13	3	27	6,7	,289
Hayır	107	139	79	325	80,6	
Eksik Veri	22	18	11	51	12,7	
Toplam	140	170	93	403	100,0	
Belirtilen Diğer Nedenler						
Tok Olma	6	3	-	9	1,9	,612
Yoğunluk	4	4	-	8	1,7	
Sağlıklı Beslenme	1	3	-	4	0,8	
Yalnızlık	-	1	-	1	0,2	
Tercih Etmeme	-	1	-	1	0,2	
İyi Bir Fiziksel Görünüme Sahip Olma	-	-	1	1	0,2	
Öğün Atlamama	-	-	2	2	0,4	
Eksik Veri	129	158	90	377	94,6	
Toplam	140	170	93	403	100,0	

Çizelge 12 incelendiğinde, katılımcıların %18,1'i iştahsızlık nedeniyle öğün atlarken, %69,2'si iştahsız olmayı öğün atlama nedeni olarak kabul etmemektedir. %12,7'si ise öğün atlamadığı için bu ifadeye cevap vermemiştir. Kuşaklar ve iştahsızlık faktörü arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,235$; $p>0,05$). Katılımcıların %19,4'ü işe/okula geç kalma faktöründen dolayı öğün atlarken, %68'i bu faktörden dolayı öğünlerini atlamamaktadır. %12,7'si ise öğün atlamadığı için bu ifadeyi boş bırakmıştır. İşe/okula geç kalma faktörü ile kuşaklar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,003$; $p<0,05$). Yemekleri beğenmeme faktörü ise bir başka öğün atlama nedenidir. Katılımcıların %5,7'si yemekleri beğenmediği için öğün atlamaktadır, %81,6'sı ise yemekleri beğenmeme faktörünü öğün atlama nedeni olarak kabul etmemektedir. %12,7'si ise öğün atlamadıkları için bu ifadeyi yanıt vermemiştir. Kuşaklar ile yemekleri beğenmeme faktörü arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,003$; $p<0,05$).

Katılımcıların %5'i ekonomik yetersizlikten dolayı öğün atlarken, çoğunluğu oluşturan %82,4'ü ekonomik yetersizliği öğün atlamak için bir neden olarak görmemektedir. Katılımcıların %12,7'si ise bu ifadeyi cevapsız bırakmıştır. Ekonomik yetersizlik faktörü ile X, Y, Z kuşakları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p=,039$; $p<0,05$). Katılımcıların %35'i önemsemediği için öğün atlamaktadır. %52,4'ü ise önemsememe faktörünü öğün atlama nedeni olarak kabul etmemektedir. Katılımcıların %12,7'si ise bu ifadeye yanıt vermemiştir. Önemsememe faktörü ile X,

Y, Z kuşakları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,204$; $p>0,05$). Hazırlayanın olmaması faktöründen dolayı öğün atlayan katılımcıların oranı %12,9'dur. %74,4'ü ise hazırlayanın olmamasını öğün atlama nedeni olarak görmemektedir. Katılımcıların %12,7'si ise bu ifadeyi yanıtsız bırakmıştır. Hazırlayanın olmaması faktörü ve kuşaklar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,009$; $p<0,05$).

Katılımcıların %19,9'u zayıflamak istediği için öğün atlarken, %67,5'i zayıflama isteğini öğün atlamak için bir neden olarak kabul etmemektedir. Bireylerin %12,7'si ise öğün atlamadığı için bu ifadeyi yanıtlamamıştır. Zayıflama isteği faktörü ile kuşaklar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p=,006$; $p<0,05$). Bu ifadeler dışında başka öğün atlama nedeni olabilecek ifadeler 'diğer' kategorisinde değerlendirilmiştir. Katılımcıların %6,7'si diğer nedenlerden dolayı öğün atladığını belirtirken, %80,6'sının verilen nedenler dışında öğün atlama nedeni bulunmamaktadır. Katılımcıların %12,7'si ise bu ifadeyi yanıtsız bırakmıştır. Katılımcılara 'diğer' olarak sunulan öğün atlama nedeni ile kuşaklar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($p=,289$; $p>0,05$).

Araştırmaya katılan bireylerin diğer öğün atlama nedenleri arasında tok olma, yoğunluk, sağlıklı beslenme, yalnızlık, tercih etmeme, iyi bir fiziksel görünüme sahip olma gibi faktörler bulunmaktadır. Katılımcıların %1,9'u tok olmayı, %1,7'si yoğun olmayı, %0,8'i sağlıklı beslenmeyi, %0,2'si tercih etmemeyi, %0,2'si ise iyi bir fiziksel görünüme sahip olmayı diğer nedenler arasında göstermiştir. %0,4'ü ise bu ifade altında öğün atlamadıklarını belirtmiştir. Katılımcıların belirttiği diğer öğün atlama nedenleri ile X, Y ve Z kuşakları arasında istatistiksel anlamda bir farklılık tespit edilememiştir ($p=,612$; $p>0,05$).

Katılımcıların öğün atlama nedenlerinin cinsiyet değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Chi-Square (Ki-Kare) testi uygulanmıştır. X kuşağını 92 erkek ve 48 kadın, Y kuşağını 67 erkek ve 103 kadın, Z kuşağını ise 27 erkek ve 66 kadın birey oluşturmaktadır. Çizelge 13'de kuşakların öğün atlama nedenlerinin cinsiyete göre dağılımları gösterilmektedir.

Çizelge 13. Kuşakların Öğün Atlama Nedenlerinin Cinsiyete Göre Dağılımları

Öğün Atlama Nedenleri					
Cinsiyet		Evet	Hayır	Toplam	p
İştahsızlık					
X Kuşağı	Erkek	18	58	76	,009
	Kadın	2	40	42	
Y Kuşağı	Erkek	12	49	61	,856
	Kadın	19	72	91	
Z Kuşağı	Erkek	3	21	24	,060
	Kadın	19	39	58	
İşe/Okula Geç Kalma					
X Kuşağı	Erkek	13	63	76	,452
	Kadın	5	37	42	
Y Kuşağı	Erkek	14	47	61	,522
	Kadın	17	74	91	
Z Kuşağı	Erkek	10	14	24	,443
	Kadın	19	39	58	
Yemekleri Beğenmeme					
X Kuşağı	Erkek	5	71	76	,320
	Kadın	1	41	42	
Y Kuşağı	Erkek	2	59	61	,995
	Kadın	3	88	91	
Z Kuşağı	Erkek	4	20	24	,738
	Kadın	8	50	58	
Ekonomik Yetersizlik					
X Kuşağı	Erkek	3	73	76	,192
	Kadın	0	42	42	
Y Kuşağı	Erkek	6	55	61	,039
	Kadın	2	89	91	
Z Kuşağı	Erkek	3	21	24	,776
	Kadın	6	52	58	
Önemsememe					
X Kuşağı	Erkek	27	49	76	,300
	Kadın	19	23	42	
Y Kuşağı	Erkek	18	43	61	,002
	Kadın	50	41	91	
Z Kuşağı	Erkek	8	16	24	,960
	Kadın	19	39	58	
Hazırlayanın Olmaması					
X Kuşağı	Erkek	4	72	76	,378
	Kadın	4	38	42	
Y Kuşağı	Erkek	10	51	61	,718
	Kadın	17	74	91	
Z Kuşağı	Erkek	4	20	24	,559
	Kadın	13	45	58	
Zayıflama İsteği					
X Kuşağı	Erkek	22	54	76	,309
	Kadın	16	26	42	
Y Kuşağı	Erkek	7	54	61	,232
	Kadın	17	74	91	
Z Kuşağı	Erkek	4	20	24	,457
	Kadın	14	44	58	

Çizelge 13-devamı

Diğer					
X Kuşağı	Erkek	7	69	76	,955
	Kadın	4	38	42	
Y Kuşağı	Erkek	7	54	61	,291
	Kadın	6	85	91	
Z Kuşağı	Erkek	3	21	24	,006
	Kadın	0	58	58	

X kuşağında bulunan erkek bireylerden 18'i iştahsız olduğu için öğün atlarken, 58'i iştahsızlık faktörünü öğün atlama nedeni olarak kabul etmemektedir. Kadınlardan ise 2 birey iştahsız olduğu için öğün atlamaktadır. 40 birey ise iştahsızlığı öğün atlama nedeni olarak görmemektedir. X kuşağında, iştahsızlık faktörü ve cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,009$; $p<0,05$). Y kuşağında, 12 erkek birey iştahsızlıktan dolayı öğün atlarken, 49 birey atlamamaktadır. Kadın bireylerden ise 19'u iştahsız olduğu için öğün atlarken, 72'si iştahsızlığı öğün atlama nedeni olarak kabul etmemektedir. Y kuşağında, iştahsızlık faktörü ve cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($p=,856$; $p>0,05$). Z kuşağında bulunan erkek bireylerden ise 3'ü iştahsız olduğu için öğün atlarken, 21'i atlamamaktadır. Kadın bireylerin ise 19'u iştahsız olduğu için öğün atlamakta, 39'u iştahsızlık faktörünü öğün atlama nedeni olarak görmemektedir. Z kuşağında, iştahsızlık faktörü ve cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,060$; $p>0,05$).

X kuşağından 13 erkek ve 5 kadın birey işe/okula geç kalma faktöründen dolayı öğün atlarken, 63 erkek ve 37 kadın birey işe/okula geç kalma faktörünü öğün atlama nedeni olarak kabul etmemektedir. X kuşağında, işe/okula geç kalma faktörü ve cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,452$; $p>0,05$). Y kuşağına bakıldığında 14 erkek ve 17 kadın birey işe/okula geç kalma faktöründen dolayı öğün atlamaktadır. 47 erkek ve 74 kadın birey ise bu faktörü öğün atlama nedeni olarak görmemektedir. Y kuşağında, işe/okula geç kalma faktörü ve cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($p=,522$; $p>0,05$). Z kuşağında ise 10 erkek ve 19 kadın birey işe/okula geç kalmamak için öğün atlarken. 14 erkek ve 39 kadın birey atlamamaktadır. Z kuşağında, işe/okula geç kalma faktörü ve cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,443$; $p>0,05$).

X kuşağından 5 erkek ve 1 kadın birey yemekleri beğenmediği için öğün atlarken, 71 erkek ve 41 kadın birey için yemekleri beğenmeme bir öğün atlama nedeni değildir. X kuşağında, yemekleri beğenmeme faktörü ve cinsiyet değişkeni arasında

anlamalı bir farklılık tespit edilememiştir ($p=,320$; $p>0,05$). Y kuşağında 2 erkek ve 3 kadın katılımcı yemekleri beğenmeme faktörünü öğün atlama nedeni olarak görürken, 59 erkek ve 88 kadın katılımcı bu faktörü öğün atlama nedeni olarak görmemektedir. Y kuşağında, yemekleri beğenmeme faktörü ve cinsiyet arasında istatistiksel olarak anlamalı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,995$; $p>0,05$). Z kuşağında ise 4 erkek ve 8 kadın birey yemekleri beğenmeme faktörünü öğün atlama nedeni olarak görmektedir. 20 erkek ve 50 kadın birey için ise yemekleri beğenmeme faktörü bir öğün atlama nedeni olarak sayılmamaktadır. Z kuşağında, cinsiyet ve yemekleri beğenmeme faktörü arasında anlamalı bir farklılık tespit edilememiştir ($p=,738$; $p>0,05$).

Bir diğer öğün atlama nedeni olan 'Ekonomik yetersizlik' faktörüne ise X kuşağından 3 erkek katılımcı 'evet' yanıtını vermiştir. X kuşağı kadınlarından ekonomik yetersizlik faktörünü öğün atlama nedeni olarak gören birey bulunmamaktadır. 73 erkek ve 42 kadın katılımcı ise ekonomik yetersizlik faktörünü öğün atlama nedeni olarak görmemektedir. X kuşağında, ekonomik yetersizlik ve cinsiyet değişkeni arasında anlamalı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,192$; $p>0,05$). Y kuşağında 6 erkek ve 2 kadın katılımcı ekonomik yetersizlikten dolayı öğün atladıklarını belirtirken, 55 erkek ve 89 kadın katılımcı ekonomik yetersizlik faktörünü öğün atlamak için bir neden olarak kabul etmemişlerdir. Y kuşağında, cinsiyet ve ekonomik yetersizlik faktörü arasında anlamalı bir farklılık bulunmaktadır ($p=,039$; $p<0,05$). Z kuşağında ise 3 erkek ve 6 kadın birey için ekonomik yetersizlik faktörü öğün atlama nedeni sayılmaktadır. 21 erkek ve 52 kadın birey için ekonomik yetersizlik faktörü öğün atlamak için bir neden değildir. Z kuşağında, cinsiyet ve ekonomik yetersizlik faktörü arasında anlamalı bir farklılık tespit edilememiştir ($p=,776$; $p>0,05$).

X kuşağından 27 erkek ve 19 kadın katılımcı, önemsememe faktörünü öğün atlama nedeni olarak kabul etmektedir. 49 erkek ve 23 kadın katılımcı bu faktörü öğün atlama nedeni olarak görmemektedir. X kuşağında, cinsiyet ve önemsememe faktörü arasında istatistiksel olarak anlamalı bir farklılık tespit edilememiştir ($p=,300$; $p>0,05$). Y kuşağında 18 erkek ve 50 kadın birey önemsememe faktörünü öğün atlama nedeni olarak görmekte, 43 erkek ve 41 kadın birey bu faktörü öğün atlama nedeni olarak kabul etmemektedir. Y kuşağında, cinsiyet ve önemsememe faktörü arasında anlamalı bir farklılık bulunmaktadır ($p=,002$; $p<0,05$). Z kuşağında ise 8 erkek ve 19 kadın katılımcı önemsemediği için öğün atladıklarını belirtmiştir. 16 erkek ve 39 kadın

katılımcı önemsememe faktörünü öğün atlama nedeni olarak görmemektedir. Z kuşağında, cinsiyet ve önemsememe faktörü arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,960$; $p>0,05$).

X kuşağı bireylerinden 4 erkek ve 4 kadın katılımcı, hazırlayanın olmaması faktörünü öğün atlama nedeni olarak kabul ederken, 72 erkek ve 38 kadın katılımcı bu faktörü öğün atlama nedeni olarak kabul etmemektedir. X kuşağında, cinsiyet ve hazırlayanın olmaması faktörü arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,378$; $p>0,05$). Y kuşağı grubunda 10 erkek ve 17 kadın katılımcı hazırlayanın olmaması dolayısıyla öğün atlarken, 51 erkek ve 74 kadın katılımcı hazırlayanın olmaması faktörünü öğün atlama nedeni olarak görmemektedir. Y kuşağında, cinsiyet ve hazırlayanın olmaması faktörü arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p=,718$; $p>0,05$). Z kuşağında ise 4 erkek ve 13 kadın birey, hazırlayanın olmaması faktörünün öğün atlama nedeni olabileceğini düşünürken, 20 erkek ve 45 kadın birey bu faktörün öğün atlama nedeni olabileceğini düşünmemektedir. Z kuşağında, cinsiyet ve hazırlayanın olmaması faktörü arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,559$; $p>0,05$).

Öğün atlama nedenlerinden sonuncusu olan zayıflama isteği faktörünü, X kuşağından 22 erkek ve 16 kadın birey bir neden olarak kabul ederken, 54 erkek ve 26 kadın birey bu faktörü öğün atlama nedeni olarak kabul etmemektedir. X kuşağında, cinsiyet ve zayıflama isteği faktörü arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,309$; $p>0,05$). Y kuşağında 7 erkek ve 17 kadın birey zayıflamak istediği için öğün atlarken, 54 erkek ve 74 kadın birey zayıflama isteği nedeniyle öğün atlamamaktadır. Y kuşağında, cinsiyet ve zayıflama faktörü arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($p=,232$; $p>0,05$). Z kuşağında ise 4 erkek ve 14 kadın katılımcı zayıflama isteği faktörünü öğün atlama nedeni olarak görürken, 20 erkek ve 44 kadın katılımcı bu faktörü öğün atlama nedeni olarak kabul etmemektedir. Z kuşağında, cinsiyet ve zayıflama faktörü arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,457$; $p>0,05$).

Çalışmada, katılımcılara sunulan öğün atlama nedenlerinin yanı sıra başka nedenlerle de öğün atlama olasılığı göz önünde bulundurulmuştur. Bu nedenlerin tamamı "diğer" kategorisinde toplanmıştır. X kuşağı grubunda 7 erkek ve 4 kadın katılımcı başka öğün atlama nedenlerinin olduğunu belirtirken, 69 erkek ve 38 kadın katılımcının verilen öğün atlama nedenleri dışında başka nedenlerinin olmadığı

belirlenmiştir. X kuşağında, cinsiyet ve diğer nedenler arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,955$; $p>0,05$). Y kuşağında 7 erkek ve 6 kadın bireyin öğün atlama nedeni olarak farklı nedenlerinin olduğu belirlenirken, 54 erkek birey ve 85 kadın bireyin öğün atlama nedeni olarak gördüğü başka bir neden bulunmamaktadır. Y kuşağında, cinsiyet ve diğer nedenler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($p=,291$; $p>0,05$). Son olarak Z kuşağında yalnızca 3 erkek katılımcı diğer nedenlerden dolayı öğün atlamaktadır. Kadınlardan diğer nedenlerden dolayı öğün atlayan katılımcı bulunmamaktadır. 21 erkek ve 58 kadın katılımcının başka nedenlerden dolayı öğün atlamadıkları belirlenmiştir. Z kuşağında, cinsiyet ve diğer nedenler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,006$; $p<0,05$).

Katılımcıların öğün atlama nedenlerinin medeni durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Chi-Square (Ki-Kare) testi uygulanmıştır. X kuşağı 130 evli ve 10 bekar bireyden, Y kuşağı ise 78 evli ve 92 bekar bireyden oluşmaktadır. Z kuşağındaki evli bireylerin sayısı oldukça kısıtlı olduğundan, analiz kapsamına dahil edilmemiştir. Çizelge 14’de kuşakların öğün atlama nedenlerinin medeni durumlarına göre dağılımları gösterilmektedir.

Çizelge 14. Kuşakların Öğün Atlama Nedenlerinin Medeni Durumlarına Göre Dağılımları

Öğün Atlama Nedenleri					
Medeni Durum		Evet	Hayır	Toplam	p
İştahsızlık					
X Kuşağı	Evli	19	91	110	,728
	Bekar	1	7	8	
Y Kuşağı	Evli	11	57	68	,246
	Bekar	20	64	84	
İşe/Okula Geç Kalma					
X Kuşağı	Evli	16	94	110	,427
	Bekar	2	6	8	
Y Kuşağı	Evli	10	58	68	,117
	Bekar	21	63	84	
Yemekleri Beğenmeme					
X Kuşağı	Evli	5	105	110	,323
	Bekar	1	7	8	
Y Kuşağı	Evli	1	67	68	,258
	Bekar	4	80	84	
Ekonomik Yetersizlik					
X Kuşağı	Evli	3	107	110	,636
	Bekar	0	8	8	
Y Kuşağı	Evli	5	63	68	,299
	Bekar	3	81	84	

Çizelge 14-devamı

Önemsememe					
X Kuşağı	Evli	46	64	110	,019
	Bekar	0	8	8	
Y Kuşağı	Evli	33	35	68	,397
	Bekar	35	49	84	
Hazırlayanın Olmaması					
X Kuşağı	Evli	7	103	110	,505
	Bekar	1	7	8	
Y Kuşağı	Evli	15	53	68	,212
	Bekar	12	72	84	
Zayıflama İsteği					
X Kuşağı	Evli	35	75	110	,740
	Bekar	3	5	8	
Y Kuşağı	Evli	14	54	68	,144
	Bekar	10	74	84	
Diğer					
X Kuşağı	Evli	11	99	110	,348
	Bekar	0	8	8	
Y Kuşağı	Evli	6	62	68	,914
	Bekar	7	77	84	

Çizelge 14'e bakıldığında, X kuşağından 19 evli ve 1 bekar birey iştahsızlık nedeniyle öğün atlarken, 91 evli ve 7 bekar bireyin ise bu nedenden dolayı öğün atlamadığı görülmektedir. X kuşağında, medeni durum ve iştahsızlık faktörü arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,728$; $p>0,05$). Y kuşağında ise iştahsızlık sebebiyle öğün atlayan evli birey sayısı 11 iken, bekar birey sayısı 20'dir. 57 evli ve 64 bekar birey ise iştahsızlık faktörü nedeniyle öğün atlamadıklarını belirtmiştir. Y kuşağında, medeni durum ve iştahsızlık faktörü arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,246$; $p>0,05$).

X kuşağında, işe/okula geç kalma nedeninden dolayı 16 evli ve 2 bekar birey öğün atlarken, 94 evli ve 6 bekar birey bu sebepten dolayı öğün atlamamaktadır. X kuşağında, medeni durum ve işe/okula geç kalma faktörü arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,427$; $p>0,05$). Y kuşağına dahil 10 evli ve 21 bekar birey işe/okula geç kalma nedeniyle öğün atlamaktadır. 58 evli ve 63 bekar birey ise işe/okula geç kalma faktörünü öğün atlama nedeni olarak kabul etmemektedir. Y kuşağında, medeni durum ve işe/okula geç kalma faktörü arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,117$; $p>0,05$).

X kuşağında bulunan 5 evli ve 1 bekar birey yemekleri beğenmedikleri için öğün atlamaktadır. 105 evli ve 7 bekar birey ise yemekleri beğenmeme faktörünü öğün atlama nedeni olarak kabul etmemektedir. X kuşağında, medeni durum ve yemekleri

beğenmeme faktörü arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,323$; $p>0,05$). Y kuşağında ise yemekleri beğenmedikleri için öğün atlayan evli birey sayısı 1 iken, bekar birey sayısı 4'tür. 67 evli ve 80 bekar birey yemekleri beğenmeme faktörünü öğün atlama nedeni olarak kabul etmemektedir. Y kuşağında, medeni durum ve yemekleri beğenmeme faktörü arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p=,258$; $p>0,05$).

X kuşağına dahil 3 evli birey ekonomik yetersizlikten dolayı öğün atlamaktadır. Ekonomik yetersizlikten dolayı öğün atlayan bekar birey bulunmamaktadır. 107 evli ve 8 bekar birey ise ekonomik yetersizliği öğün atlama nedeni olarak görmemektedir. X kuşağında, medeni durum ve ekonomik yetersizlik faktörü arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,636$; $p>0,05$). Y kuşağında ise 5 evli ve 3 bekar birey ekonomik yetersizlikten dolayı öğün atlarken, 63 evli ve 81 bekar birey ekonomik yetersizliğin öğün atlama nedeni olacağını düşünmemektedir. Y kuşağında, medeni durum ve ekonomik yetersizlik faktörü arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,299$; $p>0,05$).

X kuşağında bulunan 46 evli birey önemsemediği için öğün atlamaktadır. Önemsemediği için öğün atlayan bekar birey bulunmamaktadır. 64 evli ve 8 bekar birey ise önemsememe faktörünü öğün atlama nedeni olarak kabul etmemektedir. X kuşağında, medeni durum ve önemsememe faktörü arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,019$; $p<0,05$). Y kuşağında ise önemsemediği için öğün atlayan evli birey sayısı 33, bekar birey sayısı 35'tir. Önemsememeyi öğün atlama nedeni olarak kabul etmeyen evli birey sayısı 35, bekar birey sayısı ise 49'dur. Y kuşağında, medeni durum ve önemsememe faktörü arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,397$; $p>0,05$).

X kuşağında bulunan 7 evli ve 1 bekar birey hazırlayanın olmaması nedeniyle öğün atlamaktadır. 103 evli ve 7 bekar birey ise hazırlayanın olmamasını öğün atlama nedeni olarak kabul etmemektedir. X kuşağında, medeni durum ve hazırlayanın olmaması faktörü arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,505$; $p>0,05$). Y kuşağında ise hazırlayanın olmamasından dolayı öğün atlayan evli birey sayısı 15 iken, bekar birey sayısı 12'dir. 53 evli ve 72 bekar birey ise hazırlayanın olmaması faktörünü öğün atlama nedeni olarak kabul etmemektedir. Y kuşağında, medeni durum ve hazırlayanın olmaması faktörü arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,212$; $p>0,05$).

X kuşağına dahil olan 35 evli ve 3 bekar birey zayıflamak istediği için öğün atlarken, 75 evli ve 5 bekar birey zayıflama isteğini öğün atlama nedeni olarak görmemektedir. X kuşağında, medeni durum ve zayıflama isteği faktörü arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,740$; $p>0,05$). Y kuşağında ise 14 evli ve 10 bekar birey zayıflamak istediği için öğün atlamaktadır. 54 evli ve 74 bekar birey zayıflama isteğinin öğün atlama nedeni olmayacağını düşünmektedir. Y kuşağında, medeni durum ve zayıflama isteği faktörü arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p=,144$; $p>0,05$).

Araştırmaya katılan bireylerin, verilen öğün atlama nedenlerinin yanı sıra başka nedenlerle de öğün atlama olasılığı göz önünde bulundurulmuştur. Bu nedenlerin tamamı "diğer" kategorisinde toplanmıştır. X kuşağından 11 evli birey diğer nedenlerden dolayı öğün atlamaktadır. Diğer nedenlerden dolayı öğün atlayan bekar birey bulunmamaktadır. 99 evli ve 8 bekar birey diğer nedenlerden dolayı öğün atlamadığını belirtmiştir. X kuşağında medeni durum ve diğer nedenler arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,348$; $p>0,05$). Y kuşağında ise 6 evli ve 7 bekar birey diğer nedenlerden dolayı öğün atlarken, 62 evli ve 77 bekar birey atlamamaktadır. Y kuşağında medeni durum ve diğer nedenler arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,914$; $p>0,05$).

4.2.2. Katılımcıların Günlük Su Tüketimine İlişkin Bulgular

Bu bölümde, çalışmaya katılan bireylerin günlük su tüketim miktarları ele alınmıştır. Bu araştırma, insanların günlük hayatlarındaki su tüketim alışkanlıklarını ve su tüketim miktarlarını analiz etmek için yapılmıştır. X, Y, Z kuşakları ve günlük su tüketim miktarları arasındaki farklılığın varlığını tespit etmek amacıyla Chi-Square (Ki-Kare) testi uygulanmıştır.

Çizelge 15. Kuşakların Günlük Su Tüketim Miktarlarına Göre Dağılımı

Günlük Su Tüketim Miktarı	X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı	n	%	p
0.5 Ml.	6	2	2	10	2,5	,327
1 Lt.	39	40	26	105	26,1	
1.5 Lt.	12	18	9	39	9,7	
2 Lt.	53	70	24	147	36,5	
2.5 Lt.	8	8	5	21	5,2	
3 Lt.	15	25	17	57	14,1	
3.5 Lt.	0	2	2	4	1,0	
4 Lt.	2	3	2	7	1,7	
5 Lt.	2	1	2	5	1,2	
7 Lt.	0	1	1	2	0,5	
8 Lt.	0	0	1	1	0,2	
Diğer	2	0	1	3	0,7	
Eksik Veri	1	0	1	2	0,5	
Toplam	140	170	93	403	100,0	

Çizelge incelendiğinde, katılımcıların %2,5'inin 0,5 ml, %26,1'inin 1 litre, %9,7'sinin 1,5 litre, %36,5'inin 2 litre, %5,2'sinin 2,5 litre, %14,1'inin 3 litre, %1'inin 3,5 litre, %1,7'sinin 4 litre, %1,2'sinin 5 litre, %0,5'inin 7 litre ve %0,2'sinin 8 litre su tükettiği görülmektedir. Ayrıca, su tüketimi çok az olan katılımcılar da mevcuttur ve "diğer" kategorisinde yer almaktadır. Bu kategoriye dahil olan katılımcıların %0,5'i 0,20 ml ve %0,2'si ise 0,35 ml su tüketmektedir. Araştırmaya katılan bireylerin %0,5'i "Günlük Su Tüketim Miktarı" sorusunu yanıtsız bırakmıştır. Günlük tüketilen su miktarları ile X, Y, Z kuşakları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ($p=,327$; $p>0,05$).

4.2.3. Katılımcıların Besin Tüketiminde Dikkat Ettiği Özelliklere İlişkin Bulgular

Bu bölümde, araştırmaya katılan bireylerin besin tüketimiyle ilgili tercihleri ve dikkat ettikleri özellikler (kolay hazırlanabilir olması, pişirme yöntemi, ekonomik olması, doyurucu olması, lezzetli olması, sübjektif kalite kriterlerine sahip olma, katkı maddesi içermemesi, az yağlı olması, organik besin olması ve genellikle evde tüketilmesi) incelenmiş ve değerlendirilmiştir. Kuşaklar ve besin tüketiminde dikkat edilen özellikler arasındaki farklılıkları belirlemek için Chi-Square (Ki-Kare) testi uygulanmıştır.

Çizelge 16. Kuşakların Besin Tüketiminde Dikkat Ettiği Özelliklere Göre Dağılımı

Besin Tüketiminde Dikkat Edilen Özellikler		X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı	n	%	p
Kolay Hazırlanabilir Olması	Evet	67	129	71	267	66,3	,001
	Hayır	73	41	21	135	33,5	
	Eksik Veri	0	0	1	1	0,2	
	Toplam	140	170	93	403	100,0	
Pişirme Yöntemi	Evet	95	106	55	256	63,5	,409
	Hayır	45	64	37	146	36,2	
	Eksik Veri	0	0	1	1	0,2	
	Toplam	140	170	93	403	100,0	
Ekonomik Olması	Evet	77	100	63	240	59,6	,131
	Hayır	62	70	29	161	40,0	
	Eksik Veri	1	0	1	2	0,5	
	Toplam	140	170	93	403	100,0	
Doyurucu Olması	Evet	115	137	78	330	81,9	,700
	Hayır	25	33	14	72	17,9	
	Eksik Veri	0	0	1	1	0,2	
	Toplam	140	170	93	403	100,0	
Lezzetli Olması	Evet	131	153	81	365	90,6	,339
	Hayır	9	16	11	36	8,9	
	Eksik Veri	0	1	1	2	0,5	
	Toplam	140	170	93	403	100,0	
Sübjektif Kalite Kriterleri	Evet	102	129	66	297	73,7	,746
	Hayır	37	41	26	104	25,8	
	Eksik Veri	1	0	1	2	0,5	
	Toplam	140	170	93	403	100,0	
Katkı Maddesi İçermemesi	Evet	100	88	38	226	56,1	,001
	Hayır	40	82	54	176	43,7	
	Eksik Veri	0	0	1	1	0,2	
	Toplam	140	170	93	403	100,0	
Az Yağlı Olması	Evet	94	105	52	251	62,3	,256
	Hayır	46	65	40	151	37,5	
	Eksik Veri	0	0	1	1	0,2	
	Toplam	140	170	93	403	100,0	
Organik Besin Olması	Evet	100	83	34	217	53,8	,001
	Hayır	40	87	58	185	45,9	
	Eksik Veri	0	0	1	1	0,2	
	Toplam	140	170	93	403	100,0	
Genellikle Evde Tüketilmesi	Evet	121	112	43	276	68,5	,001
	Hayır	19	58	49	126	31,3	
	Eksik Veri	0	0	1	1	0,2	
	Toplam	140	170	93	403	100,0	

Katılımcıların %66,3'ü besinlerin kolay hazırlanabilir olmasına dikkat ederken, %33,5'i dikkat etmemektedir. %0,2'si ise bu ifadeyi cevapsız bırakmıştır. Kuşaklar ve kolay hazırlanabilir olması özelliği arasında anlamlı bir farklılığın bulunduğu tespit edilmiştir ($p=,001$; $p<0,05$). Pişirme yöntemine dikkat eden bireylerin oranı %63,5'tir. %36,2'si ise bu özelliği dikkate almamaktadır. %0,2'si ise bu ifadeyi cevapsız bırakmıştır. Pişirme yöntemi ile kuşaklar arasında istatistiksel anlamda bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,409$; $p>0,05$).

Katılımcıların %59,6'sı besinlerin ekonomik olmasına dikkat ederken, %40'ı dikkat etmemektedir. %0,5'i ise "Ekonomik Olması" özelliğini cevapsız bırakmıştır. Ekonomik olması özelliği ile X, Y, Z kuşakları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,131$; $p>0,05$). Katılımcıların %81,9'u besinlerin doyurucu olmasına önem verirken, %17,9'u bu özelliği dikkate almamaktadır. %0,2'si ise "Doyurucu Olması" özelliğine cevap vermemiştir. Doyurucu olması özelliği ile kuşaklar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($p=,700$; $p>0,05$).

Araştırmaya katılan bireylerin %90,6'sı besinlerin lezzetli olmasına dikkat etmektedir. %8,9'u için ise yemeklerin lezzetli olması önemli değildir. %0,5'i bu özelliği cevapsız bırakmıştır. Lezzetli olması özelliği ile kuşaklar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p=,339$; $p>0,05$). Sübjektif kalite kriterleri (tat, koku, renk vs.)'ne katılımcıların %73,7'si dikkat ederken, %25,8'i dikkat etmemektedir. %0,5'i ise bu özelliği yanıtızsız bırakmıştır. Sübjektif kalite kriterleri ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p=,746$; $p>0,05$).

Bireylerin %56,1'i besinlerin katkı maddesi içermemesine dikkat ederken, %43,7'sinin dikkat etmediği görülmektedir. %0,2'si ise bu özelliğe cevap vermemeyi tercih etmiştir. Katkı maddesi içermemesi özelliği ile X, Y ve Z kuşakları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,001$; $p<0,05$). Katılımcıların %62,3'ü besinlerin az yağlı olmasına önem vermektedir. %37,5'i ise besinlerin az yağlı olmasını dikkate almamaktadır. Katılımcıların %0,2'si ise bu özelliğe yanıt vermemiştir. Kuşaklar ve az yağlı olması özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,256$; $p>0,05$).

Katılımcıların %53,8'i besinlerin organik olmasına önem verirken, %45,9'u için bu özellik önemli değildir. Bireylerin %0,2'si ise bu özelliğe cevap vermemiştir. Organik besin olması özelliği ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p=,001$; $p<0,05$). Son olarak, besin tüketiminde dikkat edilen özelliklerden biri olan genellikle evde tüketilmesi özelliğine bireylerin %68,5'i dikkat etmektedir. %31,3'ü için ise besinlerin evde tüketilmesi önemli değildir. %0,2'si ise bu özelliğe yanıt vermemiştir. Genellikle evde tüketilmesi özelliği ile X, Y ve Z kuşakları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,001$; $p<0,05$).

Araştırmaya katılan bireylerin, besin tüketiminde dikkat ettiği özelliklerin cinsiyet değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Chi-Square (Ki-Kare) testi uygulanmıştır. X kuşağını 92 erkek ve 48 kadın, Y kuşağını 67 erkek ve 103 kadın, Z kuşağını ise 27 erkek ve 66 kadın birey oluşturmaktadır. Çizelge 17’de X, Y ve Z kuşağı bireylerin besin tüketiminde dikkat ettiği özelliklerin cinsiyete göre dağılımları gösterilmektedir.

Çizelge 17. Kuşakların Besin Tüketiminde Dikkat Ettiği Özelliklerin Cinsiyete Göre Dağılımları

Besin Tüketiminde Dikkat Edilen Özellikler										
Özellikler	Cinsiyet	X Kuşağı		Y Kuşağı		Z Kuşağı		p		
		Evet	Hayır	Evet	Hayır	Evet	Hayır	X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı
Kolay Hazırlanabilir Olması	Erkek	45	47	53	14	18	9	,729	,428	,122
	Kadın	22	26	76	27	53	12			
Piştirme Yöntemi	Erkek	57	35	42	25	15	12	,038	,942	,594
	Kadın	38	10	64	39	40	25			
Ekonomik Olması	Erkek	54	37	35	32	20	7	,198	,159	,457
	Kadın	23	25	65	38	43	22			
Doyurucu Olması	Erkek	79	13	53	14	25	2	,111	,693	,179
	Kadın	36	12	84	19	53	12			
Lezzetli Olması	Erkek	86	6	58	9	21	6	,950	,154	,050
	Kadın	45	3	95	7	60	5			
Sübjektif Kalite Kriterleri	Erkek	64	27	50	17	15	12	,262	,758	,026
	Kadın	38	10	79	24	51	14			
Katkı Maddesi İçermemesi	Erkek	66	26	31	36	8	19	,910	,247	,143
	Kadın	34	14	57	46	30	35			
Az Yağlı Olması	Erkek	61	31	36	31	11	16	,770	,082	,049
	Kadın	33	15	69	34	41	24			
Organik Besin Olması	Erkek	64	28	31	36	8	19	,499	,591	,348
	Kadın	36	12	52	51	26	39			
Genellikle Evde Tüketilmesi	Erkek	77	15	38	29	9	18	,191	,042	,097
	Kadın	44	4	74	29	34	31			

Çizelge 17’ye göre X kuşağından 45 erkek ve 22 kadın birey besin tüketiminde kolay hazırlanabilir olmasına dikkat ederken, 47 erkek birey ve 26 kadın birey bu özelliğe dikkat etmemektedir. X kuşağında, cinsiyet ve “Kolay Hazırlanabilir Olması” özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,729$; $p>0,05$). Y kuşağında, 53 erkek ve 76 kadın birey besinlerin kolay hazırlanabilir olmasına dikkat etmektedir. 14 erkek ve 27 kadın birey ise besin tüketiminde bu özelliği dikkate almamaktadır. Y

kuşağında, cinsiyet ve “Kolay Hazırlanabilir Olması” özelliği arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p=,428$; $p>0,05$). Z kuşağında ise 18 erkek ve 53 kadın birey besinlerin kolay hazırlanabilir olmasına dikkat ederken, 9 erkek ve 12 kadın birey bu özelliğe dikkat etmemektedir. Z kuşağında, cinsiyet ve “Kolay Hazırlanabilir Olması” özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,122$; $p>0,05$).

X kuşağından 57 erkek ve 38 kadın birey besin tüketiminde pişirme yöntemine dikkat etmektedir. 35 erkek ve 10 kadın birey besin tüketiminde bu özelliği dikkate almamaktadır. X kuşağında, cinsiyet ve “Pişirme Yöntemi” özelliği arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p=,038$; $p<0,05$). Y kuşağı grubunda bulunan 42 erkek ve 64 kadın birey pişirme yöntemine dikkat ederken, 25 erkek ve 39 kadın birey dikkat etmemektedir. Y kuşağında, cinsiyet ve “Pişirme Yöntemi” özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,942$; $p>0,05$). Z kuşağında ise pişirme yöntemine dikkat eden erkek birey sayısı 15, kadın birey sayısı ise 40’tır. 12 erkek ve 25 kadın birey besin tüketiminde pişirme yöntemini dikkate almamaktadır. Z kuşağında, cinsiyet ve “Pişirme Yöntemi” özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,594$; $p>0,05$).

X kuşağında bulunan 54 erkek ve 23 kadın birey besin tüketiminde ekonomik olmasına dikkat etmektedir. 37 erkek ve 25 kadın birey için ise besinlerin ekonomik olması önemli değildir. X kuşağında, cinsiyet ile “Ekonomik olması” özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,198$; $p>0,05$). Y kuşağında ise ekonomik olmasına dikkat eden bireylerin 35’i erkek ve 65’i kadındır. Dikkat etmeyenler ise 32 erkek ve 38 kadından oluşmaktadır. Y kuşağında, cinsiyet ile “Ekonomik olması” özelliği arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p=,159$; $p>0,05$). Z kuşağında ise 20 erkek ve 43 kadın birey ekonomik olmasına dikkat ederken, 7 erkek ve 22 kadın birey dikkat etmemektedir. Z kuşağında, cinsiyet ile “Ekonomik olması” özelliği arasında anlamlı bir farklılık yoktur ($p=,457$; $p>0,05$).

X kuşağında bulunan 79 erkek ve 36 kadın katılımcı için besin tüketiminde doyuruculuk önemliyken, 13 erkek ve 12 kadın katılımcı için besinlerin doyurucu olması önemli değildir. X kuşağında, cinsiyet ve “Doyurucu Olması” özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p=,111$; $p>0,05$). Y kuşağında 53 erkek ve 84 kadın katılımcı besin tüketiminde doyurucu olmasına dikkat etmektedir. 14 erkek ve 19 kadın katılımcı bu özelliği dikkate almamaktadır. Y kuşağında, cinsiyet ve “Doyurucu Olması” özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,693$;

$p>0,05$). Z kuşağında ise 25 erkek ve 53 kadın katılımcı besin tüketirken doyurucu olmasına dikkat etmektedir. 2 erkek ve 12 kadın katılımcı için bu özellik önemli değildir. Z kuşağında, cinsiyet ve “Doyurucu Olması” özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,179$; $p>0,05$).

X kuşağında bulunan 86 erkek ve 45 kadın birey besin tüketiminde lezzetli olmasına dikkat etmektedir. 6 erkek ve 3 kadın birey için besinlerin lezzetli olması önemli değildir. X kuşağında, cinsiyet ile “Lezzetli Olması” özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p=,950$; $p>0,05$). Y kuşağı grubunda 58 erkek ve 95 kadın birey besinlerde lezzet aramaktadır fakat 9 erkek ve 7 kadın birey için besinlerin lezzetli olmasının bir önemi yoktur. Y kuşağında, cinsiyet ve “Lezzetli Olması” özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,154$; $p>0,05$). Z kuşağında ise besinlerin lezzetli olmasına dikkat eden erkek sayısı 21 iken kadın sayısı 50’dir. 6 erkek ve 5 kadın birey ise besinlerde lezzet aramamaktadır. Z kuşağında, cinsiyet ve “Lezzetli Olması” özelliği arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,050$; $\leq 0,05$).

Besin tüketiminde dikkat edilen bir diğer özellik ise sübjektif kalite kriterleridir. X kuşağında 64 erkek ve 38 kadın katılımcı bu özelliğe dikkat ederken, 27 erkek ve 10 kadın katılımcı dikkat etmemektedir. X kuşağında, cinsiyet ile “Sübjektif Kalite Kriterleri” arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,262$; $p>0,05$). Y kuşağında ise sübjektif kalite kriterlerine dikkat eden erkek sayısı 50 iken, kadın sayısı 79’dur. 17 erkek ve 24 kadın birey ise bu özelliği dikkate almamaktadır. Y kuşağında, cinsiyet ile “Sübjektif Kalite Kriterleri” arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p=,758$; $p>0,05$). Z kuşağında ise 15 erkek ve 51 kadın birey besin tüketiminde sübjektif kalite kriterlerini önemserken, 12 erkek ve 14 kadın birey bu özelliği dikkate almamaktadır. Z kuşağında, cinsiyet ile “Sübjektif Kalite Kriterleri” arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p=,026$; $p<0,05$).

X kuşağında bulunan 66 erkek ve 34 kadın katılımcı besin tüketiminde katkı maddesi içermemesine önem vermektedir. 26 erkek ve 14 kadın katılımcı için ise bu özellik önemli değildir. X kuşağında, cinsiyet ve “Katkı Maddesi İçermemesi” özelliği arasında istatistiksel anlamda bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,910$; $p>0,05$). Y kuşağında 31 erkek ve 57 kadın katılımcı tükettikleri besinlerde katkı maddesinin olmamasına dikkat ederken, 36 erkek ve 46 kadın katılımcı bu özelliğe dikkat etmemektedir. Y kuşağında, cinsiyet ve “Katkı Maddesi İçermemesi” özelliği arasında

anlamli bir farklılık yoktur ($p=,247$; $p>0,05$). Z kuşagında, tüketilen besinlerde katkı maddesinin bulunmamasını önemseyen erkek sayısı 8 iken kadın sayısı 30'dur. 19 erkek ve 35 kadın birey için ise besinlerde katkı maddesinin olup olmamasının bir önemi yoktur. Z kuşagında, cinsiyet ve "Katkı Maddesi İçermemesi" özelliği arasında anlamli bir farklılık tespit edilmemiştir ($p=,143$; $p>0,05$).

Besin tüketiminde dikkat edilen bir diğer özellik ise az yağlı olmasıdır. X kuşagında bulunan 61 erkek ve 33 kadın birey besinlerin az yağlı olmasını tercih ederken, 31 erkek ve 15 kadın birey besinlerin yağlı olmasını önemsememektedir. X kuşagında, cinsiyet ve "Az Yağlı Olması" özelliği arasında anlamli bir farklılık tespit edilmemiştir ($p=,770$; $p>0,05$). Y kuşagının 36 erkek bireyi ve 69 kadın bireyi besinlerin az yağlı olmasına dikkat ederken, 31 erkek ve 34 kadın bireyi dikkat etmemektedir. Y kuşagında, cinsiyet ve "Az Yağlı Olması" özelliği arasında anlamli bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,082$; $p>0,05$). Z kuşagında ise 11 erkek ve 41 kadın birey için besinlerin az yağlı olması önemliyken, 16 erkek ve 24 kadın birey için önemli değildir. Z kuşagında, cinsiyet ve "Az Yağlı Olması" özelliği arasında anlamli bir farklılık bulunmaktadır ($p=,049$; $p<0,05$).

Besinlerin organik olması özelliğine, X kuşagından 64 erkek ve 36 kadın katılımcı dikkat etmektedir. 28 erkek ve 12 kadın katılımcı için besinlerin organik olmasının bir önemi yoktur. X kuşagında, cinsiyet ve "Organik Olması" özelliği arasında anlamli bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,499$; $p>0,05$). Y kuşagında bulunan erkeklerden 31'i ve kadınlardan ise 52'si besinlerin organik olmasına dikkat ederken, 36 erkek ve 51 kadın birey dikkat etmemektedir. Y kuşagında, cinsiyet ve "Organik Olması" özelliği arasında anlamli bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,591$; $p>0,05$). Z kuşagında ise 8 erkek ve 26 kadın birey için besinlerin organik olması önemliyken, 19 erkek ve 39 kadın birey için bu özellik önemli değildir. Z kuşagında, cinsiyet ve "Organik Olması" özelliği arasında anlamli bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,348$; $p>0,05$).

X kuşagından 77 erkek ve 44 kadın katılımcı besinlerini genellikle evde tüketmeyi tercih ederken, 15 erkek ve 4 kadın katılımcı tercih etmemektedir. X kuşagında, cinsiyet ve "Genellikle Evde Tüketilmesi" özelliği arasında anlamli bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,191$; $p>0,05$). Y kuşagında, 38 erkek ve 74 kadın birey için besinlerin genellikle evde tüketilmesi önemliyken, 29 erkek ve 29 kadın birey için bu özellik önemli değildir. Y kuşagında, cinsiyet ve "Genellikle Evde Tüketilmesi"

özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p=,042$; $p<0,05$). Z kuşağında ise 9 erkek ve 34 kadın birey besinlerin genellikle evde tüketilmesine dikkat ederken, 18 erkek ve 31 kadın birey dikkat etmemektedir. Z kuşağında, cinsiyet ve “Genellikle Evde Tüketilmesi” özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,097$; $p>0,05$).

Araştırmaya katılan bireylerin, besin tüketiminde dikkat ettiği özelliklerin medeni durumlarına göre farklılıklarını belirlemek amacıyla Chi-Square (Ki-Kare) testi uygulanmıştır. X kuşağı 130 evli ve 10 bekar bireyden, Y kuşağı ise 78 evli ve 92 bekar bireyden oluşmaktadır. Z kuşağındaki evli bireylerin sayısı oldukça kısıtlı olduğundan, analiz kapsamına dahil edilmemiştir. Çizelge 18’de X, Y ve Z kuşağı bireylerin besin tüketiminde dikkat ettiği özelliklerin medeni durumlarına göre dağılımları gösterilmektedir.

Çizelge 18. Kuşakların Besin Tüketiminde Dikkat Ettiği Özelliklerin Medeni Durumlarına Göre Dağılımları

Besin Tüketiminde Dikkat Edilen Özellikler							
Özellikler	Medeni Durum	X Kuşağı		Y Kuşağı		p	
		Evet	Hayır	Evet	Hayır	X Kuşağı	Y Kuşağı
Kolay Hazırlanabilir Olması	Evli Bekar	62 5	68 5	53 76	25 16	,888	,026
Piştirme Yöntemi	Evli Bekar	89 6	41 4	52 54	26 38	,581	,285
Ekonomik Olması	Evli Bekar	69 8	60 2	43 57	35 35	,104	,367
Doyurucu Olması	Evli Bekar	107 8	23 2	60 77	18 15	,854	,266
Lezzetli Olması	Evli Bekar	121 10	9 0	69 84	8 8	,390	,708
Sübjektif Kalite Kriterleri	Evli Bekar	93 9	36 1	58 71	20 21	,217	,669
Katkı Maddesi İçermemesi	Evli Bekar	92 8	38 2	49 39	29 53	,534	,008
Az Yağlı Olması	Evli Bekar	89 5	41 5	55 50	23 42	,231	,031
Organik Besin Olması	Evli Bekar	94 6	36 4	51 32	27 60	,406	,001
Genellikle Evde Tüketilmesi	Evli Bekar	112 9	18 1	60 52	18 40	,732	,005

Çizelge 18’e göre, X kuşağından 62 evli ve 5 bekar birey besinlerin kolay hazırlanabilir olmasına dikkat etmektedir. 68 evli ve 5 bekar birey ise kolay

hazırlanabilir olma özelliğini önemsememektedir. X kuşağında, medeni durum ve kolay hazırlanabilir olması özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,888$; $p>0,05$). Y kuşağında ise kolay hazırlanabilir olması özelliğine dikkat eden evli birey sayısı 53, bekar birey sayısı 76'dır. 25 evli ve 16 bekar birey ise besinlerin kolay hazırlanabilir olması özelliğini dikkate almamaktadır. Y kuşağında, medeni durum ve kolay hazırlanabilir olması özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p=,026$; $p<0,05$).

X kuşağına dahil olan 89 evli ve 6 bekar birey besinlerin pişirme yöntemine dikkat etmektedir. 41 evli ve 4 bekar birey ise bu özelliği dikkate almamaktadır. X kuşağında, medeni durum ve pişirme yöntemi özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,581$; $p>0,05$). Y kuşağında ise pişirme yöntemine dikkat eden evli birey sayısı 52 iken, bekar birey sayısı 54'tür. 26 evli birey ve 38 bekar birey ise besin tüketirken pişirme yöntemine dikkat etmemektedir. Y kuşağında, medeni durum ve pişirme yöntemi özelliği arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,285$; $p>0,05$).

X kuşağından 69 evli birey ve 8 bekar birey besinlerin ekonomik olmasına dikkat etmektedir. 60 evli ve 2 bekar birey için ise besinlerin ekonomik olması önemli değildir. X kuşağında, medeni durum ve ekonomik olması özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,104$; $p>0,05$). Y kuşağında ise 43 evli ve 57 bekar birey için ekonomiklik önemlidir. 35 evli ve 35 bekar birey ekonomik olmasına dikkat etmemektedir. Y kuşağında, medeni durum ve ekonomik olması özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,367$; $p>0,05$).

Dikkat edilen bir başka özellik ise doyurucu olmasıdır. X kuşağından 107 evli ve 8 bekar birey besinlerin doyurucu olmasına dikkat etmektedir. 23 evli ve 2 bekar birey ise bu özelliği dikkate almamaktadır. X kuşağında, medeni durum ve doyurucu olması özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,854$; $p>0,05$). Y kuşağında ise doyuruculuğa dikkat eden evli birey sayısı 60, bekar birey sayısı 77'dir. 18 evli ve 15 bekar birey ise besinlerin doyurucu olmasını dikkate almamaktadır. Y kuşağında, medeni durum ve doyurucu olması özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,266$; $p>0,05$).

X kuşağından 121 evli ve 10 bekar birey için besinlerin lezzetli olması oldukça önemlidir. 9 evli birey besinlerin lezzetli olmasını dikkate almamaktadır. Bekarlardan

ise lezzetli olması özelliğine dikkat etmeyen birey bulunmamaktadır. X kuşağında, medeni durum ve lezzetli olması özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,390$; $p>0,05$). Y kuşağında ise 69 evli ve 84 bekar birey için besinlerin lezzetli oluşu önemlidir. 8 evli ve 8 bekar birey lezzetli olması özelliğine dikkat etmemektedir. Y kuşağında, medeni durum ve lezzetli olması özelliği arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p=,708$; $p>0,05$).

X kuşağı grubundan 93 evli ve 9 bekar birey besin tüketiminde sübjektif kalite kriterlerine dikkat etmektedir. 36 evli ve 1 bekar ise bu özelliği dikkate almamaktadır. X kuşağında, medeni durum ve sübjektif kalite kriterleri özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,217$; $p>0,05$). Y kuşağında ise sübjektif kalite kriterlerine dikkat eden evli birey sayısı 58, bekar birey sayısı 71'dir. 20 evli ve 21 bekar birey ise besinlerin sübjektif kalite kriterlerine önem vermemektedir. Y kuşağında, medeni durum ve sübjektif kalite kriterleri özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,699$; $p>0,05$).

Besin tüketiminde dikkat edilmesi gereken önemli özelliklerden birisi ise katkı maddesi içermemesidir. X kuşağında bulunan 92 evli ve 8 bekar birey besinlerin katkı maddesi içermemesine dikkat ederken, 38 evli ve 2 bekar birey dikkat etmemektedir. X kuşağında, medeni durum ve katkı maddesi içermemesi özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,534$; $p>0,05$). Y kuşağında ise katkı maddesi içermemesi özelliğine dikkat eden evli birey sayısı 49, bekar birey sayısı 39'dur. 29 evli ve 53 bekar birey için ise besinlerin katkı maddesi içermemesi dikkat edilmesi gereken bir özellik değildir. Y kuşağında, medeni durum ve katkı maddesi içermemesi özelliği arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,008$; $p<0,05$).

X kuşağından 89 evli ve 5 bekar birey besinlerin az yağlı olmasına dikkat ederken, 41 evli ve 5 bekar birey dikkat etmemektedir. X kuşağında, medeni durum ve az yağlı olması özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,231$; $p>0,05$). Y kuşağında ise az yağlı olması özelliğine dikkat eden evli birey sayısı 55, bekar birey sayısı 50'dir. 23 evli ve 42 bekar birey için ise besinlerin az yağlı olması dikkat edilecek bir özellik değildir. Y kuşağında, medeni durum ve az yağlı olması özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p=,031$; $p<0,05$).

X kuşağına dahil olan 94 evli ve 6 bekar birey besinlerin organik olmasına dikkat etmektedir. 36 evli ve 4 bekar birey ise organik olması özelliğini dikkate almamaktadır. X kuşağında, medeni durum ve organik besin olması özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,406$; $p>0,05$). Y kuşağında ise, 51 evli ve 32 bekar birey besinlerin organik olmasına dikkat ederken, 27 evli ve 60 bekar birey dikkat etmemektedir. Y kuşağında, medeni durumları ve organik besin olması özelliği arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,001$; $p<0,05$).

Besin tüketiminde dikkat edilen son özellik olan genellikle evde tüketilmesine ise X kuşağından 112 evli ve 9 bekar birey dikkat etmektedir. 18 evli ve 1 bekar birey ise besinlerin genellikle evde tüketilmesini önemsememektedir. X kuşağında, medeni durum ve genellikle evde tüketilmesi özelliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,732$; $p>0,05$). Y kuşağında ise 60 evli ve 52 bekar birey besinlerin genellikle evde tüketilmesine dikkat ederken, 18 evli ve 40 bekar birey dikkat etmemektedir. Y kuşağında, medeni durum ve genellikle evde tüketilmesi özelliği arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p=,005$; $p<0,05$).

4.2.4. Katılımcıların Yeterli ve Dengeli Beslenmelerine Yönelik Düşüncelerine İlişkin Bulgular

Bu başlık altında, katılımcıların günlük beslenme rutinlerinde yeterli ve dengeli beslenip beslenmedikleri konusundaki fikirleri incelenmiştir. Araştırmada, katılımcılara "Yeterli ve Dengeli Beslendiğinizi Düşünüyor Musunuz?" sorusu yöneltilmiştir ve cevap seçenekleri olarak "Evet", "Hayır" ve "Bilmiyorum" sunulmuştur. Katılımcıların verdiği cevaplar Çizelge 19'da gösterilmiştir. X, Y, Z kuşakları ile yeterli ve dengeli beslenmelerine yönelik düşünceleri arasındaki farklılığın varlığını belirlemek amacıyla Chi-Square (Ki-Kare) testi uygulanmıştır.

Çizelge 19. Kuşakların Yeterli ve Dengeli Beslenmelerine İlişkin Düşüncelerine Göre Dağılımları

Yeterli ve Dengeli Beslenmeye Yönelik Düşünceler	X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı	n	%	p
Yeterli ve Dengeli Besleniyorum	69	67	28	164	40,7	,014
Yeterli ve Dengeli Beslenmiyorum	58	85	47	190	47,1	
Yeterli ve Dengeli Beslenip Beslenmediğimi Bilmiyorum	12	18	18	48	11,9	
Eksik Veri	1	0	0	1	0,2	
Toplam	140	170	93	403	100,0	

Araştırmaya katılan bireylerin %40,7'si yeterli ve dengeli beslendiğini düşünürken, %47,1'i yeterli ve dengeli beslendiğini düşünmemektedir. %11,9'u ise yeterli ve dengeli beslenip beslenmediği konusunda kararsızdır. Katılımcıların %0,2'si ise bu soruya yanıt vermeyi tercih etmemiştir. Katılımcıların yeterli ve dengeli beslenmelerine ilişkin düşünceleri ile X, Y ve Z kuşakları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,014$; $p<0,05$).

Araştırmaya katılan bireylerin, yeterli ve dengeli beslenip beslenmediği konusundaki düşüncelerinin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Chi-Square (Ki-Kare) testi uygulanmıştır. X kuşağını 92 erkek ve 48 kadın, Y kuşağını 67 erkek ve 103 kadın, Z kuşağını ise 27 erkek ve 66 kadın birey oluşturmaktadır. Çizelge 20'de X, Y ve Z kuşağı bireylerin yeterli ve dengeli beslenme durumları hakkındaki fikirlerinin cinsiyete göre dağılımları gösterilmektedir.

Çizelge 20. Kuşakların Yeterli ve Dengeli Beslenme Durumları İle İlgili Düşüncelerinin Cinsiyete Göre Dağılımları

Kuşaklar	Cinsiyet	Yeterli ve Dengeli Beslendiğimi Düşünüyorum	Yeterli ve Dengeli Beslendiğimi Düşünmüyorum	Yeterli ve Dengeli Beslenip Beslenmediğimi Bilmiyorum	Toplam	p
X Kuşağı	Erkek	46	40	6	92	,447
	Kadın	23	18	6	47	
Y Kuşağı	Erkek	29	32	6	67	,667
	Kadın	38	53	12	103	
Z Kuşağı	Erkek	10	10	7	27	,243
	Kadın	18	37	11	66	

Çizelge 20'ye bakıldığında X kuşağında yer alan 46 erkek ve 23 kadın birey yeterli ve dengeli beslendiğini düşünürken, 40 erkek ve 18 kadın birey yeterli ve dengeli beslendiğini düşünmemektedir. 6 erkek ve 6 kadın birey ise yeterli ve dengeli beslenip beslenmeme konusunda kararsızdır. X kuşağında, cinsiyet ile yeterli ve dengeli beslenme durumları ile ilgili düşünceleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,447$; $p>0,05$). Y kuşağında 29 erkek birey ve 38 kadın birey yeterli ve dengeli beslendiğini düşünmektedir. 32 erkek birey ve 53 kadın birey yeterli ve dengeli beslendiğini düşünmezken, 6 erkek ve 12 kadın birey yeterli ve dengeli beslendiği konusunda bir fikre sahip değildir. Y kuşağında, cinsiyet ile yeterli ve dengeli beslenme durumları ile ilgili düşünceleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,667$; $p>0,05$). Z kuşağında ise 10 erkek ve 18 kadın birey yeterli

ve dengeli beslendiğini düşünürken, 10 erkek ve 37 kadın birey yeterli ve dengeli beslendiğini düşünmemektedir. 7 erkek ve 11 kadın birey ise bu konuda kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Z kuşağında, cinsiyet ile yeterli ve dengeli beslenme durumları ile ilgili düşünceleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($p=,243$; $p>0,05$).

Araştırmaya katılan bireylerin, yeterli ve dengeli beslenip beslenmediği konusundaki düşüncelerinin medeni durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Chi-Square (Ki-Kare) testi uygulanmıştır. X kuşağı 130 evli ve 10 bekar bireyden, Y kuşağı ise 78 evli ve 92 bekar bireyden oluşmaktadır. Z kuşağındaki evli bireyler oldukça az sayıda olduğu için, analiz kapsamına dahil edilmemiştir. Çizelge 21’de X, Y ve Z kuşağı bireylerin yeterli ve dengeli beslenme durumları hakkındaki fikirlerinin medeni durumlarına dağılımları gösterilmektedir.

Çizelge 21. Kuşakların Yeterli ve Dengeli Beslenme Durumları İle İlgili Düşüncelerinin Medeni Durumlarına Göre Dağılımları

Kuşaklar	Medeni Durum	Yeterli ve Dengeli Beslendiğimi Düşünüyorum	Yeterli ve Dengeli Beslendiğimi Düşünmüyorum	Yeterli ve Dengeli Beslenip Beslenmediğimi Bilmiyorum	Toplam	p
X Kuşağı	Evli	63	55	11	129	,737
	Bekar	6	3	1	10	
Y Kuşağı	Evli	34	36	8	78	,583
	Bekar	33	49	10	92	

Çizelge 21’e göre, X kuşağından 63 evli ve 6 bekar birey yeterli ve dengeli beslendiğini düşünmektedir. Yeterli ve dengeli beslendiğini düşünmeyen evli birey sayısı 55, bekar birey sayısı ise 3’tür. 11 evli ve 1 bekar birey ise yeterli ve dengeli beslenip beslenmeme konusunda kararsızdır. X kuşağında, medeni durum ile yeterli ve dengeli beslenme durumları ile ilgili düşünceleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,737$; $p>0,05$). Y kuşağında ise yeterli ve dengeli beslendiğini düşünen evli birey sayısı 34, bekar birey sayısı ise 33’tür. 36 evli ve 49 bekar birey ise yeterli ve dengeli beslendiğini düşünmemektedir. Yeterli ve dengeli beslenip beslenmediği konusunda kararsız kalan evli birey sayısı 8, bekar birey sayısı ise

10'dur. Y kuşağında, medeni durum ile yeterli ve dengeli beslenme durumları ile ilgili düşünceleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,583$; $p>0,05$).

4.2.5. Katılımcıların Beslenme Alışkanlığını ve Besin Seçimini Etkileyen Faktörlere İlişkin Bulgular

Bu bölümde, katılımcıların günlük beslenme alışkanlıklarını ve besin seçimlerini ne gibi faktörlerin etkilediği konusu ele alınmıştır. Araştırmaya katılan bireylere sunulan beslenme alışkanlıklarını ve besin tercihlerini şekillendiren faktörler şu şekilde sıralanmıştır: kendisi, ailesi, arkadaşları, diyetisyen, medya ve doktor. Kuşaklar ve besin seçimini etkileyen faktörler arasındaki farklılıkların varlığını belirlemek amacıyla Chi-Square (Ki-Kare) testi uygulanmıştır.

Çizelge 22. Kuşakların Beslenme Alışkanlığını ve Besin Seçimini Etkileyen Faktörlere Göre Dağılımı

Beslenme Alışkanlığını ve Besin Seçimini Etkileyen Faktörler	X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı	n	%	p
Kendisi	71	125	68	264	65,5	,001
Aile	63	41	17	121	30,0	
Arkadaşlar	2	1	7	10	2,5	
Diyetisyen	3	2	0	5	1,2	
Medya	0	1	1	2	0,5	
Doktor	1	0	0	1	0,2	
Toplam	140	170	93	403	100,0	

Çizelge incelendiğinde, katılımcıların beslenme alışkanlığı ve besin seçimini etkileyen faktörler açısından kendilerinin büyük bir oranda etkili olduğu (%65,5) görülmektedir. Bunun yanı sıra, katılımcıların %30'u ailelerinin beslenme alışkanlıklarından etkilenirken, %2,5'i arkadaşlarından, %1,2'si diyetisyenlerden, %0,5'i sosyal medyadan ve %0,2'si doktorlardan etkilenmektedir. X, Y ve Z kuşakları ile beslenme alışkanlığını ve besin seçimini etkileyen faktörler arasında anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir ($p=,001$; $p<0,05$).

Katılımcıların beslenme alışkanlıklarını en çok etkileyen faktörler ve cinsiyet arasındaki farklılığın varlığını belirlemek amacıyla Chi-Square (Ki-Kare) testi uygulanmıştır. X kuşağını 92 erkek ve 48 kadın, Y kuşağını 67 erkek ve 103 kadın, Z kuşağını ise 27 erkek ve 66 kadın birey oluşturmaktadır. Çizelge 23'de kuşakların beslenme alışkanlıklarını en çok etkileyen etmenlerin cinsiyete göre dağılımları gösterilmektedir.

Çizelge 23. Kuşakların Beslenme Alışkanlıklarını En Çok Etkileyen Faktörlerin Cinsiyete Göre Dağılımları

Kuşaklar	Cinsiyet	Kendisi	Aile	Arkadaşlar	Diyetisyen	Medya	Doktor	Toplam	p
X Kuşağı	Erkek	38	50	2	1	0	1	92	,012
	Kadın	33	13	0	2	0	0	48	
Y Kuşağı	Erkek	47	20	0	0	0	0	67	,369
	Kadın	78	21	1	2	1	0	103	
Z Kuşağı	Erkek	20	6	1	0	0	0	27	,688
	Kadın	48	11	6	0	1	0	66	

Çizelge 23. incelendiğinde X kuşağındaki çoğunluğu oluşturan 38 erkek ve 33 kadın bireyin beslenme alışkanlıklarını kendilerinin etkilediği görülmektedir. 50 erkek ve 13 kadın birey ailesi, 2 erkek birey arkadaşları tarafından etkilenmektedir. Arkadaşları tarafından etkilenen kadın birey bulunmamaktadır. 1 erkek ve 2 kadın birey diyetisyenden etkilenmektedir. Medyadan etkilenen kadın ve erkek birey bulunmamaktadır. 1 erkek bireyin ise doktor tarafından beslenme alışkanlıkları etkilenmektedir. Doktor tarafından etkilenen kadın birey bulunmamaktadır. X kuşağında, cinsiyet ve beslenme alışkanlıklarını etkileyen faktörler arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p=,012$; $p<0,05$). Y kuşağında 47 erkek ve 78 kadın katılımcının beslenme alışkanlıklarını en çok etkileyen faktör kendisidir. 20 erkek ve 21 kadın katılımcıyı ailesi, 1 kadın katılımcıyı arkadaşları etkilemektedir. Arkadaşları tarafından etkilenen erkek birey bulunmamaktadır. 2 kadın katılımcıyı diyetisyen etkilemektedir. Diyetisyenin etkilediği erkek birey bulunmamaktadır. 1 kadın katılımcıyı medya etkilemektedir. Medyadan etkilenen erkek birey bulunmamaktadır. Doktordan etkilenen erkek ve kadın birey yoktur. Y kuşağında, cinsiyet ve beslenme alışkanlıklarını etkileyen faktörler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p=,369$; $p>0,05$). Z kuşağında ise 20 erkek ve 48 kadın birey beslenme alışkanlıklarını kendileri etkilemektedir. 6 erkek ve 11 kadın birey ailesinden, 1 erkek ve 6 kadın birey arkadaşlarından etkilenmektedir. Diyetisyenden etkilenen erkek ve kadın birey bulunmamaktadır. Medyadan etkilenen kadın sayısı 1 iken, etkilenen erkek birey bulunmamaktadır. Erkek ve kadınlardan doktordan etkilenen birey bulunmamaktadır. Z kuşağında, cinsiyet ve beslenme alışkanlıklarını etkileyen faktörler arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p=,688$; $p>0,05$).

Araştırmaya katılan bireylerin beslenme alışkanlıklarını en çok etkileyen faktörler ve medeni durum arasındaki farklılığın varlığını belirlemek amacıyla Chi-Square (Ki-Kare) testi uygulanmıştır. X kuşağı 130 evli ve 10 bekar bireyden, Y kuşağı ise 78 evli ve 92 bekar bireyden oluşmaktadır. Z kuşağındaki evli bireylerin sayısı oldukça kısıtlı olduğundan, analiz kapsamına dahil edilmemiştir. Çizelge 24’de kuşakların beslenme alışkanlıklarını en çok etkileyen etmenlerin medeni durumlarına göre dağılımları gösterilmektedir.

Çizelge 24. Kuşakların Beslenme Alışkanlıklarını En Çok Etkileyen Faktörlerin Medeni Durumlarına Göre Dağılımları

Kuşaklar	Medeni Durum	Kendisi	Ailesi	Arkadaşları	Diyetisyen	Medya	Doktor	Toplam	p
X Kuşağı	Evli	62	62	2	3	0	1	130	,154
	Bekar	9	1	0	0	0	0	10	
Y Kuşağı	Evli	45	29	1	2	1	0	78	,001
	Bekar	80	12	0	0	0	0	92	

Çizelge 24’e göre, X kuşağında bulunan 62 evli ve 9 bekar birey beslenme alışkanlıklarını kendisi etkilemektedir. 62 evli ve 1 bekar birey ailesinden etkilenirken 2 evli birey arkadaşlarından etkilenmektedir. Arkadaşlarından etkilenen bekar birey bulunmamaktadır. Beslenme alışkanlıklarını diyetisyenin etkilediği evli birey sayısı 3’tür. Bekar bireylerden diyetisyen faktöründen etkilenen birey bulunmamaktadır. X kuşağında bulunan bireylerden hiçbirisi medya faktöründen etkilenmemektedir. 1 evli birey doktorundan etkilenirken, bekar bireylerden doktordan etkilenen bulunmamaktadır. X kuşağında, medeni durum ve beslenme alışkanlıklarını en çok etkileyen faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,154$; $p>0,05$).

Y kuşağında ise beslenme alışkanlıklarını kendisinin etkilediği evli birey sayısı 45 iken, bekar birey sayısı 80’dir. 29 evli birey ve 12 bekar bireyin beslenme alışkanlıklarını ailesi etkilemektedir. 1 evli bireyi arkadaşları etkilerken, bekar bireylerden arkadaşlarından etkilenen bulunmamaktadır. 2 evli bireyin beslenme alışkanlıkları diyetisyen tarafından etkilenmektedir. Diyetisyen tarafından etkilenen bekar birey bulunmamaktadır. 1 evli birey medya faktöründen etkilenirken, bekar bireylerden etkilenen bulunmamaktadır. Doktor faktöründen ise etkilenen evli ve bekar birey bulunmamaktadır. Y kuşağında, medeni durum ve beslenme

alışkanlıklarını en çok etkileyen faktörler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,001$; $p<0,05$).

4.2.6. Katılımcıların Günlük Beslenmeye Ek Vitamin ve Mineral Kullanma Durumlarına İlişkin Bulgular

Bu bölümde, araştırmaya katılan bireylerin günlük beslenme alışkanlıklarının yanı sıra vitamin ve mineral takviyeleri kullanım durumları incelenmiştir. Katılımcıların günlük beslenmelerine ek vitamin ve mineral kullanma durumları Çizelge 25'te gösterilmiştir. Bu veriler, katılımcıların sadece beslenme alışkanlıklarını değil, aynı zamanda takviyelerle de beslenme ihtiyaçlarını karşılamaya çalıştıklarını göstermektedir. X, Y, Z kuşakları ile günlük beslenmeye ek vitamin ve mineral kullanma durumları arasındaki farklılığın varlığını belirlemek amacıyla Chi-Square (Ki-Kare) testi uygulanmıştır.

Çizelge 25. Kuşakların Günlük Beslenmeye Ek Vitamin ve Mineral Kullanımına Göre Dağılımları

Günlük Beslenmeye Ek Vitamin ve Mineral Kullanımı	X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı	n	%	p
Kullanıyorum	26	40	23	89	22,1	,452
Kullanmıyorum	114	130	70	314	77,9	
Toplam	140	170	93	403	100,0	

Çizelge 25'e göre, katılımcıların %22,1'i günlük beslenmelerine ek olarak vitamin ve mineral takviyesi kullanırken, %77,9'u ek bir takviye almadıklarını belirtmiştir. Bu veriler, katılımcıların çoğunluğunun günlük besinlerinden aldıkları vitamin ve mineral miktarlarının yeterli olduğunu düşündüklerini göstermektedir. Araştırmaya katılan bireylerin günlük beslenmeye ek vitamin ve mineral kullanma durumları ile kuşaklar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($p=,452$; $p>0,05$).

4.2.7. Katılımcıların Yeme Alışkanlıklarının Değiştiği Duygusal Durumlara İlişkin Bulgular

Bu bölümde, araştırmaya katılan bireylerin beslenme alışkanlıklarının, mutlu, öfkeli, gergin, stresli, yorgun, üzgün ve başarısız oldukları zamanlarda değişip değişmediği sorgulanmıştır. Katılımcıların bu konuda verdikleri cevaplar Çizelge

26’da gösterilmiştir. Bu bölüm, katılımcıların duygusal durumlarına göre beslenme alışkanlıklarının değişip değişmediğini ortaya koymak amacıyla tasarlanmıştır. Kuşaklar ve yeme alışkanlıklarının değiştiği duygusal durumlar arasındaki farklılığın varlığını belirlemek amacıyla Chi-Square (Ki-Kare) testi uygulanmıştır.

Çizelge 26. Kuşakların Yeme Alışkanlıklarının Değiştiği Durumlara Göre Dağılımları

Yeme Alışkanlığının Değiştiği Durumlar		X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı	n	%	p
Mutlu olduğunda	Evet	27	35	27	89	22,1	,177
	Hayır	113	135	66	314	77,9	
	Toplam	140	170	93	403	100,0	
Öfkeli olduğunda	Evet	15	39	22	76	18,9	,009
	Hayır	125	131	71	327	81,1	
	Toplam	140	170	93	403	100,0	
Gergin, stresli olduğunda	Evet	46	95	48	189	46,9	,001
	Hayır	94	75	45	214	53,1	
	Toplam	140	170	93	403	100,0	
Yorgun olduğunda	Evet	23	45	25	93	23,1	,069
	Hayır	117	125	68	310	76,9	
	Toplam	140	170	93	403	100,0	
Üzgün olduğunda	Evet	22	62	45	129	32,0	,001
	Hayır	118	108	48	274	68,0	
	Toplam	140	170	93	403	100,0	
Başarısız olduğunda	Evet	6	19	26	51	12,7	,001
	Hayır	134	151	67	352	87,3	
	Toplam	140	170	93	403	100,0	
Değişmiyor	Evet	47	29	21	97	24,1	,003
	Hayır	93	141	72	306	75,9	
	Toplam	140	170	93	403	100,0	

Çizelge 26’da gösterilen verilere göre, katılımcıların %22,1’i mutlu olduğunda beslenme alışkanlıklarının değiştiğini belirtirken, %77,9’u değişmediğini ifade etmiştir. Mutlu olma durumu ile kuşaklar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,177$; $p>0,05$). Öfkeli olduğunda, %18,9’u beslenme alışkanlıklarının değiştiğini söylerken, %81,1’i değişiklik olmadığını belirtmiştir. X, Y ve Z kuşakları ile öfkeli olma durumu arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,009$; $p<0,05$).

Gergin ve stresli olduklarında, katılımcıların %46,9’u beslenme alışkanlıklarının etkilendiğini belirtirken, %53,1’i etkilenmediğini ifade etmiştir. Gergin ve stresli olma durumu ile kuşaklar arasında istatistiksel anlamda bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p=,001$; $p<0,05$). Yorgun olduğunda, %23,1’i yeme alışkanlıklarının etkilendiğini söylerken, %76,9’u etkilenmediğini belirtmiştir. Yorgun

olma durumu ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,069$; $p>0,05$).

Üzgün olduklarında, %32'si beslenme alışkanlıklarının etkilendiğini söylerken, %68'i etkilendiğini belirtmiştir. X, Y, Z kuşakları ve üzgün olma durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p=,001$; $p<0,05$). Başarısız olduklarında, %12,7'si yeme alışkanlıklarının değiştiğini ifade ederken, %87,3'ü değişiklik olmadığını belirtmiştir. Başarısız olma durumu ile kuşaklar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,001$; $p<0,05$). Son olarak, katılımcıların %24,1'i hiçbir durumda beslenme alışkanlıklarının değişmediğini belirtirken, %75,9'u farklı sebeplerden dolayı değiştiğini belirtmiştir. Katılımcıların hiçbir durumda yeme alışkanlıklarının değişmemesi durumu ile X, Y ve Z kuşakları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p=,003$; $p<0,05$).

Katılımcıların yeme alışkanlıklarının değiştiği duygusal durumlar ve cinsiyet arasındaki farklılığın varlığını belirlemek amacıyla Chi-Square (Ki-Kare) testi uygulanmıştır. X kuşağını 92 erkek ve 48 kadın, Y kuşağını 67 erkek ve 103 kadın, Z kuşağını ise 27 erkek ve 66 kadın birey oluşturmaktadır. Çizelge 27'de X, Y ve Z kuşaklarının yeme alışkanlıklarını değiştiren duygusal durumların cinsiyete göre dağılımları gösterilmektedir.

Çizelge 27. Kuşakların Yeme Alışkanlığının Değiştiği Durumların Cinsiyete Göre Dağılımları

Yeme Alışkanlığının Değiştiği Durumlar										
Durumlar	Cinsiyet	X Kuşağı		Y Kuşağı		Z Kuşağı		P		
		Evet	Hayır	Evet	Hayır	Evet	Hayır	X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı
Mutlu olduğunda	Erkek	20	72	8	59	6	21	,308	,025	,355
	Kadın	7	41	27	76	21	45			
Öfkeli olduğunda	Erkek	10	82	13	54	5	22	,934	,376	,456
	Kadın	5	43	26	77	17	49			
Gergin, stresli olduğunda	Erkek	27	65	30	37	9	18	,221	,019	,024
	Kadın	19	29	65	38	39	27			
Yorgun olduğunda	Erkek	17	75	19	48	9	18	,365	,653	,369
	Kadın	6	42	26	77	16	50			
Üzgün olduğunda	Erkek	13	79	17	50	9	18	,476	,015	,063
	Kadın	9	39	45	58	36	30			
Başarısız olduğunda	Erkek	4	88	6	61	6	21	,960	,458	,431
	Kadın	2	46	13	90	20	46			

Çizelge 27-devamı

Değişmiyor	Erkek	29	63	19	48	12	15	,477	,002	,001
	Kadın	18	30	10	93	9	57			

Çizelge 27'ye bakıldığında, X kuşağında bulunan 20 erkek ve 7 kadın bireyin mutlu olduğunda yeme alışkanlığı değişirken, 72 erkek ve 41 kadın bireyin yeme alışkanlığı değişmemektedir. X kuşağında, cinsiyet ve mutlu olma durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,308$; $p>0,05$). Y kuşağında 8 erkek ve 27 kadın bireyin mutlu olduğu zaman yeme alışkanlıkları değişmektedir. 59 erkek ve 76 kadın bireyin mutlu olması yeme alışkanlığına etki etmemektedir. Y kuşağında, cinsiyet ve mutlu olma durumu arasında anlamlı bir farklılık vardır ($p=,025$; $p<0,05$). Z kuşağında ise mutlu olunca yeme alışkanlığı değişen erkek sayısı 6, kadın sayısı 21'dir. 21 erkek birey ve 45 kadın bireyin yeme alışkanlığı mutlu olunca değişmemektedir. Z kuşağında, cinsiyet ve mutlu olma durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,355$; $p>0,05$).

Öfkeli olunan durumlarda, X kuşağından 10 erkek ve 5 kadın bireyin yeme alışkanlığı değişirken, 82 erkek ve 43 kadın bireyin yeme alışkanlığı değişmemektedir. X kuşağında, cinsiyet ve öfkeli olma durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,934$; $p>0,05$). Y kuşağında, öfkeli olmak 13 erkek ve 26 kadın bireyin yeme alışkanlığını değiştirirken, 54 erkek ve 77 kadın bireyin yeme alışkanlığını değiştirmemektedir. Y kuşağında, cinsiyet ve öfkeli olma durumu arasında anlamlı bir farklılık yoktur ($p=,376$; $p>0,05$). Z kuşağında ise 5 erkek ve 17 kadın bireyin yeme alışkanlığı öfkeli olma durumundan etkilenmektedir. 22 erkek ve 49 kadın birey bu durumdan etkilenmediğini belirtmiştir. Z kuşağında, cinsiyet ve öfkeli olma durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,456$; $p>0,05$).

Gergin ve stresli olunan durumlarda, X kuşağında bulunan 27 erkek ve 19 kadın katılımcının yeme alışkanlıkları değişmektedir. 65 erkek ve 29 kadın katılımcının ise bu durumda yeme alışkanlığında bir değişiklik söz konusu değildir. X kuşağında, cinsiyet ile gergin ve stresli olma durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,221$; $p>0,05$). Y kuşağında ise gergin ve stresli olma durumunda yeme alışkanlığı değişen erkek birey sayısı 30 iken kadın birey sayısı 65'tir. 37 erkek ve 38 kadın bireyin ise gergin ve stresli olma durumunda yeme alışkanlığında bir fark olmamaktadır. Y kuşağında, cinsiyet ile gergin ve stresli olma durumu arasında anlamlı

bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,019$; $p<0,05$). Z kuşağında ise 9 erkek ve 39 kadın birey gergin ve stresli olma durumundan etkilenmektedir. 18 erkek ve 27 kadın bireyin yeme alışkanlığını gergin ve stresli olma durumu etkilememektedir. Z kuşağında, cinsiyet ile gergin ve stresli olma durumu arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,024$; $p<0,05$).

Yorgun olunan durumlarda, X kuşağında bulunan 17 erkek ve 6 kadın bireyin yeme alışkanlıklarında değişimler olmaktadır. 75 erkek ve 42 kadın bireyin ise yorgun olduğu durumlarda yeme alışkanlığı değişmemektedir. X kuşağında, cinsiyet ile yorgun olma durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,365$; $p>0,05$). Y kuşağında ise yorgun olunca yeme alışkanlığı etkilenen erkek sayısı 19, kadın sayısı 26'dır. 48 erkek ve 77 kadın katılımcı yorgun olduğunda yeme alışkanlıklarında bir değişiklik olmadığını belirtmiştir. Y kuşağında, cinsiyet ile yorgun olma durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,653$; $p>0,05$). Z kuşağından 9 erkek ve 16 kadın bireyin yorgun oldukları durumlarda yeme alışkanlıkları değişmektedir. 18 erkek ve 50 kadın birey ise yorgun olma durumundan etkilenmemektedir. Z kuşağında, cinsiyet ile yorgun olma durumu arasında anlamlı bir farklılık yoktur ($p=,369$; $p>0,05$).

Üzgün olunan durumlarda, X kuşağında bulunan 13 erkek ve 9 kadın bireyin yeme alışkanlığı değişmektedir. 79 erkek ve 39 kadın bireyin yeme alışkanlığı ise bu durumdan etkilenmemektedir. X kuşağında, cinsiyet ile üzgün olma durumu arasında anlamlı bir farklılık yoktur ($p=,476$; $p>0,05$). Y kuşağında ise üzgün olma durumundan etkilenen erkek sayısı 17, kadın sayısı 45'tir. 50 erkek ve 58 kadın bireyin yeme alışkanlığı üzgün olma durumundan etkilenmemektedir. Y kuşağında, cinsiyet ile üzgün olma durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p=,015$; $p<0,05$). Z kuşağında ise 9 erkek ve 36 kadın bireyin üzgün oldukları durumlarda yeme alışkanlıkları değişmektedir. 18 erkek ve 30 kadın birey ise üzgün oldukları durumlarda yeme alışkanlıklarında bir farklılığın olmadığını belirtmiştir. Z kuşağında, cinsiyet ile üzgün olma durumu arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p=,063$; $p>0,05$).

Başarısız olma durumunda ise X kuşağına dahil olan 4 erkek ve 2 kadın katılımcı yeme alışkanlığının değiştiğini belirtmiştir. 88 erkek ve 46 kadın katılımcı ise başarısız olmanın yeme alışkanlıklarına etki etmediğini ifade etmiştir. X kuşağında, cinsiyet ile başarısız olma durumu arasında anlamlı bir farklılık yoktur ($p=,960$;

$p>0,05$). Y kuşağında, başarısız olunan durumlarda yeme alışkanlığı etkilenen erkek sayısı 6, kadın sayısı 13'tür. 61 erkek ve 90 kadın bireyi ise başarısız olma durumu etkilememektedir. Y kuşağında, cinsiyet ile başarısız olma durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,458$; $p>0,05$). Z kuşağında ise 6 erkek ve 20 kadın katılımcı başarısız oldukları durumlarda yeme alışkanlığının değiştiğini belirtmiştir. 21 erkek ve 46 kadın katılımcı ise yeme alışkanlıklarının bu durumdan etkilenmediğini ifade etmiştir. Z kuşağında, cinsiyet ile başarısız olma durumu arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p=,431$; $p>0,05$).

X kuşağında bulunan 29 erkek ve 18 kadın bireyin hiç bir durumda yeme alışkanlıklarının değişmediği belirlenmiştir. 63 erkek ve 30 kadın birey ise yeme alışkanlıklarının değiştiğini ifade etmiştir. X kuşağında, cinsiyet ile yeme alışkanlığının değişmeme durumu arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p=,477$; $p>0,05$). Y kuşağında ise 19 erkek ve 10 kadın katılımcının yeme alışkanlığı hiç bir durumda değişmemektedir. 48 erkek ve 93 kadın katılımcı ise çeşitli nedenlerden dolayı yeme alışkanlığının değiştiğini ifade etmiştir. Y kuşağında, cinsiyet ile yeme alışkanlığının değişmeme durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p=,002$; $p<0,05$). Son olarak Z kuşağında ise yeme alışkanlığı hiç bir durumda değişmeyen erkek sayısı 12, kadın sayısı ise 9'dur. 15 erkek birey ve 57 kadın birey farklı nedenlerden dolayı yeme alışkanlıklarının değiştiğini belirtmiştir. Z kuşağında, cinsiyet ile yeme alışkanlığının değişmeme durumu arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,001$; $p<0,05$).

Katılımcıların yeme alışkanlıklarının değiştiği duygusal durumlar ve medeni durum arasındaki farklılığın varlığını belirlemek amacıyla Chi-Square (Ki-Kare) testi uygulanmıştır. X kuşağı 130 evli ve 10 bekar bireyden, Y kuşağı ise 78 evli ve 92 bekar bireyden oluşmaktadır. Z kuşağındaki evli bireylerin sayısı oldukça kısıtlı olduğundan, analiz kapsamına dahil edilmemiştir. Çizelge 28'de X, Y ve Z kuşaklarının yeme alışkanlıklarını değiştiren duygusal durumların medeni durumlarına göre dağılımları gösterilmektedir.

Çizelge 28. Kuşakların Yeme Alışkanlığının Değiştiği Durumların Medeni Durumlarına Göre Dağılımları

Yeme Alışkanlığının Değiştiği Durumlar							
Durumlar	Medeni Durum	X Kuşağı		Y Kuşağı		p	
		Evet	Hayır	Evet	Hayır	X Kuşağı	Y kuşağı
Mutlu olduğunda	Evli	26	104	18	60	,440	,460
	Bekar	1	9	17	75		
Öfkeli olduğunda	Evli	14	116	18	60	,940	,969
	Bekar	1	9	21	71		
Gergin, stresli olduğunda	Evli	42	88	42	36	,618	,622
	Bekar	4	6	53	39		
Yorgun olduğunda	Evli	22	108	18	60	,569	,356
	Bekar	1	9	27	65		
Üzgün olduğunda	Evli	20	110	28	50	,699	,886
	Bekar	2	8	34	58		
Başarısız olduğunda	Evli	5	125	8	70	,355	,726
	Bekar	1	9	11	81		
Değişmiyor	Evli	43	87	13	65	,655	,900
	Bekar	4	6	16	76		

Çizelge 28'e göre, X kuşağında bulunan 26 evli ve 1 bekar bireyin mutlu olduğunda yeme alışkanlıkları değişmektedir. 104 evli ve 9 birey ise bu durumdan etkilenmemektedir. X kuşağında, medeni durum ve mutlu olma durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,440$; $p>0,05$). Y kuşağında ise mutlu olduğunda yeme alışkanlığı değişen evli birey sayısı 18, bekar birey sayısı 17'dir. 60 evli ve 75 bekar bireyin ise mutlu olduklarında yeme alışkanlıklarında bir değişim olmamaktadır. Y kuşağında, medeni durum ve mutlu olma durumu arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p=,460$; $p>0,05$).

X kuşağına dahil olan 14 evli ve 1 bekar bireyin öfkeli olduklarında yeme alışkanlıkları değişirken, 116 evli ve 9 bekar bireyin değişmemektedir. X kuşağında, medeni durum ve öfkeli olma durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,940$; $p>0,05$). Y kuşağında ise öfkeli olduğunda yeme alışkanlığı değişen evli birey sayısı 18, bekar birey sayısı 21'dir. 60 evli ve 71 bekar birey ise öfkeli olma durumundan etkilenmemektedir. Y kuşağında, medeni durum ve öfkeli olma durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,969$; $p>0,05$).

Gergin, stresli olma durumunda ise X kuşağından 42 evli ve 4 bekar bireyin yeme alışkanlığı etkilenmektedir. 88 evli ve 6 bekar birey ise bu durumdan etkilenmemektedir. X kuşağında, medeni durum ve gergin, stresli olma durumu

arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,618$; $p>0,05$). Y kuşağında gergin,stresli olma durumunda yeme alışkanlığı değişen evli birey sayısı 42, bekar birey sayısı 53'tür. 36 evli ve 39 bekar bireyin gergin, stresli olduğu durumlarda yeme alışkanlıklarında bir değişim olmamaktadır. Y kuşağında, medeni durum ve gergin,stresli olma durumu arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p=,622$; $p>0,05$).

X kuşağından 22 evli ve 1 bekar bireyin yorgun olduğunda yeme alışkanlıkları değişirken, 108 evli ve 9 bekar bireyin değişmemektedir. X kuşağında, medeni durum ve yorgun olma durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,569$; $p>0,05$). Y kuşağında yorgun olduğunda yeme alışkanlığı değişen evli birey sayısı 18, bekar birey sayısı 27'dir. 60 evli ve 65 bekar birey yorgun olma durumundan etkilenmemektedir. Y kuşağında, medeni durum ve yorgun olma durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,356$; $p>0,05$).

Üzgün olma durumunda ise X kuşağı grubundan 20 evli ve 2 bekar bireyin yeme alışkanlıklarında değişiklik olmaktadır. 110 evli ve 8 bekar bireyin yeme alışkanlıkları üzgün olma durumundan etkilenmemektedir. X kuşağında, medeni durum ve üzgün olma durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,699$; $p>0,05$). Y kuşağında ise 28 evli ve 34 bekar bireyin üzgün olduklarında yeme alışkanlıkları değişirken, 50 evli ve 58 bekar bireyin değişmemektedir. Y kuşağında, medeni durum ve üzgün olma durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,886$; $p>0,05$).

X kuşağından 5 evli ve 1 bekar bireyin başarısız olduklarında yeme alışkanlıkları değişirken, 125 evli ve 9 bekar bireyin yeme alışkanlıklarında bir değişiklik olmamaktadır. X kuşağında, medeni durum ve başarısız olma durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p=,355$; $p>0,05$). Y kuşağında ise başarısız olduğunda yeme alışkanlığı değişen evli birey sayısı 8, bekar birey sayısı 11'dir. 70 evli ve 81 bekar bireyin ise başarısız olduklarında yeme alışkanlıklarında bir değişim olmamaktadır. Y kuşağında, medeni durum ve başarısız olma durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,726$; $p>0,05$).

X kuşağından 43 evli ve 4 bekar bireyin hiç bir durumda yeme alışkanlığı değişmemektedir. 87 evli ve 6 bekar bireyin ise çeşitli durumlardan dolayı yeme alışkanlığı değişebilmektedir. X kuşağında, medeni durum ve değişmeme durumu

arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p=,665$; $p>0,05$). Y kuşağında ise 13 evli ve 16 bekar bireyin hiç bir durumda yeme alışkanlığında bir değişiklik olmazken, 65 evli ve 76 bekar bireyin çeşitli nedenlerden dolayı yeme alışkanlıkları değişmektedir. Y kuşağında, medeni durum ve değişmeme durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=,900$; $p>0,05$).

4.2.8. Beslenme Alışkanlıkları Ölçeğine Ait Bulgular

Bu bölümde, Beslenme Alışkanlıkları Ölçeği kullanılarak elde edilen bulgular yer almaktadır. Bu çalışmanın amacı, ölçek sonuçları arasında anlamlı farklılıkların varlığını belirlemektir. Kuşaklar ve Beslenme Alışkanlıkları Ölçeği arasında farkların olup olmadığını belirlemek için yaş değişkeni dikkate alınarak One Way Anova testi yapılmıştır. Ardından Beslenme Alışkanlıkları Ölçeğinde, hangi kuşaklar arasında farklılıklar olduğunu tespit etmek amacıyla Post Hoc şeklinde yapılan Tukey HSD testi uygulanmıştır.

Çizelge 29. Beslenme Alışkanlıkları Ölçeğinin X, Y ve Z Kuşaklarına Göre Aritmetik Ortalamaları ve Farklılıklar

İfadeler	X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı	P
1. Yağsız yiyecekler yemeyi tercih ederim.	2,15	2,33	2,53	,039
2. Yemek yemek benim için bir zevktir.	1,85	1,82	1,67	,412
3. Pek çok yemeği severim.	1,79	1,98	2,13	,047
4. Abur cubura bayılırım.	3,36	2,64	2,32	,001
5. Tatlılardan fazla hoşlanmam.	3,33	3,78	3,66	,010
6. Bazen yemek yemeyi unuttuğum olur.	3,47	3,45	3,27	,555
7. Öğün aralarında hiçbir şey yemem.	3,12	3,32	3,63	,009
8. Yemek yiyen insanları görünce acıktığımı anlarım.	3,13	2,98	2,60	,021
9. Televizyon seyrederken sık sık atıştırırım.	3,00	2,89	2,74	,415
10. Gece acıkınca yemek yemeyi severim.	3,59	2,94	2,66	,001
11. Ayaküstü bir şeyler yemeyi severim.	3,10	2,83	2,48	,006
12. İştahım pek yerinde değildir.	3,78	3,86	3,65	,436
13. Fazla kilom var.	2,67	3,19	3,29	,002
14. Su içsem yarıyor.	3,22	3,45	3,35	,448
15. Şişman olmakta bir sakınca görmüyorum.	4,12	4,08	3,74	,058
16. Düzenli olarak diyet uyguluyorum.	3,61	3,83	3,90	,161
17. Spor yapan herkes zayıflayabilir.	2,29	2,59	2,35	,126
18. Rejim yapmak zayıflamak için ön koşuldur.	2,38	2,60	2,73	,121
19. Zayıflamak isteyen abur cubur yemez.	1,89	2,39	2,62	,001
20. Kalorisi düşük yemekler yemek zayıflamak için şarttır.	2,34	2,52	2,47	,466
21. Zayıflamak isteyen bir kimse mutlaka diyetisyen kontrolüne girmelidir.	2,59	2,88	2,98	,077
22. İstedğim zaman rahatlıkla kilo alabiliyorum.	2,32	2,28	2,46	,582
23. Hareketsizlik şişmanlatır.	1,32	1,66	1,74	,001

Çizelge 29-devamı

24. İstedğim zaman rahatlıkla kilo alabiliyorum.	2,32	2,28	2,46	,582
25. Rejim yaparak zayıflayan bir kimse tekrar şişmanlamaz.	4,17	4,45	4,34	,046
26. Kilolu insanlar daha sağlıklıdır.	4,41	4,62	4,54	,143
27. Bayanlar daha kolay kilo alıyorlar.	2,12	2,82	2,74	,001
28. Kilo kadınlar için önemli bir sorundur.	1,60	2,22	2,23	,001
29. Kilo erkekler için önemli bir sorundur.	2,17	2,89	2,91	,001
30. En çok bayanlar kilo konusunu problem yapıyorlar.	1,72	2,04	1,92	,048
31. Şişman insanlar alay konusu olabilir.	2,47	3,03	2,98	,003
32. Şişmanlar rahatına düşkün insanlardır.	2,82	3,23	3,29	,015
33. Şişman kişileri cinsel yönden çekici bulmam.	2,65	2,72	2,79	,760
34. Zayıf bir sevgilim (eşim) olsun isterim.	2,53	2,93	2,80	,032
35. Şişmanlayacağım diye endişeleniyorum.	2,39	2,65	2,58	,271
36. Kilo aldığım zaman kendimi iğrenç hissediyorum.	2,52	2,80	2,67	,210
37. Başıma gelebilecek en kötü şeylerden biri şişmanlıktır.	2,80	3,26	3,29	,009
38. Bazı insanların şişman olmalarının sebebi hiç irade sahibi olmamalarıdır.	2,44	2,67	2,94	,021
39. Şişman kişileri ciddiye almakta zorluk çekiyorum.	3,99	4,34	4,18	,032
40. Kilolu insanlardan pek hoşlanmam.	3,88	4,37	4,08	,001
41. Şişmanlık hiç sağlıklı bir şey değildir.	1,75	2,10	2,15	,021
42. Şişman kişiler çoğunlukla kendi hatalarından şişmanlamışlardır.	2,66	3,37	3,34	,001
43. Şişman insanların bir kısmı akıllı olduğu halde genelde normal insanlar kadar zeki olmazlar.	4,08	4,36	4,22	,096
44. Şişman kişileri güvenilmez buluyorum.	4,49	4,52	4,41	,712
45. Şişman arkadaşım pek yoktur.	3,65	3,92	3,53	,059
46. Eğer işveren olsaydım şişman birini işe almazdım.	4,09	4,37	4,24	,125
47. Şişmanlar kendimi rahatsız hissetmeme sebep olur.	4,11	4,47	4,32	,022
48. Arkadaşlarım zayıf olmanın çok önemli olduğunu düşünür.	3,06	3,56	3,20	,005
49. Kültürümüzde zayıf olmak önemsizdir.	3,23	3,47	3,75	,008
50. Bence şişman olmak önemli bir konu değil.	3,10	3,06	2,97	,801
51. Şişman kişileri çok çekici buluyorum.	3,95	3,97	3,89	,842
52. Ülkemizde şişman sayısı çok fazladır.	2,35	2,72	2,47	,010
53. Kültürümüzde şişmanlık iyi bir şeydir.	3,77	3,71	3,79	,814
54. Kültürümüzde zayıf kişiler daha çekici bulunmaktadır.	2,72	2,63	2,39	,160
55. Sağlığım iyi olmayacağı için şişman olmak istemem.	1,73	1,80	1,68	,681
56. Kişisel görünümüm bozulacağı için şişman olmak istemem.	1,88	1,88	1,94	,910
57. Herkes zayıf kişileri seveceği için zayıf olmak isterim.	3,08	3,47	3,18	,039
58. Fiziksel rahatsızlık hissetmemek için zayıf olmak isterim.	1,74	1,82	1,98	,280
59. Kendimin kontrolden yoksun olduğumu göstermemek için şişman olmak istemem.	2,45	2,74	2,58	,173
60. Kıyafetler zayıfların üstünde daha iyi duracağı için zayıf olmak isterim.	2,10	2,38	2,25	,145

Çizelge 29-devamı

61. Bence şişmanlık kalıtsaldır.	3,15	3,57	3,68	,001
62. Bence herkes kilosunu kontrol edebilir.	2,07	2,34	2,27	,147
63. Kilo kontrol dışı bir olgudur.	3,55	3,67	3,72	,538
64. Kilo vermenin irade ile ilgisi yoktur.	3,94	4,10	4,08	,461
65. Şişman kişiler bir parça egzersiz ile en azından biraz kilo kaybedebilirler.	1,89	2,05	2,13	,209

Çizelge incelendiğinde;

- Katılımcıların yağsız yiyecekleri tercih etme eğilimleri açısından X ve Z kuşakları arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p=,039$; $p<0,05$).
- X ve Z kuşakları arasında pek çok yemeği sevme açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,047$; $p<0,05$).
- Abur cubur olarak adlandırılan atıştırılabilir yiyecekleri sevme konusunda X Kuşağı ile Y ve Z kuşakları arasında anlamlı bir farklılık belirlenmiştir ($p=,001$; $p<0,05$).
- Tatlılardan hoşlanma eğilimleri açısından X kuşağı ve Y kuşağı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir ($p=,010$; $p<0,05$).
- X kuşağı ile Z kuşağı arasında öğün aralarında hiçbir şey yememe eğilimleri konusunda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,009$; $p<0,05$).
- "Yemek yiyen insanları görünce acıktığımı anlarım" ifadesinde X ve Z kuşakları arasında anlamlı bir farklılık gözlemlenmiştir ($p=,021$; $p<0,05$).
- Gece acıkınca yemek yemeyi sevme açısından X kuşağı ile Y ve Z kuşakları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık belirlenmiştir ($p=0,01$; $p<0,05$).
- 'Ayaküstü bir şeyler yemeyi severim.' ifadesinde X kuşağı ve Z kuşağı arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,006$; $p<0,05$).
- Fazla kilosunun olduğunu düşünme konusunda X kuşağı ile Y ve Z kuşakları arasında anlamlı bir farklılık saptanmıştır ($p=,002$; $p<0,05$).
- 'Zayıflamak isteyen abur cubur yemez.' düşüncesi açısından X kuşağı ile Y ve Z kuşakları arasında anlamlı bir farklılık söz konusudur ($p=,001$; $p<0,05$).
- 'Hareketsizlik şişmanlatır.' düşüncesi açısından X kuşağı ile Y ve Z kuşakları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,001$; $p<0,05$).
- 'Rejim yaparak zayıflayan bir kimse tekrar şişmanlamaz.' mantığı konusunda X kuşağı ve Y kuşağı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gözlemlenmiştir ($p=,046$; $p<0,05$).
- Bayanların daha kolay kilo aldıklarını düşünme konusunda X kuşağı ile Y ve Z kuşakları arasında anlamlı bir farklılık saptanmıştır ($p=,001$; $p<0,05$).
- 'Kilo kadınlar için önemli bir sorundur.' ifadesinde X kuşağı ile Y ve Z kuşakları arasında istatistiksel anlamda farklılık söz konusudur ($p=,001$; $p<0,05$).

- ‘Kilo erkekler için önemli bir sorundur.’ ifadesinde X kuşağı ile Y ve Z kuşakları arasında istatistiksel anlamda bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,001$; $p<0,05$).
- Kilo konusunu en çok bayanlar problem yapıyor düşüncesi açısından X kuşağı ve Y kuşağı arasında anlamlı bir farklılık gözlemlenmiştir ($p=,048$; $p<0,05$).
- Şişman insanların alay konusu olabileceği fikri konusunda X kuşağı ile Y ve Z kuşakları arasında istatistiksel anlamda farklılık söz konusudur ($p=,003$; $p<0,05$).
- Şişman insanların rahatına düşkün olması konusunda X kuşağı ile Y ve Z kuşakları arasında anlamlı bir farklılık belirlenmiştir ($p=,015$; $p<0,05$).
- ‘Zayıf bir sevgilim (eşim) olsun isterim.’ ifadesinde X kuşağı ve Y kuşağı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,032$; $p<0,05$).
- ‘Başıma gelebilecek en kötü şeylerden biri şişmanlıktır.’ düşüncesinde X kuşağı ile Y ve Z kuşakları arasında anlamlı bir farklılık belirlenmiştir ($p=,009$; $p<0,05$).
- ‘Bazı insanların şişman olmalarının sebebi hiç irade sahibi olmamalarıdır.’ ifadesinde X kuşağı ve Z kuşağı arasında istatistiksel anlamda bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,021$; $p<0,05$).
- Şişman kişileri ciddiye almakta zorluk çekme konusunda X kuşağı ve Y kuşağı arasında anlamlı bir farklılık söz konusudur ($p=,032$; $p<0,05$).
- Kilolu insanlardan çok hoşlanmama açısından X ve Y kuşakları arasında anlamlı bir farklılık belirlenmiştir ($p=,001$; $p<0,05$).
- ‘Şişmanlık hiç sağlıklı bir şey değildir.’ ifadesinde X ve Y kuşakları arasında istatistiksel anlamda bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,021$; $p<0,05$).
- ‘Şişman kişiler çoğunlukla kendi hatalarından şişmanlamışlardır.’ düşüncesi açısından X kuşağı ile Y ve Z kuşakları arasında anlamlı bir farklılık belirlenmiştir ($p=,001$; $p<0,05$).
- ‘Şişmanlar kendimi rahatsız hissetmeme sebep olur.’ düşüncesi konusunda X ve Y kuşakları arasında anlamlı bir farklılık belirlenmiştir ($p=,022$; $p<0,05$).
- ‘Arkadaşlarım zayıf olmanın çok önemli olduğunu düşünür.’ ifadesinde X ve Y kuşağı arasında istatistiksel anlamda bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,005$; $p<0,05$).
- ‘Kültürümüzde zayıf olmak önemsizdir.’ düşüncesi konusunda X ve Z kuşakları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,008$; $p<0,05$).
- ‘Ülkemizde şişman sayısı çok fazladır.’ düşüncesi konusunda X ve Y kuşakları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,010$; $p<0,05$).
- ‘Herkes zayıf kişileri seveceği için zayıf olmak isterim.’ ifadesinde X ve Y kuşakları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,039$; $p<0,05$).
- ‘Bence şişmanlık kalıtsaldır.’ düşüncesi açısından X kuşağı ile Y ve Z kuşakları arasında anlamlı bir farklılık belirlenmiştir ($p=,001$; $p<0,05$).

Araştırmaya katılan bireylere uygulanan beslenme alışkanlıkları ölçeğinin toplam puanı ve kuşaklar arasındaki ilişkisi incelenmiştir. Katılımcıların beslenme

alışkanlıkları puanlarının yaşa göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla One Way Anova testi yapılmış, ardından hangi kuşaklar arasında farklılık olduğunu tespit etmek amacıyla Post Hoc şeklinde yapılan Tukey HSD testi uygulanmıştır. Aşağıda verilen tabloda kuşaklara göre, beslenme alışkanlıkları puanlarının aritmetik ortalaması, standart sapma, alınabilecek minimum-maksimum puan ve Anova testi sonuçları yer almaktadır.

Çizelge 30. Beslenme Alışkanlıkları Ölçeği Puanı ve Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar

Kuşaklar	$\bar{x}$	S.S.	Min. Puan	Max. Puan	F	p
X Kuşağı	186,25	22,6	89,0	234,0	13,79	,001
Y Kuşağı	199,95	23,4	144,0	280,0		
Z Kuşağı	196,19	23,6	146,0	271,0		
TOPLAM	194,32	23,9	89,0	280,0		

Çizelge 30 incelendiğinde Beslenme alışkanlıkları ölçeği toplam puan ortalaması X kuşağında 186,25 iken Y kuşağında 199,95 ve Z kuşağında ise 196,19'dur. Bu sonuçlar, Y kuşağının beslenme alışkanlıkları ölçeğinde daha fazla olumsuz bir tutum sergilediğini göstermektedir. Anova analizi sonucuna göre, gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,001$; $p<0,05$). Yapılan Tukey HSD testi sonucunda bu farklılıkların X ve Y kuşağı ile X ve Z kuşağı arasında olduğu belirlenmiştir.

Beslenme alışkanlıkları ölçeği 4 alt boyuttan oluşmaktadır. Bu alt boyutlar; Şişmanlığa Karşı Ön Yargılar, Şişmanlığın Getirdiği Olumlu ve Olumsuz Düşünceler, Şişmanlığa Karşı Kendilik Algıları ve Yemek Yeme Davranışları. Beslenme alışkanlığı ölçeğinin alt boyutlarının yaş değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla One Way Anova testi yapılmıştır. Ardından kuşaklar arası farklılıkları belirlemek amacıyla Post Hoc şeklinde yapılan Tukey HSD testi uygulanmıştır. Aşağıda verilen tabloda kuşaklara göre, beslenme alışkanlıkları ölçeğinin alt boyutlarına ait puanların aritmetik ortalaması, standart sapma, alınabilecek minimum-maksimum puan ve Anova testi sonuçları yer almaktadır.

Çizelge 31. Beslenme Alışkanları Ölçeği Alt Boyutları ve Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar

Alt Boyutlar	Kuşaklar	$\bar{x}$	S.S.	Min. Puan	Max. Puan	F	p
Şişmanlığa Karşı Ön Yargılar	X Kuşağı	41,78	8,65	18,0	56,0	8,96	,001
	Y Kuşağı	45,87	8,31	17,0	60,0		
	Z Kuşağı	44,36	8,56	14,0	60,0		
	TOPLAM	44,10	8,65	14,0	60,0		
Şişmanlığın Getirdiği Olumlu ve Olumsuz Düşünceler	X Kuşağı	36,58	7,94	16,0	64,0	10,83	,001
	Y Kuşağı	40,96	8,78	24,0	73,0		
	Z Kuşağı	40,51	9,58	21,0	67,0		
	TOPLAM	39,34	8,90	16,0	73,0		
Şişmanlığa Karşı Kendilik Algıları	X Kuşağı	18,87	5,54	8,0	32,0	4,03	,018
	Y Kuşağı	20,51	5,28	9,0	34,0		
	Z Kuşağı	20,55	6,01	7,0	32,0		
	TOPLAM	19,95	5,59	7,0	34,0		
Yemek Yeme Davranışları	X Kuşağı	28,80	6,26	14,0	41,0	8,14	,001
	Y Kuşağı	27,27	5,86	16,0	42,0		
	Z Kuşağı	25,61	5,55	11,0	39,0		
	TOPLAM	27,41	6,04	11,0	42,0		

Çizelgeye göre, ‘Şişmanlığa Karşı Ön Yargılar’, ‘Şişmanlığın Getirdiği Olumlu ve Olumsuz Düşünceler’, ‘Şişmanlığa Karşı Kendilik Algıları’ ve ‘Yemek Yeme Davranışları’ alt boyutları ile X, Y ve Z kuşakları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir($p<0,05$).

‘Şişmanlığa Karşı Ön Yargılar’ alt boyutunda bu farklılığın X ve Y kuşağı arasında olduğu belirlenmiştir. Bu durumda Y kuşağının şişmanlığa karşı daha fazla önyargılı olduğunu ifade etmektedir. ‘Şişmanlığın Getirdiği Olumlu ve Olumsuz Düşünceler’ alt boyutunda X kuşağının hem Y kuşağı hem de Z kuşağı ile arasında farklar olduğu saptanmıştır. Bu sonuçta X kuşağının Y ve Z kuşağına göre şişmanlığın getirdiği olumlu ve olumsuz düşüncelere daha çok katıldıklarını göstermektedir. ‘Şişmanlığa Karşı Kendilik Algıları’ alt boyutunda X kuşağı ve Y kuşağı arasında bir farklılık görülmüştür. Bu durumda X kuşağının şişmanlık konusunda daha fazla endişeli olduğunu ifade etmektedir. ‘Yemek Yeme Davranışları’ alt boyutunda ise X kuşağı ve Z kuşağı arasında farklılıklar tespit edilmiştir. Bunun sebebi de X kuşağının diğer kuşaklara oranla daha bilinçli bir yeme davranışı sergilemesidir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan araştırmada, Balıkesir'in merkez ilçelerinde yaşayan X, Y ve Z kuşaklarının beslenme alışkanlıklarını incelemek ve konuyla ilgili genel bir bakış açısı sunmak amaçlanmıştır. Bu araştırma sonucunda elde edilen bulgulara dayanarak sonuçlar ve öneriler bu bölümde yer almaktadır.

5.1. Sonuçlar

Araştırma kapsamında kuşakların beslenme alışkanlıklarını belirlemeye yönelik yapılan analizler ve Beslenme Alışkanlıkları Ölçeğinden elde edilen sonuçlar, X, Y ve Z kuşağı bireylerinin tükettikleri öğün sayıları, atladıkları öğünler, öğün atlama nedenleri, besin tüketiminde dikkat ettikleri özellikler, besin seçiminde etkilendikleri faktörler, şişmanlığa karşı ön yargılar ile kendilik algıları ve diğer yeme davranışları olmak üzere birçok konu hakkında bilgi sunmaktadır.

Yapılan bu çalışmada elde edilen sonuçlara göre araştırmaya katılan birey sayıları göz önünde bulundurularak, Z kuşağının gün içerisinde bir öğün yemek tüketen en fazla bireye sahip kuşak olduğu görülmektedir. Bu sonuç ise Z kuşağı bireylerinin yaşlarının getirmiş olduğu düşüncelere dayanarak kilo kontrolünü sağlamak amacıyla böyle bir yeme davranışı sergilediklerini göstermektedir. X, Y ve Z kuşaklarında ara öğün tüketmeyen birey sayısı oldukça azdır, bu durum ise günlük hayatta tüketilen ana öğünlerin yetersiz olduğunu, bireylerin daha çok yeme ihtiyacı duyduklarını ortaya koymaktadır. X, Y ve Z kuşağındaki bireylerin önemli bir çoğunluğu farklı nedenlerden dolayı gün içinde en az bir ana öğünü atlamaktadır. Sağlık faktörüne önemli ölçüde dikkat eden X kuşağı, aynı zamanda emekli bireylerden oluştuğu ve işe/okula geç kalma gibi nedenleri söz konusu olmadığı için bu kuşakta sabah kahvaltısını atlayan birey sayısı oldukça düşüktür. Kazkundu (2020)'nın Türkiye'de yeme içme alışkanlıklarının kuşaklara göre değişimini incelediği çalışmasında, Y ve Z kuşaklarının daha çok kahvaltı öğününü atladığı, X

kuşağının ise öğle öğününü atladığı sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan bu çalışmanın sonuçları Kazkondur (2020)'nın çalışmasında elde edilen sonuçlarla benzerlik göstermektedir.

X, Y ve Z kuşakları günlük yaşamlarında kuşluk, ikindi ve gece olmak üzere ara öğünler tüketmektedir. Fakat bu çalışmada ulaşılan sonuçlara göre tüm ara öğünleri tüketen birey sayısı oldukça azdır. Kuşaklarda bulunan bireylerin çoğunluğu ara öğün atlamaktadır. Kuşluk öğününü atlayan en az bireye sahip kuşak X kuşağıdır. Kilo kontrolüne önem veren Z kuşağı ise gece ara öğününü en az tüketen kuşaktır. X kuşağında bulunan kadın bireyler genellikle iki ana öğün tüketmektedir. Erkeklerde ise üç ana öğün tüketen birey sayısı çoğunluktadır. Bunun sebebi ise kadın bireylerin erkek bireylere oranla kilo konusunu daha fazla sorun yapmasıdır. X kuşağında bulunan erkek ve kadın bireylerin ara öğün tüketim sıklığı birbirinden farklılık göstermektedir. Ana öğün tüketiminin aksine erkeklere oranla kadınlar daha fazla ara öğün tüketmektedir. Bu durum, kadınların daha az ana öğün tükettiği için ihtiyaç duydukları besin gereksinimini ara öğünlerden karşıladıklarını ortaya koymaktadır. Y kuşağında ise ara öğün tüketmeyen kadın sayısı fazladır. Bu durumun Y kuşağı kadınlarında daha sık görülmesinin nedeni, çalışma hayatındaki yoğunlukları nedeniyle yeterli zaman ayıramamaları olarak düşünülmektedir. Z kuşağında bulunan kadın ve erkek bireylerin ana öğün atlama durumlarında farklılıklar söz konusudur. Bu farklılık kadın bireylerin erkek bireylere oranla daha fazla ana öğün atlamalarından kaynaklanmaktadır. Bu durumun nedeninin ise yine kilo kontrolüne bağlı olduğu düşünülmektedir.

Y kuşağının evli bireyleri bekar bireylere oranla sabah öğününü daha az atlamaktadır, bu durum aile olan Y kuşağı bireylerinin düzenli kahvaltı alışkanlıklarının var olduğunu göstermektedir. Öğle öğününü ise evli bireyler bekar bireylere oranla daha fazla atlamaktadır. Bu durum evli bireylerin iş veya ev işleri gibi sorumlulukları nedeniyle öğle yemeği için yeterli zamanları olmadığından kaynaklanmaktadır. Bunun yanı sıra evli bireylerin, iş yerlerindeki arkadaşlarıyla yemeğe çıkma veya yemeğini ofiste tüketme gibi sosyal etkinliklere katılma olasılığı daha yüksek olabilir, bu nedenle de öğle yemeğini atlamak zorunda kalabilirler.

Bireylerin öğün atlama nedenleri farklılık göstermektedir. Bazı insanlar öğün atlamayı diyet yapmanın bir yolu olarak görmektedir. Diğerleri ise iş veya okul yoğunluğu, zaman sıkıntısı, maddi yetersizlik, yeme bozuklukları veya sağlık sorunları

gibi sebeplerden dolayı öğün atlamaktadır. Ayrıca, bazı insanlar öğünlerini atlayarak daha az yemek yeme eğilimindedirler, böylece öğün atlamanın kilo kontrolüne yardımcı olacağına inanmaktadırlar. Yapılan bu çalışmaya göre, kuşaklar arasında işe/okula geç kalma nedeninden dolayı en fazla öğün atlayan kuşak Z kuşağıdır. Z kuşağı bireylerinin çoğunluğu genellikle okul çağındadır ve bu nedenle diğer kuşaklardan farklı olarak okula geç kalmak durumunda kalabilmekte, bu nedenle özellikle sabah kahvaltısı olmak üzere öğün atlayabilmektedirler. Ayrıca Z kuşağı, yemekleri beğenmediği için en çok öğün atlayan gruptur. Genellikle ailesiyle yaşayan Z kuşağı bireyleri daha çok fastfood tarzı yiyecekleri tüketmeyi sevdiği için evde yapılan yemekleri tüketmeyi tercih etmemektedirler. Çoğunluğu çalışmayan ve öğrenci bireylerden oluşan Z kuşağı, ekonomik yetersizlikten dolayı en çok öğün atlayan gruptur. Z kuşağı bireylerin çoğunluğu aynı zamanda öğünleri hazırlayan birinin olmamasından kaynaklıda öğün atlamaktadırlar. X kuşağında bulunan bireyler sağlıklı yaşam sürdürebilmek için kilo kontrolüne dikkat etmektedir. Dolayısıyla zayıflama isteği sebebiyle en çok öğün atlayan kuşak X kuşağıdır. Kılıç ve Şanlıer (2007)'in Üç kuşak kadının (torun, anne, anneanne) beslenme alışkanlıklarını karşılaştırdıkları çalışmalarında, kızlar okula geç kalmaktan endişe duyduğu için öğün atlarken, anneleri ve anneanneleri ise zayıflamak istediği için ve yemek yemeyi sevmedikleri için öğün atladığı ve kızların genellikle sabah öğününü, anne ve anneannelerin ise öğle öğününü atladıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmanın sonucu ile Kılıç ve Şanlıer (2007)'in çalışmasından elde ettiği sonuçlar benzerlik göstermektedir.

X kuşağında bulunan kadın bireylerin iştahsızlık sebebi ile öğün atlama oranları oldukça düşüktür. Y kuşağında bulunan kadın bireylerin ekonomik yetersizlikten dolayı öğün atlama oranı erkeklere oranla daha azdır. Bu durum, Y kuşağı kadınlarının aktif olarak iş hayatında bulunduklarını göstermektedir. İş yoğunluğu veya ev işlerinden kaynaklanan nedenlerle Y kuşağında bulunan kadın bireyler, önemsemedikleri için erkek bireylere göre daha fazla öğün atlamaktadır. X kuşağında bulunan evli bireyler, bekar bireylere göre önemsemedikleri için daha fazla öğün atlama eğilimindedirler. Özellikle X kuşağında bulunan evli kadın bireylerin içinde bulundukları dönem, kadınların ev işleri, çocuk bakımı ve aileye zaman ayırması konusunda ağırlıklı beklentilerin olduğu bir dönemdir. Bu beklentiler, evli

kadın bireylerin ev işleri ve çocuk bakımı ile ilgilenmelerini ve aileleriyle daha fazla zaman geçirmelerini gerektirdiği için, öğün atlamalarına neden olabilmektedir.

X, Y ve Z kuşakları arasında günlük su tüketim miktarları arasında bir farklılık bulunmamaktadır. Kuşaklar arası günlük su tüketimi konusunda en fazla tüketilen su miktarı 2 litredir. X, Y ve Z kuşakları içinde 3,5 litre ve üstü su tüketen bireylerin oranı oldukça düşüktür. Fakat kuşakların günlük su tüketimi alışkanlıkları, bireysel farklılıklar göstermekle birlikte genel olarak sağlıklı düzeydedir.

Kuşakların besin tüketirken dikkat ettikleri belli başlı özellikler bulunmaktadır. Bu çalışmada elde edilen sonuçlara göre, Y kuşağı çalıştığı için ve Z kuşağı da genelde öğrenci bireylerden oluştuğu için besinlerin kolay hazırlanabilir olması özelliğine en çok bu iki kuşak dikkat etmektedir. Ayrıca besinlerin ekonomik olması da yine Y ve Z kuşaklarının dikkat ettiği özellikler arasında yer almaktadır. Besinlerin pişirme yöntemi, doyuruculuğu, lezzeti, sübjektif kalite kriterleri ve az yağlı olması tüm kuşaklar için önemlidir. Besinlerin katkı maddesi içermemesine en çok dikkat eden kuşak X kuşağı iken en az dikkat eden kuşak ise Z kuşağıdır. X kuşağının katkı maddesi içermemesine daha çok dikkat etmelerinin sebebi sağlıklarına daha çok dikkat etmelerinden kaynaklanmaktadır. Aynı şekilde tüketilen gıdaların organik olmasına en çok dikkat eden kuşak X kuşağı iken, en az dikkat eden kuşak Z kuşağıdır. Kazkondur (2020)'nin yaptığı çalışmanın sonuçları, X kuşağının organik, kalorili ve az yağlı olmasına, Y kuşağının bilinirlik faktörüne ve Z kuşağının ise katkı maddesi içermemesi, düşük kalorili ve az yağlı olmasına dikkat ettiğini göstermektedir. Bu çalışmanın sonuçları ile Kazkondur (2020)'nin çalışmasının sonuçları Z kuşağının besin tüketiminde dikkat ettiği özellikler konusunda farklılık gösterse de X kuşağının besin tüketiminde dikkat ettiği özellikler konusunda benzerlik göstermektedir. Bir başka çalışma olan Aşık (2019)'ın X ve Z kuşağı tüketicilerinin yiyecek tercihlerini etkileyen faktörleri ele aldığı çalışmasında, besinlerin lezzetli, ekonomik ve sağlıklı olmasına her iki kuşağında önem verdiği sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda, X kuşağı besinlerin genelde az yağlı, çeşitli ve düşük kalorili olmasına dikkat ederken, Z kuşağının daha çok doyuruculuk, öznel kalite kriterleri ve kolay hazırlanmasına dikkat ettiği araştırmanın sonuçları arasındadır. Aşık (2019)'ın çalışmasından elde ettiği sonuçlar yapılan bu çalışmanın sonuçları ile benzerlik göstermektedir.

X kuşağında bulunan kadın bireyler erkek bireylere göre pişirme yöntemine daha çok dikkat etmektedir. Bu durumun nedeninin, X kuşağı kadınlarının o dönemde

toplumsal cinsiyet rolleri gereği yemek yapma görevini üstlenmelerinden kaynaklandığını söylemek mümkündür. Z kuşağının erkek bireyleri, kadın bireylere göre besinlerdeki koku, tat, kıvam gibi kriterlere daha fazla dikkat etmektedir. Z kuşağı, önceki kuşaklara göre daha özgür düşünen bir kuşaktır. Toplumsal cinsiyet rollerine ve geleneksel cinsiyet kalıplarına daha az bağlıdır. Bu nedenle, kadınların geleneksel olarak sahip olduğu "mutfak işleri" gibi görevlerde erkekler de aktif olabilir ve besinlerle daha fazla ilgilenebilirler. Z kuşağının kadın bireyleri erkeklere bireylere göre besinlerin az yağlı olmasına daha çok dikkat etmektedir. Z kuşağı kadınları, sağlıklı bir diyet sürdürmek ve ideal bir bedene sahip olmak konusuna önem vermektedir. Bu nedenle, yağlı besinler yerine daha az yağlı ve sağlıklı besinler tüketmektedir. Y kuşağının kadın bireyleri, erkek bireylere göre besinlerin genellikle evde tüketilmesi konusuna daha çok önem vermektedir. Y kuşağı, sağlıklı beslenme ve besin etiketlerine daha fazla ilgi gösteren bir kuşaktır. Evde yapılan yemeklerin içeriğini kontrol edebilmekte ve sağlıklı malzemeler kullanabilmektedirler. Bu nedenle, kadınlar evde tüketilen besinlere daha fazla önem vermektedirler. Y kuşağının bekar bireyleri, evli bireylere göre besinlerin kolay hazırlanabilir olmasına daha çok dikkat etmektedir. Evli bireyler öğünlerini sadece yemek yeme amacıyla değil, aynı zamanda eşleri ve çocuklarıyla birlikte vakit geçirmek ve sosyalleşmek için de kullanmaktadır. Evli bireyler arasında öğünler genellikle birlikte planlanır ve hazırlanır, bu da aile içi iletişimi artırır, bekar bireyler için istisnai durumlar dışında böyle bir şey söz konusu değildir. Y kuşağı evli bireyleri, bekar bireylere oranla besinlerin katkı maddesi içermemesine daha çok dikkat etmektedir. Evli bireyler genellikle aileleri için sorumluluk taşıdıklarından, eşinin ve çocuklarının sağlığını düşünürler ve onların sağlıklı bir yaşam sürdürmeleri için beslenme konusunda daha bilinçlidirler. Ayrıca, evli bireylerin genellikle daha sabit bir gelir kaynağı vardır ve daha kaliteli ve sağlıklı gıdalara yatırım yapabilmektedirler. Aynı zamanda Y kuşağı evli bireyleri, besinlerin az yağlı olmasına ve organik olmasına bekar bireylere göre daha çok ettiği sonucuna ulaşmıştır. Bu durum ise, evli bireylerin kendilerinin ve aile fertlerinin sağlığını düşünmesinden kaynaklanmaktadır. Besinlerin genellikle evde tüketilmesi konusuna da yine en çok önem veren Y kuşağının evli bireyleridir.

Z kuşağı fastfood, hazır gıdalar ve abur cubur tüketmeye önceki kuşaklara göre daha fazla meyillidir. Bu nedenle, düzensiz ve sağlıksız beslenme alışkanlıkları oluşmaktadır. Dolayısıyla kuşaklar arasında yeterli ve dengeli beslendiğini

düşünmeyen kuşak Z kuşağıdır. Oktay, Gökçe ve Özer (2021)'in İnönü üniversitesi beden eğitimi ve spor öğretmenliği öğrencilerinin fiziksel aktivite durumları, beslenme bilgi ve davranış düzeylerinin belirlenmesi yönelik yapmış oldukları çalışmada, öğrencilerin %65,5'i yeterli ve dengeli beslendiğini düşünürken, %34,5'i yeterli ve dengeli beslendiğini düşünmemektedir. Oktay vd. (2021) tarafından yapılan araştırma ile bu çalışma, aynı yaş gruplarını kapsamına rağmen, Z kuşağının yeterli ve dengeli beslenme konusundaki düşüncelerinde farklılıklar söz konusudur.

X, Y ve Z kuşakları beslenme alışkanlığı ve besin seçimi konusunda en çok kendilerinden etkilenmektedir. Z kuşağı bireyleri, sosyal medya ve teknolojik gelişmelerin hızlı bir şekilde yayılması sayesinde, arkadaşlarının beslenme alışkanlıklarını daha kolay ve hızlı bir şekilde takip edebilmektedirler. Ayrıca, Z kuşağı bireyleri, diğer kuşaklardan farklı olarak daha fazla sosyalleşen, arkadaşlarıyla daha sık bir araya gelen ve grup halinde vakit geçiren bir kuşak olarak öne çıkmaktadır. Bu yüzden Z kuşağı bireyleri beslenme alışkanlığı ve besin seçimi konusunda arkadaşlarından en çok etkilenen kuşaktır. X kuşağı, aile değerlerine büyük önem veren bir kuşaktır. Bu kuşağın üyeleri genellikle ailelerinin öğretileri ve değerleriyle büyümüşlerdir. Bu nedenle, ailelerinin beslenme alışkanlıkları ve besin seçimleri, X kuşağındaki erkek bireylerin kendi beslenme alışkanlıkları ve besin seçimleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Dolayısıyla X kuşağında bulunan erkek bireylerin beslenme alışkanlığını ve besin seçimini en çok ailesi etkilemektedir. Y kuşağında bulunan bekar bireyler, beslenme alışkanlıklarını ve besin seçimlerini kendileri etkilemektedir. Bu durum bekar bireylerin, evli bireylere göre yeme içme davranışı konusunda daha bağımsız olduğunun göstergesidir. X, Y ve Z kuşaklarında bulunan bireylerin büyük çoğunluğu günlük beslenmelerine ek olarak vitamin ve mineral takviyesi kullanmamaktadır. Bu durum, X, Y ve Z kuşaklarında bulunan bireylerin günlük olarak tükettikleri ana ve ara öğünler sayesinde ihtiyaçları olan besin öğelerini karşıladıklarını göstermektedir.

İnsanların içerisinde bulunduğu mental durumlar beslenme alışkanlıklarını etkileyebilmektedir. Üzgün olma, kızgın olma, stresli olma, yorgun olma, başarısız olma vs. gibi duygusal durumlar bireylerin beslenme alışkanlıklarında farklılıklar yaratabilmektedir. Bu çalışmanın sonuçlarına göre, Öfkeli, üzgün, gergin ve stresli oldukları durumlarda beslenme alışkanlıklarında en çok farklılık olan kuşaklar Y ve Z kuşaklarıdır. Y ve Z kuşağı bireyleri, günümüzde daha fazla stresli ve yoğun bir yaşam

tarzına sahip olmaları nedeniyle beslenme alışkanlıklarında duygusal durumların etkisinde daha fazla kalabilmektedirler. Z kuşağı bireyleri genellikle okul çağında oldukları için, ergenlik dönemi ile gelen duygusal değişimler, beslenme alışkanlıklarını etkilemektedir. Dolayısıyla başarısız olma durumundan beslenme alışkanlıkları en çok etkilenen kuşak Z kuşağıdır. Yaşadığı duygusal durumlardan dolayı beslenme alışkanlığı en az etkilenen kuşak X kuşağıdır. X kuşağı bireyleri genellikle daha olgun ve deneyimli oldukları için duygusal durumlarına daha iyi hâkim olabilmekte ve daha az etkilenmektedirler. Ayrıca, X kuşağı bireyleri genellikle daha planlı ve programlı bir yaşam tarzına sahip oldukları için beslenme alışkanlıklarını duygusal durumlara bağlı olarak değiştirmek yerine daha tutarlı bir şekilde sürdürebilmektedirler. Y kuşağı kadınlarının mutlu ve üzgün olduklarında beslenme alışkanlıkları, erkeklere göre daha çok değişmektedir. Yapılan araştırmalar, kadınların duygusal yeme davranışına erkeklerden daha yatkın olduklarını göstermektedir. Bu nedenle, Y kuşağı kadınları mutlu ve üzgün olduklarında yiyecek tüketme eğiliminde olabilmektedirler. Y ve Z kuşaklarının kadın bireylerinin beslenme alışkanlıkları, erkek bireylere göre gergin ve stresli hissettikleri durumlarda daha çok değişiklik göstermektedir. Ayrıca Y ve Z kuşaklarında erkeklerin, kadın bireylere göre duygusal durumlardan dolayı beslenme alışkanlıklarının daha az etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır. Tokgöz, Ertem, Çelik, Gökçe, Saka ve Hatunoğlu (1995)'nin üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıklarını belirlemeye yönelik yapmış oldukları çalışmada, öğrencilerin yarısının stresli ve sıkıntılı oldukları dönemde iştahsız oldukları, %14,7'sinin daha çok yemek yeme eğiliminde olduğu ve sevinçliyse ise %44,7'sinin yeme davranışında bir değişiklik olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bir başka çalışma olan Karakuş (2022)'un Beden eğitimi öğretmenlerinin beslenme alışkanlıklarını ve bilgi düzeylerini araştırdığı çalışmasında, araştırmaya katılan bireyler, stresli ve sıkıntılı oldukları durumlarda daha çok yediğini, kendilerini üzgün hissettiklerinde ise daha az veya hiç yemediklerini belirtmişlerdir. Z kuşağını oluşturan bireylerin beslenme alışkanlıklarını inceleyen Tokgöz vd. (1995) ile Y kuşağını oluşturan bireylerin beslenme alışkanlıklarını inceleyen Karakuş (2022)' un çalışmalarından elde ettiği sonuçlar ile bu çalışmanın sonucu benzerlik göstermektedir.

BAÖ bulgularından elde edilen sonuçlara göre, X kuşağı, Z kuşağına göre daha çok yağsız yiyecekler tercih etme eğilimindedir. Bu sonucun temel nedeni sağlık faktörüdür. Birçok yemeği sevme konusunda X ve Z kuşakları arasında farklılıklar söz

konusudur. Bu durum Z kuşağının daha çok fastfood ve hazır gıdalar gibi yiyecekler tüketmeye meyilli olduklarından, X kuşağının ise sağlıkları açısından genellikle sebze yemeklerini tercih etmelerinden kaynaklanmaktadır. Abur cubur tüketiminde ise X kuşağı Y ve Z kuşağından ayrılmaktadır. Y kuşağı her ne kadar orta yaş grubundaki insanları temsil etse de bu bireylerin abur cubur diye adlandırılan atıştırmalıkları tüketmeye eğilimleri vardır. X kuşağı ise sağlıksız olduğu için bu atıştırmalıkları az tüketmekte ya da hiç tüketmemektedir. X ve Y kuşağı arasında tatlı tüketimi konusunda farklılıklar tespit edilmiştir. Y kuşağının, X kuşağına göre tatlı gıdalar tüketmeye daha meyilli oldukları ortaya çıkmıştır. X kuşağı, Z kuşağına göre öğün aralarında bir şeyler atıştırmayı çok fazla tercih etmemektedir. Aynı zamanda Z kuşağı karşısında yemek yiyen insanları gördüğü zaman acıktığını hissetmektedir, X kuşağı için ise böyle bir durum çok fazla söz konusu değildir. Gece acıkınca yemek yemeyi en çok seven Z kuşağıdır. Y kuşağı da gece yemek yemeye meyillidir fakat X kuşağı yaş ve sağlık faktöründen kaynaklı gece yemek yemeyi çok fazla tercih etmemektedir. Z kuşağı günlük hayattaki yoğunluklarından dolayı ayak üstü bir şeyler atıştırmayı seven bir kuşaktır. Fakat X kuşağı ara ve ana öğünlerini tüketirken daha düzenli bir tüketim yolunu tercih etmektedir.

Fazla kilosunun olduğunu, zayıflamak isteyen birinin abur cubur tüketmemesi gerektiğini ve hareketsizliğin şişmanlatacağını en çok düşünen kuşak X kuşağıdır. Y kuşağı rejim yaparak zayıflayan birinin tekrar şişmanlayacağını en çok düşünen kuşaktır. X kuşağı, Y ve Z kuşağına göre kadınların daha hızlı kilo alma eğiliminde olduğunu, kilonun hem kadın hem erkek için sorun olduğunu, kilo konusunu en çok bayanların problem yaptığını, şişman insanların alay konusu olabileceğini ve şişmanların rahatına düşkün insanlar olduğunu daha fazla düşünmektedir. X kuşağı, sevgili veya eş olarak zayıf olan insanları tercih etme eğilimindedir. Ayrıca X kuşağı şişmanlamaktan en çok korkan kuşaktır. X kuşağı diğer kuşaklara göre, insanların şişman olmasının sebebinin irade sahibi olmadıklarını daha fazla düşünmektedir. Şişman insanları ciddiye almakta en zorlanan ve kilolu insanlardan en hoşlanmayan kuşak X kuşağıdır. Ayrıca şişmanlığın hiç sağlıklı olmadığını, şişman kişilerin kendi hatalarından dolayı şişmanladığını ve şişmanların kendilerini rahatsız hissettirdiklerini en çok düşünen kuşak X kuşağıdır. Z kuşağı kültürümüzde zayıf olmanın önemli olduğu görüşünü en çok savunan kuşaktır. X kuşağı, ülkemizdeki şişman sayısının çok fazla olduğunu en çok düşünen kuşaktır. X ve Z kuşağı, zayıf kişilerin daha çok

sevileceği algısını benimsedikleri için zayıf olmayı istemektedirler. Ayrıca X kuşağı, şişmanlığın kalıtsal olduğu düşüncesini en çok benimseyen kuşaktır.

Yapılan bu çalışmada, Beslenme Alışkanlıkları Ölçeği toplam puanı ve X, Y ve Z kuşakları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiş olup bu farklılıklar X kuşağı ile Y ve Z kuşağı arasındadır. Toplam puan ortalamalarına göre, en düşük puana sahip olan kuşak X, en yüksek puana sahip olan kuşak ise Y kuşağıdır. En yüksek puan ortalamasına sahip olan Y kuşağı Beslenme Alışkanlıkları Ölçeğinde verilen ifadelerle X ve Z kuşağına göre daha çok “çoğunlukla karşıyım”, “tamamıyla karşıyım” şeklinde yanıtlar verdiğini göstermektedir.

Beslenme Alışkanlıkları Ölçeği, dört alt boyuttan oluşmaktadır. Bu alt boyutlar şu şekildedir; Şişmanlığa Karşı Ön Yargılar, Şişmanlığın Getirdiği Olumlu ve Olumsuz Düşünceler, Şişmanlığa Karşı Kendilik Algıları ve Yemek Yeme Davranışları. Bu çalışmada ise, X, Y ve Z kuşakları ve BAÖ alt boyutları arasında istatistiksel anlamda önemli farklılıklar tespit edilmiştir. Benzer bir çalışma olan Kundakçı (2005)’nın Üniversite öğrencilerinin yeme tutumları, benlik algısı, vücut algısı ve stres belirtileri açısından karşılaştırılmasını amaçladığı çalışmasında, erkek öğrencilerin alt boyut ortalamalarının kız öğrencilerin ortalamalarından yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre şişmanlığa karşı daha önyargılı olduklarını ve daha fazla yemek yeme davranışında bulunduklarını göstermektedir. Kundakçı (2005)’nin çalışması ile bu çalışma sonuçları arasında benzerlik söz konusudur.

“Şişmanlığa Karşı Önyargılar” alt boyutunda, X kuşağı en düşük ortalamaya sahipken, Y kuşağı en yüksek ortalamaya sahiptir. Bu sonuç ise X kuşağının şişmanlığa ve şişman insanlara karşı daha fazla olumsuz görüşlere sahip olduğunu göstermektedir. “Şişmanlığa Karşı Kendilik Algıları” alt boyutunda, X kuşağı en düşük ortalamaya, Z kuşağı en yüksek ortalamaya sahiptir. X kuşağı bireyleri, şişmanlayacakları için endişe duymakta ve başlarına gelebilecek en kötü şeylerden birinin şişmanlık olduğunu düşünmektedirler. Yemek yemenin onlar için bir zevk olduğunu belirten X kuşağı, aynı zamanda fazla kilolarının olduğunu ve su içseler bile kilo aldıklarını düşünmektedirler. Bu iki düşünce arasında bir çelişki söz konusudur. X kuşağı, Y ve Z kuşağına göre daha hareketsiz bir yaşam tarzına sahiptir, bu yüzden kilo alma konusunda endişe duyabilmektedirler.

“Şişmanlığın Getirdiği Olumlu ve Olumsuz Düşünceler” alt boyutunda, X kuşağı en düşük ortalamaya sahipken, Y kuşağı en yüksek ortalamaya sahiptir. Y ve Z kuşaklarının ortalamaları birbirine çok yakındır. X kuşağı, şişman olan diğer insanlarla ilgili ve kendilerinin şişmanlama ihtimallerine karşılık negatif görüşlere sahipken, zayıf olmak veya zayıflamak konusunda pozitif görüşlere sahiptir. Y ve Z kuşağının görüşleri, şişman olmanın veya şişmanlamanın çok fazla sorun edilecek bir konu olmadığı yönündedir. Tuğay (2019)’ın Üniversite öğrencilerinin yaşam kalitesi beden algısı ve beslenme durumunun belirlenmesini amaçladığı çalışmasında ise “Şişmanlığın Getirdiği Olumlu ve Olumsuz Düşünceler” ile yaş değişkeni arasında önemli bir farklılık söz konusudur. “Şişmanlığın Getirdiği Olumlu ve Olumsuz Düşünceler” alt boyutu ile yaş değişkeni açısından Tuğay (2019)’ın çalışmasından elde ettiği sonuç ile bu çalışmada elde edilen sonuç benzerlik göstermektedir.

“Yemek Yeme Davranışları” alt boyutunda ise, Z kuşağı en düşük, X kuşağı ise en yüksek ortalamaya sahiptir. En genç bireylerden oluşan Z kuşağı, oldukça tutarsız bir yeme davranışı sergilemektedir. Abur cubur tüketmeyi çok seven bu kuşak, aynı zamanda pek çok yemeği sevdiğini ve gece acıkınca yemek yemekten hoşlandığını belirtirken, diğer yandan iştahının pek yerinde olmadığını belirtmiştir. Ayrıca Z kuşağı ayak üstü bir şeyler yeme ve televizyon karşısında sık sık atıştırma konusunda da X ve Y kuşağından ayrılmaktadır. Yoğun bir yaşam tarzına sahip olma, fastfood tüketimi, dijital dünya ve duygusal yeme durumları gibi nedenlerden dolayı Z kuşağı bireyleri tutarsız ve düzensiz yeme davranışları sergileyebilmektedirler.

5.2. Öneriler

Bu bölümde, Balıkesir ilinin merkez ilçelerinde ikamet eden X, Y ve Z kuşaklarının beslenme alışkanlıklarının incelenmesine yönelik yapılan bu çalışmanın sonuçları doğrultusunda gerekli önerilere yer verilmiştir.

Literatürde, genellikle tek kuşağın ya da iki kuşağın beslenme alışkanlıklarına odaklanan çalışmalar mevcuttur. Ancak X, Y ve Z kuşaklarının beslenme alışkanlıklarını bir arada inceleyen kapsamlı çalışmalar az sayıdadır. Bu konuda yapılan çalışmaların sayısının artırılması, hem literatüre önemli bir katkı sağlayacak hem de öğrenci ve akademisyenlerin araştırmalarını derinleştirecektir. Araştırmaların sadece yerel düzeyde değil, bölgesel ve ulusal düzeyde gerçekleştirilmesi, çalışmaların kapsamını genişletecek ve yiyecek-içecek sektöründeki işletmelerin hedef kitle seçimlerine dair daha aydınlatıcı bilgiler sağlayacaktır. Ayrıca, 2019 yılında ortaya çıkan Covid-19 salgınının beslenme alışkanlıklarında yarattığı değişiklikleri incelemeyi hedefleyen yeni araştırmaların yapılması, bu alandaki literatüre önemli bir katkı sağlayabilir.

X kuşağı, sağlıkla ilgili faktörlere en fazla önem veren kuşak olarak bilinmektedir. Bu nedenle, bu kitleye hizmet veren yiyecek ve içecek işletmeleri, kullanılan besinlerin katkı maddesi içermemesine, organik olmasına ve sağlığa uygun pişirme tekniklerini kullanmaya dikkat etmelidir. Z kuşağına yönelik hizmet veren işletmeler, Z kuşağının hızlı tüketim eğilimine uygun olarak menülerine atıştırmalık ürünler ekleyebilir. Ayrıca, teknolojik adaptasyonu yüksek olan bu jenerasyonun dikkatini çekmek için sosyal medya üzerinden etkileyici reklam stratejileri kullanılabilir. Ergenlik döneminde olan Z kuşağı bireyleri genellikle ideal fiziksel görünüme sahip olmayı hedefledikleri için kilo kontrolüne dikkat etmektedirler. Bu nedenle, bu jenerasyonun ailelerinin, gençlerin sağlıklı gelişimleri ve gereken besin maddelerini alabilmeleri için onları bilinçlendirmesi önerilmektedir. Sebze tüketiminin artırılması hedefiyle, Z kuşağına hitap eden ve sebzeleri lezzetli bir şekilde sunan tariflerin geliştirilmesi önemlidir.

Su tüketimini artırmaya yönelik toplumsal farkındalığın artırılması için kampanyalar düzenlenebilir. Kilo alma konusunda endişeli olan X kuşağı için, sağlıklı beslenme ve kilo yönetimi hakkında bilgilendirici ve destekleyici programlar organize edilebilir. Y ve Z kuşakları için sağlıklı beslenme konusunda farkındalığı artırmayı

hedefleyen etkinlikler düzenlenebilir. Fast food ve işlenmiş gıda tüketimini sınırlamayı hedefleyen Z kuşağı için, evde pişirilen yemeklere yönelik teşvikler ve tariflerin paylaşıldığı seminerler düzenlenebilir. Ayrıca, Z kuşağı bireylerine sağlıklı beslenme alışkanlıkları kazandırmak amacıyla okul müfredatlarına beslenme eğitimi derslerinin eklenmesi faydalı olabilir. X kuşağına hizmet veren gıda ve içecek işletmeleri, yerel ürünlerin kullanımını teşvik etmek ve besin değeri yüksek ürünlerin tüketimini artırmak için yerel marketler ve çiftliklerle iş birliği yapabilir. Ayrıca, tüm kuşakların ihtiyaç duyduğu besinleri karşılamak ve sağlıklı bir yaşam sürdürmelerini sağlamak için, dengeli ve çeşitli beslenme planları önerilebilir.



KAYNAKÇA

- Adıgüzel, O., Batur, H. Z. ve Ekşili, N. (2014). Kuşakların değişen yüzü ve y kuşağı ile ortaya çıkan yeni çalışma tarzı: mobil yakalılar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 165-182.
- Ak, T. (2009). *Marka yönetimi ve tüketici karar sürecine etkileri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Karaman: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akkaya, O. (2018). *Tüketicinin otomobil satın alma davranışını etkileyen faktörler ve Mardin ilinde bir araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep: Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akşit Aşık, N. (2019). X ve z kuşağı tüketicilerin yiyecek tercihlerini etkileyen faktörler. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (4), 2599-2611.
- Albayrak, A., Özkul, E. (2013). Y kuşağı turistlerin destinasyon imaj algıları üzerine bir araştırma. *International Periodical for The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 8 (6), 15-31.
- Altunışık, R., Özdemir, Ş. ve Torlak, Ö. (2002). *Modern pazarlama*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Altuntuğ, N. (2012). Kuşaktan kuşağa tüketim olgusu ve geleceğin tüketici profili. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4 (1), 203-212.
- Alwin, D. F. and Mccammon, R. J. (2007). Rethinking generations. *Research In Human Development*, 4(3-4), 219-237.
- Aristoteles (1975). *Politika*. (Çev. Mete Tuncay). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Arslan, M. (2018). Beslenme alışkanlıkları ve fiziksel aktivite düzeylerinin analizi: Marmara Üniversitesi öğretim üyeleri üzerine bir çalışma. *Dicle Tıp Dergisi / Dicle Med J* (2018) 45 (1), 59 – 69.
- Aydın, A. Tüketici davranışlarına giriş. <http://www.tml.web.tr/download/TUKETICI-DAVRANISLARI.pdf> (Erişim Tarihi:14.01.2022)
- Bakman, M. (2016). *Beslenme alışkanlığının yeniden düzenlenmesinin yaşam kalitesi üzerine etkisi*. Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi. Mersin: Mersin Üniversitesi, Aile Hekimliği Anabilim Dalı.
- Başol, O. ve Aydın, Ç. G. (2014). X ve y kuşağı: çalışmanın anlamında bir değişme var mı? *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 3 (4), 1-15.
- Baysal, A. (1981a). Beslenme sorunları, *The Journal of Food*, 6(5), 3-10.
- Baysal, A. (1981b). Beslenme eğitimi, *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 5(29), 5-15.

- Beardsworth A. and Keil T. (2011). *Yemek ve toplum çalışmasına bir davet yemek sosyolojisi*. Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Belk, R. W. (1975). Situational variables and consumer behavior. *Journal Of Consumer Research*, 2 (3), 157-174.
- Berkowitz, D. (2016). *13 things to know about the alpha generation*. <https://adage.com/article/digitalnext/13-things-alpha-generation/302366> (Erişim Tarihi:01.02.2022)
- Berkup, S. B. (2015). *Sosyal ağılarda bireysel mahremiyet paylaşımı: x ve y kuşakları arasında karşılaştırmalı bir analiz*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Boyalı, A. (2019). Açıl sofraya açıl! değişen şölen alışkanlıkları üzerine. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (4), 9-34.
- Boz, B. (2021). *Türkiye'de kuşaklararası perspektif farklılıklarının beslenme alışkanlıklarına etkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Hamidiye Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Britainthinks (2019). *Future consumer: food and generation z*. https://www.food.gov.uk/sites/default/files/media/document/fsa191102bt-gen-z_rea_full-report_081019-final.Pdf (Erişim Tarihi: 19.12.2021)
- Broadbridge, A., Maxwell, G. A and Ogden, S.M. (2007). Experiences, perceptions and expectations of retail employment for generation y. *Career Development International*, 12 (6), 1-39.
- elik, S. (2008). Tüketici satın alma davranışına etki eden yaşam tarzı faktörleri ile otomobillerin hazzal ve faydacı özelliklerinin tercihi arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Öneri Dergisi*, 8 (30), 139-154.
- etin, C. ve Özcan, D. E. (2014). *İnsan kaynakları yönetimi*. İstanbul: Beta Kitap.
- Danışman, A. ř. ve Gündüz, ř. (2018). X ve y kuşaklarının dışarıdan kahvaltıda satın alma davranış farklılıkları. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 707-728.
- Derakhshi, A. (2017). Markanın tüketici davranışlarına etkisi: dış macunu sektörü üzerine bir inceleme. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 9 (3), 13-32.
- Dilber, A. ve Dilber, F. (2021). Z kuşağının beslenme alışkanlıklarını etkileyen faktörler. *Factors Affecting the Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9 (3), 2272-2285.
- Dölekoğlu, C. Ö. ve Yurdakul, O. (2004). Adana ilinde hane halkının beslenme düzeyleri ve etkili faktörlerin logit analizi ile belirlenmesi. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 8, 62-86.
- Dölekoğlu, C.Ö ve elik, O. (2018). Y kuşağı tüketicilerin gıda satın alma davranışı. *KSÜ Tarım Ve Doğa Dergisi*, 21, 55-66.

- Eisner, S. P. (2005). Managing generation y. *SAM Advanced Management Journal*, 70(4), 4-15.
- Erbaşlar, G. (2012). Yeşil pazarlama. *Mesleki Bilimler Dergisi (MBD)*, 1 (2), 94-101.
- Erickson, Tamara J. (2008). *Plugged in: the generation y guide to thriving at work*. Boston, MA: Harvard Business Press.
- Eroğlu, Y., Şentürk, H. E. ve Karacabey, K. (2012). Gaziantep Üniversitesi akademik ve idari personelin beslenme alışkanlıklarının karşılaştırılması. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 9 (1), 131-141.
- Ersoy, E. (2017). Tüketicilerin değişen alışveriş alışkanlıkları (online alışveriş). *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 3 (1), 87-129.
- Ertürk, M. (2018). Tüketicilerin dışarıda yemek yeme nedenleri. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17 (3), 1203-1224.
- Esener, B. (2006). *Kurum kimliği ve imajının tüketici davranışları üzerindeki etkisini belirlemek için bir araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eyce, B. (2014). Tarihten günümüze Türk aile yapısı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 1 (4), 223-244.
- Fernando, J. (2016). Generational differences and demand for food. *Consumer Corner-Updates from The Competitiveness and Market Analysis Section*, 37, 1-6.
- Gajjar, N. B. (2013). Factors affecting consumer behavior. *International Journal of Research In Humanities and Social Sciences*, 1 (2), 10-15.
- Garibağaoğlu M., Budak, N., Öner, N., Sağlam, Ö. ve Nişli, K. (2006). Üç farklı üniversitede eğitim gören kız öğrencilerin beslenme durumları ve vücut ağırlıklarının değerlendirmesi. *Sağlık Bilimleri Dergisi*, 15 (3), 173-180.
- Gilleard, C. (2004). Cohorts and generations in the study of social change. *Social Theory & Health*, 2 (1), 106-119.
- Gurbetoğlu, A. (2018). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. <http://www.agurbetoglu.com/files/3%20ARA%C5%9ETIRMA%20S%C3%9CREC%C4%B0.pdf> (Erişim Tarihi: 01.06.2023).
- Gül, T. (2011). *Sağlıklı beslenme kavramı ve üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıklarına yönelik tutum ve davranışları: Çukurova Üniversitesi örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güneş, Y. ve Turhan, R. (2006). Beslenmenin gelişim ve öğrenmedeki etkisi. *Özel Ekin Koleji Empati Dergisi*, 3 (30), 1-8.

- Gürbüz, B. (2018). *Evren ve örneklem*. https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/105487/mod_resource/content/1/ders%209%20evren%20ve%20orneklem%202.pdf (Erişim Tarihi: 01.06.2023).
- Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü (2018). Yeterli ve dengeli beslenme nedir? <https://hsgm.saglik.gov.tr/tr/beslenme/yeterli-ve-dengeli-beslenme-nedir.html> (Erişim Tarihi: 03.02.2022)
- Hamulka, J., Wadolowska, L., Hoffmann, M., Kowalkowska, J. and Gutkowska, K. (2018). Effect of an education program on nutrition knowledge, attitudes toward nutrition, diet quality, lifestyle, and body composition in polish teenagers. The abc of healthy eating project: design, protocol, and methodology. *Nutrients*, 10 (10), 1-24.
- İslamoğlu, A. H. ve Altunışık, R. (2008). *Tüketici davranışları*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Kahraman, E. (2020). X, y ve z kuşakları nasıl besleniyor? <https://www.hurriyet.com.tr/aile/x-y-ve-z-kusaklari-nasil-besleniyor-428774> (Erişim Tarihi: 12.01.2022)
- Kaifi, B. A., Nafei, W., Khanfar N. M. and Kaifi, M. M. (2012). A multi-generational workforce: Managing and understanding millennials. *International Journal of Business and Management*, 7(24), 88-93.
- Karakuş, E. K. (2022). *Beden eğitimi öğretmenlerinin beslenme alışkanlıkları ve bilgi düzeylerinin incelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çorum: Hitit Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Karalar, R. (2001). *Genel işletme*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kardes, F., Cronley, M. and Cline, T. (2011). *Consumer behavior*. Mason, OH, South-Western Cengage.
- Kazkondu, İ. (2020). *Türkiye 'de yeme içme alışkanlıklarının kuşaklara göre değişimi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Keleş, H. N. (2011). Y kuşağı çalışanlarının motivasyon profillerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3 (2), 129-139.
- Keskin, S. ve Baş, M. (2015). Sosyal medyanın tüketici davranışları üzerine etkisinin belirlenmesi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17 (3), 51-69.
- Kılıç, E. ve Şanlıer, N. (2007). Üç kuşak kadının beslenme alışkanlıklarının karşılaştırılması. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 15 (1), 31-44.
- Kılıçlar, A, Bozkurt, İ., Sarıkaya, G.S. ve Şahin, A. (2021). Sosyal medyanın x ve z kuşağı üzerindeki yemek yeme davranışına etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9 (1), 531-552.

- Koçer, S. ve Aysel, A. (2019). Kuşakların tüketim davranışlarındaki farklılıklar üzerine bir inceleme. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, (14), 77-105.
- Kon, B. (2017). *Kuşakları anlamak ve yönetmek*. <https://www.humanica.com.tr/kusaklari-anlamak-yonetmek/> (Erişim Tarihi: 10.12.2021)
- Korkmaz, E. (2010). Geçmişten günümüze restoranlar: Türkiye’de restorancılığın gelişimi. *V. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, ss. 120-130.
- Kundakçı, A. H. (2005). *Üniversite öğrencilerinin yeme tutumları, benlik algısı, vücut algısı ve stres belirtileri açısından karşılaştırılması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kuyucu, M. (2017). Y kuşağı ve teknoloji: y kuşağının iletişim teknolojilerini kullanım alışkanlıkları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5 (2), 845-872.
- Lancaster, L. C., & Stillman, D. (2002). When generations collide. Who they are. Why they clash. How to solve the generational puzzle at work. New York: Collins Business.
- Lehto, X. Y., Jang, S., Achana, F. T., and O’Leary, J. T. (2008). Exploring tourism experience sought: a cohort comparison of baby boomers and the silent. Generation. *Journal of Vacation Marketing*, 14 (3), 237-252.
- Levickaitė, R. (2010). Generations x y z: how social networks form the concept of the world without borders the case of lithuania. *Limes*, 3 (2), 170-183.
- Mandhlazi, L., Dhurup, M., and Mafini, C. (2013). Generation y consumer shopping styles: evidence from south Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4 (14), 153-164.
- Mazıcıoğlu, M. M. ve Öztürk, A. (2003). Üniversite 3 ve 4. sınıf öğrencilerinde beslenme alışkanlıkları ve bunu etkileyen faktörler. *Erciyes Tıp Dergisi*, 25 (4), 172-178.
- Mercan, N. (2016). X, y ve z kuşağı kadınların farklı tüketim alışkanlıklarının modern dünyada inşa edilmesi. *KADEM Kadın Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 59-70.
- Mıstık, A. (2019). *Okul öncesi eğitim yapılarında öğrenme mekânları ve kullanıcı olarak alfa kuşağı*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Mucuk, İ., (2004). *Pazarlama ilkeleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Murphy, S. A., Claire R. (2007). *Leading a multigeneration a workforce*. Washington, AARP, 1-33.

- Muslu, A. (2017). Y kuşağının iş motivasyonunu artırmak için sürdürülebilir yöntemler. III. Uluslararası Girişimcilik, *İstihdam ve Kariyer Kongresi*, 12-15 Ekim 2017, Muğla / Türkiye, 481-484.
- Nagy, A. & Kölcsey, A. (2017). Generation alpha: marketing or science. *Acta Technologica Dubnicae*, 7(1), 107-115.
- Odabaşı, Y. (2002). *Tüketici davranışları*. İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri.
- Oktay, B., Gökçe, A. ve Özer, A. (2021). İnönü Üniversitesi beden eğitimi ve spor öğretmenliği öğrencilerinin fiziksel aktivite durumları, beslenme bilgi ve davranış düzeyleri. *Aksaray Üniversitesi Tıp Bilimleri Dergisi*, 2 (2), 9-12.
- Örücü, E. ve Tavşancı, S. (2001). Gıda ürünlerinde tüketicinin satın alma eğilimini etkileyen faktörler ve ambalajlama. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (3), 0-0.
- Öz, Ü. (2015). *X, y, z kuşaklarının özellikleri ve y kuşağının örgütsel bağlılık düzeyi analizi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özsungur, F. ve Güven, S. (2017). Tüketici davranışlarını etkileyen sosyal faktörler ve aile. *Uluslararası Avrasya Eğitim ve Kültür Dergisi*, 2 (3), 127-142.
- Öztürk, E. ve Tekeli, S. (2021). Tüketicilerin besin seçim güdülleri: y ve z kuşaklarının karşılaştırılması. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 14 (1), 147-182.
- Parment, A. (2013). Generation y vs. baby boomers: shopping behavior, buyer involvement and implications for retailing. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20 (2), 189-199.
- Puybaraud, M. (2010). *Generation y and the workplace annual report*. London: Johnson Control, Global Workplace Innovation.
- Ramya, N., and Ali, S. M. (2016). Factors affecting consumer buying behavior. *International Journal of Applied Research*, 2 (10), 76-80.
- Sabbağ, Ç. ve Sürücüoğlu, M.S. (2011). İlköğretim öğrencilerine verilen beslenme eğitiminin beslenme tutum ve davranışlarına etkisinin değerlendirilmesi. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 6 (3), 1-13.
- Sağır, A. (2012). Bir yemek sosyolojisi denemesi örneği olarak Tokat Mutfağı. *Electronic Turkish Studies*, 7 (4), 2676-2695.
- Sarı, E. ve Harta, G. (2018). Kuşakların tüketim ve satın alma davranışları üzerine bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11 (61), 968-980.
- Sarikaya, G. S., Demirci, B. ve Erol, E. (2021). Y ve z kuşağının yeme davranışının belirlenmesi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 4 (2), 329-342.
- Sarioğlu, E.B. ve Özgen, E. (2018). Z kuşağının sosyal medya kullanım alışkanlıkları üzerine bir çalışma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11 (60), 1068-1081.

- Satıcı, Ö. (1998). *Tüketici pazarları ve alıcı davranışları tüketici satın alma davranışlarını etkileyen faktörler*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Schawbel, D. (2014). *5 predictions for generation alpha*. <https://danschawbel.com/blog/5-predictions-for-generation-alpha/> (Erişim Tarihi: 21.12.21)
- Schuman, H. and Scott, J. (1989). Generations and collective memories. *American Sociological Review*, 54 (3), 359-381.
- Shipman, Z. D. (2020). Factors affecting food choices of millennials: how they decide what to eat? *Journal of Tourismology*, 6 (1), 1-13.
- Sormaz, Ü. (2013). Okul beslenme eğitimi programları, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 2 (3), 36-48.
- Standage T. (2017). *İnsanlığın yeme tarihi*. İstanbul: Maya Kitap.
- Şahin, B.G. ve Akballı, E.E. (2019). Tüketici davranışlarını etkileyen faktörler ve yöntem analizi. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 1 (1), 43-85.
- Şimşek, A. (2018). Araştırma Modelleri. A. Şimşek (Editör), *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* içinde (s. 80-106). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları.
- T.C. Millî Eğitim Bakanlığı (2011). *Spor ve beslenme*. Ankara.
- T.C. Millî Eğitim Bakanlığı (2012). *Tüketici davranış modelleri*. Ankara.
- Tabunşic, O., Calmâş, V. and Fedorciucova, S. (2021). Researches in regards of the “alpha” generation nutrition. In *Strategii Şi Politici De Management În Economia Contemporană*, 86-97.
- Taş, H. Y., Demirdöğmez, M. ve Küçükoğlu, M. (2017). Geleceğimiz olan z kuşağının çalışma hayatına muhtemel etkileri. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7 (13), 1031-1048.
- Tek, Ö. B. (1997). *Pazarlama ilkeleri*. İzmir: Cem Ofset ve Matbaacılık.
- Tokgöz, P., Ertem, M., Çelik, F., Gökçe, Ş., Saka, G. ve Hatunoğlu, R. (1995). Üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıklarının saptanmasına ilişkin bir araştırma. *Beslenme ve Diyet Dergisi / J. Nutr. and Diet*, 24 (2), 229-238.
- Tolga, Ö. ve Yatkın, Ö. (2017). Antik dönemdeki damak tadının günümüz yansıması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (2), 103-116.
- Torlak, Ö. (2016). *Tüketim bireysel eylemin ve toplumsal dönüşümü*. İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Toruntay, H. (2011). *Takım rolleri çalışması: x ve y kuşağı üzerinde karşılaştırmalı bir araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Tuğay, E. (2019). *Üniversite öğrencilerinin yaşam kalitesi, beden algısı ve beslenme durumunun saptanması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Biruni Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Turhanoglu, K. A. (2019). Toplumsal gruplar. Suğur, N. (Editör), İnsan ve toplum içinde (s. 2-23). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları.
- Tükel, İ. (2014). *Tüketimin yeni aktörleri: “y kuşağı”*. <http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/TuketimYeniAktorYkusagiKASIM2014.pdf> (Erişim Tarihi: 07.12.2021)
- Türkiye’ye özgü beslenme rehberi. Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü. Ankara, 2015. <http://tekinakpolat.com/wp-content/uploads/2017/12/turkiye-beslenme-rehberi.pdf> (Erişim Tarihi:15.10.2021)
- Ünlüöner, K. ve Tayfun, A. (2003). Turistlerin yerli halkın tüketim davranışlarına etkileri üzerine ampirik bir araştırma. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (10), 0-0.
- Ünsal, A. (2019). Beslenmenin önemi ve temel besin öğeleri. *Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2 (3), 1-10.
- Walker, E. (2003). *The value generational marketing*. <https://www.thinkadvisor.com/2003/07/20/the-value-of-generational-marketing/?slreturn=20220102164657> (Erişim Tarihi:02.02.2022)
- Wilkie, William, L. (1994). *Consumer behavior*, Wiley. Third Edition, New York.
- Yücel, B. (2015). *Sağlık çalışanlarının beslenme alışkanlıkları ve beslenme bilgi düzeylerinin incelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Başkent Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Yüksekbilgili, Z. (2013). Türk tipi y kuşağı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* 3, 12 (45), 342-353.
- Zeren, H. Z. (2022). *Comparison of nutritional habits of x, y and z generations*. Unpublished Master’s Thesis. İstanbul: Yeditepe University, Institute of Health Sciences.

http-1:

<https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi:28.04.2023)

http-2:

<https://www.medicalpark.com.tr/saglikli-beslenme/hg-2341>
(Erişim Tarihi:03.02.2022)

http-3:

<https://www.ent.com.tr/vucut-yag-orani-364s.html> (Erişim Tarihi: 15.10.2021)

http-4:

<https://globalenstitu.com/bolum/tuketici-davranislari/> (Erişim Tarihi:03.02.2022)

http-5:

<https://www.bilgipedia.com.tr/tuketici-davranislarini-etkileyen-faktorler/>
(Erişim Tarihi: 28.01.2022)

http-6:

<https://www.tuik.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 03.06.2023)

http-7:

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/gen-z?q=gen+z>
(Erişim Tarihi: 15.07.2023)



EKLER

EK-1. TÜİK Bilgi Talebi



EK-2. Altıeylül ve Karesi İlçeleri Yaşa Göre Nüfus Bilgisi

	YAŞ	ALTIEYLÜL	KARESİ	TOPLAM
Z KUŞAĞI	12	2,408	2,254	56.075
	13	2,323	2,477	
	14	2,284	2,502	
	15	2,270	2,438	
	16	2,299	2,439	
	17	2,182	2,315	
	18	2,613	2,133	
	19	3,119	2,201	
	20	4,084	2,425	
	21	3,143	2,688	
	22	2,849	2,629	
Y KUŞAĞI	23	3,033	2,519	102.776
	24	3,094	2,536	
	25	2,754	2,449	
	26	2,742	2,439	
	27	2,724	2,413	
	28	2,769	2,420	
	29	2,514	2,384	
	30	2,536	2,554	
	31	2,470	2,578	
	32	2,467	2,580	
	33	2,633	2,722	
	34	2,603	2,722	
	35	2,687	2,725	
	36	2,698	2,720	
	37	2,716	2,892	
	38	2,715	2,963	
	39	2,782	2,927	
	40	3,041	3,155	
	41	3,013	3,087	
X KUŞAĞI	42	2,962	3,001	85.371
	43	2,917	3,077	
	44	2,878	3,054	
	45	2,861	2,986	
	46	2,663	2,859	
	47	2,723	2,766	
	48	2,735	2,909	
	49	2,603	2,669	
	50	2,585	2,670	
	51	2,600	2,552	
	52	2,461	2,516	
	53	2,470	2,545	
	54	2,226	2,377	
	55	2,389	2,362	
	56	2,513	2,551	
	57	2,429	2,462	
TOPLAM				244.222
Altıeylül İlçesi Toplam Nüfus				185.038
Karesi İlçesi Toplam Nüfus				185.118
Balıkesir İli Toplam Nüfus				1.250.610

EK-3. Anket Formu

X, Y ve Z KUŞAKLARININ BESLENME ALIŞKANLIKLARININ İNCELENMESİNE YÖNELİK ANKET FORMU

Değerli Katılımcı,

Bu çalışmanın amacı, X, Y ve Z kuşağında bulunan bireylerin beslenme alışkanlıkları arasındaki farkları ortaya koymaktır. Ankette bulunan sorulara vereceğiniz cevaplar tarafımızca gizli tutulacak ve tamamen bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Anket sonuçlarının sağlıklı olabilmesi için soruları samimi ve doğru yanıtlamanız önem arz etmektedir. Katılımınız ve ilginiz için şimdiden teşekkür ederim. Anket formu hakkındaki soru, görüş ve önerilerinizi aşağıda bulunan mail adresine gönderebilirsiniz.

Betül TERLEMEZOĞLU

Balıkesir Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü

Yaşınız:

Cinsiyetiniz: () Kadın () Erkek

Medeni Durumunuz: () Evli () Bekar

Çalışma Durumunuz:

- () Çalışmıyor
- () Öğrenci
- () Özel Sektör Çalışanı
- () Kamu Çalışanı
- () Emekli

Eğitim Düzeyiniz:

- () Okuryazar Değil
- () Okuryazar
- () İlkokul
- () Ortaokul
- () Lise
- () Önlisans
- () Lisans
- () Yüksek Lisans
- () Doktora

Genellikle günde kaç öğün yemek yersiniz? (Sayı olarak belirtiniz)

..... Ana Öğün (Sabah, Öğle, Akşam)

..... Ara Öğün (Kuşluk, İkinci, Gece)

Genellikle ana öğün atlar mısınız? ()Evet ()Hayır

Cevabınız evet ise hangi ana öğünü atlıyorsunuz? ()Sabah ()Öğle ()Akşam

Genellikle ara öğün atlar mısınız? ()Evet ()Hayır

Cevabınız evet ise hangi ara öğünü atlıyorsunuz? ()Kuşluk ()İkinci ()Gece

Öğün atlama nedenleriniz nelerdir?

- ()İştahsızlık
- ()İşe/okula geç kalma
- ()Yemekleri beğenmeme
- ()Ekonomik Yetersizlik
- ()Önemsememe
- ()Hazırlayanın Olmaması
- ()Zayıflama İsteği
- ()Diğer(Belirtiniz)

Günlük su tüketiminiz nedir? (Belirtiniz) Lt.

Yeterli ve dengeli beslendiğinizi düşünüyor musunuz?

()Evet ()Hayır ()Bilmiyorum

Besinleri tüketiminizde nelere dikkat edersiniz? ('X' işareti koyunuz.)

	Evet	Hayır
Kolay Hazırlanabilir Olmasına		
Pişirme Yöntemine (Izgara, Kızartma, Buğulama Vs.)		
Ekonomik Olmasına		
Doyurucu Olmasına		
Lezzetli Olmasına		
Sübjektif Kalite Kriterlerine (Tat, Koku, Kıvam, Renk)		
Katkı Maddesi İçermemesine		
Az Yağlı Olmasına		
Organik Besin Olmasına		
Genellikle Evde Tüketilmesine		

Beslenme alışkanlığınızı ve besin seçiminizi en çok kim etkiler?

- ()Kendim
- ()Ailem
- ()Arkadaşlarım
- ()Diyetisyen
- ()Medya
- ()Doktor

Günlük beslenmenize ek olarak vitamin-mineral kullanıyor musunuz?

()Evet ()Hayır

Hangi durum ya da durumlarda yemek alışkanlığınız değişiyor?

- ☐ Mutlu olduğumda
- ☐ Öfkeli olduğumda
- ☐ Gergin, stresli olduğumda
- ☐ Yorgun olduğumda
- ☐ Üzgün olduğumda
- ☐ Başarısız olduğumda
- ☐ Değişmiyor

Teşhis edilmiş kronik bir rahatsızlığınız var mı? ☐ Evet ☐ Hayır



EK-3. Anket Formu (Devamı)**BESLENME ALIŞKANLIKLARI ÖLÇEĞİ**

İFADELER	Tamamıyla karşıyım(5)	Çoğunlukla karşıyım(4)	Kararsızım(3)	Çoğunlukla katılıyorum(2)	Tamamıyla katılıyorum(1)
	5	4	3	2	1
Yağsız yiyecekler yemeyi tercih ederim.					
Yemek yemek benim için bir zevktir.					
Pek çok yemeği severim.					
Abur cubura bayılırım.					
Tatlılardan fazla hoşlanmam.					
Bazen yemek yemeyi unuttuğum olur.					
Öğün aralarında hiçbir şey yemem.					
Yemek yiyen insanları görünce acıktığımı anlarım.					
Televizyon seyrederken sık sık atıştırırım.					
Gece acıkınca yemek yemeyi severim.					
Ayaküstü bir şeyler yemeyi severim.					
İştahım pek yerinde değildir.					
Fazla kilom var.					
Su içsem yarıyor.					
Şişman olmakta bir sakınca görmüyorum.					
Düzenli olarak diyet uyguluyorum.					
Spor yapan herkes zayıflayabilir.					
Rejim yapmak zayıflamak için ön koşuldur.					
Zayıflamak isteyen abur cubur yemez.					
Kalorisi düşük yemekler yemek zayıflamak için şarttır.					
Zayıflamak isteyen bir kimse mutlaka diyetisyen kontrolüne girmelidir.					
İstedğim zaman rahatlıkla kilo alabiliyorum.					
Hareketsizlik şişmanlatır.					
İstedğim zaman rahatlıkla kilo alabiliyorum.					
Rejim yaparak zayıflayan bir kimse tekrar şişmanlamaz.					
Kilolu insanlar daha sağlıklıdır.					
Bayanlar daha kolay kilo alıyorlar.					
Kilo kadınlar için önemli bir sorundur.					
Kilo erkekler için önemli bir sorundur.					
En çok bayanlar kilo konusunu problem yapıyorlar.					
Şişman insanlar alay konusu olabilir.					
Şişmanlar rahatına düşkün insanlardır.					
Şişman kişileri cinsel yönden çekici bulmam.					
Zayıf bir sevgilim (eşim) olsun isterim.					
Şişmanlayacağım diye endişeleniyorum.					
Kilo aldığım zaman kendimi iğrenç hissediyorum.					
Başıma gelebilecek en kötü şeylerden biri şişmanlıktır.					
Bazı insanların şişman olmalarının sebebi hiç irade sahibi olmamalarıdır.					

Şişman kişileri ciddiye almakta zorluk çekiyorum.					
Kilolu insanlardan pek hoşlanmam.					
Şişmanlık hiç sağlıklı bir şey değildir.					
Şişman kişiler çoğunlukla kendi hatalarından şişmanlamışlardır.					
Şişman insanların bir kısmı akıllı olduğu halde genelde normal insanlar kadar zeki olmazlar.					
Şişman kişileri güvenilmez buluyorum.					
Şişman arkadaşım pek yoktur.					
Eğer işveren olsaydım şişman birini işe almazdım.					
Şişmanlar kendimi rahatsız hissetmeme sebep olur.					
Arkadaşlarım zayıf olmanın çok önemli olduğunu düşünür.					
Kültürümüzde zayıf olmak önemsizdir.					
Bence şişman olmak önemli bir konu değil.					
Şişman kişileri çok çekici buluyorum.					
Ülkemizde şişman sayısı çok fazladır.					
Kültürümüzde şişmanlık iyi bir şeydir.					
Kültürümüzde zayıf kişiler daha çekici bulunmaktadır.					
Sağlığım iyi olmayacağı için şişman olmak istemem.					
Kişisel görünümüm bozulacağı için şişman olmak istemem.					
Herkes zayıf kişileri seveceği için zayıf olmak isterim.					
Fiziksel rahatsızlık hissetmemek için zayıf olmak isterim.					
Kendimin kontrolden yoksun olduğumu göstermemek için şişman olmak istemem.					
Kıyafetler zayıfların üstünde daha iyi duracağı için zayıf olmak isterim.					
Bence şişmanlık kalıtsaldır.					
Bence herkes kilosunu kontrol edebilir.					
Kilo kontrol dışı bir olgudur.					
Kilo vermenin irade ile ilgisi yoktur.					
Şişman kişiler bir parça egzersiz ile en azından biraz kilo kaybedebilirler.					

