



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Gül Damla KILIÇ

RESTORANLAR BAĞLAMINDA SAĞLIK VE LEZZET İKİLEMİ: SAĞLIK VE
LEZZETE İLİŞKİN DEĞİŞKENLERİN YEMEK SEÇİMİNE ETKİSİ

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı
Doktora Tezi

Antalya, 2024



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Gül Damla KILIÇ

RESTORANLAR BAĞLAMINDA SAĞLIK VE LEZZET İKİLEMİ: SAĞLIK VE
LEZZETE İLİŞKİN DEĞİŞKENLERİN YEMEK SEÇİMİNE ETKİSİ

Danışman

Prof. Dr. Bahattin ÖZDEMİR

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı

Doktora Tezi

Antalya, 2024

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Gül Damla KILIÇ'ın bu çalışması jürimiz tarafından Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Ana Bilim Dalı Doktora Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Özgür GÖLGE (İmza)

Üye (Danışmanı) : Prof. Dr. Bahattin ÖZDEMİR (İmza)

Üye : Prof. Dr. Ebru İÇİGEN (İmza)

Üye : Doç. Dr. Oğuz NEBİOĞLU (İmza)

Üye : Doç. Dr. Bahar GÜMÜŞ (İmza)

Tez Başlığı: Restoranlar Bağlamında Sağlık ve Lezzet İkilemi: Sağlık ve Lezzete İlişkin
Değişkenlerin Yemek Seçimine Etkisi

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 18/07/2024

Mezuniyet Tarihi : 08/08/2024

(İmza)
Prof. Dr. Seda BAYRAKTAR
Müdür

AKADEMİK BEYAN

Doktora Tezi olarak sunduğum “Restoranlar Bağlamında Sağlık ve Lezzet İkilemi: Sağlık ve Lezzete İlişkin Değişkenlerin Yemek Seçimine Etkisi” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımda yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

Gül Damla KILIÇ





T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU BEYAN BELGESİ

Öğrenci Bilgileri	
Adı-Soyadı	Gül Damla KILIÇ
Öğrenci Numarası	20185287004
Anabilim Dalı	Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı
Programı	Gastronomi ve Mutfak Sanatları Doktora Programı
Danışman Öğretim Üyesi Bilgileri	
Unvanı, Adı-Soyadı	Prof. Dr. Bahattin ÖZDEMİR
Doktora Tez Başlığı	Restoranlar Bağlamında Sağlık ve Lezzet İkilemi: Sağlık ve Lezzete İlişkin Değişkenlerin Yemek Seçimine Etkisi
Turnitin Bilgileri	
Ödev Numarası	2428107747
Rapor Tarihi	06.08.2024
Benzerlik Oranı	Alıntılar hariç: % 4 Alıntılar dahil: % 5
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE, Yukarıda bilgileri bulunan öğrenciye ait tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 298 sayfalık kısmına ilişkin olarak Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esaslarında belirlenen filtrelemeler uygulanarak yukarıdaki detayları verilen ve ekte sunulan rapor alınmıştır. Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir: (X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylarım. () Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esaslarında öngörülen yüzdeler sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.	
Gerekçe:	
Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlere uygun olarak tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.	
Danışman Öğretim Üyesi Unvanı, Adı-Soyadı Prof. Dr. Bahattin ÖZDEMİR İmza	

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ	iv
TABLolar LİSTESİ	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	viii
TEŞEKKÜR.....	x
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

RESTORANLARDA SAĞLIK VE YEMEK TÜKETİMİ	6
1.1. Sağlık Bilinci	6
1.1.1. Sağlık Bilincinin Boyutları ve Öncülleri	11
1.1.2. Sağlık Bilincinin Tüketici Davranışlarına Etkisi.....	17
1.2. Yiyeceklerin Sağlıklı Algılanması ve Öznel Bilgi.....	27

İKİNCİ BÖLÜM

LEZZET VE RESTORANLARDA YEMEK SEÇİMİ	46
2.1. Lezzet Kavramı	46
2.1.1. Tat Uyarıcıları.....	51
2.1.2. Aroma	53
2.2. Lezzet Deneyimi	55
2.2.1. Bireysel Faktörler	56
2.2.2. Çevresel Faktörler.....	57
2.3. Lezzet Tutumu	62
2.4. Yemek Seçim Kavramı (Restoranlar Bağlamında).....	75
2.4.1. Yemek Seçimine İlişkin Kavramsal Modeller	78
2.4.2. Restoranlarda Yemek Seçiminde Önemlenen Faktörler	80
2.4.3. Yemek Seçimini Açıklamada Kullanılan Teoriler ve Kavramsal Çerçeveler	83
2.5. Yiyecek İlgilenimi	85
2.5.1. Yiyecek İlgileniminin Öncülleri ve Boyutları	87
2.5.2. Turizm ve Restoran Bağlamında Yiyecek İlgilenimi	89
2.6. Sağlık ve Lezzet İkilemi	93

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SAĞLIK BİLİNCİ, ÖZNEL BİLGİ, YİYECEKLERİN SAĞLIKLI ALGILANMASI, LEZZET VE YEMEK SEÇİMİ İLİŞKİSİ: YİYECEK İLGİLENİMİ VE SAĞLIKLI-LEZZETLİ YEMEK UYARANININ DÜZENLEYİCİ ETKİSİ.....	
3.1. Araştırma Modeli ve Hipotezler	96
3.2. Araştırma Alanı.....	114
3.3. Ölçüm Aracı.....	115
3.3.1. Ölçeklerin Seçilmesi.....	115
3.3.2. Ölçek Türünün Belirlenmesi	119
3.3.3. Ölçeklerin Çeviri Değişmezliği.....	120
3.3.4. Soru Formunun Tasarımı.....	121
3.3.4.1. Çevrimiçi Soru Formu.....	121
3.3.5. Ön Test Uygulanması	122
3.3.6. Pilot Uygulama.....	123
3.4. Veri Toplama	127
3.5. Veri Analizi.....	131
3.6. Bulgular.....	131
3.6.1. Birinci Ampirik Çalışmanın Bulguları	131
3.6.1.1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bulgular	131
3.6.1.1.1. Birinci Ampirik Çalışma İçin Ölçüm Modeline İlişkin Bulgular	132
3.6.1.1.2. Birinci Ampirik Çalışma İçin Yapısal Modele İlişkin Bulgular.....	135
3.6.1.1.3. Düzenleyici Etki Analizine İlişkin Bulgular.....	137
3.6.2. İkinci Ampirik Çalışmanın Bulguları	140
3.6.2.1. Katılımcılara İlişkin Demografik Özellikler	140
3.6.2.2. Ampirik Çalışma 2 İçin Ölçüm Modeline İlişkin Bulgular.....	141
3.6.2.3. Yapısal Modele İlişkin Bulgular	143
3.6.2.4. Düzenleyici Etki Modeline İlişkin Bulgular	145
SONUÇ	148
KAYNAKÇA.....	161
Ek 1: Birinci Ampirik Araştırma İçin Senaryo Örneği.....	233
Ek 2: İkinci Ampirik Araştırma İçin Senaryo Örneği.....	238
Ek 3: Çeviri Değişmezliğine İlişkin Analiz Sonuçları	241
Ek 4: Soru Formları 1 ve 2	244

Ek 5: Birinci Ampirik Araştırmanın Ölçüm Modelinin (DFA) İstatiksel Analiz Program Çıktısı.....	278
Ek 6: Birinci Ampirik Araştırmanın Yapısal Modelinin İstatiksel Analiz Program Çıktısı.....	278
Ek 7: Birinci Ampirik Araştırma İçin Düzenleyici Değişken Analiz Program Çıktısı	279
Ek 8: İkinci Ampirik Araştırmanın Ölçüm Modelinin (DFA) İstatiksel Analiz Program Çıktısı.....	279
Ek 9: İkinci Ampirik Araştırmanın Yapısal Modelinin İstatiksel Analiz Program Çıktısı	280
Ek 10: İkinci Ampirik Araştırma İçin Düzenleyici Değişken Analizi	280
ÖZGEÇMİŞ.....	281

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1 Koruma Motivasyon Teorisi	26
Şekil 1.2 Nesnel ve Öznel Bilgi Arasındaki İlişki.....	29
Şekil 2.1 Lezzet Deneyimine İlişkin Süreç	55
Şekil 2.2 Hedef Çatışma Modeli	70
Şekil 2.3 Yiyeceğe Erişime İlişkin Kavramsal Model	79
Şekil 2.4 Yiyecek Seçimine İlişkin Kavramsal Model.....	80
Şekil 2.5 Restoranda Yemek Seçim Faktörleri.....	81
Şekil 3.1 Birinci Ampirik Çalışma İçin Geliştirilen Araştırma Modeli	99
Şekil 3.2 İkinci Ampirik Çalışma İçin Geliştirilen Araştırma Modeli	107
Şekil 3.3 Öznel Bilginin Lezzet Tutumuna Etkisinde Yiyecek İlgilenimin Düzenleyici Rolü	140
Şekil 3.4 Lezzet Algılamasının Yemek Seçim Niyetine Etkisinde Sağlık ve Lezzet Uyaranının Düzenleyici Rolü	147

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1 Sağlık Bilinci Tanımlarında Öne Çıkan Kavramlar	8
Tablo 1.2 Sağlık Bilinci Boyutları.....	13
Tablo 1.3 Sağlık Bilinci Düzeyini Etkileyen Faktörler	14
Tablo 1.4 Çalışmalarda Kullanılan Kuramlar.....	18
Tablo 1.5 Yiyeceklerin Sağlıklı Algılanmasında Belirleyiciler ve Engelleyiciler	32
Tablo 1.6 Yiyeceklerin Sağlıklı Algılanmasını Açıklamada Kullanılan Kuramlar.....	40
Tablo 2.1 Anatomi ve Gıda Bilimi Açısından Lezzetin Tanımları	47
Tablo 2.2 Tat Algısını Belirleyen Temel Mekanizmalar ve İlişkili Faktörler.....	52
Tablo 2.3 Gastronomi Bağlamında Yapılan Lezzetle İlgili Çalışmalar	64
Tablo 2.4 Yiyecek Seçiminde Bireysel ve Duyusal Öncüller	76
Tablo 2.5 Yemek Seçimini Açıklamada Yararlanılan Kuramsal Çerçeveler.....	84
Tablo 3.1 Birinci Ampirik Çalışmadaki Ölçekler İçin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları .	126
Tablo 3.2 İkinci Ampirik Çalışmadaki Ölçekler İçin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları...	127
Tablo 3.3 Birinci Ampirik Çalışmadaki Değişkenlere ilişkin Ortalama, Standart Sapma, Çarpıklık ve Basıklık Değerleri.....	129
Tablo 3.4 İkinci Ampirik Çalışmadaki Değişkenlere ilişkin Ortalama, Standart Sapma, Çarpıklık ve Basıklık Değerleri.....	130
Tablo 3.5 Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler.....	132
Tablo 3.6 Ölçüm Modeline İlişkin Doğrulamalı Faktör Analiz Sonuçları.....	133
Tablo 3.7 Ölçeklere İlişkin Yapı Geçerliliği	134
Tablo 3.8 Yapısal Modele İlişkin Sonuçlar	136
Tablo 3.9 Yiyecek İlgileniminin Düzenleyici Rolüne İlişkin Yol Analizi Bulguları.....	138
Tablo 3.10 Yiyecek İlgileniminin Düzenleyici Rolü.....	139
Tablo 3.11 İkinci Ampirik Araştırma İçin Demografik Özellikler	140
Tablo 3.12 Manipülasyon Sorularının Bulguları.....	141
Tablo 3.13 Ölçüm Modeline İlişkin Doğrulamalı Faktör Analiz Sonuçları.....	142
Tablo 3.14 İkinci Ampirik Araştırma için Yakınsama ve Ayrışma Geçerliliği ile Yapı Güvenirliği.....	143
Tablo 3.15 İkinci Ampirik Araştırma İçin Yapısal Model Sonuçları.....	144
Tablo 3.16 Sağlık ve Lezzet Uyarısının Düzenleyici Rolüne İlişkin Yol Analizi	145
Tablo 3.17 Sağlıklı veya Lezzetli Olarak Sunulan Yemeğin Düzenleyici Rolü	146

ÖZET

“Sağlıksız = Lezzetli” inancı genelde bireylerin yemek seçimini zorlaştıran bir unsurdur. Literatürde tüketicilerin yemek tüketme sırasında sağlık ve lezzet açısından ikilem yaşadığı düşünülmektedir. Benzer ikilemin restoranlar bağlamında da gerçekleştiği varsayılmaktadır. Tüketicilerin yemek seçimlerini doğrudan etkileyebilecek bir dizi unsuru içerdiğinden yemeklerin sağlık ve lezzet algısını etkileyen faktörleri anlamak için restoran ortamını göz önünde bulundurmak önemli hale gelmektedir. Buradan hareketle bu çalışmanın amacı tüketicilerin fine-dining tarzı kaliteli restoranlar bağlamında yemek seçimlerini etkileyen sağlık ve lezzete ilişkin değişkenlerin incelenmesidir. Bu çerçevede iki tane ampirik araştırma gerçekleştirilmiştir. Birinci ampirik araştırma kapsamında sağlık bilinci, öznel bilgi ve lezzet tutumu değişkenlerinin sağlıklı yemek seçim niyetini nasıl etkilediğini belirlemek ve bu ilişkide yiyecek ilgileniminin düzenleyici rolünü değerlendirmek amaçlanmıştır. İkinci ampirik araştırma için, sağlık bilincinin ötesinde yiyeceklerin sağlıklılığı ve lezzet algısı ile sağlıklı veya lezzetli olarak sunulan yemekler arasında seçim yapma niyeti arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu çalışmada, örneklem olarak seçilen restoran menüsü, Akdeniz mutfağının zengin lezzetlerini yansıtan çeşitli yemeklerden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemini, ayda en az bir kez kaliteli hizmet sunan restoranları ziyaret eden 18 yaş ve üzeri bireylerden oluşmaktadır. Ölçüm modelinin geçerliliği ve güvenilirliği için doğrulayıcı faktör analizi ve araştırma modelinde yer alan hipotezlerin testi için de yapısal eşitlik modelinden yararlanılmıştır. Birinci ampirik araştırmada tüketicilerin sağlık bilincinin sağlıklı yemek seçme niyetini olumlu yönde etkilediği tespit edilirken, öznel bilgi ve lezzete ilişkin tutumun sağlıklı yemek seçme niyetini beklendiği şekilde etkilemediği tespit edilmiştir. Son olarak, öznel bilgi ve lezzete ilişkin tutum arasındaki ilişkide yiyecek ilgileniminin düzenleyici rolü olduğu anlaşılmaktadır. Yiyecek ilgilenimi arttıkça öznel bilginin lezzet tutumu üzerindeki etkisinin zayıfladığı görülmektedir. İkinci ampirik çalışma ise daha spesifik bir bağlama odaklanmış ve katılımcıların sağlıklı ya da lezzetli yemek uyarılarına maruz kaldıklarında yemek seçme niyetlerini incelemiştir. Sağlık bilincinin; yiyeceklerin sağlıklı ve lezzetli algılanmasının ve tüketicilere sunulan sağlıklı veya lezzetli yemek uyarılarından yemek seçme niyetini etkilediği ikinci ampirik araştırma bulgularıyla ortaya konulmaktadır. Sonuç olarak elde edilen bulgular, fine-dining restoranlarda sağlık-lezzet ikilemi bağlamında tüketicilerin yemek seçme niyetlerine ilişkin anlayışımıza katkıda bulunarak uygulayıcılar ve gelecekteki araştırmalar için faydalı bilgiler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sağlıksız=Lezzetli İnancı, Lezzet Algılaması, Lezzet Tutumu, Öznel Bilgi, Yiyeceklerin Sağlıklı Algılanması, Yemek Seçme Niyeti.



ABSTRACT

HEALTH AND TASTE DILEMMA IN THE CONTEXT OF RESTAURANTS: THE EFFECT OF HEALTH AND TASTE VARIABLES ON FOOD CHOICE

The belief that “Unhealthy = Tasty” is often a factor that complicates individuals' food choices. This study explores the health-taste dilemma by examining variables related to health and taste and their impact on food choice. The literature suggests that consumers experience a dilemma between health and taste during food consumption. It is presumed that a similar dilemma occurs in the context of restaurants as well. Given that restaurants encompass a variety of elements that can directly influence consumers' food choices, it becomes important to consider the restaurant environment to understand the factors affecting the perception of healthiness and taste of food. Therefore, the aim of this study is to examine the variables related to health and taste that influence consumers' food choices in the context of fine-dining restaurants. In this framework, two empirical studies were conducted.

The first empirical study aims to determine how variables such as health consciousness, subjective knowledge, and taste attitude affect the intention to choose healthy food, and to evaluate the moderating role of food involvement in this relationship. The second empirical study aims to examine the relationship between health consciousness, the perception of food healthiness and taste, and the intention to choose between foods presented as healthy or tasty. In this study, the restaurant menu selected as the sample encompasses a diverse array of dishes representing the rich culinary heritage of Mediterranean cuisine. The sample population comprises individuals aged 18 and above who frequent establishments providing high-quality service at least once a month. Confirmatory factor analysis was utilized to test the validity and reliability of the measurement model, and structural equation modeling was employed to test the hypotheses within the research model. The findings of the first empirical study indicate that consumers' health consciousness positively influences the intention to choose healthy food, while subjective knowledge and taste attitude do not affect the intention to choose healthy food as expected. Additionally, it was found that food involvement moderates the relationship between subjective knowledge and taste attitude; as food involvement increases, the effect of subjective knowledge on taste attitude weakens.

The second empirical study focuses on a more specific context, examining participants' intentions to choose food when exposed to healthy or tasty food stimuli. The findings of the second empirical study reveal that health consciousness affects the intention to choose food in terms of the perception of food healthiness and taste, as well as the healthy and

tasty food stimuli presented to consumers. In conclusion, the findings contribute to our understanding of consumers' food choice intentions in the context of the health-taste dilemma in fine-dining restaurants, providing valuable insights for practitioners and future research

Keywords: Unhealthy=Tasty Belief, Taste Perception, Taste Attitude, Subjective Knowledge, Perceived Healthiness of Foods, Food Choice Intention.



TEŞEKKÜR

Tez çalışmamın her aşamasında, zorlandığım her anımda benden desteğini esirgemeyen, her daim yanımda olan, bilgi ve tecrübelerinden çokça faydalandığım, öğrencisi olmaktan gurur duyduğum, çalışma disiplini, bakış açısı ve kusursuz yönlendirmeleriyle akademik gelişimime katkı sağlayan ve lisansüstü eğitime başladığım ilk günden itibaren danışmanlığımı yürüten Sayın Prof. Dr. Bahattin ÖZDEMİR hocama;

Bu çalışmanın her aşamasında değerli görüşlerini benimle paylaşarak bana rehberlik eden ve yardımlarını esirgemeyen Sayın Prof. Dr. Ebru İÇİGEN ile Doç. Dr. Bahar GÜMÜŞ hocalarıma;

Çok kıymetli jüri üyeleri Sayın Prof. Dr. Özgür Gölge ve Doç. Dr. Oğuz Nebioğlu hocalarıma;

Her zaman yanımda olan, beni dinleyen, bana inanan ve her zaman en iyisini yapmam için beni teşvik eden, gülüşlerimiz, gözyaşlarımız, başarılarımız ve başarısızlıklarımız... Her ânımı ve duygumu beraber yaşadığım, mutlu anlarımda sevincimi paylaşan, üzgün olduğumda beni teselli eden, zorlandığımda bana destek olan, sanki her zaman ne hissettiğimi biliyormuşçasına doğru adımları atmama yardımcı olan, hayatımdaki varlığına şükrettiğim, ona duyduğum sevgi ve minneti kelimelere dökemediğim, yoldaşım, sırdaşım ve can dostum Feriha BEYPINAR'a;

Ruhuma şifa olan, birlikte huzuru bulduğum, konuştuğunda beni büyüleyen, yanındayken zamanın nasıl geçtiğini anlayamadığım, beni güldüren, bana öğreten, kalbimdeki yerini tarif edemediğim, çok kıymetli dostum Şeyma YENİOĞLU'na;

Arkadaştan öte, birbirimizi ne kadar iyi tanıdığımızı ve ne kadar az sözle bile iletişim kurabildiğimizi bildiğim, sadece dostlarım değil, aynı zamanda ailemden birer parça olan, birbirimizin varlığına her daim şükrettiğimiz, çok sevgili dostlarım, Bircan NAZLIOĞLU, Övgü ÖZER ve Ayşe VATANSEVER'e;

Çalışmalarım süresince ve uzun yıllardır yanımda olan, göstermiş olduğu sabır ve emeğinden ötürü minnet duyduğum, desteğini her daim yanımda hissettiğim çok kıymetli hocam Fatih Mehmet ŞEN'e;

Hem öğreten hem de öğrenen olma fırsatını bana sunan, sevgisi ve şefkatiyle her daim yanımda olduğunu hissettiren, desteğiyle beni motive eden çok değerli Beyza İNAN'a

Çalışma arkadaşlarım, bir ağabey gibi gördüğüm, her zamanda desteğini yanımda hissettiğim çok kıymetli Selim ASLAN ve çok kıymetli, kız kardeşim Cennet İNAN'a;

Son olarak beni bu dünyaya getiren, büyüten, eğiten, bana sevgiyi ve şefkati öğreten, kalbimin birer parçası olan, canım anneme ve babama, kardeşim Eser'e ve yine ailem gibi gördüğüm, çocukluğumdan itibaren bana gösterdikleri karşılıksız sevgi ve emekleri için minnet ve hayranlık duyduğum çok sevgili Hasan Beypınar ve Zahide Beypınar'a, ardından süreçte desteği olan herkese çok ama çok teşekkür ederim.

Akademik yolculuğum boyunca rehberliğini ve bilgeliğini daima hatırlayacağım, değerli hocam Osman Çalışkan'ın anısına, sevgi ve minnetle.

Damla KILIÇ
Antalya, 2024



GİRİŞ

Son yıllarda dışarıda yemek yeme alışkanlığının yaygınlaşması, tüketicilerin sağlıklı beslenme konusundaki farkındalıklarını artırmıştır (Story vd., 2008). Bu durum, bireyleri dışarıda yemek yerken sağlıklı ve lezzetli seçenekler arasında bir seçim yapmaya itebilir ve bir tür ikilem yaratabilir (Raghunathan vd., 2006; Briers vd., 2020). Literatürdeki çalışmalar restoran menülerinde sağlıklı yiyecek seçeneklerinin geçmişe göre artmış olduğunu gösterse de menülerin tamamının sağlıklı olduğunu söylemek zordur (Haws ve Liu, 2016; Rummo vd., 2023). Sağlıklı beslenmeye özen gösteren bireyler restoran dışı ortamlarda sağlıklı beslenmeyi başarsalar da (Eck vd., 2019; Caso vd., 2022), restoranlarda karşılaşılan lezzetli yiyecekler, sağlıksız seçimler yapmalarına neden olabilir (Hwang vd., 2021). Ayrıca, tüketicilerin restoranlarda yemek yeme motivasyonu sadece beslenme ihtiyacından kaynaklanmamaktadır. Restoran deneyimi aynı zamanda keyifli ve sosyal bir aktivite olarak da algılanmaktadır (Hsu vd., 2018). Özellikle fine-dining gibi yüksek kaliteli hizmet ve seçkin bir atmosfer sunan restoranlarda yemek yemeyi özel ve ödüllendirici bir deneyim olarak gören bireylerde, sağlık ve lezzet arasındaki ikilemin daha sık yaşanması muhtemeldir. Ancak bu tarz kaliteli hizmet sunan restoranlarda sağlıklı yemek seçenekleri sunmaya giderek daha fazla özen gösterildiği söylenebilir.

Sağlıklı ve lezzetli yemek deneyiminin bir arada sunulduğu restoranlarda yemek seçimini anlamak önemlidir. Sağlıklı yemek tüketimi özellikle, restoranlarda organik yiyecek seçimi, diyet ve beslenme alışkanlıklarının sürdürülmesi, gıda güvenliği bilgisi, sağlıklı yiyecekler için ödeme yapma isteğinin yanı sıra kalite ve değer algılaması ve menü tasarımı ile ilişkilendirilmiştir (Story vd., 2008; Sun, 2013; Ellison vd., 2013; Lee vd., 2014; Her ve Seo, 2017; Jin vd., 2017a; Shafieizadeh vd., 2023). Tüketiciler arasında sağlık endişeleri ve lezzet kadar yiyeceklerin sağlık yönlerine olan ilginin artması restoranlar bağlamındaki yemek seçiminde sağlık ve lezzetle ilgili değişkenlerin arasındaki ilişkiyi incelemeyi zorunlu kılmaktadır (Shin vd., 2019). Bu nedenle, sağlık bilinci restoranlarda yemek seçimi modelinde önemli bir değişkendir.

Literatürdeki çalışmaların önemli bir bölümüne göre tüketicilerin sağlıklı beslenme ve lezzetli yiyecekler tüketme arasında yaşadığı ikilem, yiyecek seçimlerinde belirleyici bir rol oynar. Bunun temelinde “sağlıksız = lezzetli” inancı olarak bilinen ve insanları sağlıksız yiyeceklerin daha lezzetli olduğuna inanmaya iten yaygın bir algı yatmaktadır (Raghunathan vd., 2006; Garaus ve Lalicic, 2021). Sağlıklı olarak bilinen yiyeceklerin genellikle lezzetsiz veya az lezzetli olduğu algısı bir dizi faktörden etkilenir. Bunlar arasında enerji yoğun

gıdalara yönelik evrimsel tercihler, kültürel ve sosyal normlar, sağlığa ilgi, öznel bilgi ve kilo hedefleri gibi bireysel özellikler, önceki deneyimler ve alışkanlıklar, bilgi eksikliği ve sağlıklı yiyeceklerin daha pahalı olduğu düşüncesi yer alır (Saba vd., 2019; Capelli ve Thomas, 2021). Sağlık ve lezzet arasındaki ikilem, aynı zamanda bireyin kısa vadeli lezzet istekleri ile uzun vadeli sağlık hedefleri arasındaki çatışmayı yansıtmaktadır (Briers vd., 2022). Bu çatışmanın aşılmasında bireyin sağlık konusundaki bilincinin yararı olacağı düşünülebilir.

Sağlıklı beslenme araştırmalarında, bireyin sağlık bilinci ile gelişen sağlıklı yaşam tarzı önemli bir değişken olarak öne çıkmaktadır (James vd., 2022). Fiziksel, zihinsel ve duygusal sağlığı destekleyen davranış ve alışkanlıkları içeren bu tarz (Boustani ve Guine, 2020) düzenli egzersiz, sigara içmeme, stres yönetimi ve dengeli beslenme gibi davranışları içerir (Bennett vd., 2022). Sağlık bilinci, bireyleri sağlıklı davranışlara yönlendiren psikolojik bir eğilimdir (Michaelidou ve Hassan, 2008) ve literatürde fiziksel aktivite, diyet, kilo kontrolü ve beslenme gibi faktörlerle ilişkilendirilmiştir (Wood ve Shukla, 2016; Stegrist vd., 2022; Sakib vd., 2020). Ancak, restoranlardaki tüketici davranışlarında sağlık bilincinin rolünü araştıran çalışmalar sınırlıdır (Her ve Seo, 2017; Choi ve Reid, 2018). Oysaki, sağlık bilincinin sağlıklı seçenekler sunan restoranlara yönelik tutumları olumlu etkilediği ve bireyleri besin değerlerine dikkat ederek sağlıklı seçimlere yönlendirdiği görülmüştür (Lee vd., 2014; Shin ve Mattilla, 2019). Dolayısıyla, sağlık bilincinin restoranlardaki yemek seçimlerini etkilemesi beklenir, ancak sağlıklı yemek seçimleri yapabilmek tek başına yeterli değildir; bireylerin menüdeki yemeklerin sağlıklı olup olmadığını değerlendirebilmesi için yeterli bilgi ve beceriye de ihtiyaçları vardır.

İlgili literatürde; öznel bilgi veya yiyeceklerin sağlamlılığına ilişkin algılama olarak kavramsallaştırılan ve bireylerin bir yiyeceğin sağlıklı olup olmadığı ile ilgili değerlendirmelerini ifade eden değişkenlerin onların yiyecek tüketim davranışlarını etkileyebileceğini işaret eden çalışmalar vardır. Buna göre, öznel bilgi bireyin kendi sağlık ve beslenme bilgisine dayanarak yiyeceklerin sağlık değerine ilişkin oluşturduğu yargıdır (Xin ve Seo, 2019; Fatha ve Ayoibi, 2021). Bu sayede birey yiyeceklerin ne denli sağlıklı olduğuna ilişkin bir algılama geliştirir (Manippa, 2020; Rihn vd., 2021). Araştırmalar, öznel bilginin veya yiyeceklere ilişkin sağlamlılık algılamasının restoranlarda tüketici davranışlarını etkilediğini göstermektedir (Phillips vd., 2013; Naderi vd., 2018). Özellikle sağlıklı yiyeceklere dair öznel bilgisi yüksek olan tüketicilerin dışarıda yemek yerken daha sağlıklı seçimler yaptığı görülmüştür (Liu vd., 2015; Merwe vd., 2024).

Restoran bağlamında sağlık bilinci, öznel bilgi ve yiyeceklerin sağlık algısının yemek seçimini nasıl etkilediği henüz ampirik olarak incelenmemiştir. Ancak, koruma motivasyon

teorisi bu ilişkileri anlamak için yararlı bir kuramsal zemin sunar. Bu teoriye göre, bireyler sağlıklarını korumak için motive olurlar ve bu motivasyon onları sağlıklı davranışlara yönlendirir (Harris vd., 2020; Wen ve Liu-Lastres, 2022). Bu sayede sağlıklarına ilişkin olası tehditleri görebilirler ve bunlarla nasıl başa çıkacaklarına karar verebilirler. Bu durumda bireyin hem sağlık bilincine hem de sağlıklı davranışlarıyla ilgili bilgi ve becerisinin olduğu söylenebilir. Öyleyse restoranlarda da sağlık bilinci yüksek bireylerin öznel bilgilerine dayanarak daha sağlıklı seçimler yapması beklenir (Bailey ve Muldrow, 2019). Restoranlarda yemek seçimi sağlıklı olmaktan öte lezzete de bağlıdır (Kozup vd., 2003; Verbeke, 2008). Tüketiciler; deneyim öncesi, esnası ve sonrasında lezzete ilişkin tutum ve algılamaları doğrultusunda seçim yaparlar (Lessa vd., 2017; Folkvord vd., 2020; Garaus vd., 2023). Lezzet tutumu, bireyin yiyeceklerle ilgili deneyimlerinden kaynaklanan bilişsel, duygusal ve davranışsal inançlarını ifade eder (Roininen, 2001). Bu inançları doğrultusunda birey lezzete karşı olumlu veya olumsuz tutumlar geliştirir bu da onun restoranlarda yemek seçimini etkiler (Newson vd., 2015; Jung vd., 2015). Bu seçim bir restorandaki yemek deneyimi anında sipariş verebileceği yemek seçeneklerini değerlendirirken geliştirdiği lezzet algılamasından etkilenir. Bu nedenle, menüdeki yemeklerin lezzetine ilişkin değerlendirmeler önem kazanır. Bu değerlendirme mevcut deneyime, servis personelinden veya önceki deneyimlerden gelen bilgilere dayalı olarak gerçekleşir (Wansink vd., 2005; Lane, 2013; Jun vd., 2014; Attard, 2017; Peter ve Ramaud, 2020). Böylece oluşan lezzet algılaması bireyin yemeğin lezzetine ilişkin beklentisi, algılaması ve değerlendirmesi ile oluşan lezzet deneyiminin bir parçasıdır (Kiatkawsin ve Sutherland, 2020; Chen vd., 2022) ve lezzet deneyimi sağlıklı yemek tüketim davranışlarıyla da ilişkilidir. Bu ilişkide sağlık bilinci önemli bir rol oynar.

Literatürde sağlık bilinci ile lezzete ilişkin tutum ve algılamalar arasındaki ilişki sıklıkla incelenmese de (Mai ve Hoffmann, 2012; Ellison vd., 2013), özellikle restoran bağlamında bu ilişkinin önemli olduğu düşünülmektedir. Çünkü sağlık bilincinin, tüketicilerin yemek deneyimi öncesi, esnası ve sonrasındaki lezzet tutumlarını ve algılamalarını etkileyebileceği söylenebilir. Sağlık bilinci arttıkça bireyler sağlıklı yemek tüketimine yönelse de (Jun vd., 2014; Saba vd., 2019) restoranlarda yemek seçiminde, deneyimden memnuniyete ve restoranın tekrar ziyaret edilmesinde lezzet kritik bir öneme sahiptir (Sulek ve Hensley, 2004; Lee ve Cranage, 2007). Öyleyse bireylerin restoran bağlamındaki tüketimleri gibi farklı durumlarda lezzetli veya sağlıklı yiyecekler arasında nasıl seçim yaptığını incelemek önemlidir. Hedef çatışma teorisi, bu durumu anlamak için uygun bir çerçeve sunar. Bu teoriye göre bireyler sağlıklı ve lezzetli seçenekler arasında seçim yaparken amaçları ve öncelikleri

arasında çatışma yaşarlar (Stroebe vd., 2013). Sağlıklı yiyecekler her zaman lezzetli olmayabilir ve lezzetli yiyecekler her zaman sağlıklı olmayabilir (Luomala vd., 2015). Böylece bireyler hangi hedefi önceliklendireceğine karar vermek zorunda kalabilir. Yine de restoranlarda lezzet ve sağlık birbirini dışlamaz. Restoran menüleri sağlıklı ve lezzetli seçenekler sunarak, yemeklerin besleyiciliği, malzemesi ve hazırlama yöntemi hakkında bilgi vererek tüketicilerin yemeklerin lezzet ve sağlık açısından algılamasını etkileyebilir. Bu nedenle, tüketiciler hem sağlıklı hem de lezzetli yemekleri tercih edebilirler, ancak duruma göre sağlık veya lezzeti de önceleyebilirler. Bunda bireyin yiyecek ilgilenimi de bir rol oynayabilir.

Yiyecek ilgilenimi, tüketici davranışlarını açıklamak için sıkça kullanılan bir kavramdır ve bireyin yaşamında yiyeceğe verdiği önemi ifade eder (Palamenghi vd., 2024; Saadati vd., 2024). Yiyecek ilgilenimi tüketicilerin yemek tüketim deneyimlerinde yiyeceklerle olan ilgileri ve beklentileri açısından etki yaratır (Yuan vd., 2023). Bu nedenle yiyecek ilgilenimi restoran bağlamında bireylerin yemek seçimlerini, yeme davranışlarını ve sağlıklı beslenme yönelimlerini etkileyen önemli bir kavramdır (Kashyap ve Abhilash, 2016). Öyleyse restoran bağlamında da tüketicilerin sağlıklı ve lezzetli yemek tüketme davranışlarındaki rolünü dikkate almak gerekir. Ancak yiyecek ilgileniminin yanı sıra tüketicilerin bir restoranda yemek seçimi sırasında sağlıklı olduğunu düşündüğü veya lezzetli olduğuna inandığı yemeklerle karşılaşması ve bu durumda bir seçim yapma zorunluluğu hissetmesi de olasıdır. Yani, tüketici sağlıklı veya lezzetli bir yemek uyarını ile karşılaştığında bunun yemek seçimindeki rolünü de anlamak gerekir.

Bu çalışma, kaliteli hizmet sunan restoranlarda tüketicilerin yemek seçimlerini etkileyen sağlık ve lezzete ilişkin değişkenleri iki ampirik araştırma ile incelemeyi amaçlamaktadır. Fine-dining restoranlar; özenle hazırlanmış, çeşitli, çekici ve lezzetli yemekler sunarak tüketicilere zengin ve hatırlanabilir bir deneyim yaşatmayı hedefler (Close vd., 2016). Tüketiciler, sadece fiziksel beslenme ihtiyaçlarını karşılamakla kalmayıp, saygı görme ve en iyi hizmeti alma gibi sosyal ihtiyaçlarını da göz önünde bulundurarak fine-dining restoranları tercih edebilirler. Bu tarz restoranlar sosyal ihtiyaçları karşılamanın yanında bir tür kendini gerçekleştirme aracı olarak psikolojik fayda da sağlar (Hsu vd., 2018).

Fine-dining restoranlarda lezzet önemli bir ölçüttür (Garg ve Amelia, 2016) ve yiyecek kalitesi, çeşitliliği, tabak tasarımları, kalitesi, restoranın menü tasarımı ve atmosferi ile ilişkilendirilir (Lee ve Wansink vd., 2005; Roque vd., 2018; Kim, 2020; Song ve Yong, 2022 ve Zhang vd., 2022). Ancak, tüketicilerin yaşayabileceği olası sağlık ve lezzet ikilemi göz önünde bulundurularak (Luomala vd., 2015; Briers vd., 2020; Banovic vd., 2021) her ikisi ile

ilgili değişkenlerin yemek seçimi üzerindeki etkisinin fine-dining restoranlarda birlikte incelenmesi gerekir. Bu çerçevede Chen vd. (2014) tarafından yapılan bir araştırma; tüketicilerin kaliteli restoranları tercih etme nedenlerinin sadece temel ihtiyaçların ötesinde, farklı beklenti düzeylerini de içerdığını göstermektedir. Bu nedenle araştırma bağlamı olarak fine-dining restoranlar seçilmiştir.

Birinci ampirik araştırmada; tüketicilerin sağlıklı yemek seçme niyetini etkilediğı düşünölen sağlık bilinci, öznel bilgi, lezzet tutumu ve yiyecek ilgilenimi arasındaki ilişkiler incelenmektedir. Buna göre sağlık bilincinin öznel bilgi ve lezzet tutumu üzerindeki etkisi; öznel bilginin lezzet tutumuna etkisi, sağlık bilinci, öznel bilgi ve lezzet tutumunun sağlıklı yemek seçme niyetine etkisi araştırılacaktır. Dahası öznel bilgi ile lezzet tutumu arasındaki ilişkide yiyecek ilgileniminin düzenleyici rolüne ilişkin bir inceleme yapılacaktır. İkinci ampirik araştırma ise kaliteli hizmet sunan restoranlarda tüketicilerin sağlık bilincinin yanı sıra yemek deneyimi anına özgü olarak gelişen yemeklerin sağlıklılığına ve lezzetine ilişkin algılamalarının kendilerine sunulan sağlıklı veya lezzetli uyarana göre yemek seçme niyetlerini nasıl etkilediğı incelenmektedir. Böylece sağlık bilincinin yiyeceklerin sağlıklı ve lezzetli algılamasına etkisi, yiyeceklere ilişkin sağlıklılık algılamasının tüketicilerin lezzete ilişkin algılamalarına etkisi ve bunların yemek seçimi üzerindeki etkisi araştırılacaktır. Ayrıca araştırmaya katılan bireylere sunulan sağlıklı veya lezzetli yemek uyarınının onların yiyeceklere ilişkin sağlıklılık algılamaları ile lezzet algılamaları arasındaki ilişkide düzenleyici rolü olup olmadığı incelenecektir.

Bu iki çalışma, restoranlarda sağlıklı ve lezzetli yemek deneyiminin bir arada sunulduğu durumlarda tüketici davranışlarını anlamaya yönelik bütöncöl bir çerçeve sunmaktadır. Literatürde genellikle ayrı ayrı ele alınan veya karmaşık görölen sağlık bilinci, yiyeceklerin sağlıklı algılanması ve lezzet algısı gibi değişkenlerin, tüketicilerin sağlıklı veya lezzetli yemek tüketme niyetlerini nasıl etkilediğı bu çalışmalar sayesinde daha iyi anlaşılacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

RESTORANLARDA SAĞLIK VE YEMEK TÜKETİMİ

1.1. Sağlık Bilinci

Sağlık kelimesinin etimolojik yapısı incelendiğinde “hayatta olmak” kökünden geldiği görülmektedir (Baltaş, 2000). Sağlık kavramı için farklı tanımlamalar yapılmaktadır. En genel tanımıyla fiziksel, ruhsal, sosyal ve kültürel olmak üzere bireyin tam bir uyum içinde olmasıdır (Tabak, 2006). Sağlık kavramının dinamik bir yapıda olduğunu ve bağlı bulunduğu koşullara ve sürece göre değişkenlik gösterdiğini söylemek mümkündür (Okay, 2020). Bireylerin hastalıktan kaçınmak ve sağlıklı olmak için sergiledikleri davranışlar yaşam biçimlerini yansıtmaktadır. Bireyler, günlük yaşamlarında sağlıklı bir yaşam tarzı benimsemek için sağlıklı beslenme alışkanlıkları, fiziksel aktiviteler ve stres yönetimi gibi davranışları uygulamaya çalışırlar (Kutluay Merdol, 2018).

Bilinç kavramının uyanıklık, farkındalık ve çeşitli zihinsel durumları içeren geniş bir kapsamı vardır (Rosenthal, 2009). Bu bağlamda, bir bireyi veya canlıyı bir şeyin "farkında" olarak tanımlamak algılama, hissetme ve düşünme gibi zihinsel durumları bilinçsiz olanlardan ayıran bir özelliktir (Rosenthal, 2009; Jordan, 2013). Bilinç niyet içerir ve bilinçli olmak, sürekli bir farkındalık halini ifade eder. Bu durum bilincin olgusal doğasına işaret eder, çünkü bilinç her zaman bir içerikle ilişkilidir ve bu içerik dinamiktir (Gallagher, 2010). Dolayısıyla bilinç tanımlanması zor olsa da büyük ölçüde kişisel bir deneyim olarak ifade edilebilir ve bireyin öznel deneyimleri, algıları ve farkındalığıyla yakından ilişkilidir (Jordan, 2013). Sağlık bilinci ise bilinç kavramından hareketle bireyin sağlığına yönelik davranışlarının farkında olma durumu olarak tanımlanabilir (Sparks vd., 2001). Bu bağlamda bireyin sağlık bilinci; kişisel sağlık alışkanlıkları, sağlık durumu ve çevresel etkenlere ilişkin farkındalığına dayanır. Başka bir deyişle, bireyin sağlık bilinci kendi sağlık davranışlarını anlama ve bu davranışların etkilerini değerlendirme yeteneği ile şekillenir (Bediako vd., 2004; Lee, 2019).

Sağlık bilinci; bireyin bedensel, duygusal ve sosyal olarak sağlık potansiyelini gerçekleştirme düzeyini ifade eder (Kaskutas ve Greenfield, 1995). Sağlık bilinci sağlıklı davranışlarla olumlu şekilde ilişkilendirilirken, sağlıksız davranışlarla olumsuz şekilde ilişkilendirilmiştir. Araştırmalar, sağlık bilincine sahip bireylerin sağlıklı davranışları benimseme konusunda daha istekli olduğunu göstermiştir (Dutta-Bergman, 2004). Kraft ve Goodell (1993), sağlık bilincini bireyin sağlığına özen gösterme sorumluluğunu üstlenmesi olarak tanımlamışlardır. Sağlık bilinci sağlıkla ilgili tutumları ve kararları şekillendirmede önemlidir (Royne vd., 2014; Lee vd., 2014). Sağlık bilinci bireysel ve toplumsal yaşamın

önemli bir bileşenidir. Bireysel düzeyde kimlik, yaşam tarzı ve tüketim davranışlarıyla yakından ilişkili olan sağlık bilinci, toplumsal düzeyde ise toplum sağlığının korunmasıyla doğrudan bağlantılıdır (Naruetharadhol vd., 2023). Toplumsal düzeyde sağlık bilincinin geliştirilmesi halk sağlığının önemli bir yansıması olarak kabul edilir. Sağlık bilincinin çok boyutlu yapısı; sağlığa dikkat etmeyi, bedenle ilgilenmeyi, bilgi sahibi olmayı ve yaşam tarzının sağlık üzerindeki etkisine dair farkındalığı içerir (Remr, 2023). Ayrıca sağlık bilinci, tamamlayıcı ve alternatif tıp kullanımıyla da ilişkilidir (Hu, 2013). Toplumsal düzeyde sağlık bilincinin gelişimi, toplumu ve çevreyi etkileyen çok yönlü bir süreçtir. Bu nedenle, sağlık bilincinin anlaşılması ve teşvik edilmesi, sağlıklı davranışların benimsenmesi ve genel refahın artırılması açısından büyük önem taşır.

Sağlık bilincinin toplumun genelinde yaygınlaşmaya başlamasıyla birlikte, sağlık hizmetlerine erişim ve sağlıklı yaşam tarzı artabilir; böylece toplumda hastalıkların önlenmesi mümkün olabilir. Özellikle COVID-19 pandemisi ile, her toplumun kendine uygun bilinç düzeyinde sağlığın önemini fark ettiği ve bu amaçla televizyon, sosyal medya gibi enformasyon kaynaklarına yönelerek bilgi arayışında bulunduğu ifade edilebilir (Alini vd., 2021). Bu bağlamda sağlığın önemsendiği toplumlarda bireylerin sağlık bilincinin geliştiğini söylemek mümkündür.

Sağlık bilinci; bireysel düzeyde sağlıklı kalma açısından motivasyon sahibi olma, bilinç geliştirme ve davranışlar sergileme şeklinde gözlemlenmektedir (Ahn ve Shamim, 2023). Sağlık bilinci, bireyin sağlığına olan ilgisini ifade eder. Sağlık bilincine sahip bireyler, sağlık durumlarının farkındadır ve yaşam kalitelerini iyileştirmek ve sürdürmek için motive olurlar (Chen, 2013). Bu bireyler sağlık durumlarına dikkat eden, zihinsel ve fiziksel egzersizler yapan, farklı kaynaklardan çeşitli bilgiler arayan ve sağlıkla ilgili tehditlerin farkında olan kişilerdir (Dennis vd., 2017; Hansen vd., 2018; Shin ve Mattilla, 2019). Bu bağlamda sağlık bilinci, sağlık tutumlarını ve davranışlarının sonuçlarını öngören psikolojik bir değişken olarak görülebilir (Hong, 2009). Bu nedenle sağlık bilinci, sağlıklı yaşam tarzı veya davranışlarla ilişkilendirilen içsel bir özellik olarak, bireylerin kişisel ve toplumsal düzeyde sorumlu davranışlar sergileme eğilimini içerecek şekilde tanımlanabilir (Chang, 2020).

Tüketici perspektifinden sağlık bilincini ele alan çalışmalarda, kavram genellikle besin tercihi ve tüketimi bağlamında incelenir. Sağlık bilincine sahip bireyler, sağlıklı yiyeceklerin tüketimi konusunda daha fazla farkındalığa ve motivasyona sahiptir. Bu bireyler, yaşam kalitelerini artırmak ve devam ettirmek amacıyla beslenme kaynaklı hastalık risklerini minimize etme ve sağlıklı gıdaları diyetlerine dahil etme arzusu güderler (Hochradel, 2007;

Rana ve Paul, 2017). Bireyler, gıda etiketlerini inceleme alışkanlığı edinmekte, restoran seçimlerinde sağlıklı yiyecekleri tercih etmekte ve menülerde bulunan beslenme bilgilerine özel bir önem atfetmektedir (Robinson ve Smith, 2002; Elison vd., 2013). Bireyler, doğal içerikli ve katkı maddelerinden arınmış yiyecekleri sunanları tercih ederken; atıştırmalıklar, cipsler, yüksek kalorili gıdalar ve alkollü içecekleri tüketmekten kaçınırlar (Hong, 2009; Szakaly vd., 2011; Andrade, 2018).

Literatür incelemeleri, sağlık bilincine yönelik çeşitli yaklaşımların bulunduğunu ve bu nedenle ortak bir tanımın yapılamadığını göstermektedir. Tanımların temelde sağlık bilinci kavramına yüklenen anlamlara bağlı olarak değişkenlik gösterdiği söylenebilir. Bu yaklaşımlar genel olarak sağlık ve yaşam tarzıyla ilgili olanlar ile özel tüketici davranışlarını yansıtanlar şeklinde iki ana gruba ayrılabilir. Literatürdeki ilgili çalışmalar derlenerek sağlık bilinci tanımına yönelik genel bir çerçeve Tablo 1.1’de sunulmuştur.

Tablo 1.1 Sağlık Bilinci Tanımlarında Öne Çıkan Kavramlar

Kavramlar	Bileşenler	Çalışma
Yaşam Kalitesiyle İlgili Olanlar	Sağlıklı davranış sergileme eğilimi, sağlığa dikkat etme, sağlığı koruma, sağlıklı özdeşleşme, sağlık konusunda sorumlu davranma, sağlık odaklı yaşam tarzı, sağlıklı bir benliğe sahip olma, psikolojik yönde sağlığa dikkat etme	Gould (1990); Hong (2009); Lee vd. (2014); Royne vd. (2014); Chang, (2020); Shimul vd. (2021)
Tüketim Davranışıyla İlgili Olanlar	Beslenme konusunda öznel tüketici uzmanlığı, sağlık konusunda bilgi arayışında olma, besin içeriklerini önemseme, sağlıklı yiyecek tüketimi, gıda güvenliğine önem verme	Robinson ve Smith (2002); Rana ve Paul, (2017); Shin vd. (2019); Uzdavinyte vd. (2019) ; Shimul vd. (2021)

Tablo 1.1 incelendiğinde, yaşam kalitesine odaklanan tanımlamalarda daha çok sorumluluk üstlenme, davranışsal eğilim, sağlığı koruma ve sürdürme, sağlıkla ilgili sorumluluk alma gibi kavramların öne çıktığı görülmektedir (Gould, 1990; Hong, 2009; Lee vd., 2014; Royne vd., 2014; Chang, 2020; Shimul vd., 2021). Bu kavramlar gözden geçirildiğinde, bireyin yaşamının tamamında sağlıklı davranmakla ilgili olduğu göze çarpar. Başka bir ifadeyle sağlık bilinci, bireyin sağlık odaklı düşünme ve yaşama yöneldiği, kendi sağlığı üzerinde kontrol sahibi olduğuna inandığı bir inançla sağlıklı davranışları sürekli hale getiren bir eğilimi ifade eder (Prasad vd., 2008; Dong, 2015; Hong ve Chung, 2020 ve Quaye vd., 2021). Yaşam kalitesini temel alan sağlık bilincine sahip kişiler; sağlıklarını nasıl geliştirecekleri konusunda aktif olarak bilgi arayan, sağlıkları için sorumluluk alan ve sağlıklı kalmak için motive olan kişiler olarak tanımlanabilir (Hong, 2009; Karn ve Swain, 2017; Lee,

2019). Buradan hareketle, sağlık farkındalığının bireyin fiziksel, duygusal ve sosyal açılardan sağlık potansiyelini gerçekleştirmeye yönelik bilinç düzeyini ifade ettiği söylenebilir (Gould, 1990).

Tablo 1.1 tüketim davranışları açısından incelendiğinde, bireylerin tüketim kararlarının, sağlığa verdikleri önem düzeyine göre motivasyon ve farkındalık ekseninde sınıflandırılabilceği görülmektedir. Yiyecek seçimi ve tüketimi bağlamında yapılan çalışmalarda, sağlık bilincine sahip tüketicilerin davranışlarını şekillendiren temel faktörlerden birinin sağlıklı yiyecekleri tüketme isteği olduğu sıklıkla vurgulanmaktadır (Shin ve Matilla, 2019). Başka bir deyişle, sağlık bilinci yüksek bireyler, sağlıklı yiyeceklerin önemini farkında olarak bu tür yiyecekleri seçmeye ve tüketmeye daha isteklidirler. Bu durum, tüketimin yaşam kalitesinin önemli bir bileşeni olarak algılanmasıyla da ilişkilidir. Ayrıca, sağlık bilinci yüksek bireyler sağlıklı bir yaşam tarzı sürdürmek için daha fazla çaba gösterme eğilimindedirler (Rana ve Paul, 2017; Uzdavinyte vd., 2019; Nagaraj, 2021). Yemek yerken kendilerini iyi hissetmek isteyen bu bireyler, tercihlerini de bu doğrultuda yaparlar ve dışarıda yemek yeme davranışlarında sağlıklı menü sunan restoranları tercih ettikleri gözlemlenmiştir (Lee vd., 2014).

Sağlık bilincine sahip tüketiciler, beslenme bilgisini aktif olarak arama ve beslenme hakkında daha fazla bilgi edinme eğilimindedirler (Park vd., 2017). Başka bir deyişle, sağlık bilinci bireyin beslenme ve gıda güvenliği konusundaki farkındalığıyla yakından ilişkilidir (Iqbal vd., 2021). Bireylerin sağlığına ilişkin kararlarında, tüketilecek yiyeceklerin güvenliği ve besin içeriği konusundaki artan bilinç seviyeleri; yiyeceklerin daha dikkatli seçilmesine, güvenilir kaynaklardan satın alınmasına ve sağlıklı beslenme düzenleri oluşturulmasına yardımcı olmaktadır (Hsu vd., 2015; Nagaraj, 2021; Siegrist vd., 2022; Suttikun, 2021). Yapılan çalışmalar sağlık bilincinin tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyen önemli bir faktör olduğunu göstermektedir (Mai ve Hoffmann, 2012; DiPietro vd., 2016 ve Andrade, 2018). Bu nedenle, tüketicilerin sağlık bilinci arttıkça daha bilinçli yiyecek tercihlerinde bulundukları söylenebilir.

Sağlık bilinciyle ilgili tanımlamalar incelendiğinde sağlık endişesi ve sağlık tutumu kavramları da dikkat çekmektedir. Sağlık endişesi, sağlık için risk oluşturan faktörlere yönelik algılamalardan oluşmakta, sağlığı etkileyebilecek bir hastalığa yakalanma riskine yönelik korku ve kaygıya dönük düşünceye dayanmaktadır (Jin vd., 2017a). Sağlıkla ilgili endişeler, bireyin ruh (zihin, irade ve duygular) veya bedenle ilgili kişisel endişeleri olarak tanımlanmaktadır (Eikenberry ve Smith, 2004). Ruhsal endişe ve fiziksel endişe, farklı kökenleri ve belirtileri olan iki farklı durumdur. Ruhsal endişe, bireyin duygusal durumuyla

ilgili inançlarını ve gözlemlerini ifade ederken; fiziksel endişe bireyler tarafından tanımlanan kişisel sağlık sorunlarını temel alır (Lee, 1994).

Sağlık kaygısı, belirli durumlardan kaynaklanan bedensel duyuların veya değişikliklerin hastalık göstergesi olarak algılanmasını kapsar. Bu durum, insanların bedenlerinde hissettikleri veya gözlemledikleri her türlü değişikliği hemen bir hastalık belirtisi olarak algılama eğiliminden kaynaklanır. Dahası bedensel duyuların ve değişikliklerin fiziksel rahatsızlıklar, semptomlar ve hastalıkların ilerlemesiyle yakından bağlantılı olduğu inancını yanında getirir (Alberts vd., 2013). Depresyon, baş ağrısı, gün içinde yorgunluk hissi gibi yaygın sağlık kaygıları arasında yer almaktadır. Hastalıkla ilgili inançlar, geçmişteki sağlık ve hastalık deneyimlerinden kaynaklanmaktadır (Lucock ve Merley, 1996). Sağlık kaygısı taşıyan bireyler, sağlıkla ilgili bilgilere farklı tepkiler verir; hastalıkla ilgili bilgilere daha duyarlı olur ve bu bilgileri değerlendirirken hastalığın ciddiyetini abartma eğiliminde olabilirler (Baumgartner ve Hertmannn, 2011). Sağlık endişesi, sağlık ve beslenmeyle ilgili olumsuz durumları değiştirmek için bireyi etkileyen önemli bir faktör olarak kabul edilir (Svalastog vd., 2017). Yüksek düzeyde kaygı veya endişe duyan bireyler daha sağlıklı beslenme alışkanlıkları oluşturma ve sürdürme konusunda çaba gösterme eğilimindedir (Ditlevsen vd., 2019). Eğitim düzeyi yükseldikçe ve yaş ilerledikçe, bireylerin sağlık endişesinin arttığı ve yiyecek seçiminde ana motivasyonun doğallık, duyuşal çekicilik ve etik kaygılar haline geldiği belirtilmiştir (Pohjanheimo ve Sandell, 2009). Piqueras-Fiszman ve Spence'e (2015) göre, sağlık endişesi yiyecek seçiminde önemli bir belirleyici faktördür. Örneğin; Apadola vd. (2018) tarafından yapılan bir araştırmada, yüksek düzeyde sağlık endişesine sahip bireylerin organik yiyecekleri tüketmeyi daha sağlıklı algıladığı ve beslenmelerinde sağlıklı davranışlar sergileme eğiliminde olduğu belirtilmiştir.

Sağlık tutumu, bireyin kendi sağlığını değerlendirmesi ve sağlıklı davranışlara dair inançlarıyla ilişkilendirilir (Rimal vd., 2007). Ayrıca, bireyin sağlığına yönelik davranışlarının olumlu ya da olumsuz bir şekilde değerlendirilmesini ifade eder (Lateef vd., 2020). Bu bağlamda sağlık tutumu, kişinin sağlıkla ilgili olumlu ya da olumsuz düşünce ve duygularını yansıtır (Ajzen ve Timko, 1986). Bireyin sağlık tutumu yetiştirilme tarzı, sosyal normlar, kültürel etkiler ve aile gibi çeşitli etkenlerden etkilenir (Yun vd., 2017). Sağlık tutumunu etkileyen diğer faktörler arasında geçirilen hastalıkların türü ve süresi de yer almaktadır (Fava vd., 2023). Lee ve McCleary (2012) tarafından gerçekleştirilen bir araştırma, yaşlı bireylerin restoran seçim kriterlerini incelemiş ve sağlıkla ilgili olumlu tutumlara sahip katılımcıların sağlıklı menü sunan restoranları seçme konusunda daha istekli olduklarını belirlemiştir.

Yiyecekler tüketiciler tarafından sağlıklı olarak algılandıkça, sağlık tutumu olumlu bir şekilde etkilenmektedir (Lateef vd., 2020).

Sağlık endişesi, sağlığı tehdit eden ve risk oluşturan faktörlere yönelik algılamalar olarak ifade edilirken, sağlık tutumu ise sağlığa dönük olumlu veya olumsuz inançlar olarak tanımlanır (Svalastog vd., 2017). Sağlık bilinci ise daha genel bir kavram olup, sağlık açısından durum tespiti yapma, sağlığı düşünme ve sağlıkla ilgili farkındalık geliştirme sürecini kapsar (Dutta-Bergman, 2004; Prasad vd., 2008 ve Hong, 2011). Sağlık endişesi, bireyin sağlığına yönelik kaygı ve korku duyması anlamına gelirken, sağlık tutumu bireyin sağlığına ilişkin geliştirdiği inanç ve davranışları ifade eder. Sağlık bilinci ise sağlığa yönelik farkındalık ve anlayış düzeyi olarak tanımlanır ve bireyin sağlıklı davranışlar geliştirme yeteneğini yansıtır. Bu bağlamda sağlık bilinci, bireyleri sağlık odaklı düşünmeye ve yaşamaya yönlendiren, bireyin kendi sağlığında kontrol sahibi olduğu inancıyla sağlıklı davranışları sürdürülebilir hale getiren bir yönelim olarak ifade edilebilir (Royne vd., 2014; Olegario vd., 2023). Bu nedenle, bu araştırma bağlamında sağlık bilinci; bireyin kendi sağlık durumunu değerlendirmesi, sağlıkla ilgili düşünceler geliştirmesi, sağlık durumuyla ilgili farkındalık kazanması ve sağlıklı davranışlar sergileme eğilimi gibi genel kavramlar açısından ele alınacak ve sağlık bilincinin yemek seçim davranışlarına etkisi incelenecektir.

Sağlık bilinci bireyler arasında düşük veya yüksek olmak üzere farklı düzeylerde gelişebilir ve bu gelişim; bireyin yaşam tarzı, sağlık durumu, çevresel faktörler, kültürel etkiler ve ekonomik koşullar gibi bir dizi etken tarafından belirlenir (Suttikun, 2021). Bu faktörlerin etkileşimi, sağlık bilincinin dinamik yapısını oluşturur ve bu yapının zaman ve duruma bağlı olarak değişebileceğini gösterir. Sağlık bilincinin dinamik yapısını etkileyen çeşitli öncüller bulunmaktadır. Bu öncüller, bireyin sağlık algısını, davranışlarını ve tutumlarını şekillendirir. Literatürde bu bağlamda incelenen öncüller arasında bireyin sağlık durumu, sağlık hizmetlerine erişim, eğitim düzeyi, sosyo-ekonomik statüsü, kültürel inançları ve değerleri, çevresel koşullar, genetik faktörler ve yaşam tarzı yer alır (Hong, 2011; Shin vd., 2019; Choi ve Kwon, 2020; Yoon vd., 2021; Naruetharadhol vd., 2023; Parasha vd., 2023). Sağlık bilinci, bu faktörlerin karmaşık etkileşimi sonucunda şekillenir ve zaman içinde değişebilir (Gültekin ve Veuphuteh, 2023). Aşağıdaki bölümde, sağlık bilincinin dinamik yapısını etkileyen öncüller ve boyutlar ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

1.1.1. Sağlık Bilincinin Boyutları ve Öncülleri

İlgili literatüre dair incelemeler, sağlık bilincinin ölçümünde hem tek boyutlu hem de çok boyutlu yaklaşımların kullanıldığını göstermektedir. Tek boyutlu yaklaşımlarla ele alınan

çalışmalarda sağlık bilinci yiyecek tüketimi, beslenme bilgisi, sağlıkla ilgili bilgi arayışı, menüde yer alan beslenmeyle ilgili açıklamalar gibi değişkenlerle ilişkilendirilmiştir (Sparks, 2001; Dutta-Bergman, 2005; DiPietro, 2016). Örneğin, Jayanti ve Burns (1998), koruyucu sağlık bakım davranışlarını değerlendiren bir modeli ampirik olarak test ettikleri çalışmalarında, sağlık bilincini tek boyutta değerlendirmişlerdir. Çalışmada kullanılan ölçekte, yiyecek tüketimi, beslenme bilgisi ve sağlıkla ilgili bilgi arayışı gibi kavramlar yer almaktadır. Dutta-Bergmann (2004) ise internet üzerinden sağlık bilgisi arama davranışlarını inceledikleri araştırmasında sağlık bilincini tek bir boyutta ele alarak bireylerin sağlıklı davranışlar sergileme tutumlarını içeren kavramları değerlendirmiştir.

Sağlık bilincinin birden fazla boyutunu ele alan öncü çalışmalardan biri, Gould (1988) tarafından gerçekleştirilmiştir. Gould (1988), sağlık bilincini ölçerken kavramın tamamen bilişsel yönüne odaklanarak dört boyutlu bir yaklaşım benimsemiştir: *sağlık öz farkındalığı*, *sağlıkla ilgilenimi*, *sağlık uyanıklığı* ve *kendi kendini izleme* (özdenetim). Sağlık öz farkındalığı bireyin sağlıklı beslenme, fiziksel egzersiz gibi konularda farkındalığını ve kendine olan inancını ifade ederken, sağlık ilgilenimi sağlıkla ilgili davranışlarının günlük yaşantıya entegre edilmesini ifade etmektedir. Sağlık uyanıklığı, bireyin sağlık konularında kendi farkındalığı, düzenli doktor ziyaretleri gibi davranışları içermektedir. Kendi kendini izleme ise sağlıkla ilgili aile geçmişini sorgulama ve sağlık durumunun farkında olma şeklinde tanımlanmıştır. Öte yandan Kraft ve Goodell (1993), sağlık bilincinin bireyin yaşamındaki sağlık davranışlarını da içerecek şekilde ölçülmesi gerektiğini belirtmektedirler. Önerdikleri ölçek fiziksel uygunluk, kişisel sağlık sorumluluğu, beslenme ve stres yönetimi olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır.

Hong (2009) literatür incelemesi sonucunda, sağlık bilincini sağlık davranışlarına katılım, sağlığa dikkat etme, sağlık bilgisi arama ve kullanma, kişisel sağlık sorumluluğu ve sağlık motivasyonu olmak üzere beş boyutta değerlendirmiştir. Sağlık davranışlarına katılım, düzenli egzersiz yapma, sağlıklı yiyecekler tüketme, alkol tüketimini azaltma gibi davranışları içerirken; sağlığa dikkat etme, vitamin alımı, kalori azaltılması gibi davranışları içermektedir. Sağlık bilgisi arama ve kullanma boyutu ise bireyin sağlık konularında aktif olması ve sağlıkla ilgili dergi ve medya kanallarını takip etmesini kapsamaktadır. Ayrıca, sağlık motivasyonu boyutu bireyin sağlıklı davranışlar sergileme konusundaki içsel özellikleriyle ilişkilendirilmiştir. Hu (2013) ise; sağlık bilincini sağlık sorumluluğu, sağlık değeri, sağlık motivasyonu ve sağlık bilgisi olmak üzere dört boyutta değerlendirmiştir. Sağlık değeri, bireyin öznel yargılarına dayanarak sağlığı geliştirici faaliyetlere yönelik fayda ve maliyet değerlendirmesi şeklinde ifade edilmiştir.

Sağlık bilincinin Gould (1988), Hong (2009) ve Hu (2013) gibi yazarlar tarafından bir dizi farklı boyutlarda değerlendirildiği söylenebilir. Bu boyutları bir arada görebilmek amacıyla Tablo 1.2 oluşturulmuştur. Bu sınıflandırmada motivasyon, bu motivasyonun yol açtığı bilinç düzeyi, motivasyon ve bilincin birlikte nasıl davranışa dönüştüğü gibi faktörler yer almaktadır. Motivasyon bireyin sağlığını iyileştirme, koruma ve sürdürme konusunda ilgi ve istekliliğidir (Hu, 2013; Meireless, 2018). Motivasyona ilişkin ölçeklerde çoğunlukla bireyin kendi sağlığına ne kadar önem verdiğine, sağlığın yaşamı için ne kadar önemli olduğuna dair ifadeler yer almaktadır. Bilinç bireyin sağlık durumunun farkında olması, kendi sağlığını sürekli takip etmesi ve bu konudaki farkındalığı olarak ifade edilmektedir (Gould, 1988). Bireyin sağlığıyla ilgili hislerine dikkat etmesi, günden güne sağlığı konusunda nasıl hissettiğinin farkında olması ve kendi sağlığını sürekli takip etmesi gibi ifadeler ilgili ölçeklerde yer almaktadır. Davranış ise bireyin sağlığını korumak ve sürdürmek konusundaki eğilimi ile uyumlu davranışları içermektedir (Hong, 2009). Söz gelimi, stresli durumlardan kaçınmaya çalışmak, koruyucu içeren yiyecekleri tüketmekten kaçınmak gibi ifadeler bu boyutta yer almaktadır.

Tablo 1.2 Sağlık Bilinci Boyutları

Kavramlar	İlişkilendirilen Boyutlar	Ölçeklerdeki Örnek İfadeler	Yazarlar
Motivasyon	Sağlık motivasyonu, sağlık katılımı, kişisel sağlık sorumluluğu, fiziksel uygunluk, sağlık değeri, kişisel sorumluluk	“Sağlıklı beslenmek sağlıklı olmak için değerlidir” “Gün geçtikçe fiziksel olarak nasıl hissettiğimi fark ediyorum” “Sağlığım kendime ne kadar iyi baktığıma bağlıdır”	Gould (1988); Kraft ve Goodell (1993); Hong (2009); Hu (2013).
Bilinç	Sağlık öz farkındalığı, sağlık uyanıklığı, sağlık bilinci, kendini izleme	“Sağlığım ile ilgili içsel hislerime genelde dikkat ederim” “Kendimi sağlık bilincine sahip biri olarak düşünüyorum”	Gould (1988) Sparks vd. (2001),
Davranış	Beslenme ve stres, sağlık ve çevre duyarlılığı, alkol tüketimi, fiziksel egzersiz, sağlık bilgisi arama	“Yağ oranı yüksek yiyeceklerden kaçınmaya çalışırım” “Kilomu kontrol etmek için beslenmeme dikkat ederim” “Gerektiğinde sağlığım ile ilgili danışmanlık alırım”	Kraft ve Goodell (1993); Dutta-Bergman (2004); Narayana (2009).

Öncelikli olarak sağlık bilinci, bireyin sağlığına yönelik sorumluluk almayı teşvik eden davranışlarda bulunma motivasyonunu içerir. Bu motivasyon ölçüsünde, bireyler sağlıklarını nasıl geliştireceklerine dair farkındalık geliştirir ve böylece birey aktif olarak

sağlık bilgileri aramaya başlar ve nihayet sağlıklı davranışlarda bulunur. Şu hâlde bütüncül olarak sağlık bilinci, bireyin sağlık durumunu fark etmesi, sağlık bilgilerine dayalı sağlıklı kararlar alması ve sağlıklı yaşam tarzını seçmesi şeklinde ifade edilebilir. Sağlık bilinci doğuştan gelen ve sabit kalan bir özellik değildir, yaşam süresince değişebilir ve bireyin deneyimleri ve edindiği bilgilerle gelişen dinamik bir yapıdır. Sağlık bilincinin gelişimini anlamak, bireylerin sağlıkla ilgili enformasyon kaynaklarına erişimi, sağlıklı davranışlarda bulunma motivasyonu ve hastalıklardan kaçınma gibi sağlıkla ilgili davranışlarının nedenlerini anlamayı içerir (Handayani vd., 2023).

Bireylerin sağlık bilincinin, yaşadıkları sosyal çevre, eğitim sistemi, aile yapısı, kişiler arası iletişim, kültür ve toplum gibi faktörlere bağlı olarak değişkenlik gösterdiği belirtilmektedir (Robinson ve Smith, 2002; Chen, 2013; Wood ve Shukla, 2016; Andrade, 2018; Shin vd., 2019; Alini vd., 2021). Literatür incelendiğinde, sağlık bilincinin bireyler arasında cinsiyet, sosyo-ekonomik durum, gelir seviyesi, akranlar, aile, kitle iletişim araçları ve sosyo-politik faktörler gibi etkenlere bağlı olarak düşük, orta ve yüksek düzeylerde gözlemlenebildiği görülmektedir (Hwang ve Cranage, 2010; Mai ve Hoffmann, 2015; Dennis vd., 2017; Camargo vd., 2020; Zhang vd., 2021; Yoon vd., 2021). Sağlık bilinci düzeyinin belirlenmesi, farklı sağlık bilinç düzeyine sahip bireylerin sağlıkla ilgili davranışlarının anlaşılması ve tutum ile davranış değişikliği olasılığının artırılması açısından büyük önem taşımaktadır.

Tablo 1.3 Sağlık Bilinci Düzeyini Etkileyen Faktörler

Bireysel Faktörler	Çevresel Faktörler
Cinsiyet	Sosyal çevre
Eğitim düzeyi	Enformasyon kaynakları
Gelir durumu	Kültür
Aile yapısı	Sağlık hizmetlerine erişim
Geçmiş deneyim	Politik faktörler

Tablo 1.3'e göre, sağlık bilinci öncülleri bireysel ve çevresel faktörler olmak üzere iki ana grupta incelenebilir. Bireysel faktörler arasında cinsiyet, aile yapısı, gelir durumu, eğitim düzeyi ve geçmiş deneyimler gibi parametreler yer alır. Cinsiyet, sağlık bilincindeki farklılıkları ortaya koyan önemli bir faktördür ve yapılan araştırmalar, kadınların genellikle erkeklere kıyasla daha yüksek bir sağlık bilinci düzeyine sahip olduğunu göstermektedir (Smith ve Hawks, 2006; Szalakaly vd., 2011; Hong, 2011; Hansen vd., 2018). Bu farklılığın temel nedeni, kadınların sağlıkla ilgili konulara daha fazla ilgi göstermeleri ve bu alandaki bilgileri aktif olarak araştırmalarıdır (Dutta-Bergman, 2004). Eğitim seviyesinin sağlık bilinci üzerinde olumlu bir etkisi vardır. Chen vd. (2018) tarafından gerçekleştirilen araştırmada

eğitimli bireyler, sağlık hakkında daha fazla bilgiye sahip olma eğiliminde olduğu bunu da sağlıklı bir yaşam tarzını tercih etmelerine yardımcı olduğu ifade edilmektedir. Araştırmacılar aynı zamanda sağlık bilincinin bireyin sağlık hakkındaki deneyimi ile de ilişkili olduğunu bulmuştur. Birey, sağlık sorunlarıyla karşılaştığında veya sağlıklarıyla ilgili daha fazla sorumluluk aldığı anda, sağlığa yönelik farkındalığı artmakta ve sağlık bilinç düzeyi yükselmektedir (Huang vd., 2022). İlköğretim seviyesi, sağlık bilincinin oluşmasında önemli bir rol oynar. Sağlıkla ilgili konular, Hayat Bilgisi, Fen ve Teknoloji gibi derslerde işlenir. Örneğin, Türkiye'de 2001 yılında gerçekleştirilen "Ergenlerin Sağlık Bilincinin Geliştirilmesi" projesi, ergenlik döneminde fiziksel, psikolojik ve sosyal gelişim yaşandığı bir dönemde bütüncül bir yaklaşımla sağlıkla ilgili davranışlara odaklanarak ergenlere sağlık bilincini kazandırmayı hedeflemiştir. Bu bağlamda, eğitim düzeyinin bireyin sağlık bilincini etkilediği ifade edilebilir. Gelir durumu da sağlık bilinç düzeyini etkileyen bir değişkendir (Robinson ve Smith, 2002; Hwang ve Cranage, 2010). Ekonomik durumu iyi olmayan olan bireylerin sağlık bilincinin düşük düzeyde olduğu ortaya konulmuştur (Alini vd., 2021).

Ailenin, bireyin sağlık bilincinin gelişiminde önemli bir rol oynadığı belirtilmektedir (Mato-Juhasz, 2019). Bireyin yiyecek tüketim alışkanlıkları ve sağlıklı davranış biçimleri öncelikli olarak aileden edinilen alışkanlıklar doğrultusunda şekillenmektedir (Hong, 2011). Örneğin, Jessica ve Jang (2013) yeni yürümeye başlayan çocukların beslenme özelliklerini incelemiş ve hamilelik sırasında alkol tüketen annelerde ve kız çocuklarında sağlık bilincinin düşük düzeyde olduğunu tespit etmiştir. Çalışmada yaş ilerledikçe tahılların, atıştırmalık yiyeceklerin ve hayvansal yağların tüketiminin arttığı ifade edilmektedir. Ailelerinde obez olan ve olmayan katılımcılar arasında gerçekleştirilen bir araştırmada ise aileden gelen normatif etkilerin bireyin algılanan sağlık davranışını etkilediği ve ailelerinde sağlık bilinci olan katılımcıların sağlıklı davranışlar sergileme ve bu konuda motive olma eğiliminin yüksek olduğu belirtilmektedir (Wood ve Shukla, 2016; Trikraisri, 2019).

Sağlık bilinç düzeyini etkileyen çevresel faktörlerden birisi de enformasyon kaynaklarıdır (Iversen ve Kraft, 2006; Feher vd., 2021). Sağlıklı davranışlar sergileme konusunda motivasyonları yüksek olduğundan sağlık bilincine sahip bireyler aktif bir şekilde bilgi arayışı içerisinde sağlık bilgilerini geliştirmek için enformasyon kaynaklarına yönelmektedir (Dutta-Bergman, 2005; Mai ve Hoofmann, 2012; Dong, 2015 ve Chang, 2020). Sağlık bilincinin gelişiminde sağlık bilgisi edinme bağlamında enformasyon kaynakların etkisinin incelendiği araştırmalarda kişiler arası iletişimin en önemli sağlık bilgisi kaynağı olduğu, bireylerin genellikle yakın çevrelerindeki kişilerden sağlık konularıyla ilgili bilgi aldıkları tespit edilmiştir (Dutta-Bergman, 2005). Buna ek olarak, hastalıkların

belirtilerini tanıma, uygun tedavi metodunu belirleme, yaşam tarzında değişiklik yapma gibi konularda aile ve yakın arkadaşların kaynak görevi gördüğü söylenebilir (Kaskutas ve Greenfield, 1995; Hong ve Chung, 2020). Ayrıca, sağlık bilincine sahip bireylerin sağlık uyarı etiketleri, posterler ve sağlıkla ilgili reklamlara maruz kaldıklarında, sağlık davranışlarında değişikliklerin meydana gelebileceği ve daha sağlıklı davranma eğiliminde olabilecekleri ifade edilmektedir (Lee, 2019).

Alkol ve sigara tüketimi, doktor kontrolü, beslenme davranışları gibi koruyucu sağlık davranışları, bireyin sağlık bilinci düzeyine göre farklılaşmaktadır (Gould, 1990; Bediako, 2004; Dutta-Bergman, 2005; Landström vd., 2007; Mato-Juhász, 2019 ve Choi ve Kwon, 2020). Sağlık bilinci yüksek olan bireyler, kendi sağlıklarının sorumluluğunu üstlenen ve bu konuda bilgi arayan kişilerdir. Bu bireyler sadece fiziksel sağlıklarına değil, aynı zamanda ruh sağlıklarına da önem verirler ve bu konuda özel çaba sarf ederler (Jayanti ve Burns, 1998; Lee, 2019 ve Xue vd., 2020). Choi ve Kwon (2020), sağlık bilinç düzeyini düşük ve yüksek olarak iki gruba ayırmış ve yüksek sağlık bilincine sahip olanların, sağlıklı yiyecekler yeme, düzenli egzersiz yapma, geleneksel olmayan sağlık hizmetlerini (alternatif ilaç) kullanma ve sağlık bilgisi arama yönündeki eğilimlerinin daha yüksek olduğunu belirtmiştir. Sağlık bilincinin kültürel özelliklere göre de farklılaştığını söylemek mümkündür (Dennis vd., 2017; Yoon vd., 2021). Yoon vd. (2021) gerçekleştirdikleri araştırma sonucunda batılıların (Amerikalılar) doğululara (Korelilere) göre daha yüksek düzeyde sağlık bilincine sahip olduğunu tespit etmiştir. İlgili faktörler Tablo 1.3'te yer almaktadır.

Çeşitli araştırmalar belirli faktörlerin sağlık bilinci üzerindeki etkilerini incelemiş ve bu süreçte sağlık bilincinin oluşumunda etkili olan öncülleri tanımlamıştır (Espinosa ve Mahlajic, 2018; Tran vd., 2020). Örneğin, Chang (2020) sağlık bilincinin öncüllerini "koruma" ve "kendini aşma" değişkenleri olarak değerlendirmiştir. Koruma, bireyin sağlığı üzerinde kontrol sahibi olması ve bu inancı davranışlarına uyarlayarak sağlığın sürdürülebilir olmasını ifade ederken kendini aşma ise başkalarına yardım etme, başkalarının iyiliğini gözetme ve çevreye duyarlılık gibi kavramları içerir. Tran vd. (2020) sağlık bilincini sağlık bilgisi ve farkındalık, bireysel deneyimler, çevresel faktörler ve toplumsal etkileşimler olarak sınıflandırırken, Kim vd. (2019) sağlık bilincinin öncülünü sağlıklı bilgiye erişimin etkisi olarak incelemiş ve bireyin sağlıkla ilgili bilgisi arttıkça sağlık bilincinin de artacağını belirtmiştir. Dennis vd. (2017) ise sağlık bilincinin öncüllerini doğal içerik, maliyet, duygusal çekicilik, fiyat adaleti, trend, duygusal çekicilik ve gıda güvenliği endişesi olarak yedi faktörde tanımlamıştır. Bu öncüller, sağlık bilincinin oluşumunu etkileyen faktörleri ifade eder ve bireylerin sağlıkla ilgili davranışlarını şekillendirmede önemli bir rol oynar.

1.1.2. Sağlık Bilincinin Tüketici Davranışlarına Etkisi

Sağlık bilincinin tüketici davranışıyla ilişkisini inceleyen çalışmalarda sağlık bilincinin yiyeceklerin kalite algısı (Tran vd., 2020), beslenme bilgisi (Lee vd., 2014; Dong, 2015), satın alma niyeti (DiePetro vd., 2016), fiziksel egzersiz (Dutta-Bergman, 2005), bilgi arama davranışı (Choi vd., 2021), sosyal sorumluluk (Her ve Seo, 2017), gıda güvenliği algılaması (Iqbal vd., 2021), algılanan risk (Shimul vd., 2021) ve yemek seçimi (Choi ve Zhao, 2014; Wang vd., 2021) gibi değişkenlere etkisi olduğu ifade edilmiştir. Bu çalışmanın bulguları arasında dikkat çekici olanlarından biri bireylerin sağlık bilinci düzeyine göre yiyecek seçimlerinin farklılaştığı yönündedir (Szakaly vd., 2011; Lee vd., 2014; Gineikiene vd., 2017; Buhrau ve Öztürk, 2018; Uzdavinyte vd., 2019; Shin ve Matilla, 2019 ve Nagaraj, 2021). Sağlık bilinci yüksek bireyler yağ, şeker ve karbonhidrat gibi sağlıkla ilgili yiyecek özelliklerine daha fazla dikkat ve önem verirken, sağlık bilinci düşük bireyler yiyeceklerin fiyat ve lezzet gibi sağlıkla ilgili olmayan niteliklerine daha fazla önem atfeder (Prasad vd., 2008; Elison vd., 2013; Her ve Seo, 2017; Andrade, 2018; Uzdavnyte vd., 2019 ve Camargo vd., 2020). Şu hâlde sağlık bilinç düzeyi yüksek olan bireyler sağlığı bütüncül olarak değerlendirirken, sağlıkla ilgili bilgi kaynaklarına ve beslenme ile ilgili özelliklere daha fazla önem vererek sağlıkla ilgili uyarılara karşı daha olumlu tutum sergilemektedir (Hong, 2011; Ahadzadeh vd., 2017; Lee, 2019 ve Choi ve Kwon, 2020). Bu bağlamda, sağlıklı beslenmenin bireyler için öncelikli bir tercih olarak kabul edilmesi, kişilerin yemek seçimlerini belirlemede önemli bir rol oynamaktadır (Saba vd., 2019). Tüketicilerin genellikle yiyecek seçimlerinde sağlık bilincine ne kadar önem verdikleri konusunda kişisel sağlık durumu (Gould, 1990), kültürel ve toplumsal etkiler (Mesanovic vd., 2013), yaşam tarzı (Chen, 2009), tüketim alışkanlıkları (Cho, 2015) ve eğitim (Iversen ve Kraft, 2006) gibi bireysel farklılıklar bulunmaktadır. Literatürde yiyecek tüketimi ve sağlık bilinci arasındaki ilişkiyi anlamak için çeşitli kuramlardan yararlanıldığı da görülmektedir (Chen, 2009; Ronteltap vd., 2012). Tablo 1.4 ilgili kuramların kullanıldığı çalışmalardan derlenerek oluşturulmuştur.

Tablo 1.4 Çalışmalarda Kullanılan Kuramlar

Yararlanılan Kuram	Kullanılan Değişkenler	Bulgular	Yazarlar
Planlı Davranış Kuramı (PDK)	PDK değişkenleri, sağlık bilinci, gıda güvenliği, çevre bilinci	Sağlık bilincinin tutum üzerindeki etkisine bağlı olarak tüketicilerin sağlıklı yiyecek tüketme veya satın alma niyeti olumlu yönde etkilenmektedir.	Kumar ve Smith, (2018); Hong ve Chang, (2020); Pang vd. (2021).
Değerler Teorisi	Değerler, sağlık bilinci, satın alma niyeti	Değerler (finansal, fonksiyonel, sosyal, duygusal) ile sağlık bilinci arasındaki ilişkiye bağlı olarak tüketicilerin sağlıklı yaşam sergileme eğilimde olduğu belirtilmektedir.	Jin vd. (2016); Jun ve Arendt (2016); Köse ve Kırcaova, (2018).
S-O-R Teorisi	S-O-R modeli uyaranları, sağlık bilinci, satın alma niyeti	Sağlık bilinci uyaran olarak satın alma niyetini etkilemektedir.	Dennis vd. (2017); Japutra vd. (2021).
Transteoretik Model	Sağlık bilinci, model değişkenleri (değişim aşamaları, değişim süreci, karar dengesi, öz yeterlilik)	Sağlık bilinci değişim sürecinin bileşenidir ve sağlık bilincinin gelişmesiyle davranışların değişebileceği ifade edilmektedir.	Mao vd.(2012); Feher vd. (2021).
Sağlık inanç modeli (SİM)	Sağlık bilinci, SİM değişkenleri, internete yönelik bilgi arama tutumu	Sağlık bilinci sağlık davranışı ve internetten sağlıkla ilgili bilgi arama niyetini etkilemektedir.	Jaynati ve Burns (1998); Ahadzadeh vd. (2015); Wang vd. (2020).
Beklenti Değer Teorisi	Sağlık bilinci, lezzet, fiyat, sağlık algısı	Sağlık bilinci yüksek olan bireyler lezzetli ürünlere sağlık etiketleri eklendiğinde bunları daha sağlıklı algılamaktadır.	Talwar vd. (2021); Maesen vd. (2021).
Ayrıntılandırma olasılık kuramı	Sağlık bilinci, öz yeterlik, tutum, algılanan risk	Sağlık bilinci olan bireyler sağlıkla ilgili bilgiyi merkezi yoldan elde ederken düşük olanlar ise çevresel yoldan elde etmektedir.	Mai ve Hoffman (2012); Dong (2015).

Sağlık bilinci ile tüketici davranışı arasındaki ilişkiyi açıklamak amacıyla yapılan çalışmalara bakıldığında, Tablo 1.4'te gösterildiği üzere, planlı davranış kuramının yoğun bir şekilde kullanıldığı görülmektedir (Kumalarası ve Sjafai, 2013; Park vd., 2017; Kumar ve Smith, 2018; Kusumaningsih vd., 2019 ve Hong ve Chung, 2020). Ajzen'in (1991) planlı davranış kuramında davranışı gerçekleştirme niyetini etkileyen üç ana faktör (davranışa yönelik tutum, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol) bulunmaktadır. Kusumaningsih vd. (2019) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, planlı davranış kuramının değişkenleri kullanılarak organik yiyecek satın alma niyeti incelenmiş ve sağlık bilincinin artmasıyla tüketicilerin organik yiyecek satın alma tutumlarının olumlu yönde geliştiği belirtilmiştir. Kumar ve Smith (2018) çalışmalarında, tutumun öncüllerini belirlemek için planlı davranış kuramını kullanmış ve sağlık bilincini bu öncüllerden biri olarak ele almışlardır. Araştırmada, sağlık bilincine sahip tüketicilerin çevreye duyarlı ve yerel ekonomiye destek veren tüketiciler olduğu tanımlanmıştır. Öte yandan, Hong ve Chang

(2020) ise planlı davranış kuramını çalışmalarının amaçlarına uygun şekilde uyarlamışlardır. Bu araştırmada, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrol değişkenleri kullanılmamış; bunun yerine sağlık bilinci ve öz yeterliliğin tutum ve davranışsal niyet üzerindeki etkileri değerlendirilmiştir. Sonuçlar, sağlık bilincinin sağlıkla ilgili farkındalığı temsil ettiğini, öz yeterliliğin ise davranışları gerçekleştirme yeteneği ve yeterliliği ile bağlantılı olduğunu ortaya koymuştur.

Sağlık bilincinin tüketici davranışına etkisini anlamaya yönelik diğer bir kuram ise Schwartz'ın (1992) değerler teorisidir. Değer, bireyin eylemlerini sergilemede önemli olan, kendisini ve başkalarını değerlendirmek için kullandığı ölçütler olarak ifade edilmektedir (Schwartz, 2012). Teori, bireylerin değerlerini nasıl oluşturduğunu, kültürler arasındaki farklılıkları ve bireylerin sahip olduğu çeşitli değerleri açıklamak ve bu değerlerin bireylerin davranışlarını nasıl etkilediğini anlamak için kullanılır. (Schwartz, 2006). Tüketici değeri karar verme aşamasının merkezinde yer alırken, tüketicilerin tutumlarını, ilgi alanlarını ve davranışlarını etkileyen psikolojik bir yapı olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda, Jin vd. (2017b) restoran işletmelerinde sağlık bilincinin davranışsal etkilerini incelemiştir ve bu etkileri değerler ve davranış arasındaki ilişkiye dayanarak ele almıştır. Araştırma, sağlıklı yaşam tarzını benimsemekle ilgili değerlerin, restoran tüketicilerinin algıladığı restoran kalitesi ve davranışsal niyetleri üzerinde olumlu etki yaptığını göstermiştir. Sağlıklı yaşam tarzını sürdürme eğilimi, tüketicilerin tüketim motivasyonlarını harekete geçirir ve sağlık bilincine sahip olan bireylerin değer algıları sağlıklı davranışları yansıtacak şekilde biçimlenir. Bu doğrultuda, tüketicilerin sağlıklı ve besleyici menü öğelerini tercih edecekleri belirtilmiştir. Jun ve Arendt (2016), restoran işletmelerinde sağlık bilinci ile davranışsal niyet arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırmacılar, sağlıklı yaşam tarzını benimseyen tüketicilerin, sağlıklı menü öğelerinin varlığında bilişsel ve duygusal olarak daha olumlu tepki vererek, sağlıklı yiyecek için daha fazla ödemeye istekli olabileceklerini belirtmiştir.

Tablo 1.4 incelendiğinde S-O-R teorisinin de araştırmalarda sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. S-O-R teorisi, bireyin bir davranışı benimsemesi aşamasında geçirdiği bilişsel ve duygusal süreçleri bütünsel açıdan ele alır (Tandon vd., 2021). Mehrabian ve Russell (1974) tarafından geliştirilen teori, bireyleri çevreleyen birden çok uyarının olduğunu (S), bu uyarıların bireyde duygusal değişikliğe neden olduğunu (O) ve bunların da bireyde birtakım tepkiler (R) yarattığını öne sürer. S-O-R modeli *uyaran*, *organizma* ve *tepki* olarak üç temel bileşenden oluşur. Uyarı bireyin içsel durumunu etkileyen faktörlerdir. Bu bir reklam, bir ürün veya bir kişi olabilir. Organizma uyarıların bireyin içsel durumu üzerinde nasıl bir etki yarattığını ele alır; bunlar bireyin bilişsel, duygusal ve fizyolojik süreçleri olabilir. Tepki

bireyin uyarılara verdiği yaklaşma ve kaçınma şeklindeki davranışsal tepkidir. Örneğin bir ürün satın almak, bir yere gitmek veya biriyle konuşmak bu tarz bir tepki olabilir (Chang vd., 2011). Modelde bilişsel ve duygusal uyarıların, bireyin içsel süreçlerini etkilediği ve bu etkinin de davranışlarına yansıdığı ifade edilmiştir (Mehrabian ve Russell, 1974; Aktaran Elstouhy vd., 2022). Duygusal durum çevresel uyarılara tepki olarak gösterilen uyarılma ve hazzı yansıtırken, bilişsel durum bilgi edinme, işleme, akılda tutma ve geri çağırma gibi zihinsel süreçleri içerir (Eroğlu vd., 2001). S-O-R teorisinin kullanıldığı araştırmalarda sağlık bilinci uyarı olarak ele alınmaktadır (Lee vd., 2019; Vergura vd., 2019; Dennis vd., 2019 ve Tandon vd., 2021). Japutra vd. (2021) tarafından S-O-R modeli kullanılarak gerçekleştirilen bir araştırmada organik yiyeceklerin iki farklı bileşeni olarak sağlık bilinci ve gıda güvenliği endişesi içsel tepkiyi artırıcı uyarılar olarak ele alınmıştır. Araştırmada içsel tepki yoluyla tüketicilerin organik yiyeceklere ilişkin tutum ve davranışlarının olumlu yönde geliştiği belirtilmiştir.

Beklenti Değer Teorisi, bireysel motivasyon oluşumunu açıklamak için kullanılan bir psikolojik teoridir. Teori, bireylerin seçimlerini ve karar verme konusundaki motivasyonlarını daha iyi anlamak için kullanılmaktadır. Beklenti Değer Teorisine göre, bireyin bir davranışı gerçekleştirme olasılığı üç faktöre bağlıdır: *Beklenti*: Bireyin davranışı gerçekleştirme durumunda, bu davranışın istenen sonucu elde edeceğine dair inancı. *Değer*: Bireyin istenen sonucu elde etmenin önemine dair inancı. *Öz yeterlilik*: Bireyin davranışı gerçekleştirme yeteneğine dair inancı. Bireyin kendi yetkinlik düzeyine ilişkin algılaması ne kadar güçlüyse bir eylemi gerçekleştirme niyeti ya da davranışı oluşturma isteği de o kadar yüksek olacaktır. Yani birey kendi yeteneklerine ve becerilerine ne kadar güvenirse, davranışı gerçekleştirme olasılığı o kadar yüksektir (Vroom, 1964; Aktaran, Cummings vd., 2021). Beklenti teorisi, beklentilerin gelişiminin erken dönemde oluştuğunu, ergenlik döneminde dinamik olarak değiştiğini ve yetişkinlikte sabit hale geldiğini ifade etmektedir. Beklenti değer teorisine göre, bir ürün veya hizmet, tüketicinin beklentilerini aşarsa, genel değerlendirme olumlu yönde gelişir ve bu durum tüketicilerin niyetlerini etkileyebilir. Örneğin, sağlık bilincine sahip tüketiciler sağlıklı beslenmeye motive olurken, bu motivasyon sonucunda beklenen bir ödül olan sağlığın elde edilebileceğine inanırlar. Bu durum, sağlıkla ilgili davranışları gerçekleştirme motivasyonunu artırabilir. Bu bağlamda, tüketiciler sağlık bilincine dayalı sağlıklı yaşam tarzını benimsemek suretiyle istenen ödüle yani daha iyi bir sağlığa ulaşabileceklerine inanırlar (Karen vd., 2015). Tüketiciler sağlıklı davranışlar sergilemeye yönelik eğilim gösterdiklerinde, beslenmelerinde düşük yağlı ve düşük kalorili yiyecekleri tercih etmeye karar verebilirler. Bu tercihi yaparken, bu yiyeceklerin tüketimiyle daha sağlıklı

bir duruma geleceklerine dair beklentiye sahip olurlar. Bu nedenle, sağlıklı beslenme hedeflerini gerçekleştirmek amacıyla dışarıda yemek yeme deneyimlerinde de bu karar doğrultusunda davranış sergilemeleri beklenir (Yıldız, 2019). Talwar vd. (2021) doğal yiyecek tüketimini beklenti değer teorisi bağlamında incelemiştir. Araştırmaya göre, sağlık bilincine sahip tüketiciler, doğal yiyeceklerin sağlıkla ilgili faydalarını bildikleri için bu ürünlerle ilgili olumlu beklentilere sahip olacak ve beslenmelerinde doğal yiyeceklere yer vereceklerdir. Maesen vd. (2021) ise lezzetli ve düşük fiyatlı olarak algılanan ürünlere sağlık etiketleri yerleştirildiğinde, tüketicilerin ürünlere yönelik algılanan sağlık faydalarının arttığını ve sağlık etiketinin ürünün sağlığına ilişkin tüketici inançlarını olumlu bir şekilde etkilediğini belirtmiştir.

Ayrıntılandırma olasılık modeli, reklamların veya mesajların tutum ve davranışları nasıl etkilediğini öngörmek için kullanılan bir modeldir. Bu model, bireylerin bilgi işleme ve karar verme konusunda iki yol izlediğini varsayar: merkezi işleme yolu ve çevresel işleme yolu. Merkezi işleme yolu, bireylerin ilgi duydukları ve önem verdikleri mesajları işleme yoludur. Bu yol, mesajın içeriğiyle ilgili olarak ayrıntılı bir şekilde bilgi işleme ve değerlendirmeyi içerir. Çevresel işleme yolu, bireylerin ilgi duymadıkları veya önem vermedikleri mesajları işleme yoludur. Bu yol, mesajın içeriğiyle ilgili olarak daha az ayrıntılı bir şekilde bilgi işleme ve değerlendirmeyi içerir (Boyce ve Kuijer, 2014). Bireyin izleyeceği yolu, mesaja ilişkin ilgisi, bilgisi, mesajın anlaşılabilirliği, bireyin bilişsel ihtiyacı ve mesajı dikkat dağıtıcı ve engelsiz bir şekilde değerlendirme ve yorumlama becerisi gibi belirli koşullar etkiler (Lam vd., 2022). Bir kişinin bir mesaja hangi yolu uyguladığı o mesajı işleme motivasyonuna bağlıdır. Merkezi işleme yolunda düşünceler ve bilgiler daha fazla değerlendirilirken, çevresel işleme yolunda çıkarımlara dayalı bir yaklaşım benimsenmektedir. Merkezi işleme yolunda daha fazla düşünce süreci (detaylandırma) kullanıldığında, daha sağlam bir tutum ve davranış değişikliğinin teşvik edildiği gözlemlenmiştir (Kitchen vd., 2014). Sağlık bilinci, ayrıntılandırma olasılık modeli ile incelendiğinde, çalışmaların genellikle yiyecek seçimi konusuna odaklandığı görülmektedir. Örneğin, Dutta-Bergman (2004), yüksek sağlık bilincine sahip bireylerin, sağlıkla ilgili bilgi almak adına sağlıkla ilgili kaynaklardan araştırma yapma eğiliminde olduklarını bulmuştur. Bu durumda, sağlık bilinci yüksek bireyler beslenme konusunda bilgi edinmek için daha motive olurlar ve bu bilgiyi merkezi işleme yoluyla işlerler (Cicchirillo ve Mabry, 2014). Başka bir ifadeyle, sağlık bilinci yüksek olan bireyler sağlıklarını önemsedikleri için sağlıkla ilişkili yiyecek bilgilerini merkezi yoldan elde ederken, sağlık bilinci düşük olanlar,

yiyeceklerin lezzeti üzerine odaklanarak sağlıkla ilgili çevresel yoldan bilgi edinmeyi tercih ederler (Mai ve Hoffmann, 2015).

Transtoretik model (TTM), ilk kez Prochaska ve Diclemente (1982) tarafından geliştirilmiştir. Bu model, davranış değişikliğinin bir süreç olduğunu vurgular ve değişimin gerçekleştiği aşamaları, değişim sürecini, karar dengelemesini ve öz yeterliliği içeren dört temel bileşeni tanımlar (Prochaska ve Velicer, 1997). Bu modelin en önemli özelliği, davranış değişikliğini bir süreç olarak ele almasıdır. Diğer bir anlatımla model, bireyin istekli olduğu bir davranış değiştirme sürecini aşamalı olarak ele almaktadır (Taş vd., 2016). TTM, bireylerin genellikle başarılı olmadan önce birkaç davranış değişikliği girişiminde bulunması gerektiğini kabul etmektedir (Kim, 2007). Değişim kavramı, farklı aşamalardaki (düşünme, hazırlık, eylem) bireylerin çeşitli değişim süreçleri (bilinçlenme, duygusal uyarılma, sosyal özgürleşme) yaşadığını ifade eder (Prochaska ve Velicer, 1997). Birey, değişimin olumlu sonuçlarının olumsuzluklardan daha ağır bastığını fark etmedikçe, davranışını değiştirmeye istekli olmayabilir (Kim, 2007). Değişim motivasyonu, bireyin içsel durumuna bağlıdır ve dış etkenler tarafından dayatılamaz, bu durum Tsampoula vd. (2023) tarafından belirtilmektedir. Transtoretik model bağlamında, sağlık bilinci değişim sürecinin bir değişkeni olarak incelenmiş ve sağlık bilincine sahip bireylerin karar aşamasında davranışlarında değişiklik gösterme olasılığının yüksek olduğu ve sağlıklı davranışları benimseme eğilimlerinin artabileceği Mao vd. (2012) ile Feher vd. (2021) tarafından tespit edilmiştir.

Sağlık inanç modelinin teorik çerçevesini tutum ve inançlar oluşturmakta ve bu yolla sağlık davranışları açıklanmaktadır (Rosenstock, 1974). Model, bireyin sağlığına yönelik olumlu davranışları gerçekleştirme veya gerçekleştirilmeme motivasyonu üzerine kuruludur. Birey, algılanan faydayı elde etmek için davranışını değiştirme yönünde tutuma sahip olursa, sağlığa yönelik mesajları (kitle iletişim araçları, akranlar, eğitim vb.) harekete geçiren uyarıcı olarak algılayarak davranışlarını değiştirebilir. Birey hastalığını önlemek için harekete geçmenin faydalarının algılanan sonuçlardan daha fazla olduğuna inanıyorsa hastalığı önlemek için harekete geçecektir. Ancak birey, hastalığı önlemenin önündeki engelleri çok yüksek görüyorsa davranışını değiştirme olasılığı düşük kabul edilir (Kim vd., 2012). Sağlık bilinci, sağlık inanç modelinin kullanıldığı araştırmalarda algılanan faydanın öncülü olarak değerlendirilir. Sağlık bilinci, bireylerin sağlıklarıyla ilgili bilgi arama eğilimlerini artırarak, sağlıklı davranışlarda bulunma niyetlerini etkilemektedir (Ahadzadeh vd., 2017; Wahyuni ve Nurbajatmiko, 2017; Wang vd., 2020). Tablo 1.4'ten de anlaşılacağı üzere literatürde sağlık bilincinin etkilerini açıklamak için çok sayıda kuramın kullanıldığı görülmektedir. Bunun yanı sıra sağlık davranışlarını ele alan sağlık inanç modeli, transtoretik model; bilgi arama

davranışını ele alan teknoloji kabul modeli gibi kuramların da yer aldığı görülmektedir. Bu araştırma kapsamında yer alan araştırma modeline uygun olarak Tablo 1.4'te yer verilmemiş olsa da aşağıda ayrıntıları ile anlatılacak olan ve Roger (1975) tarafından geliştirilen korunma motivasyon teorisinden yararlanılacaktır. Model koruyucu sağlık davranışını açıklamak için sağlık inanç modeli ve motivasyonel değişkenlerin birleştirilmesiyle meydana gelmiştir (Cox vd., 2004).

Roger (1975) tarafından ortaya konulan Koruma Motivasyon Teorisi, bireylerin sağlık sorunlarının ortaya çıkmasındaki dinamikleri anlamak amacıyla geliştirilmiştir. Bu teori, bireylerin tutumları ve davranış değişiklikleri arasındaki ilişkiyi açıklamayı hedeflemektedir. Temel prensibi, bireylerin sağlığa zarar verebilecek davranışların potansiyel sonuçlarına odaklanarak, bilişsel bir değerlendirmenin ardından davranış değişikliği eğilimini artırma potansiyelini vurgulamaktadır (Roger, 1975). Bu teoride, bireyin kararlarını şekillendiren iki temel bilişsel süreç bulunmaktadır: tehdit değerlendirmesi ve başa çıkma değerlendirmesi (Floyds vd., 2000). Tehdit değerlendirmesi, bireyin sağlık riskine karşı duyarlılık algısını ve sağlık riskinin ciddiyetini içermektedir (Lee vd., 2007). Birey, bu süreçte önce olası riski değerlendirir, ardından riskin ciddiyetini belirler ve bu riske karşı savunmasız durumunu değerlendirir (Harris vd., 2020). Tehdit değerlendirmesinin bir bileşeni, bir davranışın sonuçlarını ne kadar ciddiye aldığını belirtirken diğer bileşen bireyin olası tehditlere karşı ne kadar savunmasız hissettiği inancını içermektedir (Miao, 2014).

Tehdit değerlendirmesi, bireyin kendini ne kadar tehdit altında algıladığıyla ilgili faktörlerle ilgilidir. Bu faktörler, algılanan savunmasızlık, ciddiyet ve korkudur (Wu vd., 2005). Algılanan savunmasızlık, kişinin duygusal veya fiziksel zarara karşı duyarlılığı olarak tanımlanır. Algılanan ciddiyet ise, bireyin tehdidi kendisi için ne kadar önemli olarak algıladığının bir ölçüsüdür. Korku ise, algılanan savunmasızlık ve algılanan ciddiyet unsurlarını bir araya getiren üçüncü bir değişken olarak tanımlanır (Neuwirth vd., 2000). Birey bir olaya karşı kendini ne kadar savunmasız hissederse korku seviyesi o kadar yükselir ve o olayla ilgili koruyucu davranışa yönelik motivasyonu o kadar yüksek olur (Scarpa ve Thiene, 2011). Bu çerçevede, bireyin, sağlıkla ilgili bir tehdidi ne kadar ciddiye aldığı ve bu tehlide karşı ne kadar savunmasız hissettiği, nihai olarak sağlıkla ilgili davranış değişikliklerini etkileyen temel belirleyiciler arasında yer almaktadır (Chamroonsawasdi vd., 2021).

Baş çıkma değerlendirmesi, bireyin belirli bir davranışın kendisini sağlık risklerinden koruyacağına ve böyle bir davranış gerçekleştirebileceğine ne ölçüde inandığıyla ilişkilidir (Wu vd., 2005). Diğer bir anlatımla, başa çıkma değerlendirmesi, bireyin tehdit altındaki

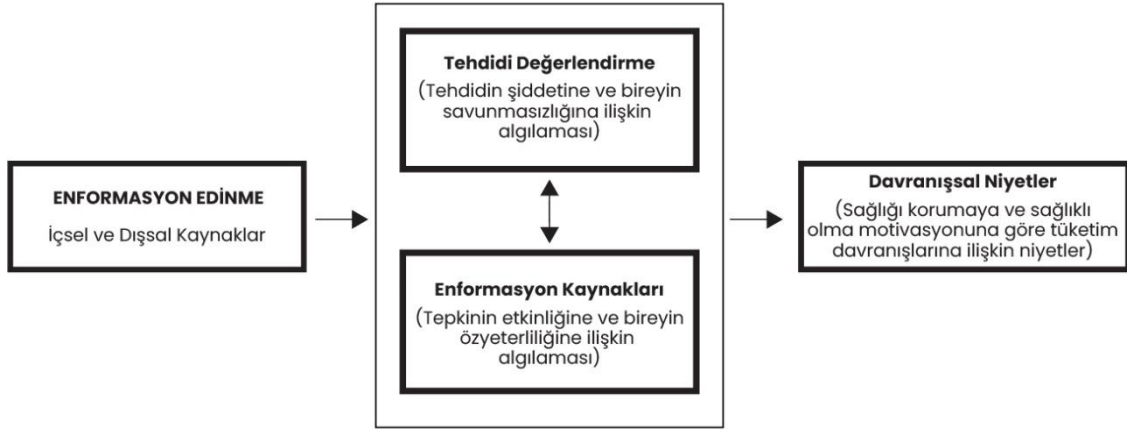
durumu yönetme ve önleme yeteneğini ifade eder. Bu süreci etkileyen değişkenler ise tepki etkinliği, öz yeterlilik ve tepki maliyetidir (Roger, 1975). Tepki etkinliği, bireyin uygulayacağı önlemlerin ne kadar etkili olacağına dair algılarına dayanır. Öz yeterlilik ise bireyin tehdit altındaki durumu yönetebilecek kapasiteye sahip olma inancını ifade eder. Tepki maliyeti ise, önlem alma sürecinde ortaya çıkacak zorluklar, kaynaklar ve sınırlamalar gibi faktörleri içerir. Bu değişkenler, bireyin tehdit altındaki durumu nasıl ele alacağına yönelik değerlendirmelerini etkiler (Cox vd., 2004; Byrd vd., 2022). Bu bağlamda modelin bileşenleri; tehlikenin şiddeti, tehlikeye karşı duyarlı olma (olasılık), tehlikeye ilişkin koruyucu davranış sergileyeceğine inanma (öz yeterlilik), sergileyeceği tepkinin faydalı ve etkili olacağını düşünme (tepkisel yeterlilik) şeklinde ifade edilmektedir. Bu sebeple, modelin sonucu bireylerin ilgili durumlarda uygun tepkileri başlatma, sürdürme veya engelleme niyetini ve kararını içermektedir (Floyds vd., 2000).

Koruma Motivasyon Teorisi, bireyleri davranış değişikliğine teşvik etme, başa çıkma becerilerini geliştirme ve sağlıklı yaşam tarzı değişikliklerine yönlendirme de yararlı bulunmaktadır (Cox vd., 2004). Bu teori, bireylerin sağlık tehditlerine karşı uyumsuz davranışlar sergilemek yerine uyarlanabilir davranışlar geliştirme sürecini açıklamaya çalışır. Koruma motivasyon teorisine göre ilk aşamada, bireyin bilgi sahibi olması önemlidir. Bilgi kaynakları çevresel ve içsel olarak ikiye ayrılır. Birey, çevresel kaynaklardan (örneğin aile ve arkadaşlar) ve daha önceki deneyimlerden elde ettiği içsel bilgi kaynaklarından bilgi edinir ve bunları kullanır. Birey, edindiği bilgileri temel alarak uyumlu ve uyumsuz davranışları değerlendirir. Uyumsuz davranışlar, bireyin risk altında olmasına yol açan ve sağlık sorunlarını tetikleyen sağlıksız davranışlar olarak tanımlanır. Diğer yandan, uyarlanabilir tepkiler, bireyin sağlık tehditlerini azaltmaya yönelik uygun davranışları sergilemesini ifade eder (Milne vd., 2000; Cox vd., 2004). Tehdit ve başa çıkma değerlendirmesinin sonucuna bağlı olarak, birey iki farklı yol izler. Uyarlanabilir (koruyucu) bir tepki, sağlıkla ilgili riskli veya zararlı bir durum ortaya çıktığında bireyin zararı azaltan veya önleyen bir tepki göstermesidir. Uyumsuz (koruyucu olmayan) bir tepki ise sağlık tehditlerini engelleyememe hissine dayanır ve bunun yerine olumsuz duyguları engellemek için kaçınma davranışları sergiler (Blunt, 2012). Son aşamada birey, bilişsel süreç içinde bir seçim (adaptif veya uyumsuz tepkiler) yapma davranışı sergileyecektir.

Birey, tehdit ve başa çıkma değerlendirmelerinin sonuçlarına dayanarak davranışını şekillendirecektir. Tehlikeli bir olay gerçekleştiğinde, birey olayı azaltmaya veya önlemeye yönelik bir tepki verirse koruyucu bir davranış tercih edecektir. Ancak, davranışın tepkinin engellenemeyeceği yönde olması durumunda birey uyumsuz bir davranış sergileme

eğiliminde olacaktır (Milne vd., 2000). Öyle ki, eğer tehdit değerlendirmesi başa çıkma değerlendirmesinden daha güçlü ise, birey uyumsuz bir davranış sergileyebilir. Bu durum tehdidi yok saymayı, en aza indirmeyi veya görmezden gelmeyi içerebilir. Birey, tehdidi etkisiz hale getirmek için uyumsuz stratejiler geliştirebilir ve tehditle baş etme sürecinde etkili bir başa çıkma mekanizması kullanmayabilir (Roger, 1975). Tepki yeterliliğine olan inanç ve öz yeterlilik yüksek olduğunda, başa çıkma tepkisi daha güçlü olur ve koruma motivasyonu artar (Milne vd., 2000). Bu modelde, ikna edici iletişim yoluyla bilgi kaynakları aracılığıyla uyumsuz davranışlar, uygun tepkilere dönüştürülebilir. Bu şekilde, bilgi sağlayıcılar ve etkili iletişim yolları aracılığıyla bireyler, sağlık tehditlerine karşı uygun ve koruyucu tepkiler geliştirebilirler (Cox vd., 2004; Yasami vd., 2022).

Koruma motivasyon teorisinin uygulandığı araştırmalarda tüketicilerin organik ve fonksiyonel yiyecek satın alma niyetleri (Cox vd., 2004; Pang vd., 2021), etnik restoranlara yönelik risk algıları (Lee vd., 2019; Wen ve Lastres, 2022), gıda güvenliği (Miao, 2014), obezite davranışları (Ritlan ve Rodriguez, 2014; Ho ve Sun, 2015) ve pandemi döneminde restoranda yemek yeme davranışları (Byrd vd., 2021) incelenmiştir. Tüketicilerin beslenme davranışlarını değerlendirmek için koruma motivasyon teorisinin kullanıldığı araştırmalarda, tüketiciler yiyeceğin sağlıkla ilgili yönlerine ilişkin tehlikeyi ve şiddeti yüksek olarak değerlendirirse sağlıklı bir yaşam tarzına yönelik davranış değişikliği eğilimi sergileyebilecekleri ve öz yeterlilik ölçüsünde davranış değiştirebilecekleri ifade edilmiştir (Cranfield vd., 2007). Tüketicilerin şikâyet etme davranışının incelendiği araştırmalarda, sağlıklarıyla ilgili tehdit algısının yüksek olduğu durumlarda, şikâyet etmenin olumlu sonuçlarına inandıklarında ve şikâyet etmenin maliyetinin düşük olduğunu algıladıklarında, çoğunlukla şikâyet etme yönünde davranış sergiledikleri belirtilmiştir (Bolkan, 2015). Gıda güvenliğiyle ilgili araştırmalara göre daha yüksek öz yeterliliğe sahip olan bireyler gıda güvenliği sorunlarına dair aktif olarak çözüm aramaya daha isteklidir. Gıda güvenliği etiketlerini okumak, tüketicilerin olası tehdit yönündeki değerlendirmelerini etkilemekte ve bilinçli kararlar almasını sağlamaktadır (Miao, 2014).



Şekil 1.1 Koruma Motivasyon Teorisi

Şekil 1.1'de yukarıda anlatılan Koruma Motivasyon teorisinin bu çalışmanın amaçlarına göre uyarlanmış bir modeli yer almaktadır. Bu model Rogers'ın (1975) bireylerin sağlık davranışlarına yönelik koruyucu önlemler hakkındaki motivasyon teorisini temel almakta, akademik literatürde yaygın olarak kullanılan modellerden farklı olarak davranış ve niyet kavramlarını ayrı ayrı ele almaktadır. Mevcut çalışma, restoranlarda sağlıklı yemek seçimi davranışını incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda, tehdit algılama, değerlendirme ve başa çıkma süreçlerini içeren Rogers'ın teorisi kullanılmıştır. Bu çalışmada, yemek seçimi bir restoranda sağlıklı yemek tüketme niyeti olarak ele alınmaktadır. Bu nedenle, modelin öngördüğü sürecin çıktısı davranışsal niyettir. Restoranlar bağlamında yemek deneyimi esas alındığında (bu çalışmada olduğu gibi), enformasyon arayışı bu deneyimin önemli bir bileşeni haline gelir. Bu kapsamda, restoran veya yemekle ilgili nitelikler (konum, atmosfer, kalite, fiyat, doğallık, sağlık ve güvenli olma gibi) hakkında çeşitli konularda bilgi edinme ihtiyacı ortaya çıkar. Bu durum, yemeğin sağlıklı olması kadar lezzetli ve erişilebilir (fiyat, zaman, konum açısından) olup olmadığıyla ilgili de bilgi edinmeyi gerekli kılar. Bu husus dikkate alınarak, modeldeki süreç enformasyon edinme (içsel ve dışsal kaynaklar) ile başlamaktadır. İçsel kaynaklar, bireyin kendi bilgi ve deneyimlerinden oluşurken, dışsal kaynaklar ise internet, aile, arkadaşlar, restoran personeli ve menüler gibi kaynakları kapsar. Birey, yemeğin sağlıklı, lezzetli ve erişilebilir olup olmadığını anlamak için bu kaynaklardan bilgi edinir. Bireylerin dışarıda yemek yeme motivasyonları da dikkate alındığında, restoran bağlamındaki yemek deneyimlerinde yemeğin besleyiciliği açısından tehdit değerlendirmesi ve başa çıkma değerlendirmesi önem kazanır. Birey, edindiği bilgiler ışığında yemeğin sağlık risklerini değerlendirir. Bu riskler, kalori, yağ, şeker ve tuz içeriği gibi faktörleri içerir. Aynı zamanda, birey yemeğin lezzetini ve

erişilebilirliğini (fiyat, zaman, konum açısından) de değerlendirmeye alır. Bu süreçte birey algılanan tehditle başa çıkabilme becerisini dikkate alır. Bu, sağlıklı seçimler yapabilme becerisine ve sağlıklı yiyeceklere erişim imkanına olan inancını içerir. Özellikle sağlıklı beslenmeye odaklanıldığında, bireyler edindikleri bilgilerle yemeğin besleyici değerini (kalori, yağ, şeker ve tuz gibi) anlamak ister. Birey, sağlık açısından potansiyel riskleri göz önünde bulundurarak yemek seçimini yapar.

Sağlık bilincine sahip bireyler, tehditleri değerlendirme ve savunma mekanizmalarını daha gerçekçi bir biçimde ele alma hususunda bilinçli bir yaklaşım benimsemektedirler. Kendi başa çıkma yeteneklerine güven duymakta ve tehditlere karşı nesnel yaklaşmaktadırlar (Blunt, 2012). Bu bireyler, başa çıkma becerilerine güvenerek, tehditlere etkili bir şekilde karşılık verebilecekleri inancını taşımaktadırlar (Kim vd., 2021a). Sonuç olarak, sağlıklarını koruma amacıyla ve genellikle sağlıklı olma motivasyonu ile uyumlu davranışlar sergileme niyetleri oldukça güçlüdür (Cox vd., 2004). Bu bireyler, sağlıksız beslenmenin kalp hastalığı, diyabet ve kanser gibi kronik hastalıklarla ilişkisini daha iyi anlarlar. Ayrıca, sağlıksız beslenmenin sadece fiziksel değil, aynı zamanda psikolojik ve sosyal sonuçları da olduğunu farkındadırlar. Bu nedenle, meyve-sebze tüketimini artırmak, işlenmiş gıdalardan kaçınmak ve düzenli egzersiz yapmak gibi sağlıklı davranışları daha sık sergilerler.

Koruma motivasyon teorisi ile ele alındığında sağlık bilinci, bireylerin yiyecek tüketim kararlarını belirleyen önemli bir faktör olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, bireylerin kendi sağlık durumlarından kaynaklanan potansiyel tehditleri değerlendirmeleri ve bu tehditlere karşı etkili başa çıkma stratejileri geliştirmeleri, tüketim amaçlı seçtikleri yiyeceklerin sağlık açısından etkin bir biçimde değerlendirilmesini gerektirmektedir. Bu süreçte öznel bakış açıları da önemli bir rol oynar. Bu bağlamda yiyeceklerin sağlıklı algılanması becerisi, bireylerin sağlıklı beslenme alışkanlıkları geliştirmelerinde kritik bir rol oynamaktadır.

1.2. Yiyeceklerin Sağlıklı Algılanması ve Öznel Bilgi

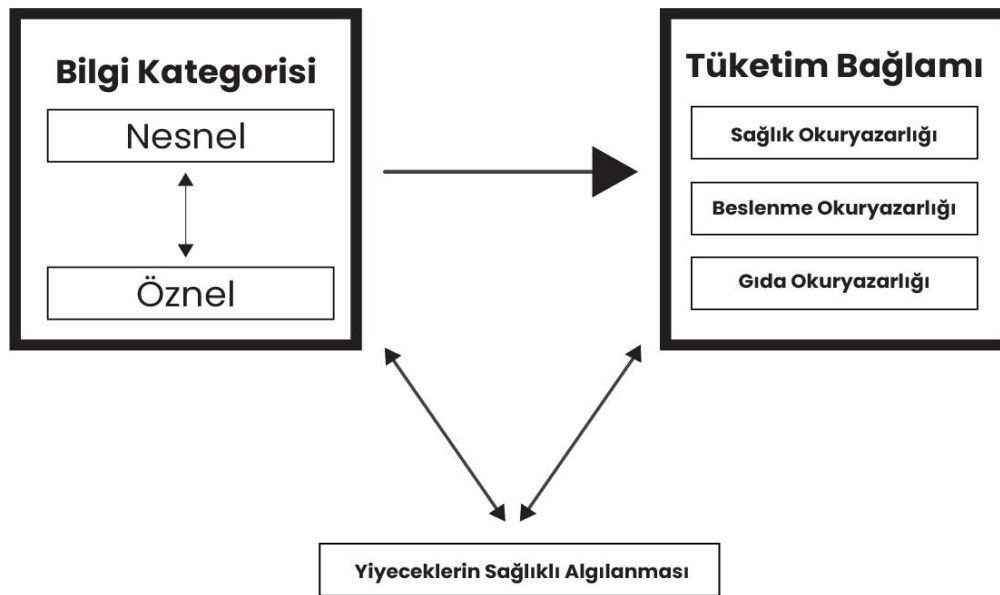
Yiyecek tüketimi başta olmak üzere bireylerin tüketim davranışları açısından sağlık bilincinin gelişmiş olması önemlidir, ancak sağlıklı yemek seçimi yapmada tek başına yeterli değildir. Çünkü bireyin bir yemeğin sağlıklı olup olmadığına karar verebilmesi için bu konuda yeterli bilgi ve beceriye sahip olması gerekir. Yani, yiyeceklerin sağlıklı olup olmadığına ilişkin bir değerlendirme yapabilme yeteneği geliştirmiş olmalıdır. Yiyeceklerin sağlıklı algılanması, bireylerin bir yiyeceği genel sağlıklarına uygun, besleyici ve sağlık açısından olumlu bir şekilde değerlendirmeleri anlamına gelir (Fernandes vd., 2016; Pinto vd.,

2021). Bu değerlendirme, yiyeceğin içeriği, besin değeri, üretim yöntemleri ve diğer sağlıkla ilgili faktörlere dayanır (Machin vd., 2020). Bu kavramın daha iyi anlaşılması için sağlıklı yiyecek kavramının da tanımlanması gerekmektedir. Obezitenin çok çeşitli sağlık sorunlarına neden olduğu artık bilinmektedir bu yüzden bireyler sağlıklı yemek seçimleri yapma konusuna daha fazla önem vermekte (Faulker vd., 2014) ne yediklerinin yanı sıra hangi miktarda yediklerine de dikkat etmektedir. Diğer yandan yemek seçimi vücudun metabolik, hormonal, zihinsel, fiziksel veya kimyasal faaliyetlerine yardımcı olan sağlıklı hücrelerin ve dokuların oluşumu ve tamiri için hayati rol oynar (De ve Tulipa, 2019). Bu bağlamda yiyeceklerin daha sağlıklı olması tüketiciler için gittikçe daha önemli hale gelmektedir (Pinto vd., 2021). Literatür incelendiğinde sağlıklı yiyeceklere yönelik tanımlarda net bir fikir birliğinin olmadığı görülmektedir. Falk vd. (2001) tarafından yapılan bir araştırma katılımcıların sağlıklı yiyecekleri belirli meyve, sebze, et ve tahıl grupları ile ilişkilendirdiğini bildirmiştir. Başka bir tanımlamaya göre ise sağlıklı yiyecek beslenme ihtiyaçlarını iyi derecede karşılayan yiyecektir (Siipi, 2013). Fernandes vd.'nin (2016) üniversite öğrencileriyle gerçekleştirdikleri araştırmada katılımcılar lif, vitamin ve mineral yönünden zengin, bitkisel yağ ve sodyum içeren doğal yiyecekleri sağlıklı yiyecek olarak nitelendirmiştir. Mevcut literatürde sağlıklı yiyecekler genellikle şeker ve yağ oranı düşük, doğal, lif ve vitamin düzeyi yüksek, işlenmemiş ve katkı maddesi olmayan yiyecekler olarak tanımlanmaktadır (Satia vd., 2001; Evans vd., 2017; Damen vd., 2022; Goukens ve Klesse, 2022; Richetin vd., 2022).

Bireyler günlük yaşamlarında yiyecek seçimleriyle ilgili çeşitli kararlar almaktadır. Bu kararlar hangi öğünde ne yiyecekleri ne kadar yiyecek tüketecekleri, yemeklerin zamanlaması, miktarı, tazeliği, lezzeti, sağlıklı olması, doyurucu olması, alışkanlıklar, kalite gibi çeşitli faktörlere dayalı olarak verilmektedir (Özdemir, 2010). Yiyeceklerin sağlıklı algılanması üç bileşenli bir süreç olarak ele alınabilir. Bu süreç sağlıklı yiyecek tüketme motivasyonu, yiyeceğin sağlık açısından değerlendirilmesi ve sağlıklı olduğu için yiyeceğin seçilmesinden oluşur. İlk aşama olan sağlıklı yiyecek tüketme motivasyonu, tüketicilerin sağlıklı davranışlarda bulunmak amacıyla sağlıklı yiyecekleri tercih etme isteğini ifade eder (Verain vd., 2016). Eğer birey sağlıklı yiyecek tüketme yönünde motivasyona sahipse yiyeceklerin sağlıklı olup olmadığıyla ilgili bir değerlendirme yapma ihtiyacı duyacaktır (Machin vd., 2014). Bu değerlendirmeyi doğru şekilde yapabilmesi için de yiyeceklerin sağlık yararlarını algılamasına yardım edecek bilgi ve beceriye sahip olması beklenmektedir (Hartmann vd., 2018). Bu değerlendirme ile yemeğin sağlıklı olduğuna ilişkin bir algılama geliştirir (Fernandes vd., 2016; Plasek vd., 2020). Bu algılama, yemeği tüketme kararında

belirleyici olabilir. Söz konusu değerlendirmeyi yaparken birey yiyeceğin türüne, besin ögesi içeriğine, duyuşal özelliklerine, üretim süreçlerine (Marques da Rosa vd., 2019; Benson vd., 2018) ilişkin enformasyona ihtiyaç duyar, bu enformasyonu edinmek ister ve kullanır (Gineikiene vd., 2016; Hartmann vd., 2018). Yiyeceğin sağlıklı olup olmadığını değerlendirme yönünde bireyin geçmiş deneyimleri, yemek tüketim motivasyonları, enformasyon arama davranışları, enformasyon işleme tarzı, bilişsel kapasitesi önemli rol oynamaktadır (Luomala vd., 2006; Linan vd., 2019; Pinto vd., 2021). Bu değerlendirmeler sonucunda; bireyin yiyeceğin sağlıklı olduğuna ikna olması durumunda, sağlıklı yiyecek seçiminde bulunması beklenir (Wijayarathne vd., 2018). Bu yüzden yiyeceklerin sağlıklı algılanması, bireylerin sağlıklı yiyecek tüketme motivasyonu ile başlayan ve bu motivasyon doğrultusunda yiyeceklerin sağlık yönlerini kendi bilgi ve becerisiyle değerlendirip yiyecek seçmeleriyle sonuçlanan bir süreç olarak ele alınabilir (Luomala vd., 2004).

Yiyeceklerin sağlıklı algılanması, belirli yiyeceklere, bileşenlere (örn, süt veya gluten) veya beslenme şekillerine (vegan beslenme) atfedilen anlamlarla yakından ilişkilidir (Provencher ve Jacob, 2016). Bu algı aynı zamanda tüketicilerin belirli bir ürünün sağlık üzerindeki etkisine yönelik beklenti ve inançlarını yansıtmaktadır. (Sanchez-Siles vd., 2022). Farklı bir bakış açısına göre ise yiyeceklerin sağlıklı algılanması, yiyeceklerin çeşitliliği ve içeriğine bağlı olarak değişmektedir. Söz gelimi, enerji yoğunluğu ve yağ içeriği düşük olan yiyecekler daha sağlıklı olarak algılanmaktadır (Machin vd., 2020).



Şekil 1.2 Nesnel ve Öznel Bilgi Arasındaki İlişki

Şekil 1.2’de gösterilen model, bireyin yiyecek seçimi yaparken kullandığı bilgi kaynakları ile sağlıkla ilgili becerileri arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Bireyin hangi yiyecekleri tüketeceğine karar verme sürecinde iki tür (nesnel ve öznel) bilgi etkili olmaktadır (Flynn ve Goldsmith, 1999). Nesnel bilgi bireyin herhangi bir konu, olgu, kişi veya olaya dair gerçekte ne bildiği ile ilgilidir (Brucks, 1985; Gambaro vd., 2013) ve bu bilginin doğruluğu geçerli ve güvenilir testlerle sınanabilir (Park vd., 1994).

İlgili literatürde sağlık açısından nesnel bilginin sağlık okuryazarlığı ve bunun da bir uzantısı olarak görülebilecek beslenme okuryazarlığı ve gıda okuryazarlığı kavramları ile açıklandığı söylenebilir. Sağlığa ilişkin bilgileri anlayabilme ve uygulamaya koyabilme becerisini yansıtan sağlık okuryazarlığı (Berkman vd., 2010) bireyin okuma, anlama, dinleme, akıl yürütme gibi fiziksel ve bilişsel yeteneklerinin yanı sıra sosyal becerilerini de kapsayan geniş bir kavramdır (Sorensen vd., 2012). Diğer bir anlatımla, sağlık okuryazarlığı insanın sağlığını tanıması, sağlığına uygun şekilde karar verebilmesi ve sağlık sisteminden nasıl faydalanacağını bilmesidir (Baker, 2006). Sağlık okuryazarlığı, bireyin bilgisi ve deneyimi arttıkça gelişen dinamik bir yapı olarak da tanımlanır (Berkman vd., 2010). Literatürdeki çalışmalar, sağlık okuryazarlığının beslenme bağlamında değerlendirilmesini beslenme okuryazarlığı olarak adlandırmaktadır. Beslenme okuryazarlığı, enformasyon kaynakları aracılığıyla beslenmeye dair bilgilere ulaşma, bu bilgileri yorumlama ve davranışa dönüştürme konusunda bireyin sahip olduğu beceridir (Velardo, 2015). Beslenme okuryazarlığı temel beslenme bilgisine sahip olma, besin değerlerini anlama ve besin etiketlerini okuma konusundaki yetkinliklerle ilişkilendirilir. Bu kavram, bireylerin sağlıklı yiyecekler seçme ve dolayısıyla sağlıklı beslenme alışkanlıkları geliştirme konusunda becerilerine odaklanır ve bu süreçte bilginin yanı sıra istek, yetenek ve belli davranışlar da gereklidir (Taylor vd., 2019).

Beslenme okuryazarlığı kavramıyla ilişkili olarak gıda okuryazarlığı terimi de literatürde yer almaktadır. Gıda okuryazarlığı ilk kez Kolasa vd. (2001) tarafından yiyecek ve beslenmeyle ilgili temel bilgileri edinme, işleme ve anlama yeteneği ile bu bilgileri kullanarak sağlığa uygun kararlar verme becerisi anlamında kullanılmıştır. Ayrıca, sağlıklı beslenmeye uygun yiyecekleri tüketmek için gerekli bilgi ve farkındalığı içerdiği gibi, daha geniş bir yapıda yiyecek sistemine odaklanır (Vettori vd., 2019). Gıda okuryazarlığı, beslenme okuryazarlığından ayrılarak, sadece gıda ve beslenmeyle ilgili temel bilgilerin edinilmesi, anlaşılması ve işlenmesine odaklanmakla kalmaz, aynı zamanda bu bilgilerin pratik uygulaması becerisini de kapsar (Krause vd., 2018). Başka bir tanıma göre, gıda okuryazarlığı sağlığa yönelik davranışlar, sürdürülebilir çevre, küresel yiyecek sistemi, yiyecek kültürü gibi

çeşitli unsurları içermektedir (Pendergast ve Dewhurst, 2012; Aktaran, Aktaş ve Özdoğan, 2016).

Sağlık, gıda ve beslenme okuryazarlığı kavramlarının incelenmesi, bireylerin bilişsel yeteneklerine odaklanmayı içerir ve temel beslenme bilgilerini anlama ve kullanma sürecinde nesnel bilgilere olan ihtiyaca vurgu yapar. Bu bağlamda, bireylerin sağlıklı kararlar verebilmesi için yemek seçerken ve tüketirken temel beslenme bilgilerine erişme, işleme ve anlama kapasitesine sahip olmaları gerekmektedir. Dolayısıyla sağlık, gıda ve beslenme okuryazarlığıyla ilişkili nesnel bilgilerin bu durumda daha fazla önem kazandığını söylemek mümkündür. Ayrıca, bireyin nesnel bilgisinin yiyecekleri sağlıklı algılamada önemli bir belirleyici olduğu söylenebilir. Beslenme bilgisine, gıda okuryazarlığına ve sağlık okuryazarlığına sahip olan bir birey, yiyeceklerin sağlıklı olup olmadığı konusunda doğru değerlendirmelerde bulunabilecektir. Bireyin sahip olduğu nesnel bilgi düzeyi, öznel bilgiyle uyumlu olduğunda, yiyeceklerin sağlıklı algılanmasıyla ilgili değerlendirmesi daha gerçekçi olacaktır (Rihn vd., 2021). Bu konuyla ilişkili olarak Jo vd. (2016) tüketicilerin besin içeriği hakkında nesnel bilgiye sahip oldukları durumlarda (öznel bilgiyle uyumlu olarak) yiyeceklerin sağlıklı değerlendirmesini daha doğru yaptıklarını ve sağlıklı yiyecekler için tüketicilerin daha fazla ödeme yapmaya istekli olduklarını belirtmişlerdir. Bu bağlamda, bireyin öznel bilgisinin de yiyeceklerin sağlıklı algılanmasında önemli bir rol oynadığı söylenebilir (Fernandes vd., 2016; Bailey ve Muldrow, 2019).

Öznel bilgi bireyin herhangi bir konu, olgu, birey veya olayla ilgili hangi bilgileri ne ölçüde bildiğine dair inancı olarak tanımlanmakta (Brucks, 1985) ve yine bireyin kendini öznel olarak değerlendirmesi (ne bildiğine ilişkin kendi beyanı) temel alınarak ölçülmektedir (Capraro vd., 2003). Öznel bilgi, ayrıca bireyin ürün niteliklerini veya özelliklerini kullanarak yaptığı satın alma kararlarında kendine duyduğu güvenin derecesini de ifade etmektedir (Xin ve Seo, 2019). Literatürde yapılan incelemeler öznel bilginin ürün değerlendirmelerinde ve yiyecek tüketim davranışlarında önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır (Gambaro vd., 2013; Phillips vd., 2013; Zhang vd., 2018; Eberhardt vd., 2020). Sağlık konusunda öznel bilgi de bireyin sağlığı koruyucu bir eylemde bulunup bulunamayacağını belirlemek için önemlidir. Sağlıkla ilgili algılanan bilgi veya insanların bilgiye sahip olduklarını hissetmesi, eyleme geçmelerini ve koruyucu sağlık davranışlarında bulunmalarını teşvik edebilir (Waters vd., 2018). Örneğin Gambaro vd. (2013), tüketicilerin zeytinyağı tüketim davranışlarını inceledikleri araştırmada beslenme konusunda öznel bilgiye sahip olduğunu düşünen bireylerin zeytinyağı tüketim sıklıklarının daha yüksek olduğunu vurgulamıştır. Benzer şekilde Chen'in (2013) çalışması, sağlıklı ve lezzetli olarak algılanan yiyeceklerin tüketimi üzerinde öznel beslenme bilgisinin rolünü incelemiş ve öznel beslenme bilgi seviyesi yüksek bireylerin sağlıklı yiyecekleri tercih etme ve tüketme konusunda daha bilinçli davrandığını ortaya koymuştur. Bu bağlamda öznel bilginin bireyin deneyimine bağlı olarak şekillendiği ve

yiyecek satın alma davranışlarının da öznel bilgiye bağlı olarak değiştiği ilgili çalışmalarda vurgulanmaktadır (Liu vd., 2015; Xin ve Seo, 2019; Pu vd., 2021; Fatha ve Ayoubi, 2021).

Sağlığına önem veren ve sağlık bilinci yüksek olan bireylerin öznel bilgilerine güvenerek beslenmelerinde fonksiyonel ve organik yiyeceklere yer verdikleri (Xin ve Seo, 2019; Fatha ve Ayoubi, 2021), yiyecek satın alma esnasında besin etiketlerini dikkate aldıkları (Liu vd., 2015), beslenmelerinde balık, et ve sebze ürünlerine yer verdikleri (Pieniak vd., 2010) ve aşına olmadıkları yiyecekleri tüketmekten kaçındıkları (Zhang vd., 2018) görülmektedir. Bu bağlamda öznel bilginin yiyeceklerin sağlıklı algılanmasında etkili olduğu söylenebilir. İlgili çalışmalar incelendiğinde, yiyeceklerin sağlıklı algılanmasını birçok faktörün belirlediği görülmektedir (Gaspar vd., 2020). Bireyin yiyecekleri sağlıklı olmaları yönünden değerlendirmesi, üretim ve işleme yöntemleri, çevre dostu olma durumu, besin değerleri, tazelik, doğallık, atmosfer, menü, ambalaj özellikleri gibi birden fazla faktöre bağlı olarak değişebilmektedir (Cavanagh vd., 2013; Plasek vd., 2020). Ancak bir yiyecek ne kadar sağlıklı algılanırsa algılandıkça sağlıklı yiyecek tüketimini engelleyebilecek çeşitli etkenler mevcuttur (Pollard vd., 1998; Farahmand vd., 2015). Tablo 1.5'te yiyeceklerin sağlıklı algılanmasını etkileyen belirleyici ve engelleyici faktörler bir arada yer almaktadır.

Tablo 1.5 Yiyeceklerin Sağlıklı Algılanmasında Belirleyiciler ve Engelleyiciler

Belirleyiciler	Bileşenler	Çalışmalar
Yiyeceğin İçeriği	Tuz, enerji içeriği, yağ, şeker, kolesterol miktarı, trans yağ, lif miktarı, protein, karbonhidrat, vitamin, mineral, kimyasal ve pestisit içeriği,	Bucher vd.(2016); Linan vd. (2019); Machin vd.(2020); Damen vd.(2022)
Yiyeceğin Üretim Süreci	Geleneksel yöntem, doğallık, organik gıda, fonksiyonel gıda, ambalaj rengi, yiyeceklerin görsel çekiciliği, sınırsız yemek seçeneklerinin varlığı.	Paquette (2005); Urala ve Lahteenmaki (2006); Tijssen vd.(2017); Sulistyawati vd.(2019); Fuster vd.(2021).
Tüketim Bağlamı	Tüketim miktarı, diyetin çeşitliliği, etiket bilgileri, marka, kalite, kültürel değerler, tüketim sıklığı, atmosfer, deneyim, sosyal çevre, stres düzeyi, statü ve prestij, öz denetim.	Ares vd. (2009); Cavanagh vd.(2013); Provencher ve Jacob (2016); Jeong vd.(2018); Okumuş (2020).
Tüketicinin Özellikleri	Gelir, cinsiyet, eğitim, yaş.	Salib ve Maran(2010); Labbe vd. (2017).
Engelleyiciler	Bileşenler	Çalışmalar
Yiyeceklerle İlgili Olanlar	Maliyet, Lezzet, Erişilebilirlik	Pinho vd. (2018); Chan ve Zhang (2022).
Çevreyle İlgili Olanlar	Sosyal Faktörler, Enformasyonel faktörler,	Farahmand vd. (2015)
Bireyle İlgili Olanlar	Yaşam tarzı, motivasyon, özdenetim, aile ve akranlar, demografik özellikler	Pinho vd. (2018); Hilger-Kolb ve Dielh (2019).

Yiyeceklerin sağlıklı algılanmasını etkileyen faktörler Tablo 1.5'te de görüldüğü gibi besin içeriği (tuz, enerji içeriği, yağ, şeker vb), işleme şekli-üretim yöntemi (geleneksel yöntem, organik-fonksiyonel yiyecek, ambalaj özellikleri vb.), bağlam (tüketim miktarı ve

çeşidi, marka, kalite, atmosfer, deneyim vb.) ve tüketicinin demografik özelliklerini (gelir, cinsiyet, eğitim, yaş) şeklinde gruplandırılmıştır (Oakes ve Slotterback, 2001; Ares vd., 2008; Josiam ve Foster, 2008; Johansen vd., 2011; Faulkner vd., 2014; Reutner vd., 2015; Suher vd., 2016; Lo vd., 2017; Thurecht vd., 2018; Lusk, 2019; Plasek vd., 2020; Berry ve Romero, 2021; Fuster vd., 2021 ve Niven vd., 2021).

Yiyeceklerin sağlıklı algılanması, yiyeceğin içeriğinin dikkate alınmasını gerektirdiğinden besinin enerji içeriğinin düşük olup olmadığı, yağ, şeker, potasyum ve kolesterol oranlarının istenen seviyede olup olmadığı, katkı maddeleri ve pestisit varlığı gibi çeşitli faktörlerden etkilenmektedir (Provencher ve Jacob, 2016; Machin vd., 2020; Manippa, 2020). Üniversite öğrencileriyle gerçekleştirdikleri araştırmada, Fernandes vd. (2016) katılımcıların yiyecekleri doğal bulması, yiyeceğin az miktarda katkı maddesi içermesi, lif, vitamin ve mineral yönünden zengin olması, sodyum içermesi gibi durumlarda yiyecekleri sağlıklı algıladıklarını belirtmiştir. Öte yandan, Linan vd. (2019) katılımcıların yiyecekleri sağlıklı olarak değerlendirmelerinde en sık kullandıkları ölçütün yiyeceğin bileşenleri olduğunu ve katılımcıların yiyecekleri genel olarak vitamin ve mineral gibi sağlığa faydalı ya da şeker, yağ ve tuz gibi sağlığı olumsuz etkileyen bileşenlerin varlığına göre değerlendirdiğini saptamıştır. Nitel yöntem kullanarak gerçekleştirdikleri bir araştırmada, Petrescu vd. (2020) tüketicilerin besin ögelerine ve besin maddelerine göre değerlendirme yaparak yiyeceklerin sağlıklı olup olmadığına karar verdiklerini bildirmiştir. Scarborough vd. (2006) tarafından yapılan bir araştırmada katılımcılardan 120 farklı yiyecek maddesini sağlıklı veya sağlıklı olarak sınıflandırmaları istenmiştir. Araştırma sonucunda en sağlıklı yiyecekler olarak meyve-sebzeler algılanırken, yağ ve şeker oranı yüksek olan yiyeceklerin en sağlıklı olarak görüldükleri belirtilmiştir. Lo vd. (2017) tarafından restoran tüketicileri üzerinde gerçekleştirilen bir araştırmada katılımcıların az yağlı ve az tuzlu menü öğelerinin yanı sıra düşük karbonhidratlı ve düşük kalorili yiyecekleri daha sağlıklı algıladığı tespit edilmiştir.

Yiyeceklerin sağlıklı algılanmasında önemli bağlamsal faktörler olarak üretim yöntemleri (organik, yerel, fonksiyonel), işleme yöntemleri (hazırlanma, paketlenme, saklanma ve taşınma), ambalaj özellikleri ve yiyeceklerin görsel çekiciliği gibi faktörler belirtilmiştir (Tijssen vd., 2017; Vizireanu ve Hrusckha, 2018; Sulistyawati vd., 2019 ve Fuster vd., 2021). Ambalajın rengi ve şekli gibi yiyeceğe dışsal nitelikler, ürünle ilgili duyu ve hedonik beklentilerin kaynağı olarak kabul edilmekte ve bu nitelikler çevresel uyaranlar olarak algılanarak bireylerin yiyeceklerle ilgili beklentilerini şekillendirmektedir (Tijssen vd., 2017). Örneğin, Reutner vd. (2015) kırmızı renkte sunulan yiyeceklerin sağlıklı olarak

algılandığını ve tüketicilerin kırmızı renkli tabaklarda sunulan yiyecekleri daha az tükettiğini bildirmiştir. Marques da Rosa vd. (2019) tarafından Brezilya'da 152 katılımcıyla yapılan bir araştırma, ürün şeklinin (yuvarlak veya kare) sağlıklı algılama üzerindeki etkisini incelemiş ve kare ambalajlarda sunulan yiyeceklerin yuvarlak ambalajlarda olanlardan daha sağlıklı algılandığı, yuvarlak ambalajdaki ürünlerin ise daha tatlı ve lezzetli algılandığını ortaya koymuştur. Benzer şekilde Wang vd. (2022) katılımcıların yuvarlak ambalajları sağlıklı yiyeceklerle ilişkilendirdiğini, ancak kareleri sağlıklı yiyeceklerle eşleştirdiğini tespit etmiştir. Kurutulmuş mangonun sağlıklılık algısını değerlendirdikleri araştırmada Sulistyawati vd. (2019) katılımcıların ürünün doğallığına ve işleme yöntemine vurgu yaparak yiyeceği sağlıklı bir atıştırılabilirlik olarak değerlendirdiklerini ifade etmişlerdir. Tüketiciler genellikle ürünlerin duyu özelliklerini (renk, şekil, malzeme) belirli ürün özellikleriyle (sağlık yararları, doğallık, özgünlük) ilişkilendirmektedir. Örneğin, Fenko vd. (2016) yulaflı ve tereyağlı kurabiye'nin ne derece sağlıklı algılandığını incelemiş ve katılımcıların daha az sağlıklı kategorideki başka bir ürüne göre yulaflı kurabiyeleri daha sağlıklı olarak algıladığını bildirmiştir.

Yapılan araştırmalar yiyeceğin sağlıklılık algısının tüketim bağlamına göre tüketim miktarı, sıklığı; yiyeceğin etiket bilgisi, kalitesi, markası; yemeğin tüketildiği zaman (öğünler), ambiyans, sosyal çevre; bireyin stres düzeyi, statü ve prestij ihtiyacı gibi değişkenlere bağlı olarak değiştiğini göstermektedir (Cavanagh vd., 2013; Provencher ve Jacob, 2016; Okumuş, 2020 ve Shin ve Matilla, 2020). Statü ve prestij ihtiyacı bireyleri sağlıklı yiyecek deneyimlemeye yönlendirmektedir. Bazı bireyler sağlıklı olarak algılanan yiyecekleri daha pahalı olarak algılamakta ve sağlıklı yiyecek tüketimini bir çeşit statü ve prestij göstergesi olarak değerlendirmektedir (Haws vd., 2016). Tüketim miktarı da yiyeceklerin sağlıklı olarak algılanmasını etkileyen diğer bir faktördür (Rosi vd., 2017). Sağlıklı yiyeceklerin fazla doyurucu olmadığı fikrine sahip olan bireyler, sağlıklı olarak algıladıkları yiyeceklerle doymayacaklarını düşünerek tüketim miktarlarını artırma eğilimindedir (Suher ve Hayer, 2016; Labbe vd., 2017).

Hochrader'e (2007) göre yiyeceklerin sağlıklı algılanıp algılanmaması demografik özelliklere bağlı olarak farklılık gösterebilir. Bu bağlamda, kadınların sağlık ve beslenme konularına yönelik motivasyonlarının erkeklere göre daha yüksek olduğu, enformasyon kaynaklarına daha sık başvurarak bilgi ve deneyimlerini geliştirdikleri, dolayısıyla yiyeceklerin sağlıklı olarak değerlendirilmesinde daha etkin olabilecekleri ifade edilmiştir (Oekes ve Slotterbeck, 2001). Yiyeceklerin sağlıklı olarak algılanmasında yaş da önemli bir değişken olarak ele alınmaktadır. Yaşın artmasıyla birlikte bireylerin deneyim ve bilgi

birikimi de artar. Bu durum, sağlıklı yiyecek seçimleri konusunda daha bilinçli ve bilgili olmalarını sağlayabilir (Saliba ve Moran, 2010). Bu görüşe göre genç bireyler yiyeceklerin sağlıklı algılanması konusunda yeterli bilgi ve beceriye sahip olmadıkları için, hızlı ve kolay yemek yemeye öncelik vermektedir (Okumuş, 2021). Öte yandan insanların beden imajını ve formunu koruma isteği sağlıklı beslenme yönünde motivasyonlarını artırmakta ve yiyeceklerin sağlıklı olarak algılanmasında etkili bir rol oynamaktadır (Lappalainen vd., 1997).

Yiyeceklerin sağlıklı algılanması, sağlıklı beslenme konusunda önemli olsa da tek belirleyici etken olmayabilir (Jeong vd., 2018; Lusk, 2019). Çünkü Tablo 1.5'te de yer verildiği gibi engelleyici faktörler de vardır. Yani bir birey yiyecek seçiminde yiyeceğin sağlıklı olup olmadığıyla ilgili bir değerlendirmeyi bazı engelleyicilerle karşılaştırdığı ve bunu aşamadığı için istese de yapamayabilir. Yiyecek tüketiminde engelleyici faktörlerden birisi yiyeceklerle ilgili olan (maliyet, lezzet, erişilebilirlik) faktörlerdir. Yiyecek tüketiminde en önemli duyuşsal uyaranlardan biri olan lezzete ilişkin inanışlar (Chan ve Zhang, 2022) yiyeceklerin sağlıklı olarak algılanmasında önemli bir engelleyici faktör olarak ele alınmaktadır (Tepper ve Trail, 1998; Raghunathan vd., 2006; Trendel ve Verde, 2016). Bazı bireyler yiyecekleri sağlıklı olarak algıladıkça onların daha az lezzetli olduğuna inanmaktadır (Garaus ve Lalici, 2021). Bu yüzden lezzetli yiyecekleri tüketmekten keyif alan tüketicilerin çoğunlukla sağlıklı olarak algılanan yiyecekleri tüketmekten kaçındıkları görülmektedir (Vadiveloo vd., 2013). Sağlıklı yiyecekler pahalıdır inancı da yiyeceklerin sağlıklı algılanmasının önündeki engellerden biri olarak görülmektedir (Lappalainen vd., 1997). Adams vd. (2019) Afro-Amerikalı bireylerle yaptıkları araştırmada katılımcıların sağlıklı olduğunu düşündükleri yiyecekleri çok pahalı buldukları için tüketmediklerini ifade etmiştir. Diğer engelleyici faktör ise çevreyle ilgili (sosyal ve enformasyonel) faktörlerdir. Enformasyon kaynaklarının da yiyeceklerin sağlıklı algılanmasında engel oluşturabileceği ifade edilmektedir (Canbaz ve Özsöz, 2020). Farahmand vd. (2015) tarafından yapılan bir araştırmada katılımcılar enformasyon kaynakları arasındaki tutarsızlığı dile getirerek, yiyeceklerin sağlıklı algılanmasının zorlaştığını ifade etmiştir. Yine Canbaz ve Özsöz'ün (2020) yaptıkları nitel araştırmada katılımcılar reklamlarda ve medyada sağlıksız olarak algılanan ürünlere fazla yer verilmesinin kendilerini etkilediğini ve bu nedenle sağlıksız yiyeceklerle istemsizce yöneldiklerini belirtmiştir. Bununla birlikte, insanlar sağlıklı yiyeceklerin vücutları ve sağlıkları üzerinde olumlu etkileri olduğu, sağlıksız yiyeceklerin ise olumsuz etkilere sahip olduğu konusunda genel bir fikir birliği içindedir (Linan vd., 2019; Petrescu vd., 2020). Sosyal çevre de yiyeceklerin sağlıklı algılanmasını etkileyen faktörlerden

biridir (Cruwys vd., 2015). Bireyler, aileleri ve genel olarak sosyal çevrelerinin yeme davranışlarından etkilenebilirler. Son olarak bireysel faktörler (yaşam tarzı, motivasyon, öz denetim, aile, demografik özellikler) de yiyeceklerin sağlıklı algılanmasının önünde engel olarak görülmektedir.

Sağlıklı yiyeceklerin algılanmasıyla ilgili yapılan çalışmalar, bireylerin sağlıklı beslenme konusundaki davranışlarının motivasyonlarına bağlı olarak farklılaştığına dikkat çekmektedir (Johansen vd., 2011; Suher vd., 2016; Thurceht vd., 2018; Lusk, 2019; Manipa vd., 2020; Foroni vd., 2021 ve Niven vd., 2021). Yiyeceklerin sağlıklı algılanması kültürler ve toplumlar arasında da farklılık gösterebilmektedir (Sulistyawati vd., 2019; Saba vd., 2019). Örneğin, Johansen vd. (2011) Norveçli, Danimarkalı ve Kaliforniyalı genç tüketicilerle yaptıkları araştırmada yiyeceklerin (kalorisi azaltılmış yoğurt ve peynir) sağlıklı algılanmasını etkileyen lezzet, kilo kontrolü, düşük yağ içeriği ve besleyici olması gibi özelliklere atfedilen önemin ülkelere göre farklılık gösterdiğini belirtmiştir. Engelleyiciler arasında bireysel faktörler yine yaşam tarzı, demografik özellikler (yaş, cinsiyet, ekonomik durum, eğitim), öz denetim ve motivasyon gibi değişkenleri içermektedir (Farahmand vd., 2015; Arroyo vd., 2020 ve Satia vd., 2021). Hilger-Kolb ve Dielh (2019) üniversite öğrencileriyle gerçekleştirdikleri araştırmada yiyeceklerin sağlıklı algılanmasında irade eksikliği ve motivasyonun önemli bir engel olduğunu belirtmiştir. Öğrenciler, sağlıklı yiyecek tüketme motivasyonları olmadığı veya iradelerinin zayıf olduğu için genellikle sağlıksız yiyecekler tercih etme eğiliminde olduklarını ifade etmişlerdir. Bu nedenle yiyeceklerin sağlıklı algılanması konusunda bir değerlendirme yapamadıkları bildirilmiştir. Yine Pinho vd. (2018) gerçekleştirdikleri çalışmada öz denetim eksikliğinin yiyeceklerin sağlıklı algılanmasında en sık karşılaşılan engel olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca tüketiciler, aşına olmadıkları yiyecekleri daha sağlıksız olarak algılama eğilimindedir (Orquin, 2014).

İlgili literatürde çok sık ele alınmasa da restoran bağlamında yiyeceklerin sağlıklı algılanması bir süreç olarak ele alınabilir. Bu sürecin ilk aşaması, bireyin dışarıda yemek yemeye karar vermesidir (Özdemir, 2010). Tüketiciler, nerede yemek yiyeceklerine ve ne tüketeceklerine karar verirken çeşitli ihtiyaçlarını ve isteklerini göz önünde bulundururlar (Soo ve Ah, 2021). İlgili literatür, tüketicilerin restoran seçiminde yiyecek kalitesi, çeşitlilik, fiyat, atmosfer, konum, özel durumlar ve restoran türü gibi faktörleri dikkate aldığını göstermektedir (Lewis, 1981; Auty, 1992; Kivela, 2003; Longart, 2010). Dış görünüşüne ve kilosuna önem veren tüketiciler, restoran seçimi yaparken sağlıklı yiyeceklerin bulunduğu menülere sahip restoranları tercih etme eğilimindedir (Choi ve Zhao, 2010; 2012). Öte yandan, statü ve prestij amaçlı dışarıda yemek yemeye karar veren bireyler, genellikle lüks

restoranları tercih etmektedir (Jeong vd., 2018). Porsiyon büyüklüğü de restoran seçimini etkileyen faktörlerden biridir (Wansink ve Chandon, 2006). Gelir düzeyi düşük olan ve sağlık konusunda bilinçli olmayan tüketicilerin restoran seçiminde sağlık faktörü ikinci planda kalmaktadır (Koo vd., 1999; Daliens vd., 2014).

Tüketicilerin restoran seçiminden sonra yemek seçimi kararı, sürecin ikinci aşamasını oluşturur. Bu aşamada tüketiciler, amaçları (keyif/sağlık) ve kaynakları (zaman/para) arasında bir denge kurarak veya ödün vererek karar alırlar (Kivetz ve Simonson, 2002). Bireylerin bu kararlarında kültür, damak tadı, sosyal statü, sağlık, beslenme şekli, başkalarının varlığı, demografik özellikler gibi faktörlerin etkili olduğu vurgulanmaktadır (Narine ve Badrie, 2007; Myung vd., 2008). Son dönemde artan sağlık kaygılarıyla birlikte tüketicilerin restoranlarda sağlıklı yemek seçimine daha fazla önem verdiği gözlemlenmektedir (Namkung ve Jang, 2007; Choi ve Zhao, 2012; Lee vd., 2014; Lo vd., 2017; Bacig ve Young, 2019; Shin ve Matilla, 2020). Tüketicilerin restoranlarda yiyecekleri sağlıklı olarak algılamasının restoran türü, marka, atmosfer, hijyen koşulları, sosyal faktörler, fiyat, menü içeriği, tabak tasarımı, yemeğin rengi, kokusu ve lezzeti gibi duyuşsal faktörlerden etkilendiği ifade edilmektedir (Story vd., 2002; Kozup vd., 2003; Cassaddy vd., 2004; Sobal ve Bisogni, 2009).

İlgili literatürdeki çalışmalara göre yemek deneyimlerinde tüketicileri yiyeceklerin ne derece sağlıklı olduğuna ilişkin algılamalarını etkileyen restoranlara özgü faktörler bulunmaktadır. Bu algılamalar menü içeriği ve tasarımı (çeşitlilik ve sağlıklı seçeneklerin varlığı, beslenme bilgisinin sunumu, sağlıklı yemeklerin menüde konumlandırılması, porsiyon büyüklüğü, menü fiyatları), hizmet (hizmet kalitesi, çalışanların sağlık bilgisi, indirim kuponları), atmosfer (restoran marka ve imajı, ambiyans, yerleşim, bilgi kaynakları, uyarılar) ve işletmecilik (yöneticilerin sağlıklı yiyecek algılaması) şeklinde gruplandırılabilir (Yoon ve George, 2012; Kim vd., 2013; Jeong vd., 2018). Bu faktörlerden bazılarının ampirik çalışmalara konu edildiği görülmektedir.

Bireyler restoranlarda sağlıklı yiyecek seçimi yaparken, motivasyonlarına bağlı olarak yiyeceklerin sağlıklı olup olmadığını değerlendirme algılama ihtiyacı duyarlar (Jeong vd., 2018; Soo ve Ah, 2021). Sağlıklı kalma veya sağlıklı bir bedene sahip olma gibi motivasyonlarla hareket eden bireyler, sağlıklı yiyecek seçme eğiliminde olabilirler (Satia vd., 2001; Michaelidou vd., 2012). Bu nedenle, bilgi ve becerileri doğrultusunda yiyecekleri sağlıklı olarak algıladıklarında (Glanz vd., 2005; Machin vd., 2020) menüden seçim yaparlar (Chao ve Zhao, 2010; Jin ve Lee, 2017). Yiyeceklerin sağlıklı algılanmasını etkileyen bir diğer faktör ise bireyin öz-yeterlilik düzeyidir. Öz-yeterlilik, bireyin belirli davranışlarda bulunma konusundaki yetenek ve becerilerine ilişkin algısı veya güveni olarak tanımlanabilir

(Verain vd., 2022). Örneğin, doymuş yağ alımını azaltabileceğine inanan bir kişi, engellerle karşılaşsa bile bu konuda daha motive olacaktır (Brug, 2008). Jeong vd. (2018) göre, sağlıklı yiyecek tüketmeye dair öz-yeterlilik eksikliği ve bireyin çevresindeki insanların sağlıklı tüketim alışkanlıkları, yiyeceklerin sağlıklı olarak değerlendirilmesini olumsuz etkiler.

Restoran menüsünde yer alan yiyeceklerin özellikleri, hazırlanışı ve besin içeriklerine ilişkin enformasyon tüketicilerin önem verdiği bir özellik olarak tespit edilmiştir (Kozup vd., 2003). Yüksek ve Yüksel (2003) restoranlarda sağlıklı yiyecekler bulunmasının tüketiciler tarafından önemli bir değer olarak görüldüğünü bulmuştur. Restoranlarda menü öğelerine ilişkin bilgiler tüketicilerin yiyeceklerle ilgili algılamalarını etkilemektedir (Jin ve Lee, 2016). Gallicano vd. (2012) tarafından yapılan bir çalışma, restoran menülerinde beslenme bilgisinin yer aldığı durumlarda, katılımcıların %54'ünün sağlıklı menü seçeneklerine yöneldiğini ortaya koymuştur. Ayrıca, tüketicilerin bir menü öğesi seçerken ne kadar yağ veya kalori tükettiklerini bilmelerinin, yemek deneyiminin genel kalitesini etkilediği vurgulanmaktadır. Bu nedenle, besin bilgilerinin menülerde yer aldığı durumlarda, tüketicilerin yiyeceklerle ilgili sağlık algılamalarının daha olumlu olduğu söylenebilir (Kozup vd., 2003). Restoranlarda tüketicilerin yeme davranışlarını inceleyen Lo vd. (2017) sağlık bilinci yüksek olan bireylerin menüde sağlıklı pişirme yöntemiyle hazırlanan, az yağlı, karbonhidrat, kalori ve tuz oranı düşük yiyecekleri daha sağlıklı algıladığını tespit etmiştir.

Beslenme bilgilerini daha iyi anlayan tüketiciler sağlıklı yiyecek seçerken bu bilgileri aktif olarak kullanmak isterler ve menüde yer alan beslenme bilgileri bu tüketiciler için önemli hale gelir (Sualakamala ve Huffman, 2010; Yoon ve George, 2012; Wei ve Miao, 2013; Jun vd., 2014; Jeong vd., 2018). Yoon ve George (2012) tarafından yapılan araştırma, menülerde sunulan beslenme bilgilerinin tüketicilerin yiyecek değerlendirmelerini ve seçimlerini nasıl etkilediğini incelemiştir. Çalışmada, menülerdeki beslenme bilgilerinin, bireyin bilgiyi kullanma yeteneğine bağlı olarak yiyeceklerin sağlıklı algılanmasını olumlu yönde etkilediği sonucuna varılmıştır. Yiyeceklerin fiyatı da sağlıklı yiyecek seçiminde önemli bir motivasyon faktörüdür. Jin ve Lee (2017) sağlıklı yiyeceklerin yüksek fiyatının tüketiciler için bir engel olduğunu ve sağlıklı yiyeceklerin daha pahalı olarak değerlendirildiğini tespit etmiştir. Yiyeceklerle ilgili diğer bir faktör de yiyeceklerin menü kartında konumlandırılma şeklidir. Manippa vd. (2020) sağlıklı menü öğelerinin sağlıklı ürünlerin sol tarafında yer aldığına, tüketiciler tarafından daha sağlıklı olarak algılandığını belirtmektedir. Yiyeceklerle ilgili bir diğer önemli özellik olan porsiyon büyüklüğü ve kalori miktarı da yiyeceklerin sağlıklı olarak algılanmasını etkilemektedir (Wansink ve Chandon, 2006).

Tüketicilerin restoranlarda deneyimledikleri atmosferin restorandan restorana büyük farklılıklar göstermesi, tüketicinin yeme davranışını etkileyen çevresel faktörler arasındadır (Liu ve Yick-Tse, 2018). Restoran atmosferindeki uyaranlar (ambiyans, dekorasyon, yerleşim düzeni vb.), tüketici motivasyonunu, seçimini, algılarını (kalite, değer vb.) ve tatminini etkiler (Namkung ve Jang, 2008; Ha ve Jang, 2012; Heung ve Gu, 2012). Bu argüman, atmosferin etkisi, aydınlatma, düzen, ses, renk, sıcaklık gibi faktörlerin algısal ve duyuşsal tepkiler ortaya çıkarak tüketici davranışını etkileyebileceği görüşüne dayanmaktadır (Ariffin vd., 2012). Aynı şekilde, sağlıklı yiyecek seçme niyetini etkilemek için bireylere yemeğin sağlıklı olup olmadığı konusunda ipuçları sunmanın da önemli olduğu söylenebilir. Örneğin Potter ve Williams (1996) tüketicilerin bir restoranda sigara içilmeyen bölüm, az yağlı, yüksek lifli menü seçenekleri ve hijyenik ortam gördüklerinde o restorana daha sağlıklı algıladıklarını ve bu durumun da tüketicilerin yiyecekleri sağlıklı algılamasını etkilediğini belirtmiştir. Jin vd. (2017a) sağlıklı yiyecek kalitesi, hizmet kalitesi ve çevre kalitesinin (kapalı alan, müzik vb.) yiyeceklerin sağlıklı algılanmasını etkileyen unsurlar olduğunu bildirmiştir. Diğer yandan, insanlar genel olarak sağlıklı beslenmeye yönelik güçlü bir niyete sahip olmalarına rağmen, restoranlarda yemek yerken atmosferin etkisiyle hedonik ihtiyaçları karşılama niyeti öne çıkabilir ve duyuşsal doyuma yönelik güdüler, sağlıklı menü seçeneklerini tercih etmelerine neden olabilir (Michaelidou vd., 2012). Sağlıklı yiyecek tüketme amacı ile yemekten keyif alma arasındaki karşılaştırma, bir tür ödünleşimle sonuçlanarak bireyin lezzetli ancak sağlıklı olduğunu düşündüğü yemeklere yönelmesine yol açabilir (Zhang vd., 2019). Nitekim, Jeong vd. (2018) tarafından yapılan çalışmada, restoranda sağlıklı menü öğelerini vurgulayan görsel unsurların varlığının, tüketicilerin değerlendirmelerini olumsuz yönde etkileyerek sağlıklı yiyecekleri tüketmelerine neden olduğu belirtilmiştir.

Restoranın markası ve imajı, tüketicilerin yiyeceklerle ilgili algılamalarını etkileyen önemli faktörler arasındadır. Örneğin, Jin ve Lee (2017) tarafından yapılan bir araştırmada, bir restoranın marka bilinirliğinin sağlıklı yiyecek seçim motivasyonunu artırdığı ve tüketicilerin sağlıklı yiyecek deneyimine ilişkin olumlu bir tutum geliştirmelerine katkı sağladığı belirtilmektedir. Ayrıca, restoranın sunduğu hizmet kalitesinin de tüketicilerin sağlıklı yiyecek seçiminde etkili olduğu ortaya konmuştur (Payette ve Shatenstein, 2005). Restoranda iyi eğitilmiş çalışanların varlığı ve çalışanların müşterilerle etkili iletişim kurması, yiyeceklerin sağlıklı olarak algılanmasını etkileyen diğer önemli faktörlerdir (Jin ve Lee, 2017). Bu tür çalışanlar, menüde yer alan yiyeceklerin sağlıkla ilgili yönlerini tüketicilere aktararak bireylerin algılamalarını olumlu yönde değiştirebilirler.

İşletmeci bakış açısını dikkate alarak restoranlarda sağlıklı yiyecekleri inceleyen araştırmalar da mevcuttur (Kwon vd., 2009; Sang-Mook ve Hak Seon, 2013). Örneğin Kwan vd. (2009) Güney Kore’de altı restoran işletmecisiyle nitel görüşmeler yapmış ve işletmecilerin sağlıklı yiyecek algılamalarını değerlendirmiştir. İşletmeciler sağlıklı menü öğelerini belirlerken, yiyeceklerin bileşenlerinin (yağ oranını azaltarak veya sağlıklı yağlar kullanarak) veya pişirme yöntemlerinin (yağda kızartma yerine ızgara veya buğulama) değişmesine dayanarak yiyeceğin besin değerinin artması veya sağlık riskinin azalması temelinde değerlendirme yapmıştır. Benzer şekilde Sang-Mook ve Hak-Seon (2013) sağlıklı menüyü, besin değeri artırılmış, trans yağlar gibi sağlıksız faktörleri azaltılmış veya sağlıklı pişirme yöntemleri kullanılarak hazırlanmış menü olarak tanımlamaktadır.

Tüketicilerin sağlıklı yiyecek algılarını açıklamak için literatürde farklı kuramlardan yararlanılmaktadır. Bu kuramlar arasında sinyal teorisi, detaylandırma olasılık modeli, sağlık inanç modeli, benlik uyum modeli, tüketici algı teorisi, neden-sonuç teorisi, sosyal bilişsel teori, öz yeterlilik kuramı, planlı davranış kuramı ve sağlık halo etkisi yer almaktadır (Jami, 2016; Choi ve Reid, 2016; Konuk, 2019; Amar vd., 2020 ve Dang vd., 2021). İlgili kuramlara Tablo 1.6’da yer verilmiştir.

Tablo 1.6 Yiyeceklerin Sağlıklı Algılanmasını Açıklamada Kullanılan Kuramlar

Kullanılan Kuram	Değişkenler	Bulgular	Yazar
Ayrıntılandırma Olasılık Kuramı	Besin bilgisi Sağlıklı yiyecek seçimi	Daha bilinçli ve öznel bilgisi yüksek olanlarda sağlıklı yiyecek tüketimi konusunda merkezi yoldan karar vermektedir.	Yoon ve Georger (2012); Mead ve Richerson (2018).
Öz yeterlilik teorisi	Öz yeterlilik Sağlıklı yiyecek seçimi	Öz yeterliliği yüksek olanlar sağlıklı yiyecek tüketimi konusunda karar vermektedir.	Jami (2016); Verain vd. (2022).
Benlik uyum teorisi	Benlik uyumu Fonksiyonel uyum Sağlık bilinci	Sağlık bilinci düzeyine göre yiyeceklerin sağlıklı algılanması farklılaşmaktadır.	Choi ve Reid (2016); Jeong vd. (2018).
Sinyal teorisi- Tüketici algı teorisi	Marka imajı ve güven, menü etiket bilgisi	Menüde yer alan beslenme bilgileri yiyeceklerin sağlıklı algılanmasını kolaylaştırmaktadır.	Konuk (2019); Dang vd. (2021).
Sağlık halo etkisi	Uyaranlar (beslenme bilgisi, ambalaj rengi, markası vb.)	Halo etkisiyle birlikte bireylerde yiyeceklerin sağlıklı algılanması değişmektedir.	Kozup vd. (2003); Her ve Seo (2017).

Daha önce anlatılan ayrıntılandırma olasılık modeline göre, bireylerin yiyecek seçimiyle ilgili karar alma süreçleri, tercih ettikleri bilgi işleme yollarına bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Merkezi yolu tercih eden bireyler (bilgileri derinlemesine ve dikkatle incelemeyi tercih edenler), daha bilinçli bir şekilde yiyeceklerin sağlıkla ilgili yönlerine odaklanarak karar verirler. Bu durum, yiyeceklerin besin değerlerine, sağlık

etkilerine ve benzeri faktörlere daha fazla dikkat etmelerini sağlamaktadır. Diğer yandan, çevresel yolu kullanan tüketiciler, ambalaj, marka gibi daha yüzeysel ve görsel uyaranlara odaklanarak yiyecek seçimleriyle ilgili daha hızlı karar vermektedir (Boyce ve Kuijer, 2014). Yoon ve George'un (2012) çalışmasında, merkezi yoldan bilgi işleme eğiliminde olan bireylerin, menüde sunulan besinsel bilgileri daha dikkatli analiz ettiği ve bu bilgileri temel alarak yiyecekleri daha sağlıklı veya sağlıksız olarak değerlendirdiği ortaya konmuştur. Bu bağlamda, bireylerin tercih ettikleri bilgi işleme yolu, yiyecek seçimlerini etkileyen önemli bir faktördür.

Öz-yeterlilik kavramı, Bandura'nın sosyal öğrenme teorisinde belirttiği şekliyle, bir bireyin bir davranışı gerçekleştirme sürecinde başarıya yönelik inancını ifade eden zihinsel bir kavramdır. Öz yeterlilik algısı, bireyin önceki deneyimleri, edindiği bilgi ve beceriler temelinde şekillenir. Öz yeterlilik inancı yaşam biçimini, motivasyonu, stres ve depresyonu etkilemektedir. Diğer bir anlatımla bireyin hayatını etkileyen durumlara karşı baş etmede kendisine duyduğu inancı temsil eder (Bandura, 1998). Öz yeterlilik, bireyin bir sonuca ulaşmak için belli bir davranışı başarılı bir şekilde gerçekleştirebileceğine olan inancıdır ve belli bir davranışla ilgili deneyim öz yeterlilik düzeyini etkilemektedir (Parkinson vd., 2017). Ayrıca öz yeterlilik, bireyin yeni bir davranışı benimserken gösterdiği çaba miktarını ve engeller karşısındaki kararlılığını etkilemektedir. Yemek ve beslenme bağlamında ise, öz yeterlilik kavramı bireyin yemek yeme sürecini kendi kendine düzenleme yeteneğine olan inancını ifade eder (Lombardo vd., 2021). Öz yeterlilik yiyeceklerin sağlıklı algılanmasının önemli bir göstergesi olarak tanımlanır (Pawlak ve Colby, 2009; Fitzgerald vd., 2013). Bireyin sağlıklı davranışları sergileme konusunda yüksek öz yeterlilik algısına sahip olması durumunda, sağlıksız yiyeceklerden kaçınma ve sağlıklı yiyecekleri seçme konusunda daha yüksek motivasyona sahip olması beklenir (Anderson vd., 2007; Strachan ve Brawley, 2009). Verain vd. (2022) bireylerin sağlıklı beslenme stratejilerini belirlemek amacıyla bir araştırma gerçekleştirmiş ve sağlıklı beslenme konusunda yüksek öz yeterlilik algısına sahip olan bireylerin içsel motivasyonlarının yüksek olduğunu ve bu nedenle sağlıklı beslenme davranışları sergilediklerini bulmuştur. Pawlak ve Colby (2009) öz yeterlilikleri yüksek olan bireylerin sağlıklı bir yaşama yönelik motivasyonlarının yüksek olduğunu, fiziksel aktiviteye önem verdiklerini, sağlıklı beslenme konusunda farkındalık sahibi olduklarını ve yiyecekleri sağlıklı bir şekilde algılamada beceri sahibi olduklarını belirlemiştir. Bireyin öz yeterlilik inancı da benlik-davranış uyumunu kolaylaştırarak davranışın sürekliliğini sağlamada önemli bir rol oynar ve bireyin kendine olan güvenini etkiler.

Benlik uyum teorisi, tüketicilerin kendilerinde bulunan veya sahip olmak istedikleri özelliklerle bir ürün veya marka arasındaki sembolik uyumu açıklamak için kullanılan bir teodir (Sirgy, 1982). Çünkü benlik uyum teorisine göre bireyler benliklerine uygun olarak algıladıkları davranışları sergileme eğilimindedir; benlikler bir davranış standardı sağlayarak (Stryker ve Burke, 2000) davranışın düzenlenmesine yardımcı olmaktadır (Burke, 2006). Böylece teodinin temel önermesi, tüketicilerin kendi benlik kavramlarıyla uyumlu sembolik anlamlara sahip ürünleri veya markaları tercih ettiğı olmaktadır (Paasovaara vd., 2012). Bireyler, kendi benlikleriyle uyumlu davranışları sergilediklerinde motive olurlar (Stets ve Burke, 2003). Bu bağlamda, sağlıkla ilgili güçlü bir benlik algısına sahip olan bireylerin (örneğin, sağlıklı beslendiğine inanan bireyler) bu benlik algısına uygun davranışları (sağlıklı yemek tüketimi) sergileme konusunda yüksek motivasyonlu olmaları beklenir. Strachan ve Brawley (2009) tarafından yapılan bir araştırmada, kendilerini sağlıklı beslenen bireyler olarak tanımlayan kişilerin sağlıklı beslenme davranışları sergilediğı ortaya konmuştur. Sağlıklı beslenme kimliğine sahip olan bireylerin meyve ve sebzeleri daha sağlıklı bir şekilde algıladıkları ve düşük besin değeriine sahip yiyecekleri sağlıksız olarak gördükleri belirtilmiştir. Choi ve Reid (2016) benlik uyum teorisinden yararlanarak yiyeceğe yönelik reklamların yiyeceklerin algılanan sağlıklılığı ve sağlık bilincindeki rolünü incelemiş, sağlık bilinci düşük olan bireylerin reklamlarda sunulan bilgilerle yiyecekleri sağlıklı algıladıklarını ve bunu benliklerine uygun olarak değerlendirdiklerini belirtmiştir. Sağlık bilinci yüksek olan bireylerin ise yiyeceklerin sağlıklı algılanmasını yiyeceklerin besin değeriileriyle ilişkilendirdikleri ifade edilmiştir. Benzer şekilde, Jeong vd. (2018) tarafından yapılan bir çalışma, restoranların sağlıklı marka imajının, sunulan menü öğeleriile uyumlu olarak algılandığında, yiyeceklerin sağlıklı algılanmasını olumlu yönde etkilediğini ve sağlıklı beslenmeye önem veren bireylerin, benlikleriyle uyumlu olarak bu restoranları tercih ettiklerini bildirmiştir.

Sinyal teorisi, belirli bir yiyeceğin kalitesini değerlendirmek için tüketicilerin kullandığı ipuçlarına odaklanmaktadır (Olson ve Jacoby, 1972; Aktaran, Zou ve Liu, 2019). Sinyal teorisi sinyal veren (hizmet sağlayıcı), alıcı (müşteri) ve sinyal olmak üzere üç temel bileşeni benimsemektedir (Boateng, 2019). Tüketiciler ipuçları aracılığıyla markanın bilgi içeriğini değerlendirmekte ve aynı zamanda güvenilirliğini tanımlayabilmektedir. Bu ipuçları ürün kalitesinin göstergesi olarak içsel nitelikler (renk, tat, koku, hammadde) ve dışsal nitelikler (marka adı, fiyatı, menşei) şeklinde sınıflandırılmış ve satın alma kararını etkileyen faktörler olarak kabul edilmiştir. Chung vd. (2006) içsel ipuçlarının (tat, renk, tazelik), tüketicilerin yiyecek ürünlerine ilişkin kalite algılarını belirlemede dışsal ipuçlarından (fiyat,

marka, ambalaj) daha etkili ve önemli olduğunu belirtmiştir. Söz gelimi, Grunert vd. (2018) tüketicilerin domuz eti satın alma kararını etkileyen faktörler olan renk, yağ ve menşei gibi ipuçlarının tüketiciler için diğerlerinden daha önemli olduğunu tespit etmiştir. Tüketiciler, bu özelliklere dayanarak domuz etinin sağlıklı olup olmadığını değerlendirmektedir. Konuk (2019) ise sinyal teorisi bağlamında yiyeceklerin algılanan sağlıklılığını işletmenin marka imajı ve güveninin bir öncülü olarak ele almıştır. Tüketicilerin yiyeceklerle ilgili sağlıklılık algılaması işletmenin imajıyla ilişkilendirilmiştir. Restoran menüsünde yer alan beslenme etiketleri ve açıklamaları tüketiciler için yiyeceklerin sağlıklı algılanmasını kolaylaştıran işaretler ve uyaranlar olarak vurgulanmıştır (Lo vd., 2017; Zou ve Liu, 2019). Yine benzer bir bulgu Kozup vd. (2003) tarafından yapılan araştırmada ortaya konmuştur. Menüde yiyeceklerin yanına “kalbe dost” ifadesi eklendiğinde, yiyeceklerin daha sağlıklı algılandığı ve kalp hastalığı riskini azaltacağı düşüncesiyle sipariş verme niyetini olumlu yönde etkilediği belirtilmiştir. Petrescu vd. (2022) Belçika ve Romanya’daki tüketicilerin yiyecek kalitesini değerlendirme ölçütlerini incelemiş hem Belçikalı hem de Romanyalı tüketicilerin genellikle yemek yedikleri anda veya ürünleri satın aldıkları anda ürünün kalitesini değerlendirdiklerini ifade etmiştir. Ayrıca katılımcılar, yiyeceklerin doğal olmasını, işleme yöntemini (haşlama veya kızartma) ve organik olmasını dikkate alarak daha sağlıklı ve kaliteli olduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir.

Restoranlarla ilgili çalışmalarda genellikle sağlık halo etkisi teorisinin kullanıldığı görülmektedir. Bu etki, ilk izlenim olarak adlandırılan halo etkisiyle ilişkilendirilir. İnsanlar, bir nesne veya kişiyle ilk temas ettikleri anda edindikleri izlenime dayanarak kararlarını şekillendirirler (Bektaş vd., 2020). Halo etkisi insanların bir nesne veya kişinin bir özelliğini değerlendirdiğinde, bu varlığın diğer özellikleri hakkındaki algılarını güçlü bir şekilde etkileyen bilişsel bir önyargıyı ifade eder (Nisbett ve Wilson, 1977). Diğer bir ifadeyle halo etkisi bireylerin bir şahsın veya nesnenin belirli bir özelliği üzerinden yaptıkları değerlendirmelerin, genel bir izlenim oluşturmak amacıyla genellenme eğiliminde oldukları durumları içermektedir (Sundar ve Kardes, 2015). Sağlık halo etkisi, tüketicilerin bir ürünü değerlendirirken, ürünün sağlıkla ilgili belirli özelliklerine odaklanarak, bu özelliklerin ürünün bütünü hakkında olumlu bir algı yaratması eğilimidir (Chandon ve Wansink, 2007). Bu etki bireylerin yiyeceklerle ilgili sağlık ve beslenme açıklamaları, etiket bilgisi, doğallığı, markası, lezzeti gibi nitelikler üzerinden yiyeceklerin sağlıklı olup olmadığının değerlendirmesinde gözlemlenebilir. Örneğin, olumlu çağrışım yapan tanımlayıcı menü adları (Lezzetli İtalyan Deniz Filetosu), yemeğin daha çekici, lezzetli ve kalorili algılanmasına yol açmaktadır (Wansik vd., 2005). Tüketicilerin kiraz, limon ve nane gibi tatları sağlıkla

ilişkilendirme eğilimlerinin, bu tatları içeren yiyecek ve içecekleri daha sağlıklı bulma eğilimine yol açtığı belirtilmektedir. Bu bağlamda, araştırmalar, tüketicilerin bu tatları sağlık sembolleri veya sağlıklı ilişkilendirilen besinlerle özdeşleştirdiğini ve dolayısıyla bu tatları içeren ürünleri genellikle daha sağlıklı olarak algıladıklarını göstermektedir (Pham vd., 2018).

Her ve Seo (2017) restoranlarda sipariş edilen sağlıklı yiyeceklerden sonra tüketicilerin tatlı sipariş etme niyetlerini incelemiş, sağlık bilinci düşük tüketicilerin sağlıksız bir ana yemek sipariş verdiklerinde, ana yemeğin ardından tatlı sipariş verme eğiliminde olduklarını vurgulamıştır. Bacig ve Young (2019) ise restoranlarda yerel yiyecek kullanımının tüketicilerin algılarını nasıl etkilediğini incelemiş ve tüketicilerin menüsünde yerel yiyecek olan restoranları doğal, organik ve çevreci olarak algıladığını tespit etmiştir. Ayrıca katılımcılar bu tür restoranların besleyici ve sağlıklı yiyeceklere sahip olma olasılığının daha yüksek olduğuna inanmaktadır. Ancak sağlık halo etkisi tüketici davranışına her zaman olumlu yönde yansımamaktadır. Schuldt ve Hannahan'ın (2013) çalışmasına göre tüketiciler organik yiyeceklerin daha az lezzetli olduğuna inanmaktadır. Raghunathan vd. (2006) ise sağlıksız yiyeceklerin lezzetsiz olduğuna yönelik inanç nedeniyle tüketicilerin sağlıklı yiyecekleri tüketme olasılığının düşük olduğunu bildirmiştir. Ayrıca Chandon ve Wansink'in (2007) çalışması tüketicilerin Subway gibi sağlıklı olarak bilinen fast food restoranlarında, McDonald's gibi daha sağlıksız olarak algılanan restoranlara göre yiyeceklerin kalori içeriğini daha az algıladıklarını ve daha fazla tüketimde bulunduklarını göstermiştir. Ulusal zincir bir restoranda gerçekleştirilen bir araştırmada tüketicilerin sağlıklı yemeklerin diğer besin özelliklerini yanlış değerlendirme eğiliminde olduğu ve bu algılamının yemek seçimlerini ve tüketim alışkanlıklarını etkilediği belirtilmiştir (Burton vd., 2014).

Tablo 1.6'da teorilere ilişkin yukarıda incelemelere göre bireylerin yiyecekleri sağlıklı algılamalarının sağlık bilincinin gelişimiyle ilişkisi olduğu ve bireyin yemeğin ne kadar sağlıklı olduğuna karar vermesinde bilgisinin, becerisinin ve öz yeterliliğin etkili olduğu görülmektedir. Dahası, sağlıklı algılanan yiyeceklerin tüketicilerin sağlıklı yemek tüketmeye ilişkin tutumlarını olumlu yönde etkilediği ve öznel bilginin de tutum değiştirmede önemli bir rol oynadığı söylenebilir. Bu çalışma kapsamında yiyeceklerin sağlıklı algılanması ve öznel bilginin yemek seçimi üzerindeki etkisi daha önce ayrıntılı bir şekilde açıklanan koruma motivasyonu teorisi çerçevesinde incelenecektir. Hatırlatmak gerekirse koruma motivasyon teorisi, bireylerin kendilerini tehdit altında hissettiklerinde, bu tehditten korunmak için nasıl davranış değişiklikleri sergilediklerini inceleyen bir teoridir. Bu teori, tehdit algılamasının artmasıyla birlikte bireylerin sağlıklı davranışları benimseme niyetlerinin geliştiğini öne sürmektedir (Ritland ve Rodriquez, 2014). Yiyeceklerin sağlık yönlerine önem veren, bu

konuda bilgi ve beceri sahibi olan yani sağlıklı yiyecekler konusunda öznel bilgiye sahip olan bireyler sağlıklı olmayan yiyecek tüketiminin sonuçlarını ciddi olarak değerlendirip kendilerini tehdit altında hissedebilir (Ryu vd., 2023; Wen ve Lastres, 2022). Bireyler bilgi kaynakları aracılığıyla tehdidin şiddetini ve bu tehdide karşı algılanan açıklığı (kırılganlığı) değerlendirir (Lee vd., 2019). Bu bireyler sağlık yönelimli olduklarından sağlıkları için duydukları korku, risk algısını yönlendirmektedir. Tehdidin şiddetinin önemli olduğunu düşünen bu bireylerin algılanan tepki eğilimleri yüksek olacak bu yönde harekete geçmeye daha fazla motive olacaklar (Ritland ve Rodriguez, 2014) ve lezzetli yiyeceklerden çok beslenmelerine uygun, sağlıklarına iyi gelecek yiyecekleri tercih edeceklerdir (Ellison vd., 2013; Lee vd., 2019). Bu bağlamda öznel bilgileri yüksek olan ve sağlıklı yiyecekleri değerlendirme konusunda motivasyona sahip olan bireyler sağlıklı yiyecekler aramaya istekli olacak ve doğru seçimler yapmayı önemseyecektir (Gould, 1990; Hong, 2009; Ho ve Sun, 2015). Özetle, tehdidin farkında olan ve sağlıklarını koruma motivasyonu yüksek olan bireyler, sağlıklı yiyecek seçeneklerini algılama konusunda daha yeterli ve becerikli olacaklardır.

İKİNCİ BÖLÜM

LEZZET VE RESTORANLARDA YEMEK SEÇİMİ

2.1. Lezzet Kavramı

Yiyecek seçimi, bireyin yaşamı boyunca değişen ve bir dizi kişisel ve çevresel faktörden etkilenen dinamik bir süreçtir (Bartkiene vd., 2019). Bireyin yiyecek seçiminde yiyeceğe ait duysal özellikler, bireye özgü faktörler, çevresel, kültürel ve bağlamsal faktörlerin etkili olduğunu söylemek mümkündür (Hetherington, 2007; Trendel ve Werle, 2016; Kourountis vd., 2016). Bu faktörler içerisinde bireylerin kararlarını etkileyecek olan faktörlerden biri de şüphesiz lezzettir (Verbeke, 2008; Lin vd., 2016). Lezzet, yiyeceğin duysal özelliklerine dayanan, bireyin kişisel özelliklerine bağlı olarak bireyin beğenisi sonucunda algılanan bir deneyimdir (Day, 2009). Bu tanım, lezzetin öznel olduğunu vurgulamakta bireylerin geçmiş deneyimleri ve bireysel farklılıklarının lezzet algılamalarını etkilediğini göstermektedir. Diğer bir ifadeyle lezzet, yiyeceğin duysal kalitesini ortaya çıkaran ve daha önceden öğrenilmiş bilgiyi yansıtan yiyeceğe yönelik hedonik değerlendirme şeklinde de ifade edilebilir (McCrickerd ve Forde, 2016). Lezzetle ilgili literatür incelendiğinde lezzetin anatomik, gıda bilimi ve gastronomik açıdan farklı tanımlamalarının olduğu görülmektedir. Dolayısıyla her alanın kendine özgü bakış açısıyla lezzete ilişkin tanımlar geliştirdiğini söylemek mümkündür. Lezzet bir yandan yiyeceğin duysal özelliklerinden bir yanda da lezzeti deneyimleyen bireylerin algılamalarından kaynaklanır görüşünün hâkim olduğunu söylemek mümkündür. Anatomi ve gıda bilimiyle ilgili yapılmış çalışmalardan derlenen tanımlar Tablo 2.1’de yer almaktadır.

Tablo 2.1 Anatomi ve Gıda Bilimi Açısından Lezzetin Tanımları

Araştırma Alanı	Tanımlar	Yazarlar
Anatomi	Bireyin ağız boşluğundaki kimyasal maddeleri algılaması sonucunda besin maddesini kabul etme veya kaçınma davranışını ortaya çıkarma yeteneği lezzet olarak kabul edilmektedir.	Clark (1998); Delwiche (2004).
	Bireyin tükettiği besinlerden damağı aracılığıyla beyindeki tat alma sinirlerine giden ve hafızasındaki isteme dürtüsü ile ortaya çıkan his lezzet olarak isimlendirilmektedir.	Baaver vd. (2006); Kabaran (2017).
	Lezzet, uyarıların varlığında ortaya çıkan tat alma, oral somatosensoryel ve retronazal koku alma sinyallerini içeren multimodal bir algıdır. Somatomotor ağız bölgesindeki bir nöral mekanizma lezzet uyarılarından ortaya çıkan duyuları birbirine bağlar. Bu duyular orbitofrontal kortekste anatomik olarak birleştiğinde beyin de lezzet algılaması oluşmaktadır.	Briand ve Salles (2016); Rolls (2019); Krishna ve Elder (2021).
	(Koku+tat+ağız duyusu+görünüş+doku+ses+sıcaklık) x(Duyular+hafıza+kararlar+esneklik+dil+bilinç) =Lezzet Algılaması	Page ve Dornenburg (2008); Castillo (2014).
Gıda Bilimi	Koku, tat ve ağızdaki duyuların oluşturduğu çoklu duyusal bir algıdır. Ağız duyusu, tat ve aromanın birleşik algısı olarak tanımlanmaktadır.	Doty ve Kamath (2014); Ahn vd.(2011).
	Kimyasal duyuların birleşimi lezzet algılamasını oluşturmaktadır. Bunlar; tat (tuzlu, tatlı, ekşi, acı, umami), koku alma (meyveli, vanilyalı, baharat vb.) ve kimyasal duyu faktörlerinden (ısı, metalik, büzücü, serin vb.) oluşmakta olup bu faktörler yiyeceklerin duyusal özelliklerinin en önemli bileşenleridir ve lezzet algılamasını oluşturmaktadır.	Civille (2010); Jami (2016); Yaperel ve Elmacı (2016).
	Lezzet, deneyim ve duyulardan oluşan çoklu verilerin sonucunda yiyeceğin anlık olarak değerlendirilmesidir.	Mela (2006); Spence ve Youssef (2015).
	Lezzet, çoklu duyusal deneyimlere dayanan bilişsel ve duyusal tepkilerin neticesinde daha önceden öğrenilmiş bilgiyi yansıtan yiyeceğin değerlendirmesidir.	Poor vd. (2013); McCriker ve Forde (2016).

Tablo 2.1 incelendiğinde anatomik açıdan lezzetin koku, tat alma ve trigeminal uyarıların içerdiği çoklu modal algı olarak ifade edildiği görülmektedir (Page ve Dornenburg, 2008). Lezzetin anatomi açısından algılanmasında dil, burun, sinir sistemi ve beyin etkin rol oynamaktadır (Roper ve Chaudhari, 2017). Dil, tat tomurcuklarına sahip bir organdır ve tat tomurcuğu hücrelerinin kemosenitif apikal uçlarındaki reseptörler (tat tomurcuklarının uç bölümlerindeki duyarlı tat alma uyarıların) tat alma uyarılarını etkinleştirerek farklı tatları algılaya yeteneği sağlamaktadır (Small, 2012). Genel olarak acı, tatlı ve umami uyarılar tip II hücreler tarafından, ekşi uyarılar tip III hücreler tarafından ve tuzlu (NaCl) uyarılar ise henüz tanımlanmamış tat tomurcuğu hücreleri tarafından algılanır (Zhang vd., 2003). Koku alma duyusunun lezzet algılamasındaki önemi literatürde belirtilmektedir (Small, 2012). Dil ucundaki tat tomurcukları ve burundaki koku alma hücreleri birlikte beyne sinyal iletir (Li vd., 2020). Kokular, yiyeceğin lezzetini tanımlamada ve zenginlik katmada önemli rol oynar

(Yapıcı ve Elmacı, 2016). Tat ve kokunun yakın bir şekilde ilişkilendirilmesi, kokunun tüketim esnasında iki kez etkileşime girmesinden kaynaklanmaktadır (Galindo vd., 2012). Bu durum ortonazal ve retronazal koku alma yoluyla gerçekleşmektedir. Ortonazal koku alma, yiyeceğin tüketilmeden önce yani ağız dışındayken uyaranları koklama sürecini ifade ederken, retronazal koku alma ise tüketim esnasında yani uyaranların ağız içine girdikten sonra koku alma sürecidir (Labbe vd., 2008; Krishna ve Elder, 2021). Sinir sistemi üzerinden ele alındığında tat, koku ve aroma veren bileşenlerin ağızdaki tat reseptörleri aracılığıyla beyne sinyaller göndermesi sonucunda lezzet algılamasının olduğu ifade edilmektedir (Scott, 2005; Page ve Dornenburg, 2008, Civille, 2010; Briand ve Salles, 2016). Bu tepkiler orta-insular korteks, amigdala, hipokampus ve limbik sistemde gözlemlenerek beynin ödül sistemi ile ilişkilendirilmiştir (Small, 2012; Higgs, 2015; Nakamura vd., 2020). Tadın kimliğini ve yoğunluğunu ön insula alanı, tadın ödül değerini orbitofrontal ve ön singular korteks temsil etmektedir. Orbitofrontal korteks (OFC) ve medial prefrontal korteks (mPFC) ikincil tat korteksi olarak tanımlanmakta ve yiyeceğin duyuşal özelliklerini bütünleştirerek lezzet algısını belirginleştirmektedir (Beaver vd., 2006; Briand ve Salles, 2016). Bu bağlamda lezzet algısı, uyaranların varlığında ortaya çıkan oral somatosensoriyel ve retronazal koku alma sinyallerini içeren çoklu algı şeklinde ele alınmaktadır (Passomonti vd., 2008; Small, 2012; Briand ve Salles, 2016). Lezzet algısı tat, koku ve doku uyaranlarının birleşiminden oluşmaktadır ve bu duyular orbitofrontal korteks bölgesinde birleştiğinde beyinde lezzet algısı olduğu ifade edilmektedir (Rolls, 2019).

Lezzet algılaması ağza alınan besinlerin tükürükte bulunan enzimlerle sindirilmesi sonucunda başlamaktadır (Galindo vd., 2012). Bu olaya kimyasal çözünme denilmektedir (Witt, 2019). Çözülen tat tomurcukları, tat reseptörlerine ulaşmaktadır. Acı ve tatlı olan tatlar G-proteinine bağlı reseptörlerle algılanırken, ekşi ve tuzlu tatlar ise iyon kanallarını aktive etmektedir. Umami tat ise hem G-proteinini hem de iyon kanallarını aktive etmektedir. Bu sinyaller beyin sapı çekirdeği olan “tractus solitarius” tarafından işlenmektedir. Daha sonra yeme davranışlarının kontrol edildiği merkez olan hipotalamusa bilgiler aktarılmaktadır. Burada açlık ve tokluk hormonları olan leptin ve ghrelin hormonlarından etkilenmektedir (Small, 2012; Briand ve Salles, 2016; Cayeux ve Starkenmann, 2016). Hipotalamus beynin beslenme merkezi olarak adlandırılır, bu bölgenin hasar görmesi veya uyarılmasının aşırı yeme veya yememeyle sonuçlandığı tespit edilmiştir (Baaver vd., 2006).

Nakamura vd. (2020) anatomik olarak lezzet algısını değerlendirdikleri araştırmada katılımcıların lezzetli yiyecek ve içecek tüketiminden sonra beyinlerindeki aktiviteleri izlemiştir. Bireyler tok olduklarında bile yiyecek görüntülerine tepki vererek ödülle ilgili

beyin bölgelerinde uyarılma olduğu gözlemlenmiştir. Laan vd. (2011) tarafından gerçekleştirilen diğer bir araştırmada ise yemek resimlerine bakmanın yemeğin enerji içeriği ve bireyin açlık durumundan etkilendiği, beyinde amigdala ve OFC (sol alt frontal girus) bölgelerini aktivite ettiği belirlenmiştir. Sonuçta lezzetli yiyecek görüntülerinin beynin tat alma korteksini harekete geçirdiği tespit edilmiştir (O'Doherty vd., 2002; Simmons vd., 2005; Blechert vd., 2016 ve Basso vd., 2018).

Bireylerin yiyecek tercihlerin şekillenmesinde ve lezzet algısının oluşmasında prenatal ve postnatal dönemlerin önemli rol oynadığı görülmektedir (Beaver vd., 2006; Ventura ve Worobey, 2013). Tat tomurcuklarının aktive olması, annenin gebelik döneminde tüketmiş olduğu yiyeceklerin amniyotik sıvıyla birlikte anne sütüne geçmesi ve bebeğin takviye besin almasıyla devam etmektedir (Beauchamp ve Mennella, 2011; Kabaran, 2017; Muslu ve Gökçay, 2020). Amniyotik sıvıyla birlikte anne sütüne geçen besinler bebeklerde daha sonraki dönemde besin tercihlerini etkileyen bir faktör olarak kabul edilmektedir. Söz gelimi, gebelik döneminde havuç suyu içen ve içmeyen annelerin bebekleri üzerinde gerçekleştirilen bir araştırmada bebekler 5-6 aylık olduklarında havuç suyu içenlerin havuçlu yiyecekleri daha fazla tükettikleri bulunmuştur (Mennella vd., 2001). Bebeklerde lezzetle ilgili öğrenme katı yiyeceklerin tanıtılması ve çeşitli yiyeceklere maruz kalma yoluyla tamamlayıcı beslenme döneminde de devam etmektedir (Birch ve Fisher, 1998; Cosmi vd., 2017). Ebeveynlerin çocukların yemekle ilgili deneyimlerini şekillendirdiği ve kendi yemek davranışlarıyla çocuklarının tat tercihlerini ve yeme davranışlarını etkilediği vurgulanmaktadır (Trabulsi ve Mennella, 2012; Cosmi vd., 2017). Anatomi açısından lezzetle ilgili yapılan çalışmalar değerlendirildiğinde, daha çok tat tomurcukları ve tat reseptörleri (Small, 2012; Rolls, 2019), burun ve koku reseptörleri (Labbe vd., 2008; Biswas ve Labrecque, 2021), sinir yolları ve beyin bölgeleri (Scott, 2005; Briand ve Salles, 2016) ile lezzet algısının nasıl oluştuğunu belirlemeye odaklandıkları söylenebilir.

Gıda bilimi bağlamında lezzetle ilgili araştırmalar değerlendirildiğinde daha çok yiyeceğin duyuşal özelliklerinin incelendiği görülmektedir (Civille, 2010; Prescott, 2015). Lezzet tat (tatlı, tuzlu, ekşi, umami ve acı), koku alma (meyveli, vanilyalı vb.), ısı, metalik, büzücü, serin, yanık gibi faktörlerin bileşimi şeklinde tanımlanmaktadır (Civille, 2010). Söz gelimi, Cemeroğlu ve Acar (1986) lezzeti, duyuşal deneyimin bir parçası olarak, ağza alınan besin maddelerinin çiğnenmesi sonucunda tat, koku, doku duyuları, acı ve sıcaklık gibi duyuların ağız içerisinde oluşturduğu algı şeklinde tanımlamıştır. Dolayısıyla gıda biliminde lezzet, yiyeceklerin duyuşal özelliklerinden kaynaklanan ve ağızda oluşan duyuların oluşturduğu his şeklinde ifade edilmektedir (Altuğ, 2009). Lezzet algısı, yiyeceklerdeki koku,

tat ve trigeminal uyarıcıların karmaşık etkileşimleri sonucu ortaya çıkar. Ancak insanlar, belirli duysal özelliklere odaklandıklarında, bu uyarıcıları tanıyabilir ve yiyeceğin lezzetini algılayabilirler. Örneğin, tat alma ve koku alma duyuları, lezzet algısında sinerjik bir şekilde çalışır. Yiyecek ağızda tutulduğunda, tat alma duyusu yiyeceğin temel tatlarını (tatlı, ekşi, tuzlu, acı ve umami) algımlarken, aynı zamanda yiyeceğin kokusu burun boşluğuna ulaşır ve koku alma duyusu tarafından algılanır. Beyin, bu iki duyudan gelen sinyalleri birleştirerek yiyeceğin kendine özgü lezzetini oluşturur (Karagöz, 2018). Dolayısıyla, koku alma duyusu (bayat, hoş vb.), dokunma duyusu (tazelik, sıcak-soğuk vb.), görsel özellikler (marka, ambalaj özellikleri vb.) ve iştme duyusu (çıtır, tazelik, gevreklik vb.) lezzet algısında önemli unsurlar olarak göze çarpmaktadır (Civille, 2010; Negri vd., 2012; Michel vd., 2015; Noel ve Dando, 2015; Basso vd., 2018 ve Biswas ve Labrecque, 2021).

Sıcaklığın artışıyla birlikte uçucu maddeler buharlaşarak koku almayı uyarmakta ve bu durum lezzet algısını etkilemektedir. Yiyeceklerin formu (katı-sıvı-yarı katı) lezzet algısını etkileyen diğer bir önemli parametredir (Civille, 2010). Tatlı tat, monosakkarit ve disakkarit içerikleri ile ilişkilendirilmiştir. Benzer şekilde, tuz tadının yoğunluğu sodyum içeriği ile bağlantılı bulunmuştur. Araştırmalar, sıvı yiyeceklerin tat yoğunluğunun yarı katı ve katı yiyeceklerle kıyasla daha fazla algılandığını göstermektedir. Ayrıca, tatlı tadın karbonhidrat içeriği ile pozitif bir korelasyon gösterdiği, ancak protein, diyet lifi ve sodyum içeriği ile ters ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Langeveld vd., 2017). Renklerin de lezzet algılamasını etkilediğine dair araştırma bulguları vardır (Wang vd., 2020). Söz gelimi, Harrar vd. (2011) tuzlu patlamış mısırın mavi bir kaptan sunulduğunda daha hafif ve daha lezzetli algılandığını belirtmiştir. Sugimori ve Kawasaki (2022) tarafından çikolataların farklı ambalaj renkleriyle sunumunda tüketicilerin lezzet algılarının incelendiği bir araştırmada pembe ambalajlı çikolata en tatlı ve en az acı, siyah ambalajlı çikolata en az tatlı ve en acı olanı olarak algılanmıştır. Bu bağlamda, gıda biliminde lezzetin oluşumunun yiyeceklerin tat, koku, doku, sıcaklık gibi duysal özellikleriyle birlikte ele alındığı söylenebilir. Lezzetin oluşumu ve bireyin lezzet tercihlerini anlamak için duysal ve kimyasal analizler, beyin görüntüleme çalışmaları yapılmaktadır. Bu çerçevede gıda biliminde lezzetin daha çok tat algısı ve tat bileşenleri (Green, 2021), aroma bileşenleri (Karagöz, 2018; Spence ve Lavitan, 2021), dokusal özellikler (Civille, 2010; McCrickerd ve Forde, 2016), genetik farklılıklar (Galindo vd., 2012; Cordero, 2015), duygular (Noel ve Dando, 2015; Batat vd., 2019) bağlamında incelendiği görülmektedir. Yine gıda biliminde yiyeceklerin lezzetini arttırmak veya geliştirmek; hammadde işleme, depolama, ambalajlama ve tüketilebilir hale gelmesinde meydana gelebilecek istenmeyen değişiklikleri önleyebilmek için yiyeceklerle eklenen yoğun

ve hoş kokuya sahip bileşiklere lezzet maddeleri denilmektedir (Altuğ, 2009). Yiyeceklere lezzet maddelerinin eklenmesinin ilk olarak baharatların koruyucu amaçla etlere eklenmesiyle ortaya çıktığı belirtilmektedir. Lezzet maddelerinin kullanılmasının temel nedenleri arasında yiyecek üretimi esnasında kaybolan lezzeti tekrar kazandırmak, yiyeceğin kendi lezzetinden farklı bir lezzet oluşturmak, yiyecekte kendiliğinden bulunan ancak yiyeceğin kalitesini kötü yönde etkileyecek bileşenleri gizlemek, yiyecek hammaddesinin lezzetini güçlendirmek ve maliyeti azaltmak yer almaktadır. Lezzet maddelerine örnek olarak baharatlar, uçucu yağlar, izolatlar ve oleoresinler verilebilir (Altuğ, 2009).

İlgili çalışmalar incelendiğinde lezzeti tanımlarken en sık kullanılan kavramın tat olduğu dikkat çekmektedir. Day (2009) lezzet kavramının tanımını anlayabilmek için 64 lisans öğrencisiyle bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmada katılımcılardan lezzetle ilgili bir tanım yazmaları istenmiş veya lezzetten ne anladıkları sorulmuştur. Araştırmada en sık kullanılan terimlerin yiyecek ve içeceklerin hedonik özellikleri, tatla ilgili beğenme, yiyeceğin tadı gibi kavramlar olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda, lezzetli olanın tadının güzel olduğu sonucuna varılmıştır. Tadın, yiyecek seçiminde etkili olduğu görüldüğünden ve yiyecek seçim sürecini daha iyi anlamak için tat kavramını da iyi anlamak önemli hale gelmektedir.

2.1.1. Tat Uyarıları

Tat, ağızda yer alan tat alıcı reseptörleri ile alınarak oluşan duyum şeklinde tanımlanmaktadır. Tat sisteminde uyarılar suda çözünabilir kimyasal maddelerdir ve tadın yoğunluğu kimyasal maddenin konsantrasyonu ile ilişkilidir (Negri vd., 2012). Tatlar, nitelikleri bakımından altıya ayrılmaktadır. Ancak Antik çağlardan beri bilinen ilk dört tat olan tatlı, tuzlu, ekşi ve acı yaygın gruplama şeklidir (Galinda vd., 2012). Umami tatlı, ekşi, tuzlu ve acıya ek olarak beşinci temel tat olarak kabul edilir. Umami, glutamat adı verilen bir aminoasit tarafından üretilir. Glutamat, et, balık, sebzeler, mantar gibi birçok gıdanın doğal olarak bulunan bir bileşenidir. MSG (monosodyum glutamat), glutamatın laboratuvarda üretilmiş bir şeklidir. Umami, et benzeri bir tat olarak tanımlanır (McCabe ve Rolls, 2007). Son dönemlerde ise altıncı tat olarak gruplamaya eklenmesi önerilen yağ tadının ise ağızda özel proteinler tarafından tükürükle taşınan serbest yağ asitlerinden kaynaklandığı belirtilmektedir (Chandrashekar vd., 2006; Hisatsune vd., 2007). İlgili tatlarla ilişkin bilgiler Tablo 2.2’de yer almaktadır.

Tablo 2.2 Tat Algısını Belirleyen Temel Mekanizmalar ve İlişkili Faktörler

Tat	Duyusal Mekanizma	Kaynak	Fonksiyon	Özellikler ve İlişkiler	Örnekler	Akdemik Kaynaklar
Tatlı	G proteinine bağlı reseptörler (GPCR)	Karbonhidratlar (şekerler, fruktoz, glikoz)	Enerji kaynağı	Karbonhidratlara duyulan ihtiyaçtan kaynaklanır ve enerjisi yoğun besinlerle ilişkilidir.	Şeker, bal, meyveler	Coren vd. (2004); Chandrashekar vd. (2006).
Tuzlu	Epitelyal sodyum kanalı (ENaC) ve geçici reseptör potansiyel kanalı alt kümesi (TRPV1) tarafından üretilir	Sodyum klorür (NaCl)	Elektrolit dengesi	Tuz, yiyeceklerdeki diğer tatları gizleyebilir.	Sofra tuzu, deniz ürünleri	Stahler vd. (2008); Karagöz (2018).
Ekşi	Proton konsantrasyonu (pH) ve zayıf organik asitler tarafından oluşur	Zayıf organik asitler (sitrik asit, malik asit)	Sindirim	Yiyeceklerin asit oranı arttıkça ekşi tat da artabilir.	Limon, sirke, ekşi meyveler	Guyton ve Hall (2007); Spence (2017).
Acı (Bitter)	G proteine bağlı acı tat reseptörü (T2R) tarafından iletilir	Toksik yiyecek bileşenleri (alkaloidler, terpenoidler)	Koruma	Toksik yiyecek bileşenlerini işaret edebilir. Azot içeren organik maddeler ve alkaloidler acı tat oluşturabilir.	Kahve, kakao, zeytin	Coren vd. (2004).
Umami	Monosodyum L glutamat (MSG) tarafından iletilir	Glutamik asit ve bazı nükleotidler (IMP, GMP)	Lezzet artırıcı	Glutamik asit yoğunluğuyla ilişkilidir ve aminoasit içerir. İnsanın karşılaştığı tatlardan biri olabilir.	Et, peynir, soya sosu	Kumiko (2002); Chaudhari vd.(2009).
Metalik	Yiyecek maddesinin metalik materyallerle temasından kaynaklanır	Metalik materyaller (ambalaj, işleme ekipmanları)	Kusur olarak algılanır	Birden fazla yiyecek bulunduğu kusur olarak algılanabilir.	Metalik ambalajlı yiyecekler	Hisatsune vd. (2007); Chaudhari vd. (2009).
Kokumi	Kokumi molekülleri diğer tatların yoğunluğunu artırabilir	Çeşitli aminoasitler ve peptitler (L-glutamin, L-alanil-L-prolin	Lezzet artırıcı	Tek başına bir tat değildir ancak diğer tatların lezzetini artırabilir.	Soya sosu, deniz yosunu, kurutulmuş balık	Maruyama vd.(2012); Briand ve Salles (2016).
Oleogustos	Yağ tadını tanımlar ve lezzeti artırabilir	Yağlar (trigliseritler, yağ asitleri)	Lezzet artırıcı	Belirgin bir tat değildir ancak tatlarla birlikte lezzeti artırabilir.	Tereyağı, zeytinyağı, avokado	Running vd.(2015); Tabak (2020).

Tatlı tat, karbonhidratlardan kaynaklanır ve enerji sağlar. Tuzlu tat, sodyum klorürden gelir ve elektrolit dengesini sağlar. Ekşi tat, zayıf organik asitlerden kaynaklanır ve sindirime yardımcı olur. Acı tat, toksik yiyecek bileşenlerini algılar ve koruma sağlar. Umami tat ise glutamat ve nükleotidlerden kaynaklanır ve lezzeti artırır (Reed vd., 2006; Guido vd., 2016).

Bunlara ek olarak, metalik tat metal iyonlarından kaynaklanır ve kusur olarak algılanır. Kokumi tat ise aminoasitlerden ve peptitlerden kaynaklanır ve lezzeti arttırdığı söylenebilir (Maruyama vd., 2012; Briand ve Salles, 2016). Bunun yanı sıra, tat alma duyusu, bireyin yaş, sağlık durumu, ilaç kullanımı ve genetik özellikleri gibi çeşitli faktörlerden etkilenmektedir (Yoshinaka vd., 2016; Jeon vd., 2021). Tat, yiyeceklerin lezzetini oluştururken lezzet algısının oluşmasında tat faktörü tek başına yeterli değildir. Bunun yanında koku alma duyusu da önemli bir faktördür. Yiyeceklerden salınan uçucu olan aroma bileşikleri burun içerisinde yer alan olfaktör reseptörler tarafından algılanmaktadır (Ployon vd., 2017; Mu vd., 2021). Dolayısıyla aroma bileşiklerinin özellikleri ve lezzet algılamasına katkısına değinmek önemlidir.

2.1.2. Aroma

Aroma bileşikleri, küçük moleküller olarak tanımlanan ve gaz fazında hızla buharlaşma yeteneği olan fiziksel ve kimyasal özelliklere sahip bileşiklerdir (Tournier vd., 2007). Bu bileşikler, düşük moleküler ağırlıkları ve yüksek buhar basınçları sayesinde kolayca havaya geçerler. Yani, aroma bileşikleri atmosferde gaz halinde bulunurlar ve bu nedenle kokuyu taşıma kapasiteleri yüksektir (Paravisini ve Guichard, 2016). Yiyecek maddesinden salınan aroma bileşenlerinin tat, koku ve doku hissini etkileyerek lezzet algısına katkıda bulunduğu ifade edilmektedir (Hollowood vd., 2002; Li vd., 2020). Aroma bileşikleri buhar fazında ve olfaktör reseptörler (burun) tarafından algılanan uçucu moleküllerdir. Aroma, hem oronasal (burundan doğrudan koklama) hem de retronasal (çiğneme sırasında aroma bileşiklerinin ağızdan burna doğru geri hareketiyle koklama) yoluyla algılanabilir (Preininger, 2006). Uçucu bileşiklerin salınımı yiyecek matrisinin genel bileşiminden etkilenmektedir. Yiyecek matrisi, bir yiyeceğin içinde bulunan bileşenlerin (karbonhidrat, yağ, lif, vitamin, mineraller vb.) bir araya gelerek oluşturdukları fiziksel ve kimyasal yapıyı ifade etmektedir (Turgeon ve Eve-Rioux, 2011). Yiyecek matrisi, yiyeceklerin fiziksel ve kimyasal özelliklerini, besin içeriğini, lezzetini ve diğer özelliklerini belirler. Yiyecek matrisi, gıdaların üretimi, işlenmesi, depolanması ve tüketimi sırasında önemli bir rol oynar (Oliveira vd., 2018).

Bu yapı, yiyeceğin kendine özgü özelliğini oluşturur. Aroma salınımı gerçek koşullar altında izlendiğinde çiğneme, yutma, tükürük ve mukozal yüzeylerde çeşitli faktörlerin etkileşimiyle oluşmaktadır (Elder ve Krishna, 2010). Bir başka tanımlamaya göre ise aroma, yiyeceklerin lezzetinin algılanmasında duysal bilgiler sağlayan, yiyeceklerin tüketimini etkileyen tat ve koku duyularının birlikte etkileşime girdiği duygudur (Karagöz, 2018).

Ortonazal koku (burun yoluyla iletilen koku), belirli yiyecekler için iştahı artırıcı etki gösterirken (Ramaekers vd., 2014), retronazal koku (ağız yoluyla iletilen koku), doyumluk hissinin yükselterek yiyecek alımını azaltıcı etki gösterir (Ruijschop vd., 2018). Örneğin, domates çorbası tüketimi sırasında, retronazal iletim yöntemi kullanılarak (silikon bir tüp aracılığıyla) burun boşluğuna kremi bir aroma eklemek, kremi aromanın olmadığı duruma göre doyumluk hissinin artırmıştır (Ramaekers vd., 2014).

Aroma ve lezzet algılamasıyla ilgili yapılan araştırmalarda, uygun şekilde renklendirilmiş yiyeceklerin daha güçlü ve kaliteli bir aroma olarak algılandığı görülmüştür (Batu, 2017). Diğer bir anlatımla, aroma bileşiklerinin yoğunluğu lezzet algılamasını belirlemede kritik bir faktör olarak görülmektedir (Ruijschop vd., 2010). Daha yoğun aroma bileşikler genellikle lezzet algısını güçlendirebilir veya baskılayabilir (Christensen, 1983; Koch ve Koch, 2003). Söz gelimi, yüksek yoğunluktaki vanilya aroma bileşikler genellikle tatlılık algısını artırırken düşük yoğunluktaki çikolata aroma bileşikler tatlılık algısını azaltabilir (Tournier vd., 2007). Bu bağlamda aroma, uçucu bileşenlerden oluşur ve lezzet algılamasını etkileyen önemli bir faktör olarak görülmektedir. Herbst ve Herbst (2009) tarafından tanımlanan gıda aroması, bir gıdanın tanımlayıcı koku özelliklerini ifade eden bir terimdir. Söz gelimi, bilindik bir aroma ile tat arasında bir ilişki kurulduğunda lezzet algılamasının etkileneceği belirtilmektedir (Noble, 1996). Bu bağlamda, yiyeceğe ilişkin aromanın tüketicilerde lezzet beklentisini uyandırarak satın alma niyetlerini dolaylı olarak etkilediği ifade edilmektedir.

İlgili literatüre göre gıda ve anatomi bilimiyle ilgili tanımlamalarda lezzet algısında yaşanan sosyal süreçler ve bireysel farklılıkların (kültür, kişilik) dikkate alınmadığını söylemek mümkündür. Anatomik süreçlerde daha çok fizyolojik, gıda biliminde ise yiyeceklerle ilgili özelliklere göre tanımlar geliştirildiği görülmüştür. Bu tez kapsamında, restoranlarda yemek deneyiminin içerisinde lezzet deneyiminin çok önemli bir bileşen olduğu kabul edildiğinden, bireyin beklentileri, endişeleri, sosyal etkenler, motivasyon ve atmosfer gibi faktörlerin lezzet algısını nasıl etkilediği üzerinde durulmaktadır. Gastronomi bakış açısıyla, lezzet algısının üç aşamadan oluşan bir süreç olarak ele alınması gerektiği düşünülmektedir. Bu bağlamda, lezzetin deneyim öncesi, deneyim anı ve deneyim sonrasında meydana gelen bir olgu olarak tanımlanması daha uygun olabilir. Bu değerlendirmenin ardından, bireyde lezzete yönelik bir tutumun oluşacağı öngörülmektedir.

2.2. Lezzet Deneyimi

Lezzet deneyimi, bireyin yiyeceğe ilişkin duysal, bilişsel ve duygusal deneyimlerinin bütünüdür (Spence, 2022). Lezzet deneyimi, yiyeceğin tüketilmesinden önce lezzete ilişkin beklentilerin oluşumu ile başlar, tüketim aşamasında anatomik süreçlerde yiyeceğe ilişkin duysal özellikler algılanır ve tüketim sonrasında beğeni, memnuniyet, tatmin açısından bilişsel ve duygusal olarak değerlendirme gerçekleştirilerek lezzete ilişkin bir tutum geliştiği söylenebilir. Bu süreç Şekil 2.1’de gösterilmektedir. Lezzet deneyimi bireyin bir yiyeceğin lezzetine ilişkin beklentilerin oluşmasıyla başlar. Lezzet beklentisi, bireyin yiyecekler hakkında önceden edindikleri bilgi ve deneyimlerine göre tercihlerini ve inanışlarını yansıtan bir kavramdır (Bawajeeh vd., 2020). Lezzet beklentisi, bir tüketicinin bir yiyeceği denemeye karar vermesinde ve deneyimledikten sonra o yiyeceğe ilişkin beğenisinde önemli bir rol oynamaktadır (Suzuki vd., 2021). Lezzet beklentisinin yiyeceklerin ambalajı, markası, fiyatı ve sunumu niteliklerinden etkilendiği söylenebilir. Buna göre bir yiyecekten beklenen lezzet, tüketicilerin yiyeceklerle ilgili deneyimleri, ön yargılarına ve beklentilerine göre şekillenir. Ayrıca bireyin fizyolojik durumu, çevresel, psikolojik, sosyo-kültürel ve ekonomik faktörler lezzet beklentisini etkilemektedir (Prescott, 2015; Spence, 2018; Konuk, 2021). Şu hâlde lezzet beklentisi, bireyin bir yiyecek ile ilgili sahip oldukları ve tüketim öncesinde oluşturulmuş inanç ve beklentilerdir (Okomato ve Dan, 2013). Bu beklentiler bireysel ve çevresel faktörlerden etkilenmektedir.



Şekil 2.1 Lezzet Deneyimine İlişkin Süreç

2.2.1. Bireysel Faktörler

Fizyolojik durum: Açlık, tokluk, yorgunluk, yaş ve cinsiyet gibi durumlar lezzet algısını etkileyebilir. Örneğin, aç bir insan aynı yemeği tok bir insandan daha lezzetli bulabilir. Sigara ve alkol tüketimi ise bireylerin tat alma duyularını etkileyebilir ve bazı yiyecekleri daha çekici veya tatmin edici hale getirebilir. Hastalık durumu da bireylerin yiyecek tercihlerini etkileyebilir; örneğin, bazı hastalıklarda belirli yiyeceklerin tüketimi tavsiye edilebilir. Bu nedenle, yiyecek tüketimi bireyden bireye farklılık gösterebilir ve çeşitli faktörlerin bir araya gelmesiyle şekillenebilir (Bublitz vd., 2010).

Kişisel tercihler: Geçmiş deneyimler, kültürel normlar ve kişisel zevkler lezzet beklentisini şekillendirir. Ailenin, çocukluk döneminde beslenme alışkanlıklarının şekillenmesinde büyük oranda etkili olduğu belirtilmektedir. Bu etki, sunulan yiyeceklerin çeşitliliği, hazırlama ve sunum şekilleri gibi faktörler aracılığıyla olmaktadır. Araştırmalar, lezzet tercihlerinin çocukluk döneminde ailenin ve içinde bulunduğu kültürün etkisiyle yaşam boyu devam edebileceğini göstermektedir (Hulten vd., 2010; Aktaran, Sakarya, 2020).

Duygusal durum: Stres, mutluluk, üzüntü gibi duygular lezzet beklentisini etkileyebilir. Duygusal durum, çevresel ve biyolojik faktörlere bağlı olarak değişebilen zihinsel bir durum olarak tanımlanmıştır (Nevanpera vd., 2012; Bartkiene vd., 2019). İnsanların yaklaşık %20'sinin stresli dönemlerde yeme davranışlarını değiştirerek kalori alımlarını %40 oranında arttırdıkları veya azalttıkları belirtilmiştir (Torres vd., 2012). Yani, stresli olan bu bireyler kendilerini tatmin etmek veya rahatlatmak için yiyeceklere yönelmektedir. Bu tarz yiyecekler genellikle kalorisi yüksek, yağlı ve şekerli yiyeceklerdir. Oliver ve Wardle (1999) tarafından gerçekleştirilen bir araştırma, stres altında olan bireylerin bu tarz yiyeceklere daha fazla yönelediklerini tespit etmiştir. Diğer taraftan Macht (2008) üzgün olan bireylerin yani daha depresif ruh halinde olan bireylerin yiyecek tüketimlerini azalttığını tespit etmiştir. Nakagawa vd. (1996) bireylerdeki fiziksel ve zihinsel yorgunlukların lezzet beklentisi üzerindeki etkisini incelemiş, stresli durumlarda yiyeceklerin lezzetinde azalma olduğunu vurgulamıştır. Bartkiene vd. (2019) yiyecek seçimi ve kişinin ruh hali arasındaki ilişkiyi değerlendirmek için depresyonda olan ve olmayan kişilerde farklı yiyecek lezzetlerinin neden olduğu duyguları incelemiş, depresyonda olan kişilerin lezzet beklentisinin duygu durumundan etkilendiğini bulmuştur.

Bilişsel faktörler: Yiyeceklerle ilgili bilgi ve inançlar lezzet beklentisini etkileyebilir. Yiyeceklere ilişkin uyarılar insanların hafızalarında yer alan yiyeceklere ilişkin deneyimlerin yeniden canlanmasını sağlamaktadır. Bu uyarılar görünüş, koku, tat, doku

şeklinde algılanabilir ve geçmiş deneyime dayanan hafızlarını harekete geçirerek bireyin mevcut deneyimine etki edebilir. Yiyeceklerin görsel temsillerinin beyin lezzetle ilgili bölgelerini harekete geçirdiği bildirilmiştir (Krishna vd., 2014). Biggs vd. (2016) tabak tasarımına ilişkin dokunsal ve görsel unsurların hem oral somatosensoriyel sistemi hem de yiyeceğin lezzetini etkilediğini belirtmektedir.

2.2.2. Çevresel Faktörler

Yiyeceğin sunumu: Görsel çekicilik lezzet beklentisini önemli ölçüde etkileyebilir. Konuyu restoranlar bağlamında ele aldığımızda menü tüketicilerin yiyecek seçim kararları için bir uyarandır. Tüketicilerin restoranlarda lezzet beklentisinin menüden yiyecek seçimi esnasında başladığı ve bunun sonrasında yemek deneyimini etkilediğini söylemek mümkündür (Magnini ve Kim, 2016). Menüde yer alan yiyeceğin görüntüsü yiyecek tüketimini etkileyen, lezzet beklentisini harekete geçiren ve tüketilen yiyecek miktarını şekillendiren bir unsurdur (McCrickerd ve Forde, 2016).

Menüyle ilgili gerçekleştirilen araştırmalar incelendiğinde menü tasarımının, menünün şeklinin, çeşitliliğinin ve menü üzerinde yer alan açıklamaların tüketicilerin lezzet beklentilerini şekillendirmede önemli rol oynadığı görülmektedir (Oakes ve Slotterback, 2001; Kozup vd., 2003; Shoemaker vd., 2005 ve McCall ve Lynn, 2008). Menüde kullanılan kelimeler, açıklamalar, görsel şekiller tüketicilerin yiyeceklerle ilgili önceden beklenti oluşturmalarına neden olarak lezzet deneyimine katkı sağlar (Rozin, 2007). Wansink vd. (2004) tanımlayıcı menü öğesi etiketlerinin müşterilerin yiyecek seçimleri, tüketim sonrası değerlendirmeler ve yeniden satın alma niyetleri üzerindeki etkilerini inceledikleri araştırmada, tanımlayıcı duygusal etiketlerin (büyükannenin ev yapımı elmalı turtası) lezzet beklentisini olumlu yönde etkilediğini belirtmektedir. Benzer şekilde Kim ve Kim (2017) menü açıklamalarının, tüketicilerin lezzet beklentisi ve yiyecek seçiminde önemli bir faktör olduğunu vurgulamıştır. Yine Grabenhorst vd. (2008) tarafından gerçekleştirilen araştırmada “zengin ve lezzetli tat” gibi duygusal tanımlayıcı etiketlerin beyindeki tat alma bölgesini aktive ettiği belirtilmektedir. Vukolic vd. (2022) tarafından Sırbistan’ın 6 şehrinde toplamda 24 alakart restorandan 450 katılımcıyla restoranlardaki yemek isimlerinin menü seçimleri üzerindeki etkisini incelemek için gerçekleştirilen araştırmada menüde yemek isimlerinin tüketicilerin seçimlerinde önemli etkisi olduğu doğrulanmaktadır. Yemeklere otantik, ulusal ve duygusal isimler verildiğinde, tüketiciler tarafından daha cazip bulunduğu ve lezzet beklentilerinin değiştiği ifade edilmektedir. Başka bir deyişle, bir yiyeceğin özellikleri nedeniyle lezzet beklentileri değişebilir ve bu yiyeceğin adı, içeriği ve nitelikleri ile ilgilidir.

Örneğin, belirli tat ve aroma bileşenlerine, doğal ve organik bileşenlere sahip olma durumu, artan lezzet beklentilerine yol açabilir ve bu da tüketim deneyimini daha keyifli hale getirebilir (Berger ve Rand, 2008). Bu beklentiler, tüketicilerin hangi yemeği seçeceğine, ne kadar memnun kalacaklarına ve gelecekte o yemeği tekrar tercih edip etmeyeceğine karar vermede etkili olmaktadır (Okamoto ve Dan, 2013).

Yemek isimleri ve açıklamaları, yemeğin lezzetini ne kadar vurgularsa, tüketicilerin beklentilerinin ve yemeği seçme olasılığının aynı ölçüde artacağı belirtilmektedir (Fedosova, 2022). İyi hazırlanmış ve çekici bir şekilde sunulmuş menüler, yiyeceklerin sunumu, açıklamaları ve besin içeriklerini içerir; bu da tüketici beklentilerini şekillendirir. Görsel olarak cazip menüler, tüketicilerin yiyecekleri daha lezzetli bulmalarını etkileyebilir (Spence, 2017). Tüketiciler, geniş bir yelpazede sunulan menüde farklı yemekler arasında seçim yapma özgürlüğüne sahip olduklarını fark ettiklerinde lezzet beklentileri yükselir ve lezzet deneyimleri olumlu yönde etkilenir. Diğer bir anlatımla, çeşitli yemek seçeneklerinin bulunduğu menüler, tüketicilere daha fazla seçenek sunar ve bu da beklentilerini artırabilir. Bu bağlamda, menünün biçimi, açıklamaları, çeşitliliği, yiyecek içerikleri ve dokuları, tüketicilerin lezzet anlayışına ve lezzetle ilgili beklentilerine katkı sağlayabilir.

Restoran atmosferi: Restoranlarda yer alan müzik, aydınlatma, dekor gibi unsurların da lezzet beklentisini etkilediği ilgili literatürde görülmektedir (Mela, 2006; Lee ve Craneg, 2008; Oberfeld vd., 2009; Spence ve Youseff, 2016; Chen vd., 2019b). Jang ve Namkung (2009) gerçekleştirdikleri araştırmada restoran atmosferinin tüketicilerde duygusal tepkiler uyandırdığı, kaliteli ve sıcak bir atmosfere sahip restoranın yiyeceklerin daha lezzetli olduğu algısı yarattığı ve tüketicilerin lezzet beklentilerini olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir. Yiyecek seçiminde mekânın etkisi incelendiğinde araştırmalarda aynı nitelikte hazırlanmış yiyecekler farklı mekanlarda (restoran, okul kantini ve laboratuvar) katılımcılara sunulmuş ve yiyecek restoran ortamında sunulduğunda daha lezzetli ve kaliteli olarak algılanmıştır (Meiselman vd., 2000). Yine benzer şekilde Edwards vd. (2003) yiyeceklerin değerlendirmesinde mekânın etkisini incelemiş; aynı yiyecek farklı özellikteki 10 mekânda sunulduğunda yiyeceğe ilişkin algılamaların lezzet, koku ve genel kabul özellikleri açısından mekâna göre farklılaştığı belirtilmiştir. Kim vd. (2010) restoran türleri açısından gerçekleştirdikleri araştırmada lüks restoranlar için lezzet, kalite ve personelin tüketiciler tarafından önemli görülen faktörler olduğunu belirtmişlerdir. Güzel bir ortam bireyin yemekle ilgili beklentilerini artırabilir. Bu beklentilerin karşılanması bireyin yemekten daha fazla zevk almasına yani yemekle ilgili deneyiminin daha keyifli hale gelmesine yol açabilir (Wu vd.,

2022). Diğer bir anlatımla restoranın atmosferik unsurlarının tüketicilerde olumlu duygular yaratarak lezzet beklentilerini arttırdığını söylemek mümkündür.

Sosyal etkileşim: Aile, arkadaşlar ve diğer kişilerle yemek yeme lezzet beklentisini etkileyebilir. Stroebele ve Castro (2004) da benzer şekilde restoran atmosferinin, sosyal değişkenlerin, fiziksel çevre unsurlarının ve zamanla ilgili faktörlerin yiyeceklerin değerlendirmesinde etkili olduğunu belirtmiştir. Güzel bir ortam, bireyde rahatlık, huzur ve mutluluk gibi olumlu duyguları tetikleyebilir. Bu duygular, bireyin yemek yeme isteğini artırabilir veya bireyin yemekle ilgili olumlu anılarını canlandırabilir. Bu anılar, bireyin yemek yeme isteğini daha da artırabilir. Bu bağlamda, sosyal ilişkilerin kalitesi, özellikle de bilindik insanlarla yemek yerken, "yemek yemenin sosyal olarak kolaylaştırılması" olgusunda önemlidir. Bu olgu, yiyeceklerin başkalarının yanında yenildiğinde daha lezzetli olma eğiliminde olduğunu göstermektedir (Nestle vd., 1998; Higgs, 2015). Aile ve arkadaşlarla birlikte yemek yeme, bireyde ait olma ve kabul edilme hissi yaratarak beynin ödül sistemini harekete geçirerek dopamin salgılanmasını tetikleyerek lezzet algılamasını olumlu yönde etkiler (Huang vd., 2022a).

Kültürel normlar: Farklı kültürlerde lezzet algısı ve beklentileri farklılık gösterebilir. Kültürel farklılıklara göre bireylerin beslenme alışkanlıkları farklılık göstermekte ve buna bağlı olarak da lezzet beklentileri şekillenmektedir (Prescott, 1998; Doorn vd., 2017). Kültür, bireyin yemeğe ilişkin duygusal ve sembolik bağlamını belirlemektedir. Dolayısıyla bireyin ait olduğu kültürdeki yemekler, lezzet beklentisini etkileyen önemli bir faktör olarak görülmektedir (Spielmann ve Kim, 2010). Liao vd. (2024) kültür ve lezzet beklentisi ilişkisinde, tarihsel ve coğrafi etkiler, dini inançlar, toplumsal normlar ve ritüeller ve geleneksel mutfak gibi faktörlerin etkili olduğunu belirtmiştir.

Yiyeceğe yönelik oluşan lezzet beklentisi tüketim anında duyusal deneyimi etkileyerek lezzet algılamasını şekillendirir. Delwichi'nin (2004) belirttiği gibi, yiyeceğin rengi, sıcaklığı, dokuları ve tüketim sırasında yayılan ses gibi özellikleri bireyin lezzet algısını önemli ölçüde etkiler. Diğer bir ifadeyle, lezzet algılaması sırasında duyuların rolü (tat, koku, görsel algı ve dokunsal duyular) ön plana çıkmaktadır (Spence, 2012). Söz gelimi, paketlenmiş patates cipsi açıldığında yüksek ses çıkması durumunda daha çıtır ve lezzetli algılanmıştır. Yine bir kutu içecek açıldığında daha fazla ses çıkıyorsa daha lezzetli ve soğuk olarak algılanmıştır (Zampini ve Spence, 2004). Dolayısıyla işitme duyusunun lezzet algısını etkilediği söylenebilir. Ayrıca, dokunsal özelliklerin de lezzet algısını belirlediği söz gelimi ambalaj dokusunun tüketicilerin yiyeceğe ilişkin memnuniyeti ve lezzet algılarını etkilediği vurgulanmıştır. Dahası, Krishna ve Morrin (2008) aynı suyu tek kullanımlık kaliteli-sağlam

ve yine tek kullanımlık ama dayanıksız bir bardakta katılımcılara sunduklarında, katılımcılar kaliteli ve sağlam bardakta sunulan suyu daha lezzetli algılamıştır. Yine Ferreira (2019) tarafından dokunsal özelliklerin lezzet algısının müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisiyle ilgili yapılan bir araştırmada, yiyecek ürünlerinin ambalaj dokusuyla ürünün duyuşsal özellikleri örtüşüğünde tüketicilerin memnuniyetlerinin ve lezzet algılarının olumlu olduğu bulunmuştur.

Restoranlar bağlamında ise tabak tasarımı lezzet algılaması ile ilişkili görülmektedir (Zellner vd., 2014; Youssef vd., 2015). Buna göre tabağın şekli, rengi, boyutu, tabağın malzemesi ve dokusu gibi özellikleri ile içindeki yiyeceklerin yerleşimi, rengi, düzeni vb. tasarım bileşenleri birçok duyuşsal deneyimi içermektedir. Bu çoklu duyuşsal deneyimler, lezzet algılamasını bütünsel bir şekilde etkilemektedir (Zellner vd., 2010; Velasco vd., 2018; Roque vd., 2018; Sophitanontrat ve Khajarearn, 2021). Örneğin, Zellner vd. (2014) tarafından yapılan bir araştırmada, sanatsal olarak çekici hale getirilmiş tabaklardaki yiyeceklerin geleneksel tabaklardakilere kıyasla daha lezzetli olarak algılandığı gözlemlenmiştir. Diğer bir ifadeyle estetik ve çekici bir şekilde sunulan tabak tüketicinin keyif ve tatmin duygusunu tetikleyerek yiyeceği daha olumlu değerlendirmesini sağlayabilir ve yiyeceğin kalitesine ve lezzetine yönelik olumlu algılamalar oluşturabilir (Zellner vd., 2011; Michel vd., 2014; Zellner vd., 2014; Piqueras-Fiszman ve Spence, 2015 ve Kunz vd., 2020a). Çin'de yapılan bir araştırmada, fine-dining restoranlarda tabakların altın, beyaz ve siyah renklerde olması tüketicilerin beğenisine sunulmuştur. Katılımcılar tarafından beyaz ve altın tabaklarda sunulan yiyecekler daha lezzetli olarak algılanmıştır (Chen vd., 2019a). Michel vd. (2014) tarafından yapılan başka bir araştırmada, Kandinsky'nin tablosundan esinlenerek hazırlanan tabaklar tüketicilere sunulmuştur. Sanattan ilham alan tabaklarla sunulan yiyecekler, katılımcılar tarafından daha lezzetli olarak algılanmıştır. Piqueras-Fiszman ve Spence (2012) tarafından yürütülen bir araştırmada, servis ekipmanlarının fiziksel özelliklerinin lezzet algısına etkisi incelenmiştir. Bu araştırmada, tüketicilerin koyu fincanda tüketilen çikolatayı daha lezzetli, tatlı ve aromasını daha yoğun olarak algıladıkları belirtilmiştir. Paaki vd. (2022) tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada, öğle yemeğinde estetik sunumun yemek tercihin ve memnuniyetine etkisi incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, tüketiciler yiyeceklerin renklerinin lezzet, kalite, güvenlik, aşinalık ve tazelik hakkında bilgi verdiğini ve lezzet algısını etkilediğini belirtmiştir. Ayrıca, katılımcılar renkli olarak sunulan yiyeceklerin daha lezzetli ve çekici olduğunu ifade etmişlerdir. Bu bulgular, yiyecek sunumunda estetik faktörlerin önemini vurgulamaktadır ve renklerin lezzet algılaması üzerindeki etkisine işaret etmektedir.

Kültürel ve sosyal değişkenlerin de lezzet algısını etkilediği ortaya konmuştur (Spielmann ve Kim, 2010; Doorn vd., 2017; Liao vd., 2024). Bireyin yetiştiği kültür, sosyal çevresi ve deneyimleri, tercih ettiği yiyecekleri ve lezzet algısını şekillendirmektedir (Prescott, 1998; Wan vd., 2014; Spence ve Doorn, 2017). Belirli bir kültürde yetişmiş olan birey, geleneksel yiyecekleri ve o kültüre özgü lezzetleri daha çok tercih etmektedir (Wan vd., 2014). Bir kültürdeki geleneksel yiyecekler ve içecekler bireyin lezzet algısını şekillendirmektedir. Zhang ve Seo (2015) Çinli ve Kuzey Amerikalı katılımcılar üzerinde gerçekleştirilen bir araştırmada, tabak tasarımının Çin kültüründe daha çok önemsendiği tespit etmiştir. Benzer şekilde Huang vd. (2022b) tarafından gerçekleştirilen bir çalışma, Çinli katılımcıların tabak boyutu ve şekline önem verdiğini bildirmiştir. Hofstede'nin kültürel boyutları üzerinden lezzet algılarını etkileyen faktörleri araştıran bir çalışmada, Fransız ve Kanadalı katılımcıların lezzet algılarının karşılaştırması yapılmıştır. Araştırmanın sonuçları, Fransız kültüründe yeme-içme deneyiminin genellikle sosyal bir etkinlik olarak değerlendirildiğini, bu nedenle çeşitlilik ve deneyim arayışının önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Diğer yandan, Kanadalı kültürde bireysel tercihlerin ve rahatlığın daha önde olduğu ve bunların lezzet algısını şekillendiren unsurlar arasında yer aldığı belirlenmiştir (Spielmann ve Kim, 2010).

Beklentilerin olumsuzlanması teorisinde olduğu gibi, tüketici lezzete ilişkin beklentisinin karşılanıp karşılanmadığını yemeğin tadımı/tüketimi sırasında geliştirdiği lezzet algılaması ile kıyaslar. Lezzet algılaması, beklentilerini aştığında olumlu bir değerlendirme yapar ancak beklentiler ve gerçek duysal deneyim arasındaki uyumsuzluk neticesinde lezzet algılaması olumsuz yönde etkilenmektedir (Piqueras-Fiszman ve Spence, 2015). Böylece lezzet algılamasının ardından lezzetle ilgili değerlendirmede bulunurlar. Deneyim anındaki uyaranlarda lezzet değerlendirmesini etkileyebilir. Söz gelimi, Lefebvre vd. (2022) laboratuvar ortamında gerçekleştirdikleri deneysel araştırmada ortam aydınlatmasının azalmasının (loş ortam) lezzet değerlendirmesini olumlu yönde etkilediğini vurgulamıştır. Yiyeceğin duysal özelliklerinin de lezzet değerlendirmesinde dikkate alındığı görülmektedir. Örneğin, Pfeiffer vd. (2021) ise yiyeceklerin şekli üzerinden katılımcıların lezzet değerlendirmelerini inceledikleri araştırmada, estetik açıdan daha düzgün ve şekilli görünen yiyeceklerin tüketiciler tarafından daha lezzetli ve kaliteli olarak değerlendirildiğini tespit etmiştir. Lezzet değerlendirmesi öznel bir süreçtir ve bireylerin önceki deneyimleri, ürün özellikleri ve kişisel tercihleri gibi faktörlerden etkilendiği görüşünün akademik çalışmalarla desteklendiği görülmektedir (Poor vd., 2013; Spence, 2018; Bedard vd., 2020). Bireyin lezzet deneyimleri, önceki deneyimler, beklentiler ve algılamalar tarafından etkilenmektedir. Ayrıca

lezzete ilişkin değerlendirmeleri bireyin lezzet deneyimindeki paylaşma, hatırlama ve gelecekteki seçimlerinde ölçüt olarak alma gibi davranışlarıyla ilgilidir (Day, 2009). Bireyin yiyeceğin lezzetine ilişkin olumlu ya da olumsuz değerlendirmesi yiyeceğin lezzetine ilişkin bir tutum geliştirmesine yol açar. Lezzete ilişkin tutum hem deneyim öncesinde hem de deneyim sonrasında mevcuttur, dolayısıyla hem deneyimi etkiler hem de deneyimden etkilenir. Bu tutum, gelecekteki lezzet tercihlerini ve satın alma davranışlarını etkileyebilir.

2.3. Lezzet Tutumu

Tutum, bir nesneye, kişiye veya olaya karşı olumlu ya da olumsuz tepki verme eğilimi olarak tanımlanmaktadır. Doğrudan gözlemlenerek ölçülemeyen varsayımsal bir yapı olan tutum, ölçülebilir tepkilerden çıkarım yapılarak anlaşılabilir (Ajzen, 2005). Rosenberg ve Hovland (1960), tutumu üç kategoride değerlendirmiştir: bilişsel kategori (tutum nesnesine karşı bilgi ve inançlar), duygusal kategori (tutum nesnesine ilişkin duygular ve değerlendirmeler) ve davranışsal kategori (tutum nesnesine yönelik davranışsal eğilimler ve eylemler).

Tutum yaş, cinsiyet, sosyo-ekonomik durum, yaşam tarzı gibi faktörlere bağlı olarak değişebilen ve davranışı gerçekleştirmenin ve sonuçlarının (olumlu-olumsuz) değerlendirmesidir. Olsen (2003) bireylerin yaşamları boyunca tutumlarını değiştirebildiğini ve bunun yeme alışkanlıklarına katkı sağladığını ifade etmektedir. Yemek seçiminde lezzetin önemli bir faktör olduğu (Lee ve Cranege, 2008) dikkate alındığında, bireylerin lezzete ilişkin bilgileri, inanışları ve duyguları ile geliştirdiği tutumlarının olduğu söylenebilir ve lezzet tutumunun bireyin yeme davranışında önemli bir rol oynadığı düşünölebilir. Lezzet tutumu, yiyeceğe ilişkin duyulan olumlu veya olumsuz duyguların, düşöncelerin ve değerlendirmelerin birleşiminden oluşmaktadır. Lezzet tutumu yiyeceklerdeki tat, aroma, doku, sunum gibi özelliklerin değerlendirilmesi ile zaman içinde şekillenmekte ve birey bu değerlendirmeler neticesinde yiyeceklerin lezzetine ilişkin olumlu ya da olumsuz bir yaklaşım benimsemektedir (Shepherd, 2013). Dolayısıyla lezzet tutumu duyular aracılığıyla elde edilen deneyimler sonucunda yiyeceğin lezzetine ilişkin duygusal, bilişsel ve davranışsal tepkileri ifade etmektedir (Spence ve Youssef, 2016). şu hâlde lezzet tutumu duygusal, bilişsel ve davranışsal olarak üç bileşenden oluşmaktadır. Duygusal bileşen, bireyin yiyeceğin lezzeti hakkında duygusal tepkilerini ifade eder. Bu tepkiler mutluluk, zevk, hoşnutsuzluk, hayal kırıklığı gibi duyguları içerebilir (Higgs, 2015). Örneğin, bir yiyeceğin lezzeti kişiye memnun ediyorsa, yiyeceğe ilişkin olumlu bir lezzet tutumu gelişebilir. Bilişsel bileşen ise, yiyeceğin lezzetiyle ilgili bilişsel değerlendirmeleri içerir. Bu değerlendirmeler, yiyeceğin sunumu, tadı,

aroması, kalitesi gibi özelliklerini kapsar (Nakamura vd., 2020). Cardello (2012) lezzet tutumunun bilişsel bileşeninin, yiyeceğin kalite, besin değeri, marka imajı gibi niteliklerin değerlendirilmesi sonucunda oluştuğunu vurgulamıştır. Davranışsal bileşen ise, bireyin yiyecek hakkındaki davranışlarını içerir. Olumlu bir lezzet tutumu, memnuniyet, tavsiye etme, tekrar satın alma gibi davranışları etkilerken, olumsuz bir lezzet tutumu ise yiyeceği tekrar tüketmemeye neden olabilir. Örneğin, Vermeir ve Verbeke (2006) tarafından yapılan bir araştırma, olumlu lezzet tutumunun tüketicilerin satın alma eğilimlerini etkileyerek sadakat göstermelerine yol açtığını ifade etmiştir. Lezzet tutumunun bileşenleri (duygusal, bilişsel ve davranışsal), lezzet tutumunun çok yönlü bir kavram olduğunu ve tüketicilerin yiyeceğe ilişkin duygularını ve eğilimlerini etkilediğini göstermektedir.

Lezzete ilişkin tutum aslında bireyin yemek deneyiminde yiyeceklerin lezzetine ne kadar önem verdiğini gösteren bir kavramdır. Yiyeceklerin genel olarak lezzetine ilişkin olumlu/olumsuz inanışları içerir ve yemek tüketim davranışları ile lezzet deneyimini etkilemektedir. Bu bağlamda lezzete ilişkin tutum bireyin hayatında lezzetin/lezzetli yemek tüketmenin ne kadar önemli bir yer tuttuğunun göstergesidir. Sonuç olarak, yiyeceklerin lezzet algılaması önceki deneyimler ve mevcut bilgilerle oluşan beklentilerden etkilenir. Beklentiler, yiyeceğin lezzet değerlendirmesini etkiler ve bireyin yiyeceğe ilişkin beklentisi ile lezzet algısı örtüştüğünde lezzete ilişkin olumlu bir değerlendirme geliştiği söylenebilir (Andersen vd., 2021). Bu değerlendirmeler zaman içinde bireyin lezzet tutumunu şekillendirir ve lezzet tutumu öznel ve kişiden kişiye değişmekle birlikte yemek yeme davranışlarının oluşmasında önemli bir rol oynar (Boepple ve Thomson, 2016). Lezzet tutumu, bir yemek deneyimindeki yemeğin o anki lezzetine ilişkin algılama ve değerlendirmeden ibaret değildir. Lezzet tutumu, anlık olarak deneyimleri etkiler veya bunlardan etkilenirken, aynı zamanda bireyin yaşamının geneline yayılan bir eğilimi de ifade eder (Chen, 2013; Vadiveloo vd., 2013).

Gastronomik açıdan lezzetle ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, beğenme (hoşlanma), tat algısı (acı, tatlı, ekşi, tuzlu, umami) ve lezzetin derecesi (ne kadar lezzetli olduğu) gibi faktörlerin ele alındığı gözlenmektedir (Piqueras-Fiszman vd., 2012; Stewart ve Goss, 2013; Forde vd., 2013; Zellner vd., 2014 ve Spence vd., 2016). Gastronomi bağlamında lezzetle ilgili yapılan çalışmalara Tablo 2.3'te yer verilmiştir.

Tablo 2.3 Gastronomi Bağlamında Yapılan Lezzetle İlgili Çalışmalar

Çalışma Alanı	Değişkenler	Bulgular	Yazarlar
Tutundurma	Lezzet algısı, tekrar satın alma niyeti, görsel estetik	Yiyeceklerin birçok kez görsel olarak sunulması, görsel çekiciliği artırır ve lezzet algılamasını olumlu yönde etkiler. Maruz kalma, bireylerin lezzet algılamasını pozitif yönde etkilemektedir.	Lee ve Lim (2022)
	Lezzet algısı, görsel unsurlar	Yuvarlak şekille sunulan yiyeceklerin tatlılıkla, köşeli şekillerin ise ekşi ve acı tatlarla ilişkilendirildiği gösterilmektedir.	Motoki ve Velesco (2021)
	Yiyecek görüntüleri, lezzet algısı	Dinamik veya hareketli sunulan yiyeceklerin tüketiciler tarafından sağlıklı ve pozitif olarak algılandığı tespit edilmiştir.	Li ve Liu (2021)
	Satın alma niyeti, lezzet algısı yiyecek görüntüleri ve dokusu	Yiyeceklerin kendine has doku (gevreklik, çıtırlık) ve rengi tüketicilerin lezzet algısını olumlu yönde etkileyerek satın alma niyetini kuvvetlendirmektedir.	Gurdian vd. (2021)
Atmosfer	Aydınlatma, lezzet algısı	Aydınlatma koşulları özellikle loş ortam aydınlatmasının tüketicilerin lezzet algılamasını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.	Lefebvre vd. (2022)
	Lezzet algısı, sağlık algısı, yemek yeme niyeti	Mavi ve beyaz tonların baskın olduğu restoranlarda tüketiciler yemeği daha sağlıklı ve lezzetli olarak değerlendirmiştir.	Song ve Yong (2022)
	Sosyal kolaylaştırma, beğeni, yiyecek tüketimi	Sosyal kolaylaştırmanın etkisi yiyeceklere ilişkin lezzet algısını olumlu yönde etkilemiş ve tüketim miktarını artırmıştır.	Nakata ve Kawai (2017)
	Beğeni, servis ekipmanları	Beyaz kaşıkla yemek yeme, siyah kaşığa kıyasla daha çok tercih edilirken, ağır ekipmanlarda sunulan yiyecekler tüketiciler tarafından daha çok beğenilmiştir.	Harrar ve Spence, (2013)
	Algılanan şarap kalitesi ve lezzeti	Yeşil ışık altında şarap sunumu beğeni seviyesini azaltırken, mavi ve beyaz ışık altında şarap sunumu tüketiciler tarafından daha kaliteli ve olumlu olarak algılanmıştır.	Oberfeld vd. (2009)
Tabak tasarımı	Lezzet algısı, tabak rengi	Yiyeceğin sunulduğu tabak rengi, tüketicilerin lezzet algısını etkilemektedir. Örneğin, mavi tabakta sunulan yiyeceklerin tuzlu algılanma eğiliminde olduğu, buna karşılık kırmızı tabakta sunulan yiyeceklerin ise daha tatlı algılandığı belirlenmiştir.	Annette ve Stafford (2023)
	Yiyecek seçimi, lezzet algısı	Yemeklerin estetik olarak daha şık tabaklarda servis edilmesi, lezzet algılamasını olumlu etkilemekte ve yiyeceğin daha lezzetli algılanmasına katkı sağlamaktadır.	Zhang vd. (2022)
	Satın alma isteği, lezzet algılaması	Yiyeceklerin küçük tabaklarda sunulması, tüketicilerin lezzet algısını olumlu yönde etkilemektedir ve satın alma niyetlerini artırmaktadır. Küçük tabaklarda sunulan yemeklerin miktarı göreceli olarak daha fazla görünerek tüketicilerin lezzet algılamasını pozitif etkilemektedir.	Huang vd. (2022)

Çalışma Alanı	Değişkenler	Bulgular	Yazarlar
	Yemek duyguları, beğeni	Beyaz ve altın renkli tabaklarda sunulan yemekler, tüketiciler tarafından daha çok beğenilmektedir. Beyaz ve altın renkler görsel açıdan daha çekici ve zarif algılandığından, bu tabaklarda sunulan yemekler tüketiciler tarafından daha çekici ve lezzetli algılanmıştır.	Chen vd. (2019a)
	Satın alma niyeti, beğeni	Yemeğin tabakta sunumuyla ilgili olarak, merkezde ve yatay olarak konumlandırılması, tüketiciler tarafından daha estetik ve çekici olarak algılanmış ve bu tabaklar tüketiciler tarafından daha çok beğenilmiştir. Bu durum, yemek sunumun algısal etkisini vurgulayarak satın alma niyetini olumlu yönde etkilemektedir.	Rowley ve Spence (2018)
	Yaratıcılık, beğenme	Katılımcılar dengeli bir tabakta sunulan yemekleri ve renklerin uyumunu daha yaratıcı ve lezzetli bulduklarını, bu nedenle de daha çok beğendiklerini ifade etmiştir.	Roque vd. (2018)
	Ödeme isteği, beğenme	Yemeklerin tabağın merkezine çekici bir şekilde konumlandırılması, tüketiciler tarafından daha çok beğenilmektedir. Bu durum tüketicilerin algılarında denge unsurunu çağrıştırarak tüketici memnuniyetini ve ödeme istekliliğini arttıracaklarını göstermektedir.	Micheal vd. (2015)
	Beğeni, Modern sunum teknikleri	Modern bir bakış açısıyla hazırlanan tabaklar geleneksel olanlara göre tüketiciler tarafından daha çok beğenilmiştir. Modern sunum tekniklerinin kullanımı görsel açıdan daha çekici ve çağdaş bir izlenim uyandırarak algısal değeri yükselttiği ifade edilmiştir.	Zellner vd. (2014)
	Lezzet algısı, tabak rengi ve şekli	Yuvarlak ve beyaz tabaklarda sunulan yemekler tüketiciler tarafından daha çok beğenilmiş ve lezzet algısını olumlu yönde etkilemiştir. Yuvarlak tabaklar, genellikle huzur ve yumuşaklıkla özdeşleştirilirken, beyaz rengin saflık, temizlik ve doğallık kavramlarıyla ilişkilendirildiği kabul edilmektedir.	Stewart ve Goss (2013)
	Tabak rengi, lezzet algısı	Akşam yemeğinde beyaz tabakta servis edilen tatlılar tüketiciler tarafından daha çok beğenilmektedir. Beyaz tabak, yemeklerin görsel olarak daha belirgin ve canlı olmasını sağlar, ayrıca tazelik ve kalite algısını vurgulamaktadır.	Piqueras-Fiszman vd. (2013)
	Tabak rengi, şekli, beğeni	Tabağın şeklinin lezzet algısını doğrudan etkilemediği, fakat yemeklerin beyaz tabaklarda sunulmasının görsel açıdan daha canlı ve çekici olduğu için tüketicilerin lezzet algısını olumlu yönde etkilediği gözlemlenmektedir.	Piqueras-Fiszman vd. (2012)
	Sunum şekli (dengeli-karmaşık), tüketme isteği,	Dengeli şekilde hazırlanmış tabaklar yiyeceklerin tabakta şekil, renk ve dokularının homojen bir şekilde dağılmasını sağlamaktadır. Bu uyum, görsel olarak çekiciliği ve estetiği artırarak tüketicinin yemeği daha çok beğenmesine katkı sağlamaktadır.	Zellner vd. (2011)

Çalışma Alanı	Değişkenler	Bulgular	Yazarlar
Menü tasarımı	Yemek yeme arzusu, satın alma niyeti, sipariş kolaylığı	Çevrimiçi restoran menülerinin görsel çekiciliği, tüketicilerin yeme arzularını olumlu yönde etkilemektedir. Görsel olarak çekici ve cazip sunulan menüler, tüketicilerde bir yeme isteği oluşturarak onların yemeklere olan ilgisini artırmaktadır.	Brewer ve Sebby (2021)
	Sağlık bilinci, tutum, lezzet algısı, yiyecek seçimi	Sağlığa ilişkin bilgilerin menüde yer alması, tüketicilerin menüyü daha sağlıklı ve lezzetli algılamalarına katkıda bulunur. Bu bilgiler, sağlık bilincindeki tüketicilerin sağlık odaklı yemekler seçmelerini kolaylaştırırken restorana duyulan güven de olumlu yönde etkilenir.	Folkvord vd. (2020)
	Satın alma niyeti, yiyecek seçimi ve beğeni	Tüketicilerin restoran menülerindeki kırmızı renkte sunulan öğeleri daha lezzetli algıladığını ortaya koymaktadır. Kırmızı renk, tüketicilerin uyarılma düzeyini etkileyerek yiyecek değerlendirmelerini ve satın alma niyetlerini olumlu yönde etkilemektedir.	Cai ve Chi (2020)
	Menü formatı (görsel, video, sözel), yemek yeme isteği	Menülerin video formatında sunulması, tüketiciler arasında daha yüksek bir ilgi uyandırmaktadır. Özellikle bir menü öğesinin videolu şekilde sunulması, insanların zihninde duygusal imgelerin canlandırılmasına ve bu da söz konusu menü öğesine karşı bir yeme isteği oluşmasına neden olmaktadır.	Lee ve Kim (2020)
	Menü seçim kriterleri	Tüketicilerin menü öğesi seçimi yaparken daha çok yiyeceğin lezzetine odaklandığı ve beslenme ve sunum şeklinin de sağlıklı ve dengeli beslenmede önemli olduğu vurgulanmıştır.	Lee ve Cranege (2007)
	Açıklayıcı menü bilgileri, yiyecek seçimi, lezzet algısı	Açıklayıcı menü öğeleri yemeğin içeriği, hazırlanma yöntemi ve sunum şekli hakkında tüketicilere bilgi sağlar. Açıklayıcı menü öğelerinin olması tüketicilerin yemeği daha çekici ve lezzetli algılamasını sağlamaktadır.	Wansink vd. (2005); Lee ve Cranege (2007)

Tablo 2.3'te yer verilen çalışmalarda lezzetin restoranlar bağlamında tutundurma, atmosfer, tabak tasarımı kavramlarıyla ilişkilendirildiği görülmektedir. Aslında bu çalışmalarda daha çok tüketicilerin yiyecekleri nasıl algıladıkları ve değerlendirdikleri üzerinde durulmaktadır. Yani bu çalışmaların odak noktası genellikle lezzetin doğrudan ölçülmesi değil, tüketicilerin yiyeceklere ilişkin beğeni düzeylerine göre yiyecekleri nasıl gördükleri, algıladıkları ve değerlendirdikleri üzerinedir. Yine de tabak tasarımı ve menü tasarımı alanlarında kısmen de olsa lezzete ilişkin beklenti, algılama ve değerlendirmelerin ölçüldüğü söylenebilir.

İlgili çalışmalar, hoşlanma ve beğeniye lezzet algılamasının bir göstergesi olarak ele almaktadır. Atmosferin lezzet algısını etkilediği araştırmalarda, aydınlatmanın düşük olduğu

koşullarda tüketilen yiyeceklerin daha lezzetli olduğu (Lefebvre vd., 2022) vurgulanırken, bireylerin sosyal kolaylaştırmanın da etkisiyle bir başkasının varlığında yiyecekleri daha lezzetli algıladığı belirtilmiştir (Nakata ve Kawai, 2017). Menü tasarımının lezzet algısına etkisinde, menüde yemeklerin isimlendirilmesi ve açıklayıcı bilgiler verilmesinin lezzet algılamasını olumlu yönde etkilediği ifade edilmektedir (Wansink vd., 2005; Lee ve Cranege, 2007). Tabak tasarımıyla ilgili çalışmalarda ise, yemeklerin tabakta konumlandırılması (Michel vd., 2015; Rowley ve Spence, 2018), tabakların şekli ve renkleri (Chen vd., 2019), yemeklerin estetik veya geleneksel olarak hazırlanması (Piqueras-Fiszman vd., 2013; Zellner vd., 2014) gibi faktörlerin lezzet algısını etkilediği görülmektedir. Bu bağlamda, gastronomik açıdan lezzeti, bireyin yemek yemeye karar verdiği anda yiyeceğe ve içinde sunulduğu tabak ile atmosfere ilişkin uyarılara beklentileri ölçüsünde geliştirdiği lezzet algılamalarına göre verdiği bilişsel, duygusal ve davranışsal tepki olarak tanımlamak mümkündür.

Literatür incelendiğinde araştırmacıların lezzet algılamasını birtakım kuramlardan yararlanarak açıkladığı görülmektedir. Bu kuramlardan biri olan sosyal öğrenme kuramı Albert Bandura (1960) tarafından önerilmiştir. Kurama göre, bireylerin herhangi bir durumu öğrenmek için bunu deneyimlemek zorunda olmadıkları, düşünme ve gözlemlene becerisi ile öğrendiklerini davranışlarına yansıtabileceği vurgulanmaktadır (Bayrakçı, 2007). Kuram, bireyin çevresinde gördüğü davranışları modelleyerek bunları kendi davranış biçimlerine yansıtabileceğini belirtmektedir. Beslenme pratiklerinin şekillenmesi sosyalleşme sürecinde gerçekleşmekte ve damak tadı kültürel unsurların etkisiyle şekillenmektedir (Beşirli, 2017). Forestell (2016) tarafından yapılan araştırmada anne sütünün, fetusun koku alma ve lezzet deneyimine etki eden bir köprü işlevi gördüğü vurgulanmaktadır. Bu araştırma, anne sütü ve amniyotik sıvıdaki tatlar ve kokuların bebeklerin lezzet algısını nasıl etkilediğini ve bu etkilerin çocukların beslenme tercihlerini nasıl şekillendirdiğini incelemektedir. Bu dönem, bireyin ileriki dönemlerde hangi tür beslenmeyi tercih edeceğinin temellerinin atıldığı ve birey için uygun besinlerin belirlendiği dönemdir. Hangi besinin bebek için uygun olduğunu belirleyen kültür besinin nasıl alınacağını da belirleyicisi olacaktır. Bu hayat boyunca devam eden bir süreç olmakla birlikte gelenek ve göreneklerle topluma uygun hale getirilmektedir (Beşirli, 2017). Örneğin, damak tadı ekşilerden oluşan veya az şekerlileri tüketen bir toplumda yetişen bireylerin beğenileri bu doğrultuda olacak (Fieldhouse, 1996) ve yaş ilerledikçe brokoli, greyfurt veya kahve gibi acı tatlara olan iştah artarken, tatlı yiyeceklerle olan istek azalacaktır. Yaşamın erken döneminde oluşan yiyecek beğenileri bireyin yetiştiği sınırlar içinde ve kültürün kuralları çerçevesinde gerçekleşir ve bireyin içinde bulunduğu toplumun beslenme şekline göre beslendiği söylenebilir. Bu bağlamda lezzet

değerlendirmesinin sadece genetik özelliklerle değil aynı zamanda sosyal olarak öğrenilmiş davranışlarla da geliştiğini söylemek mümkündür (Ustaahmetoğlu, 2017).

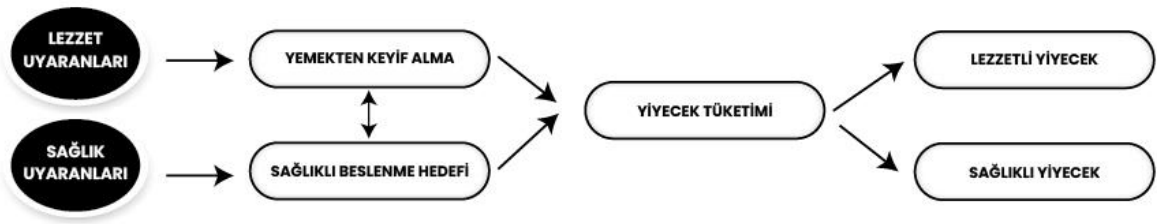
Lezzetin açıklanmasında yararlanılan bir diğer teori çapraz model (cross-modal) algılamadır. Bu teori, lezzet algısının sadece tat alma duyusu ile sınırlı olmadığını, farklı duyuların etkileşimiyle oluştuğunu savunur. Bu teoriye göre, tat, koku, dokunma ve diğer duysal bilgiler bir araya gelerek bütüncül bir lezzet algısı oluşturur (Nasri vd., 2011). Lezzet, sadece ağızımızdaki tat alma reseptörleri ile algıladığımız bir şey değildir. Yediğimiz şeyin kokusu, dokusu, görünümü ve hatta sesinin bile lezzet algımızı etkilediği bilinmektedir. Örneğin, bir çileğin kokusu tat alma duyumu ile birleşerek daha tatlı bir algı oluşturabilir. Aynı şekilde, bir bisküvinin çıtır çıtır sesi ve sert dokusu da lezzet algısına katkıda bulunur (Delwiche, 2004). Çapraz model algılama kuramı, lezzet algısını etkileyen faktörleri anlamak için önemli bir çerçeve sunar. Bu kurama göre, lezzet algısını etkileyen faktörler arasında tat, koku, dokunma, görme ve diğer duyular (yiyeceğin sesi, yiyeceğin sıcaklığı) yer alır (Liang vd., 2020; Spence ve Levitan, 2021; Sugimori ve Kawasaki, 2022).

Renklerin yiyeceklerle uyumunu inceleyen Spence vd. (2010) kırmızı meyve suyunun vişne veya çilek suyuyla eşleştirilmesi renk-yiyecek uyumluluğu olarak belirtilmiştir. Bir araştırmada, çikolatanın farklı acılık seviyelerine sahip olmasının, görsel faktörlerle ilişkisini incelemek amacıyla çapraz modalite ve lezzet algılaması arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu araştırmada, bitter çikolatanın pembe kâğıda sarılmasının onun daha tatlı algılanmasına neden olduğu, ancak siyah kâğıda sarılmasının daha acı algılanmasına neden olduğu gözlemlenmiştir (Sugimori ve Kawasaki, 2022). Biswas vd. (2021) tarafından yürütülen bir araştırmada, görsel ve koku modalitelerinin aynı anda veya arka arkaya sunulmasının tüketicilerin lezzet algısına etkisi incelenmiştir. Bu çalışmada, tüketicilerin görsel bir uyarıyı takiben koku uyarı ile karşılaştığında lezzet algısının arttığı tespit edilmiştir. Ayrıca, iştahın de çoklu duysal lezzet algısında önemli bir rol oynadığı belirtilmektedir (Spence ve Youssef, 2016). Spence (2015) bir yiyecek maddesi ısırıldığı anda duyulan sesin (gevreklik) veya ağızda bıraktığı hissin tazelik veya bayatlık gibi algılamalara neden olduğunu ifade etmektedir. Biggs vd. (2016) tarafından ifade edildiği üzere, tabak tasarımı hem görsel hem de dokusal unsurları içerdiğinden yiyeceklerin lezzetini etkileyebilir. Ayrıca, yiyeceğin dokusu ile lezzeti arasında da çapraz model etkileşimi mevcuttur (Werthmann vd., 2023).

Son yıllarda yapılan araştırmalar, kişilik tipleri ile tat tercihleri arasında bir ilişkinin varlığını ortaya koymuştur (Keller ve Siegrist, 2015; Kılıçlar vd., 2017). Bu araştırmalarda sıkça başvurulmuş bir model, Beş Faktör Kişilik Kuramıdır. Bu kuram, kişilik özelliklerini açıklık, sorumluluk, dışadönüklük, uyumluluk ve duygusal dengesizlik olmak üzere beş temel

boyuta ayırmaktadır (Costa ve McCrae, 1992). Açıklık düzeyi yüksek olan bireyler, genellikle yeni ve farklı tatları denemeye daha isteklidirler (Keller ve Siegrist, 2015). Sorumluluk duygusu güçlü olan kişiler ise sağlıklı ve dengeli beslenmeye daha fazla önem verirler ve bu eğilim lezzet tercihlerine yansır. Dışa dönük bireyler, sosyal ortamlarda çeşitli tatları denemekten keyif alırlar. Uyumluluk duygusu yüksek olan kişiler ise genellikle başkalarının tercihlerine uyum sağlama eğilimindedirler (Kılıçlar vd., 2017). Nevrotik bireylerin lezzet algılamaları ise duygusal dalgalanmalara bağlı olarak değişebilir. Örneğin, Anthony vd. (2009) yaptığı bir çalışmada, İngiltere'de beyaz şarap tercih edenlerin kişilik özelliklerine dair tespitlere yer vermektedir. Bu çalışmada, tatlı şarap sevenlerin sek şarap seven katılımcılara göre daha spontan oldukları belirlenmiştir.

İlgili kuramlar incelendiğinde daha çok lezzet odaklı oldukları sağlık boyutunun yeterince ele alınmadığına dair bir eğilim görülmektedir. Oysa ilgili literatüre bakıldığında insanların yiyeceklerin lezzetine önem verdiği gibi sağlık boyutunu da dikkate aldığı (Lee ve Cranege, 2008; Jun vd., 2013; Folkvord vd., 2020) görülmektedir. Bu bağlamda sağlık ve lezzet ikileminin ele alındığı literatürün de son yıllarda geliştiği görülmektedir (Luomala vd., 2015; Mai ve Hoffman, 2015; Heijden vd., 2020; Banovic vd., 2021). Bu ikilem, lezzetli yiyecekleri seven kişilerin sağlıklı algılanan yiyeceklerden kaçınma eğilimini ifade etmektedir (Tepper vd., 1998; Trendel ve Verde, 2016). Sağlık-lezzet ikilemi, sağlıklı yaşam tarzını benimseyenlerin sağlıklı beslenmeye olan ilgileri ve lezzetli yiyecekler ile karşılaştıklarında yaşadıkları bilişsel çelişkiyi anlatmaktadır. Bu bireyler sağlıklı beslenme, kilo kontrolü, hastalık riskini azaltmayı yani sağlıklı yaşam tarzını hedeflerken, aynı anda lezzetli yiyeceklerle karşı isteklerini de gidermek istemektedir. Ancak sağlık bilincinde olan ve sağlığın öneminin farkında olanlar sağlıklı yiyeceklerin lezzetli olduğunu düşünmekte ve yiyecek seçimleri de bu yönde olmaktadır (Mai ve Hoffman, 2015; Werle vd., 2013). Dolayısıyla hem sağlığı hem de lezzeti dikkate alması açısından daha iyi bir kavramsal çerçeve sağlayacağı düşünüldüğünden hedef çatışma kuramı bu çalışma kapsamında ele alınacaktır.



Şekil 2.2 Hedef Çatışma Modeli

Modelin teorik temelleri Kaplan ve Kaplan'ın (1957) obezite teorisi, set noktası teorisi, sınır yemek modeline dayanmakta ve şekil 2.2'de gösterilmektedir (Schachter, 1971; Hermen ve Mack, 1975). Kaplan ve Kaplan'ın (1957) obezite teorisi, yeme davranışının duygusal faktörlerden etkilendiğini savunur. Bu teoriye göre, obezite sorunu yaşayan bireyler stres, kaygı ve sıkıntı gibi duyguları yatıştırmak için aşırı yeme eğilimindedir. Set noktası teorisi, vücudun belirli bir yağ seviyesini korumaya çalıştığını savunur. Bu seviye, genetik ve çevresel faktörler tarafından belirlenir. Vücut ağırlığındaki herhangi bir değişikliğin, bu seviyeye geri dönmek için bir dizi fizyolojik ve hormonal değişime yol açtığı belirtilmektedir (Schachter, 1971; Aktaran, Stroebe vd., 2022). Sınır yemek modeli, aşırı yemeyi ve kilo alımını tetikleyen faktörleri inceler. Bu modele göre, bireyler belirli bir "sınır" seviyesine ulaşıncaya kadar normal bir şekilde yemek yerler. Bu sınır aşıldığında ise kontrol kaybolur ve aşırı yeme davranışı ortaya çıkmaktadır (Hermen ve Mack, 1975).

Hedef çatışma kuramı ise kısıtlanmış (diyet kontrolünde olan-ölçülü yiyen) bireylerin beslenmelerini kontrol etme konusundaki yaşadıkları bilişsel çelişkiyi anlatmak için kullanılmaktadır. Diğer bir anlatımla kuram, içsel (sağlık) ve dışsal etkenler (lezzet) arasındaki çatışmanın farklı yeme davranışlarına neden olabileceğini ifade etmektedir. Bu modele göre, ölçülü yiyen bireylerin yemek tüketimlerini kontrol etme sorunu kiloyu kontrol etme hedefi (sağlıklı beslenme) ve yiyeceklerden zevk alma (lezzetli yiyecekler tüketme) arasındaki hedef çatışmasından kaynaklanmaktadır (Stroebe, 2013). Kısıtlı (ölçülü) yiyiciler, beslenme konusunda endişe düzeyi yüksek (Scott vd., 2008a), yiyeceklerin sağlıklı yönleriyle daha çok ilgilenen ve yiyecek tüketimlerinde kendilerini diyetleriyle kısıtlayan bireylerdir (Polivy, 1996). Polivy (1996) kısıtlanmış yiyicileri, yiyeceklerin kalori değerine daha fazla odaklanan, dikkatleri kolay dağılabilen ve kronik olarak sürekli tekrar eden diyet sürecinde olan bireyler olarak tanımlamaktadır. Bu bireyler, yeme alışkanlıklarını sınırlandırır, porsiyon kontrolü yapar ve belli yiyeceklerden uzak kalarak sağlıklı beslenme çabası içerisine girer (Polivy vd., 2005). Scott vd. (2008) kısıtlanmış yiyicilerin yiyeceklere karşı, kısıtlaması olmayan bireylere göre

daha çok dürtüsel tepki verdiğini belirtmiştir. Modelde kısıtlanmış (ölçülü) yemek yiyen bireylerin lezzetli yiyeceklere karşı tutumları yüksek derecede kararsızlıkla ifade edilmektedir. Bu kararsızlık onların lezzetli yiyecekleri aynı anda hem çekici bulurken hem de onları sağlığa zararlı olarak algılayarak uzak durmalarını ifade etmektedir. Bu durumun bireylerin zihinlerinde bir tür hedef çatışması yarattığı söylenmektedir (Stroebe vd., 2008a). Diğer bir anlatımla model, bireylerin yiyecek açısından çeşitlilik sunan bir ortamda yaşadığı çelişkiyi anlatmak için kullanılmaktadır (Stroebe vd., 2013).

Şekil 2.2'deki model, yeme hedefleriyle ilgili faktörleri içermektedir. Bu model, lezzet uyaranları ve sağlık uyaranlarının birbirini dışlayan nitelikte kategoriler olduğunu varsaymaktadır. Birey, sağlıklı beslenmek ve kilo kontrolü hedeflerine uygun davranmak istediği anda, eğer lezzet uyaranları bireyi cezbederse hedefinden uzaklaşarak bir çatışma yaşayacaktır. Diğer taraftan lezzet uyaranlarıyla cezbedilmeye açık bir ortamda yemek tüketim anında sağlık uyaranları daha baskın olursa sağlıklı beslenme bilincinde olan birey bu durumda lezzet yerine sağlığa yönelebilir ve lezzetli yemek yerine sağlıklı yemeği seçebilir. Bu bağlamda lezzetli ve sağlıklı yiyecekler birbirini dışlayan kategoriler olarak görülmektedir, çünkü bir yiyeceğin lezzetliyse sağlıklı olması, sağlıklıysa lezzetli olması beklenmemektedir. Hedef çatışma modelinin özünde bireylerin çatışma yaşadığı durumlarda tercih yapmak zorunda oldukları varsayımı bulunur. Bireyin bu tercihinde çeşitli faktörlerin etkili olduğunu söylemek mümkündür. İlgili faktörler, duyuşsal, bilişsel ve sosyal etkileşimlerdir. Bu faktörler, lezzetli yiyeceklerin varlığı, sosyal çevre, duygusal durum ve öz yeterlilik gibi unsurlar olarak görülebilir (Stroebe vd., 2022). Hoefling ve Strack (2008) ölçülü yemek yiyen bireylerin tutumlarını inceledikleri bir araştırmada, bu bireylerin lezzetli yiyeceklerle karşılaştıklarında bilişsel olarak çatışma yaşadıklarını vurgulamışlardır. Aynı şekilde, Roefs vd. (2005) tarafından yapılan bir araştırmada ölçülü yemek yiyenlerin lezzetli yiyecekleri daha fazla beğendikleri belirtilmiştir. Hedef çatışması durumunda birey, yemek yeme dürtüsü ile başa çıkmak için sürekli olarak bilişsel bir çaba içerisinde. Birey, sağlık ve lezzet hedefleri doğrultusunda yemek tüketim kararı verir. Örneğin, Kroese vd. (2009) çekici yani lezzetli yiyeceklere maruz kalmanın kilo kontrol hedefi ve yemek tüketim davranışına etkisini inceledikleri bir araştırmada, sağlığa dikkat eden ve kilo kontrolü yapmak isteyen bireylerin çekici yiyecekler yerine sağlıklı yiyecekleri tercih ettiklerini belirtmiştir. Benzer bir sonuç, Chapman ve Maclean'ın (1993) Toronto'da kadınlar üzerinde gerçekleştirdiği bir araştırmada da görülmüştür. Araştırmada kadınlar, beden sağlıklarını ve görünümelerini korumak için lezzetli yiyecekler yerine sağlıklı yiyecekleri tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Lezzetli yiyeceklerin varlığı bireyin sağlıklı beslenme hedefinden uzaklaşmasına neden olabilir. Yiyeceklerin rengi, kokusu, dokusu, tadı gibi çekici unsurlar yiyeceğin cazibesini arttırabilir ve sağlıklı yiyeceklere olan ilgiyi azaltabilir (Wansink vd., 2006). Sosyal çevre de bireyin hedefleri açısından çatışma yaşamasına neden olmaktadır. Başkalarının varlığında veya sosyal yemek yeme etkinlikleri bireyde baskı yaratabilir ve yeme alışkanlarının değişmesine neden olabilir (Bisogni vd., 2002). Örneğin, bireyler arkadaşlarıyla yemek yediğinde kendi yemek yeme alışkanlıklarını bir anlığına terk ederek sağlıklı seçenekler yerine lezzetli seçeneklere yönelebilir (Herman vd., 2003). Ayrıca bireyin yaşadığı duygusal durum da yemek yeme tercihlerini etkileyen diğer bir faktör olarak görülmektedir (Papies vd., 2009). Birey üzerinde olumsuz etki yaratan duygular (stres, üzüntü, sıkıntı) bireyin duygusal durumunu negatif yönde etkileyerek sağlıksız olarak algılanan lezzetli yiyeceklere yönelmelerine neden olmaktadır (Macht, 2008). Öz yeterliliğin bireyin beslenme davranışında etkili olduğu ifade edilmektedir (Papies vd., 2007; Moore vd., 2022). Bireyin kendine olan inancı ve diyet kontrolleri, sağlıklı beslenme eğilimini güçlendirmektedir. Yüksek öz yeterlilik, bireyleri sağlıklı yiyeceklere yönlendirirken, düşük öz yeterlilik lezzetli yiyeceklere yönlendirmektedir (Verhoeven vd., 2015). Bu nedenlerle, sağlıklı yeme hedefleriyle çatışan lezzet uyaranları, bireyleri kilo kontrol hedeflerinden uzaklaştırabilir ve sağlıksız yemek tercihlerine yol açabilir. Bu model, başlangıçta diyet kısıtlaması yapan (ölçülü yemek yiyen) bireyler için geliştirilmiş olsa da yiyecek çeşitliliği sunan restoran ortamlarında bireylerin lezzet ve sağlık tutumlarında farklılıklar olduğu gözlemlendiğinden (Jun ve Arendt, 2016; Lessa vd., 2017), sadece kısıtlanmış (ölçülü) yemek yiyenler için değil, aynı zamanda sağlık ve lezzete önem veren bireyler için de geçerli olabilir.

Restoranlar bağlamında ele alındığında hedef çatışma modeli bireyin yiyeceğe ve içinde tüketildiği fiziksel ve sosyal çevreye bağlı çeşitli uyaranların varlığında yeme davranışının şekillenmesi olarak değerlendirilebilir. Restoranda da bir birey, kilo kontrol hedefi ve yemekten keyif alma hedefi olmak üzere birbiriyle çelişen iki amaç arasında çelişki yaşamaktadır. Yemekten keyif alma hedefi bireyin lezzetli yiyecekler tükettiğinde yaşayacağı deneyimden tatmin olma eğilimini, sağlıklı beslenme hedefi ise bireyin belirli bir beslenme tarzı ve alışkanlıkları sonucunda sağlığını koruma ve sürdürme eğilimini ifade etmektedir. Restoranlar gibi lezzetli yiyeceklerin çekici ve tamamlayıcı bir atmosferde sunulduğu ortamlarda bireyin, bu iki hedef arasındaki bir çelişkiyi daha güçlü hissetmesi olasıdır. Restoranlarda yemek seçerken, tüketiciler hedonik motivasyonlar tarafından yönlendirilme eğilimindedir. Bu, lezzet ve keyif gibi duygusal deneyimlere öncelik vermeye yol açabilir. Buna karşın, sağlıklı bir yaşam tarzını sürdürme ve dengeli beslenme de birçok kişi için önemlidir. Bu durum, lezzetli

yiyeceklerin yoğun olduğu ortamlarda bir kararsızlık yaratabilir. Dolayısıyla, bireyler, keyif ve sağlık arasında seçim yapmak zorunda kalabilirler. Şu hâlde hedef çatışma ilkeleriyle restoranlar bağlamındaki bu çatışmayı da anlamak ve açıklamak mümkün olmaktadır. Dolayısıyla model başlangıçta ele aldığı şekliyle sadece diyet kısıtlamasında (Stroebe vd., 2008a) olan bireyler için değil restoran gibi yiyecek açısından çeşitlilik sunan ortamlarda bulunan bireylerin davranışları açıklayıcı olabilir. Buna göre tüketicilerin restoranlarda hedef çatışması yaşamasına yol açabilecek faktörler gözden geçirilebilir.

İnsanların dışarıda yemek yeme amaçları farklılık gösterebilir. Bu farklılıklar arasında açlığı giderme, lezzetli veya sağlıklı yemek seçimi, bütçe, sosyal çevre ve atmosfer bulunur (Liu ve Jang, 2009). Her birey motivasyonu ölçüsünde restoran ve dolayısıyla yemek seçiminde bulunur. Böylece tüketicinin dışarıda yemek yeme motivasyonu lezzetli veya sağlıklı yemek seçme konusunda çatışma yaşanmasında etkili olabilir. Daha önce de değinildiği gibi bireyin sağlık bilinci de restoranlardaki yemek deneyimlerinde giderek önemli bir etki yaratmaktadır (Jin vd., 2018). Buna göre, bu bireyler yemek seçimlerini ve beslenmelerini sağlıklı yaşam biçimlerini dikkate alarak şekillendirmektedir (Michaelidou vd., 2012). Sağlık bilinci yüksek olan tüketiciler restoranlardaki seçimlerinde de sağlıklı menü seçeneklerinin sunulduğu restoranları tercih ederek bu bilinçli yaklaşımı devam ettirirler (Lee vd., 2014; Shin vd., 2019). Benzer şekilde sağlık konusunda kendilerini daha yetkin hisseden ve bilgili olan bireyler de hedef çatışmanın etkisini daha az hissedebilir. Bu bireyler, sağlıklı yemek seçimi konusunda bilgi ve becerilerine güvenir (Ares vd., 2008; Linan vd., 2019) ve yemeklerin kalori içerikleri, besin değerleri gibi özelliklerini değerlendirerek sağlıklarına uygun olan menüyü seçerler (Sutterlin ve Siegrist, 2015; Provencher ve Jacob, 2016). Dolayısıyla, kendilerini şımartma veya ödüllendirme arzusuyla lezzetli yiyecek seçimlerine yönelmek yerine sağlıklı menü seçme eğiliminde olabilirler. Bireyin belirlediği hedefe bağlı kalması öz kontrolüne bağlıdır (Presseau vd., 2013). Birey lezzetli veya sağlıklı yiyecek uyarılarına maruz kaldığında yaşadığı bilişsel çelişki ve öz kontrol sonucunda yiyecek seçimini gerçekleştirecektir (Stroebe vd., 2008b; Stroebe vd., 2013; Husted vd., 2016; Zhang vd., 2019). Öz kontrol, bireyin anlık olarak dürtülerini engelleme veya uzun süreli hedefe ulaşmak için düşüncelerini, duygularını ve davranışlarını düzenleme yeteneğini ifade etmektedir (De Ridder vd., 2012; Aktaran Hu ve Mim, 2022). Bireylerin öz kontrolleri yüksek olduğunda ve sağlık odaklı beslenmeye yöneldiklerinde daha sağlıklı ve daha az enerji yoğun yiyecekleri daha lezzetli olarak değerlendirdikleri belirtilmiştir (Georgii vd., 2020). Hu ve Min (2022) tarafından hedef çatışma modeline dayalı olarak gerçekleştirilen bir araştırmada, bireylerin tüketimle ilişkilendirdikleri duygularını (keyif ve pışmanlık) ve sipariş verme niyetini incelenmiştir. Bu çalışmada,

bireylerin öz kontrol seviyelerinin düşük olduğu durumlarda, bilişsel çatışma yaşayarak yemekten keyif alma eğiliminde oldukları ve yiyecek seçim kararını lezzet odaklı olarak yaptıkları sonucuna varılmıştır. Motivasyonel bir faktör olan keyif alma arzusu, bireylerin yiyecek tüketimini kolaylaştırırken, pişmanlık duygusu da kişileri bu tür tüketimden kaçınmaya itmektedir.

Tüketiciler, yeme açısından zengin ve çeşitlilik sunan ortamlarda kendilerini şımartmak istemekte ve bu nedenle ortaya çıkan suçluluğu ve çatışmayı azaltmak için kendilerini motive etmenin yollarını aramaktadır. Hedonik tüketimle ilgili çelişkiyi azaltmanın yolu başka kişilerin de bu hedonik tüketime katıldığını görmek, yani yemek tüketim çevresindeki sosyal faktörlerdir (McFerran, 2009). Böylece bireylerin yiyecekten aldıkları lezzetin de arttığı ifade edilmektedir. Örnek olarak, Poor (2012) tarafından yapılan bir araştırmada, lezzetli yiyecekleri tüketen insanların görüntülerini görmenin, bireyin kendine daha hoşgörülü davranmasına ve yaşadığı içsel çatışmayı azaltmasına yardımcı olduğu öne sürülmüş ve bunun lezzetli yiyeceklerden daha fazla keyif almasına yol açtığı ifade edilmiştir. Tüketicilerin yaşadığı çatışmayı azaltarak lezzetli yiyeceklere yönelmesini kolaylaştıracak diğer bir etken ise benzer tüketim davranışını sergileyen sosyal çevrenin varlığıdır (Liu, 2016). Restoranlarda tüketicinin yemek seçimini etkileyen çevresel faktörlerden diğeri menüdür. Menülerde yer alan görseller, yemeklerin sunum şekilleri ve menünün boyutları gibi özellikler bireylerin yiyecek değerlendirmelerini ve seçimlerini etkileyebilir. Örneğin, menüde yer alan açıklayıcı ifadeler, büyük porsiyonlar, çekici sunumlar bireylerin lezzet algılamasını olumlu yönde etkileyerek daha fazla yiyecek tüketme eğilimini arttırabilir ve sağlıklı yeme hedefiyle çatışma yaşamalarına neden olabilir (Wansink vd., 2006; Lee ve Cranege, 2007). Wilcox vd. (2009) tarafından gerçekleştirilen bir araştırma tüketicilerin sağlıklı ve sağlıksız yiyecekler arasında seçim yaparken kullandıkları karar verme sürecini anlamaktır. Özellikle menüde sağlıklı seçeneklerin varlığının bu süreçteki davranışları nasıl etkilediği ve sağlık hedefleri olan bireylerin seçimleri üzerinde durulmaktadır. Sağlıklı yiyeceklerin menüde yer aldığı durumlarda katılımcıların kendilerini daha fazla motive ve disiplinli hissederek sağlıklı bir seçim yapma eğiliminde oldukları gözlemlenmiştir. Araştırmanın ilginç bir bulgusu ise, katılımcılar arasında paradoksal bir etkinin de gözlenmiş olmasıdır. Bu durum, sağlıklı bir seçeneğin varlığının beklenenin aksine bazı bireylerin daha hoşgörülü (aşırıya kaçan) kararlar almasına neden olabileceğini göstermektedir. Örneğin, menüde sağlıklı bir salata seçeneği varken, bazı katılımcılar tatlı veya kızartma gibi sağlıksız seçeneklere yönelebilir. Restoranlar bağlamında hedef çatışma modelinin sınındığı bir araştırmada, yukarıda özetlenen sağlık hedefleriyle çelişen durumsal (beslenme bilgisi bulunabilirliği, sosyal uyaranlar gibi) ve bireysel faktörlerin (öz kontrol gibi)

bireyin yeme davranışını bilişsel ve duygusal olarak etkileyerek hedef çatışması yaratacağı vurgulanmıştır (Oh, 2020).

2.4. Yemek Seçim Kavramı (Restoranlar Bağlamında)

Yiyecek seçimi yiyeceğin duysal özellikleri, bireysel, çevresel, kültürel ve bağlamsal olmak üzere birçok faktörden etkilenen karmaşık bir süreç olarak ele alınmaktadır (Randall ve Sanjur, 1981; Furst vd., 1996). Yiyecek seçimi sadece bireylerin, ailelerin ve toplumun sağlığını ve refahını etkilemekle kalmaz aynı zamanda yerel, bölgesel, ulusal ve küresel düzeyde tarımı, çevreyi, ticareti, kültürü ve ekonomiyi de etkilemektedir (Roudsari vd., 2017). Bu bağlamda yiyecek seçimi, çeşitli farklı disiplinleri içeren bir kavram olarak ele alınır. Beslenme, gıda bilimi, psikoloji, antropoloji gibi disiplinler kimin neyi, ne zaman ve nerede tükettiği sorularının cevaplarını araştırmayı amaçlar (Martinho vd., 2021). Örneğin, fizyolojik yaklaşım genetik yatkınlığın yiyecek seçimlerini nasıl etkilediğine (Birch, 1992), kültürel yaklaşım farklı kültürlerde neler tüketildiğine, yemeğin nasıl hazırlandığına, gelenek ve ritüellere (Schutz, 1994), bağlamsal yaklaşımlar çevrenin yiyecek seçimlerini nasıl etkilediğine (Meiselman, 2006), ekonomik yaklaşım beslenme maliyetleri gibi yiyecek seçiminin parasal konularına (Drewnowski ve Spectre, 2004), duysal yaklaşım ise yiyeceği sevmenin ve istemenin yiyecek tercihlerini nasıl etkilediği ve şekillendirdiğine odaklanır. Bu yaklaşımların her biri yiyecek seçiminin belirli yönlerini inceler, bu nedenle her biri yiyecek seçiminin kendi yöntemiyle daha iyi anlaşılmasına katkıda bulunur. Sonuç olarak yiyecek seçimi, birçok farklı faktörden etkilenen dinamik bir süreç olarak görülmektedir (Nestle vd., 1998). Yiyecek seçimi insanların neyi, nasıl, ne zaman, nerede ve kiminle yedikleri ve yeme davranışlarının tüm yönlerini ele almaktadır. Bireyin yiyecek seçim nedenlerini anlamak, bireyin seçimlerini değiştirmeye ve böylece beslenme kalıplarını da etkilemeye yardımcı olabilir (Shepherd ve Raats, 2006).

Gıda bilimindeki araştırmacılar da bu açıdan yiyecek seçimine yoğun bir akademik ilgi göstermiştir. Gıda bilimi alanında yapılan araştırmalarda bir bireyin hangi yiyecekleri seçeceğine ve ne kadar tüketeğine karar vermesini sağlayan faktörler incelenmiştir. Prescott vd. (2002) duysal çekicilik, satın alma kolaylığı, sağlık ve doğal içeriğin yiyecek seçiminde önemli faktörler olduğunu vurgulamıştır. Pieniak vd. (2009) ise Avrupa'daki kültürler arasında ağırlık kontrolü, fiyat, etik kaygı, uygunluk, doğal içerik, sağlık, duysal çekicilik ve aşinalığın aynı anlama geldiğini ve yiyecek seçiminde önemli faktörler olduğunu tespit etmiştir. Chen (2007) tarafından gerçekleştirilen araştırmada da bireylerin yiyecek seçiminde sağlık, ruh hali, rahatlık, duysal çekicilik, politik değerler, çevre koruma ve hayvan refahının

önemli olduğu vurgulanmıştır. Sosyo-demografik faktörler, kişisel motivasyonlar, tercihler, alışkanlıklar, sosyal normlar, tüketim bağlamı ve kültürel bağlam da dahil olmaz üzere birçok bireysel ve durumsal faktör nedeniyle yiyecek seçim öncülleri bireylere göre farklı olacaktır (Köster, 2009; Higgs, 2015; Medoro vd., 2022). Quevedo-Silva vd. (2017) yaşlı bireylerin yiyecek seçim öncüllerini belirlemek için yaptıkları araştırmada yiyeceklerin görünümünün ve fiyatının en önemli etkenler olduğunu tespit etmiştir. Dolayısıyla yiyecek seçim öncüllerinin, bireysel ve duysal açıdan farklılaştığını söylemek mümkündür (Rozin, 2007). Bu bağlamda gıda bilimi alanında yiyecek seçimiyle ilgili çalışmalara örnekler Tablo 2.4'te gösterilmektedir.

Tablo 2.4 Yiyecek Seçiminde Bireysel ve Duyusal Öncüller

Yiyecek Türü	Tanım	Bireysel Öncüller	Duyusal Öncüller	Kaynakça
Fonksiyonel Yiyecekler	Fizyolojik olarak vücuda fayda sağlayan ve hastalıkların önlenmesinde ve sağlığı korumada yardımcı olan yiyeceklerdir.	Sağlık endişesi: Kişinin sağlık durumuyla ilgili endişeleri ve ihtiyaçları.	Duyusal özellikler: Yiyeceğin tat, koku, görünüm ve dokusuyla ilgili bireyin zevk ve tercihlerini etkileyen özellikler.	Topolska vd. (2021)
Organik Yiyecekler	Doğal yollarla üretilen, kimyasal ve pestisit kalıntısı bulunmayan yiyecek olarak algılanmaktadır.	Çevre bilinci: Bireyin çevresel etkileri göz önünde bulundurarak doğal yöntemlerle üretilen yiyecekleri tercih etmesi.	Doğallık: Kimyasal ve pestisit kalıntısı içermeyen, doğal yöntemlerle üretilen yiyeceklerin tercih edilmesi.	Honkanen vd. (2006); Bryla (2016).
Sağlıklı Yiyecekler	Protein, sodyum ve lif yönünden zengin ve sağlığa fayda sağlayacak yiyecekler olarak tanımlanmaktadır.	Besin değerleri: Yiyeceğin içerdiği protein, vitamin, mineral ve lif gibi besin öğeleriyle ilgili olarak bireyin sağlığını destekleyen yiyecekleri tercih etmesi.	Sağlığa yararlı olması: Yiyeceğin sağlığa faydalı olması ve hastalıkları önlemede yardımcı olması.	Sun (2008); Gaspar vd. (2020).
Yerel Yiyecekler	Belli bir bölge ve coğrafi sınırlar içinde üretilen ve tüketilen yiyeceklerdir.	Kişisel tercihler: Bireyin kişisel alışkanlıkları, kültürel geçmişi ve deneyimleri doğrultusunda belli bir bölgede üretilen ve tüketilen yiyecekleri tercih etmesi.	Kültürel bağlar: Yiyeceğin bireyin kültürel kimliğiyle ilişkilendirilmesi ve yerel gelenekleri yansıtmaması. Duyusal özellikler: Yiyeceğin tat, koku, görünüm ve dokusuyla ilgili bireyin zevk ve tercihlerini etkileyen özellikler.	Sims (2009); Sthapit vd. (2020).

Bu çalışma kapsamında tüketicilerin restoranlarda yemek tüketim niyeti incelenmektedir. Bu bağlamda "yiyecek seçimi" yerine "yemek seçimi" ifadesi tercih edilmiştir (Özdemir, 2010). Meiselman (2008) tarafından yapılan çalışma, yiyecek ve yemek kavramlarının farklı olduğunu öne sürmektedir. Yiyecekler, genellikle bir öğünün parçaları olarak tüketilirken, yemek ise öğün zamanı, enerji içeriği, sosyal etkileşim, yiyecek kombinasyonları gibi bağlama bağlı olarak tanımlanır. Meiselman'ın çalışması, yemeğin sadece bir beslenme eyleminden çok daha fazlası olduğunu göstermektedir. Yemek, sosyal bir

deneyim, kültürel bir ifade ve duygusal bir tatmin kaynağıdır. Yiyecekler, bu deneyimlerin bir parçasıdır ve restoranlar, yiyecekleri tüketicilerin duyusal algılamalarını tatmin edecek bir şekle dönüştürerek bu deneyimleri zenginleştirebilirler. Başka bir deyişle, "yemek, yiyecekleri tüketicilerin duyusal algılamalarını tatmin edecek bir şekle dönüştürmeyi gerektirir ve ticari düzlemde restoranların temel ürünüdür" (Özdemir, 2018). İlgili literatürde yemek seçiminin iki açıdan kavramsallaştırıldığı söylenebilir. Bunlar; tüketicilerin yemek seçiminde önemseydiği faktörler (lezzet, fiyat, sağlık, hijyen vb.) ve belirli bir yemeği seçme veya tüketme niyeti (yerel yiyecek, sağlıklı yemek tüketme niyeti gibi) şeklinde ele alınmaktadır. Bu çalışma kapsamında yiyecek/yemek seçimine ilişkin tanım, yemek seçiminde önemsenen faktörlere göre bir restoranın menüsünde yer alan yemeklerin hangisinin tüketileceğine karar verilmesi veya belirli bir yemeğe ilişkin tüketme niyetinin geliştirilmesi olarak ele alınmaktadır.

Beklenti-değer teorisi (Ajzen ve Fishbein, 1980), gerekçeli eylem teorisi (Ajzen ve Fishbein, 1980) ve planlı davranış teorisi (Ajzen, 1987) gibi teoriler bireylerin davranış ve seçimlerinin rasyonel düşünceler tarafından kontrol edildiğini ifade eder. Bu teoriler aynı zamanda yiyecek seçimlerini açıklamak için en sık kullanılan teorilerden bazılarıdır (Conner ve Armitage, 2006; Koster, 2009). Bu teorilerdeki temel faktör, bireyin belirli bir davranış gerçekleştirme niyetidir ve genellikle bu niyet davranışın en güçlü yordayıcısı olarak ele alınmıştır. Bireylerin belirli davranışları, bu davranışları gerçekleştirme niyetleri ile yönlendirilir (Ajzen ve Fishbein, 1980). Davranışsal niyet, bireyin belirli bir davranış gerçekleştirmeye hazır olduğunun göstergesidir. Diğer bir anlatımla bir davranışta bulunma niyeti ne kadar güçlüyse o davranışın gerçekleşme olasılığı da o kadar yüksek olacaktır. Niyet motivasyonel bir süreçle başlar, ardından seçim ya da karar aşaması gelir ve son olarak tüketim eylemi gerçekleşir. Bu bağlamda niyet bu kavramlar arasında konumlandığı için motivasyon ve eylemden farklıdır. Motivasyon, niyeti tetikler ve bu niyet sonucunda bir eylem yol açar, yani motivasyon niyete yol açar ve bunun sonucunda da bir eylem gerçekleşir. (Conner vd., 2002). Diğer bir anlatımla, niyet bireyin davranış gerçekleştirmek için ne kadar çok çaba göstermeye istekli olduğunun ve planladığının göstergesi şeklinde tanımlanmaktadır (Ajzen, 1991). Armitage ve Conner (2001) tarafından yapılan bir meta analiz, niyetin davranış mükemmel bir şekilde öngören bir faktör olduğunu tespit etmiştir. Benzer bir çalışmaya göre ise niyetin davranış ortalama olarak %30 oranında açıkladığı belirtilmiştir (Sheeran vd., 2002). Gollwitzer ve Sheeran (2006) uygulama niyeti diye tanımladıkları niyet türünü, belirli bir zamanda veya mekânda belirli davranışsal tepkileri uyaranlara bağlayarak açıklamaktadır. Söz gelimi, bireyin kendisini sağlıklı bir diyet yapmaya

karar verdiğinde ve bu yönde bir niyet geliştirdiğinde yiyecek seçimleri ve davranışları da bu yönde değişecek ve sağlıklı beslenen bir birey çikolata gibi sağlıksız atıştırmalıklar yerine elma gibi daha sağlıklı alternatifleri tercih etme eğiliminde olacaktır (Jung vd., 2020).

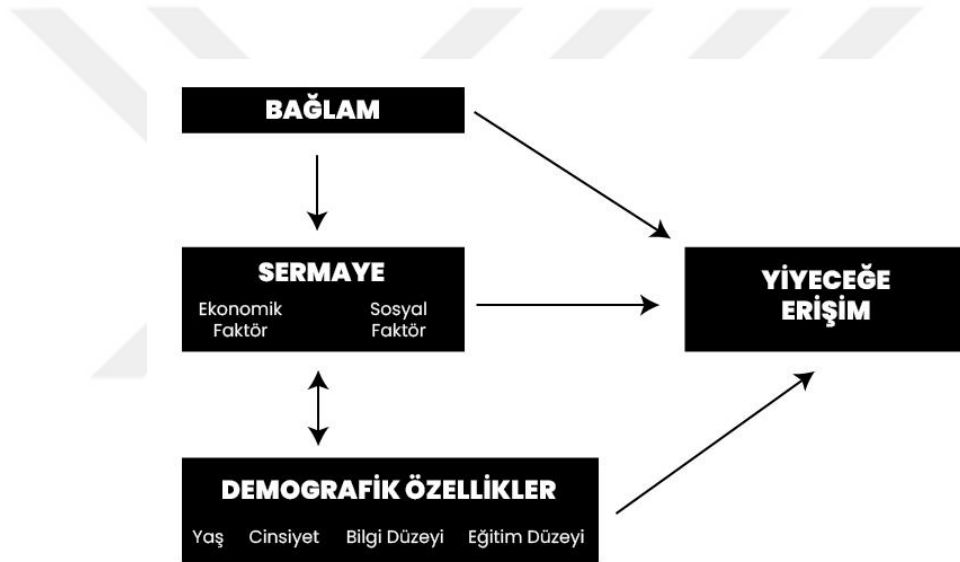
Yiyecek tüketme niyeti üzerine yapılan çalışmalarda yiyecek tüketimine ilişkin genelleştirilmiş bir niyet ölçümü yerine belirli yiyeceklerin tüketimine ilişkin niyetin ele alındığı gözlemlenmektedir. Bunlar arasında organik yiyecek (Quasim vd., 2019), sürdürülebilir yiyecek (Vermeir ve Verbeke, 2016; Salleh vd., 2022), fonksiyonel yiyecek (Nystrand ve Olsen, 2020), etnik yiyecek (Jang vd., 2016), yerel yiyecek (Kumar ve Smith, 2018) ve sağlıklı yiyecek tüketme niyeti (Zhu vd., 2013; Wang vd., 2022) yer almaktadır. Yerel yiyeceklerle ilgili yapılan çalışmalarda turistlerin destinasyon ziyaretlerinde yerel yiyeceklerle karşı tutumlarının incelenerek bu tutumların yerel yiyecek tüketme niyetlerine nasıl etki ettiği araştırılmıştır (Choi ve Kim, 2018). Organik yiyeceklerle ilgili çalışmalarda ise katılımcıların sağlık bilinci, doğal içerik algısı ve çevresel duyarlılıkları gibi faktörlerin organik yiyecek tüketme niyeti üzerindeki etkisi incelenmiştir (Kusumaningsih vd., 2019). Sağlıklı yiyecek tüketim niyetine yönelik yapılan araştırmalarda, sağlıklı beslenmeye yönelik tutumun ve sağlık endişelerinin bireylerin niyetlerini güçlü bir şekilde etkilediği belirtilmektedir. Bu bağlamda, bireylerin sağlıklı yiyecek tüketmeye yönlendirilmesinde sağlıklı beslenmeye karşı pozitif tutumun ve sağlıkla ilgili endişelerin önemli rol oynadığı vurgulanmaktadır (Sun, 2008).

2.4.1. Yemek Seçimine İlişkin Kavramsal Modeller

Bu çalışma kapsamında, yiyecek/yemek seçime ilişkin tanım (yemek seçiminde önemsenen faktörlere göre bir restoranın menüsünde yer alan yemeklerin hangisinin tüketileceğine karar verilmesi veya belirli bir yemeğe ilişkin tüketme niyetinin geliştirilmesi) dikkate alındığında yiyecek seçimiyle ilgili modelleri gözden geçirmek önem kazanmaktadır (Furst vd., 1996; Quandt vd., 1998; Sobal ve Bisogni, 2009; Dean ve Sharkey, 2011). Mevcut modeller, bu faktörlerin yiyecek seçimini nasıl etkilediğini anlamamıza yardımcı olarak bireylerin neden ve nasıl belirli yiyecekleri seçtiklerini daha iyi anlamamızı sağlar. Aynı zamanda, insanların restoran menülerinde seçim yaparken hangi faktörleri göz önünde bulundurduğunu anlamamızı da kolaylaştırır. Bir bireyin yiyecek veya yemek seçimi yapabilmesi için, öncelikle o kişinin yiyeceğe ulaşma yeteneğine sahip olması gerekir. Bu yeteneği belirleyen faktörlerin dikkate alınması önemlidir. Ayrıca, yiyecek tüketim kararlarını etkileyen çeşitli faktörlerin, yaşam tarzı, bağlam ve bireyle ilgili unsurların bir araya geldiği kavramsal bir çerçevenin incelenmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, bu çalışma kapsamında

yiyeceğe erişim ve yiyecek seçimi ile ilgili kavramsal modellere daha kapsamlı bir bakış sunulması uygun görülmektedir.

Bu modeller, yiyeceğe erişim, seçim süreci, satın alınabilirlik ve beslenme gibi faktörleri dikkate alır (Furst vd., 1996; Quandt vd., 1998; Sobal ve Bisogni, 2009). Yiyecek erişimiyle ilgili modeller mevcut yiyeceğin erişilebilirliğindeki farklılıklara odaklanır. Kırsal veya kentsel ortamdaki farklılıklar yiyeceğin mevcudiyetini artırabilir veya sınırlayabilir. Yiyeceğe erişim, sadece yiyeceğin bulunabilirliği değil, aynı zamanda satın alınabilirliği, kültürel uygunluğu da dahil olmak üzere yiyeceğe erişme yeteneği olarak tanımlanmıştır. Şekil 2.3'te sunulan kavramsal model, yiyeceğe erişimi etkileyen üç temel faktöre odaklanır: bağlam, sermaye ve demografik özellikler. Bu model, yiyeceğe erişimi etkileyen çeşitli faktörleri sistematik bir şekilde incelemeye olanak sağlamaktadır.



Şekil 2.3 Yiyeceğe Erişime İlişkin Kavramsal Model

Kaynak: Sharkey vd.'nin (2010) çalışmasından yararlanılarak oluşturulmuştur.

- Sermaye: Bireylerin ekonomik ve sosyal kaynaklarını ifade eder. Bu, gelir, eğitim, iş durumu, sağlık durumu, sosyal destek ağları ve kültürel normları içerir.
- Bağlam: Yiyecek erişilebilirliğindeki farklılıkların açıklanmasında kullanılan mekânsal unsurları ifade eder. Bağlam, yiyecek ortamının özelliklerini, yiyeceklerin fiyat, kalite ve çeşitlilik gibi faktörlerini içerir (Dean ve Sharkey, 2011).
- Demografik özellikler: Bireyin eğitim durumu, yaş, cinsiyet, bilgi düzeyi ve etnik köken gibi bireysel özelliklerini ifade eder.

Yiyecek seçim faktörlerini anlamak için ele alınan diğer model ise (Furst vd., 1996; Sobal ve Bisogni, 2009) dört temel değişkene odaklanır: *Yaşam seyri*, bireyin içinde bulunduğu sosyal, kültürel ve fiziksel ortamları ifade eder. *İdealler*, bireyin yiyecek seçimini

etkileyen kişisel inanç ve değerleri ifade eder. Kişinin sağlık ve beslenme hakkındaki görüşleri, çevresel kaygıları ve estetik tercihleri gibi faktörleri içerir. *Kişisel faktörler*, bireyin yiyecek seçimini etkileyen fizyolojik ve psikolojik özellikleri ifade eder. Kişinin iştahı, tat alma duyusu, doyma hissi ve stres seviyesi gibi etmenleri ele alır. *Kişisel sistem*, bireyin yiyecek seçimini etkileyen geçmiş deneyimleri, tercihleri ve alışkanlıklarını anlatır (Furst vd., 1996; Sobal ve Bisogni, 2009). İlgili faktörler Şekil 2.4’te toplu halde gösterilmiştir.



Şekil 2.4 Yiyecek Seçimine İlişkin Kavramsal Model

Kaynak: Furst vd. (1996) çalışmasından yararlanılarak uyarlanmıştır.

Yiyecek seçimi konusundaki literatür incelemesi, bu sürecin çeşitli adımlar ve faktörlerden oluştuğunu göstermektedir. Yiyecek seçim süreci kapsamında, bireylerin hangi faktörlere önem verdiği ve bu faktörlerin birey ile yiyecek türüne göre nasıl değişebileceği açıkça görülmektedir. Bu nedenle, yiyecek seçiminin bireyler için çeşitli sonuçlar doğurabileceği söylenebilir. İlk olarak, bireylerin tercih ettiği faktörler, yani öncüller, daha sonra bu öncüllere dayalı olarak değer verilen faktörler ve bu faktörlerin sonuçları hem bireyler hem de işletmeler açısından etkiler yaratabilir.

2.4.2. Restoranlarda Yemek Seçiminde Önemsenen Faktörler

Restoranlar bağlamında yapılan araştırmalar daha çok yemek seçiminde önemsenen faktörler ile bunları etkileyen değişkenlere odaklanmaktadır (Soriano, 2003; Thomas ve Mills, 2008; Lee ve Cranage, 2007; Newson vd., 2015). Bu bağlamda restoranlarda tüketicilerin yemek seçerken hangi faktörü ne kadar önemsediklerini etkileyen çok sayıda ve farklı kategoride değişken bulunmaktadır. Bu çerçevede, restoranlar açısından tüketicilerin neden

belirli bir yemeği seçtikleri konusu kişisel, yemeğin kendisiyle ilgili ve çevresel faktörler olmak üzere üç farklı açıdan ele alınmaktadır (Özdemir, 2018). Şekil 2.5'te bu yaklaşımın bir özeti sunulmaktadır.



Şekil 2.5 Restoranda Yemek Seçim Faktörleri

Kaynak: Özdemir'in (2010) çalışmasından uyarlanmıştır.

Kişisel faktörler olarak demografik özellikler, yaşam tarzı, beslenme durumu, alışkanlık, geçmiş deneyim, sağlık durumu restoranlarda yemek seçiminde etkili faktörler olmaktadır. Neofobi gibi kişilik özellikleri tüketicilerin yemek seçimini etkileyen önemli bir faktördür (Mascarella vd., 2020). Polonyalı restoran tüketicileriyle gerçekleştirilen araştırmada yiyecek neofobisinin İtalyan restoranlarında yemek seçimini etkilediği tespit edilmiştir (Guzek vd., 2021). Benzer şekilde Fransız restoranında gerçekleştirilen bir araştırmada tüketicilerin neofobik eğilimlerinin yemek seçimlerinde belirleyici olduğu ifade edilmiştir (Guzek ve Glabska, 2022). Tüketicilerin sağlıklı yaşama verdikleri önem de restoranlarda yemek seçimini etkilemektedir. Filimonau vd. (2018) tarafından gerçekleştirilen araştırmada tüketicilerin sağlık bilinç düzeyi arttıkça restoran menülerinde yiyeceklerin sağlık ve besleyici niteliklerine daha fazla önem verdikleri belirtilmiştir. Geçmişteki davranışın gelecekteki yemek yemenin en güçlü belirleyicisi olduğu ifade edilmektedir (Ajzen, 2002). Geçmişte belli bir davranışın sık sık tekrarlanması, bir alışkanlık oluşmasına yol açmakta ve bireyin bu davranışı gerçekleştirme niyetini güçlendirmektedir (Gardner vd., 2014). Söz gelimi, Peters ve Remaud (2020) tarafından gerçekleştirilen araştırmada tüketicilerin bilinmedik bir yemeği seçmek yerine, alışık oldukları ve daha çok tükettikleri menü öğelerini

seçme olasılıklarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu durumun aksine çeşitlilik arayışı içinde olan tüketiciler bilinmedik ve farklı yiyecekleri tercih edebilir. Kaliteli yemek yiyen restoran tüketicilerin menü öğelerini seçerken gündelik yemek yiyen restoran tüketicilerine göre çeşitlilik arama davranışını sergileme olasılıkları yüksektir.

Duyusal çekicilik, fiyat, yemek çeşitliliği (organik, fonksiyonel, sağlıklı, yerel), porsiyon boyutu, yiyecek kalitesi, sunum şekli gibi yemeğin kendisiyle ilgili faktörler tüketicilerin restoranda yemek seçimini etkilemektedir. Kaliteli restoranlar bağlamında yapılan bir araştırmada yiyecek kalitesinin tüketicilerin memnuniyeti üzerinde önemli etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra yiyeceğin taze olması tüketicilerin yemek seçiminde dikkate alınmaktadır (Rozekhi vd., 2018). Bu bağlamda restoranlarda sunulan yiyeceğin kalitesi tüketicilerin seçimlerini etkilemektedir (Sulek ve Hensley, 2004; Bichler vd., 2020). Yemek kalitesini önemli bir göstergesi olan lezzet de yemek seçiminin önemli belirleyicileri arasındadır (Kivela vd., 1999). Tüketicilerin artan sağlık bilincinin etkisiyle birlikte restoranlarda sunulan yiyecek çeşitliliği de önem kazanmaktadır. Shin ve Matilla (2019) tarafından restoranlarda gerçekleştirilen araştırmada geleneksel ve organik olarak sunulan yemekler arasında sağlık bilinç düzeyi arttıkça tüketicilerin organik yemek seçme eğiliminin arttığı ifade edilmiştir.

Menü özellikleri, atmosfer, sosyal etkileşim, servis personelinin tutumu gibi özellikler de restoranlarda yemek seçimini etkileyen faktörlerdir. Bir restoranın menüsü, müşterilerin algılarını etkilemek için bir iletişim aracıdır (Chen vd., 2021). Menü tasarımıyla ilgili araştırmalar incelendiğinde yemeklerin menü kartındaki konumu, beslenme bilgilerinin yer alması, yazı karakteri gibi özelliklerin yemek seçiminde etkili olduğu vurgulanmıştır (Wansink vd., 2005; Dayan ve Bar-Hillel, 2011; Magnini ve Kim, 2016). Yemek seçiminde restoranın atmosferi de önemli bir faktördür. Atmosfer, tüketicilerin duyguları, tutumları ve davranışları üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir. Ortam kokusu ve aydınlatma tüketicilerin algılarını etkileyerek yemek seçimini etkilemektedir (Spence, 2022). Söz gelimi, Biswas vd. (2016) tarafından gerçekleştirilen araştırmada loş ortam ışığının bireylerin zihinsel uyanıklık düzeyini azalttığı ve bunun da sonucu olarak tüketicilerin sağlıksız yemek seçme eğiliminde olduğu belirtilmiştir. Yemek tüketimi sırasında diğer insanların varlığı da seçim üzerinde bir etkiye sahiptir ve buna sosyal modelleme veya kolaylaştırma denilmektedir (Stroebele ve Castro, 2004). Stroebele ve De Castro (2004) sosyal kolaylaştırma ve sosyal modellemenin yemek seçimine etkisi olduğunu belirtmiştir. Yazarlar, birlikte yemek tüketiminin yemek seçimini kolaylaştıracağını ifade ederken, sosyal modellemede ise yemek tüketimi sırasında birlikte yemek yiyenlerin tercihlerini dikkate alarak yemek seçimi yapılacağını

vurgulamaktadır. Claessens vd. (2023) tarafından gerçekleştirilen araştırmada restoranlarda tüketiciler yemeğin duyuşal çekiciliğine ve başkalarıyla birlikte yemeye daha fazla önem verirken başkalarının etkisiyle restoranlarda kalorisi yüksek ve daha lezzetli yemekler tercih etme eğiliminde olduğu tespit edilmiştir.

Yemek seçiminin ardılları da vardır ve bunlar bir yiyecek seçtikten sonra ortaya çıkan duygular, düşünceler ve yemek davranışlarıdır. Bu ardıllar literatürdeki çalışmalarda memnuniyet, tekrar ziyaret ve tavsiye etme gibi değişkenlerle ilişkilendirilmektedir (Ryu vd., 2012; Kala, 2020; Kang vd., 2015; Chang vd., 2021 ve Claessens vd., 2023). Şu hâlde yemek seçiminin ardılları, tüketicilerin bir yiyeceği tercih etmelerinden sonra yaşadıkları deneyimlerin incelenmesiyle ilgilidir. Örneğin, bir tüketici belirli bir restoranda yediği yemekten memnun kaldığında, bu durumun ardından restorana tekrar gitme olasılığı artabilir veya yakın çevresine bu restorana önerme eğiliminde olabilir (Weiss vd., 2004; Namkung ve Jang, 2007). Dahası bunlar, tüketicilerin restoranlarda yaşadıkları yemek deneyimlerinin ötesine geçerek, destinasyonlardaki yiyecek tüketiminde de önemli görülmektedir. Destinasyonlarda yiyecek tüketimi bireyin deneyim ve memnuniyetini etkileyen önemli unsurlardan biri olarak görülmektedir (Björk ve Kauppinen-Raisanen, 2016).

2.4.3. Yemek Seçimini Açıklamada Kullanılan Teoriler ve Kavramsal Çerçeveseler

Restoranlarda yemek seçimi çalışmalarda çeşitli teorilerden yararlanıldığı gözlemlenmektedir. İlgili teoriler Tablo 2.5'te yer almaktadır.

Tablo 2.5 Yemek Seçimini Açıklamada Yararlanılan Kuramsal Çerçeveler

Teori	Açıklaması	Yemek Seçimine Katkısı	Kullanılan Çalışmalar ve Bulgular
Değer İnanç Teorisi	Üç faktörden oluşur: değerler, tutumlar ve davranışlar. Değerler, insanların eylemlerine rehberlik eden arzu edilen ve temel standartlardır. Tutumlar, bir kişinin belirli bir davranışa ilişkin olumlu veya olumsuz değerlendirmesidir. Davranışsal niyet, bir kişinin belirli bir davranışı gerçekleştirme olasılığıdır.	Değerler-tutumlar-davranışsal niyet aracılığıyla yemek seçimine bir çerçeve çizmektedir. Değerler: Temel motivasyonları ve öncelikleri belirler. Tutumlar: Belirli yiyecekler ve yeme davranışları hakkındaki inançları ve duyguları şekillendirir. Davranışsal Niyet: Belirli yiyecekleri seçme ve tüketme olasılığını belirler.	Değer: Algılanan sağlık değeri Tutum: Düşük yağlı/kalorili menü öğelerinin sağlamlığına ve tadına yönelik tutumlar Davranışsal Niyet: Düşük yağlı/kalorili menü öğelerini seçme niyeti (Jun vd., 2014) Değer: Bireysel sağlık değeri Tutum: Sağlıklı yiyeceklere olan ilgi Davranışsal Niyet: Hedonik beklenti ve olumlu sonuç beklentileri (Kang vd., 2015) Değer: Güçlü geleneksel değerler Tutum: Geleneksel bir restoranda yemek yemenin geleneksel yemek kültürünü korumaya katkısı Davranışsal Niyet: Kişisel normlar ve sosyal normlar (Yoon vd., 2020).
Yemek deneyimi	Yemek, duysal özellikleri, kültür ile bağlantısı ve sosyal etkileşimi nedeniyle bir deneyim olarak kabul edilir. Yemek deneyimi, beklentiler, bileşenler ve eylem gibi nitelikler üzerinden değerlendirilir. Yemek seçimi, yemek deneyiminin ayrılmaz bir parçasıdır	Yemek deneyimi, duysal özellikler, kültürel arka plan, sosyal etkileşimler ve kişisel tercihlerin birleşimiyle şekillenir ve bu da yemek seçimine katkıda bulunmaktadır.	Beklentiler: Müşterinin restorandan ve yemekten ne beklediği (Lezzetli yemek, iyi hizmet, hoş bir atmosfer) (Auty, 1992). Bileşenler: Yemek deneyimini oluşturan unsurlar (Yemek, servis, atmosfer, fiyat) (Gustafsson vd., 2006). Nitelikler: Yemek deneyiminin nasıl algılandığı (Keyifli, tatmin edici, unutulmaz) (Blichfeld vd., 2010). Eylem: Yemek deneyiminin sonucunda müşterinin ne yaptığı (Tekrar gelmek, başkalarına tavsiye etmek) (Jang ve Namkung, 2009).

Tablo 2.5 yemek seçimini etkileyen iki kuramsal çerçeveyi ve bunların bileşenlerini özetlemektedir. İlk olarak Değer İnanç Teorisi değerlerin, tutumların ve davranışsal niyetin yemek seçimini belirlemede nasıl etkili olduğunu açıklar. Değer birçok şekilde tanımlanmıştır, ancak temel olarak değer insanların eylemlerine rehberlik eden, arzu edilen ve temel bir standart olduğudur. Teorinin, diğer bir bileşeni olan tutum, bir kişinin söz konusu davranışa ilişkin olumlu ya da olumsuz değerlendirmesidir (Ajzen, 1991). Ajzen (1991) planlı davranış teorisi aracılığıyla, tutumların davranışsal niyeti tahmin etmede önemli olduğunu göstermiştir. Tutumlar, her ikisinin de soyut sosyal bilişler olması açısından değerlere benzese de değerler tutumlardan daha temeldir ve aşağıdaki hiyerarşik sıralamayı izler: değerler → tutumlar → davranışlar. Kang vd. (2015) tarafından gerçekleştirilen araştırmada sağlık değerinin sağlıklı yiyeceklere olan ilgiyi, olumlu sonuç beklentilerini, hedonik beklentileri ve davranış niyetlerini nasıl etkilediği incelenmiştir. İkinci olarak, yemek deneyimi modelinde yemek duyuşal özellikleri, kültürel bağlantıları ve sosyal etkileşimleri nedeniyle bir deneyim olarak kabul edilir. Bu deneyim, müşterinin beklentileri, deneyimin bileşenleri, nitelikleri ve sonuçları üzerinden değerlendirilir. Yemeğin tadı, görünümü, tazeliği, sıcaklığı ve diğer kalite özellikleri iyi bir yemek deneyimi için çok önemli faktörlerdir (Garg ve Amelia, 2016). Plaza vd. (2022) Fransızlar özelinde gerçekleştirdikleri araştırmada keyifli bir ortam, doğal ve lezzetli yiyecekler, kaliteli servisin olumlu bir yemek deneyimi yarattığını ifade etmiştir. Yemek deneyimi bireyin beklentileriyle başlamakta, bu beklentiler bileşenlerle etkileşime girerek yemek deneyiminin niteliklerini oluşturmaktadır. Deneyimin somut çıktısı eylemlerde görülmektedir. Tüketici, yemek deneyiminden duyduğu memnuniyet ölçüsünde davranış sergileyecektir. Yemek seçimi, yemek deneyiminin içerisinde önemli bir rol oynamakla kalmayıp, aynı zamanda onun vazgeçilmez bir unsuru olarak kabul edilir.

2.5. Yiyecek İlgilenimi

İlgi, bireyin durumları ve nesneleri değerlendirmede belirlediği kişisel önceliklerini içeren öznel bir özellik olarak kabul edilir. Bu özellik, bireyin geçmiş deneyimleri ve yetenekleri ile şekillenir (Ulus, 2016). İlgilenim ise içsel bir değişken olarak tanımlanır ve belirli bir uyarana veya duruma yanıt olarak ortaya çıkan ilgi, uyarılma veya motivasyon durumunu ifade eder (Mitchell, 1979). Literatür incelendiğinde ilgilenimim daha çok tüketim bağlamında ele alındığı ve durumsal, tepkisel ve kalıcı ilgilenim olmak üzere üç temel başlık altında incelendiği görülmektedir (Laurent ve Kapferer, 1985; Kim vd., 1997). Sürekli ilgilenim, bireyin belirli bir duruma bağlı olmaksızın bir ürüne olan ilgisini ifade eder. Durumsal ilgilenim, tüketici tarafından yüksek fayda sağladığı ürünlerle sınırlı bir zaman

diliminde meydana gelen geçici satın alma durumunu yansıtır. Tepkisel ilgilenim ise herhangi bir reklamın bireyde uyandırdığı uyarılma veya motivasyon durumunu ifade eder (Richins vd., 1992; Dholakia, 2000). Zaichkowsky (1985) tarafından yürütülen çalışmada ilgilenim kavramı ürünlere yönelik tüketici davranışını anlamak ve ölçmek için önemli bir araç olarak ele alınmış ve ölçüm aracı olan “Kişisel İlgilenim Envanteri” geliştirilmiştir.

Tüketici davranışı literatüründe ilgilenim kavramı marka sadakati, bilgi arama süreci, satın alma kararı ve ürün reklamları gibi alanlarda geniş bir şekilde ele alınmıştır (Laurent ve Kapferer, 1985; Zaichkowsky, 1985). Mevcut literatür, ilgilenim kavramını farklı boyutlarda inceleyen çalışmalar içermektedir. Örneğin, tek boyutlu çalışmalardan biri olan Mittal (1995), yiyecek ilgilenimi ile ilgili olarak önem/ilgi boyutunu ele almıştır. Varki ve Wong (2003) ise tüketici ilgilenimi şeklinde bir boyutlandırma yapmıştır. Gürsoy ve Gavcar (2003) ise ilgilenimi zevk/ilgi, risk olasılığı ve risk önemi olmak üzere üç boyutta incelemiştir. Dimanche vd. (1991) tarafından yapılan çalışmada ise yiyecek ilgilenimi bilişsel, duygusal, davranışsal ve kimlik olmak üzere dört boyutta sınıflandırılmıştır.

İlgilenim düzeyi yüksek ve düşük olmak üzere iki uçlu bir düzlemde ele alınmaktadır (Josiam vd., 2012; Aktaran, Caber vd., 2018). Bu ölçüm, bireylerin ürünle ilgili uyaranlara karşı nasıl tepki verdiklerini ve bilgi arayışının kapsamını belirlemekte önemli bir rol oynamaktadır. Yüksek ilgilenim, tüketicilerin alternatif seçenekler hakkında bilgi arayışına girdiği, bu bilgileri bilişsel süreçlerle değerlendirdiği yoğun bir ilgi seviyesini ifade eder (Kim vd., 1997). Diğer yandan, düşük ilgilenim durumu, bireylerin seçim yaparken çaba harcamadan ve önemsiz detaylara dikkat etmeksizin karar verdikleri durumu tanımlar (Zaichkowsky, 1985). İlgilenim düzeyi yüksek olan tüketiciler, aktif bir şekilde bilgi arayışı içinde olma ve bu bilgileri aktif bir şekilde kullanma eğilimindedirler. Buna karşılık, ilgilenim düzeyi düşük olan tüketiciler daha pasif bir şekilde bilgi işlemeye yönelirler ve bilgiye düşük bir dikkatle yaklaşırlar. Bu açıdan, ilgilenim kavramı tüketicilerin karar verme süreçlerini etkileyen önemli bir faktör olarak görülmektedir. Bu etki tüketicilerin yiyecek tüketim davranışlarında da gözlemlenmektedir (Hu vd., 2013).

Yiyecek ilgilenimi, bireyin yaşamında yiyeceğin önemini ve önceliğini yansıtan bir kavramdır (Bell ve Marchall, 2003). Diğer bir ifadeyle yiyecek ilgilenimi, bireylerin yiyeceklerin hazırlanması, pişirilmesi, tüketilmesi ve yiyecek atıklarının bertaraf edilmesi gibi süreçlere katılımını içerir (Medora vd., 2022). Başka bir tanımlamaya göre ise yiyecek ilgileniminin tüketicilerin yiyecekler hakkında ne kadar düşündüklerini onları ne kadar önemsediklerini ve yiyeceklerle olan etkileşim düzeylerini yansıttığı ifade edilmektedir (Castellini vd., 2023). Robinson ve Getz (2016) yiyecek ilgileniminin, bireyin günlük

yaşamında yiyeceğin ne kadar sık düşündüğünü, hangi yiyecekleri tercih ettiğini ve yemek hazırlama şekillerini yansıttığını belirtmiştir. Bu bağlamda yiyecek ilgilenimi, yiyeceklerin satın alınması, hazırlanması ve seçiminde etkili bir faktör olarak öne çıkar ve bireyin yaşamı boyunca yiyeceğe olan ihtiyacı, ilgisi ve önemi ile yakından ilişkilidir (Sparks, 2007). Bu özellik, bireylerin yiyeceğe yönelik tutumlarının ve davranışlarının nedenlerini anlama ve açıklamada yardımcı olur (Akyüz, 2019). Yiyecek ilgileniminin ana bileşenlerinden biri, yiyecek niteliklerine duyarlılıktır. Bireyler, yiyeceklerin sağlık açısından faydalı özellikleri, besin değeri, organik veya doğal olma durumu gibi özelliklere karşı duyarlılık geliştirebilirler (Kuster-Boluda ve Vila-Lopez, 2022). Örneğin, düşük kalorili yiyecekleri tercih etme eğilimi gösteren bir bireyin sağlık odaklı bir ilgiye sahip olduğu ifade edilebilir. Bu tür duyarlılık, tüketicilerin yiyecek seçimlerini yaparken sağlık, beslenme ve kişisel ihtiyaçları göz önünde bulundurmalarını teşvik eder. Bu çerçevede, yiyecek ilgilenimi kavramı, bireylerin yiyeceklerle ilgili algılarını ve tercihlerini yönlendiren karmaşık bir faktör olarak öne çıkar. Bireylerin yiyeceklerle olan ilişkileri, bu ilgilenimin yarattığı duyarlılık ve farkındalıkla şekillenir ve bu da tüketim davranışlarını büyük ölçüde etkiler.

2.5.1. Yiyecek İlgilenimin Öncülleri ve Boyutları

Literatür incelendiğinde yiyecek ilgileniminin öncülleri olarak cinsiyet, yaş, gelir düzeyi, ilgilenim düzeyi ve beslenme alışkanlıkları şeklinde sıralanmaktadır (Barker vd., 2008; Davison vd., 2015). Yiyecek ilgilenimini etkileyen etmen cinsiyet olarak karşımıza çıkmaktadır. Literatürde gerçekleştirilen birçok çalışma, kadınların genellikle erkeklere kıyasla daha yüksek yiyecek ilgilenim düzeylerine sahip olduğunu göstermektedir (Bell ve Marchall, 2003; Barker vd., 2008; Alencar vd., 2016). Diğer yandan, yaş faktörünün de yiyecek ilgilenim düzeyini etkilediği gözlemlenmiştir. Örneğin, Davison vd. (2015) gençler üzerinde gerçekleştirdikleri bir araştırmada, yiyecek ilgilenim düzeyi düşük olan gençlerin (16 yaşından önce okulu bırakmış olanlar) daha az yiyeceklerle ilgilendiklerini ve daha sık abur cubur tükettiklerini belirlemişlerdir. Eğitim düzeyi de yiyecek ilgilenim düzeyini etkileyen bir faktördür. Barker vd. (2008) İngiltere'de kadın katılımcılarla yaptıkları araştırmada, düşük eğitim seviyesine sahip kadınların yiyecek ilgilenim düzeylerinin daha düşük olduğunu ve daha az meyve ve sebze tükettiklerini tespit etmişlerdir. Aynı şekilde, yüksek eğitilmiş tüketicilerin yiyecek ilgilenim düzeylerinin yüksek olduğu görülmüştür. Bu tüketiciler, yemek yemekten keyif almakla kalmayıp aynı zamanda yemek pişirmeye ve yiyeceklerle ilgili faaliyetlere daha fazla öncelik verme eğilimindedirler (Barker vd., 2008; Jarman vd., 2012; Sarmugam ve Worsley, 2015). Aile faktörünün de yiyecek ilgilenim düzeyini etkilediği

görülmektedir. Metcalfe vd. (2018) üç ve dört yaşındaki çocukların yiyecek ilgileniminde ailenin rolünü incelemek amacıyla bir araştırma yürütmüşlerdir. Araştırmalarına göre, üç yaşındaki çocuklar, yiyecek hazırlığı, alışveriş ve yemek planlamasına daha fazla ilgi gösterirken, dört yaşındakilerin bu ilgisi fast food tüketiminin azalmasına ve meyve-sebze tüketiminin artmasına yol açmıştır. Bu çalışma, ailenin yiyecek ilgilenim düzeyi ile çocukların sağlıklı beslenmesi arasında olumlu bir ilişki olduğunu vurgulamaktadır. Bilgi düzeyinin de yiyecek ilgilenimini etkilediği belirtilmektedir. Örneğin, yiyecek ilgilenimi yüksek olan bireyler, yiyecek içerikleri ve malzemeleri hakkında daha derin bir bilgiye sahip olma eğilimindedirler (Bell ve Marshall, 2003; Robinson ve Getz, 2016). Xie vd. (2013) yüksek düzeyde yiyecek ilgilenimine sahip bireylerin pişirme teknikleri ve tarif geliştirme konusunda daha yüksek bir bilgi düzeyine sahip olduğunu vurgulamıştır. Bu durum, bilgi seviyesinin yiyecek ilgilenimi üzerindeki etkisini vurgulamaktadır.

Yiyecek ilgilenimin kavramsal yapısında duygusal, bilişsel ve davranışsal ilgilenim olmak üç ana bileşen bulunmaktadır. Duygusal bileşen, yiyeceklerin insanlarda uyandırdığı duygusal tepkileri ele alır. Yiyeceklerin tüketicilere sağladığı haz, mutluluk ya da zevk gibi duygular bu kapsamda değerlendirilir. Bilişsel ilgilenim, yiyeceklerle ilgili bilgi edinme sürecini içerir. Yiyeceklerin sağlık etkileri, besin değerleri veya hazırlanma yöntemleri gibi konuları kapsar. Tüketicilerin yiyecekler hakkında düşündükleri ve bilgi sahibi oldukları konular bu bağlamda değerlendirilir. Davranışsal ilgilenim, tüketicilerin yiyeceklerle olan etkileşimlerini gerçek eylemler ve davranışlar üzerinden ele almaktadır. Bu değerlendirmeler, tüketicilerin yiyecek tercihlerini, alışveriş alışkanlıklarını, yemek pişirme yeteneklerini ve yemek yapma deneyimlerini ifade etmektedir (Lee vd., 2020; Castellini vd., 2023). Bu yapının doğrulandığı ampirik çalışmalar da vardır. Söz gelimi, Lee vd. (2019) yiyecek ilgilenimini anlamaya yönelik yaptıkları araştırmada, bu kavramı üç ayrı boyutta ele almışlardır. Duygusal yön, tüketicilerin yiyeceğe olan ilgi düzeyi, verdikleri önem ve yiyeceklerle ilgili duydukları endişeleri içermektedir. Bilişsel yapı ise tüketicilerin yiyeceklerle ilgili bilgilere doğrudan temas yoluyla edindikleri bilgiyi ifade etmektedir. Davranışsal yapı ise yiyeceğe yönelik duygusal ve bilişsel durumların tüketici davranışlarını etkilediğini ve tüketici niyeti ile istekliliği arasındaki ilişkiyi ele almaktadır (Lee vd., 2019).

Yiyecek ilgilenimi ampirik olarak inceleyen diğer çalışmalarda farklı boyutların saptandığı da görülmektedir. Söz gelimi, Robinson ve Getz (2013) yiyecek ilgileniminin boyutlarını incelemek amacıyla yaptıkları araştırmada dört temel boyut belirlemişlerdir. Bu boyutlar; yiyeceklerle ilgili kimlik, yiyecek kalitesi, sosyal bağ ve yiyecek bilincidir. Yiyeceklerle ilgili kimlik, bireyin kendi benliğini yiyecek aracılığıyla ifade etme şeklini ifade eder. Sosyal

bağ boyutu, yiyecek etrafında sosyal ilişkilerin kurulması ve başkalarıyla birlikte paylaşma anlamına gelir. Yemekle kurulan ilişki ise bireyin bir sosyal grubun bir parçası olma ve diğerlerinin onu kabul etmesini sağlama işlevini görür. Yiyecek kalitesi boyutu doğal, taze ve yerel yiyecekleri tercih etmeyi içerirken, bilinç boyutu ise yiyeceğin satın alınmasından üretimine kadar olan süreçte bilgi sahibi olarak seçici davranma anlamına gelir (Gözgeç Mutlu, 2022). Derinalp Çanakçı ve Birdir (2019) ise yabancı turistlerin yiyecek ilgileniminin boyutlarını belirlemek üzere gerçekleştirdikleri bir araştırmada iki farklı boyutun olduğunu tespit etmişlerdir. Bunlar kimlik ve çekiciliktir. Kimlik boyutu, bireylerin yemek aracılığıyla kendi kimliklerini ifade etme sürecini ifade eder. Diğer yandan, çekicilik boyutu farklı yiyecekleri deneyimlemenin ve farklı kültürleri kabul etmenin bir yolu olarak görülür. Castellini vd. (2023) psikolojik yiyecek katılımını ölçmek amacıyla bir ölçek geliştirmiş ve bu ölçekle dört farklı boyut elde etmiştir:

- Duygusal Denge: Bu boyut, yiyeceğin bireyin duygusal durumunu ve fiziksel olarak iyi olma halini nasıl etkilediğini temsil eder. Yani yiyeceğin tüketimi sonucunda oluşan duygusal dengeyi ifade eder.
- Kendini Gerçekleştirme: Bu boyut, bireylerin yiyecek seçimleri yoluyla kendilerini veya kişiliklerini ifade etme şeklini açıklar. Yiyecek tercihleri, bireyin kimliğini yansıtmaya veya kendini gerçekleştirme amacını taşıyabilir.
- Sosyal Onaylanma: Bu boyut, bireylerin yiyecek seçimlerinin diğer insanlar tarafından kabul görmenin önemli bir yol olarak algılanmasıyla ilgilidir. Yani bireyler, yiyecek tercihleriyle toplumsal onay kazanma arasında bir ilişki kurabilirler.
- Sosyal Bağ Kurma: Bu boyut, yiyeceğin yakın çevremizdeki insanlarla, örneğin arkadaşlar ve aile üyeleriyle ilişki kurma ve bu ilişkileri güçlendirme aracı olarak kullanılma şeklini tanımlar.

2.5.2. Turizm ve Restoran Bağlamında Yiyecek İlgilenimi

Yiyecek ilgilenimi turizm bağlamında da çeşitli etkileri açısından ele alınmıştır. Turizm literatüründe de yiyecek ilgileniminin turistlerin destinasyon seçimlerini, seyahat deneyimlerini ve yemek tercihlerini etkilediği belirtilmektedir (Akyüz, 2019). Öncelikle, turistlerin seyahat öncesi destinasyon seçimi aşamasında yiyecek ilgileniminin önemli bir faktör olduğu belirtilmiştir. Turizm bağlamında ise yiyecek ilgilenimi, turistlerin etkileyen önemli bir faktördür. Yiyeceğe ilgilenim düzeyi yüksek olan turistler, seyahat destinasyonlarını seçerken yiyecek seçeneklerini ve yerel mutfakı göz önünde bulundurmaktadır. Chen ve Huang (2019) tarafından yapılan çalışmada, turistlerin seyahat

planlarını yaparken destinasyonun yiyecek kültürü ve sunumu gibi faktörleri dikkate aldıkları ortaya konmuştur. Seyahat esnasında da yiyecek ilgileniminin etkili olduğu görülmüştür. Caber vd. (2018) turistlerin seyahat sırasında yemek seçimlerinde yiyecek ilgileniminin belirleyici olduğunu vurgulamışlardır.

Yiyecek ilgilenimi yüksek olan turistlerin, gastronomi turizmine katılmaya daha yatkın oldukları belirtilmektedir (Chang vd., 2018). Çünkü turistler arasında yüksek düzeyde yiyecek ilgilenimi olanlar yiyecek ve içecek hazırlama, deneyimleme, araştırma, keşfetme ve anlama konularına daha fazla ilgi gösterme eğilimindedir (Kivela ve Crotts, 2006). Böylece yiyecek ilgilenimi, turistlerin yemekle ilgili faaliyetlere olan ilgisini de yansıtan önemli bir gösterge olarak kabul edilmektedir (Andersson ve Mossberg, 2017). Söz gelimi, Hall vd. (2003) tarafından yiyecek ilgilenim düzeyine göre üç turizm türü tanımlanmıştır. Gurme turizm, yiyeceklerle en çok ilgilenen turistlerin tercih ettiği bir türdür. Yemek ve yemeye orta düzeyde ilgi duyan turistler, yemek turizmini tercih ederken, yiyeceklerle daha düşük düzeyde ilgilenen turistler, yerel turizmi tercih etmektedir. Akyüz (2019) yüksek yiyecek ilgilenim düzeyine sahip bireylerin yerel mutfağı denemek için daha fazla motive olduklarını ve gastronomi turizmine katılma olasılıklarının daha yüksek olduğunu bulmuştur. Levitt vd. (2017) tarafından yapılan bir araştırmada ise yiyecek ilgilenimi ve motivasyonlarına göre turistler üç gruba ayrılmıştır. İlk grupta yer alan katılımcılar, yiyeceğe büyük bir ilgi duyan ve seyahat sırasında yemekle ilgili etkinliklere katılmaya yüksek motivasyona sahip olan turistlerdir. Bu gruptakilerin büyük çoğunluğunu, eğitim düzeyi yüksek kadın katılımcılar oluşturur. İkinci grup, ortalama düzeyde motivasyona sahip katılımcılardan oluşur; bu grup seyahatleri sırasında yerel mutfağı deneyimleme konusunda orta düzeyde bir tutuma ve niyete sahiptir. Son grup ise yiyeceklerle ilgilenimi en düşük olan katılımcılardan oluşmaktadır. Benzer şekilde Lee ve Kwon (2009) Kore'de gerçekleştirdikleri araştırmada yiyecek ilgilenimi yüksek olan turistlerin, yiyeceğe yüksek ilgi duyan ve yiyeceklerle ilgili faaliyetlere katılım gösterenler olduğunu bulmuşlardır. Kim ve Kim (2017) tarafından Avustralyalı turistlerin etnik yiyeceğe olan ilgilenimini değerlendirmek için yapılan çalışmada da ilgilenim düzeyine göre üç grup belirlenmiştir: Düşük ilgilenimli grup etnik yiyeceğe az ilgi gösterenlerden oluşur ve bu grup, yemeğin lezzet yönüne odaklanır. Orta düzeyde ilgilenimli grup, lezzet odaklı yemek yiyenler olarak da adlandırılır ve yemeğin hem sağlık yönüne hem de keyif faktörüne odaklanır. Yüksek ilgilenimli grup ise yemeğin pişirme aşamasından sunumuna kadar olan kültürel yönlerine ilgi gösteren ve etnik yiyecekler hakkında bilgi sahibi olan katılımcılardan oluşur. Dahası yiyecek ilgileniminin turistlerin duydukları memnuniyetle de ilişkisi kurulmaktadır. Hsu ve Scott (2020) yüksek yiyecek ilgileniminin daha olumlu bir yemek deneyimi ve

destinasyon imajıyla ilişkilendirildiğini belirtmiştir. Pourfakhimi vd. (2020) yüksek düzeyde yiyecek ilgilenimine sahip turistlerin, destinasyonda otantik yemek deneyimleri yaşayarak daha yüksek bir memnuniyet düzeyine sahip olduklarını belirtmiştir. Yiyecek ilgileniminin memnuniyet kadar sadakatle de ilişkisi olduğu düşünülebilir. Söz gelimi, Chen vd. (2023) tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada yiyecek ilgileniminin sadakati olumlu yönde etkileyerek turistlerin mekâna ilişkin olumlu değerlendirme yapma ve tekrar ziyaret etme olasılıklarının daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Restoran bağlamında yiyecek ilgilenimi, tüketicilerin yemek seçimlerini, tüketim miktarlarını ve yemek deneyimlerinden duydukları memnuniyeti etkileyen önemli bir faktör olarak kabul edilmektedir (Peters ve Remaud, 2020; Shi vd., 2022). Ayrıca, yiyecek ilgilenimi, tüketicilerin restoranlarda yemek yeme konusundaki tutum ve davranışlarını (motivasyon, enformasyon arayışı, seçimler, davranışsal niyetler vb.) belirleyen bir unsur olarak da görülmektedir (Akhoondnejad vd., 2021). Shi vd. (2022) tarafından Çin'de Türk restoranlarında yapılan bir araştırmada, tüketicilerin Türk restoranlarında yemek yeme niyetlerini ve Türk mutfağını deneyimleme isteklerini etkileyen en önemli faktörün yiyecek ilgilenimi olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, tüketicilerin ilgilenim seviyesi arttıkça belirli bir ürün hakkında bilgi arama niyetleri de artmaktadır. Bu durum, Türk mutfağına yönelik ilgilenimin, tüketicilerin bu mutfak hakkında daha fazla bilgi edinmelerine ve bu sayede olası yiyecek korkularını azaltmalarına katkı sağladığını göstermektedir.

Lu ve Chi (2018), tüketicilerin restoran menülerinde yerel yiyeceğe ilişkin uyarılara nasıl tepki verdiğini incelemek amacıyla detaylandırma olasılığı modelini kullanmışlardır. Araştırmalarına göre, yiyecek ilgilenimi yüksek olan bireyler, menüde yerel yiyeceklerle ilgili uyarılara daha az dikkat gösterme eğilimindedir. Bu bireylerin, yerel yiyeceklerle ilgili bilgi düzeyinin ve aşinalığının yüksek olması nedeniyle, karar verme süreçlerinde menü uyarılarına daha az ihtiyaç duydukları ifade edilmiştir. Öte yandan, yerel yiyecek ilgilenimi düşük olan tüketiciler için, yerel yiyeceklerle ilgili satın alma kararlarında menü uyarıları kritik bir rol oynamaktadır. Bardwell vd. (2018) ise tüketicilerin restoranlarda yemek yeme sıklığı, ilgilenim düzeyi ve restoran özellikleri arasındaki ilişkileri inceledikleri bir araştırmada, ilgilenim düzeyi yüksek olan tüketiciler için restoran hizmeti, menü çeşitliliği, yemek kalitesi ve atmosferin en önemli nitelikler olarak belirlendiğini bulmuşlardır. Ayrıca, tüketicilerin dışarıda yemek yeme sıklığının artmasıyla birlikte ilgilenim düzeylerinin de arttığı sonucuna ulaşılmıştır (Bardwell vd., 2018). Beldona vd. (2009) dışarıda yemek yeme alışkanlıklarını açıklamak amacıyla yiyecek ilgilenimi ve çeşitlilik arayışına dayalı bir model geliştirmiştir. Bu model, dört farklı tüketici profilinin varlığını öngörmektedir:

- Deneyimsiz katılımcılar, konfor alanlarının dışına çıkmaktan hoşlanan, ancak yiyecek ilgilenimleri düşük olan bireylerdir.
- İlgisiz tüketiciler, yemekle ilgilenmeleri oldukça düşük olan ve yeni yemek deneyimlerinden kaçınan kişilerdir.
- Geleneksel tüketiciler, yüksek bir yiyecek ilgilenimine sahip olmalarına rağmen, dışarıda yemek yerken genellikle konfor alanlarında kalmayı tercih eden bir gruptur.
- Meraklılar, yüksek düzeyde yiyecek ilgilenimine sahip tüketicilerden oluşur ve otantik deneyimleri arayan, yerel yiyecekleri tüketerek kültür hakkında bilgi edinmeyi amaçlayan bir profili temsil ederler (Beldona vd., 2009).

Yiyecek ilgilenimi kavramı, sağlıklı yiyecek tüketimiyle ilgili araştırmalarda sık kullanılan bir değişken olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda, bireylerin yiyeceğe verdikleri öznel değerın tüketim tercihleriyle yakından bağlantılı olup olmadığı ve sağlıklı tüketim tercihlerini ne kadar etkilediğı araştırılmıştır (Jezewska-Zychowicz vd., 2020; Kushwah vd., 2020). Buna göre yiyecek ilgilenimi ile sağlıklı beslenme arasında olumlu bir ilişki olduğu belirtilmektedir (Barker vd., 2008; Sarmugam vd., 2015). Yiyecek ilgilenim düzeyi yüksek olan bireylerin, sağlıklı beslenmeye daha fazla önem verdikleri ve yeni yiyecekler arayarak beslenme çeşitliliğini artırma eğiliminde oldukları ifade edilmektedir (Castellini ve Graffigna, 2023). Ayrıca, yüksek düzeyde yiyecek ilgilenimi gösteren bireylerin, yüksek kalorili yiyecekleri tüketmekten kaçındıkları gözlemlenmiştir.

Örneğın, Jezewska-Zychowicz vd. (2020) tarafından Polonyalı tüketicilerle yapılan bir araştırmada, yiyeceklere daha fazla ilgi duyan bireylerin sağlık bilinci düzeylerinin yüksek olduğu ve beslenmelerine daha fazla dikkat ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde, Sarmugam ve Worsley (2015) tarafından Avustralyalı katılımcılarla gerçekleştirilen bir çalışmada, sağlık bilinci yüksek olan bireylerin daha az dürtüsel yeme davranışları sergiledikleri ve beslenmelerinde sağlıklı yiyeceklere daha fazla yer verdikleri tespit edilmiştir. Tavares vd. (2021) ise yiyecek ile ilgilenmenin temel motivasyonlarını belirlemeyi amaçlamış ve bu motivasyonları sağlık, fiziksel görünüm ve haz olarak tanımlamıştır. Çalışmada, yemekten keyif alma motivasyonunun yiyecek ilgilenimi üzerinde en büyük etkiye sahip olduğu, bunu sağlık bilincinin takip ettiği gözlemlenmiştir. Bu durum, bireylerin yemeğın tadını çıkarmanın önemini vurguladığını ve sağlıklarını ikinci planda tutabileceklerini, ancak sağlıklı beslenmeyi sürdürmek için lezzetten ödün vermek istemediklerini göstermektedir. Kamrath vd. (2019) ise yiyecek ilgilenimi motivasyonunun tüketicilerin besin tercihlerinde ne kadar önemli olduğunu besin takviyeleri bağlamında

incelemiştir. Araştırma sonuçları, sağlık motivasyonunun yiyecek ilgileniminde önemli bir rol oynadığını ve sağlık ve beslenme konusunda bilgi sahibi olan tüketicilerin sağlıklı yiyecek davranışlarını daha sık sergilediğini ortaya koymuştur. Ayrıca, besin takviyelerinin, standart yiyeceklerle kıyasla daha yüksek yiyecek ilgilenim düzeyine sahip tüketiciler tarafından tercih edildiği görülmüştür.

Sağlık bilinci ve yiyeceklerle ilişkin sağlıklılık algılaması ile ilgili literatürde olduğu gibi restoranlar bağlamında yemek seçimi ve yiyecek ilgilenimi konusundaki literatürde de sağlıklı ve lezzetli yiyecek tüketim davranışları arasında yer yer tezatlar olduğuna ilişkin görüşler veya bulgular sunulmaktadır. Bu da ilgili literatürde sağlık ve lezzet ikilemi olarak bilinen olguyu daha ayrıntılı olarak ele almayı gerekli kılmaktadır.

2.6. Sağlık ve Lezzet İkilemi

Sağlıklı beslenme, enerji sağlayan besinlerin tüketimi, vitamin ve mineral gereksinimlerinin karşılanması ve kronik hastalıkların önlenmesi gibi bir dizi fayda sunar (Plasek vd., 2020). Ancak, beslenme tercihlerini şekillendiren bir diğer önemli faktör lezzet algısıdır (Mai ve Hoffmann, 2015). Tat, koku, dokular ve sunumla birlikte yeme deneyimini etkileyen lezzet, mutluluk kaynağı olmanın yanı sıra sosyal bağları güçlendiren ve yaşama zevk katan bir unsurdur (Garaus vd., 2023). Tüketicilerin lezzet ve sağlık kavramlarını genellikle birbirine zıt olarak algıladıkları görülmektedir (Luomala vd., 2015; Sullivan vd., 2015). Örneğin, Rusya’da lezzet en önemli seçim kriteri iken sağlık beşinci sırada yer almaktadır (Honkanen ve Frewer, 2009). Dolayısıyla, bireyler lezzetten ödün vermeden yiyeceklerin daha sağlıklı hale getirilebileceğine inanmamaktadır. Bir ürünün sağlıklı olarak algılanma derecesi arttıkça lezzet algısı azalmaktadır (Raghunathan vd., 2006). Bu duruma sağlıklı=lezzetsiz inancı denilmektedir ve tüketiciler arasında yaygın olarak görülen bir inançtır. Bu inanç, sağlıksız yiyeceklerin genellikle daha lezzetli olarak ve sağlıklı yiyeceklerin genellikle daha az lezzetli olarak algılanmasına yol açabilmektedir. Buna sağlık ve lezzet ikilemi de denilmektedir (Finkelstein ve Fishbach, 2010).

Sağlık ve lezzet arasındaki ikilem, bireylerin karşılaştığı karmaşık bir konudur. Sağlıklı beslenme ve lezzet deneyimi arasındaki ilişkiyi anlamak, bireylerin yiyecek tercihlerini ve beslenme alışkanlıklarını etkileyen faktörleri anlamalarına yardımcı olur. Bu ikilem, sağlıklı bir yaşam tarzı benimseyip sürdürmek isteyen bireylerin sağlıklı yiyecekleri doğru bir şekilde seçmeye yönelik istekleri ile lezzetli ve keyifli yemek deneyimi yaşama arasındaki çatışmayı ifade eder. Literatürde bu konuyla ilgili yapılan çalışmalar, lezzet algısının yemek seçimini nasıl etkilediğini (Spence ve Levitan, 2021), sağlık bilincinin

beslenme tercihlerindeki rolünü (Espinosa ve Mahlajic, 2018), besin bileşenlerinin lezzet reseptörleri üzerindeki etkisini (Liem ve Russell, 2019) sosyal, kültürel ve psikolojik faktörlerin yemek seçimlerine etkisini (Sobal ve Bisogni, 2006) ele almıştır.

Bireyler besinlerin sağlık yönüyle ilgili bilgi sahibi olmak istemekte ve beslenmelerinde mineraller, proteinler, karbonhidratlar ve yağlar gibi besin öğelerinin önemini anlamak için motive olurken seçimlerini bu doğrultuda yapmaya çalışmaktadır (Plasek vd., 2020). Diğer taraftan bazı bireyler bilinçli olmalarına karşın sağlıksız yiyecekleri tercih etme eğilimi gösterebilirler (Briers vd., 2020). Bu durumun birçok nedeni olduğu belirtilmiştir. Örneğin, sağlıksız yiyeceklerin kolay ulaşılabilir olması, reklamlarda tanıtılması, sosyal çevrenin etkisi bireyin tercihlerini etkilemektedir (Luomala vd., 2015; Turnwald vd., 2022; Werthmann vd., 2023). Bunun dışında stres, duygusal durumlar ve zaman kısıtlamaları da sağlıksız beslenme tercihlerinde rol oynayabilir (Sullivan vd., 2015; Le vd., 2023). Sağlık ve lezzet ikileminin ortaya çıkmasının diğer nedenleri aşağıda yer alan faktörlerle açıklanabilir.

Kültürel farklılıklar: Sağlıklı=Lezzetsiz inancı, kültürel farklılıklara bağlı olarak değişiklik gösterebilir. Bazı kültürlerde sağlıklı yiyecekler lezzetli olarak algılanırken, diğer kültürlerde sağlıklı yiyeceklerin lezzetsiz olduğu düşünülür. Diğer bir ifadeyle, kültürel farklılıklar yüzünden Sağlıklı=Lezzetsiz inancı ülkelere göre değişiklik gösterebilir. Örneğin, Werle vd. (2013) tarafından Fransa'da yürütülen bir araştırmada Fransız tüketicilerin yemekten zevk alma eğilimlerinin daha yüksek olduğu ve sağlıklı yiyecekleri lezzetli olarak algıladıkları gözlemlenmiştir.

Sosyo-ekonomik durum: Düşük sosyo-ekonomik sınıftaki bireyler arasında sağlıklı=lezzetsiz inancının daha yaygın olduğu belirtilmektedir (Pivecka vd., 2023). Daha düşük ekonomik düzeye sahip bireyler daha az lif, sebze ve meyve tüketmekte ve daha çok enerji yoğun yiyecekler tüketmektedir (Giskes vd., 2010).

Bilgi düzeyi: Sağlık ve beslenme konusundaki bilgi düzeyi, bireylerin sağlık lezzet ikilemi inancını şekillendirmektedir (Bialkova vd., 2016). Tüketicilerin sağlık konusundaki bilgi düzeylerinin artmasıyla, sağlık ile lezzet arasındaki olumlu ilişkinin arttığına dair bulgular bu görüşü doğrulamaktadır (Haasova ve Florack, 2019).

Sağlık bilinci: Sağlık bilincine sahip bireylerin sağlıklı yaşam tarzına olan arzuları nedeniyle sağlığa daha fazla vurgu yaptıkları ve yiyecek tercihlerini bu doğrultuda yönlendirdikleri ve sağlık lezzet ikilemi arasındaki çatışmayı sağlık bilincinin azalttığı belirtilmiştir (Mai ve Hoffmann, 2012). Jeong vd. (2022) sağlık bilincine sahip bireylerin yiyecek içeriklerindeki farklılıkları daha iyi anlama yetisine sahip olduklarını ve bu nedenle yiyeceklerin sağlamlık

yönünü daha iyi ayırt edebileceklerini, özellikle sağlıksız bileşenlerin sayısının artmasıyla yiyeceğin sağlıklılık algısının azaldığını ortaya koymuştur.

Besin etiketleri: Yiyeceklerin sağlık yönüne vurgularının yapıldığı etiketlerin tüketicilerin sağlıklı ve lezzetli olarak algıladığı yiyeceklerin seçimini etkileyebileceği ifade edilmektedir (Kelly, 2022). Dolayısıyla, sağlıkla ilgili etiketler tüketicilerin sağlık ve lezzet algısını olumlu yönde etkileyebilir (Andrews vd., 2012). Bialkova vd. (2016) tüketicilerin yiyecek değerlendirmelerini anlamak amacıyla yaptıkları çalışmada, sadece sağlık etiketi yerine sağlık ve lezzet etiketlerinin bir arada bulunduğu durumda tüketicilerin yiyecekleri daha olumlu değerlendirdiğini belirtmişlerdir.

Ambalaj tasarımı ve renkler: Yiyeceklerin ambalajı ve görsel sunumu, tüketicilerin sağlık ve lezzet algısını etkileyebileceği belirtilmektedir (Wei vd., 2012; Orquin, 2014). Canlı renklere sahip ambalajlar, yiyeceklerin daha sağlıklı ve lezzetli olarak algılanmasına katkıda bulunabilir. Söz gelimi, Kunz vd. (2020b) tarafından yapılan bir çalışma, ambalaj renklerinin gri tonlamalarda (parlağın zıttı olarak) olmasının sağlıklı ve lezzetli ilişkisini zayıflattığını göstermiştir. Canlı renklere sahip ambalajlarda sunulan yiyecekler daha taze, sağlıklı ve lezzetli olarak algılanmaktadır. Aynı şekilde, Hallez vd. (2023) tarafından yürütülen yeni bir çalışma, genç tüketicilerin yiyecek algılarını ve seçimlerini şekillendirmede görsel (ambalajın rengi) ve bilgilendirici ambalaj uyaranlarının (etiket bilgileri) etkisini incelemiştir. Soğuk renklerin (mavi ve yeşil) sıcak renklere (kırmızı ve turuncu) kıyasla daha sağlıklı ve lezzetsiz olarak algılandığı belirtilmiştir. Araştırmada bilgilendirici etiketlerin yiyeceklerin sağlıklı algılanması üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir.

Fiyat: Tüketiciler genellikle sağlıklı yiyeceklerin daha pahalı olduğuna inanır (Chang ve Zhang, 2022). Dolayısıyla, yiyeceklerin fiyatı, tüketicilerin sağlık ve lezzet algısını etkilemektedir (Jo ve Lusk, 2018). Örneğin, Ikonen vd. (2019) tarafından sağlıklı ürünler üzerinde gerçekleştirilen bir araştırmada fiyat indirimlerinin sağlıklı yiyeceklerin lezzet algısını azalttığı tespit edilmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SAĞLIK BİLİNCİ, ÖZNEL BİLGİ, YİYECEKLERİN SAĞLIKLI ALGILANMASI, LEZZET VE YEMEK SEÇİMİ İLİŞKİSİ: YİYECEK İLGİLENİMİ VE SAĞLIKLI-LEZZETLİ YEMEK UYARANININ DÜZENLEYİCİ ETKİSİ

3.1. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Yiyecek tercihleri bireysel, sosyal, kültürel ve çevresel faktörlerin karmaşık etkileşimiyle şekillenen çok yönlü bir olgudur. Yaşam deneyimleri kişisel değerler, davranışlar ve duysal özellikler gibi bireysel faktörler, bireylerin ne yemeyi tercih ettiklerini şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır (Furst, 1996; Sobal ve Bisogni, 2009). Bu tercihler ayrıca kültürel değerler, sosyal çevre ve yerel bağlam gibi sosyal ve kültürel faktörlerden de etkilenmektedir. Ayrıca mevcut kaynaklar, paketlenme ve pazarlama stratejileri gibi çevresel faktörler de gıda tercihlerinin şekillenmesine katkıda bulunur. Son yıllarda, tüketicilerin sağlıklı beslenmeye yönelik tutumlarında kayda değer bir değişim yaşanmış, sağlıkla ilgili hususlar restoran ve yiyecek seçimlerini giderek daha fazla etkiler hale gelmiştir. Diyetle alınan besinlerin metabolizma ve genel vücut fonksiyonları açısından önemi iyi bilinmektedir (Mariotti vd., 2022). Temel besinler açısından zengin, dengeli ve çeşitli bir beslenme; kalp hastalığı, diyabet, obezite ve kanser gibi kronik hastalıkların önlenmesiyle ilişkilendirilmektedir (Ansari vd., 2015). Ayrıca, sağlıklı beslenme alışkanlıkları daha sağlıklı bir yaşam tarzına katkıda bulunarak ve olumsuz sağlık sonuçlarını en aza indirerek daha olumlu psikolojik ve duygusal iyi olma hali sağlayabilir (Riet vd., 2011).

Bununla birlikte, restoranlar sıklıkla lezzetin sağlığın önüne geçtiği hedonik mekânlar olarak algılandığından, dışarıda yemek yiyen tüketiciler için sıklıkla bir ikilem ortaya çıkmaktadır. Yemekten alınan keyif, yeme davranışı için güçlü bir motivasyon kaynağıdır (Wardle vd., 2004). Tat, koku ve doku gibi duysal güdülerin yanı sıra lezzet algıları da bireyler tarafından sıklıkla öncelenmektedir (Steptoe vd., 1995). Sonuç olarak, sağlıklı yiyeceklerin daha az sağlıklı muadillerinin sağladığı tatmini sunmadığı inancı, sağlıklı beslenmenin önünde önemli bir engel teşkil edebilir (Taber, 2013). Bu algı, restoran ortamlarında sağlıklı seçimler yapmanın zorluğuna işaret eden tüketici raporlarıyla da desteklenmektedir (Byrd vd., 2018). Newson vd. (2015) tarafından 10 ülkede 5000 restoran tüketicisinin katılımıyla gerçekleştirilen bir çalışmada, katılımcılar menülerdeki sağlıklı seçeneklerden memnuniyetsizliklerini dile getirmiş ve sağlıklı yiyeceklerin daha az lezzetli olduğu algısı nedeniyle daha lezzetli alternatifleri tercih etmişlerdir. Bu algı, tüketicilerin

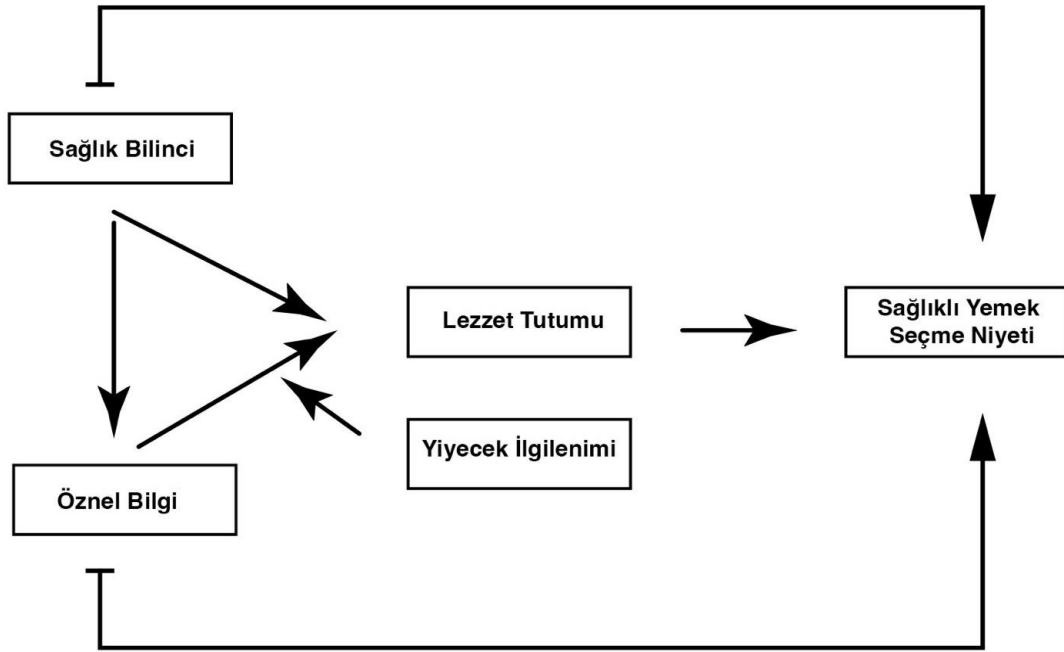
sağlıklı menü seçeneklerine olan ilgisini ve tercihini önemli ölçüde azaltabilir (Romeo ve Biswas, 2016).

Bu tez kapsamında, sağlık bilinci, yiyeceklerin sağlıklı algılanması, lezzet tutumu ve sağlıklı yiyecek tüketimi arasındaki ilişkileri incelemek üzere iki ampirik çalışma yürütülmüştür. Birinci ampirik çalışmada, restoran müşterilerinin genel yaşam eğilimlerine odaklanılarak, kendi sağlıklarıyla ilgili bilinç düzeyleri, yemeğin sağlıklı olup olmadığına ilişkin bilgi ve yeteneklerine yönelik inançları, yemek tüketiminde lezzetin önemi, sağlıklı yemek tüketme isteklilikleri ve yiyeceğin yaşamlarında ve tüketim kararlarında ne kadar önemli olduğuna dair algıları, tutumları ve niyetleri kaliteli hizmet sunan restoranlar bağlamında incelenmiştir. Literatür incelendiğinde, fine-dining restoran tarzıyla ilgili yapılan araştırmaların sınırlı olduğu görülmüştür. Kaliteli restoranlarda atmosfer, menü ve sosyal faktörler gibi değişkenler, bireylerin yemek seçimlerini etkileyen önemli unsurlardır. Restoranın genel ortamını ve ambiyansını ifade eden atmosfer, bireylerin yemek seçimlerini değiştirebilir (Sulek ve Hensley, 2004). Menü çeşitliliği, farklı tatları deneme ve yeni deneyimlere açık olma isteğini tetikleyebilir (Roberto vd., 2010). Restoranın sosyal konumu, müşteri ilişkileri ve sosyal etkileşimler gibi sosyal faktörler ise yemek deneyimini etkileyen önemli unsurlar olarak kabul edilir (Booth vd., 2001). Bu faktörlerin birleşimi, bireylerin restoran seçimleri ve yemek tercihleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Buna göre birinci ampirik çalışmada kaliteli restoran bağlamındaki bir yemek deneyiminde sağlık bilinci, öznel bilgi ve lezzet tutumu arasındaki ilişkilerle bunların sağlıklı yemek seçme niyetine etkisi ve yiyecek ilgileniminin öznel bilgi lezzet tutumu ilişkisindeki düzenleyici rolü araştırılmıştır.

İkinci ampirik çalışmada ise, kaliteli hizmet sunan (lüks/fine-dining) restoranların sunduğu özgün bağlam göz önünde bulundurularak, ilk çalışmada ele alınan genel nitelikteki değişkenlerin yerine bağlama özgü olarak restoranda sunulan yemeklerin sağlıklı ve lezzetli olup olmadığına ilişkin değerlendirmeler ile sağlıklı veya lezzetli olduğu bilinen bir yemeği seçme niyeti araştırılmıştır. Bu amaçla, bir fine-dining restoranın menüsü ile sunulan senaryo içerisinde katılımcıların sağlık bilinci, yemekleri sağlıklı algılaması, lezzet algılaması ve sağlıklı veya lezzetli olan yemeği seçme niyeti arasındaki ilişkiler incelenmiştir (Ek 1 ve Ek 2). Seçim aşamasında sağlıklı veya lezzetli bir yemekle karşılaşan tüketiciler için yiyeceklerin sağlıklı algılanması ve lezzet algılaması arasındaki ilişkide bir değişim olup olmadığını görmek üzere sağlıklı veya lezzetli yemek uyarısının yemeğin sağlıklı algılamasının lezzet algılaması üzerindeki etkisindeki düzenleyici rolü araştırılmıştır.

"Sağlıklı=Lezzetsiz" inancı, birçok kişinin sağlıklı yiyeceklerin lezzetsiz olduğu düşüncesini ifade eder. Bu inanca göre, tahıllar ve sebzeler gibi sağlıklı algılanan yiyecekler

lezzet açısından çekici bulunmaz (Raghunathan vd., 2006). Petit vd. (2016) tarafından yapılan bir araştırma, yüksek yağlı ve şekerli yiyeceklerin beyindeki ödül sistemini aktive ederek daha fazla haz verdiğini ve bu durumun sağlıksız beslenme seçimlerine yol açabileceğini göstermiştir (Garaus ve Lalicic, 2021). Daha sağlıklı beslenme arzusuna rağmen, lezzet yiyecek seçiminde önemli bir rol oynar (Tepper ve Trail, 1998; Glanz vd., 1998). Sullivan vd. (2015) tarafından yapılan bir çalışmada, somut olarak yiyeceğin algılanan lezzetinin, sağlık algısından daha önemli bir belirleyici olduğu ortaya konmuştur. Bu bulgu, insanların genellikle kısa vadeli lezzet deneyimini uzun vadeli sağlık hedeflerinden daha fazla önemsediklerini göstermektedir. Restoran bağlamında değerlendirildiğinde, bireylerin genellikle ödüllendirme ve zevk arayışında olduklarından, kalorisi daha yüksek ve lezzet açısından tatmin edici yiyecekleri tercih ettikleri ifade edilmiştir (Folkvord vd., 2020; Kunz vd., 2023). Jun vd. (2014) sağlıklı yemek seçiminde lezzetin önemini vurgulamış ve lezzete yönelik tutumların davranışsal niyetler üzerinde sağlık değerinden daha önemli bir etkiye sahip olduğunu belirtmiştir. Turnwald vd. (2022) ise sağlıklı menü öğelerini tanımlamak için kullanılan dilin, sağlıklı yiyeceklerin lezzetli olmadığı inancını sürdürdüğünü vurgulamıştır. Restoranlarda sunulan yemeklerin besin değerleri, kalori miktarları ve sağlık etkileri, tüketicilerin sağlık bilincine sahip olmalarına ve bu bilincin yemek tercihlerinde belirleyici bir rol oynamasına katkıda bulunur (Lee vd., 2014; Jin vd., 2017b). Araştırmalar, sağlıklı beslenme bilincine sahip bireylerin restoran menülerinden daha bilinçli seçimler yaptığını ve sağlıklı seçenekleri tercih etme eğiliminde olduğunu göstermektedir (Choi ve Zhoi, 2010). Tüketiciler, restoran menülerindeki yiyeceklerin etiket bilgilerini kullanarak, o yiyeceğin sağlıklı olup olmadığını değerlendirir, bu durum öznel bilgi ile yakından ilişkilidir (Hwang, 2011). Bu bağlamda, birinci ampirik çalışma kapsamında bireylerin sağlık bilinci, öznel bilgi ve lezzet tutumu değişkenlerinin sağlıklı yemek seçim niyetini nasıl etkilediğini belirlemek ve bu ilişkide yiyecek ilgileniminin düzenleyici rolünü değerlendirmek amacıyla geliştirilen araştırma modeline Şekil 3.1'de yer verilmiştir.



Şekil 3.1 Birinci Ampirik Çalışma İçin Geliştirilen Araştırma Modeli

Sağlık bilinci, bireyin sağlıkla ilgili konulara karşı nasıl bir tutum içinde olduğu, sağlık hedeflerine ne kadar önem verdiği ve sağlıkla ilgili düşüncelerini nasıl şekillendirdiği gibi unsurları içermektedir (Wang vd., 2020). Bu çalışmada öznel bilgi, restoranlar bağlamında sağlıklı yemek tüketme veya yemeklerin ne kadar sağlıklı olduğunu değerlendirebilme açısından bireyin kendi bilgi ve becerilerine ilişkin öznel değerlendirmeleri şeklinde tanımlanmıştır. Diğer bir anlatımla öznel bilgi, sağlıklı ve sağlıklı olmayan yiyecekler arasında doğru bir şekilde ayırım yapabilme yeteneğini ifade etmektedir (Borgmeier ve Westenhoefer, 2009). Öznel bilgi, sağlıklı beslenme konusundaki bakış açımızı bireysel bilgi ve deneyimlerimize göre değerlendirmeyi amaçlar. Bu bilgi türü, bireyin ait olduğu kültür, sosyal çevre, etrafındaki insanların beslenme alışkanlıkları, bilgi ve eğitim seviyesi gibi faktörlerden etkilenir ve dolayısıyla yemek seçimini doğrudan etkiler (Samoggia ve Riedel, 2020). Bireyin duygusal durumu, geçmiş deneyimleri ve kişisel tercihleri gibi faktörler de öznel bilgiyi şekillendirir ve bu nedenle kişiden kişiye değişkenlik gösterir (Hussien vd., 2023).

Bireyin sağlık bilinci düzeyi, sağlık bilgilerini nasıl aradığı ve bu bilgilere nasıl tepki verdiğiyle yakından ilişkilidir (Dutta-Bergmann, 2004). Sağlık bilinci yüksek olan bireyler sağlıklı beslenme ve sağlıklı tüketim davranışları konusunda bilgilerini ve becerilerini arttırmak istemektedirler (Iversen ve Kraft, 2006). Böylelikle bireylerin neyin sağlıklı olduğunu belirleme konusundaki bilgi ve becerileri ile bunu yapabildiklerine ilişkin inancı yani öznel bilgileri gelişir (Liu vd., 2015; Pu vd., 2021). Sağlık bilinci, kişinin kendi sağlık

deneyimlerine daha dikkatli bir şekilde değerlendirmesine yol açar (Espinosa ve Maglojic, 2018; Zhang vd., 2018). Bu deneyimlerin kişinin sağlıkla ilgili öznel bilgisini oluştururken önemli katkı sağladığı belirtilmektedir (Robinson ve Smith, 2002). Başka bir deyişle, sağlık bilinci kişinin yaşadığı sağlık deneyimlerini daha derinlemesine anlamasını ve bu deneyimlere dayalı olarak kişisel bilgisini geliştirmesini sağlamaktadır. Örneğin, sağlık bilinci yüksek bir kişi, sağlıklı beslenmeyle ilgili araştırmalar yapabilir, kitaplar okuyabilir veya diyetisyenlere danışabilir (Singh vd., 2018; Choi ve Kwon, 2020). Bu bilgi edinme çabaları, kişinin sağlıklı beslenme konusundaki öznel bilgi düzeyini arttırabilir (Liu vd., 2015; Pu vd., 2021). Chen'in (2019) çalışması, sağlık bilinci ile öznel bilgi arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma, yüksek sağlık bilincine sahip bireylerin sağlıklı yiyeceklerle ilgili öznel bilgi seviyelerinin daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgu, sağlık bilincinin bireylerin sağlıkla ilgili konularda bilgi edinme eğilimlerini ve bu bilgiyi nasıl içselleştirdiklerini göstermektedir.

Kuramsal açıdan bakıldığında koruma motivasyon teorisine göre, tehdit algılaması (ciddiyeti) ve başa çıkma yolları (tepkinin etkinliği) açısından sağlık bilinci gelişmiş bireylerin, tehdit değerlendirmesinde öznel bilgilerine güvenmeleri gerektiğinden, sağlık bilinci arttıkça bireylerin yiyeceklerin sağlıklı olup olmadığını belirleme konusundaki öznel bilgilerinin de gelişmesi beklenmektedir. Başka bir deyişle, bir tehdit algılandığında birey öncelikle bu tehditle başa çıkıp çıkamayacağını değerlendirir. Birey, bilgi kaynakları aracılığıyla edindiği bilgileri kullanarak tehdidi değerlendirir ve ancak tehdit ile başa çıkabileceğini hissettiğinde koruyucu bir tepki gösterir (Hornig vd., 2014; Byrd vd., 2022).

Sağlık bilinci yüksek bireyler restoranlarda yemek seçimi yaparken yemeğin sağlıklı ve besleyici niteliklerine önem verirler (Jin vd., 2017b). Bu bireyler, yemeklerin kalori miktarı, yağ içeriği, tuz miktarı gibi sağlığa ilişkin özelliklerine odaklanarak risk değerlendirmesi yapar ve algıladıkları risk ölçüsünde yemek seçimine yönelirler (Byrd vd., 2022). Yani sağlık bilinci yüksek olan tüketiciler, yiyeceklerin sağlık yönlerine önem verir ve öznel bilgileri doğrultusunda restoran menülerinde yer alan yemekleri inceler, besin etiketlerini dikkatlice okur, yemeklerin porsiyon miktarı, hazırlama yöntemleri gibi faktörlere odaklanır, sağlıklı yaşam tarzlarına dayanarak değerlendirmede bulunur ve uygun bir başa çıkma değerlendirmesiyle yemek seçme niyeti gösterirler. Sonuç olarak, sağlık bilinci ve öznel bilgi arasındaki ilişki, bireylerin sağlık davranışlarını şekillendirmede önemli bir faktördür. Sağlık bilinci ne kadar yüksekse, bireylerin sağlıkla ilgili konularda öznel bilgi düzeylerinin de o oranda artması beklenir. Diğer bir ifadeyle, bireyin sağlık bilinci düzeyi, kendi sağlık risklerini anlama ve değerlendirme sürecini etkiler ve bu süreç bireyin öznel bilgisini şekillendirir. Bu doğrultuda, araştırmanın ilk hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur:

H₁= “Tüketicilerin sağlık bilinci, onların restoran bağlamında yiyeceklerin sağlıklılığı hakkındaki öznel bilgilerini olumlu yönde etkiler.”

Restoranlarda müşteri deneyimini etkileyen faktörler arasında yemek çeşitliliği, hizmet kalitesi, atmosfer ve duygusal deneyimler büyük önem taşır (Tszur ve Lo, 2010). Özellikle fine-dining tarzı restoranlar, menülerinde ve yemek sunumlarında kalite ve çeşitliliği öncelikli tutarak etkileyici bir atmosferde hizmet sunarlar. Bu da tüketicilerin yemek deneyimlerini önemli ölçüde etkiler (Yu, 2021; Leong vd., 2023). Bu tür restoranlarda müşteriler, sağlık ve lezzet arasında tercih yapmakta zorlanabilirler. Özellikle kaliteli ve çeşitli menüler sunan restoranlarda, müşteriler sağlıklı ve lezzetli seçenekler arasında denge kurmakta kararsızlık yaşayabilirler. Burada lezzet tutumu önemli bir rol oynayabilir. Lezzet tutumu, tüketicilerin yiyeceklere ilişkin duygusal ve bilişsel yaklaşımlarını ifade eden önemli bir kavram olup yiyeceklerin duyusal özellikleri olan tat, görünüm, doku ve kokuya karşı tüketicilerin yaklaşımlarını yansıtır (Roininen ve Tuorila, 1999). Dahası lezzet tutumu, bireylerin beslenme alışkanlıklarını, sağlık davranışlarını ve genel yaşam tarzlarını şekillendirmede kilit bir rol oynamaktadır (Chen, 2013).

Sağlık bilincine sahip kişilerin sağlık ve lezzet arasında denge kurmaya çalıştığı belirtilmektedir (Garaus ve Lalicic, 2021). Sağlık bilincinin artmasıyla birlikte, tüketicilerin hem sağlık hedeflerini hem de damak zevklerini karşılayan yiyecek seçenekleri çeşitlenmekte ve bu durum tüketicileri sağlıklı ve lezzetli yiyecekler konusunda motive etmektedir (Haasova ve Florack, 2019). Sağlığa ilgi duyan ve sağlık bilinci yüksek olan tüketicilerin, yaşam kalitelerini iyileştirmek ve sürdürmek için sağlıklı davranışlara daha fazla motive oldukları belirtilmektedir (Vaidya, 2016; Suttikun, 2021). Bu bireylerin besin içerikleri hakkında bilgi sahibi olmaları da göz önüne alındığında (Huang vd., 2022), yiyeceklerin hem sağlıklı hem de lezzetli olabileceğine inandıkları söylenebilir (Werle vd., 2013). Yani, yiyecekler sadece beslenme açısından değil, aynı zamanda lezzet açısından da tatmin edici olabilir. Örneğin, sağlık bilincine sahip bir birey, lezzetli olduğu kadar sağlıklı olan yiyecekleri tercih edebilir ve bu da lezzet tutumlarını şekillendirir.

Şu hâlde sağlık bilincine sahip bireylerin, yemeklerin lezzeti konusunda olumsuz bir tutum geliştirmeleri gibi bir zorunluluk yoktur (Her ve Seo, 2017). Aksine, bu bireyler lezzet konusunda farkındalık sahibi olup, lezzetli ancak sağlıksız yemeklerden nasıl kaçınacaklarını bilirler. Ayrıca, sağlıklı ve lezzetli yiyecek tüketme olanaklarını araştırmaya ve deneyimlemeye isteklidirler (Jo ve Lusk, 2018). Örneğin, Jun vd. (2014) tarafından bir restoranda yapılan araştırmada, bireylerin sağlık değerlerinin yüksek olmasının, sağlıklı menü

öğelerine karşı daha olumlu tutum geliştirmelerine yol açtığı ve sağlıklı yemekleri tercih etme niyetlerini olumlu yönde etkilediği görülmüştür.

Sağlık bilinci ve lezzet tutumu arasındaki ilişki, koruma motivasyonu teorisi çerçevesinde ele alındığında, sağlık bilinci yüksek bireylerin lezzeti sağlıklı beslenmenin önündeki bir tehdit olarak görmedikleri ve bu durumla başa çıkma ihtiyacı duymadıkları düşünülmektedir (Saba vd., 2019). Lezzetli ancak sağlıksız olarak algılanan bir yiyecek söz konusu olsa bile, bu tehdidin nasıl yönetileceği bilindiğinden, genel anlamda lezzete karşı olumsuz bir tutum gelişmesi beklenmez (Yu, 2021). Bu doğrultuda, araştırmanın ikinci hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur:

H₂= “Tüketicilerin sağlık bilinci, onların lezzet tutumlarını olumlu yönde etkiler.”

Yiyeceklerin sağlıklılığı hakkındaki öznel bilgi, tüketicilerin daha az sağlıklı yiyecekler arasındaki farkı doğru bir şekilde belirleme yeteneğidir. Bireyin daha önceki yemek deneyimleri, yiyecekler hakkındaki bilgi birikimini oluşturur (Karagöz, 2018). Öznel bilgi, tüketicilerin belirli yiyecekleri denemeye ve beğenmeye daha meyilli hale gelmesine katkı sağlayarak, yiyecekler hakkındaki lezzet tutumlarını olumlu yönde etkileyebilir (Phillips vd., 2013). Yani, yemeklerin sağlıklı olup olmadığını belirleyebilme bilgi ve becerisine güvenen tüketicilerin lezzete ilişkin olumlu bir tutum geliştirmesi beklenir (Veale, 2008). Örneğin, Aertsens vd. (2009) tarafından yapılan bir çalışmada, tüketicilerin organik yiyecekler hakkındaki algılarına dayalı bilgi düzeylerinin artmasıyla lezzet tutumlarının da olumlu yönde geliştiği vurgulanmaktadır. Benzer şekilde, Nadrica vd. (2022) de bireylerin organik yiyecekler hakkında daha fazla bilgi sahibi olmalarının bu ürünlerin lezzetini daha olumlu değerlendirmelerine yol açtığı belirtilmiştir.

Öznel bilgi ve lezzet tutumu arasındaki ilişki koruma motivasyonu teorisi çerçevesinde incelendiğinde, yemekleri sağlık açısından değerlendirebildiğine inanan bir birey, yemeğin lezzetli olmasını tehdit olarak algılamaz ve kendini koruma içgüdüleriyle lezzetli yemekten uzaklaşma eğilimi göstermez. Aksine, bilgi ve deneyimine dayanarak yiyecekleri deneyimlemekten çekinmez ve bu deneyimler sonucunda lezzete yönelik olumlu bir tutum geliştirebilir (Magana vd., 2022). Örneğin, Xie vd. (2023) tarafından yapılan bir çalışmada, öznel bilginin artmasıyla olumlu duyguların arttığı ve tüketicilerin sağlıklı yiyeceklerin lezzetini de olumlu değerlendirdiği ortaya konmuştur. Nihayetinde bireyin sahip olduğu öznel bilgi, yiyeceğin sağlık yönleri hakkında bilgi sahibi olması veya olumlu deneyimler yaşaması sayesinde o yiyeceğe yönelik lezzet tutumunu olumlu yönde etkileyebilir. Lee vd. (2013) öznel bilgi ve lezzet tutumunun restoran bağlamında sağlıklı yemek seçimlerine etkisini inceledikleri araştırmalarında, öznel bilginin artmasıyla birlikte tüketicilerin sağlıklı

yiyeceklerin değerini daha olumlu algıladığını ve dolayısıyla lezzet tutumlarının da arttığını belirtmiştir. Bu nedenle, yemekleri sağlık açısından değerlendirebildiğine inanan birey, yeni yiyecekleri deneyimlemekten çekinmeden lezzet deneyimini geliştirebilir ve bu sayede lezzete ilişkin daha olumlu bir tutum geliştirebilir. Bu bağlamda, araştırmanın  hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur:

H₃= “Tüketicilerin yiyeceklerin sağlıklılığı hakkındaki öznel bilgileri, onların lezzet tutumlarını olumlu yönde etkiler.”

Son dönemlerde, özellikle pandeminin etkisiyle, sağlıklı yaşam ve beslenme konularında farkındalık giderek artmaktadır. Bu durum, bireylerin sağlık durumlarını değerlendirme ve koruma konusunda daha bilinçli olmalarına yol açmıştır (Huang vd., 2022). Sağlık bilinci yüksek olan bireyler, sağlık risklerinin farkındadır ve bu riskleri azaltmak için gerekli adımları atmaya isteklidir. Bu bireyler, sağlıklı bir yaşam tarzı sürdürmenin uzun vadeli faydalarının bilincindedir ve bu faydaları elde etmek için çaba gösterirler (Lee vd., 2014; Kung vd., 2015; Suttikun, 2021). Böylece yiyeceklerin besin değerlerine daha fazla dikkat eder, kalori alımını önemser, protein, karbonhidrat, yağ ve lif gibi besin gruplarını dengeli bir şekilde tüketmeye zen gösterirler (Lee vd., 2014; Kung vd., 2015).

Sağlıklı yemek seçme niyeti, tüketicilerin restoranlarda yemek siparişi verirken sağlık faktörlerini göz önünde bulundurarak bilinçli seçimler yapma eğilimini ifade eder. Bu niyet, besin değerleri, kalori miktarı, besin içeriği ve sağlık motivasyonu gibi çeşitli unsurları kapsar (Rahamat vd., 2022). Sağlıklı yemek seçmeyi amaçlayan bireyler genellikle düşük kalorili, sağlıklı pişirme yöntemleriyle hazırlanmış, protein ve lif bakımından zengin yiyecekleri tercih ederler. Bu durum, fast food veya işlenmiş yiyeceklerden uzak durmak, bunun yerine taze meyve, sebze, tam tahıllar ve az yağlı protein kaynaklarına yönelmek anlamına gelir (Jun ve Arendt, 2016). Sağlıklı yemek seçme niyeti, tüketicilerin genel sağlık bilinci ve sağlıklı bir yaşam tarzı sürdürme arzusuyla yakından ilişkilidir. Bu bilinç, kronik hastalık riskini azaltmak, kilo kontrolünü sağlamak ve genel olarak daha iyi hissetmek gibi çeşitli sağlık yararlarıyla teşvik edilebilir (Choi ve Zhoi, 2012). Başka bir deyişle, sağlık bilincine sahip bireyler genellikle kendi sağlıklarına ve beslenmelerine daha fazla zen gösterirler, sağlıklı yemek seçimine daha istekli olma eğilimindedirler ve bu tarz yemek sunan restoranları tercih etme niyetindedirler (Shin vd., 2019). Öyleyse sağlık bilinci yüksek bireylerin restoran bağlamında da sağlıklı yemek tüketme niyeti sergileyebileği düşünülmektedir. Sağlıklı yemek seçiminde bilinçli davranan bu bireyler menüdeki etiket bilgilerini dikkate alarak (Rahamat vd., 2022) sağlıkla ilgili faktörleri bilinçli bir şekilde değerlendirirler (Oh, 2020).

Restoranlar bağlamında sağlık bilincinin sağlıklı yemek seçim niyetini etkilemesinde menüde sunulan sağlık bilgileri, sağlıklı seçeneklerin vurgulanması ve tüketicilerin sağlık ve beslenme konularına olan ilgilerinin artması gibi faktörlerin önemli olduğu belirtilmektedir (Yoon ve George, 2011). Ayrıca, çevresel faktörler, medya ve sağlık profesyonellerinin sağlıklı beslenme konusundaki vurguları da sağlık bilincinin sağlıklı yemek tercihlerini etkilemesinde rol oynamaktadır (Oh, 2020; Rahamat vd., 2022). Sağlık bilinci yüksek olan tüketicilerin restoranlarda sağlıklı seçenekler bulmaları, kaliteli hizmet alabilmeleri ve çekici sunumlarla karşılaşmaları durumunda sağlıklı yemek tercih etme niyetlerinin olumlu yönde etkileneceği belirtilmektedir (DiPietro vd., 2016). Bu bağlamda, sağlık bilincine sahip tüketiciler, sağlıklı seçenekler konusunda bilgi sahibi olmaları ve bu konuda motivasyonlarının olması nedeniyle sağlıklı yemeklere olumlu tepki verme eğilimindedir. Bu doğrultuda, araştırmanın dördüncü hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur:

H₄= “Tüketicilerin sağlık bilinci, restoran bağlamında sağlıklı yemek seçme niyetini olumlu yönde etkiler.”

Sağlık konusu, tüketicilerin yemek seçim kararlarında temel bir motivasyon faktörü olarak ön plana çıkmaktadır (Chen, 2011). Sağlıklı yemek tüketme eğilimi olan bireylerin hangi yemeklerin sağlıklı olduğunu belirleyebilme yönünde de bilgi ve beceriye sahip olması yani bu konuya ilişkin öznel bilgileri daha sağlıklı seçimler yapma eğilimini arttırabilir (Larsen ve Grunert, 2003; Lusk, 2019). Diğer bir anlatımla bireyler tükettikleri yiyeceklerin sağlıkları üzerindeki etkilerini daha iyi anladıkça ve bu bilgiyi beslenme alışkanlıklarını değiştirmek için kullandıkça daha sağlıklı seçimler yapma eğilimi gösterebilirler (Merwe vd., 2024; Lee vd., 2018).

Koruma motivasyonu perspektifinden bakıldığında bireyler yaşam kalitelerini yükseltmek veya korumak için koruyucu sağlık davranışlarında bulunma arzusu taşırlar (Hochradel, 2007). Bu bağlamda, beslenmeden kaynaklanan hastalık risklerini azaltma potansiyeline ilişkin bilgilerini değerlendirirler (Rana ve Paul, 2007). Başka bir anlatımla, kişinin yiyeceklerin sağlıklı olup olmadığını değerlendirme konusunda bilgi ve becerilerini geliştirmesi, kendi yeteneklerine olan güvenini arttıracak ve sağlık tehditlerini değerlendirme konusundaki inancını pekiştirecektir (Chang, 2020). Dolayısıyla öznel bilgi düzeyi yüksek olan bireylerin sağlıklı yiyecek seçim niyetlerinin de güçlenebileceği söylenebilir. Restoranlar bağlamında, bireyin öznel bilgiye sahip olması, bilgi kaynakları aracılığıyla tehdidin ciddiyetini değerlendirmesini sağlar (Lee vd., 2018; Hussien vd., 2023). Yapılan çalışmalar, yiyeceklerin sağlıklarını etkilediğine inanan bireylerin harekete geçme ve sağlıklı yiyecekleri seçme konusunda daha fazla motive olduğunu ortaya koymuştur (Hwang, 2013; Ritland ve

Rodriguez, 2014), bu da onların sağlıklı yiyecekleri tercih etmelerine yol açacaktır (Ellison vd., 2013). Öyleyse sağlıklı yiyecek seçiminde yetkinlik ve becerilere sahip olmak, öznel bilgiyi de beraberinde getirir ve bu da sağlıklı yemek seçme niyetini güçlendirebilir (Maziriri vd., 2021). Filimonau vd. (2018) tarafından Polonya'daki restoranlarda gerçekleştirilen bir araştırmada öznel bilginin sağlıklı yemek seçim niyetini belirlemede önemli bir rol oynadığı belirtilmiştir. Benzer şekilde Kim vd. (2013) öznel bilginin tüketicilerin sağlıklı beslenme konusundaki tutumlarını şekillendirdiği ve sağlıklı yemek seçme niyetini olumlu yönde etkilediğini bildirmektedir. Bu bulgu, tüketicilerin sağlıkla ilgili tercihlerini belirlemede öznel bilginin önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Sonuç olarak yiyeceklerin sağlıklılığını değerlendirme konusunda öznel bilgileri artan tüketiciler, kendilerini daha bilgili, güvende hissedebilir ve bu güven duygusuyla sağlıklı yemek seçme konusunda daha istekli olabilirler (Samoggia ve Riedel, 2020). Bu kapsamda araştırmanın beşinci hipotezi aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

H₅= “Tüketicilerin yiyeceklerin sağlıklılığına ilişkin öznel bilgileri, restoran bağlamında sağlıklı yemek seçme niyetini olumlu yönde etkiler.”

Tüketiciler yiyecek tüketimi konusunda seçim yapmak zorunda olduklarında birbiriyle çelişen hedeflerle başa çıkmak zorunda kalabilirler (Haws vd., 2017). Lezzeti önemseyen bireylerin yemek seçim kararlarında lezzet diğer ölçütlere göre (fiyat, sağlık, yerellik, prestij gibi) daha önemli olabilir (Lassen vd., 2016). Araştırmalar, insanların sağlıksız olarak nitelendirilen yiyecekleri sağlıklı olanlara kıyasla daha lezzetli bulma eğiliminde olduğunu göstermektedir (Raghunathan vd., 2006; Mai ve Hoffmann, 2015). Kısa vadeli lezzet isteği ile uzun vadeli sağlık hedefi arasında genellikle bir çelişki ortaya çıkar ve bu çelişkinin tüketiciler tarafından değerlendirilmesi, yiyeceklerin sağlıklı mı yoksa lezzetli mi olduğuna bağlı olarak değişkenlik gösterebilir (Briers vd., 2020). Bu durumda lezzet tutumu ile sağlıklı yemek seçme niyeti arasında negatif bir ilişki gelişebilir. Hedef çatışma teorisi bireylerin lezzetli ve yüksek kalorili yiyeceklerle, sağlıklı ve düşük kalorili yiyecekler arasında seçim yaparken yaşadıkları çatışmayı açıklamaya çalışan bir teoridir (Stroebe vd., 2008a). Bireyler lezzetli ve yüksek kalorili yiyecekler karşısında anlık bir tatmin duygusu yaşarlar. Bu yiyecekler genellikle hedonik yiyecekler olarak adlandırılır ve kısa vadeli zevk ve keyif ile ilişkilendirilir. Ancak bireyler uzun vadeli sağlık hedeflerini düşündüklerinde, bu tür yiyecekleri tüketmekten dolayı suçluluk veya pişmanlık duyabilirler. Bu yiyecekler genellikle faydacı yiyecekler olarak adlandırılır ve uzun vadeli sağlık ve zindelik ile ilişkilendirilir. (Stroebe vd., 2013). Diğer bir anlatımla, hedonik yiyecekler genellikle lezzet hedefiyle ilişkilendirilirken, faydacı yiyecekler sağlık hedefleriyle özdeşleştirilir. Şu hâlde hedef

çatışması, bireylerin hem lezzet hem de sağlık hedeflerini aynı anda gerçekleştirme isteklerinden kaynaklanır.

Bireyler, sağlıklı beslenmek istediklerinde lezzetten ödün vermek zorunda kaldıklarını hissedebilirler (Verbeke, 2008). Dolayısıyla tüketiciler yiyeceğin sağlıklı olmasıyla yiyeceğin lezzeti, doyuruculuğu, pahalılığı gibi nitelikler açısından bir değerlendirme yapma ihtiyacı duyar (Haws vd., 2016; Suher vd., 2015) ve hedef çatışması yaşar. Fakat, sağlık da besin seçiminde en az lezzet kadar önemli bir rol oynar. Ancak hedef çatışmasının olmadığı durumlarda (yani yemek hem sağlıklı hem lezzetli olarak görülürse) lezzet tutumu ve sağlıklı yemek seçimi arasında negatif bir ilişki gelişmeyebilir. Uzun ve kaliteli bir yaşam örüntüsü sağlıklı beslenme konusunda tüketicilerin tutumlarını şekillendirebilir ve bu tutumlar da yemek seçimlerini etkileyebilir (Saba vd., 2019). Mesela, Cheung vd. (2016) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, yüksek özdenetim seviyesine sahip bireylerin sağlıklı yiyecekleri daha lezzetli bulma eğiliminde oldukları belirtilmiştir. Dahası Choi ve Zu (2023) lezzetin sağlıklı yemek seçme niyeti üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu belirlemiştir. Yani, sağlıklı yiyeceklerin lezzetli olması bireyleri bu tür besinleri tercih etmeye teşvik edebilir ve lezzet tutumları sağlıklı yemek seçme niyetini olumlu yönde etkileyebilir. Bu kapsamda araştırmanın altıncı hipotezi aşağıda yer alan şekliyle oluşturulmuştur.

H₆= “Tüketicilerin lezzet tutumları, restoran bağlamında sağlıklı yemek seçme niyetlerini olumlu yönde etkiler.”

Öznel bilgi, bireyin edindiği deneyim, inanç ve çeşitli kaynaklardan elde ettiği, yiyeceklerin sağlamlığını değerlendirmeye yarayan kişisel bilgi birikimini ifade etmektedir. Yiyecek ilgilenimi ise bireyin yeni lezzetleri keşfetme, farklı yemek kültürlerini öğrenme arzusunu temsil eder ve genellikle lezzet ve yiyecekten alınan keyfe odaklanır (Caber vd., 2018). Öznel bilginin lezzet tutumunu etkilemesi beklenir, ancak bu etkinin düzeyi bireyin yiyecek ilgilenim seviyesine bağlı olarak değişkenlik gösterebilir. Yiyecek ilgilenimi yüksek bireylerde, öznel bilginin lezzet tutumuna etkisi daha güçlü olabilir. Çünkü bu kişiler yiyeceklerle karşı daha meraklı ve ilgili olduklarından, sağlamlık bilgilerini lezzet algılarıyla daha kolay bütünleştirebilirler.

Öte yandan yiyecek ilgilenimi düşük bireylerde, öznel bilginin lezzet tutumuna etkisi daha sınırlı olabilir. Bu kişiler yiyeceklerle karşı daha az ilgi duyduklarından, sağlamlık bilgilerini lezzet algılarıyla bütünleştirmede zorlanabilirler. Çünkü daha düşük düzeyde yiyecek ilgilenimine sahip bireyler öznel bilgileri ölçüsünde yiyeceğin lezzet gibi hedonik nitelikleri yerine erişebilirlik, fiyat ve sağlık gibi daha işlevsel niteliklerine odaklanabilirler (Merwe vd., 2024) ve bu da yemek deneyimlerinde lezzetin göreceli önemini azaltabilir.

Yiyeceklerin sağlıklı algılanması gıdaların besin değerlerini, sağlıklı beslenme normlarını ve genel olarak yiyeceklerin sağlık üzerindeki etkilerini değerlendirme sürecini ifade etmektedir (Jezovicova vd., 2016). Diğer bir deyişle, yiyeceklerin sağlıklı algılanması, tüketicilerin görsel, duyuşsal ve bilişsel değerlendirmelerini de kapsar ve genellikle yiyeceğin besleyici özellikleri, kalori içeriği, işleme düzeyi, doğallığı gibi unsurlara dayanmaktadır (Schomaker vd., 2022). Bu algı, kişinin genel beslenme bilinci, sağlık değerlendirmeleri ve besin seçimleriyle şekillenmektedir (Gravel vd., 2012).

Literatür taraması, yiyeceklerin algılanan sağlıklılığının bireysel bir kavram olduğunu ve kişiden kişiye değişebileceğini göstermektedir. Bu algıların bireylerin kişisel inançları, beslenme alışkanlıkları, sağlık bilinci ve yaşadıkları çevre gibi faktörlerden etkilendiği söylenebilir (Lesakova, 2018; Boustani ve Guine, 2020; Hassig vd., 2023). Bu çalışma kapsamında da yiyeceklerin sağlıklı algılanması, restoranda sunulan yemeklerin genel olarak ne kadar sağlıklı olduğuna ilişkin bireysel algılamalar şeklinde tanımlanmaktadır. Çünkü yiyecekleri sağlık açısından değerlendirebilen tüketiciler, bu becerilerini restoran bağlamında da kullanarak restoran yemeklerini sağlıklı olup olmadığına göre değerlendirebilir ve yemeklere ilişkin bir sağlıklılık algısı geliştirebilirler. Yüksek sağlık bilincine sahip bireylerin genellikle daha sağlıklı seçimler yaptığı ve düşük kalorili yiyecekleri tercih ettiği görülmüştür (Ellison vd., 2013). Yani, sağlık bilincine sahip bireyler, yiyeceklerin sağlık açısından önemini farkındadırlar (Gustaffson ve Sidenvall, 2002; Linan vd., 2019) ve yiyeceklerin sağlık yönlerine daha fazla odaklanmakta ve sağlıklı yiyecekler hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak istemektedirler (Mai ve Hoffmann, 2015). Örneğin, Uzdavinyte vd. (2019) tarafından gerçekleştirilen araştırmada sağlık bilincine sahip tüketicilerin yiyecekleri değerlendirirken besin değerleri, yağ ve şeker içeriği gibi sağlıkla ilgili özelliklerine odaklandıkları ve sağlık bilincinin tüketicilerin yiyecekleri sağlıklı algılamasını olumlu yönde etkilediği gösterilmektedir.

Koruma motivasyonu teorisi, sağlık bilinci ile yiyeceklerin sağlıklı algılanması arasındaki ilişkiyi açıklamada önemli bir katkı sağlar. Sağlık bilinci yüksek olan bireyler, genellikle sağlıkla ilgili tehditler konusunda daha bilinçli olma eğilimindedirler. Bu farkındalık ile bireyler yiyecekleri sağlıklı algıladığı ölçüde tehditleri ve bunlarla başa çıkma yollarını bilirler. Sağlıklı yiyecekleri tüketerek koruyucu davranışta bulunabilirler (Ryu vd., 2023). Böylece sağlık bilinci gelişmiş olan bireyler, restoran menülerindeki sağlıklı yemekleri ayırt edebilir ve sağlık bilinci düzeyleri doğrultusunda yiyecekleri sağlıklı algılayarak yemek seçim niyetlerini bu yönde şekillendirebilirler. Bu bağlamda, araştırmanın ilk hipotezi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

H₁= “Tüketicilerin sağlık bilinci, restoran bağlamında yiyeceklere ilişkin sağlıklılık algılarını olumlu yönde etkiler.”

Sağlık bilinci ve yiyeceklerin lezzet algılaması arasındaki ilişki, bireylerin yemek tercihlerini ve yeme davranışlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Lezzet algılaması, yiyeceğin tadı, aroması, dokusu, görünümü ve kokusu gibi faktörlerin bir araya gelmesiyle oluşur (Bawajeeh vd., 2020). Yani lezzet algılaması, genellikle yiyeceklerin duyuşal özelliklerine göre şekillenebilir (Hovard ve Yeomans, 2015). Bu algı, bireylerin yiyeceklerin tadını nasıl deneyimlediklerini ve bu deneyimi öznel olarak nasıl yorumladıklarını ifade eder (Dai vd., 2020). Sağlık ve lezzet arasındaki denge beslenme tercihlerini ve alışkanlıklarını değerlendirmede önemlidir. Bu denge, sağlıklı ve lezzetli yiyecekler arasındaki optimal noktayı temsil eder (Visschers vd., 2013). Araştırmalar, sağlık bilincine sahip bireylerin, sağlık bilinci düşük olanlara kıyasla sağlıklı yiyecekleri daha lezzetli bulduğunu göstermektedir (Jenny-Lee vd., 2013; Sajdakowska vd., 2019). Ancak toplumda yaygın olan "sağlıklı olan lezzetsizdir" inancı, sağlıksız yiyeceklerin daha lezzetli olduğu algısını beslemektedir (Raghuathan vd., 2006). Bu yaygın kanı, çocukluktan itibaren aile içindeki beslenme alışkanlıkları, medyanın etkisi, sosyal çevre ve kültürel faktörler gibi çeşitli unsurlarla şekillenmektedir (Tonnesen vd., 2022).

Sağlık bilincine sahip bireyler, yiyeceklerin sağlık yönleri konusunda bilgili oldukları ve gelecekteki sonuçlarını dikkate aldıkları için, sağlıklı yeme alışkanlıklarını sürdürmek amacıyla "sağlıklı=lezzetli" inancını geliştirebilirler (Dassen vd., 2015). Yani, yiyeceklerin sağlıklı algılanması ile lezzetli olarak algılanması arasında ters yönlü bir ilişki olması beklense de sağlık bilinci yüksek olan bireylerin sağlıklı yiyecekleri lezzetli olarak algılayabileceği bilinmektedir. Örneğin, Apadula ve Martins'in (2019) yürüttüğü bir araştırmaya göre, sağlık bilincine sahip tüketiciler sağlık hedefleri ile keyif arasında denge kurduklarında, sağlıklı yiyecekleri tercih etmekte ve bunların lezzetli olduğunu belirtmektedir. Bu durum, sağlık bilinci ile lezzet algılaması arasında ters yönlü bir ilişki olması zorunluluğunu ortadan kaldırır. Ancak, sağlık bilinci yüksek bireylerin yiyeceklerde öncelikle sağlıkla ilgili nitelikleri değerlendirmeye alması beklenir. Bu beklentilerin karşılanması durumunda yemeğin lezzeti değerlendirmeye alınır ve lezzetli bir yemek, sağlıklı olduğu sürece takdir edilir (Werle vd., 2013). Diğer bir deyişle, sağlık bilinci yüksek bireyler yiyeceklerin sağlığıyla birlikte lezzetine ilişkin niteliklerini (duyuşal özelliklerini) de değerlendirebildikleri ölçüde yemeklerin sağlıklı olup olmadığına ilişkin bir algı geliştirebilirler. Örneğin, Nadrica vd. (2020) tarafından yürütülen bir çalışma, bir yiyeceğin sağlıklı olduğuna inanmanın o yiyeceğin lezzetini artırabileceğini ortaya koymaktadır. Benzer

şekilde, Azlie vd. (2023) tarafından bir restoranda gerçekleştirilen araştırmaya göre, sağlık bilinci ile lezzet algısı arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Sağlık bilinci ve lezzet algılaması arasındaki ilişki koruma motivasyonu teorisi kapsamında değerlendirildiğinde, sağlık bilincine sahip bireylerin, yiyeceklerin sağlığa zarar verecek nitelikleri hakkında bilinç sahibi olduklarını düşündüklerinden ve bu tehditle başa çıkma davranışı geliştirebileceklerine inandıklarından (Kim vd., 2013) yiyeceğin lezzetine yönelik olumsuz bir algı geliştirmeleri beklenmez. Dolayısıyla sağlık bilinci yüksek bireylerin yemek seçimlerinde sağlığın yanı sıra lezzete de önem vererek sağlıklı beslenme ve lezzet arasında denge kurduğu söylenebilir. Bu kapsamda, araştırmanın ikinci hipotezi aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

H₂= “Tüketicilerin sağlık bilinci, restoran bağlamında yiyeceklerle ilişkin lezzet algılamalarını olumlu yönde etkiler.”

Bir restoranda yiyeceklerin duysal özellikleri (tadı, kokusu, dokusu, estetiği vb.) açısından lezzetli olması kadar, artık tüketicilerin daha sağlıklı olması yönündeki giderek güçlenen beklentileri de yemek seçim kararlarını etkilemektedir (Tsaur ve Lo, 2020). Bu bağlamda, sağlıklı algılanan yiyecekler müşterilere yemek deneyimi boyunca tatmin edici bir sağlık vaadi sunabilir ve tüketiciler, tüketmeyi düşündükleri yiyecekleri hem lezzet hem de sağlık açısından değerlendirmek isteyebilir (Balco vd., 2020). Bir yemek, sağlıklı niteliklerinden (düşük yağ, düşük kalori, yüksek lif, küçük porsiyon vb.) bağımsız olarak duysal özellikleri açısından da lezzetli bulunabilir (Banovic vd., 2021). Ancak aynı yemeğin, tüketici beklentileri doğrultusunda sağlıklı nitelikleri açısından da değerlendirilmesi ve sağlıklı olarak algılanması, lezzete ilişkin algının güçlenmesine neden olabilir. Örneğin, Smith vd. (2020) tarafından yapılan bir araştırmada, müşterilere sağlıklı yiyeceklerin hazırlanma sürecini anlatan hikayelerin, bu yiyeceklerin lezzet algısını olumlu yönde etkilediği gösterilmiştir. Benzer şekilde Huang vd. (2023) tüketicilerin ürünlerin sağlık yönlerini dikkate aldıklarında lezzetlerini de olumlu değerlendirdiğini tespit etmiştir.

Koruma motivasyonu teorisine göre, bireylerin yiyecekleri sağlıklı algılama deneyimleri arttıkça, koruma motivasyonları da güçlenir ve yiyeceklerin sağlıkla ilgili niteliklerine daha fazla değer verme eğilimi gösterirler. Bu durum, sağlıklı algılanan yiyeceklerin duysal özelliklerine ilişkin olumlu bir algının, lezzet algılamasını da güçlendirmesine yol açar. Birey, kendini tehdit altında hissetmediğinden, koruyucu yönde bir davranış değişikliği göstermez. Başka bir deyişle, yiyeceklerin sağlıklı algılanması, bireylerin sağlık endişelerini dikkate alarak daha sağlıklı yiyecekleri tercih etmelerine yardımcı olurken, sadece sağlıklarını koruma motivasyonu ile değil, aynı zamanda lezzet algılarıyla da hareket etmelerine olanak tanır. Sağlıklı yiyeceklerin lezzetli olması, bireylerin bu yiyecekleri tercih

etmelerinde önemli bir etken olabilir (Huang ve Wu, 2016). Yani, yiyecekleri sağlık yönünden algılayabilen bir birey, kendini tehdit altında hissetmez ve yiyecekleri lezzet açısından da değerlendirerek yemek seçiminde bulunabilir. Bu bağlamda, araştırmanın üçüncü hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur:

H₃= “Restoranlar bağlamında tüketicilerin yiyecekleri sağlıklı algılaması, onların yiyeceklerle ilişkin lezzet algılamalarını olumlu yönde etkiler.”

Sağlık bilinci yüksek bireyler, genellikle sağlıklı beslenme önerilerine uyumlu bir yaşam tarzı benimseme eğilimindedir. Diğer bir ifadeyle, sağlık bilinci yüksek bireyler sağlıklı tüketim davranışını sergileme konusunda yüksek motivasyon sahibi olurlar (Shin ve Mattilla, 2019). Bu amaçla, sağlıklı tüketim olanaklarıyla ilgili enformasyonu ararlar ve tüketime ilişkin seçeneklerini sağlıklı olma ölçütünü esas alarak değerlendirirler. Ve bu ölçütlere uygun yiyecekleri tüketmekten memnuniyet duyarlar (Shin vd., 2019). Bu çerçevede, sağlık bilinci, bireylerin yemek seçimlerini önemli ölçüde etkileyen bir faktör olarak görülmektedir (Huang vd., 2022).

Sağlık bilinci yüksek olan bireyler restoran bağlamındaki yemek deneyimleri sırasında da yiyeceklerin besin değerleri, kalori miktarı ve porsiyon büyüklüğü gibi sağlıkla ilgili niteliklerine özellikle dikkat ederler ve buna göre seçim ve tüketim yaparlar (Ellison vd., 2013; DiPietro vd., 2016). Hatta fast-food tarzı yiyecekleri sağlıksız bulma eğilimleri yüksektir (Hwang ve Cranage, 2010). Bu nedenle sağlık bilinci yüksek bireylerin bir yemeği tüketme niyeti yemeğin sağlıklı olması halinde güçlenebilir. Şu hâlde sağlık bilinci, restoranlarda tüketicilerin yemek seçimlerini (sağlıklı veya lezzetli bir yemeği tüketme niyeti gibi) etkileyen önemli bir faktör olarak görülebilir. Bu çalışmaya göre de sağlık bilinci bireylerin lezzetli veya sağlıklı olarak algıladıkları bir yemeği tüketme niyetini etkilemektedir. Çalışmanın dördüncü hipotezi aşağıdaki gibidir:

H₄= “Tüketicilerin sağlık bilinci, restoran bağlamında belli bir yemeği (lezzetli veya sağlıklı olarak sunulan) seçme niyetlerini olumlu yönde etkiler.”

Tüketiciler sağlıklı beslenme konusunda giderek bilinçlenerek buna uygun seçimler yapmaya özen göstermektedir. Seçimlerini etkileyen faktörler arasında yiyeceklerin sağlıklı olması, geçmiş deneyimler, fiyat, sosyo-ekonomik durum, yiyeceğe ilişkin bilgi ve tanıtım mesajları yer almaktadır (Alsubhi vd., 2022). Bunların yanı sıra ve kimi hallerde daha etkili olmak üzere yiyeceklerin sağlıklı algılanması, tüketicilerin yemek seçiminde önemli bir rol oynayabilmektedir.

Bunun farkında olan restoranlar da rekabetçi kalabilmek ve tüketici beklentilerini karşılayabilmek amacıyla konum, yemek çeşitliliği ve kalitesi, hizmet kalitesi, atmosfer ve

fiyat gibi öne çıkan özelliklerini geliştirmenin yanı sıra yerel ve doğal yiyeceklerden oluşan sağlıklı yöntemlerle hazırlanan menü öğeleriyle daha sağlıklı menüler sunmaya çalışmaktadır (Leong vd., 2023). Tüketiciler de menülerdeki sağlıklı yemekleri ayırt etmek için yiyeceklerin ne kadar sağlıklı olduğuna ilişkin bir algı geliştirmek amacıyla, yemeklerin sağlıkla ilgili niteliklerini (taze malzeme kullanımı, sağlıklı pişirme yöntemleri, dengeli tatlar vb.) değerlendirmekte ve bir restoranın ne ölçüde sağlıklı menüler sunduğunu anlayarak (Jun vd., 2014) restoran ve yemek seçimlerini bu anlayışa göre yapmaktadırlar. Böylece, tüketicilerin restorandaki yemeklere ilişkin sağlıklılık algısı, lezzetli veya sağlıklı bir yemeği ayırt etmelerini ve bunlardan birini seçme niyetlerini etkilemektedir. Bu kapsamda araştırmanın beşinci hipotezi aşağıdaki gibidir:

H₅= “Restoranlar bağlamında tüketicilerin yiyecekleri sağlıklı algılaması, belli bir yemeği (lezzetli veya sağlıklı olarak sunulan) seçme niyetlerini olumlu yönde etkiler.”

Tüketicilerin restoran bağlamında, tüketicilerin yemek seçimlerinde öncelikli olarak değerlendirdikleri faktörlerden biridir (Kim vd., 2013). Bir yiyeceğin/yemeğin lezzetli olarak algılanması, tüketilme olasılığını artırır (Huang ve Liu, 2016). Literatürde, yemek seçiminde lezzet algısının rolü incelenirken, bu sürecin duyuusal deneyimler, bilişsel faktörler ve toplumsal etkileşim gibi çeşitli unsurların bir araya gelmesiyle tüketicilerin belirli yiyecekleri tercih etme eğilimlerini şekillendirdiği vurgulanmaktadır (Gillebaart vd., 2015; Plotka vd., 2019; Krishna ve Elder, 2019). Son yıllarda sağlık da yiyecek/yemek seçiminde önemli bir faktör haline gelmiştir. Ancak tüketiciler zaman zaman lezzet ve sağlık arasında bir ikilem yaşayabilmektedir (Haasova ve Florack, 2019).

Hedef çatışma teorisi, bu çelişkiyi açıklamakta teorik bir zemin oluşturmaktadır. Teoriye göre, bireyler sağlıklı ve lezzetli yemek seçeneklerini seçme konusunda bir tür çatışma yaşamaktadır (Stroebe vd., 2013). Belei vd. (2012) tarafından yapılan araştırma sağlık iddiaları içeren ürünlerin (fonksiyonel yiyecekler) tüketicilerin sağlık hedeflerini desteklediğini, ancak diğer yandan zevk ve keyif arayışlarıyla bir çatışma yaratabileceğini öne sürmüştür. Gillebaart vd. (2015) tarafından hedef çatışması teorisi kullanılarak gerçekleştirilen bir araştırma yüksek özdenetime sahip bireylerin sağlıklı ve sağlıksız yiyeceklerle karşı tepkilerinde, sağlık hedefleri ve anlık zevk arasında denge kurabildiklerinde sağlıklı yemek seçme niyeti gösterdiklerini ortaya koymuştur. Hedef çatışma teorisi, bireylerin sağlıklı yiyecekleri genel olarak tatmin edici bulmadıklarında bu çatışmanın artacağını öngörmektedir (Stroebe, 2008b).

Sağlıklı yemeklerin lezzetsiz olabileceği yönündeki yaygın inanç nedeniyle, lezzeti daha çok önemseyen tüketicilerin sağlıklı yiyecekleri seçme eğiliminin zayıflayacağı

düşünülmektedir (Mai ve Hoffmann, 2015; Paaki vd., 2022). Bu durum, tüketicilerin sağlık ve lezzet algılarını etkileyen çeşitli faktörler arasındaki etkileşimi ortaya koymaktadır. Bu etkileşim, özellikle restoran bağlamındaki yemek seçimlerinde belirgin bir şekilde gözlemlenmektedir. Bu bağlamda, bireyler sağlık ve lezzet hedefleri arasında bir denge kurmaya çalışırken, besinleri sadece besleyici özellikleriyle değil, aynı zamanda lezzetli ve keyifli olmalarıyla da ilişkilendirmek istemektedir (İlbay, 2021; Liu, 2023). Bu durum, bir tür iç çatışmaya yol açabilirken, bireyler aslında çatışmasız bir yemek seçimi yapmak istemektedirler. Örneğin, Kim vd. (2013) tarafından restoranlarda yapılan bir araştırmada, restoranda sunulan besinlerin sağlıklı algılanmasının bireylerde olumlu duygusal tepkiler uyandırdığı ve besinlerin daha lezzetli algılanmasına katkı sağladığı gösterilmiştir. Bu durum, tüketicilerin sağlık ve lezzet arasında bir denge kurmalarına yardımcı olurken, restorandaki yemeklerin lezzetine ilişkin algı, tüketicilerin lezzetli veya sağlıklı yemek seçme niyetini etkiler. Yani, tüketiciler yemekleri sadece sağlıklı olmalarıyla değil, aynı zamanda lezzetli ve keyifli olmalarıyla da değerlendirmektedir. Bu kapsamda, araştırmanın altıncı hipotezi aşağıdaki gibidir:

H₆= “Restoranlar bağlamında tüketicilerin lezzet algılaması belli bir yemeği (lezzetli veya sağlıklı olarak sunulan) seçme niyetlerini olumlu yönde etkiler”.

Yiyeceklerin sağlıklı algılanması ve lezzet algısı arasındaki ilişki, tüketicilerin yemek tercihlerini şekillendiren temel bir dinamiktir. Restoran menüsündeki yemeklere ilişkin beslenme ve sağlıkla ilgili sunulan bilgiler ile tüketicilerin bilişsel ve duygusal süreçlerini etkileyerek sağlıklı veya lezzetli algılamalarını belirli bir yönde şekillendirebilir (Garaus vd., 2023). Tüketiciler, yemeklerin sağlıklı olduğunu düşündüğünde ve kendilerine sağlıklı bir yemek seçeneği sunulduğunda, yemeklerin sağlıklı algılanmasının lezzet algılaması üzerinde olumlu bir etkisi olur ve tüketiciler sağlıklı yemekleri de lezzetli olarak algırlar (Saba vd., 2019; Haasova ve Florack, 2019). Ancak, tüketicilerin yemeklerin sağlamlığına ilişkin algısı çok güçlü olmadığında ve kendilerine lezzetli olduğu bilinen bir yemek seçeneği sunulduğunda, yemeklerin sağlığına ilişkin algıları zayıflarken, lezzet algılamaları güçlenebilir (Finkelstein ve Fishbach, 2010; Thomas vd., 2021). Bu farklılıklara yol açan faktörün, algılama (sağlıklı-lezzetli) ve uyaran (yemeğin lezzetli ve sağlıklı olması) arasındaki uyum olduğu söylenebilir (Belei vd., 2012; Haws vd., 2016; Lin vd., 2016; Briers vd., 2020). Öte yandan, yiyeceğin hem lezzetli hem de sağlıklı algılanması, tercih edilme olasılığını artırabilir (Werle vd., 2013), ancak genellikle sağlıklı yiyeceklerin lezzetsiz olduğu algısı (Garaus vd., 2023), bu uyumun bozulmasına ve içsel bir çatışmanın ortaya çıkmasına neden olabilir (Gillebaart vd., 2015). Bu bağlamda, bireylerin sağlıklı yiyecekleri ne kadar lezzetli

ve lezzetli yiyecekleri ne kadar sağlıklı buldukları, tercihlerini belirlemede önemli bir etkiye sahiptir. Bu doğrultuda, araştırmanın son hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur:

H₇= “Restoranlar bağlamında tüketicilerin yiyecekleri sağlıklı algılaması ile lezzet algılaması arasındaki ilişkide sağlıklı veya lezzetli yemek uyarısının sunulması düzenleyici bir etkiye sahip olacaktır.”

3.2. Araştırma Alanı

Çalışmanın bağlamı olarak kaliteli hizmet sunan fine-dining restoranlar seçilmiştir. Bağlamı örneklendirmek üzere Antalya’da faaliyette bulunan ve kaliteli hizmet sunan bir restoranın menüsü ve atmosferi ile ilgili nitelikler ele alınmaktadır. Sağlık ve lezzet, insanların yemek seçimlerinde temel birer faktördür ve günümüzde bu ikisi fine-dining restoranlarda da önemsenmektedir. Son zamanlarda yapılan araştırmalarda sağlık ve lezzet arasında bir dengeyi sağlamanın mümkün olduğunu göstermektedir (Werle vd., 2013; Haasova ve Florack, 2019) ve bu doğrultuda fine dining restoranlarının da sağlık açısından daha dengeli yemekler sunma potansiyeline sahip olduklarına dair artan bir farkındalık vardır. Aslında bu restoranlar genellikle taze ve kaliteli malzemeler kullanarak yemek hazırlarlar ve pişirme teknikleri konusuna önem verdikleri belirtilmektedir (Harrington vd., 2011).

Şu hâlde fine-dining, genellikle özenle hazırlanan yemekler, özel servis ve lüks bir atmosferle ilişkilendirilen kaliteli bir yemek deneyimini içermektedir (Har, 2008). Bu tür restoranların şefleri yaratıcı ve çekici yemekler hazırlama konusunda deneyimlidir. Sunulan yemekler, yenilikçi olmalarıyla ve lezzetleriyle ön plana çıkmaktadır (Rush, 2006). Menü oluşturulurken, fizyolojik ihtiyaçların ötesinde gastronomik olarak sembolik, çekici ve zarif yemek sunumlarına önem verilmektedir (Fatouhinia-Yepes, 2013; Spang, 2020). Fine-dining restoranların servis personeli, müşterilere üstün hizmet sunma konusunda eğitilmiş, güler yüzlü ve bilgilidir (Harden, 2007). Bu restoranlarda misafir deneyimi önceliklidir. Misafirler kapıdan karşılanarak masalarına kadar eşlik edilir (Taneri, 2020). Fine-dining restoranlar, benzersiz yemek sunumları ve kaliteli hizmetleriyle müşterilerin duygularını harekete geçirerek beklentilerini karşılar ve keyifli bir yemek deneyimi sunar (Wall ve Berry, 2007; Kaya, 2022).

Bu çalışmada örnek olarak seçilen restoranın menüsü, Akdeniz mutfağının zengin lezzetlerini yansıtan çeşitli yemekler sunmaktadır. Menüdeki her bir yemeğin kalori, protein, karbonhidrat, yağ, lif, toplam yağ ve tuz içerikleri titizlikle hesaplanarak besin değerleri açısından kapsamlı bir şekilde değerlendirilmekte ve bu bilgiler tüketicilere menü ile sunulmaktadır. Bunun sayesinde müşteriler sağlıklı yemek seçimlerini değerlendirirken

yemeklerin besin değerlerini de dikkate alabilmektedir. Bu örnek esas alınarak araştırma kapsamındaki katılımcılara, fine-dining restoranın özelliklerini ve menüsünü içeren bir senaryo sunulmuştur (Ek 1, Ek 2). Bu senaryo, katılımcıların restoranın ambiyansını, hizmet kalitesini ve menü seçeneklerini zihinlerinde canlandırmalarına yardımcı olarak, gerçekçi bir fine-dining deneyimi bağlamında sağlık bilinci, öznel bilgi, sağlıklı yiyecek algısı, lezzet algısı ve tutumları ile sağlıklı yemek seçimi arasındaki ilişkileri değerlendirmelerine olanak sağlamaktadır.

3.3. Ölçüm Aracı

Ölçüm aracının içeriği, katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini ve yemek tüketim davranışlarını değerlendirmeye yönelik çeşitli ölçekler ve sorular içermektedir. Sosyo-demografik ölçekler, yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, gelir, dışarıda yemek yeme sıklığı ve kronik rahatsızlık durumu gibi demografik bilgilerini toplamak amacıyla tasarlanmıştır. Yemek tüketim davranışlarına ilişkin sorular, katılımcıların sağlık bilinci ile yemek tüketim davranışlarını çeşitli açılardan değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu sorular, lezzet tutumu ve algılaması, öznel bilgi düzeyleri, yiyeceklerin sağlıklı olarak algılanması ve yiyeceklere olan ilgilenim gibi farklı boyutları kapsamaktadır.

3.3.1. Ölçeklerin Seçilmesi

Araştırma modelinde yer alan değişkenlerin ölçümü için uygun ölçeklerin belirlenmesi amacıyla geniş kapsamlı bir literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, gastronomi ve mutfak sanatları alanında deneyimli öğretim elemanlarından destek alınmıştır. Bu taramada, değişkenlerin ölçülmesi için kullanılan ölçeklerin özellikleri, geçerlilik ve güvenilirlik düzeyleri incelenmiştir. Ölçeklerin belirlenmesi sürecinde, mevcut literatürdeki önceki çalışmaların incelenmesi ve bu alanda daha önce kullanılmış olan ölçeklerin değerlendirilmesi önemli bir yer tutmaktadır (Alpar, 2020). Bu literatür taraması, ölçeklerin geçerliliğini destekleyecek bilgilerin sağlanmasının yanı sıra, araştırmanın kuramsal temelini oluşturarak bilimsel bir zemin sağlamaktadır (Field, 2009). Sonuç olarak, bu çalışma araştırma modelinde kullanılacak ölçeklerin belirlenmesinde hem literatür taraması hem de uzman görüşlerinden elde edilen bilgilerin birleştirilmesi yoluyla içerik geçerliliğini sağlamıştır. İki farklı ampirik çalışmada araştırma modellerinde yer alan değişkenlerin ölçümünde aşağıdaki ölçekler kullanılmıştır:

Sağlık bilinci: Bu ölçek, genel olarak insanların sağlıklı davranışlara yönelik eğilimlerini belirlemek amacıyla geliştirilmiştir. Hong (2009) tarafından tasarlanan bu ölçek, 11 madde içeren ve sağlık bilinci üç temel boyutta (sağlık motivasyonu, farkındalığı ve sorumluluğu)

ele alan bir ölçme aracıdır. Sağlık motivasyonu bireyin sağlığına yönelik ilgi ve çaba düzeyini, sağlık farkındalığı bireyin çevresindeki sağlıkla ilgili durumları tanıma yeteneğini ve sağlık sorumluluğu da bireyin kendi sağlığına karşı sorumluluk duygusunu değerlendiren temel bileşenlerdir. Her iki ampirik çalışmada da bu ölçeğin tercih edilmesindeki neden Hong'un (2009) ölçeğinin bireylerin sağlık davranışlarını üç boyut üzerinden çok yönlü bir şekilde ele almasıdır. Ölçek, Özden (2019) tarafından Türkçeye çevrilmiş ve yüksek lisans çalışmasında geçerlik ve güvenirlik testlerinden geçirilmiştir. Bu nedenle, araştırmada doğrudan Türkçe versiyonu kullanılmıştır. Bu sürecin ardından ölçekte yer alan ifadelerin anlaşılabilirliği için turizm ve özellikle mesleki eğitimle ilgili çalışma yapan 12 akademisyenden ölçeği incelemeleri ve değerlendirmeleri istenmiştir. Değerlendirmeler yüz yüze gerçekleştirilmiş olup ifadelerin anlaşılabilirliği sınanmıştır. Ardından ölçeğin nihai haline karar verilmiştir. Son aşamada ise alanında uzman 18 akademisyen ve dışarıda sıklıkla yemek yiyen 4 katılımcıyla yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilerek ölçekteki ifadelerin anlaşılabilir olup olmadığı konusunda görüşleri alınmıştır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda, ölçekte yer alan birkaç ifade daha anlaşılır hale getirilmiş ve ölçeğin nihai haline karar verilmiştir. Tüm bu aşamaların sonucunda sağlık bilinci ölçeği 11 ifadeyle araştırmada yer almıştır. Sağlık bilincinde yer alan ifadeler SB (SB1-SB11) şeklinde kodlanmıştır. Çeviri değişmezliğine ilişkin bilgiler Ek 3'te yer almaktadır.

Öznel bilgi: Birinci ampirik çalışma için öznel bilgi ölçeği, Lee (2013) tarafından hazırlanan doktora tezinin “Restoran tüketicilerinin beslenme bilgilerini kullanmaya yönelik niyetlerinin menü öğeleri seçimine etkisi” bölümünden alınmıştır. Öznel bilgi ölçeği, tüketicilerin restoranlarda sağlıklı menü öğelerini seçme ve tüketme yetkinliklerini ölçmek üzere geliştirilmiştir. Bu değerlendirme, bireyin restoranlarda sağlıklı menü öğelerini seçme konusundaki zorluk algısını (Sizce restoranlarda sağlıklı menü öğelerini seçmek ne derece zordur?), kendine olan güveni (İstediginizde restoranlarda sağlıklı bir öğün yiyebileceğinizden ne kadar eminsiniz), sorumluluk duygusunu (Restoranlarda sağlıklı menü öğelerini yemeye karar vermek benim sorumluluğumdur), kontrol algısını (Restoranlarda sağlıklı menü öğelerini seçmek ne kadar kontrolünüz olduğunu düşünüyorsunuz?), fiyat ve bulunabilirlik faktörlerini içermektedir (Fiyatı ve bulunabilirliği dikkate aldığınızda restoranlarda sağlıklı menü öğelerini yiyip yememenin bana bağlı olduğunu düşünüyorum). Dolayısıyla, çalışmanın amacıyla uyumlu bir şekilde, tüketicilerin menüdeki seçeneklere karar verirken kendilerini ne kadar bilgili ve becerili hissettikleri ve beslenme bilgilerini ne ölçüde dikkate aldıklarını anlamak için kullanılmıştır. Lee'nin (2013) çalışması, ölçeğin geçerliliğini ve güvenilirliğini sağlamış olmasıyla da dikkat çekmektedir. Bu nedenle ölçek, çalışmanın

amaçlarına uygun, güvenilir ve geçerli bir ölçme aracı niteliklerini taşımaktadır. Ölçeğin orijinal dili İngilizce olduğu için aşağıda ayrıntıları anlatılan çeviri değişmezliği sınanmıştır. Elde edilen sonuçlar neticesinde ölçekte yer alan birkaç ifade daha anlaşılır hale getirilerek düzeltilmiş ve ölçeklerin nihai haline karar verilmiştir. Öznel bilgi ölçeğinde yer alan ifadeler OZN1 ile OZN6 arasında değişen sayılarla kodlanmıştır. Çeviri değişmezliğine ilişkin bilgiler Ek 3'te yer almaktadır.

Yiyeceklerin sağlıklı algılanması: İkinci ampirik çalışma için yiyeceklerin sağlıklı algılanması ile ilgili ölçek Kim vd. (2013) tarafından Kore'deki orta-lüks restoranlarda yemeklerin algılanan sağlıklılığı, algılanan değer, memnuniyet ve yeniden ziyaret etme niyetleri arasındaki ilişkileri incelemek için yürütülen bir çalışmadan alınmıştır. Bu çalışmaya göre yiyeceklerin sağlıklı algılanması restoranda sunulan yiyeceklerin sağlıklı olup olmadığıyla ilgili değerlendirmeleri içerir. Bu değerlendirmeler restoranın dengeli beslenme olanağı sunması, hafif (düşük kalorili) yiyecek seçenekleri sunması, taze, doğal ve organik malzemeler kullanması gibi faktörlere dayanmaktadır. Söz konusu ölçek altı maddeden oluşmaktadır ve tek boyutludur. Ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik testlerinden geçirilmiş olması, tercih edilmesinde önemli bir faktördür. Ölçeğin orijinal dili İngilizce olduğu için çeviri değişmezliği sınanmıştır (Ek 3).

Sağlıklı yemek seçme niyeti: Birinci ampirik çalışma için kullanılan bu ölçek, Kim vd. (2018) tarafından geliştirilmiş olup, restoran müşterilerinin sağlıklı yemek seçme eğilimlerini ölçmeyi hedeflemektedir. Bu amaçla tüketicilerin restoranlarda sağlıklı menü seçimleri yapmaya yönelik niyetleri, istekleri, çabaları ve planlarına ilişkin değerlendirmeleri ölçülmektedir. Ölçek dört maddeden oluşmaktadır ve tek boyutlu bir yapıya sahiptir. Orijinal ölçek İngilizce olduğundan, çeviri değişmezliği sınanmıştır (Ek 3). İlgili ölçekteki ifadeler "YTN1 VE YTN4" şeklinde kodlanmıştır.

Yiyecek ilgilenimi: Birinci ampirik çalışma için kullanılan bu ölçek, Brunso vd. (2021) tarafından yapılan “Yiyecek İlgili Yaşam Tarzının Temel Boyutları: Yiyecek İlgilenimi, İnovasyon ve Sorumluluğu Ölçmede Yeni Bir Araç” isimli çalışmadan uyarlanarak alınmıştır. Ölçeğin amacı bireylerin yaşamlarının genelinde yiyeceklere yönelik ilgi ve tutumlarını değerlendirmektir. Brunso vd. (2021), 3396 kişiden toplanan veriler üzerinde çalışarak 15 maddeden oluşan bir *Yiyecek İlgilenimi Ölçeği* geliştirmiştir. Ölçek yiyecek ilgilenimi, yiyecek inovasyonu ve yiyecek sorumluluğu olmak üzere üç alt boyuttan oluşmaktadır. Yiyecek ilgilenimi tüketicilerin yemeğe önem atfetme düzeyleri, lezzetli yemekleri tercih etme eğilimleri, yeme-içme aktivitelerini bir mutluluk kaynağı olarak görmeleri ve sosyal hayatlarının önemli bir parçasının yemek yeme olduğu algısını ölçmektedir. Ölçeğin

geçerliliği ve güvenilirliği test edildiğinden bu araştırma için de uygundur. Orijinal ölçek İngilizce olduğundan bu araştırma için diğer ölçeklerde uygulanan prosedürler tekrar edilmiştir (Ek 3). İfadeler YIYILG1 ve YIYILG5 şeklinde kodlanmıştır.

Lezzet tutumu: Birinci ampirik çalışma için tüketicilerin yaşamlarının geneline yaygın bir eğilim olarak lezzet tutumlarını değerlendirmek üzere Roininen (2001) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Roininen'in (2001) çalışmasının amacı bireylerin yemek yeme tutumlarında sağlık ve lezzet faktörlerinin etkisini anlamaktır. Bu kapsamda araştırmada sağlık ve lezzetle ilgili toplamda altı boyut yer almaktadır. Ele alınan boyutlardan biri keyiftir. Bu boyut, mevcut tez çalışmasının odaklandığı lezzet tutumuna ilişkin uygun ve anlamlı bir içeriği yansıttığı için seçilmiştir ve toplamda 6 ifadeden oluşmaktadır. Ölçek ile yemeğin görünümü, tadı ve lezzeti açısından tüketicinin hayatının farklı dönemlerinde ne kadar keyif verici ve önemli bulunduğuna ilişkin bir ölçüm yapılabilmektedir. Ölçekte lezzetle ilgili olarak tüketicilerin genel lezzet tutumları, yemeğin estetik görünümüne verdikleri önem (Yemeğin görünümü benim için önemlidir), yemek tüketiminde tat deneyimi (Yemek yerken yemeğin tadını çıkarmaya odaklanıyorum), yemeklerin keyif kaynağı olması konusundaki inançları (Yemeğin her zaman için keyif kaynağı olması gerektiğine inanmıyorum, lezzetli yemekler benim için önemlidir) değerlendirilmektedir. Bu ölçek, Kang vd. (2015), Tudoran vd. (2009) gibi yazarların çalışmalarında da kullanıldığından ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliği defalarca test edilmiştir. Ölçeğin orijinal dili İngilizce olduğu için çeviri değişmezliği sınanmıştır (Ek 3). Bundan sonraki aşamada ifadeler LT1 ve LT6 şeklinde kodlanmıştır.

Lezzet algılaması: İkinci ampirik çalışma için seçilen lezzet algılaması ölçeği, Sang ve Yang (2019) tarafından restoran işletmelerinde restoranın ismi ve rengi gibi niteliklerin tüketicilerin lezzet algılamalarına etkisini belirlemek için yürütülen bir çalışmada kullanılan dört maddeden oluşan tek boyutlu bir ölçektir. Lezzet algılaması, restoranda sunulan yemeklerin genel olarak lezzetiyle ilgili ifadeleri içerir. Bu ifadeler arasında restorandaki yemeklerin lezzetli olması, tat açısından zengin olması, iştah açıcı olması ve keyif verici olması gibi özellikler bulunmaktadır. Ölçeğin orijinal dili İngilizce olduğu için çeviri değişmezliği sınanmıştır. Ardından yüz yüze gerçekleştirilen pilot çalışmada tüm ifadeler anlaşılır bulunduğundan da herhangi bir düzenlemeye gidilmemiştir. Ölçeğe ait ifadeler LA1 ve LA4 şeklinde kodlanmıştır.

Yemek seçme niyeti ölçeği: İkinci ampirik çalışmada kullanılan bu ölçek Seo vd. (2013) ve Ting vd. (2017) tarafından yapılan çalışmalardan alınarak uyarlanmıştır. Orijinal ölçeğin amacı, tüketicilerin gelecekte etnik yiyecekleri tüketme niyetlerini değerlendirmektir. Seo vd.

(2013) yabancı turistlerin Güney Kore'yi ziyaretleri sırasında yerel yiyeceklerle olan deneyimleri ve bunlara aşinalıklarının yerel yiyecek tüketme niyetleri üzerindeki etkisini incelemiştir. Bu çalışmadaki çeşitli ölçeklerde yer alan ifadeler katılımcıların Kore mutfağına yönelik tutumlarını ve gelecekte bu mutfağı deneme niyetlerini yansıtmaktadır. Ting vd. (2017) ise Malezyalıların Dayak mutfağı tercihlerini ve bu tercihlerin tüketim niyetleri üzerindeki etkilerini incelemiştir. Bu çalışma, etnik yiyeceklerin tüketim niyetleri üzerindeki etkisini anlamaya odaklanmıştır. Ölçek, tüketicilerin Dayak mutfağını tüketme planlarını, beklentilerini ve yakın gelecekte deneme niyetlerini değerlendirmek için kullanılmıştır. Bu tez çalışmasında ise tüketicilerin sağlıklı veya lezzetli olarak sunulan yiyecekleri seçme niyetini değerlendirmek için iki ölçekteki ifadelerden yararlanılarak *Yemek Seçme Niyeti* ölçeği oluşturulmuştur. Bu sayede katılımcıların kendilerine uygun olarak sunulan lezzetli veya sağlıklı yemeği gelecekte tüketmeye ilişkin niyeti ve istekliliği belirlenmeye çalışılmıştır. Orijinal ölçekler İngilizce olduğundan, bu araştırma için diğer ölçeklerde uygulanan çeviri ile ilgili prosedürler tekrar edilmiştir (Ek 3). Nihai haline karar verilen ölçekte ifadeler “YS1 ile YS3” arasında kodlanmıştır.

Demografik özellikler ve yemek tüketim davranışı: Tüketicilerin demografik özellikleri, genellikle cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve gelir seviyesi gibi değişkenler aracılığıyla ölçülmektedir. Bunun yanı sıra, tüketicilerin yeme alışkanlıkları da dikkate alınarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, dışarıda yemek yeme sıklığı ve yiyeceklerle karşı alerji durumu gibi ölçümler tüketicilerin beslenme tercihleri ve tüketim alışkanlıkları hakkında önemli bilgiler sağlamaktadır. Bu nedenle ölçüm aracında bu yönde sorulara da yer verilmiştir.

3.3.2. Ölçek Türünün Belirlenmesi

Ölçeklerin belirlenmesinin ardından, ilgili değişkenlerin ölçümünde kullanılacak ölçek türünün seçilmesi kritik bir aşamadır. Bu aşama belirlenen ölçeklerin nitelikleri, ölçüm özellikleri ve amaçları doğrultusunda bilinçli bir seçim sürecini gerektirir. Ölçek türünün belirlenmesinde, nominal, ordinal, interval veya oran ölçek türleri arasından, ölçümlerin doğası ve araştırmanın gereksinimlerine uygun olarak bilinçli bir seçim yapılmalıdır (Kozak, 2017). Bu çalışmada, ölçüm aracı olarak Likert tipi bir derecelendirme tercih edilmiştir. Likert ölçeği, katılımcıların belirli ifadelerle ne ölçüde hemfikir olduklarını değerlendirmek amacıyla kullanılan bir ölçüm aracıdır. Likert ölçekleri genellikle katılımcıların görüşlerini belirlemek üzere 1'den 5'e kadar değişen beş yanıt kategorisi içerir; 5 "kesinlikle katılıyorum"u, 1 ise "kesinlikle katılmıyorum"u ifade eder. Orta noktada yer alan 3 numaralı

kategori ise genellikle "nötr" bir yanıtı temsil eder (Jamieson, 2004). Bu araştırma kapsamında kullanılan ölçekler orijinal hallerinde 5'li Likert tipi derecelendirme olduğundan, araştırmada da aynı şekilde kullanılmasının daha doğru olacağına karar verilmiştir. Ölçekte yer alan ifadeler, katılımcıların 1 (Kesinlikle Katılmıyorum) ile 5 (Kesinlikle Katılıyorum) arasında yanıt vermeleri beklenmektedir.

3.3.3. Ölçeklerin Çeviri Değişmezliği

Ölçüm aracının ana dilinden farklı bir dile tercüme edilirken, çevirideki tutarlılığın ve değişmezliğin sağlanması önemlidir. Bu süreçte ölçüm aracındaki ifadelerim, anlamı ve ölçümle ilgili özellikleri orijinal dilinden kaynak diline doğru bir biçimde aktarılmalıdır (Tanrıku, 2017; Schogler, 2018). Bu tez çalışması kapsamında kullanılan ölçeklerin tercüme sürecinde evrensel kabul gören çeviri-geri çeviri yöntemi temel alınarak çeviri değişmezliğini sağlama çabası gösterilmiştir (Yılmaz, 2022; Cheung vd., 2023). Bu bağlamda, ölçeklerin kullanıldığı dil ile hedef dil arasında en yüksek dilbilgisi doğruluğunu, kavramsal uygunluğu ve kültürel eşdeğerliği sağlamak amacıyla sistemli bir çeviri süreci uygulanmıştır (Li, 2018). Çeviri aşamasında, tercümanlar arasında etkileşimli bir geri bildirim süreci benimsenmiş ve tercüme edilen ölçeklerin orijinal dildeki anlam, niyet ve ölçme özelliklerini korumaya özen gösterilmiştir. Bu yöntem, çalışmanın güvenilirliğini ve geçerliliğini artırmak için tercih edilen bir yaklaşım olmuştur, çünkü ölçeklerin sağlıklı bir şekilde tercüme edilmesi, çalışmanın sonuçlarının doğruluğu üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu çerçevede, çeviri-geri çeviri yönteminin ölçeklerin bilimsel araştırmalarda kullanımında güvenilirliği ve geçerliliği sağlamak için benimsenen önemli bir strateji olduğu söylenebilir (Alpar, 2020).

Yiyeceklerin sağlıklı algılanması, öznel bilgi, lezzet algısı ve tutumu, yiyecek ilgilenimi, sağlıklı yemek seçim niyeti ve yemek seçimi değişkenlerinin ana dili İngilizce olduğu için ilk olarak ölçekler Türkçe ve İngilizce bilen alanında uzman bir akademisyen tarafından Türkçe'ye çevrilmiştir. Daha sonra ilgili çevirilerin anlaşılabilirliği alanında uzman 12 akademisyen tarafından kontrol edilmiştir. Çeviriler arasında tutarlılığın sağlanmasının ardından bir sonraki aşama olan Türkçe-İngilizce çeviri aşamasına geçilmiştir. Geri çeviri aşamasında tekrar alanında uzman olan ve her iki dile de hâkim olan bir akademisyen tarafından İngilizceye çevrilmiştir. Çeviri aşamalarının tamamlanmasının ardından, ölçek ifadelerinin anlaşılabilirliğini değerlendirmek üzere gastronomi ve mutfak sanatları, turizm işletmeciliği ve yabancı diller alanında uzman olan 12 akademisyene başvurulmuştur. Bu uzmanlar tarafından yapılan değerlendirmeler sonucunda, gerekli düzenlemeler yapılarak

ölçeklerin çeviri değişmezliği sağlanmıştır. Buna göre yapılan düzenlemeler ile ilgili detaylı bilgiler Ek 3'te yer almaktadır.

3.3.4. Soru Formunun Tasarımı

Araştırmada kullanılacak ölçeklerin belirlenmesi ve bu ölçeklerin çeviri sürecindeki tutarlılığının sağlanmasının ardından, veri toplama yöntemi olarak soru formlarının çevrim içi olarak dağıtılıp toplanmasına dayalı olarak anket tekniği tercih edilmiştir. Bu tercih, katılımcılardan alınacak bilgilerin etkin bir şekilde toplanması ve araştırma amacına uygun verilerin elde edilmesi amacıyla yapılmıştır. Her iki ampirik çalışma için de soru formları çevrimiçi olarak dağıtılıp toplamaya uygun şekilde hazırlanmıştır.

3.3.4.1. Çevrimiçi Soru Formu

Çevrimiçi soru formlarının kullanımının yaygınlaşması, farklı katılımcı gruplarına erişim sağlama ve anket uygulama süreçlerini daha etkili bir biçimde yönetme imkânı sunmaktadır (Rea ve Parker, 2015). Bu yöntem çeşitli demografik özelliklere sahip bireyleri çevrimiçi ortamda bir araya getirme ve veri toplama sürecini daha geniş kitlelere yayma olanağı sunmaktadır. Aynı zamanda, soru formlarının çevrimiçi olarak uygulanması katılımcılara esnek bir katılım imkânı tanıyarak araştırmaya katılım oranlarını artırabilir ve bu da elde edilen verilerin geçerliliğini artırabilir (Fricker ve Rand, 2002).

Web tabanlı anketleri araştırmacılar için çekici kılan birçok özellik bulunmaktadır ve bunların en yaygın olanı maliyet avantajıdır. Web tabanlı anketler genellikle daha düşük maliyetlidir, bu da büyük katılımcı gruplarına ulaşma, alt grupları analiz etme ve örnekleme varyansını azaltma şansı sunmaktadır (Madge, 2006). Web tabanlı anketlerin önemli bir avantajı da hızlı ve doğru veri toplama imkânı sunmalarıdır. Bu tür anketler hızla oluşturulabilir, sonuçlara anında erişim sağlanabilir ve cevaplar otomatik olarak elektronik formatta düzenlenip depolanabilir. Bu sadece zaman ve maliyet tasarrufu sağlamakla kalmaz, aynı zamanda veri girişi hatalarını azaltır. Ayrıca, bu anketlerle veri toplama süreci günün her saati ve her yerden kolayca gerçekleştirilebilir (Manfreda, 2001). Bu tür soru formlarına işitsel bileşenler eklemek mümkündür, katılımcılar soruları atlادığında veya yanlış cevap verdiğinde uyarılar alabilir, açılır kutular çeşitli cevap seçenekleri sunabilir ve ek bilgiler sağlamak için açılır pencereler kullanılabilir (Fleming ve Bowden, 2007; Vaske, 2011).

Bu araştırma kapsamında, çevrimiçi bir soru formu Google Forms aracılığıyla oluşturulmuştur. Katılımcıların sorulara yanıt vermeden diğer sayfaya geçişlerini engelleme amacıyla belirli kontroller eklenmiştir. Soru formunun ilk bölümünde katılımcılara çalışmanın amacı ve kapsamı hakkında bilgi sunulmuş, ardından fine-dining restoran bağlamına

odaklanılarak katılımcılara bir senaryo sunulmuştur. Bu senaryo örnek bir fine-dining restoranının özelliklerini ayrıntılı bir şekilde tanımlamakta ve restoranın menüsü ile ilgili görsel bilgiler içermektedir. Ayrıca birinci ampirik araştırma kapsamında restoranın menüsünde yer alan bazı yemek örnekleri ve bunların besin değeri özellikleri (karbonhidrat, enerji, protein, lif, toplam yağ ve tuz) sunulmuştur. Restoranın genel özellikleri açıklandıktan sonra, katılımcılara restoranı kaliteli bir mekân olarak algılayıp algılamadıklarını değerlendirmek üzere bir manipülasyon sorusu yöneltilmiştir. İkinci ampirik araştırma kapsamında restoranın özellikleri benzer şekilde tanıtıldıktan sonra, restoran menüsünden genel yemek resimleri sunulmuştur. Daha sonra, katılımcılara sağlıklı veya lezzetli bir yemeğin resmi ile bu yemeğin besin değerleri (karbonhidrat, enerji, protein, lif, toplam yağ ve tuz) verilmiştir. Katılımcıların bir kısmına rastgele olarak sağlıklı yemek resmini içeren soru formu, diğer kısmına ise lezzetli yemek resmini içeren soru formu yönlendirilmiştir. Sonraki aşamada sağlıklı yemek resmini içeren soru formuna yönlendirilen katılımcılara yemeğin ne kadar sağlıklı olduğunu değerlendirmeleri için 5'li Likert ölçeğinde bir manipülasyon sorusu yöneltilmiştir. Benzer şekilde, lezzetli yemek resmini içeren soru formuna yönlendirilen katılımcılara yemeğin ne kadar lezzetli olduğunu değerlendirmeleri için bir manipülasyon sorusu sorulmuştur. Daha sonra, her iki araştırmanın amacına yönelik ölçek ifadelerine yer verilmiştir. Soru formunun son bölümünde ise katılımcıların demografik özelliklerine ve yemek tüketim davranışlarına dair sorular bulunmaktadır. Soru formları Ek 4'te sunulmuştur.

3.3.5. Ön Test Uygulanması

Pilot çalışmalara başlamadan önce soru formunun anlaşılabilirliğini sağlamak amacıyla bir testten geçirilmesi akademik literatürde önerilmektedir (Drennan, 2003; Hilton, 2017). Bu yöntem araştırma sürecinin başlangıcında kullanılan soru formu ve içindeki soruları hedef kitlenin anlama düzeyi ve yanıt verme yeteneğini değerlendirmeyi hedeflemektedir (Presser vd., 2004). Bu ön test süreci, etkili ve güvenilir veriler toplanmasını sağlamak adına kritik bir adım olarak kabul edilmekte ve araştırma metodolojisinin sağlamlığını artırmaktadır (Ikart, 2019). Bu bağlamda araştırma kapsamında geliştirilen soru formu için 3-12 Ekim 2022 tarihleri arasında gastronomi ve mutfak sanatları alanında öğretim üyesi olanlarla, lisansüstü eğitim alan 18 katılımcı ve dışarıda yemek yiyen 4 kişinin katılımıyla ön test gerçekleştirilmiştir. Bu ön test, soru formunun tasarımı ve görünüşünün kontrol edilmesi amacıyla yapılmıştır. Katılımcılardan gelen öneriler doğrultusunda küçük düzenlemeler yapılmıştır. Bu durum, ölçüm aracının görünüm geçerliliği (face validity) açısından olumlu bir göstergedir. Görünüm geçerliliği, bir ölçme aracının görünüşünün ölçmek istediği özelliği yansıttığını ifade eder (Brown vd., 2017). Bu ölçme aracının katılımcılar tarafından anlaşılmasını ve kabul edilmesini kolaylaştırır (Turner, 1979). Ön test sonucunda yapılan

değişikliklerin ardından, ölçüm aracının pilot uygulama ile test edilmesi aşamasına geçilmiştir.

3.3.6. Pilot Uygulama

Pilot uygulama, planlanan ana çalışma koşullarını küçük bir örneklem üzerinde test etmek amacıyla gerçekleştirilir. Bu süreç her ölçeğin yapısını ve güvenilirliğini değerlendirmek için önemlidir. Ölçümlerin geçerliliğini ve güvenilirliğini belirlemeye yardımcı olur (Thabane vd., 2010). Bu bağlamda yapı geçerliği, ölçeğin ölçmek istediği şeyi gerçekten ölçtüğü düzeyi ifade eder (Bagozzi vd., 1991; Clark ve Watson, 1995). Güvenirlik ise ölçeğin aynı koşullarda tekrarlandığında aynı sonuçları vermesi düzeyini ifade eder. Bu çalışmadaki pilot uygulama Ekim ve Aralık 2022 boyunca aylık olarak dışarıda yemek yiyen toplam 581 restoran tüketicisinin katılımını içermektedir. Bu kapsamda, birinci ampirik çalışma için 274; ikinci ampirik çalışmada lezzetli yemek uyararı sunulanlar için 154 ve sağlıklı uyararı sunulanlar için 153 katılımcıya çevrimiçi olarak ulaşılmıştır. Elde edilen veriler katılımcıların demografik özelliklerini ve yiyecek tüketim davranışlarını belirlemek için yüzde ve sıklık değerleri ile; ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliklerini belirlemek için açımlayıcı faktör analizi ve güvenirlilik katsayısı çok sayıdaki değişken daha az sayıda temel bileşenle temsil edilebilir.

Birinci ampirik çalışma için katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde %48'inin erkek ve % 52'sinin kadın olduğu ve çoğunluğunun (%39) 30-39 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde katılımcıların büyük oranı lisans mezunu olup (% 55) aylık ortalama gelirleri 9501 TL ile 11.000 TL arasında (% 33) değişiklik göstermektedir. Katılımcıların dışarıda yemek yeme durumları incelendiğinde büyük çoğunluğunun (%42) haftada 2-3 kez dışarıda yemek yediği tespit edilmiştir. Katılımcılara herhangi bir yiyeceğe karşı kronik alerjisi olup olmadığı sorulduğunda neredeyse tamamına yakını (88.4) herhangi bir alerjisi olmadığını ifade etmiştir. İkinci ampirik çalışma için katılımcıların %41.2'sinin erkek ve % 58.8'inin kadın olduğu ve çoğunluğunun (% 33) 30-39 yaş aralığında olduğu hesaplanmıştır. Benzer şekilde katılımcıların büyük oranı lisans mezunu olup (%48) aylık ortalama gelirleri 9501 TL ile 11.000 TL arasında (%36) değişiklik göstermektedir. Katılımcıların dışarıda yemek yeme durumları incelendiğinde büyük çoğunluğunun (%39) haftada 2-3 kez dışarıda yemek yediği tespit edilmiştir. Katılımcılara herhangi bir yiyeceğe karşı kronik alerjisi olup olmadığı sorulduğunda neredeyse tamamına yakını (94.1) herhangi bir alerjisi olmadığını ifade etmiştir.

Pilot uygulama verilerinin dahil edildiği Açıklayıcı (açımlayıcı, keşfedici) faktör analizi, ölçek geliştirmede yapı geçerliliği analizi olarak yaygın kullanılmaktadır (Aksu vd., 2017). Örneklem yeterliliği (KMO) değeri belirli bir örneklemde elde edilen değişkenlerin oluşturduğu veri yapısının faktör analizi için yeterli olup olmadığını göstermektedir. KMO

değerinin 0.60 ve üstünde olması örneklemin faktör analizi için yeterli olacağını göstermektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Barlett küresellik testi ise korelasyon matrisindeki ilişkilerin faktör analizi yapacak ölçüde yeterli olup olmadığını test etmektedir. Bu test sonucunun anlamlı olması ($p < 0.05$), değişkenler arası ilişkilerin oluşturduğu matrisin faktör analizi için uygun olduğu ve faktör analizi yapılabileceği anlamına gelmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2018). Araştırmada hangi faktör analizi yönteminin kullanılacağını seçmek genellikle önemli bir karardır. Bu karar araştırmacının kişisel tercihlerine ve araştırma sorularına bağlı olarak değişebilir. Faktör analizinde en sık tercih edilen üç yöntem arasında Temel Bileşenler Analizi (PCA) Temel Eksen Faktörleme (PAF) ve Maksimum Olabilirlik (ML) bulunmaktadır (Matsunaga, 2011; Howard, 2016; Watkins, 2021). Temel bileşenler analizi, değişkenler arasındaki korelasyonları değerlendirir ve bu korelasyonları temsil eden temel bileşenleri (faktörleri) tanımlar. Bu faktörler, veri setindeki toplam varyansın büyük bir kısmını açıklar. Bu sayede, veri setindeki çok sayıdaki değişkeni daha az sayıda temel bileşenle temsil edebilir. Temel bileşenler analizi genellikle faktör çekme (factor extraction) yöntemi olarak adlandırılır, çünkü bu yöntem orijinal değişkenlerin kombinasyonunu kullanarak daha az sayıda faktörü açıklamaya çalışır. Bu faktörler orijinal veri setindeki değişkenler arasındaki temel yapıyı temsil eder (Costello ve Osberno, 2005; Watkins, 2018). Faktör analizi, bir ölçme aracının yapı geçerliliğini değerlendirmek için kullanılan önemli bir istatistiksel yöntemdir. Faktör analizinde faktör sayısını belirlemek için özdeğer kritik bir rol oynar. Özdeğer analizi, bir korelasyon matrisindeki özdeğerleri hesaplayarak, her bir faktörün veri setindeki toplam varyansın ne kadarını açıkladığını ortaya koyar (Howard, 2016; Kline, 2019). Faktör sayısını belirlerken, özdeğeri bir veya daha büyük olan faktörler dikkate alınır. Aynı zamanda, özdeğer grafiğinde eğimin düşmeye başladığı nokta da göz önünde bulundurulur (Costello ve Osberno, 2005; Gaskin ve Happell, 2014). Bu kriterler faktör sayısının doğru bir şekilde belirlenmesine yardımcı olur. Ölçme aracının geçerliliğini sağlamak için, her bir faktör yükünün en az 0.40 veya üzerinde olması beklenir. Güvenirlik, bir ölçme aracının tutarlılığını ifade eder. İç tutarlılık analizi, ölçekte yer alan maddelerin tek bir boyutu, yapıyı veya ilgi alanını temsil edip etmediğini değerlendirmek için kullanılır. Cronbach Alpha katsayısı, güvenirliliğin iç tutarlılık açısından özel bir ölçüsüdür (Kline, 2019). Bu katsayı, ölçme aracının güvenilirliğini değerlendirmede yaygın olarak kullanılır. Bu ilkelere göre yapılan analizlerin sonuçları Tablo 3.1 ve 3.2’de sunulmaktadır.

Birinci ampirik çalışmada kullanılmak üzere ilk düşünülen yemek seçimi ölçeğine (yemek seçiminde önemsenen faktörleri ölçen) yapılan faktör analiz sonucunda üç boyutun olduğu görülmüştür. Ancak boyutlar altında toplanan ifadeler araştırmanın orijinal ölçeğinde kullanılanlardan farklıdır. Birinci boyut için Cronbach’s Alpha katsayısı 0,581, ikinci boyut için 0,689 ve üçüncü boyut için de 0,418 olup değerlerin oldukça düşük olduğu anlaşılmaktadır (Hair vd., 2013). Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda da yemek seçimi

ölçeğinin uygun yapıda olmadığı görülmüş ve yeni bir ölçek arayışına girilmiştir. Böylece birinci ampirik çalışma için ilk düşünülen yemek seçimi ölçeği yerine sağlıklı yemek seçimi ölçeğinin kullanılmasına karar verilmiştir. Yeni ölçekle birinci ampirik çalışma için pilot çalışma tekrarlanmış olup 182 katılımcıdan gelen yeni verilerle analizler gerçekleştirilmiştir. Açıklayıcı faktör analizi (AFA) sonuçlarına göre yeni ölçek tek boyutludur ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0,634, açıklanan toplam varyans oranı ise %76,65 olarak belirlenmiştir. Ayrıca ölçeğin iç tutarlılığını belirlemek amacıyla Cronbach Alpha katsayısı 0,836 olarak ölçülmüştür. Bu değerler, ölçeğin güvenilir ve geçerli olduğunu göstermiştir. Bu bağlamda birinci ampirik çalışma için sağlıklı yemek seçimi ölçeğinin kullanılmasına karar verilmiştir.

Sağlık bilinci ölçeği için yapılan AFA sonuçlarına göre, örneklem yeterliliğini ölçmek için Kaiser-Meyer-Olkin ve Bartlett testi yapılmış ($\text{sig}=,000$) ve elde edilen sonuca göre ölçeğin KMO değerinin 0,763 ile yeterli olduğu ve açıklanan varyans değerinin % 63,48 olduğu tespit edilmiştir. Ancak 10. ifadenin faktör yükünün ,226 olduğu ve ikinci ve dokuzuncu ifadelerde binişiklik gösterdiği için analizden çıkarılmıştır. Ardından yapılan faktör analizi neticesinde ölçeğin iki boyut altında sağlık farkındalığı (1, 3, 4, 5 ve 8 nolu ifadelerin) ve sağlık motivasyonu (6, 7, 11 nolu ifadeler) şeklinde boyutlandırılmasına karar verilmiştir.

Öznel bilgi ölçeği için AFA sonuçlarına göre örneklem büyüklüğü %73,31 olup açıklanan varyans değeri de %77,44'tür. Ölçek literatüre uygun olarak iki boyuttan oluşmaktadır. İlk dört ifade zorluk ve sorumluluk algılaması şeklinde adlandırılan birinci boyutu oluşturmaktadır ve Cronbach's Alpha katsayısı 0,811'dir. Kontrol algısı şeklinde adlandırılan ikinci boyut ise son iki ifadeyi içermektedir ve Cronbach's Alpha katsayısı 0,769'dur.

Yiyeceklerin sağlıklı algılanması ölçeğinin yapılan AFA sonuçlarına göre KMO değeri 0,894 olup örneklem büyüklüğü yeterlidir. Maddelerin tek boyutta toplandığı ve açıklanan varyans değerinin % 63,96 olduğu tespit edilmiştir. Ancak altıncı maddenin faktör yükü 0,232 olduğu için analizden çıkarılmıştır. Ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı 0,830'dur.

Lezzet algılaması ölçeğinin KMO değeri 0,850 ve açıklanan varyans oranı ise % 80, 99'dur. Ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı 0,927'dir. Ölçek dört madde ve tek boyuttan oluşmaktadır. **Lezzet tutumu** ölçeğine ilişkin AFA sonuçlarına göre KMO değeri % 86,12, açıklanan varyans oranı ise % 67,80'dir. Ölçek 5 madde ve tek boyuttan oluşmaktadır ve ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı 0,838'dir.

Yiyecek ilgilenimine ilişkin faktör analizi sonucunda birinci maddenin faktör yükü 0,261 olduğundan analizden çıkarılmıştır. Bundan sonra KMO değeri % 82,21 ve açıklanan varyans oranı % 73,51 olarak hesaplanmıştır. Ölçek tek boyutlu ve dört maddeden oluşmaktadır. Ölçeğe ait Cronbach Alpha katsayısı 0,887'dir.

Sağlıklı yemek seçim niyetine uygulanan faktör analizi sonucunda birinci ifadenin faktör yükü düşük olduğu (0,261) için analizden çıkarılmıştır. Tekrarlanan analiz sonucunda ölçeğin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0,634, açıklanan toplam varyans oranı ise %76,65 olarak

belirlenmiştir. Ayrıca, ölçeğin iç tutarlılık güvenilirliğini belirlemek amacıyla Cronbach Alpha katsayısı 0,836 olarak ölçülmüştür.

Yemek seçme niyeti ölçeği üç madde ve tek boyuttan oluşmaktadır. AFA sonuçlarına göre KMO değeri 0,805 açıklanan varyans oranı ise % 73,79'dur. Ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı ,922'dir. Yukarıda açıklanan ve Tablo 3.1 ve 3.2'de gösterilen faktör analizi ve güvenilirlik analizi sonuçları, ölçme aracının psikometrik özelliklerini değerlendirmek için önemli bilgiler sağlar. Bu sonuçlar, ölçme aracının yapı geçerliliğini ve güvenilirliğini ortaya koyar.

Tablo 3.1 Birinci Ampirik Çalışmadaki Ölçekler İçin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Ölçekler/ Boyutlar	Ölçek Maddeleri	Faktör Yükü	Öz Değer	Açıklanan Varyans Oranı	KMO Değeri
Öznel Bilgi				77.438	0.731
Zorluk ve Sorumluluk Algılaması			2.085	41.694	
	OZN1	0.861			
	OZN2	0.852			
	OZN3	0.748			
Kontrol Algılaması			1.787	35.744	
	OZN5	0.893			
	OZN6	0.858			
Lezzet Tutumu			3.036	60.728	0.837
	LT1	0.656			
	LT2	0.500			
	LT3	0.616			
	LT4	0.664			
	LT5	0.631			
Yiyecek İlgenimi			3.185	74.863	0.824
	YIYILG2	0.744			
	YIYILG3	0.638			
	YIYILG4	0.840			
	YIYILG5	0.771			
Sağlık Bilinci				63.467	0.763
Sağlık Motivasyonu			3.148	39.352	
	SB1	0.828			
	SB3	0.764			
	SB4	0.834			
	SB5	0.813			
	SB8	0.689			
Sağlık Farkındalığı			1.929	24.115	
	SB6	0.814			
	SB7	0.707			
	SB11	0.849			
Sağlıklı Yemek Niyeti			2.300	76.658	0.684
	YS2	0.923			
	YS3	0.930			
	YS4	0.447			

Tablo 3.2 İkinci Ampirik Çalışmadaki Ölçekler İçin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Ölçekler/ Boyutlar	Ölçek Maddeleri	Faktör Yükü	Öz Değer	Açıklanan Varyans Oranı	KMO Değeri
Yiyeceklerin Sağlıklı Algılanması			3.838	63.965	0.894
	YSA1	0.641			
	YSA2	0.664			
	YSA3	0.602			
	YSA4	0.662			
	YSA5	0.695			
Lezzet Algılanması			3.239	80.986	0.850
	LA1	0.789			
	LA2	0.814			
	LA3	0.812			
	LA4	0.824			
Sağlık Bilinci				63.467	0.763
Sağlık Motivasyonu			3.148	39.352	
	SB1	0.828			
	SB3	0.764			
	SB4	0.834			
	SB5	0.813			
	SB18	0.689			
Sağlık Farkındalığı			1.929	24.115	
	SB6	0.814			
	SB7	0.707			
	SB11	0.849			
Yemek Seçme Niyeti			2.300	73.789	0.805
	YS1	0.873			
	YS2	0.838			
	YS3	0.886			

3.4. Veri Toplama

Pilot çalışma sonrasında, ölçeklerin uygulanabilir olduğuna karar verilmiş ve ana çalışma için soru formları çevrimiçi olarak dağıtılmış ve toplanmıştır. Bu bağlamda, ayda en az bir kez kaliteli hizmet sunan restoranlarda yemek tüketen tüketicilerle iletişime geçilmiştir. Çevrimiçi soru formları, 01.02.2023-16.05.2023 tarihleri ve 20.05.2023-06.06.2023 tarihleri arasında olmak üzere iki aşama halinde katılımcılara uygulanmıştır. Tüketicilere ulaşmak amacıyla çeşitli iletişim yöntemleri stratejik olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda, soru formlarının dağıtımı ve veri toplama sürecinin etkin bir şekilde yönetilmesi için alanında uzman bir araştırma şirketi tercih edilmiştir. Araştırma şirketi, kendi veri tabanında kayıtlı olan ve belirlenen örnekleme ölçütlerini karşılayan katılımcılara anket linklerini göndermiştir. Bunun yanı sıra, sosyal medya kanalları da veri toplama sürecine entegre edilmiştir. Sosyal medya üzerinden, belirlenen ölçütleri karşılayan hesaplara anket formları iletilmiştir. Araştırma süreci sonunda, araştırma şirketi aracılığıyla toplam 1625 veri toplanmıştır. Sosyal medya kanallarından ise ek olarak 292 veri elde edilmiştir. Bu iki farklı veri toplama yöntemi, araştırmanın geniş bir örneklem üzerinden yürütülmesine olanak tanıyarak, elde edilen verilerin çeşitliliğini ve temsil gücünü artırmıştır. Çevrimiçi anket formları aracılığıyla

katılımcıların yanıtları toplanmıştır. Anket süresi boyunca katılımcılardan gelen geri bildirimler ve sorular titizlikle takip edilerek, anket süreci sorunsuz bir şekilde tamamlanmıştır.

Verilerin analiz edilebilmesi için, öncelikle verilerin analize hazırlanması ve daha sonra hangi analiz türlerinin kullanılacağına karar verilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, veri analizi sürecinin başarılı bir şekilde yürütülebilmesi için gerekli ön işlemler, veri temizleme ve düzenleme gibi aşamaları içermektedir. Verilerin analize hazırlanması sürecinde, eksik veya tutarsız verilerin ele alınması, uygun dönüşümlerin yapılması ve analiz için uygun formatlara getirilmesi gibi adımlar önem arz etmektedir. Ardından, hangi analiz türlerinin kullanılacağına karar verilmesi, araştırmanın amacına ve hipotezlerine uygun istatistiksel yöntemlerin seçilmesini gerektirmektedir. Bu aşamada, araştırma tasarımı, veri setinin özellikleri ve araştırma sorularının doğası dikkate alınarak uygun istatistiksel analiz yöntemleri belirlenmelidir.

Ön kontrol sürecinde, aşağıdaki hususlar kontrol edilir (Tabachnick ve Fidell, 2013):

- ✓ Verilerin eksiksizliği: Tüm verilerin eksiksiz bir şekilde toplandığı ve kaydedildiği kontrol edilir.
- ✓ Verilerin doğruluğu: Verilerin doğru bir şekilde toplandığı ve kaydedildiği kontrol edilir.
- ✓ Verilerin tutarlılığı: Verilerin birbiriyle tutarlı olduğu kontrol edilir.

Eksik verilerin tespit edilmesi ve düzeltilmesi adımı sonrasında, analiz sürecini güvenilir kılmak için uç değerlerin belirlenmesi ve varsa veri setinden çıkarılması gerekmektedir. Uç değerler, bir değişkenin ortalamasına kıyasla aşırı değerlere sahip olan gözlemleri temsil eder. Bu tür değerler, istatistiksel analizleri yanıltabilir ve sonuçları etkileyebilir (Osborne ve Overbay, 2019). Dolayısıyla, uç değerlerin etkili bir şekilde ele alınması, analiz sonuçlarının doğruluğunu artırabilir ve araştırma sürecinin güvenilirliğini sağlayabilir (Shavelson, 2016). Bu çalışma çerçevesinde, uç değerleri tanımlamak ve ele almak amacıyla Mahalanobis uzaklığı değerinden faydalanılmıştır. Mahalanobis uzaklığı, çok değişkenli veri setlerindeki bir gözlemin merkezi konumdan ne kadar uzakta olduğunu ölçen bir istatistiksel ölçüdür. Bu uzaklık ölçüsü, değişkenler arasındaki korelasyonları dikkate alarak, veri setindeki aykırı değerleri belirlemekte ve bunların etkilerini değerlendirmekte kullanılmaktadır (Çokluk vd., 2018). Mahalanobis uzaklığı değeri 0.01'den küçük olanların ($p < 0.01$) elenmesi gerektiği görüşü doğrultusunda, uç değerlerin ayıklanabilmesi için gerekli adımlar atılmıştır. Bu bağlamda, birinci ampirik çalışma kapsamında 19 adet soru formu, ikinci ampirik çalışma kapsamında ise 37 adet soru formu veri setinden çıkarılmıştır. Birinci

ampirik çalışma için toplamda 19 soru formunun çıkarılmasıyla birlikte, analize dahil edilen soru formu sayısı 726 olarak belirlenmiştir. Benzer şekilde, ikinci ampirik çalışma kapsamında 37 soru formunun çıkarılmasının ardından analize dahil edilen soru formu sayısı 1075 olarak belirlenmiştir.

Tablo 3.3 Birinci Ampirik Çalışmadaki Değişkenlere ilişkin Ortalama, Standart Sapma, Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Ölçek	İfade	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık	Basıklık
Öznel Bilgi	ÖZN1	3.25	1.29	-0.239	-0.984
	OZN2	2.89	1.31	0.112	-1.020
	OZN3	3.05	1.23	-0.142	-0.901
	OZN4	3.06	1.22	0.133	-0.889
	OZN5	3.98	1.11	-0.990	0.336
	OZN6	3.83	1.20	-0.668	-0.579
Lezzet Tutumu	LT1	4.07	0.95	-0.894	0.641
	LT2	3.84	1.11	-0.602	-0.614
	LT3	3.90	0.99	-0.599	-0.207
	LT4	3.80	1.06	-0.697	-0.148
	LT5	3.70	1.19	-0.504	-0.728
Yiyecek İlgilenimi	YIYILG1	3.65	1.17	-0.465	-0.631
	YIYILG2	3.97	1.11	-0.826	-0.324
	YIYILG3	4.24	0.87	-0.862	-0.168
	YIYILG4	4.16	1.03	-1.052	0.271
	YIYILG5	3.68	1.25	-0.514	-0.815
Sağlıklı Yemek Seçme Niyeti	YS1	4.17	0.88	-0.688	-0.556
	YS2	4.38	0.89	-1.533	2.310
	YS3	4.39	0.88	-1.573	2.474
	YS4	4.12	1.08	-1.219	0.775
Sağlık Bilinci	SB1	3.74	1.05	-0.713	0.198
	SB2	3.50	1.02	-0.461	0.121
	SB3	3.48	1.03	-0.105	0.511
	SB4	3.82	1.03	-0.554	0.452
	SB5	3.98	1.00	-0.685	0.202
	SB6	3.81	1.10	-0.621	0.476
	SB7	4.06	1.12	-1.095	0.400
	SB8	4.28	0.94	-1.265	1.263
	SB9	3.49	1.36	-0.357	1.150
	SB10	4.13	0.92	-0.827	0.015
	SB11	4.25	0.90	-1.148	1.163

Tablo 3.4 İkinci Ampirik Çalışmadaki Değişkenlere ilişkin Ortalama, Standart Sapma, Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Ölçek	İfade	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık	Basıklık
Yiyeceklerin Sağlıklı Algılanması	YSA1	3.88	1.075	-0.670	-0.202
	YSA2	3.65	1.169	-0.551	-0.576
	YSA3	3.86	1.069	-0.842	0.312
	YSA4	3.72	1.131	-0.680	-0.175
	YSA5	3.46	1.226	-0.444	-0.633
	YSA6	3.48	1.208	-0.429	-0.613
Lezzet Algısı	LA1	3.98	0.988	-0.854	0.448
	LA2	4.00	0.953	-0.879	0.540
	LA3	4.02	0.983	-0.987	0.653
	LA4	4.04	0.966	-0.845	0.261
Yiyecek İlgilenimi	YIYILG1	3.87	1.14	-0.465	-0.631
	YIYILG2	3.89	1.13	-0.826	-0.324
	YIYILG3	4.12	0.987	-0.862	-0.168
	YIYILG4	4.06	1.063	-1.052	0.271
	YIYILG5	3.80	1.197	-0.514	-0.815
Yemek Seçme Niyeti	YS1	3.52	1.302	-0.466	-0.898
	YS2	3.76	1.257	-0.824	-0.284
	YS3	3.56	1.319	-0.532	-0.831
Sağlık Bilinci	SB1	3.78	1.064	-0.578	-0.263
	SB2	3.64	1.086	-0.568	-0.133
	SB3	3.50	1.180	-0.250	-0.888
	SB4	3.77	1.057	-0.552	-0.380
	SB5	3.86	1.099	-0.679	-0.305
	SB6	3.53	1.239	-0.395	-0.863
	SB7	3.64	1.161	-0.593	-0.477
	SB8	4.17	0.986	-1.129	0.776
	SB9	3.12	1.376	-0.036	-1.222
	SB10	4.00	0.972	-0.854	0.370
	SB11	4.05	1.008	-0.990	0.565

Araştırmada incelenen her bir değişken ve ifade için elde edilen ortalama değerler ile standart sapma değerleri, çarpıklık ve basıklık değerleri yukarıdaki Tablo 3.3 ve 3.4'te sunulmaktadır. Normal dağılım varsayımı, hangi analiz veya analiz türlerinin uygulanabileceğini belirlemede önemlidir. Araştırmacılar, normal dağılım varsayımını test etmek için çeşitli teknikler önermektedir. Bu teknikler arasında çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerini, Kolmogorov-Smirnov veya Shapiro-Wilk testini, grafik testlerini kullanmak yer almaktadır (Hair vd., 2013; Tabachnick ve Fidell, 2013; Kline, 2019). Tablolar incelendiğinde birinci ampirik çalışma için ifadelerin çarpıklık değerleri -1,052 ile -0,084 arasında basıklık değerleri ise -1,217 ile 2,053 arasında değişiklik göstermektedir. İkinci ampirik için Tablo 3.4 incelendiğinde çarpıklık değerlerinin -1,146 ile -0,211 arasında basıklık değerlerinin ise -1,043 ile 0,687 arasında olduğu görülmektedir. Verilerin normal dağılım şartını karşılayabilmesi için çarpıklık ve basıklık değerlerinin +/- 3 aralığında olması gerektiği (Hair vd., 2013, Kline, 2016) dikkate alındığında ifadelerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin uygun olduğu söylenebilir.

3.5. Veri Analizi

Birinci ve ikinci ampirik çalışmalar için toplanan verilerin analizinde istatistik paket programlarından yararlanılmıştır. Araştırma modelindeki hipotezlerin test edilmesi amacıyla ölçüm modelinin güvenilirliği ve geçerliliği gösterildikten sonra yapısal eşitlik modelinin tercih edilmesi önerilmektedir. Yapısal eşitlik modellemesi (YEM) birden fazla değişken arasında nedensel ilişkileri öngören bir teoriyi doğrulamak için kullanılan bir analiz yöntemidir. Bu yöntem, hipotez testi olarak da bilinir. Yapısal eşitlik modeli, iki farklı şekilde uygulanabilir: kovaryans temelli ve varyans temelli. Kovaryans temelli yapısal eşitlik modelinde örnekleme duyarlı olma ve normal dağılım varsayımını sağlama gibi özellikler öne çıkar. Varyans temelli yapısal eşitlik modelinde ise normal dağılım varsayımını karşılama şartı aranmamaktadır (Lei ve Wu, 2007; Hair vd., 2021). Dolayısıyla bu araştırma kapsamında veriler normal dağılıma uygun olduğu için kovaryans temelli yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır.

Araştırma modelini sınama amacıyla kullanılan metodoloji Anderson ve Gerbing'in (1988) önerdiği iki aşamalı yaklaşımı benimsemektedir. Bu yaklaşım, araştırmacılara birinci aşamada ölçüm modeli aracılığıyla geçerliliğin ve güvenilirliğin test edilmesi ve değişkenler arasındaki ilişkileri ayrıntılı bir şekilde inceleme olanağı tanır. İkinci aşamada ise gözlemlenemeyen değişkenlerin birbirleriyle olan ilişkileri yapısal model üzerinden incelenir. Bu araştırmanın hipotezlerini destekleyen veya reddeden önemli bulgulara ulaşmada önemli bir rol oynamaktadır (Loehlin, 1992; Aktaran, Yılmaz, 2022). Bu bağlamda bu çalışmada:

- ✓ Ölçüm modelinin test edilmesi için doğrulayıcı faktör analizi, yakınsama ve ayrışma geçerliliğine ilişkin analizlerle ölçümünün güvenilirliği ve geçerliliğinin gösterilmesi,
- ✓ Yapısal modelin test edilmesi için, birinci ve ikinci ampirik çalışmaların araştırma modelinde yer alan değişkenler arasındaki ilişkilere göre oluşturulan hipotezlerin test edilmesi için yapısal modellerin kurulması ve analiz sonuçları ile önce modellerin uygunluğunun ardından hipotezlerin testi gerçekleştirilmiştir.

3.6. Bulgular

3.6.1. Birinci Ampirik Çalışmanın Bulguları

3.6.1.1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bulgular

Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde, araştırmaya katılanların kadın (% 68) katılımcıların daha yoğun olduğu görülmektedir. Katılımcıların 18-29 yaş aralığında (% 52.3) olduğu ve büyük çoğunluğunun lisans mezunu (% 52.1) olduğu görülmektedir. Aylık gelirleri incelendiğinde büyük çoğunluğunun 11.501 TL ve üzeri aylık gelire sahip olduğu (% 51.9) olduğu ve ayda 1-3 kez (% 50) dışarıda yemek yedikleri tespit edilmiştir. Katılımcılar,

çoğunlukla (%79,2) herhangi bir yiyecek alerjileri olmadığını ifade etmişlerdir. Son olarak katılımcıların senaryoda sunulan restoranı fine-dining olarak algılayıp algılamadıklarının ölçüldüğü soruda büyük çoğunluğun (% 86.2) olumlu cevap verdiği görülmektedir. Bu da senaryonun gerçekçi olduğuna işaret etmektedir. Katılımcılara ilişkin detaylı açıklamalar Tablo 3.5’te yer almaktadır.

Tablo 3.5 Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler

Demografik Özellikler		Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	494	68
	Erkek	232	32
Yaş	18-29	380	52.3
	30-39	176	24.2
	40-49	130	17.9
	50 ve üstü	40	5.5
Dışarıda Yemek Yeme Sıklığı	Ayda 1-3 kez	363	36.3
	Haftada 1 kez	128	12.8
	Haftada 2-3 kez	235	23.5
Eğitim Düzeyi	İlk ve orta öğretim	69	9.5
	Lise	226	31.1
	Lisans	378	52.1
	Lisans üstü	53	7.3
Gelir	7.500 TL ve 9.500 TL	136	18.7
	9.501 TL ve 11.500 TL	213	29.3
	11.501 ve üzeri	377	51.9
Kronik Rahatsızlık Durumu	Evet	100	13.8
	Hayır	626	86.2

3.6.1.1.1. Birinci Ampirik Çalışma İçin Ölçüm Modeline İlişkin Bulgular

Araştırmanın yapısal modelini sınamadan ve hipotezlerini test etmeden önce ölçüm modelinin doğrulanması gerekmektedir. Ölçüm modelinin test edilmesinde doğrulayıcı faktör analizi (DFA) kullanılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 3.6’da gösterilmektedir.

Tablo 3.6 Ölçüm Modeline İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analiz Sonuçları

Örtük Değişken	Gözlenen Değişken	Standardize Faktör Yüğü	t değeri	Standart Hata (S.E)
Sağlık Farkındalığı	SB1	0.771	17.041	0.057
	SB2	0.713	16.024	0.057
	SB3	0.795	17.427	0.064
	SB4	0.728	16.336	0.054
	SB5	0.728	16.286	0.055
	SB6	0.747	16.621	0.055
	SB9	0.626	*Sabitlendi	*Sabitlendi
Sağlık Motivasyonu	SB8	0.680	16.497	0.057
	SB10	0.705	16.003	0.061
	SB11	0.732	*Sabitlendi	*Sabitlendi
Öznel Bilgi	OZN1	0.613	*Sabitlendi	*Sabitlendi
	OZN2	0.634	19.585	0.052
	OZN3	0.744	15.770	0.073
	OZN4	0.808	16.638	0.073
	OZN5	0.831	16.905	0.073
	OZN6	0.714	15.320	0.070
Lezzet Tutumu	LT1	0.673	16.860	0.052
	LT2	0.716	17.892	0.051
	LT3	0.765	10.049	0.053
	LT4	0.746	18.613	0.052
	LT5	0.714	*Sabitlendi	*Sabitlendi
Yiyecek İlgiilenimi	YIYILG1	0.645	*Sabitlendi	*Sabitlendi
Sağlıklı Yemek Seçme Niyeti	YIYILG2	0.815	18.243	0.066
	YIYILG3	0.770	17.468	0.060
	YIYILG4	0.824	18.387	0.064
	YIYILG5	0.740	16.940	0.067
	YSNY1	0.885	26.581	0.040
	YSNY2	0.877	29.816	0.035
	YSNY3	0.870	26.581	0.040
	YSNY4	0.846	*Sabitlendi	*Sabitlendi

(*) gösterge 1'e sabitlenmiştir. (***) $p < 0.001$

$X^2 = 1307.072$ sd= 387; $p < 0.001$; $X^2/\text{sd} = 3.377$

CFI= 0.928; NFI= 0.902; TLI= 0.920; IFI= 0.929; RMSEA= 0.057; SRMR=0.0447

Tablo 3.6 incelendiğinde, ilgili ölçeklerin faktör yüklerinin 0.60 değerinin üzerinde olduğu gözlemlenmiş ve bu faktörlerin t değerleri ile anlamlılık düzeyleri tatmin edici seviyede bulunmuştur. Bu nedenle hiçbir madde analizden çıkarılmadan uyum iyiliği indekslerinin kontrol edilmesi aşamasına geçilmiştir. Ancak ölçüm modelinin uyum iyiliği değerlerini daha anlamlı hale getirmek amacıyla düzeltme indeksi kullanılması önerilmiştir (Whittaker, 2012; Yılmaz, 2022). Bu kapsamda, öznel bilgi ölçeğinde $e25 \leftrightarrow e26$ (146.250), sağlık bilincinin sağlık farkındalığı boyutunda $e2 \leftrightarrow e3$ (23.544) ve sağlıklı yemek seçme niyeti ölçeğinde $e21 \leftrightarrow e24$ (27.463) düzeltme indeksleri uygulandıktan sonra modelin uyum iyiliği değerlerinin iyileştiği gözlemlenmiştir. Elde edilen bulgulara göre $X^2/\text{sd} = 3.377$ olarak

hesaplanmıştır. Ayrıca CFI= 0.928, NFI= 0.902, TLI= 0.920, IFI= 0.929, RMSEA= 0.057 ve SRMR=0.0447 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlara dayanarak modelin uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir düzeyde olduğu sonucuna varılmıştır (Meydan ve Şeşen, 2015). Ölçüm modelinin istatistiksel analiz programı olan şekil çıktısı Ek 5’te sunulmuştur.

DFA’nın ardından ölçüm modelinin yakınsama ve ayrışma geçerliliği incelenmektedir. Bu bağlamda, bileşik güvenirlik (CR), ortalama açıklanan varyans (AVE), maksimum paylaşılan varyansın karesi (MSV) ve ortalama paylaşılan varyansın karesi (ASV) gibi ölçütler kullanılmaktadır (Hair vd., 2013). Genellikle 0.50 veya daha yüksek bir AVE değeri kabul edilebilir bir yakınsak geçerlilik düzeyini gösterir. Bileşik Güvenirlik (CR) faktörlerin güvenirliğini ölçen bir katsayıdır ve 0.70 veya daha yüksek bir CR değeri kabul edilebilir bir güvenirlik düzeyini ifade eder. Ayırt edici geçerlik kriterine göre, AVE’nin Maksimum Paylaşılan Varyansın Karesi (MSV) ve Ortalama Paylaşılan Varyansın Karesi (ASV) değerlerinden daha yüksek olması gerekmektedir. Yani, bir faktörün ölçümleri diğer faktörlerden daha fazla özgün varyansa sahip olmalıdır (Awang, 2015; Tarhini vd., 2016). Yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda aşağıda ölçeklerin yakınsama ve ayrışma geçerliliğine ilişkin bilgiler sunulmaktadır.

Tablo 3.7 Ölçeklere İlişkin Yapı Geçerliliği

Yapı	Cronbach Alpha	CR	AVE	MSV	ASV	1	2	3	4	5	6
Sağlık Farkındalığı	0.88	0.87	0.53	0.41	0.39	0.77					
Sağlık Motivasyonu	0.75	0.75	0.52	0.46	0.39	0.43	0.80				
Öznel Bilgi	0.88	0.87	0.54	0.10	0.06	0.53	0.55	0.67			
Lezzet Tutumu	0.84	0.86	0.53	0.70	0.22	0.56	0.54	0.82	0.75		
Yiyecek İlgilenimi	0.87	0.87	0.58	0.47	0.33	0.63	0.50	0.32	0.50	0.87	
Sağlıklı Yemek Seçme Niyeti	0.92	0.93	0.76	0.65	0.38	0.48	0.45	0.40	0.38	0.46	0.89
1= Sağlık Farkındalığı; 2= Sağlık Motivasyonu; 3= Öznel Bilgi; 4= Lezzet Tutumu; 5= Yiyecek İlgilenimi; 6= Sağlıklı Yemek Seçme Niyeti											
CR = Bileşik Güvenirlik; AVE = Ortalama Açıklanan Varyans; MSV = Maksimum Paylaşılan Varyansın Karesi; ASV = Ortalama Paylaşılan Varyansın Karesi											
** Köşegendeki kalın ve italik değerler, açıklanan ortalama varyansın karekökünü ($\sqrt{AVE}$) temsil ederken, diğer değerler faktörler arası korelasyonları göstermektedir.											

Tablo 3.7’e göre tüm değişkenlerin AVE değerlerinin 0.5’ten ve CR değerlerinin de 0.7’den büyük olduğu görülmektedir. Bu bağlamda ölçüm modelinin yakınsama geçerliliğini sağladığı görülmektedir. Ayrışma geçerliliğinin doğrulanması için her değişken için ortalama açıklanan varyans değerinin karekökü ($\sqrt{AVE}$) ile faktörler arası korelasyonlar kıyaslandığında ortalama açıklanan varyansın karekökünün faktörler arasındaki korelasyonlardan büyük olduğu ($\sqrt{AVE} > \text{Faktörler Arası Korelasyonlar}$) sonucuna

ulaşılmıştır. Ayrıca Tablo 3.7 incelendiğinde her bir değişken için AVE değerlerinin MSV ve ASV değerlerinden daha büyük olduğu, ancak yalnızca "lezzet tutumu" değişkeninin AVE değerinin MSV ve ASV değerinden daha küçük olduğu görülmektedir. Bununla birlikte diğer tüm kriterlerin karşılandığı göz önüne alındığında, modelin ayrışma geçerliliğinin sağlandığı kabul edilmektedir. Ölçüm modelinin güvenilirliği, her bir gizil değişkenin iç tutarlılığını yansıtan Cronbach Alpha katsayısı ve bileşik güvenirlik (CR) katsayısı üzerinden değerlendirilmektedir. Bu durumda, önerilen yaklaşım hem Cronbach alfa değerinin hem de bileşik güvenirlik katsayısının 0.70 ve üstünde olmasıdır. Tablo incelendiğinde değişkenlerin Cronbach Alpha değerinin 0.75 ile 0.92 arasında değiştiği ve bileşik güvenirlik katsayısının da 0.75 ile 0.93 arasında değişkenlik gösterdiği görülmektedir. Dolayısıyla ölçüm modelinin güvenilirliği de sağlanmıştır.

Bütün bu bulgular ışığında, ölçüm modelindeki her bir değişkenin standardize edilmiş faktör yükünün 0.60 veya daha yüksek olması, t değerinin istatistiksel olarak anlamlı bulunması ve ortalama açıklanan varyans değerinin (AVE) eşik değerin üzerinde olması yakınsama geçerliliğini desteklemektedir. Aynı şekilde, bu değişkenlerin maksimum paylaşılan varyansın karesi (MSV) ve ortalama paylaşılan varyansın karesi (ASV) değerlerinin ortalama açıklanan varyans değerinden (AVE) daha düşük olması ayrışma geçerliliğine dair kanıtlar sunmaktadır. Her bir gizil değişkenin Cronbach Alpha değeri ile bileşik güvenirlik katsayısının da kabul edilebilir bir seviyenin üzerinde olduğu tespit edilmiştir.

3.6.1.1.2. Birinci Ampirik Çalışma İçin Yapısal Modele İlişkin Bulgular

Ölçüm modelinin kapsamlı bir geçerlilik ve güvenirlik değerlendirmesinden geçmesinin ardından yapısal modelin değerlendirilmesi aşamasına geçilmiştir. Birinci ve ikinci ampirik araştırma kapsamında sağlık bilinci egzojen (bağımsız) değişken, öznel bilgi, lezzet tutumu ve sağlıklı yemek seçim niyeti endojen (bağımlı) değişken olarak ele alınmaktadır. Tablo 3.8'de yer alan bulgulara göre yapısal modelin ki-kare (χ^2) değeri 431.727, serbestlik derecesi (sd) 111'dir ve χ^2 /sd değeri 3.889 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar $p < 0.001$ düzeyinde anlamlıdır.

Ayrıca modelin uyum iyiliği değerlerinin (CFI=0.955, NFI=0.940, IFI=0.955, TLI=0.945, RMSEA=0.063 ve SRMR=0.0432) (Meydan ve Şeşen, 2015) kabul edilebilir düzeyde olduğu gözlemlenmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkilere ait standardize edilmiş yol katsayıları -0.05 ile 0.87 arasında değişmektedir ve t değerleri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Ölçüm modeline ilişkin program çıktısı Ek 6'da yer almaktadır.

Tablo 3.8 Yapısal Modele İlişkin Sonuçlar

Hipotezler				Standart Yol Katsayısı	R2 Değeri	t Değeri	p	Karar
H1	Sağlık Bilinci	→	Öznel Bilgi	0.23	0.05	5.053	***	Desteklendi
H2	Sağlık Bilinci	→	Lezzet Tutumu	0.51	0.35	10.585	***	Desteklendi
H3	Öznel Bilgi	→	Lezzet Tutumu	0.21	0.10	5.104	***	Desteklendi
H4	Sağlık Bilinci	→	Sağlıklı Yemek Seçme Niyeti	0.87	0.71	16.054	***	Desteklendi
H5	Öznel Bilgi	→	Sağlıklı Yemek Seçme Niyeti	-0.01	0.19	-0.235	0.814	Desteklenmedi
H6	Lezzet Tutumu	→	Sağlıklı Yemek Seçme Niyeti	-0.05	0.18	-1.254	0.210	Desteklenmedi

Yol katsayıları değişkenler arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü ölçen sayısal değerlerdir. Bu katsayılar bir değişkenin diğerine olan etkisinin büyüklüğünü ifade eder (Vacha-Haase ve Thompson, 2004). Şu hâlde standartlaştırılmış yol katsayıları korelasyon katsayıları gibi yorumlanabilir. Örneğin, 0,10 civarı küçük, 0,30 civarı orta büyüklükte ve 0,50'nin üzerindeki katsayılar ise büyük etkiler olarak kabul edilebilir (Cohen vd., 2003). R² değeri bir regresyon modelinin bağımlı değişkeni ne kadar iyi açıkladığını gösteren bir istatistiktir. R² değeri 0 ile 1 arasında değişir. 0 değeri, modelin bağımlı değişkeni hiç açıklamadığı anlamına gelir. 1 değeri ise modelin bağımlı değişkeni mükemmel bir şekilde açıkladığını gösterir (Gefen vd., 2000; Loehlin, 2004).

Tablo 3.8'de yer alan bulgulara göre sağlık bilinci öznel bilgiyi olumlu yönde, orta düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir ($\beta = 0.23$, $t = 5.184$, $R^2 = 0.05$, $p < 0.001$). Bu çerçevede katılımcıların sağlık bilincine sahip olmalarının, yiyeceklerin sağlıklılığına ilişkin bilgi ve becerilerine ilişkin inançlarını olumlu ve anlamlı bir şekilde etkilediği gözlenmektedir. Bu ilişki, araştırmanın ilk hipotezinin desteklendiğini ortaya koymaktadır. Araştırma modelindeki ikinci hipotez bağlamında, sağlık bilinci lezzet tutumunu orta derecede ve istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir ($\beta = 0.51$, $t = 10.585$, $R^2 = 0.35$, $p < 0.001$). Ayrıca R² değerine bakıldığında sağlık bilinci değişkeninin lezzet tutumu değişkenini %35 oranında açıkladığı görülmektedir. Bu durum sağlık bilincine sahip olan katılımcıların lezzet tutumlarının da güçlü olduğunu göstermektedir.

Üçüncü hipotez bağlamında öznel bilginin lezzet tutumu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür ($\beta = 0.21$, $t = 5.104$, $p = 0.00$). Elde edilen β katsayısı öznel bilginin lezzet tutumunu orta düzeyde etkilediğini göstermektedir. Bu sonuçlar araştırmanın üçüncü hipotezini desteklemektedir. Araştırmada ileri sürülen dördüncü hipoteze

göre, sağlık bilinci sağlıklı yemek tercihinin güçlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir biçimde etkilemektedir ($\beta = 0.87$, $t = 16.054$, $R^2 = 0.71$, $p < 0.001$). Ayrıca, R^2 değeri incelendiğinde, sağlık bilinci değişkeninin sağlıklı yemek seçme niyetini %71 oranında güçlü bir biçimde açıkladığı görülmüştür. Yani, tüketicilerin sağlık bilinci seviyesi arttıkça sağlıklı yemek seçme niyetleri de güçlenmektedir. Dolayısıyla “*Tüketicilerin sağlık bilinci onların sağlıklı yemek seçme niyetini olumlu yönde etkilemektedir*” hipotezi (H_3) kabul edilmektedir.

Beşinci hipotez doğrultusunda, öznel bilginin sağlıklı yemek seçme niyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı bulunmuştur ($\beta = -0.05$, $t = 1.248$, $p = 0.212$). Başka bir ifadeyle, birinci ampirik araştırmada öne sürülen “*Tüketicilerin yiyeceklerin sağlamlığı açısından değerlendirmelerine ilişkin öznel bilgileri sağlıklı yemek seçme niyetini olumlu yönde etkilemektedir.*” hipotezi birinci araştırma kapsamında desteklenmemiştir.

Bu çalışmada altıncı hipotezi sınamak amacıyla lezzet tutumunun sağlıklı yemek seçimi üzerindeki etkisi incelenmiştir. Yapılan analizler sonucunda, iki değişken arasındaki ilişki için β katsayısı -0.002 , t değeri -0.054 ve p -değeri 0.957 olarak belirlenmiştir. Bu bulgular lezzet tutumu ile sağlıklı yemek seçimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığını göstermektedir. Başka bir ifadeyle, lezzet tutumunun sağlıklı yemek seçme niyeti üzerinde belirgin ve anlamlı bir etkisi gözlemlenmemiştir ve H_6 hipotezi desteklenmemiştir.

3.6.1.1.3. Düzenleyici Etki Analizine İlişkin Bulgular

Düzenleyici değişken (moderatör) bir bağımsız değişken ile bir bağımlı değişken arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü etkileyen bağımsız değişken olarak tanımlanmaktadır. Bağımsız değişkenin sonuç değişkeni ile ilişkisi, düzenleyici değişkenin değerine veya seviyesine bağlıdır (Bennet, 2000). Düzenleyici değişken, bağımsız değişkenle bağımlı değişken arasındaki ilişkinin nedenini açık bir şekilde tanımlamak için kullanılan üçüncü bir değişkendir, belirli bir etkinin ne zaman ve hangi koşullar altında beklendiğini belirtmektedir (Namazi ve Namazi, 2016). Yol analizi modeli test edilmeden önce özellikle egzojen değişkenler ve düzenleyici değişken sürekli (continuous) bir yapıya sahipse, bu değişkenlerin değerlerinin standardize edilmesi önemlidir. Standardizasyon, değişkenlerin farklı ölçeklerde olmasından kaynaklanan sorunları ortadan kaldırarak analiz sonuçlarını daha güvenilir ve karşılaştırılabilir hale getirir (Afthanorhan vd., 2014; Meydan ve Şeşen, 2015; Gürbüz, 2019). Bağımsız (öznel bilgi) ve düzenleyici değişkenlerin (yiyecek ilgilenimi) değerleri istatistik paket programı aracılığıyla standart hale getirilmiş ve standartlaştırılmış bağımsız değişken ile düzenleyici değişkenin çarpılmasıyla bu ilişki için etkileşim etkisi değişkeni oluşturulmuştur. Bu işlemin ardından yapısal eşitlik modeli kurulmaktadır. Düzenleyici değişken analizinde

araştırmanın ilk önceliği, bir düzenleyici (moderatör) değişkenin (M) bağımlı değişken (Y) üzerinde olası bir etkisinin olup olmadığını belirlemektir. Bu etkiyi belirleme sürecinde, araştırmacılar düzenleyici etkinin (Z) anlamlılığına odaklanır. Ayrıca, düzenleyici etkinin büyüklüğü (f^2) ve bu etkinin R^2 'ye katkısı da hesaplanmalıdır. Bu, moderatör değişkenin (M) ne kadar önemli bir rol oynadığını ve bağımlı değişkenin varyansındaki değişiklikteki payını anlamak için önemlidir. Son olarak, düzenleyici etkinin yönü ve gücünü görsel olarak incelemek amacıyla basit bir eğim grafiği oluşturulmalıdır. Bu grafik, düzenleyici etkinin etkisinin nasıl değiştiğini ve bağımlı değişken üzerindeki etkisinin gücünü göstermektedir (Memon vd., 2019). Diğer bir ifadeyle, öznel bilginin lezzet tutumuna olan etkisinde yiyecek ilgileniminin düzenleyici rolünü sınamak için istatistik analiz programıyla yol analizi gerçekleştirilmiştir. İlgili sonuçlar aşağıdaki Tablo 3.9'da gösterilmiştir.

Tablo 3.9 Yiyecek İlgiileniminin Düzenleyici Rolüne İlişkin Yol Analizi Bulguları

Değişkenler	β	Standart Hata	t değeri	p değeri	R ²
Öznel Bilgi $\longrightarrow$ Lezzet Tutumu	0.196	0.022	7.131	***	
Yiyecek İlgiilenimi $\longrightarrow$ Lezzet Tutumu	0.637	0.021	24.012	***	
Etkileşim Terimi $\longrightarrow$ Lezzet Tutumu	-0.191	0.020	-6.939	***	0.562
Etkileşim Terimi: Yiyecek İlgiilenimi * Öznel Bilgi *** $p < 0.001$ β = Standardize edilmiş yol katsayıları R ² (R-squared), modelin toplam varyansı açıklama yeteneğini gösterir.					

Etkileşim Terimi: Yiyecek İlgiilenimi * Öznel Bilgi
 *** $p < 0.001$
 β = Standardize edilmiş yol katsayıları
 R² (R-squared), modelin toplam varyansı açıklama yeteneğini gösterir.

Yiyecek ilgileniminin düzenleyici rolünün test edilmesine ilişkin sonuçlar Tablo 3.9'da yer almakta olup, ilgili düzenleyici değişken analizinin istatistik analizine ilişkin program çıktısı Ek 7'de sunulmuştur. Öznel bilginin lezzet tutumunu istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde yordadığı görülmektedir ($\beta = 0.196$, $p < 0.001$). Bu bulgu, bireylerin öznel bilgisi ile lezzet tutumları arasında olumlu ve anlamlı bir ilişki olduğunu gösterir. Yiyecek ilgilenimi değişkeninin de lezzet tutumu üzerinde yüksek düzeyde ve anlamlı bir etkisi olduğu gözlemlenmiştir ($\beta = 0.63$, $p < 0.001$). Bu sonuç yiyeceklere olan ilginin artmasıyla birlikte lezzet tutumunun da önemli ölçüde arttığını ortaya koymaktadır. Ancak öznel bilgi ve yiyecek ilgilenimi etkileşim teriminin lezzet tutumu üzerinde anlamlı fakat negatif yönlü bir etkisi olduğu tespit edilmiştir ($\beta = -0.191$, $p < 0.001$). Bu, etkileşim teriminin değerinin artmasıyla lezzet tutumunun azaldığını göstermektedir. Modeldeki tüm değişkenler lezzet tutumundaki

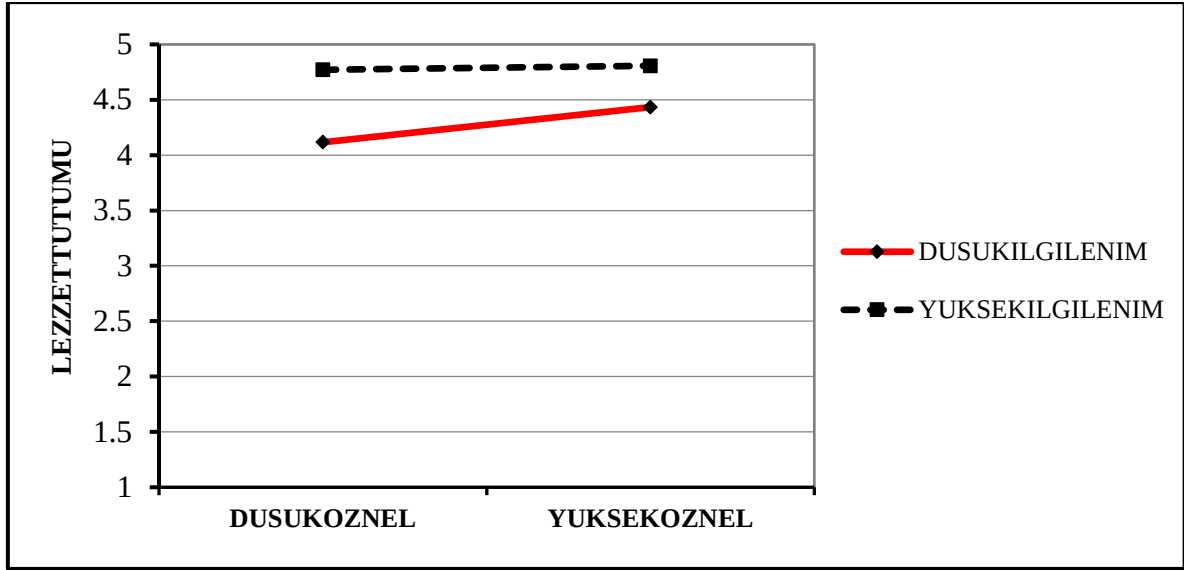
değişkenliğin %56.2'sini açıklarken, etkileşim teriminin eklenmesiyle bu değişim %2.9'dur. Bu nedenle etkinin oldukça düşük olduğu söylenebilir.

Sonuç olarak, bu analiz yiyecek ilgileniminin öznel bilgi ve lezzet tutumu arasındaki ilişkide düzenleyici bir role sahip olduğunu göstermektedir. Düzenleyici etkinin anlamlı olduğu tespit edildikten sonra yapılan eğim analizi, bu düzenleyici ilişkinin yönü hakkında daha fazla bilgi sağlamaktadır. Eğim analizi sonuçlarına göre öznel bilgi ile lezzet tutumu arasındaki ilişkide yiyecek ilgileniminin düzenleyici etkisi Tablo 3.10'da sunulmuş ve grafiksel olarak Şekil 3.3'te gösterilmiştir.

Tablo 3.10 Yiyecek İlgileniminin Düzenleyici Rolü

Yiyecek İlgilenimi	β	t değeri	p değeri	Karar
Düşük	0.299	8.394	0.000	Desteklendi
Orta	0.158	7.116	0.000	Desteklendi
Yüksek	0.018	0.706	0.444	Desteklenmedi

Tablo 3.10 incelendiğinde, yiyecek ilgileniminin düşük, orta veya yüksek olduğu durumlarda öznel bilginin lezzet tutumu üzerindeki etkisinin (gücü ve anlamlılığı açısından) farklılık gösterdiği görülmektedir. Yiyecek ilgilenimi düşük olan grupta, öznel bilginin lezzet tutumu üzerindeki etkisi anlamlı ve nispeten yüksektir ($\beta = 0.299$, $p=0.000$). Yiyecek ilgilenimi orta düzeyde olan grupta ise bu etki hala anlamlı olsa da etki büyüklüğü azalmaktadır ($\beta = 0.158$, $p=0.000$). Yiyecek ilgilenimi yüksek olan grupta ise bu etkinin hem azaldığı hem de anlamsızlaştığı görülmektedir ($\beta = 0.018$, $p= 0.444$). Bu bulgulara göre, yiyecek ilgileniminin artması öznel bilginin lezzet tutumu üzerindeki etkisinde bir azalmaya neden olmaktadır. Başka bir deyişle, yiyecek ilgilenimi arttıkça öznel bilginin lezzet tutumu üzerindeki etkisi azalmakta ve nihayetinde anlamsız hale gelmektedir. Bu durum Tablo 3.10'daki R^2 değeri de dikkate alındığında öznel bilgi ile lezzet tutumu arasındaki ilişkinin yiyecek ilgilenimi tarafından kısmen düzenlendiğini göstermektedir.



Şekil 3.3 Öznel Bilginin Lezzet Tutumuna Etkisinde Yiyecek İlgileniminin Düzenleyici Rolü

3.6.2. İkinci Ampirik Çalışmanın Bulguları

3.6.2.1. Katılımcılara İlişkin Demografik Özellikler

Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde %36.8'nin erkek ve % 63.2'sinin kadın olduğu ve çoğunluğunun (%54.2) 18-29 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Aylık gelirleri incelendiğinde çoğunluğunun aylık 9.501 TL ve 11.500 TL arasında gelire sahip olduğu (%40.7) ve ayda 1-3 kez (%52.1) dışarıda yemek yedikleri tespit edilmiştir. Katılımcılar, çoğunlukla (%79.2) herhangi bir yiyecek alerjileri olmadığını ifade etmişlerdir.

Tablo 3.11 İkinci Ampirik Araştırma İçin Demografik Özellikler

Demografik Özellikler		Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	494	68
	Erkek	232	32
Yaş	18-29	380	52.3
	30-39	176	24.2
	40-49	130	17.9
	50 ve üstü	40	5.5
Dışarıda Yemek Yeme Sıklığı	Ayda 1-3 kez	363	36.3
	Haftada 1 kez	128	12.8
	Haftada 2-3 kez	235	23.5
Eğitim Düzeyi	İlk ve orta öğretim	69	9.5
	Lise	226	31.1
	Lisans	378	52.1
	Lisans üstü	53	7.3
Gelir	7.500 TL ve 9.500 TL	136	18.7
	9.501 TL ve 11.500 TL	213	29.3
	11.501 ve üzeri	377	51.9
Kronik Rahatsızlık Durumu	Evet	100	13.8
	Hayır	626	86.2

İkinci ampirik çalışmada, katılımcılardan restoran menüsünde sunulan yemekler arasından sağlıklı veya lezzetli yemeği tercih etme niyetlerini belirtmeleri istenmiştir. Bunun için onlara rastgele olarak sağlıklı veya lezzetli yemek uyararı sunulmuştur. Bu bağlamda, yemeklerin sağlık ve lezzet açısından doğru algılanıp algılanmadığını değerlendirmek için iki adet manipülasyon sorusu yöneltilmiştir. Manipülasyon sorularının bulguları aşağıdaki Tablo 3.12’de sunulmuştur.

Tablo 3.12 Manipülasyon Sorularının Bulguları

Manipülasyon Sorusu	Grup	N	Ortalama	Standart Sapma	t	df	p
Yukarıda yer alan yemek sağlıklı bir yemektir.	SAĞLIK	546	3,940	1,1894	6.978	1068	***
	LEZZET	529	3,425	1,2258			
Yukarıda yer alan yemek lezzetli bir yemektir.	SAĞLIK	546	3,670	1,2870	6.739	1030	***
	LEZZET	529	4,146	1,0130			

Tablo 3.12’de yer alan değerler incelendiğinde sağlıklı ve lezzetli yemek uyararı sunulan katılımcıların yanıtlarının birbirinden farklı olduğu görülmektedir ($t_1= 6.978$, $t_2= 6.739$, $p<0.000$). Buna göre, sağlıklı yiyecek uyararıyla karşılaşan bireylerin, yemeği ne kadar sağlıklı bulduklarına verdikleri yanıtların ortalaması ($\bar{X}= 3.940$) lezzetli olma durumuna kıyasla ($\bar{X}= 3.670$) daha yüksektir. Lezzetli yemek uyararıyla karşılaşan bireylere yöneltilen manipülasyon sorusunda da yemeğin lezzetli olduğuna ilişkin ortalama değer ($\bar{X}=4.146$), sağlıklı olma durumuna kıyasla ($\bar{X}=3.425$) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bulgular, katılımcıların manipülasyon sorularını doğru bir şekilde algıladığını göstermektedir.

3.6.2.2. Ampirik Çalışma 2 İçin Ölçüm Modeline İlişkin Bulgular

İkinci ampirik araştırmanın ölçüm modelini test etmek üzere doğrulayıcı faktör analizinin sonuçları Tablo 3.13’te sunulmaktadır.

Tablo 3.13 Ölçüm Modeline İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analiz Sonuçları

Örtük Değişken	Gözlenen Değişken	Standardize Yol Katsayısı	t değeri	Standart Hata (S.E)
Sağlık Farkındalığı	SB1	0.76	*sabitlendi	-
	SB2	0.72	22.845	0.042
	SB3	0.79	25.061	0.042
	SB4	0.72	23.009	0.038
	SB9	0.54	17.333	0.050
Sağlık Motivasyonu	SB8	0.74	*sabitlendi	
	SB10	0.71	21.008	0.048
	SB11	0.81	22.878	0.048
Yiyeceklerin Sağlıklı Algılanması	YSA1	0.75	24.626	0.042
	YSA2	0.75	24.348	0.041
	YSA3	0.75	23.517	0.038
	YSA4	0.77	24.348	0.041
	YSA5	0.78	24.626	0.042
	YSA6	0.73	*sabitlendi	
Lezzet Algılaması	LA1	0.81	31.149	0.032
	LA2	0.83	32.094	0.031
	LA3	0.82	31.625	0.031
	LA4	0.84	*sabitlendi	
Yemek Seçme Niyeti	YTN1	0.83	*sabitlendi	
	YTN2	0.88	35.508	0.029
	YTN3	0.93	37.330	0.030

(*) gösterge 1'e sabitlenmiştir. (***) $p < 0.001$
 $\chi^2 = 690.007$ $sd = 179$; $p < 0.001$; $\chi^2/sd = 3.855$
CFI= 0.960; NFI= 0.947; TLI= 0.953; IFI= 0.960; RMSEA= 0.052; GFI= 0.936; AGFI= 0.918; SRMR=0.0386

Faktör yükleri, faktör analizinde değişkenler ile faktörler arasındaki ilişkinin gücünü gösteren değerlerdir (Marsh vd., 2004). Doğrulayıcı faktör analizinde faktör yükünün ideal olarak 0.70 veya üzerinde olması beklenirken, 0.50 ve üzeri değerler de uyum iyiliği endekslerine katkılarına göre değerlendirilerek modelde tutulup tutulmayacağına karar verilebilir. Bu doğrultuda, altıncı ifadenin faktör yükünün 0.46 olduğu göz önünde bulundurularak (Meydan ve Şeşen, 2010), bu ifadenin analizden çıkarılmasının uygun olduğuna karar verilmiştir. Bu işlemin ardından doğrulayıcı faktör analizi tekrar uygulanmıştır. Elde edilen bulgulara göre, modelin $\chi^2/sd = 3.85$ oranı kabul edilebilir bir aralıkta yer almaktadır (Aksu vd., 2017). Modelin uyum iyiliği değerlerinin CFI= 0.96, NFI= 0.95, IFI= 0.96, TLI= 0.95, GFI= 0.94 olduğu ve bu değerlerin Tabachnick ve Fidell (2013) tarafından belirtilen eşik değerlerinin üzerinde olduğu gözlemlenmektedir. Ayrıca RMSEA= 0.052 ve SRMR= 0.0368 değerlerinin önerilen aralıkta olduğu belirlenmiştir (Goretzko vd., 2024). Uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir sınırlar içinde bulunmasından dolayı herhangi bir düzeltme indeksine ihtiyaç duyulmamıştır. Tüm bu bulgular ışığında ölçüm modelinin iyi bir uyum gösterdiği ve modelin kabul edilebilir olduğu söylenebilir. Ölçüm modeline ilişkin istatistiksel analiz programı tarafından elde edilen sonuçları içeren çıktı Ek

8’de sunulmuştur. Bu aşamadan sonra ölçüm modelinin yakınsama geçerliliği, ayırma geçerliliği ve yapı güvenirliğine dair bulgular Tablo 3.14’te sunulmuştur.

Tablo 3.14 İkinci Ampirik Araştırma için Yakınsama ve Ayırma Geçerliliği ile Yapı Güvenirliği

Boyutlar	Cronbach Alpha	CR	AVE	MSV	ASV	1	2	3	4	5
Sağlık Farkındalığı (1)	0.816	0.83	0.51	0.50	0.28	0.68				
Sağlık Motivasyonu (2)	0.797	0.80	0.58	0.50	0.23	0.71	0.76			
Yiyeceklerin Sağlıklı Algılanması (3)	0.887	0.89	0.57	0.43	0.26	0.51	0.39	0.75		
Lezzet Algılanması (4)	0.896	0.90	0.69	0.43	0.25	0.44	0.44	0.65	0.83	
Yemek Seçme Niyeti (5)	0.910	0.91	0.78	0.20	0.11	0.41	0.29	0.45	0.45	0.88

Köşegendeki italik ve kalın yazılan değerler açıklanan ortalama varyansın karekökünü ($\sqrt{AVE}$), diğer değerler ise faktörler arası korelasyonları göstermektedir.
1= Sağlık Farkındalığı, **2=**Sağlık Motivasyonu, **3=** Yiyeceklerin Sağlıklı Algılanması, **4=** Lezzet Algılanması
5= Yemek Seçme Niyeti
AVE = Ortalama Açıklanan Varyans; **MSV** = Maksimum Paylaşılan Varyansın Karesi; **ASV** = Ortalama Paylaşılan Varyansın Karesi; **CR** = Bileşik Güvenirlik

Tablo 3.14 incelendiğinde ölçüm modelindeki tüm gizli değişkenlerin CR değerlerinin 0.70’nin ve ortalama açıklanan varyans (AVE) değerlerinin de 0.50’nin üzerinde olduğu görülmektedir. Bu durum ölçüm modelinin yakınsama geçerliliğinin sağlandığını göstermektedir. Tablo 28 incelendiğinde değişkenlere ilişkin AVE değerlerinin MSV ve ASV değerlerinden büyük olduğu görülmektedir. Örneğin yiyeceklerin sağlıklı algılanması için $AVE= 0.57$, $MSV=0.43$, $ASV= 0.26$ olarak tespit edilmiştir. Ayrıca her bir değişke için $\sqrt{AVE}$ değerinin diğer yapılarla olan en yüksek korelasyondan daha büyük olduğu görülmektedir. Bunun tek istinası sağlık farkındalığı ve sağlık motivasyonu arasındaki değerdir. Ancak geçerliliğe ilişkin diğer ölçütlerin karşılanması nedeniyle bu durumun kabul edilebilir olduğu düşünülmektedir. Elde edilen bu değerler, ölçüm modelindeki tüm ölçeklerin ayırma geçerliliğinin sağlandığına dair kanıtlar sunmaktadır. Ölçüm modelinin güvenirliği ise her bir gizli değişkenin iç tutarlılığını gösteren Cronbach Alpha değeri ve bileşik güvenirlik (CR) katsayısı kullanılarak değerlendirildiğinde ve Tablo 3.14 incelendiğinde tüm değişkenlerin Cronbach Alpha değerlerinin 0.797 ile 0.910 arasında değiştiği bileşik güvenirlik katsayılarının da 0.83 ile 0.91 arasında değişkenlik gösterdiği görülmektedir. Sonuç olarak ölçüm modelinin güvenirliği de sağlanmış olduğundan yapısal modelin sınanması aşamasına geçilmiştir.

3.6.2.3. Yapısal Modele İlişkin Bulgular

Yapısal modelin testine ilişkin bulgular Tablo 3.15’te sunulmaktadır. Buna göre yapısal modelin ki-kare (χ^2) değeri/ serbestlik derecesi (sd) 3.985 olup bunun anlamlı seviyede (Aksu vd., 2017; Nikkhah vd., 2018) olduğu görülmüştür ($p<0.001$). Modelin uyum

iyiliği değerleri GFI= 0.947, AGFI= 0.924, RMSEA= 0.053, RFI= 0.957, CFI= 0.975, SRMR= 0.0339 şeklinde olup kabul edilebilir aralıktadır (Meydan ve Şeşen, 2015).

Tablo 3.15 İkinci Ampirik Araştırma İçin Yapısal Model Sonuçları

Hipotezler				Standart Yol Katsayısı	R ² Değeri	t Değeri	p	Karar
H1	Sağlık Bilinci	→	Yiyeceklerin Sağlıklı Algılanması	0.54	0.31	13.015	***	Desteklendi
H2	Sağlık Bilinci	→	Lezzet Algılanması	0.20	0.49	5.164	***	Desteklendi
H3	Yiyeceklerin Sağlıklı Algılanması	→	Lezzet Algılanması	0.55	0.49	13.167	***	Desteklendi
H4	Sağlık Bilinci	→	Yemek Seçme Niyeti	0.23	0.28	5.364	***	Desteklendi
H5	Yiyeceklerin Sağlıklı Algılanması	→	Yemek Seçme Niyeti	0.19	0.28	4.925	***	Desteklendi
H6	Lezzet Algılanması	→	Yemek Seçme Niyeti	0.22	0.28	4.128	***	Desteklendi

Araştırma modeline ilişkin yapısal eşitlik modeli istatistik paket program çıktısı Ek 9'da yer almaktadır. Tablo 3.15'teki bulgulara göre sağlık bilinci yiyeceklerin sağlıklı algılanmasını orta düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir ($\beta = 0.54$, $t = 13.015$, $p < 0.001$). Ayrıca, Tablo 3.15'te görüldüğü R^2 değerine göre sağlık bilinci değişkeni yiyeceklerin sağlıklı algılanması değişkenini %31 oranında açıklamaktadır. Bu katılımcıların sağlık bilinci düzeylerinin, onların fine-dining restoranlardaki yiyeceklerin sağlıklı olduğuna dair algılarını güçlendirdiği anlamına gelir. Dolayısıyla araştırmanın ilk hipotezi doğrulanmıştır. Araştırma modelindeki ikinci hipotez bağlamında ise sağlık bilincinin lezzet algılanmasını orta düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilediği görülmektedir ($\beta = 0.20$, $t = 5.164$, $p < 0.001$). R^2 incelendiğinde %49'luk bir değer aldığı ve sağlık bilinci değişkeninin lezzet algılanması değişkenindeki değişimin %49'unu açıkladığı anlaşılmaktadır (Tablo 3.15). Bu sağlık bilincinin lezzet algılanmasında önemli bir rol oynadığını, ancak lezzet algılanmasını etkileyen başka faktörlerin de olduğunu gösterir. Bu kapsamda araştırmanın ikinci hipotezi de bulgulardan destek görmüştür.

Araştırma sonuçlarına göre yiyeceklerin sağlıklı algılanması lezzet algılanmasını olumlu yönde, yüksek düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir ($\beta = 0.55$, $t = 13.167$, $p < 0.001$). Başka bir anlatımla fine-dining restoranda yiyecekleri sağlıklı olarak algılayan tüketicilerin lezzet algılamaları da güçlü olmaktadır. Bu bağlamda üçüncü

hipotezin de desteklendiği görülmektedir. Araştırma modelinde ön görülen dördüncü hipotez çerçevesinde sağlık bilinci sağlıklı veya lezzetli yemek seçme niyetini olumlu yönde, orta düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir ($\beta=0.23$, $t=5.364$, $p<0.001$). Bu bulgu araştırmanın dördüncü hipotezinin (H_4) de desteklendiğini göstermektedir. Diğer bir anlatımla, bu hipotezin doğrulanması sağlık bilincinin yemek seçimindeki rolünü ortaya koymaktadır.

Tablo 3.15 incelendiğinde yiyeceklerin sağlıklı algılanmasının sağlıklı veya lezzetli olarak sunulan yemeği seçme niyetini olumlu yönde, orta düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilediği görülmektedir ($\beta=0.19$, $t=4.925$, $p<0.001$). Bu bulgu araştırmada öne sürülen beşinci hipotezin de desteklendiğini göstermektedir. Son olarak “*Restoranlar bağlamında tüketicilerin yiyecekleri lezzetli algılaması onların belli bir yemeği (lezzetli veya sağlıklı olarak sunulan) seçme niyetlerini olumlu yönde etkiler*” şeklinde öngörülen altıncı hipotez araştırma bulgularıyla desteklenmiştir ($\beta= 0.22$, $t= 4.128$, $p<0.001$). Başka bir deyişle, bireylerin lezzete ilişkin algılamaları restoranlarda belirli bir yemeği (lezzetli veya sağlıklı olarak sunulan) seçme niyetlerinin anlamlı bir belirleyicisi olarak görülmektedir. Yapısal modelde öngörülen ilişkilerin sınanmasının ardından, düzenleyici değişken analizi gerçekleştirilmiştir.

3.6.2.4. Düzenleyici Etki Modeline İlişkin Bulgular

İkinci ampirik araştırma kapsamında katılımcılara sağlıklı veya lezzetli olarak sunulan yemeğin, yiyeceklerin sağlıklı algılanması ve lezzet algılaması arasındaki ilişkide düzenleyici rolü olup olmadığının belirlenmesi için düzenleyici değişken analizi gerçekleştirilmiştir.

Tablo 3.16 Sağlık ve Lezzet Uyarısının Düzenleyici Rolüne İlişkin Yol Analizi

Değişkenler	β	Standart Hata	t değeri	p değeri	R ²
Yiyeceklerin Sağlıklı Algılanması → Lezzet Algılanması	0.58	0.023	23.769	***	
Uyaran → Lezzet Algılanması	0.07	0.023	2.083	***	
Etkileşim Terimi → Lezzet Algılanması	-0.08	0.023	-3.188	***	0.354
Etkileşim Terimi: Uyaran (Sağlıklı veya Lezzetli Sunulan Yemek) * Yiyeceklerin Sağlıklı Algılanması					
*** $p<0.001$					
β = Standardize edilmiş yol katsayıları					
R ² (R-squared), modelin toplam varyansı açıklama yeteneğini gösterir.					

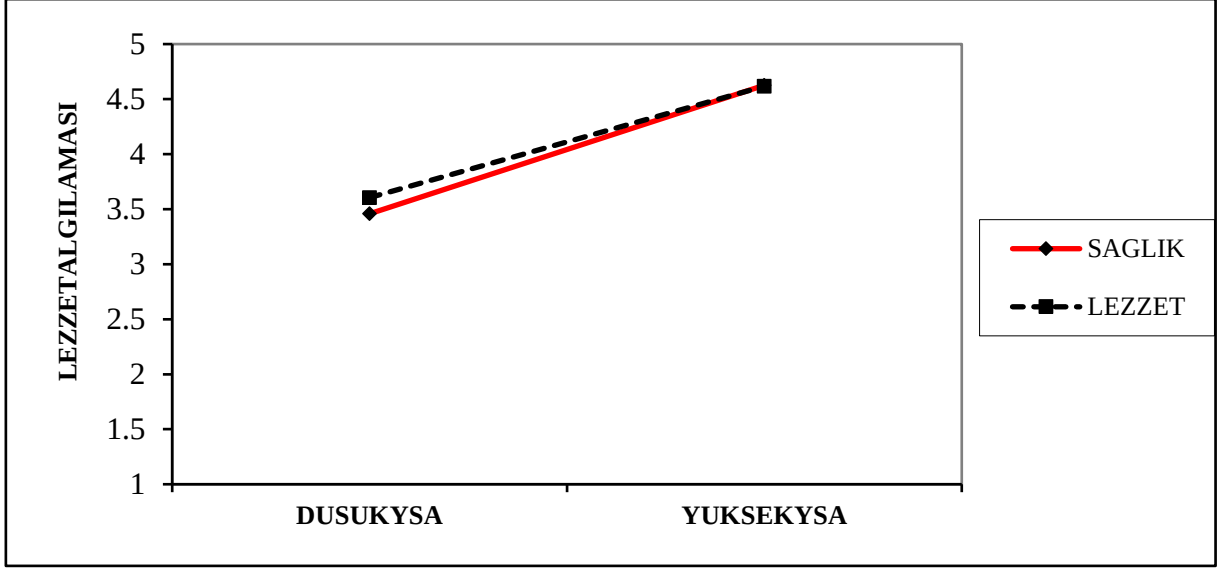
Sağlıklı veya lezzetli olarak sunulan yemeğin düzenleyici etkisinin incelendiği yol analizine ilişkin sonuçlar Tablo 3.16’da yer almakta ve ilgili istatistik program çıktısı Ek 10’da yer verilmiştir. Ayrıca ilgili istatistik programına çıktısına ilişkin görsel de ekte yer almaktadır. Tablo 3.16 incelendiğinde düzenleyici etkiye ilişkin öngörülen “*Tüketicilerin*

yiyecekleri sağlıklı algılaması ile lezzet algılaması arasındaki ilişkide sağlıklı veya lezzetli yemek uyarınının sunulması düzenleyici bir etkiye sahiptir” (H₇) hipotezinin desteklendiği görülmektedir. Tabloda görüleceği gibi yiyeceklerin sağlıklı algılanması ($\beta = 0.58$, $t = 23.769$, $p < 0.001$) ve uyarının (sağlıklı veya lezzetli olarak sunulan yemek) lezzet algılamasına anlamlı ve olumlu ($\beta = 0.07$, $t = 2.083$, $p < 0.001$) bir etkinin olduğu anlaşılmaktadır. Etkileşim teriminin (yiyeceklerin sağlıklı algılanması ve uyarın değişkenlerinin çarpımı) lezzet algılaması üzerindeki etkisinin (düzenleyici etki) de istatistiksel açıdan anlamlı olduğu görülmektedir ($\beta = -0.08$, $t = -3.188$, $p < 0.001$). Diğer taraftan düzenleyici etkinin lezzet algılamasını %35 düzeyinde açıkladığı söylenebilir. Eğim analizi sonuçları ise Tablo 3.16’da ve grafik olarak ise Şekil 3.4’te yer almaktadır.

Tablo 3.17 Sağlıklı veya Lezzetli Olarak Sunulan Yemeğin Düzenleyici Rolü

Uyarın	β	t değeri	p değeri	Karar
Sağlıklı Yemek	0.584	13.059	0.000	Desteklendi
Lezzetli Yemek	0.506	6.532	0.000	Desteklendi

Tablo 3.17 ve Şekil 3.4’teki sonuçlara göre katılımcılara sağlıklı yemek sunulduğunda ($\beta = 0.584$, $t = 13.59$, $p < 0.001$) yiyeceklerin sağlıklı algılanmasının lezzet algılamasına etkisi kısmen de olsa daha yüksek olmaktadır. Diğer taraftan katılımcılara lezzetli yemek sunulduğunda ($\beta = 0.506$, $t = 6.532$, $p < 0.001$) yiyeceklerin sağlıklı algılanmasının lezzet algılamasına etkisinin küçük de olsa azaldığı söylenebilir (Tablo 3.17). Bu bağlamda sağlıklı yemek sunulan katılımcıların yiyecekleri sağlıklı algılamaları halinde lezzet algılamalarında da artış görülmektedir. Bu durum, yiyeceklerin sağlıklı algılanması ile lezzet algılaması arasındaki ilişkinin sağlıklı veya lezzetli yemek uyarınının sunulmasına göre değiştiğini ifade etmektedir.



Şekil 3.4 Lezzet Algılamasının Yemek Seçim Niyetine Etkisinde Sağlık ve Lezzet Uyarısının Düzenleyici Rolü

SONUÇ

Araştırma kapsamında, fine-dining restoranlarda tüketicilerin yemek seçim davranışlarını anlamak amacıyla iki ayrı ampirik çalışma yürütülmüştür. Birinci ampirik araştırmada, tüketicilerin yaşamlarının geneline yayılan sağlık bilinci, yiyeceklerin sağlık niteliklerine ilişkin bilgi ve inançları, lezzet tutumları, yiyeceklerin yaşamlarındaki önem düzeyi ve sağlıklı yemek seçme niyetleri fine-dining restoran bağlamında detaylı bir şekilde incelenmiştir. Bu çalışmanın amacı, tüketicilerin sağlık bilincinin ve yiyeceklerin sağlık niteliklerine ilişkin bilgi ve inançlarının, lezzet tutumları ile sağlıklı yemek seçim davranışları üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır. Ayrıca, yiyeceklerin tüketicilerin günlük yaşamlarındaki öneminin (yiyecek ilgilenimi) yiyeceklerin sağlamlığına ilişkin değerlendirmeleri ve lezzet tutumları arasındaki ilişkide nasıl bir etkiye sahip olduğunu da incelemektedir. İkinci ampirik araştırmanın amacı ise bireylerin yemek seçimlerinde sağlıklı veya lezzetli yemek uyarıları sunulduğunda, bu uyarıların yemek seçim niyetlerini nasıl etkilediğini anlamaktır. Bu bağlamda, sağlık bilincinin yanı sıra, bireylerin yiyecekleri sağlık ve lezzet açısından nasıl algıladıkları ve bu algıların yemek seçimlerine nasıl yansıdığı incelenmektedir.

Fine-dining restoranlar, bu çalışmanın araştırma bağlamı olarak seçilmiştir, çünkü yemek çeşitliliği ve kalitesi, atmosfer, hizmet kalitesi, çeşitlilik ve yaratıcılık, detaylara önem verme gibi üstün nitelikleri ile dikkat çekerler (Marinkovic vd., 2013). Bu restoranlarda yüksek kaliteli, taze ve özenle hazırlanmış yemekler sunulmasının yanı sıra, kişiselleştirilmiş ve özenli hizmet sunan profesyonel, saygılı, güler yüzlü ve eğitilmiş personel müşterilere keyifli bir deneyim yaşatır (Kiatkawsin ve Sutherland, 2020). Diğer bir ifadeyle bu restoranlar yemeğin sunumu, seçilen sofrta takımları, servis şekli, dekorasyon, aydınlatma, restoranda çalınan müzik gibi unsurlar ve genel atmosferiyle müşterilere unutulmaz bir yemek deneyimi sunmaktadır (Har, 2008; Harrington vd., 2011). Sunulan yemeklerin hazırlık ve sunumunda gösterilen özen lezzetin yanı sıra yemeğin sağlıklı yeme alışkanlıklarını destekleyen niteliklerinin korunmasını da sağlamaktadır (Nguyen vd., 2022). Dolayısıyla bu restoranlarda sunulan yemeklerin hem lezzet hem de sağlık özellikleriyle yüksek standartlarda olması, bireyin yemek seçimlerini değerlendirmek için bu iki faktörün nasıl etkileşime girdiğini anlamamıza olanak sağlar (Cortese, 2003).

Araştırmada katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde 30-39 yaş aralığında, lisans mezunu ve aylık gelir düzeylerinin 11.000 TL'nin üzerinde olduğu anlaşılmaktadır. Haftada 2-3 kez dışarıda yemek yedikleri ve kronik rahatsızlıkları olmadığı da tespit

edilmiştir. Hipotez testlerine ilişkin bulgular ise sağlık bilinci, öznel bilgi, yiyeceklerin sağlıklı algılanması, yiyecek ilgilenimi, lezzet algısı ve tutumunun yemek seçme niyeti (sağlıklı ve lezzetli olarak sunulan) üzerinde etkili olduğunu göstermektedir.

Kavramsal Çıkarımlar

Sağlık ve beslenme ilişkisine odaklanan literatüre göre bireyler genel olarak sağlıklı bir yaşam tarzını benimsemek isteseler de her zaman sağlıklı yiyecekleri tercih etmeyebilirler. Aslında yaygın bir kanı sağlıklı yiyeceklerin lezzetsiz olduğu yönündedir. Akademik literatürde de bu konuya odaklanan bir dizi çalışma mevcuttur (Sullivan vd., 2015; Lim vd., 2022). Mai ve Hoffman (2015), Raghunathan vd. (2006) ve Luomola vd. (2004) tarafından yapılan araştırmalar da bu inancı desteklemektedir. Bu inanç, tüketicilerin sağlıklı yiyeceklerden kaçınmalarına ve sağlıksız yiyeceklere yönelmelerine neden olabilir. Ancak, bu inancın her zaman doğru olmadığını gösteren araştırmalar da mevcuttur. Huang ve Wu (2016) ve Jo ve Lusk (2018) tarafından yapılan araştırmalar, sağlıklı yiyeceklerin lezzetli yiyeceklerden daha az lezzetli olarak algılanmadığını göstermiştir. Söz konusu çalışmalar sağlık bilinci, algılanan sağlıklılık ve lezzet gibi değişkenleri incelemekle birlikte fine-dining restoranlara özgü karmaşık ve çok boyutlu yemek seçim davranışlarını ele alma konusunda yetersiz kalmaktadır. Mevcut çalışmanın özgünlüğü de fine-dining restoranlarda tüketicilerin yemek seçimlerinde sağlık ve lezzet faktörlerinin nasıl etkileşim içinde olduğunu incelemesinde yatmaktadır. Bu amaçla iki ampirik çalışma gerçekleştirilmiştir.

Birinci ampirik çalışma kapsamında bireyin sağlık bilinci, öznel bilgi ve sağlıklı yemek seçme niyeti arasındaki ilişkilere dair bulgular elde edilmiştir. Araştırma bulgularına göre bireyin sağlık bilinci öznel bilgi ve sağlıklı yemek seçme niyetini etkilerken, öznel bilginin sağlıklı yemek seçme niyetini etkilemediği tespit edilmiştir. Bireylerin sağlık bilinci geliştikçe sağlıklı davranışlar sergilemek için gerekli bilgi ve becerileri edinirler. Bu süreç hem sağlık farkındalıklarının hem de sağlık motivasyonlarının artmasına katkıda bulunur (Gould, 1988; Hoque vd., 2017). Sağlıklı tüketim davranışlarının neler olabileceğini anlamada ve bunları ayırt etmede kendilerini giderek daha bilgili ve becerikli görebilirler (Handayani vd., 2023). Örneğin, Chiciudean vd. (2019) sağlık bilincine sahip kişilerin restoran seçimlerinde sağlık faktörünü göz önünde bulundurduğunu ve sunulan yemekleri sağlık açısından değerlendirmeye eğilimli olduğunu belirtmektedir. Bu bilgi ve becerileri, restoran menülerindeki yemekleri rahatlıkla ve bilinçli bir şekilde sağlıklılık açısından değerlendirmek için de kullanabilirler (Fatiha ve Ayoubi, 2021). Bu şekilde, sağlık bilinci yüksek bireylerin restoranlardaki yemekleri sağlık açısından değerlendirme konusunda kendilerini daha bilgili

ve yetkin hissetme olasılığı artar (Jin vd., 2017b). Birinci ampirik çalışmanın bulguları bu görüşü destekler niteliktedir. Çalışma sonuçları, sağlık bilinci arttıkça bireylerin öznel bilgilerinin de geliştiğini göstermektedir. Bu durum, sağlık bilinci yüksek bireylerin restoranlardaki yemek tüketimlerinde sağlıkla ilgili olası tehditleri algılama, değerlendirme ve bunlarla başa çıkarak daha sağlıklı seçimler yapabilme konusunda kendilerini yetkin hissetmelerine olanak tanır (Barreiro-Hurle, 2010). Örneğin, Rahamat vd. (2022) tarafından yapılan bir araştırmada, sağlık bilincine sahip bireylerin menü etiketlerini kullanma niyetlerinin arttığı bulunmuştur. Bu bireyler, menüdeki sağlıklı seçenekleri değerlendirerek sağlıklı yemek seçimleri konusunda kendilerine daha fazla güvenirler (Damen vd., 2022). Bu durum, sağlık bilinci ile öznel bilgi arasındaki ilişkinin bir yansımasıdır. Bu bağlamda, bireyin sağlık bilinci ve sağlıklı yiyecek konusundaki bilgi düzeyi (öznel bilgi) sağlıklı yemek seçme niyetinde başa çıkma ve tehdit değerlendirmesini etkileyerek koruyucu davranışlarını şekillendirebilir (Ryu vd., 2023). Bu da koruma motivasyonu teorisinin kuramsal argümanlarını destekleyen bir çıkarımdır.

Sağlık-lezzet ikilemine ilişkin ampirik bulgulara rağmen bu çalışma sağlık bilincinin lezzet tutumunu olumlu yönde etkilediğini ortaya koymaktadır (Raghunathan vd., 2006; Jezewska-Zyshowicz, 2020; Paaki vd., 2022). Fine-dining restoranlar genellikle yüksek kaliteli malzemeleri, çekici sunumları ve kaliteli hizmetiyle öne çıkar. Bu nedenle, lezzet bu restoranları tercih eden tüketiciler için önemlidir (Lane, 2013; Gupta, 2022). Ayrıca, sağlık bilincine sahip olan bireylerin yemeklerin içeriğine, hazırlama yöntemlerine, sunum şekline ve lezzetine önem verdiği belirtilmektedir (Shin ve Mattila, 2020). Bu restoranlarda yemek yiyen sağlık bilinci yüksek tüketicilerin, sağlıklı yemeklerin yanı sıra lezzetli yemekler talep etmeleri, sağlık bilinci ile lezzet tutumları arasındaki olumlu ilişkiyi yansıtır (Jun vd., 2014; Magano vd., 2022). Yani, sağlık bilinci ile lezzet tutumunun uyumlu olması, tüketicilerin fine-dining restoranlarda sağlıklı ve lezzetli yemekler tüketebileceğini düşündürür. Bu sayede, lezzetli yiyecek tercihleri sağlıklı beslenme hedefleriyle çatışmaz ve tüketiciler hedef çatışması yaşamazlar. Haasova ve Florack (2015) tarafından yapılan bir araştırmada, sağlık bilincine sahip katılımcıların sağlıklı yiyecekleri lezzetli bulduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, tüketicilerin fine-dining restoran ortamında motivasyonlarına bağlı olarak menü çeşitliliği ve yemeklerin sağlamlığı ölçüsünde sağlık bilincinin varlığı ve öznel bilginin gelişimi ile lezzet tutumlarının olumlu yönde gelişebileceği öngörülmektedir.

Bu çalışma kapsamında ortaya çıkan diğer bir bulgu, öznel bilginin lezzet tutumunu çok güçlü olmasa da olumlu yönde ve anlamlı bir şekilde etkilediğidir. Bu bulguya göre bireyin yiyecekleri sağlık açısından değerlendirebilme yetkinliğine sahip olduğuna dair

inancı, lezzete ilişkin olumlu bir tutum geliştirmesine az da olsa katkı sağlamaktadır. Bireyin öznel bilgisi arttıkça, lezzetli yiyecek tüketimine verdiği önem de düşük düzeyde de olsa artmaktadır. Tüketicilerin sağlıklı tüketim davranışları gösterme duyarlılıkları arttıkça, yiyecekleri sağlıklı olup olmadıkları açısından nasıl değerlendirebileceklerine ilişkin bilgi ve becerileri de gelişmektedir. Bilginin olumlu tutumları geliştirdiğine dair çok sayıda ampirik bulgu mevcuttur (Aertsens vd., 2009; Phillips vd., 2013). Buna göre, öznel bilgi, sağlıklı beslenmek isteyen bir tüketici için sağlık-lezzet ikileminin yarattığı gerginliğin azaltılmasına ve sağlığa ilişkin olumlu tutumun yanı sıra lezzete ilişkin de olumlu bir tutumun gelişmesine katkı sağlayabilir (Magana vd., 2022). Çünkü yiyecekleri sağlıklılık açısından değerlendirebildiğine inanan bir tüketici için lezzet, kaçınılması gereken bir nitelik olmaktan çıkabilir (Veale, 2008). Öznel bilgiye ve lezzete ilişkin olumlu tutuma sahip olan birey, sağlıklı ve lezzetli yiyecekleri ayırt edebileceğine ve bu yönde yeni yemek deneyimlerini keşfedebileceğine inanır. Öznel bilgi ve lezzet tutumu, literatürdeki sağlık-lezzet ikilemine ilişkin yaygın görüşün aksine bir arada bulunabilir.

Sağlık farkındalığı ve sağlık motivasyonunun artmasıyla birlikte bireylerin sağlıklı tüketim davranışları sergileme eğilimi gösterdikleri mevcut literatürdeki çok sayıda çalışma tarafından desteklenmektedir (Hoque vd., 2017; Shin vd., 2019; Li vd., 2019). Bu tez kapsamında gerçekleştirilen birinci ampirik çalışmanın bulguları da sağlık bilincinin sağlıklı yemek seçme niyetini olumlu yönde etkilediğini ortaya koymaktadır. Bu durum, lezzet odaklı bir deneyimin ön planda olduğu fine-dining restoranlarında (Lane, 2013; Gupta, 2022) bile tüketicilerin sağlık bilinci arttıkça sağlıklı yemek seçme niyetlerinin de güçlendiğini göstermektedir. Koruma motivasyonu teorisi çerçevesinde bakıldığında sağlık bilinci yüksek olan tüketiciler, fine-dining restoranlarında sağlıklı yemek seçenekleri bulabileceklerine ve bu seçenekleri değerlendirerek sağlıklı beslenme alışkanlıklarını sürdürebileceklerine inanmaktadırlar. Bu nedenle sağlıkları ile ilgili olası bir tehdit algıladıklarında bile, bu tehditle başa çıkabileceklerine olan güvenleri sayesinde (McKinley, 2009) sağlıklı yeme niyetlerini sürdürme konusunda daha istekli olabilirler. Şu hâlde fine-dining restoran bağlamında koruma motivasyonu teorisinin açıklayıcı gücünden de yararlanılarak sağlık bilincinin sağlıklı yemek seçme niyetini güçlendirdiği hipotezinin bu çalışmanın bulguları ile desteklendiği anlaşılmaktadır.

Bu çalışmada elde edilen bulgular, bireylerin öznel bilgi seviyesi ile sağlıklı yemek seçme niyeti arasında anlamlı bir ilişki olmadığını göstermektedir. Bu durum, ilgili literatürde farklı bağlamlarda yapılan araştırmaların sonuçlarıyla çelişmektedir (Verbeke, 2008; Pieniak vd., 2010a; Eberhardt vd., 2020 ve Merwe vd., 2024), çünkü bu araştırmalar, öznel bilginin

sağlıklı yemek seçimini olumlu yönde etkileyen bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Tüketicilerin yiyeceklerin sağlıklı olup olmadığını değerlendirme konusundaki güvenleri arttıkça, daha sağlıklı ve bilinçli seçimler yapmaları beklenir (Hwang, 2013; Piha vd., 2018). Ancak fine-dining restoranlarda tüketiciler menüdeki yemeklerin sağlıklı olup olmadığını anlama yeteneğine sahip olsalar da restoranın sunduğu geniş yemek çeşitliliği, kalite, atmosfer ve hizmet kalitesi gibi unsurlar sağlıklı yemek seçme niyetini gölgede bırakabilir. Koruma motivasyonu teorisi perspektifinden bakıldığında, böyle bir ortamda birey sağlığı için ciddi bir tehdit algılamayabilir ve başa çıkma stratejileri geliştirme ihtiyacı hissetmeyebilir (Wen ve Liu-Lastres, 2022). Bu durumda, fine-dining restoranda sağlıklı yemek tüketimiyle ilgili başa çıkılamayan bir tehdit algısı oluşmadığında, öznel bilgi ile sağlıklı yemek seçme niyeti arasında bir ilişki kurulamayabilir. Çünkü bu birey, sağlıklı yemek seçme niyetine sahip olsa bile bir tehdit hissetmediğinde, öznel bilgisini kullanma ihtiyacı duymayabilir ve başa çıkma stratejisi geliştirmesi gereken bir deneyim yaşamadığına inanabilir.

Birinci ampirik araştırmada lezzet tutumunun da sağlıklı yemek seçme niyetine etkisi incelenmiş, ancak anlamlı bir etki tespit edilememiştir. Bu, fine-dining gibi bir restoran bağlamında tüketicinin lezzete ilişkin olumlu veya olumsuz tutumunun sağlıklı yemek seçme isteği ile doğrudan ilişkili olmadığını gösterebilir. Bu sonucu hedef çatışma teorisi açısından açıklarken öncelikle üç olası senaryonun değerlendirilmesi gerekmektedir. İlk olarak, restoranlarda tüketiciler sağlıklı yemek tüketmek istediklerinde sağlık-lezzet ikilemi ile karşılaşır. Bu durumda lezzetli veya sağlıklı yemek seçimi yapma zorunluluğu nedeniyle bir tür hedef çatışması yaşarlar (Stroebe vd., 2013). Bu durumda yemeğin lezzetine ilişkin algılama ile sağlıklı yemek tüketme niyeti arasında negatif bir ilişki olması beklenir (Raghunathan, 2006; Mai ve Hoffmann, 2015). Yani, bir hedef çatışması oluşur (Haws vd., 2016; Kunz vd., 2024) ve lezzet tutumu sağlıklı yemek seçme niyetini olumsuz yönde etkiler (Haasova ve Florack, 2019). İkinci olarak, bir restoranda tüketici sağlık ile lezzet arasında seçim yapmak zorunda olmadığını düşündüğünde hedef çatışması yaşamaz (Dahr ve Fort, 2008). Çünkü bu durumda, tüketicilerin karşısında hem sağlıklı hem de lezzetli seçeneklerin sunulduğu bir menü bulunabilir (Tsaur ve Lo, 2020). Dolayısıyla, tüketicilerin yemeklerin hem lezzeti ve hem sağlığıyla ilgili olumlu algılar geliştirmesi beklenir. Bu nedenle, lezzet ile sağlık arasında olumlu bir ilişkinin olduğu ve lezzet tutumunun sağlıklı yemek seçme niyetini olumlu yönde etkileyebileceği sonucuna ulaşılabilir (Huang ve Wu, 2016; Garaus vd., 2023). Fine-dining tarzı bir restoran ortamında lezzetli yemek tüketmenin önemli olduğu, ancak bunun sağlıksız bir yemeği ifade etmediği (Werle vd., 2013) dolayısıyla hedef çatışmasının olmadığı üçüncü bir olasılık da mevcuttur (Jun ve Arendt, 2016). Tüketici yemeğin lezzetli ve

sağlıklı oluşunu karşıt nitelikler olarak görmez, ama yemek seçiminde lezzeti daha çok önemseyebilir (Greene vd., 2024). Böyle bir durumda, lezzet ve sağlıkla ilgili algılamalar birbirinden bağımsız olabilir; yani lezzet tutumu ile sağlıklı yemek seçme niyeti arasında anlamlı bir ilişki kurulamayabilir. Dolayısıyla, bu araştırma sonuçları üçüncü olasılığın bu çalışmanın örneklemi temsil eden bireyler için geçerli olabileceğini göstermektedir.

Birinci ampirik araştırma kapsamında son olarak, öznel bilginin lezzet tutumu üzerindeki etkisinde yiyecek ilgileniminin düzenleyici rolü incelenmiştir. Bu çalışmada yiyecek ilgilenimi bireylerin yemek seçimleriyle etkileşime giren başlıca değişkenlerden biri olarak benzer şekilde ele alınmakta (Marshall ve Bell, 2004; Davison vd., 2015) ve merkezinde lezzet ve lezzete ilişkin uyaranlar bulunduğu kabul edilmektedir (Brunso vd., 2021). Bu çerçevede araştırma sonuçlarına göre yiyecek ilgilenimi düşük olan bireylerde öznel bilginin lezzet tutumu üzerinde nispeten güçlü ve anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Yiyecek ilgilenimi orta düzeyde olduğunda öznel bilginin lezzet tutumunu anlamlı şekilde etkilediği, ancak bu etkinin gücünün azaldığı gözlemlenmiştir. Yiyecek ilgilenimi yüksek düzeyde olduğunda ise öznel bilginin lezzet tutumunu anlamlı bir şekilde etkilemediği görülmüştür. Bu bulgular yiyecek ilgileniminin öznel bilgi ve lezzet tutumu arasındaki ilişkiyi düzenlediğini göstermektedir. Yiyecek ilgilenimi arttıkça, öznel bilginin lezzet tutumu üzerindeki etkisi azalmakta ve nihayetinde gözlemlenebilir bir etkiye sahip olmamaktadır. Yemeğin sağlıklı olmaktan ziyade lezzetli olma özelliklerinin ön plana çıkması, bireylerin yemek tercihlerinde lezzetin daha belirleyici bir faktör olmasına bağlanabilir. Yani, yiyecek ilgilenimiyle birlikte sağlıkla ilgili bileşenlerin etkisi azalırken, lezzet algısı daha baskın hale gelmektedir. Bu nedenle, yüksek yiyecek ilgilenimi düzeyine sahip bireylerde öznel bilginin lezzet algısını belirlemedeki gücü daha düşük olabilmektedir.

İlk ampirik araştırmanın dikkat çekici sonuçlarından biri öznel bilgi ve lezzet tutumu değişkenlerinin sağlıklı yemek seçme niyetini etkilemediği yönündedir. Bu bulgularda göz önünde bulundurularak bu kez fine-dining restoran bağlamındaki tüketici davranışlarını daha ayrıntılı bir şekilde anlamak ve bağlama özgü algılamaları ve davranışları ölçmek amacıyla ikinci bir ampirik araştırma gerçekleştirilmiştir. İkinci ampirik araştırmanın temel amacı fine-dining bir restoran ortamında tüketicilere sağlıklı veya lezzetli bir yemek uyaran olarak sunulduğunda tüketicilerin yemek seçim davranışlarını sağlık bilinci, yiyeceklerin sağlıklı algılanması ve lezzet algılaması değişkenleriyle ilişkisini dikkate alarak incelemektir. Bu bağlamda, katılımcılara rastgele olarak sağlıklı veya lezzetli yemek seçenekleri sunulmuştur. Elde edilen sonuçlar çalışmada öne sürülen tüm hipotezlerin güçlü bir şekilde desteklendiğini ortaya koymaktadır.

İkinci ampirik araştırmadan elde edilen ilk bulgu, fine-dining restoranlarda tüketicilerin sağlık bilincinin yiyeceklerin sağlıklı algılanmasını anlamlı bir şekilde etkilediğini göstermektedir. Bu bulgu mevcut akademik literatürdeki birçok çalışma ile uyumludur (Lee vd., 2014; Huang vd., 2022). Yani, sağlık bilinci ve yiyeceklerin sağlıklı algılanması arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalar, bu iki değişken arasında olumlu bir ilişki olduğunu vurgulamaktadır (Gineikiene vd., 2017; Tijssen vd., 2017). Sağlık bilincine sahip bireyler, sağlıklı yaşam tarzlarını benimsemeye daha yatkın olup, bu doğrultuda yemek tercihlerine özel bir önem atfetmektedirler (Michaelidou ve Hassan, 2008). Bu bireyler, yiyecekleri değerlendirirken genellikle kalori içeriği, besin öğeleri, yağ ve şeker miktarı gibi bileşenleri dikkate alarak sağlıklı bir tüketim hedeflemektedirler (Gravel vd., 2012). Üstelik sağlık bilinci sayesinde bireyler, yiyeceklerin sağlıkla ilgili yönlerini daha iyi değerlendirebilmekte ve sağlıklı seçimler yapabilmektedir (Gustafsson ve Sidenvall, 2002).

Yaşamlarında yiyecekleri sağlıklı olma açısından değerlendiren tüketiciler, restoranlarda da kendilerine sunulan yiyecekleri sağlıklı olma açısından değerlendirebilir ve yemeklere ilişkin bir sağlıklılık algılaması geliştirebilirler (Lee vd., 2014; Buhrau ve Oztürk, 2018). İkinci ampirik çalışmanın bulguları bu görüşü desteklemektedir. Bu görüş, koruma motivasyonu teorisi ile de uyumaktadır sağlık bilinci yüksek olan ve yiyecekleri sağlıklı olarak algılayan bireyler, restoranlarda sunulan yemekleri değerlendirirken potansiyel bir tehdidi algılama öngörüsüyle hareket ederler (Horng vd., 2014). Bu durumda, kendilerini koruma motivasyonları doğrultusunda koruyucu davranışlar sergileyerek yemek seçimlerini yaparlar (Kim vd., 2021b).

İkinci ampirik çalışmada bireylerin sağlık bilinci ile lezzet algılaması arasında anlamlı ve olumlu yönde bir ilişki de tespit edilmiştir. Bu sağlıklı yiyeceklerin sadece beslenme açısından değil, aynı zamanda lezzet açısından da tatmin edici olabileceğini göstermektedir (Lessa vd., 2017). Aslında sağlık bilincine sahip bireyler, yiyeceklerin lezzetini değerlendirirken besin değeri ve sağlığa olan potansiyel faydalarını da göz ardı etmezler (Çakıcı ve Yıldız, 2020; Choi ve Ju, 2022). Bu bireyler, sağlıklı yiyecekler tükettiklerinde kendilerini daha iyi hissetmekte ve tükettikleri yiyecekleri daha lezzetli olarak algılamaktadır (Verbeke vd., 2008). Sağlık bilinci ve lezzet algılamasının olumlu ve uyumlu olması (Haasova ve Florack, 2019), tüketicilerin sağlıklı ve lezzetli yemek tüketimini bir arada gerçekleştirebilmelerini ve bir hedef çatışması yaşamamalarını sağlar. Her ve Seo (2017) tarafından restoran ortamında yapılan bir araştırma, katılımcıların sağlık bilincinin artması ile sağlık odaklı karar verme süreçlerinde lezzet algısını da dikkate aldığını göstermektedir. Benzer şekilde, Jun vd. (2014) tarafından restoranda yapılan bir araştırmada da tüketicilerin

sağlık odaklı olmalarının lezzet algılamalarını olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Bu bağlamda, tüketicilerin sağlık bilinci ve lezzet algılamalarının uyumlu ve olumlu olması, fine-dining restoranlarda hem sağlıklı ve hem lezzetli yemek tüketiminin mümkün olabileceğini göstermektedir.

İkinci ampirik araştırmaya göre yiyeceklerin sağlıklı algılanması ile lezzet algılaması arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır. Yiyeceklerin sağlıklı algılanması, tüketicilerin yiyeceklerin sağlıkla ilgili özelliklerini nasıl değerlendirdikleri ile ilgilidir (Chen ve Antonelli, 2020) ve ürün kategorisi, ambalaj ve duyu özellikler gibi birçok faktörden etkilenmektedir (Plasek vd., 2020). Lezzet algılaması ise yiyeceğin görünümü, sunumu gibi lezzete ilişkin beklentileriyle oluşmaktadır (Elder ve Krishna, 2010). Tüketicilerin yiyeceklerin sağlıklarına fayda sağlayacağı yönündeki beklentilerini yansıtan yiyeceklerin algılanan sağlıklılığı (besleyici, doğal, taze malzemeleri, düşük kalori, tuz ve yağ oranı ile hazırlanan yemekler gibi) kişinin yiyeceklere ilişkin lezzet algılamasını da etkileyebilir (Mai ve Hoffmann, 2015; Jeong vd., 2020). Çünkü fine-dining tarzı restoranlarda yemeği sağlıklı yapan nitelikler lezzetini de olumlu yönde etkileyebilir. Ancak literatürdeki birçok çalışmaya göre ancak bireyler sağlıklı olduğunu algıladıkları yiyeceklerin daha az kalori ve yağ içerdiğini düşünme eğilimindedir (Oakes ve Slotter, 2002; Carels vd., 2006) ve bu bilişsel eğilim lezzet algılamasını olumsuz yönde etkilemektedir (Wansink vd., 2004). Oysa bu çalışmada da saptandığı gibi yiyeceklerin sağlıklı algılanması ile lezzet algılaması arasındaki olumlu ilişki bireylerin sağlık ve lezzet arasında yaşadığı ikilemi azaltabilir. Çünkü bu çalışmanın bulguları tüketicilerin fine-dining tarzı restoranlarda sağlık ve lezzet arasında bir çatışma yaşamak yerine, sağlıklı ve lezzetli seçenekleri bir arada değerlendirebileceklerini göstermektedir. Dolayısıyla sağlıklı yiyecek algısı ile lezzet algısı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir.

İkinci ampirik araştırma, tüketicilerin sağlık bilinci düzeylerinin hem lezzetli hem de sağlıklı yemek seçme niyetlerini olumlu yönde etkilediğini ortaya koymaktadır. Bu bulgu, mevcut akademik literatürdeki birçok çalışma ile uyumludur (Lee vd., 2014; Huang vd., 2022). Söz gelimi, Lee ve McCleary (2012) tarafından 321 katılımcıyla gerçekleştirilen bir araştırmada da sağlık bilinci yüksek olan katılımcıların dışarıda yemek yerken daha sağlıklı menü öğeleri seçme eğiliminde olduğu belirlenmiştir. Öte yandan, lezzet de en az sağlık kadar tüketicilerin yemek seçimlerinde belirleyici bir faktör olarak görülmektedir (Banovic vd., 2021). Ronteltap vd. (2012) tarafından yapılan bir araştırmada sağlık bilincine sahip tüketicilerin yemek seçimlerinde sağlık faktörüne dikkat ettikleri, ancak aynı zamanda yemeğin lezzetini de önemsedikleri belirtilmiştir. Mevcut çalışmanın bulgularını da

açıklayacak şekilde koruma motivasyonu teorisi bağlamında değerlendirildiğinde, yüksek sağlık bilincine sahip bireyler fine-dining tarzı restoranların özelliklerini de dikkate alarak sağlıkları açısından tehdit algılamadan ve herhangi bir koruma davranışına girme ihtiyacı duymadan yemek seçimlerinde sağlık kadar lezzet faktörünü de göz önünde bulundurarak karar verebilirler (Liem ve Russell, 2019).

Yiyeceklerin sağlıklı algılanması ile yemek seçme niyeti (sağlıklı veya lezzetli olarak sunulan) arasında anlamlı bir ilişki olduğu çalışmada tespit edilmiştir. Kısacası yiyeceklerin sağlıklı algılanması bireylerin yemek seçimlerinin şekillenmesinde önemli bir rol oynar. Literatürde bu görüşü destekleyen başka çalışmalar da mevcuttur. Örneğin, Thome vd. (2019) tüketim değerlerinin tüketicilerin yemek seçimlerini nasıl etkilediğini incelediği araştırmada, duygusal değerın sağlıklı yiyeceklerin lezzetli olduğu algısını içerdiği ve bunun tüketicilerin sağlıklı yiyecekleri tercih etmelerine yol açtığı belirtilmiştir. Fine-dining restoranların menüsünde yer alan sağlıklı yiyeceklerin doğal, taze veya besleyici olarak sunulması, tüketicilerde yemeğin hedonik yönlerine ilişkin bir algılamanın da gelişmesine neden olabilir. Bu durum, tüketicilerin sağlıklı yiyeceklere ilgi duymalarını ve bu yiyeceklerin lezzet algılamasını olumlu yönde etkiler. Öte yandan, tüketiciler için sağlık kadar lezzetin de yemek seçiminde önemli olduğu göz önünde bulundurulduğunda (Glanz vd., 1998), yiyeceklerin sağlıklı algılanmasının bireylerin lezzetli yemek tercihlerini de olumlu yönde etkilediği söylenebilir. Öyleyse fine-dining restoranlar hem lezzetli hem de sağlıklı yemek seçenekleri sunarak, bireylere yiyecekleri sağlıklı algılamak ile lezzetli yemek arasında bir uyumsuzluk yaşamadan seçim yapma imkânı tanıyabilir. Bu bağlamda, bireyler kendilerini tehdit altında hissetmeden veya bir hedef çatışması yaşamadan sağlıklı ve lezzetli seçimler yapabilirler. Banovic vd. (2021) çelişkili olmayan bir seçim bağlamında, yani sağlıklı seçeneklerin de lezzetli olarak algılandığı bir durumda, tüketicilerin daha sağlıklı ve daha pahalı ürünleri seçme olasılığının daha yüksek olduğunu öne sürmektedir. Bu araştırmanın sonuçları da tüketicilerin yiyecekleri sağlıklı olarak algılamalarının fine-dining bir restoranda sunulan yemeği sağlıklı veya lezzetli olarak seçme niyetlerini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir.

Lezzetin yemek seçimini etkileyen önemli faktörlerden biri olduğu bilinir (Negri vd., 2012) ve lezzete önem veren bireylerin yemek seçimi yaparken "sağlıksız=lezzetli" inancını dikkate alma olasılıklarının daha yüksek olduğu varsayılır (Vadiveloo vd., 2013). Ancak durum bundan daha karmaşık olabilir çünkü bu çalışmada da vurgulandığı gibi sağlıklı beslenme konusunda yüksek düzeyde öz yeterlilik ve farkındalığa sahip bireyler için yemeklerin sağlık açısından değerlendirilmesi önemlidir (Pu vd., 2021). Öte yandan yine bu

çalışmanın bulgularıyla gösterildiği üzere bireylerin yemek seçimindeki motivasyonları ve değerlendirmeleri sağlık faktörünün yanı sıra lezzet algısına dayalı olarak da şekillenebilir. Böylece bu çalışma atmosferi, yemek çeşitliliği, kalitesi ve lezzetli yemekleriyle öne çıkan fine-dining restoranlar bağlamında sunulan yemeklerin sağlık açısından da endişe yaratmayacağına ilişkin bir görüşü de desteklemektedir (Aktaş Polat, 2022). Bu nedenle, bireylerin bu restoranlarda hem sağlıklı hem de lezzetli yemekler bulabileceklerini düşünmeleri olasıdır (Jun ve Arendth, 2016). Fine-dining restoranlar, beslenme bilgisi sunma, lezzetli ve sağlıklı yemek seçeneklerini bir arada bulundurma (Namkung ve Jang, 2007) ve hoş bir atmosfer oluşturma yoluyla sağlık ve lezzeti bir deneyime dönüştürerek kendini şımartmak isteyen tüketicilerin yemek seçimini kolaylaştırmaktadır (Gupta vd., 2024). Dolayısıyla bu tarz restoranlarda tüketiciler hedef çatışması yaşamadan yemek seçiminde bulunabilirler.

İkinci ampirik araştırmanın son bulgusu kapsamında yiyeceklerin sağlıklı algılanması ve lezzet algısı arasındaki ilişkide sağlıklı veya lezzetli yemek uyarısının düzenleyici rolü olduğu saptanmıştır. Buna göre bireyler fine-dining bir restoranda sağlıklı yiyeceklerle karşılaştıklarında ve bu yiyeceklerin sağlamlığına dair bir değerlendirme yaptıklarında, yiyeceklerin sağlıklı algılanması lezzet algısını olumlu yönde etkilemektedir. Diğer bir deyişle, bireylerin kendilerine sunulan sağlıklı yemek uyarısına olumlu tepki verdiğinde yiyeceklerin sağlamlığına dair algıları güçlenmekte ve bu lezzet algılarına da olumlu yönde etkilemektedir. Bu bulgu literatürde gerçekleştirilen birçok araştırmayla uyumludur (Johansen vd., 2011; Jeong vd., 2018; Linan vd., 2019; Machin vd., 2020; Richetin vd., 2022; Chung vd., 2024). Öte yandan, bireyler yiyeceklerin sağlıklı olup olmadığını değerlendirirken lezzetli yemek uyarısıyla karşılaştıklarında da lezzet algıları olumlu yönde etkilenmektedir. Ancak, bu olumlu etki, sağlıklı yemek uyarısıyla karşılaşıldığında ortaya çıkan etkiden daha düşük seviyededir. Bu sonuçlara göre, fine-dining restoranlarda tüketicilere hem sağlıklı hem de lezzetli olduğu düşünülen yiyecekler sunulduğunda, bu yiyeceklerin tüketicilerin hem sağlamlılık hem de lezzet algılarını olumlu yönde etkilediği söylenebilir. Bu bulgu, literatürde son dönemlerde sınırlı sayıda yapılan çalışmanın da ortaya koyduğu sağlıklı=lezzetli inancını desteklemektedir (Haasova ve Florack, 2022; Cai vd., 2023).

Pratik Çıkarımlar

Her iki ampirik çalışmanın bulguları tüketiciler arasında sağlık bilincinin arttığını ve restoranların menülerindeki sağlık ve lezzetle ilgili niteliklerine yemek seçimini etkilediğini ortaya koymaktadır. Bu nedenle restoranların müşteri memnuniyetini artırmak için geleneksel pazar bölümlendirme yöntemlerinin ötesine geçerek sağlık bilinci, öznel bilgi, yiyeceklerin sağlıklılığına ilişkin algılamalar, lezzet tutumu ve algılaması gibi ölçütler bir arada dikkate alarak hedef pazarlarını belirlemeleri ve menü, servis usulleri, atmosfer ve fiyat gibi niteliklerini bu pazarların beklentilerine göre tasarlamaları önemlidir. Müşterilerin beslenme tercihlerine ve sağlık bilincine uygun seçenekler sunmak hem müşteri memnuniyetini artıracak hem de müşteri sadakatini güçlendirecektir. Bu yaklaşım, restoranların sadece rekabet avantajını artırarak işletme başarısını desteklemekle kalmayacak toplumda ve sağlıklı beslenme bilincinin yaygınlaşmasına da katkıda bulunacaktır. Kısacası, fine-dining restoranlar menülerini çeşitlendirirken sağlık ve lezzet dengesine daha fazla önem vermelidir. Buna göre, araştırma sonuçları ile bağımsız veya otel bünyesinde faaliyet gösteren restoran işletmeleri için aşağıdaki öneriler sunulabilir:

- Çalışma sağlık bilincinin bireyin yemek seçimini etkileyeceğini göstermiştir. Bu bağlamda, özellikle sağlık bilinci gelişmiş olan tüketicilere hizmet veren restoranlarda yemeklerin kalori ve besin bilgileri gibi sağlıkla ilgili bilgilerin açık ve anlaşılır bir şekilde sunulması, tüketicilerin daha bilinçli ve sağlıklı seçimler yapmalarına yardımcı olabilir.
- Sağlıklı yemeklerle ilgili içerik oluştururken, tüketicilerin duygusal bağ kurabileceği mesajlar (doğal, taze, besleyici, katkısız, lezzetli gibi) ve içerikler kullanılabilir.
- Restoranlar menülerinde sağlıklı veya lezzetli seçenekler sunmak için sürekli olarak yenilikçi ve yaratıcı yaklaşımlar geliştirebilir. Örneğin, sağlıklı malzemelerle hazırlanan yeni tarifler veya sağlıklı menü seçenekleri oluşturarak müşterilerin ilgisini çekebilirler.
- Yemeklerin sunumu (tabak tasarımları) tüketicilerin lezzet algılamalarını ve yemek deneyimlerini önemli ölçüde etkileyen bir faktördür. Restoranlar görsel ve duysal unsurları ustaca kullanarak çekici tabak tasarımları yaratarak müşterilerinin sağlıklı yemeklerle ilgili lezzet algısını ve memnuniyetini önemli ölçüde artırabilirler.
- Sağlıklı yiyecekler, gerçeğe sadık kalınarak daha cazip hale getirilebilir. Örneğin, menü tasarımı ve yemek seçeneklerinin sunumu, tüketicilerin sipariş verme davranışlarını hem sağlıklı hem de lezzetli tercihler yapmaları yönünde etkileyebilir.

- Restoran çalışanlarına sağlık ve lezzet konusunda eğitim verilerek müşterilere doğru bilgi ve hizmet sunmaları sağlanabilir. Tüketicilerin sağlık ve lezzet beklentilerini anlamak ve onların yemekleri sağlık açısından değerlendirmelerini kolaylaştırmak için çalışanların bilinçli önerileri yararlı olabilir.
- Restoran yöneticileri müşteri geri bildirimlerini dikkate alarak menülerini ve hizmet standartlarını sürekli olarak geliştirebilirler. Müşteri geri bildirimleri sağlıklı yemek seçeneklerinin çeşitlendirilmesi ve sunumunun geliştirilmesi konusunda önemli ipuçları sağlayabilir.

Sonuç olarak, restoran işletmecileri sağlık ve lezzeti bir bütün olarak ele alarak ve müşteri odaklı bir yaklaşım benimseyerek başarıya ulaşabilirler. Bu sayede, müşteri memnuniyetini ve sadakatini artırabilirler, imajlarını güçlendirebilirler ve gelirlerini artırabilirler.

Sınırlılıklar ve Gelecekte Çalışmalar İçin Öneriler

Her araştırmada olduğu gibi bu çalışmanın da bazı sınırlılıkları bulunmaktadır ve bu sınırlılıklar bulguların değerlendirilmesi ve genellenmesi sürecinde göz önünde bulundurulmalıdır. Çalışma sağlık ve lezzet ikilemi olgusundan yola çıkılarak gerçekleştirilmiş olsa da katılımcıların böyle bir ikilemi yaşayıp yaşamadıkları doğrudan ölçülmemiştir. Bunun yerine sağlık bilinci, öznel bilgi, yiyeceklerin sağlıklı algılanması, lezzet tutumu ve lezzet algılaması arasındaki ilişkiler üzerinden bu durumun anlaşılabilmesi varsayılmıştır. Diğer yandan yemek seçimi bu çalışmada büyük oranda sağlık niteliğiyle ilişkilendirilmiş olsa da bu seçimi etkileyen birçok faktör vardır. İkinci çalışmada bu sınırlılığı azaltmak için sağlıklı ve lezzetli olmak üzere iki farklı yemek uyaran olarak sunulmuştur. Ancak bu durum, elde edilen bulguların yorumlanmasını ve sonuçların genelleştirilmesini zorlaştırabilir.

Ayrıca, çalışmaya katılan bireylerin fine-dining restoranlara giden genel müşteri kitlesini tam olarak yansıtmayabileceği unutulmamalıdır. Katılımcıların demografik özellikleri ve yemek tüketim davranışlarına ilişkin bulgular bunun mümkün olabileceğine işaret etse de fine-dining tarzı restoranlardaki deneyimlerin sıklığı doğrudan ölçülmemiştir. Çalışmada katılımcıların kendi deneyimlerini, düşüncelerini ve davranışlarını doğrudan ifade etmelerine olanak tanıyan öz-bildirim verilerine dayalı anket yöntemi kullanılmıştır. Ancak bu yöntem, katılımcıların tercihlerini bilinçli veya bilinçsiz olarak çarpıtma riskini taşımaktadır. Gözlem ve görüşme gibi nitel araştırma yöntemlerini kullanarak katılımcıların sağlıklı ve

lezzetli yemeklere ilişkin algılarını ve tutumlarını derinlemesine inceleyen araştırmalar yapılabilir.

Çalışmanın bulguları fine-dining restoran bağlamında elde edilmiştir ve bu nedenle diğer restoran türleri ve yemek pişirme tarzları için geçerliliği konusunda dikkatli olunmalıdır. Gelecekteki araştırmaların bu ilişkiyi daha kapsamlı bir şekilde inceleyerek farklı restoran ortamlarında da test etmesi önemlidir. Bu sayede, sağlıklı ve lezzetli yemekler arasındaki ilişkinin daha derinlemesine anlaşılması ve daha genel geçer sonuçlara ulaşılması mümkün olacaktır. Araştırmada, sağlıklı ve lezzetli yemekler arasındaki ilişkiyi etkileyebilecek diğer faktörlerin tam olarak kontrol edilip edilmediği belirsiz olabilir. Örneğin, fiyat, sunum şekli, restoran atmosferi gibi değişkenlerin katılımcıların tercihlerini etkileyebileceği düşünülmektedir. Bu faktörlerin kontrol edilmesi için daha kapsamlı bir deney tasarımı ve analiz yöntemleri kullanılması gerekebilir.

KAYNAKÇA

- Adams, I.K. R., Figueroa, W.....Joseph, J.J. (2019). “An Examination of Demographic and Psychosocial Factors, Barriers to Healthy Eating, and Diet Quality Among African American Adults”. *Nutrients*, 11: 519
- Aertsens, J., Verbeke, W., Mondelaers, K. ve Huylenbroeck, G.V. (2009). “Personal determinants of organic food consumption: a review”. *British Food Journal*, 111(11): 1140-1167.
- Afthanorhan, A., Ahmad, S. ve Safee, S. (2014). “Moderated Mediation Using Covariance-Based Structural Equation Modeling with Amos Graphic: Volunteerism Program”. *Advances in Natural and Applied Sciences*, 8(8): 108-115.
- Ahn, Y.Y., Ahnert, S.E., Bagrow, J.P. ve Barabási, A.L. (2011). “Flavor network and the principles of food pairing”. *Scientific Reports*, 1: 1–7.
- Ahn, J. ve Shamim, A. (2023). “The role of consciousness in sustainable food consumption: a cultural comparison”. *Social Responsibility Journal*, 19(7): 1263-1275.
- Ahadzadeh, A.S., Pahlevan Sharif, S., Ong, F.S. ve Khong, K.W. (2015). “Integrating health belief model and technology acceptance model: an investigation of health-related Internet use”. *Journal of Medical Internet Research*, 17(2):45.
- Ahadzadeh, A.S., Sharif, S.P. ve Ong, F.S. (2017). “Online health information seeking among women: the moderating role of health consciousness”. *Online Information Review*, 42(1): 58-72.
- Ajzen, I. (1987). “Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, San Diego, CA: Academic Press, Inc, 20:1–63.
- Ajzen, I. ve Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall
- Ajzen, I. ve Timko, C. (1986). “Correspondence Between Health Attitudes and Behavior”. *Basic and Applied Social Psychology*, 7(4): 259-276.
- Ajzen I. (1991). “The theory of planned behaviors”. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50(2): 179-211.
- Ajzen, I. (2002). “Residual Effects of Past on Later Behaviour: Habituation and Reasoned Action Perspectives”. *Personality and Social Psychology Review*, 6(2), 107–122
- Ajzen, I. (2005). “*Attitudes, Personelity and Behavior*” Open University Press.

- Aktaş, N. ve Özdoğan, Y. (2016). “Gıda ve Beslenme Okuryazarlığı”. *Harran Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 20(2): 146-153.
- Aktaş-Polat, S. (2019). “Analysis of Fine Dining Restaurant Reviews for Perception of Customers' Restaurant Service Quality”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10 (1): 11-28.
- Aksu, G., Eser, M.T. ve Güzeller, C.O. (2017). *Açımlayıcı ve Doğrulamalı Faktör Analizi ile Yapısal Eşitlik Modeli Uygulamaları*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Akyüz, B.G. (2019). “Factors that influence local food consumption motivation and its effects on travel intentions”. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 30(3): 358-367.
- Alberts, N.M., Hadjistavropoulos, H.D., Jones, S.L ve Sharpe, D. (2013). “The Short Health Anxiety Inventory: A systematic review and meta-analysis”. *Journal of Anxiety Disorders*, 27: 68-78.
- Alencar, B., Toral, N., Recine, E. ve Rizzolo, A. (2016). “Factors related to food involvement in the adult population”. *Brazilian Journal of Nutrition*, 29(3):337-345.
- Alini, A., Harahap, D.A., Irfan, A. Ve Febria, D. (2021). Assessing the level of economic consciousness and the level of health consciousness of the COVID-19 pandemic: Evidence from Indonesia. *Journal of Medical Sciences*, 9: 634-640.
- Alpar, R. (2020). *Uygulamalı istatistik ve geçerlik- güvenirlik*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Alsubhi, M., Blake, M..... Ananthapavan, J. (2022). “Consumer willingness to pay for healthier food products:A systematic review”. *Obesity Reviews*, 24:13525.
- Amar, M., Gvili, Y. ve Tal, A. (2020). “Moving towards healthy: cuing food healthiness and appeal”. *Journal of Social Marketing*, 11(1): 44-63.
- Andersen, B. V., Chan, R. C. K. ve Byrne, D. V. (2021). A conceptual framework for multi-dimensional measurements of food related pleasure-the food pleasure scale. *Foods* 10(9).
- Anderson, E.S., Winett, R.A., Wojick, J.R. (2007). “Self-Regulation, Self-Efficacy, Outcome Expectations, and Social Support: Social Cognitive Theory and Nutrition Behavior”. *Annals of Behavioral Medicine*, 34(3):304–312.
- Andersson, T. D. ve Mossberg, L. (2017). “Travel for the sake of food”. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17(1): 44–58.

- Andrade, G.O. (2018). *The impact of health consciousness on consumers' purchase intention and the mediating effect of ingredients' awareness*. Dissertation submitted in partial fulfilment of requirements for the MSc in Management with Specialization in Strategy and Entrepreneurship at Católica-Lisbon School of Business & Economics.
- Andrews, J.C., Burton, S. ve Kees, J. (2012). "Is Simpler Always Better? Consumer Evaluations of Front-of-Package Nutrition Symbols". *Journal of Public Policy & Marketing*, 30(2): 175-190.
- Annette, M. ve Stafford, L.D. (2023). "How colour influences taste perception in adult picky eaters". *Food Quality and Preference*, 105:104763.
- Ansari, W.E., Suominen, S. ve Samara, A. (2015). "Eating Habits and Dietary Intake: Is Adherence To Dietary Guidelines Associated with Importance of Healthy Eating Among Undergraduate University Students in Finland?". *Central European Journal of Public Health*, 23(4): 306-313.
- Apadula, L.T. ve Martins, C.M. (2019). "When virtue is not an option: Decision making in unhealthy food choices". *Nutrition and Health*, 25(3): 209–216
- Ares, G., Gimenez, A. ve Gambaro, A. (2008). "Influence of nutritional knowledge on perceived healthiness and willingness to try functional food". *Appetite*, 51.
- Ares, G., Gimenez, A. ve Gambaro, A. (2009). "Consumer perceived healthiness and willingness to try functional milk desserts. Influence of ingredient, ingredient name and health claim". *Food Quality and Preference*, 20: 50–56.
- Ariffin, H.F., Bibon, M.F. ve Abdullah, R.P.S.R. (2012). "Restaurant's Atmospheric Elements: What the Customer Wants". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 38: 380 – 387.
- Armitage, C. J. ve Conner, M. (2001). "Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review". *British Journal of Social Psychology*, 40:471–499.
- Arroyo, P.E., Linan, J. ve Martinez, J. (2020) "Who really values healthy food?". *British Food Journal*, 123(2): 720-738.
- Attard, J. (2017). "Creating Value Through Taste: The design of an Attribute Costing Based and Value-Engineering Menu for a local Fine Dining Establishment.". DP in Culinary management.
- Auty, S. (1992). "Consumer choice and segmentation in the restaurant industry". *The Service Industries Journal*, 12(3): 324–339.

- Azlie, W.E., Zahari, M., Majid, H. ve Hanafih, M. (2023). "To what extent does consumers' perceived health consciousness regarding organic food influence their dining choices at organic restaurants? An empirical investigation". *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 34:100843
- Awang, Z. (2015). *SEM made simple: A gentle approach to learning structural equation modelling*. Bandar Baru Bangi, MPWS Rich Resources.
- Baaver, J.D., Lawrence, A.D.....Calder, A.J. (2006). "Individual Differences in Reward Drive Predict Neural Responses to Images of Food". *The Journal of Neuroscience*, 26(19): 5160-5166.
- Bacig, M. ve Young, C.A. (2019). "The halo effect created for restaurants that source food locally". *Journal of Foodservice Business Research*, 22(3): 209-238.
- Bagozzi, R.P., Yi, Y. ve Phillips, L.W. (1991). "Assessing Construct Validity in Organizational Research". Sage Publications, Inc. and Johnson Graduate School of Management.
- Bailey, R. ve Muldow, A. (2019). "Healthy Food Identification: Food Cues and Claims Affect Speeded and Thoughtful Evaluations of Food". *Health Communication*, 34(7): 735-746
- Baker, D.W. (2006). The Meaning and the Measure of Health Literacy. *Journal of General Internal Medicine*, 21(8): 878–883.
- Baltaş, Z. (2000). *Sağlık Psikolojisi: Halk Sağlığında Davranış Bilimleri*. Remzi Yayınları, İstanbul.
- Bandura, A. (1998). "Health promotion from the perspective of social cognitive theory". *Psychology & Health*, 13:623–649.
- Banovic, M., Aschemann-Witzel, J. ve Deliza, R. (2021). "Taste perceptions mediate the effect of a health goal on food choice". *Food Quality and Preference*, 94:104305.
- Bardwell, A.M., Stephan, J.T., Rahman, I. ve Reynolds, D. (2018). "A structural model evaluating the relationships among dining frequency, involvement, and restaurant attributes". *Journal of Foodservice Business Research*, 21(6): 642-658.
- Barker, M., Lawrence, W., Woadden, J., Crozier, S.R. ve Skinner, T.C. (2008). "Women of lower educational attainment have lower food involvement and eat less fruit and vegetables". *Appetite*, 50:464–468.
- Barreiro-Hurle, J., Gracia, A. ve de-Magistris, T. (2010). "Does nutrition information on food products lead to healthier food choices?". *Food Policy*, 35:221–229.

- Bartkiene, E., Steibliene, V....., Guiné, R.P.F. (2019). “Factors Affecting Consumer Food Preferences: Food Taste and Depression-Based Evoked Emotional Expressions with the Use of Face Reading Technology”. *BioMed Research International*.
- Basso, F., Petit, O., Bellu, S., Lahlou, S., Cancel, A. ve Anton, J. (2018). “Taste at first (person) sight: Visual perspective modulates brain activity implicitly associated with viewing unhealthy but not healthy foods”. *Appetite*, 128:242–254.
- Batat, W., Peter, P.C., ...Muldrow, A. (2019). “The experiential pleasure of food: A savoring journey to food well-being”. *Journal of Business Research*, 100:392-399.
- Batu, A. (2017). “Moleküler Gastronomi Bakış Açısıyla Gıdaların Tat ve Aroma Algıları”. *Aydın Gastronomy*, 1(1):25-36
- Baumgartner, S.E. ve Hartmann, T. (2011). “The Role of Health Anxiety in Online Health Information Search”. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 14(10): 613-619.
- Baysal, A. (2020). *Genel Beslenme*. Hatiboğlu Yayıncılık, Ankara. 19.Baskı.
- Bayrakçı, M. (2007). Sosyal öğrenme kuramı ve eğitimde uygulanması. *SAÜ Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(10).
- Bawajeeth, A., Albar, S.A.....Cade, J.A. (2020). “Impact of Taste on Food Choices in Adolescence—Systematic Review and Meta-Analysis”. *Nutrients*, 12:1985.
- Beauchamp, G.K. ve Mennella, J.A. (2011). “Flavor Perception in Human Infants: Development and Functional Significance”. *Digestion*, 83: 1-6.
- Beaver, J.D., Lawrence, A.D..... Calder, A.J. (2006). “Individual Differences in Reward Drive Predict Neural Responses to Images of Food”. *The Journal of Neuroscience*, 26(19):5160 –5166.
- Bedard, A., Lamarche, P..... Lemieux, S. (2020). “Can eating pleasure be a lever for healthy eating? A systematic scoping review of eating pleasure and its links with dietary behaviors and health”. *Plos One*, 15(12).
- Bediako, S.M., O, N., Kwate ve Rucker, R. (2004). “Dietary Behavior Among African Americans: Assessing Cultural Identity And Health Consciousness”. *Ethnicity & Disease*, 14: 527-532.
- Bektaş, A., Ulusoy, M. ve Bektaş, V. (2020). “Gıda Etiketlerinde Yer Alan Bilgilerin Sağlıklı Algılanma (Health Halo) Etkisi”. *Gıda*, 45(3): 590-599.
- Beldona, S., Moreo, A.P. ve Mundhra, G.D. (2009). “The role of involvement and variety-seeking in eating out behaviors”. *International Journal of Contemporary Hospitality*, 22(3): 433-444.

- Belei, N., Geyskens, K.....Lemmink, J. (2012). "The Best of Both Worlds? Effects of Attribute-Induced Goal Conflict on Consumption of Healthful Indulgences". *Journal of Marketing*, 11(9): 900-909.
- Bell, R. ve Marshall, D. (2003). "The construct of food involvement in behavioural research: Scale development and validation". *Appetite*, 40(3): 235-244.
- Bennet, J.A. (2000). "Mediator and Moderator Variables in Nursing Research: Conceptual and Statistical Differences". *Research in Nursing & Health*, 23: 415-420.
- Bennett, G., Bardon, L.A. ve Gibney, E.R. (2022). "A Comparison of Dietary Patterns and Factors Influencing Food Choice among Ethnic Groups Living in One Locality: A Systematic Review". *Nutrients*,14: 941.
- Benson, T., Lavelle.....Dean, M. (2018). "The impact of nutrition and health claims on consumer perceptions and portion size selection: Results from a nationally representative survey". *Nutrients*, 10(5):656.
- Berger, J. ve Rand, L. (2008). "Shifting Signals to Help Health: Using Identity Signaling to Reduce Risky Health Behaviors". *Journal Of Consumer Research*, 35.
- Berkman, N.D., Davis, T.C. ve McCormack, L. (2010). Health Literacy: What Is It? *Journal of Health Communication*, 15(2): 9-19.
- Berry, C. ve Romero, M. (2021). The fair trade food labeling health halo: Effects of fair trade labeling on consumption and perceived healthfulness. *Food Quality and Preference*, 94.
- Beşirli, H. (2017). *Yemek Sosyolojisi, Yiyeceklere ve Mutfağa Sosyolojik Bakış*, Phoenix: Ankara.
- Bialkova, S., Sasse, L. ve Fenko, A. (2016). The role of nutrition labels and advertising claims in altering consumers' evaluation and choice. *Appetite*, 96, 38-46.
- Bichler, B.F., Pikkemaat, B. ve Peters, M. (2020). "Exploring the role of service quality, atmosphere and food for revisits in restaurants by using a e-mystery guest approach". *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 4(3): 351-359.
- Biggs, L., Juravle, G. ve Spence, C. (2016). "Haptic exploration of plateware alters the perceived texture and taste of food". *Food Quality and Preference*, 50, 129-134.
- Birch, L.L. ve Fisher, J. A. (1996). The role of experience in the development of Children's Eating behavior Capaldi, E.D. (Ed.). *Why we eat what we eat: The Psychology of eating* Washington, USA: The American Psychological Association.

- Bisogni, C.A. ve Connors, M., Devine, C.M. ve Sobal, J. (2002). “Who We Are and How We Eat: A Qualitative Study of Identities in Food Choice”. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 34(3): 128-139.
- Biswas, D. ve Labrecque, L. (2021). “Effects of Sequential Sensory Cues on Food Taste Perception: Cross-Modal Interplay Between Visual and Olfactory Stimuli”. *Journal of Consumer Psychology*, 31(4):746–764.
- Biswas, D., Szocs, C., Wansink, B. ve Chacko, R. (2016). “Shining Light on Atmospherics: How Ambient Light Influences Food Choices”. *Forthcoming in Journal of Marketing Research*, 54(1).
- Björk, P. and Kauppinen-Raisanen, H. (2016), “Local food: a source for destination attraction”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(1): 177-194.
- Blechert, J., Klackl, J., Miedl, S. F. ve Wilhelm, F. H. (2016). “To eat or not to eat: Effects of food availability on reward system activity during food picture viewing”. *Appetite*, 99: 254–261.
- Blichfeldt, S. B., Chor, J. ve Ballegeard, L. N. (2010). “The Dining Experience: A Qualitative Study of top Restaurant Visits in a Danish Context”. *Journal of Tourism*, 11(1).
- Blunt, E.A. (2012). “*Protection Motivation Theory and Consumer Willingness-To-Pay In The Case of Post-Harvest Processed Gulf Oysters*”. Master of Science, Texas A&M University.
- Boateng, S.L. (2019). “Online relationship marketing and customer loyalty: a signaling theory perspective”. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1): 226-240
- Boepple, L. ve Thompson, J. K. (2016). “A content analytic comparison of fitspiration and thinspiration websites”. *International Journal of Eating Disorders*, 49:98-101.
- Bolkan, S. (2015). “Threat, Coping, and Cost: Protection Motivation in the Context of Consumer Complaining”. *Communication Research*, 45(6): 840– 861.
- Boot, S., Sallis, J.F., ...ve Mayer, J. (2001). “Environmental and Societal Factors Affect Food Choice and Physical Activity: Rationale, Influences, and Leverage Points”. *Nutrition Reviews*, 59: 21-39.
- Borgmeier, I. ve Westenhoefer, J. (2009). “Impact of different food label formats on healthiness evaluation and food choice of consumers: a randomized-controlled study”. *BMC Public Health*, 9:184.
- Boustani, N.M. ve Guine, R.P. F. (2020). “Food choice motivations and perception of a healthy diet in a developing Mediterranean country”. *Open Agriculture*, 5: 485–495.

- Boyce, J.A. ve Kuijer, R.G. (2014). “Focusing on media body ideal images triggers food intake among restrained eaters: A test of restraint theory and the elaboration likelihood model”. *Eating Behaviors*, 15: 262–270.
- Briand, L. ve Salles, C. (2016). “Taste perception and integration”. In *Flavor: From Food to Behaviors, Wellbeing and Health*; Etiévant, P., Guichard, E., Salles, C., Voilley, A., (Eds), Elsevier Ltd.: Cambridge, UK, 101–119.
- Briers, B., Huh, Y.E., Chan, E. ve Mukhopadhyay, A. (2020). “The unhealthy = tasty belief is associated with BMI through reduced consumption of vegetables: A cross-national and mediational analysis”. *Appetite*, 150:104639.
- Brown, G.T.L., Harris, L.R., O’Quin, C. ve Lane, K.E. (2017). “Using multi-group confirmatory factor analysis to evaluate cross-cultural research: identifying and understanding non-invariance”. *International Journal of Research & Method in Education*, 40(1): 66-90.
- Brunso, K., Birch, D.,.....Grunert, K.G. (2021). “Core dimensions of food-related lifestyle: A new instrument for measuring food involvement, innovativeness and responsibility”. *Food Quality and Preference*, 91:104192.
- Brug, J. (2008). “Determinants of healthy eating: motivation, abilities and environmental opportunities”. *Family practice*, 25: 50–55.
- Bryla, P. (2016). “Organic food consumption in Poland: Motives and barriers”. *Appetite*, 105:737-746.
- Brucks, M. (1985). “The Effects of Product Class Knowledge on Information Search Behavior”. *Journal of Consumer Research*, 12(1): 1-16.
- Bublitz, M.G., Peracchi, L.A. ve Block, L.G. (2010). “Why did I eat that? Perspectives on food decision making and dietary restraint”. *Journal of Consumer Psychology*, 20: 239-258.
- Bucher, T., Collins, C., Diem, S. ve Siegrist, M. (2016). “Adolescents’ perception of the healthiness of snacks”. *Food Quality and Preference*, 50:84-101.
- Buhrau, D. ve Ozturk, T.C. (2018). “Motivating healthy eating: the role of presentation format and health consciousness”. *Food Quality and Preference*, 64:167-171.
- Burke, P. J. (2006). “Identity change”. *Social Psychology Quarterly*, 69:81–96.
- Burton, S., Tangari, A.H., Howlett, E. ve Turri, A. (2014). “How the Perceived Healthfulness of Restaurant Menu Items Influences Sodium and Calorie Misperceptions: Implications for Nutrition Disclosures in Chain Restaurants”. *The Journal of Consumer Affairs*, 62-95.

- Buz, S. ve Akçay, S. (2015). “Sosyal Hizmet Araştırmasında Etik”. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 26(1): 149-161.
- Byrd, K., Her, E., Fan, A., Liu, Y. ve Leitch, S. (2022). “Consumers’ threat and coping appraisals of in-restaurant dining during a pandemic – The moderating roles of conflicting information and trust-in-science and scientists”. *International Journal of Hospitality Management*, 103:103186.
- Caber, M., Yılmaz, G., Kılıçarslan, D. ve Öztürk, A. (2018). “The effects of tour guide performance and food involvement on food neophobia and local food consumption intention”. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(3): 1472-1491.
- Cai, R. ve Chi, C. (2020). “A recipe for food promotion: effects of color brightness on food evaluations and behavioral intentions”. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(12): 3925-3947.
- Cai, W., Chen, T., Ren, T. ve Qing, P. (2023). “Watch out for the healthy trap! How food flavor influences healthiness evaluations and consumption”. *Food Research International* 173: 113379.
- Camargoa, A.M., Botelho, AM., Dean, M. ve Fiatese, G.M. (2020). “Meal planning by high and low health conscious individuals during a simulated shop in the supermarket: A mixed methods study”. *Appetite*, 144.
- Canbaz, E.A. ve Özsöz, C. (2020). “Sağlıklı Beslenme Takıntısının Sosyolojik Bağlantıları”. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi* 40(1): 279–308.
- Capelli, S. ve Thomas, F. (2021). “To look tasty, let’s show the ingredients! Effects of ingredient images on implicit tasty–healthy associations for packaged products”. *Journal of Retailing And Consumer Services*, 61:102061.
- Capraro, A. J., Broniarczyk, S. ve Srivastava, R.J. (2003). “Factors Influencing the Likelihood of Customer Defection: The Role of Consumer Knowledge”. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(2): 164-175.
- Cardello, A.V. (2012). “The role of the human senses in food acceptance. *Food Choice, Acceptance and Consumption*”. Meiselman, H.L. ve MacFie, H.J.H. (Eds), Blackie Academic & Professional, an imprint of Chapman & Hall, 2-6 Boundary Row, London
- Carels, R.A., Harper, J.ve Konrad, K. (2006), “Qualitative perceptions and caloric estimations of health and unhealthy foods by behavioral weight loss participants”. *Appetite*, 46(2): 199-206.

- Caso, D., Guidetti, M., Capasso, M ve Cavazza, N. (2022). “Finally, the chance to eat healthily: Longitudinal study about food consumption during and after the first COVID-19 lockdown in Italy”. *Food Quality and Preference*, 95:104275.
- Cassady, D., Housemann, R. and Dagher, C. (2004). Measuring cues for healthy choices on restaurant menus: development and testing of a measurement instrument, *American Journal of Health Promotion*, 18(6): 444-449.
- Castellini, G., Bryant, E.J., Stewart-Knox, B.J. ve Graffigna, G. (2023). “Development and validation of the Psychological Food Involvement Scale (PFIS)”. *Food Quality and Preference*, 105:104784.
- Castellini, G. ve Graffigna, G. (2023). “Food is more than just a source of nutrients”: A qualitative phenomenological study on Food Involvement”. *Appetite*, 178:106179.
- Castillo, M. (2014). “The Complicated Equation of Smell, Flavor, and Taste”. *American Journal of Neuroradiology*, 35(7): 1243-1245.
- Cavanagh, K.V., Kruja, B. ve Forestell, C.A. (2013). “The effect of brand names on flavor perception and consumption in restrained and unrestrained eaters”. *Food Quality and Preference*, 28 (2): 505–509.
- Cayeux, I. ve Starkenmann, C. (2016). “Sensory characterization of compounds with a trigeminal effect for taste modulation purposes”. *Flavour From Food to Perception*, Guichard, E., Sales, C., Morzel, M ve Le bon, A.M. (Eds)., John Wiley & Sons, Ltd.
- Cemeroğlu, B. ve Acar, J. (1986). Meyve ve Sebze İşleme Teknolojisi. *Gıda Teknolojisi Derneği Yayınları*.
- Chamroonsawasdi, K., Chottanapund, S.....Numpaisan, O. (2021). “Protection motivation theory to predict intention of healthy eating and sufficient physical activity to prevent Diabetes Mellitus in Thai population: A path analysis”. *Diabetes & Metabolic Syndrome: Clinical Research & Reviews*, 15:121-127.
- Chan, E. ve Zhang, L.S. (2022). “Is this food healthy? The impact of lay beliefs and contextual cues on food healthiness perception and consumption”. *Current Opinion in Psychology*, 46:101348.
- Chandrashekar, J., Hoon, M. A., Ryba, N. J. ve Zuker, C. S. (2006). “The receptors and cells for mammalian taste”. *Nature*, 444:288–294.
- Chandon, P. ve Wansink, B. (2007). “The Biasing Health Halos of Fast-Food Restaurant Health Claims: Lower Calorie Estimates and Higher Side-Dish Consumption Intentions”. *Journal of Consumer Research*, 37: 301-314.

- Chang, H.J., Eckman, M. ve Yan, R.N. (2011), "Application of the Stimulus-Organism-Response model to the retail environment: the role of hedonic motivation in impulse buying behaviour". *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 21(3): 233-249.
- Chang, M., Kim, J.H. ve Kim, D. (2018). "The Effect of Food Tourism Behavior on Food Festival Visitor's Revisit Intention". *Sustainability*, 10: 3534.
- Chang, C. (2020). "Self-Control-Centered Empowerment Model: Health Consciousness and Health Knowledge as Drivers of Empowerment-Seeking through Health Communication". *Health Communication*, 35(12): 1497-1508.
- Chang, J., Morrison, A.M., Lin, S.H. ve Yen Ho, C. (2021). "How do food consumption motivations and emotions affect the experiential values and well-being of foodies?". *British Food Journal*, 123(2): 627-648.
- Chapman, G. ve Maclean, H. (1993). "Junk Food and Healthy Food: Meanings of Food in Adolescent Women's Culture". *Journal of Nutrition Education*, 25(3): 108-113.
- Chaudhari, N., Pereira, E. ve Roper, S.D. (2009). "Taste receptors for umami: the case for multiple receptors". *The American Journal of Clinical Nutrition*, 90:738-742.
- Chen, M.F. (2007). "Consumer Attitudes and Purchase Intentions in Relation to Organic Foods in Taiwan: Moderating Effects of Food-Related Personality Traits", *Food Quality and Preference*, 18, 7:1008-1021.
- Chen, M.F. (2009). Attitude toward organic foods among Taiwanese as related to health consciousness, environmental attitudes, and the mediating effects of a healthy lifestyle. *British Food Journal*, 111(2): 165–178.
- Chen, M. F. (2011). "The joint moderating effect of health consciousness and healthy lifestyle on consumers' willingness to use functional foods in Taiwan". *Appetite*, 57(1), 253-262.
- Chen, F. (2013). "Influences of health consciousness on consumers' modern health worries and willingness to use functional foods". *Journal of Applied Social Psychology*, 43:1-12.
- Chen, A., Peng, N. ve Hung, K.P. (2014). "The effects of luxury restaurant environments on diners' emotions and loyalty: incorporating diner expectations into an extended Mehrabian-Russell model". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(2): 236-260.

- Chen, C.Y., Woods, A.T. ve Spence, C. (2018). "Sensation transference from plateware to food: The sounds and tastes of plates". *International Journal of Food Design*, 3(1): 41-62.
- Chen, Q. ve Huang, R. (2019). "Understanding the role of local food in sustaining Chinese destinations". *Current Issues Tourism*, 22: 544–560.
- Chen, Y. C., Tsui, P. L., Lee, C. S., ve Chen, G. L. (2019a). "Can plate colour promote appetite and joy while dining? An investigative study in Chinese fine dining restaurants". *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(1), 105–115.
- Chen, Y.C., Tsui, P.L., Chen, H., Tseng, H.T. ve Lee, C.S. (2019b). "A dining table without food: the floral experience at ethnic fine dining restaurants". *British Food Journal*, 122(6): 1819: 1832.
- Chen, P-J. ve Antonelli, M. (2020). "Conceptual Models of Food Choice: Influential Factors Related to Foods, Individual Differences, and Society". *Foods*, 9:1898.
- Chen, Y.C., Chang, A., Rosenberg, M.D., Feng, D., Scholl, B.J. ve Trainor, L.J. (2022). "Taste typicality" is a foundational and multi-modal dimension of ordinary aesthetic experience". *Cell*, 32: 1837–1842.
- Chen, Y.C., Lee, C.S. ve Kuan, S.H. (2021). "Tasty but Nasty? The Moderating Effect of Message Appeals on Food Neophilia/Neophobia as a Personality Trait: A Case Study of Pig Blood Cake and Meatballs". *Foods*, 10:1093.
- Chen, J., Hsu, F.C., Yan, L., Lee, H.M. ve Zhang, Y. (2023). "Tourists' Food Involvement, Place Attachment, and Destination Loyalty: The Moderating Role of Lifestyle". *Behavioral Sciences*, 13: 629.
- Chen, P.J. ve Antonelli, M. (2020). "Conceptual Models of Food Choice: Influential Factors Related to Foods, Individual Differences, and Society". *Foods*, 9:1898.
- Cheung, T., Gillebaart, M., Kroese, F. ve De Ridder, D. (2016). "Self-Control Success Revealed: Greater Approach Motivation Towards Healthy versus Unhealthy Food". *Applied Cognitive Psychology*, 30: 846–853.
- Cheung, G.W., Cooper-Thomas, H.D., Lau, R.S. ve Wang, L.C. (2023). "Reporting reliability, convergent and discriminant validity with structural equation modeling: A review and best-practice recommendations". *Asia Pacific Journal of Management*.
- Chiciudean, G.O., Harun, R.....Dumitras, D.E. (2019). "Assessing the Importance of Health in Choosing a Restaurant: An Empirical Study from Romania". *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16: 2224.

- Cho, W. (2015). "A Study on the Health Consciousness and Eating Habits of the Seongnam Dining Owners". *Journal Korean Social Food Cultural*, 30(4): 447-456.
- Choi, H. ve Reid, L.N. (2016). "Congruity effects and moderating influences in nutrient-claimed food advertising". *Journal of Business Research*, 69:3430–3438.
- Choi, J.Y. ve Kim, S. (2018). "Effects of tourists' local food consumption value on attitude, food destination image, and behavioral intention". *International Journal of Hospitality Management* 71:1–10.
- Choi, J. ve Zhao, J. (2010). "Factors Influencing Restaurant Selection in South Florida: Is Health Issue One of the Factors Influencing Consumers' Behavior When Selecting a Restaurant?". *Journal of Foodservice Business Research*, 13(3):237-251.
- Choi, J. ve Zhao, J. (2014). "Consumers' behaviors when eating out Does eating out change consumers' intention to eat healthily". *British Food Journal*, 116 (3): 494-509.
- Choi, Y. ve Kwon, K.N. (2020). "Testing the Role of Ethnicity and Health Consciousness in Preventive Health Behaviors". *The Journal of Multicultural Society*, 10(1): 30-56.
- Choi, H., Northup, T. ve Reid, L. N. (2021). "How Health Consciousness and Health Literacy Influence Evaluative Responses to Nutrient- Content Claimed Messaging for an Unhealthy Food". *Journal of Health Communication*, 26(6): 350-359.
- Choi, H. ve Reid, L.N. (2018). "Promoting Healthy Menu Choices in Fast Food Restaurant Advertising: Influence of Perceived Brand Healthiness, Brand Commitment, and Health Consciousness". *Journal of Health Communication*, 23(4): 387-398.
- Christensen, C.M. (1983). "Effects of Color on Aroma, Flavor and Texture Judgments of Foods". *Journal of Food Science*, 48: 787:790.
- Chung, J.E., Yu, J.P. ve Pysarchik, D.T. (2006). "Cue utilization to assess food product quality: A comparison of consumers and retailers in India". *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 16(2): 199-214.
- Chung, D.E., Han, D.B., Nayga, R.M. ve Lee, S.H. (2024). "Does more information mean better choices? A study on calorie display and consumer behavior in restaurants". *Food Quality and Preference*, 113:105044.
- Cicchirillo, V. ve Mabry, A. (2015). "Advergaming and healthy eating involvement How healthy eating inclinations impact processing of advergame content". *Internet Research*, 26(3): 587-603.
- Civille, G.V. (2010). "Food texture: pleasure and pain". *Journal Agricultural Food Chemistry*, 59:1487–1490

- Clark., J. E. (1998). "Taste and flavour: their importance in food choice and acceptance". *Proceedings of the Nutrition Society*, 57(4): 639–43.
- Clark, L. A. ve Watson, D. (1995). "Construct validity: Basic issues in objective scale development". *Psychological Assessment*, 7:309–319.
- Close, M.A., Lytle, L.A. ve Viera, A.J. (2016). "Is frequency of fast food and sit-down restaurant eating occasions differentially associated with less healthful eating habits?". *Preventive Medicine Reports*, 4:574–577.
- Choi, J. ve Zhao, J. (2012). "Consumers' behaviors when eating out Does eating out change consumers' intention to eat healthily?". *British Food Journal*, 116(3): 494-509.
- Claessens, I.W.H., Gillebaart, M. ve Ridder, R.D. (2023). "Personal values, motives, and healthy and sustainable food choices: Examining differences between home meals and restaurant meals". *Appetite*, 182:106432.
- Cohen, J., Cohen, P., West, S. G. ve Aiken, L. S. (2003). *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences* (3rd ed.). NJ: Erlbaum: Mahwah.
- Conner, M., Norman, P. ve Bell, R. (2002). The theory of planned behavior and healthy eating. *Health Psychology*, 21(2), 194–201.
- Conner, M. ve Armitage, C. J. (2006). Social psychological models of food choice. *Frontiers in Nutritional Science*, 3: 41.
- Cordero, E.M. (2015). "Taste perception in normal and overweight Mexican adults". *Appetite*, 192-195.
- Coren, S., Ward, L. M. ve Enns, J. T. (2004). *Sensation and Perception*. North America: John Willey & Sons, Inc.
- Cortese, A. (2003). "Fine dining? Just across the lobby: Some of the best new restaurants are popping up in hotels". *Business Week*, 130-131.
- Cosmi, V.D., Scaglioni, S. ve Agostoni, C. (2017). "Early Taste Experiences and Later Food Choices". *Nutrients*, 9: 107.
- Costa, P. T. ve McCrae, R. R. (1992). Revised NEO personality inventory (NEO PI-R) and NEO five factor inventory (NEO-FFI). *Professional manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Costello, A. B. ve Osborne, J. (2005). "Best practices in exploratory factor analysis: Four recommendations for getting the most from your analysis". *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 10:1–9.

- Cox, D.N., Koster, A. ve Russell, C.G. (2004). "Predicting intentions to consume functional foods and supplementsto offset memory loss using an adaptation of protection motivation theory". *Appetite*, 43: 55–64.
- Cruwys, T., Bevelander, K.E. ve Hermans, R.C. (2015). "Social modeling of eating: A review of when and why social influence aects food intake and choice". *Appetite*, 86:3-18.
- Cummings, J.R., Hoover, L.V..... Gearhardt, A.N. (2021). "Extending Expectancy Theory to Food Intake: Effect of a Simulated Fast-Food Restaurant on Highly and Minimally Processed Food Expectancies". *Clinical Psychological Science*, 9(6): 1115–1127.
- Çakıcı, A.C. ve Yıldız, E. (2020). "The Impact Of Health Value On Food Choice In Restaurant Customers: A Comparison In Terms Of Body-Mass Index (BMI)". *Journal of Awareness*, 5(3): 269-284
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2018). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları*. Pegem Akademi, 5. Baskı, Ankara.
- Dahr, H., ve Fort, F. (2008). "Effect of Goal Salience and Goal Conflict on Typicality: The Case of "Health Food". *Advances in Consumer Research*, 35: 282-288.
- Dai, J., Cone, J. ve Moher, J. (2020). "Perceptual salience influences food choices independently of health and taste preferences". *Cognitive Research: Principles and Implications*, 5(2):1-13.
- Daliens, T., Clarys, P., De Bourdeaudhuij, I. ve Deforche, B. (2014). "Determinants of eating behaviour in university students: a qualitative study using focus group discussions". *BMC Public Health*, 14(53): 1-12.
- Damen, F., Verkerk, R. ve Steenbekkers, B. (2022). "Healthiness, naturalness and sustainability perception of adolescents toward chocolate snack bars". *British Food Journal*, 124(13): 200-218.
- Dang, V.T., Wang, J., Nguyen, H.V., Nguyen, Q.H. ve Nguyen, N. (2021). "A moderated mediation study of consumer extrinsic motivation and CSR beliefs towards organic drinking products in an emerging economy". *British Food Journal*.
- Davison, J., Share, M..... Stewart-Knox, B. (2015). "Correlates of food choice in unemployed young people: The role of demographic factors, self-efficacy, food involvement, food poverty and physical activity". *Food Quality and Preference*, 46: 40-47.
- Day, C. J. (2009). *An Exploration of the Relationships Between Personality, Eating Behaviour and Taste Preference*, Unpublished Doctoral Dissertation.

- Dayan, E. ve Bar-Hillel, M. (2011). "Nudge to nobesity II: Menu positions influence food orders". *Judgment and Decision Making*, 6(4): 333-342.
- De, L.C. ve Tulipa, D. (2019). "Healthy Food For Healthy Life". *Journal of Global Biosciences*, 8(9): 6453-6468.
- Dean, W.R. ve Sharkey, J.R. (2011). "Food insecurity, social capital and perceived personal disparity in a predominantly rural region of Texas: An individual-level analysis". *Social Science & Medicine*, 72(9): 1454-1462.
- Delwiche, F. (2004). "The impact of perceptual interactions on perceived flavor". *Food Quality and Preference*, 15:137-146.
- Dennis, C. B., Davis, T.D., Bernardo, K.R., ve Kelleher, S.R. (2017). Enhancing Health-Conscious Behaviors Among Clients in Substance Abuse Treatment Programs. *Journal of Social Work Practice in the Addictions*, 17(3): 291-306.
- De Ridder, D.T., Lensvelt-Mulders.....Baumeister, R.F. (2012). "Taking stock of self-control: a meta-analysis of how trait self-control relates to a wide range of behaviors". *Personality and Social Psychology Review*, 16 (1):76–99.
- Derinalp Çanakçı, S. ve Birdir, K. (2020). "The relation among food involvement, food variety seeking and food neophobia: A study on foreign tourists visiting Turkey". *Current Issues in Tourism*, 23(8):917–928.
- Dholakia, U.M. (2001). "A motivational process model of product involvement and consumer perception" *European Journal of Marketing*, 35(11): 1340-1360.
- Dimanche, F., Havitz, M. ve Howard, D. (1991), "Testing the involvement profile scale in the context of selected recreational and touristic activities", *Journal of Leisure Research*, 23(1): 51-66.
- DiPietro, R.B., Remar, D. ve Parsa, H.G. (2016). "Health consciousness, menu information, and consumers' purchase intentions: An empirical investigation". *Journal of Foodservice Business Research*, 19(5): 497-513.
- Ditlevsen, K., Sandoe, P. ve Lassen, J. (2019). "Healthy food is nutritious, but organic food is healthy because it is pure: The negotiation of healthy food choices by Danish consumers of organic food". *Food Quality and Preference*, 71: 46–53.
- Dong, Z. (2015). "How to persuade adolescents to use nutrition labels: effects of health consciousness, argument quality, and source credibility". *Asian Journal of Communication*, 25(1): 84-101.

- Doorn, G.V., Woods, A.....Spence, C. (2017). "Does the shape of a cup influence coffee taste expectations? A crosscultural, online study". *Food Quality and Preference*, 56: 201–211.
- Doty, R.L ve Kamath, V. (2014). "The influences of age on olfaction: a review". *Front Psychol*, 5:20.
- Drennan, J. (2003). "Cognitive interviewing: Verbal data in the design and pretesting of questionnaires". *Journal of Advanced Nursing*, 42:57–63.
- Drewnowski, A. ve Specter, S. E. (2004). "Poverty and obesity: the role of energy density and energy costs". *The American Journal of Clinical Nutrition*, 79: 6–16.
- Dutta-Bergman, M. (2004). "Health Attitudes, Health Cognitions, and Health Behaviors among Internet Health Information Seekers: Population-Based Survey". *Journal of Medical Internet Research*, 6(2): 15.
- Dutta-Bergman, M. (2005). "The Relation Between Health-Orientation, Provider-Patient Communication, and Satisfaction: An Individual-Difference Approach". *Health Communication*, 18(3): 291-303.
- Eberhardt, T., Hubert, M....., Lin, Z. (2020). "The role of subjective knowledge and perceived trustworthiness in fair trade consumption for fashion and food products". *Journal of Consumer Marketing*, 38(1):58-68.
- Eck, K.M., Delaney, C.....Byrd-Bredbenner, C. (2019). "Parents' and kids' eating away from home cognitions". *British Food Journal*, 121(5): 1168-1182.
- Edwards, J.S.A., Meiselman, H.L., Edwards,A. ve Leshner,L. (2003). "The influence of eating locations on the acceptability of identically prepared foods". *Food Quality and Preference*, 14:647–652.
- Eikenberry, N. ve Smith, C. (2004). "Healthful eating: perceptions, motivations, barriers, and promoters in low-income Minnesota communities". *Journal of the American Dietetic Association*, 104(7): 1158-1161
- Elder, R. ve Krishna, A. (2010). "The Effect of Advertising Copy on Sensory Thoughts and Perceived Taste". *Journal of Consumer Research*, 36 (5), 748-756.
- Ellison, B., Lusk, J.L. ve Davis, D. (2013). "Looking at the label and beyond: the effects of calorie labels, health consciousness, and demographics on caloric intake in restaurants". *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 10(21).

- Elsotouhy, M.M., Ghonim, M.A., Alesker, T.A. ve Khaskan, M.A. (2022). “Investigating Health and Fitness App Users’ Stickiness, WOM, and Continuance Intention Using S-O-R Model: The Moderating Role of Health Consciousness”. *International Journal of Human–Computer Interaction*.
- Enriquez, J.P. ve Godinez, J. C. (2021). “Social and cultural influences on food choices: A review”. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 62(13): 3698-3704
- Espinosa, A. ve Maglajlic, S.K. (2018). “The Mediating Role of Health Consciousness in the Relation Between Emotional Intelligence and Health Behaviors”. *Frontiers in Psychology*, 9: 2161.
- Evans, R., Norman, P. ve Webb, T.L. (2017). “Using Temporal Self-Regulation Theory to understand healthy and unhealthy eating intentions and behaviour”. *Appetite* 116: 357-364.
- Falk, L.W., Sobal, J., Bisogni, C.A., Connors, M. ve Devine, C.M. (2001). “Managing Healthy Eating: Definitions, Classifications, and Strategies”. *Health Education & Behavior*, 28 (4): 425-439.
- Farahmand, M., Amiri, P.....Azizi, F. (2015). “What are the main barriers to healthy eating among families? A qualitative exploration of perceptions and experiences of Tehranian men”. *Appetite*, 89: 291–297.
- Fatha, L. ve Ayoubi, R. (2021). “A revisit to the role of gender, age, subjective and objective knowledge in consumers’ attitudes towards organic food”. *Journal of Strategic Marketing*.
- Fatiha, L. ve Ayoubi, R. (2021). “A revisit to the role of gender, age, subjective and objective knowledge in consumers’ attitudes towards organic food”. *Journal of Strategic Marketing*, 31(3): 499-515.
- Faulker, G.P., Pourshahidi, L.K., ... Livingstone, M.B.E. (2014). “Perceived ‘healthiness’ of foods can influence consumers’ estimations of energy density and appropriate portion size”. *International Journal of Obesity*, 38: 106-112.
- Fava, G.A., Cosci, F., Sonino, N. ve Guidi, J. (2023). “Understanding Health Attitudes and Behavior”. *The American Journal of Medicine*, 136: 252-259.
- Fedosova, K. (2022). “Development of An Effective Restaurant Menu Research and Recommendations”. *Technology Audit and Production Reserves*, 4(63): 32–35.

- Feher, A., Veha, M., Boros, H.M., Kovacs, B., Kontor, E. ve Szakaly, Z. (2021). "The Relationship between Online and Offline Information-Seeking Behaviors for Healthy Nutrition". *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18: 10241.
- Fernandes, A.C., Oliveira, R.C.....Fiates, G.M.R. (2016). "Influence of menu labeling on food choices in real-life settings: a systematic review". *Nutrition Reviews*, 74(8):534.
- Floyds, D., Entice, T. ve Rogers, R. (2000). "A meta-analysis of research on protection motivation theory". *Journal of Applied Social Psychology*, 30 (2): 407-429.
- Ferreira, B.M. (2019). "Packaging texture influences product taste and consumer satisfaction". *Journal of Sensory Studies*, 34: 12532.
- Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS* (3. Baskı). Sage Publications, Londra.
- Fieldhouse P. (1995). *Food and Nutrition. Customs and Culture*. 2nd edn. Chapman & Hall, London.
- Filimonau, V., Matute, J. Zajadacz, A. (2018). "The determinants of more responsible restaurant food choice in Poland". *Journal of Sustainable Tourism*, 26(8): 1398-1416.
- Finkelstein, S. R. ve Fishbach, A. (2010). "When Healthy Food Makes You Hungry". *Journal of Consumer Research*, 37(3): 357-367.
- Fleming., C.M. ve Bowden, M. (2007). "Web-based surveys as an alternative to traditional mail methods". *Journal of Environmental Management*, 90:284-292.
- Flynn, L.R. ve Goldsmith, R.E. (1999). "A short, reliable measure of subjective knowledge", *Journal of Business Research*, 46(1): 57-66.
- Fitzgerald, A., Heary, C., Kelly, C., Nixon, E. ve Shevlin, M. (2013). "Self-efficacy for healthy eating and peer support for unhealthy eating are associated with adolescents' food intake patterns". *Appetite*, 63:48–58.
- Folkvord, F., Zanden, M. ve Pabian, S. (2020). "Taste and Health Information on Fast Food Menus to Encourage Young Adults to Choose Healthy Food Products: An Experimental Study". *International Journal Environment*, 17:7139.
- Forde, C.G., Kuijk, N., Thaler, T., Graaf, C. ve Martin, N. (2013). "Texture and savoury taste influences on food intake in a realistic hot lunch time meal". *Appetite*, 60: 180-186
- Forestell, C.A. (2016). "The Development of Flavor Perception and Acceptance: The Roles of Nature and Nurture". Fewtrell, M.S., Haschke, F., Prescott, S. (eds). *Preventive Aspects of Early Nutrition*.

- Foroni, F., Esmaeillik, M. ve Rumiati, R. (2022). What makes a food healthy? Sex differences in what is associated to healthiness evaluations. *Food Quality and Preference*, 96.
- Fotouhinia-Yepes, M. (2013). "Menu Calorie Labelling in a Fine Dining Restaurant: Will it Make a Difference?". *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 14(3): 281-293.
- Fricke, R.D. ve Rand, M.S. (2002). "Advantages and Disadvantages of Internet Research Surveys: Evidence from the Literature". *Field Methods*, 14(4): 347-367.
- Furst, T., Connors, M., Bisogni, J.S. ve Falk, L.W. (1996). "Food Choice: A Conceptual Model of the Process". *Appetite*, 26: 247-266.
- Fuster, M., Handley, M.A., ..., Huang, T.K. (2021). "Facilitating Healthier Eating at Restaurants: A Multidisciplinary Scoping Review Comparing Strategies, Barriers, Motivators, and Outcomes by Restaurant Type and Initiator". *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18: 1479.
- Galindo, M.M., Schneider..... Meyerhof, W. (2012). "Taste Preferences". *Progress in Molecular Biology and Translational Science*, 383-408.
- Gallagher, S. (2010). "Defining consciousness The importance of non-reflective self-awareness". *Pragmatics & Cognition*, 18(3): 561-569.
- Gallicano, M., Blomme, R.J. ve Rheede, A.V. (2012). "Consumer Response To Nutrition Information Menu Labeling In Full-Service Restaurants: Making The Healthy Choice". *Hospitality and Leisure*, 8:109-125.
- Gambara, A., Ellis, A.C. ve Prieto, V. (2013). "Influence of Subjective Knowledge, Objective Knowledge and Health Consciousness on Olive Oil Consumption—A Case Study". *Food and Nutrition Sciences*, 4: 445-453.
- Garaus, M. ve Lalicic, L. (2021). "The unhealthy-tasty intuition for online recipes – When healthiness perceptions backfire". *Appetite*, 159: 105066.
- Garaus, M., Wolfsteiner, E. ve Hu, J. (2023). "The unhealthy-tasty intuition in dining out situations: the role of health inferences and taste expectations". *Frontiers in Nutrition*, 10:1152114.
- Gardner, M. P., Wansink, B., Kim, J. ve Park, S. B. (2014). "Better moods for better eating?: How mood influences food choice". *Journal of Consumer Psychology*, 24(3), 320-335.
- Garg, A. ve Amelia, M. (2016). "Service Clues' Influence on Customers' Dining Experience in Fine Dining Restaurants". *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*, 5(1): 91-109.

- Gaskin, C.J. ve Happell, B. (2014). "On exploratory factor analysis: A review of recent evidence, an assessment of current practice, and recommendations for future use". *International Journal of Nursing Studies*, 51:511–521.
- Gaspar, M.C.M.P., Garcia, A.M., Larrea-Killinger, C. (2020). "How would you define healthy food? Social representations of Brazilian, French and Spanish dietitians and young laywomen". *Appetite* 153.
- Gefen, D., Straub, D. W. ve Boudreau, M. (2000). "Structural equation modeling and regression: guidelines for research practice". *Communications of the Association for Information Systems*, 4:1–78
- Georgii, C., Schulte-Mecklenbeck, M.....Blechert, J. (2020). "The dynamics of self-control: within-participant modeling of binary food choices and underlying decision processes as a function of restrained eating". *Psychological Research*, 8: 1777–1788.
- Gillebaart, M., Schneider, I.K. ve De Ridder, D. (2015). "Effects of Trait Self-Control on Response Conflict About Healthy and Unhealthy Food". *Journal of Personality*, 84(6):790-798.
- Glanz, K., Michael, B.....Snyder, D.(1998). "Why Americans Eat What They Do: Taste, Nutrition, Cost, Convenience, and Weight Control Concerns as Influences on Food Consumption," *Journal of the American Dietetic Association*, 98:1118-1126.
- Glanz, K., Sallis, J.F., Saelens, B.E. ve Frank, L.D. (2005). "Healthy nutrition environments: Concepts and measures". *American Journal of Health Promotion*, 19: 330-333.
- Gineikiene, J., Schlegelmilch, B.B. ve Ruzeviciute, R. (2016). "Our Apples Are Healthier Than Your Apples: Deciphering the Healthiness Bias for Domestic and Foreign Products". *Journal of International Marketing*, 24(2): 80-89.
- Gineikiene, J., Kiudyte, J., Degutis, M. (2017). "Functional, organic or conventional? Food choices of health conscious and skeptical consumers". *Baltic Journal of Management*, 12: 139–152.
- Giskes, K., Avendaño, M., Brug, J. ve Kunst, A. E. (2010). A systematic review of studies on socioeconomic inequalities in dietary intakes associated with weight gain and overweight/obesity conducted among European adults. *Obesity Reviews*, 11, 413–429.
- Gollwitzer, P. M. ve Sheeran, P. (2006). Implementation intentions and goal achievement. A meta-analysis of effects and processes. *Advances in Experimental Social Psychology*, 38, 69–119.

- Goretzko, D., Siemund, K. ve Sterner, P. (2024). "Evaluating Model Fit of Measurement Models in Confirmatory Factor Analysis". *Educational and Psychological Measurement*, 84(1): 123-144.
- Guido, D., Perna, S., Barale, C.R., Grassi, M ve Rondanelli, M. (2016). "Multidimensional Evaluation of Endogenous and Health Factors Affecting Food Preferences, Taste And Smell Perception". *The Journal of nutrition, health and aging*, 20(10).
- Gould, S.J. (1988). "Consumer Attitudes Towards Health And Health Care: A Differential Perspective". *Journal of Consumer Affairs*, 22: 96-118.
- Gould, S. (1990). "Health Consciousness and Health Behavior: The Application of a New Health Consciousness Scale". *American Journal of Preventive Medicine*, 6(4).
- Goukens, C. ve Klesse, A.K. (2022). "Internal and external forces that prevent (vs. Facilitate) healthy eating: Review and outlook within consumer Psychology". *Current Opinion in Psychology*, 46: 101328.
- Gözgeç Mutlu, H. (2022). "*Gastronomik Deneyim İçin Müşterilerin Yüksek Fiyat Ödeme İstekliliğinin Belirlenmesi: Uzak Doğu Restoranları Üzerine Bir Çalışma*". Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Grabenhorst, F., Rolls, E.T. ve Bilderbeck, A. (2008). "How Cognition Modulates Affective Responses to Taste and Flavor: Top-down Influences on the Orbitofrontal and Pregenuel Cingulate Cortices". *Cerebral Cortex*, 18: 1549: 1559.
- Gravel, K., Doucet, E....., Bourlaud, A.S. (2012). "Healthy, diet, or hedonic. How nutrition claims affect food-related perceptions and intake?". *Appetite*, 59:877–884.
- Green, B.G. (2021). "From receptors to the brain: psychophysical clues to taste physiology". *Current opinion in physiology*, 20:154-158.
- Greene, D., Zhu, O.Y. ve Dolnicar, S. (2024). "Vegan burger, no thanks! Juicy American burger, yes please! The effect of restaurant meal names on affective appeal". *Food Quality and Preference*, 113:105042.
- Grunert, K.G., Sonntag, W.I., Glanz-Chanos, V. ve Forum, S. (2018). "Consumer interest in environmental impact, safety, health and animal welfare aspects of modern pig production: Results of a cross-national choice experiment". *Meat Science*, 137: 123-129.
- Gupta, V., Kiatkawsin, K., Roy, H. ve Duggal, S. (2024). "How the consumers' intentions to pay a price premium are influenced in luxury fine dining restaurants?". *Journal of Foodservice Business Research*, 27(2): 196-225.

- Gurdian, C.E., Torrico, D.D., Li, B. ve Prinyawiwatukul, W. (2021). "Effect of Serving Plate Types and Color Cues on Liking and Purchase Intent of Cheese-Flavored Tortilla Chips". *Foods*, 10:186.
- Gustafsson, K. ve Sidenvall, B. (2002). "Food-related health perceptions and food habits among older women". *Journal of Advanced Nursing*, 39(2): 164–173.
- Gustafsson, I.B., Ostrom, A., Johansson, J. ve Mossberg, L. (2006). The five aspects meal model: a tool for developing meal services in restaurants. *Journal of Foodservice Business Research*, 17 (2): 84–93
- Guyton, A.C. ve Hall, J. E. (2007). Tıbbi Fizyoloji (H. Çavuşoğlu ve Ç. Berrak (Ed.) (Nobel Tıp Kitabevleri).
- Guzek, D., Nguyen, D. ve Glabska, D. (2021). "Food Neophobia and Consumer Choices within Vietnamese Menu in a Polish Cohort Study". *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18:2925.
- Guzek, D. ve Glabska, D. (2022). "Food Neophobia, Familiarity with French Cuisine, Body Mass, and Restaurant Food Choices in a Sample of Polish Women". *Nutrients*, 14: 1502.
- Gültekin, B. ve Veuphuteh, F.M. (2023). "Price Sensitivity, Perceived Food Quality, and Intention to Purchase Fast Food in the Context of Health-Consciousness of University Students". *OPUS Toplum Araştırmaları Dergisi*, 20(52): 317 – 334.
- Gürbüz, S. (2019). *AMOS ile Yapısal Eşitlik Modellemesi - Temel İlkeler ve Uygulamalı Analizler*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Gürsoy, D. ve Gavcar, E. (2003). "International Leisure Tourists' Involvement Profile". *Annals of Tourism Research*, 30(4):906-926.
- Ha, J. ve Jang, S. (2012). "The effects of dining atmospherics on behavioral intentions through quality perception". *Journal of Services Marketing*, 26(3): 204-215.
- Haasova, S. ve Florack, A. (2019). "Practicing the (un)healthy=tasty intuition: Toward an ecological view of the relationship between health and taste in consumer judgments". *Food Quality and Preference*, 75: 39-53.
- Hair J, Black W, Babin B, Anderson R, Tatham R. E. (2013). *Multivariate Data Analysis: Pearson New International Edition*. 7th ed. Pearson.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M., Sarstedt, M., Danks, N.P. ve Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R Workbook*. Springer,
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. ve Cambourne, B. (2003). *Food Tourism Around The World: Development, Management and Market*. New York: Routledge

- Hallez, L., Vansteenbeeck, H., Boen, F. ve Smits, T. (2023). "Persuasive packaging? The impact of packaging color and claims on young consumers' perceptions of product healthiness, sustainability and tastiness". *Appetite*, 182:106433.
- Handayani, D., Karya, D.F. ve Isyrofi, A.Q.A. (2023). "Knowledge About COVID-19, perceived behavior control, subjective norm, and health consciousness on vitamin purchase intention during COVID-19". *Bali Medical Journal (Bali MedJ)*, 12(3): 3308-3313.
- Hansen, T., Sørensen, M.I. ve Eriksen, M.-L.R. (2018), "How the interplay between consumer motivations and values influences organic food identity and behavior", *Food Policy*, 74: 39-52.
- Har, L.K.K. (2008). *Service Dimensions of Service Quality Impacting Customer Satisfaction of Fne Dining Restaurants in Singapore*. Master in Hospitality Administration William F. Harrah College of Hotel Administration.
- Harden, M. (2007). "Restaurant trends: No need to call undertaker yet [Electronic Version].The Age (Melbourne, Australia).
- Harrar, V., Piqueras-Fiszman, B. ve Spence, C. (2011). "There's more to taste in a coloured bowl". *Perception*, 40:880-882.
- Harrar, V. ve Spence, C. (2013). "The taste of cutlery: how the taste of food is affected by the weight, size, shape, and colour of the cutlery used to eat it". *Flavour*, 2(1):21
- Harrington, R.J., Ottenbacher, M.C. ve Kendall, K.W. (2011). "Fine-Dining Restaurant Selection: Direct and Moderating Effects of Customer Attributes". *Journal of Foodservice Business Research*, 14(3): 272-289.
- Harris, K., Depietro, R.B., Klein, J. ve Jin, D. (2020). "The Impact of Social Norms and Risk Assessment on Diners' Reaction to Food Safety Concerns in Restaurants". *Journal of Foodservice Business Research*, 23 (5): 377-400.
- Hartmann, C., Ruby, M.B., Schmidt, P. ve Siegrist, M. (2018). "Brave, health-conscious, and environmentally friendly: Positive impressions of insect food product consumers". *Food Quality and Preference*, 68: 64–71.
- Hassig, A., Hartmann, C., Sanchez-Siles, L. ve Siegrist, M. (2023). "Perceived degree of food processing as a cue for perceived healthiness: The NOVA system mirrors consumers' perceptions". *Food Quality and Preference*, 110:104944.
- Havermans, R. C., Janssen, T., Giesen, J. C., Roefs, A. ve Jansen, A. (2009). "Food liking, food wanting, and sensory-specific satiety". *Appetite*, 52(1): 222-225.

- Haws, K., Davis, S. ve Dholakia, U. (2016). "Salad=success and fries=failure? Conceptualizing and assessing selfcontrol outcome measures in food decision-making research". *Journal of Consumer Behaviour*, 15: 99–116.
- Haws, K.L. ve Liu, P. J. (2016). "Half-size me? How calorie and price information influence ordering on restaurant menus with both half and full entree portion sizes". *Appetite* 97: 127-137
- Haws, K.L, Reczek, R.W ve Sample, K. L (2017). "Healthy diets make empty wallets: the healthy expensive intuition". *Journal of Consumer Research*, 43:992–1007,
- Heijden, A., Molder, H., Graaf, C. ve Jager, G. (2020). "Healthy is (not) tasty? Implicit and explicit associations between food healthiness and tastiness in primary school-aged children and parents with a lower socioeconomic position". *Food Quality and Preference*, 84:103939.
- Her, E. ve Seo, S. (2017). "Health halo effects in sequential food consumption: The moderating roles of health-consciousness and attribute framing". *International Journal of Hospitality Management* 62: 1–10.
- Herbst, S.T. ve Herbst, R. (2009). *The Deluxe Food Lover's Companion*. Barrons Press.
- Herman, C. P. ve Mack, D. (1975). "Restrained and unrestrained eating". *Journal of Personality*, 43, 647–660.
- Herman, C.P., Roth, D. ve Poliy, J. (2003). "Effects of the Presence of Others on Food Intake: A Normative Interpretation". *Psychological Bulletin*, 129(6): 873:886.
- Hetherington, M.M. (2007). "Symposium on 'Molecular mechanisms and psychology of food intake' Cues to overeat: psychological factors influencing overconsumption". *Proceedings of the Nutrition Society*, 66: 113–123.
- Heung, V.S.C. ve Gu, T. (2016). "Influence of restaurant atmospherics on patron satisfaction and behavioral intentions". *International Journal of Hospitality Management* 31: 1167–1177.
- Higgs, S. (2015). "Manipulations of attention during eating and their effects on later snack intake". *Appetite*, 92: 287–294.
- Hilger-Kolb, J. ve Dielh, K. (2019). "'Oh God, I Have to Eat Something, But Where Can I Get Something Quickly?'—A Qualitative Interview Study on Barriers to Healthy Eating among University Students in Germany". *Nutrients*, 11:2140.
- Hilton, C.M. (2017). "The importance of pretesting questionnaires: a field research example of cognitive pretesting the Exercise referral Quality of Life Scale (ER-QLS)". *International Journal of Social Research Methodology*, 20(1): 21-34.

- Hisatsune, C., Yasamatsu, K....., Mikoshiba, K. (2007). "Abnormal taste perception in mice lacking the type 3 inositol 1,4,5- trisphosphate receptor". *The Journal of biological chemistry*, 282(51).
- Ho, R.T.K. ve Sun, X.Y. (2015). "Overweight/Obesity-Related Attitudes and Self-Care Behaviours: Evaluation and Comparison of the Protection Motivation Model and Theory of Planned Behaviour". *Journal of Pacific Rim Psychology*, 10(2): 1-14.
- Hochradel, F.R. (2007). *The Effect Of Nutrition Information On Menu Selection When Eating Food Away From Home*, A Dissertation submitted to the Faculty of Old Dominion University in Partial.
- Hoefling, A. ve Strack, F. (2008). "The tempting effect of forbidden foods. High calorie content evokes conflicting implicit and explicit evaluations in restrained eaters". *Appetite*, 51:681–689.
- Hollowood, T..A., Linforth, R.S.T. ve Taylor, A.J. (2002). "The effect of Viscosity on the perception of Flavour". *Chemical Senses*, 27:583-591.
- Hong, H. (2009). Scale development for measuring health consciousness: Re-conceptualization. In *Proceedings of the 12th annual International Public Relations Research Conference*, Miami, FL, USA.
- Hong, H. (2011). "An Extension of the Extended Parallel Process Model (EPPM) in Television Health News: The Influence of Health Consciousness on Individual Message Processing and Acceptance". *Health Communication*, 26(4): 343-353.
- Hong, H. ve Chang, W. (2020). Integrating health consciousness, self-efficacy, and habituation into the attitude-intentionbehavior relationship for physical activity in college students. *Psychology, Health & Medicine*, 27(5):965-975.
- Honkanen, P., Verplanken, B. ve Olsen, S. O. (2006). "Ethical values and motives driving organic food choice". *Journal of Consumer Behaviour*, 5: 420-430.
- Honkanen, P. ve Frewer, L. (2009). "Russian consumers' motives for food choice". *Appetite* 52: 363–371.
- Hoque, M.Z., Alam, M., Nahid, K.A. (2018). "Health Consciousness and Its Effect on Perceived Knowledge, and Belief in the Purchase Intent of Liquid Milk: Consumer Insights from an Emerging Market". *Foods*, 7: 150.
- Horng, J.S., Hu, M.M., Teng, C.C. ve Lin, L. (2014). "Energy Saving and Carbon Reduction Behaviors in Tourism – A Perception Study of Asian Visitors from a Protection Motivation Theory Perspective". *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(6): 721-735.

- Hovard, P. ve Yeomans, M.R. (2015). "Assimilation of healthy and indulgent impressions from labelling influences fullness but not intake or sensory experience". *Flavour*, 4:28.
- Howard, M.C. (2016). "A Review of Exploratory Factor Analysis Decisions and Overview of Current Practices: What We Are Doing and How Can We Improve?". *International Journal of Human-Computer Interaction*, 32(1): 51-62.
- Hu, S.C. (2013). *A New Measure for Health Consciousness: Development of A Health Consciousness Conceptual Model*. Paper presented at the Unpublished paper presented at National Communication Association 99th Annual Convention, Washington, DC, November 2.
- Hu, Y., Banyai, M. ve Smith, S. (2013). "Expenditures, Motivations, and Food Involvement Among Food Festival Visitors: The Hefei, China, Crawfish Festival". *Journal of China Tourism Research*, 9: 467–488.
- Hu, Y. ve Min, H. (2022). "Enjoyment or indulgence: What draws the line in hedonic food consumption?". *International Journal of Hospitality Management*, 104:103228.
- Huang, L. ve Lu, J. (2015). "Eat With Your Eyes: Package Color Influences The Expectation of Food Taste And Healthiness Moderated By External Eating". *The Marketing Management Journal*, 25(2): 71-87.
- Huang, Y. ve Wu, J. (2016). "Food pleasure orientation diminishes the 'healthy = less tasty' intuition". *Food Quality and Preference* 54: 75–78.
- Huang, J., Wang, C. ve Wan, X. (2022a). "Influence of eating together on brain activation and hedonic evaluation in response to foods". *Cognitive, Affective, & Behavioral Neuroscience*, 22: 1145–1156.
- Huang, Z., Zhu, Y.D., Deng, J. ve Wang, C. (2022b). "Marketing Healthy Diets: The Impact of Health Consciousness on Chinese Consumers' Food Choices". *Sustainability*, 14:2059.
- Huang, L., Song, X.....Shi, G.J. (2023). "Placebo effect in food marketing: young consumers' perception of food healthiness and tastiness in reduced-sugar labeling". *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*,
- Hulten, B. M. L., Broweus, N. ve Van Dijk, M. (2010). *Sensory Marketing*, Palgrave Macmillan, London.
- Huneke, T., Benoit, S. Shams, P. ve Gustafsson, A. (2015). "Does Service Employees' Appearance Affect the Healthiness of Food Choice?". *Psychology and Marketing*, 32(1): 94-106.

- Husted, M., Banks, A.P. ve Seiss, E. (2016). "Eating behaviour associated with differences in conflict adaptation for food pictures". *Appetite*, 105:630-637.
- Hsu, S.Y., Chang-Chen, C. ve Lin, T.T. (2015). "An analysis of purchase intentions toward organic food on health consciousness and food safety with/under structural equation modeling". *British Food Journal*, 118 (1): 200-216.
- Hsu, S-H., Hsiao, C-F. ve Tsai, S-B. (2018). "Constructing a consumption model of fine dining from the perspective of behavioral economics". *Plos One*, 13(4).
- Hsu, F.C. ve Scott, N. (2020). "Food experience, place attachment, destination image and the role of food-related personality traits". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44:79-87.
- Hussien, F.M., Mohammed, M.A. ve Elziny, M.N. (2023). "Factors Affecting Customers' Intentions to Patronize Healthy Food Restaurants". *International Journal of Tourism, Archaeology, and Hospitality*, 3(1): 139-159.
- Hwang, J. ve Cranage, D. (2010). Customer Health Perceptions of Selected Fast Food Restaurant According to their Nutritional Knowledge and Health Consciousness. *Journal of Foodservice Business Research*, 13(2): 68-84.
- Hwang, J. ve Lorenzen, C. L. (2008). Effective Nutrition Labeling of Restaurant Menu and Pricing of Healthy Menu, *Journal of Foodservice*, 19(5): 270-276.
- Hwang, J. (2011). "The Impacts Of Nutrition Information On Consumers Evaluations Toward Fast Food Meals". Doctor of Philosophy, The Pennsylvania State University.
- Hwang, J. (2013). "The effects of nutrient ad disclosures of fast food menu items on consumer selection behaviors regarding subjective nutrition knowledge and body mass index". *British Food Journal*, 115(9): 1281-1296.
- Hwang, J., Eves, A. ve Stienmetz, J.L. (2021). "The Impact of Social Media Use on Consumers' Restaurant Consumption Experiences: A Qualitative Study". *Sustainability*, 13:6581.
- Ikart, E.M. (2019). "Survey Questionnaire Survey Pretesting Method: An Evaluation of Survey Questionnaire via Expert Reviews Technique". *Asian Journal of Social Science Studies*, 4(2).
- Ikonen, I., Aydinli, A. ve Verlegh, P. (2019). "The Bad Taste of Healthy Food Discounts". *Advances in Consumer Research*, 47: 652-655.
- Iqbal, J., Yu, D., ...ve Imran, M. (2021). "Health Consciousness, Food Safety Concern, and Consumer Purchase Intentions Toward Organic Food: The Role of Consumer Involvement and Ecological Motives". *Sage*: 1– 14.

- Iversen, A.C. ve Kraft, P. (2006). “Does socio-economic status and health consciousness influence how women respond to health related messages in media?”. *Health Education Research*, 21(5):601-610.
- İlbay, B. (2021). “Restoran müşterilerinin çevrim içi yorumlarının içerik analizi: Birinci sınıf bir restoran örneği”. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(46).
- James, A., Lawrence, B. ve O'Connor, M. (2022). “Healthy Eating as a New Way of Life: A Qualitative Study of Successful Long-Term Diet Change”. *The Journal of Health Care Organization, Provision, and Financing*, 59:1-10.
- Jami, A. (2016). “Healthy Reflections: The Influence of Mirror-Induced Self-Awareness on Taste Perceptions”. *Journal of the Association for Consumer Research*, 1(1).
- Jamieson, S. (2004). “Likert scales: How to (ab)use them”. *Medical Education*. 38(12): 1217-1218.
- Jang, S. ve Namkung, Y. (2009), “Perceived quality, emotions, and behavioral intentions: application of an extended Mehrabian–Russell model to restaurants”, *Journal of Business Research*, 62(4): 451-460.
- Japutra, A., Vidal-Branco, M., Higuera-Castillo, E. ve Molinillo, S. (2021). “Unraveling the mechanism to develop health consciousness from organic food: a cross-comparison of Brazilian and Spanish millennials”. *British Food Journal*.
- Jarman, M., Lawrence, W..... SIH Study Group. (2012). “Low levels of food involvement and negative affect reduce the quality of diet in women of lower educational attainment”. *Journal of Human Nutrition and Dietetics*, 25: 444–452.
- Jayanti, R. K. ve Burns, A. C. (1998). “The antecedents of preventive health care behavior: An empirical study”. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26(1): 6-15.
- Jenny-Lee, W., Shimizu, M., Kniffin, K.M. ve Wansink, B. (2013). “You taste what you see: Do organic labels bias taste perceptions?”. *Food Quality and Preference*, 29:33–39.
- Jeong, E., Jang, S., Behnke, C., Anderson, J. ve Day, J. (2018). A scale for restaurant customers’ healthy menu choices: individual and environmental factors. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(1): 217-246.
- Jeon, S., Kim, Y.....Lee, S. (2021). “Taste Sensitivity of Elderly People Is Associated with Quality of Life and Inadequate Dietary Intake”. *Nutrients*, 13-1693.
- Jeong, E. ve Jang, S. (2020). “Kosher labelling in restaurants: Examining the healthy halo effect”. *Journal of Foodservice Business Research*, 23(1): 46-56.

- Jeong, Y., Hwang, S. ve Kwon, M. (2022). “The Multiple Ingredients Effect: The More Diverse (Un)Healthy Ingredients, the More (Un)Healthy the Food”. *Psychology Research and Behavior Management*, 1165-1180.
- Jezewska-Zychowicz, M., Gebiski, J. ve Kobylinska, M. (2020). “Food Involvement, Eating Restrictions and Dietary Patterns in Polish Adults: Expected Effects of Their Relationships (LifeStyle Study)”. *Nutrients*, 12:1200.
- Jezovicova, K., Turcinkova, J. ve Drexler, D. (2016). “The Influence Of Package Attributes On Consumer Perception At The Market With Healthy Food”. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 64(6): 1919-1926.
- Jin, N. P. ve Lee, S. M. (2017a). A conceptual framework for healthy food choice in full-service restaurant. *Journal of Foodservice Business Research*, 20(3): 304-320.
- Jin, N., Line, N.D. ve Lee, S-M. (2017b). “The health conscious restaurant consumer Understanding the experiential and behavioral effects of health concern”. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(8): 2103-2120.
- Jin, N., Lee, S.M., Slocum, S.L. ve Merkebu, J. (2018). “Examining the healthy food consumption in fullservice restaurants: quality or non-quality cues?”. *Journal of Foodservice Business Research*, 21(4): 394-419.
- Jo, J., Lusk, J.L., Muller, L. ve Ruffieux, B. (2016). “Value of parsimonious nutritional information in a framed field experiment”. *Food Policy*, 63:124–133.
- Jo, J. ve Lusk, J. (2018). “If it’s healthy, it’s tasty and expensive: Effects of nutritional labels on price and taste expectations” *Food Quality and Preference* 68: 332–341.
- Johansen, S.B., Naes, T. ve Hersleth, M. (2011). Motivation for choice and healthiness perception of calorie-reduced dairy products. A cross-cultural study. *Appetite*, 56: 15-24.
- Jordan, S. (2013). “The wild ways of conscious will: what we do, how we do it, and why it has meaning”. *Frontiers in Psychology*, 4(1).
- Josiam, B. ve Foster, C. (2008). “Nutritional information on restaurant menus: Who cares and why restaurateurs should bother”. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 21(7):876-891.
- Josiam, B.M., Huang, T.Y.....Kennon, L. (2012). “Segmenting Taiwanese travelers on cruises in North America: Comparing the involvement construct and cluster approach”. *Journal of China Tourism Research*, 8(1):78–96.
- Jun, J., Kang, J. ve Arendt, S.W. (2014). “The effects of health value on healthful food selection intention atrestaurants: Considering the role of attitudes toward taste

- andhealthfulness of healthful foods”. *International Journal of Hospitality Management*, 42:85-91.
- Jun, J., Arendt, S.W. ve Kang, J. (2016). “Understanding customers’ healthful food selection at restaurants: Roles of attitude, gender, and past experience”. *Journal of Foodservice Business Research*, 19(2):197-212.
- Jun, J. ve Arendt, S.W. (2016). Understanding healthy eating behaviors at casual dining restaurants using the extended theory of planned behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 53:106-115.
- Jung, H.Y., Sydnor, S., Lee, S.K. ve Almanza, B. (2015). “A conflict of choice: How consumers choose where to go for dinner”. *International Journal of Hospitality Management*, 45:88–98.
- Jung, H.Y., Choi, Y.J. ve Oh, K.W. (2020). “Influencing Factors of Chinese Consumers’ Purchase Intention to Sustainable Apparel Products: Exploring Consumer “Attitude–Behavioral Intention” Gap”. *Sustainability*, 1-14.
- Kabaran, S. (2017). “Yaşamın Erken Dönemlerinde Yaşanan Lezzet Deneyimleri Besin Tercihlerini Nasıl Etkiliyor”. *The Journal of Current Pediatrics*, 15:38-46.
- Kala, D. (2020). “Examining the Impact of Food Attributes and Restaurant Services on Tourist Satisfaction: Evidence from Mountainous State of India”. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 21(4): 430-453.
- Kamrath, C., Bidkar, S. ve Bröring, S. (2019). “Is food involvement in purchasing decisions always low? A consumer study from Germany”. *Pharma Nutrition* 9:100157.
- Kandemir Altunel, G. ve Çifçi, İ. (2021). “Fine-dining Restoranlarda Müşteri Memnuniyetini Etkileyen Unsurların Belirlenmesi: Netnografik Bir Araştırma”. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(4): 1523:1537.
- Kang, J., Jun, J. ve Arendt, S.W. (2015). “Understanding customers’ healthy food choices at casual dining restaurants: Using the Value–Attitude–Behavior model”. *International Journal of Hospitality Management*, 48: 12–21.
- Kaplan, H.I. ve Kaplan, H.S. (1957). “The psychosomatic concept of obesity.” *Journal of Nervous and Mental Disease*, 125:181–201.
- Karagöz, Ş. (2018). “Gastronomide Tat ve Aroma Etkileşimleri”. *International West Asia Congress Of Tourism Research* 27 Sept –30 Sept 2018 Van- Turkey.
- Karen, B., Linda, M. ve Phillip, J. (2015). “An Assessment of University Students’ Healthy Eating Behaviors With The Expectancy Theory”. *American Society of Business and Behavioral Sciences*, 11(1).

- Karn, S. ve Swain, K. (2017). Health consciousness through wellness tourism: a new dimension to new age travelers. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 6(3).
- Kashyap, R.ve Abhilash, P. (2016). “The Effect of Food Involvement and Food Addiction on Food Neophobia”. *Indian Journals*.
- Kaskutas, L. ve Greenfield, T. (1995). “The Role of Health Consciousness in Predicting Attention to Health Warning Messages”. *American Journal of Health Promotion*, 11(3): 186-193.
- Kaya, E. (2022). “Sürdürülebilir Mutfak Uygulamalarına Bir Örnek: Ankara Fine Dining Restoranlarında Gıda Atıkları”. Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı Gastronomi ve Mutfak Sanatları Tezli Yüksek Lisans Programı.
- Keller, C ve Siegrist, M. (2015). “Does personality influence eating styles and food choices? Direct and indirect effects”. *Appetite*, 84:128–138.
- Kelly, L. (2022). “Taste Claims in Consumer Perception of Food Products and Purchasing Intentions”. Bachelor Thesis for Obtaining the Degree Bachelor of Science in International Marketing,
- Khan, A.W. ve Pandey, J. (2022). “Consumer psychology for food choices: a systematic review and research directions”. *European Journal of Marketing*.
- Kılıçlar, A., Şahin, A., Sarıkaya, S. ve Bozkurt, İ. (2017). “Kişilik Tiplerinin Tat Tercihlerine Etkisi”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3):93-117
- Kiatkawsin, K. ve Sutherland, I. (2020). “Examining Luxury Restaurant Dining Experience towards Sustainable Reputation of the Michelin Restaurant Guide”. *Sustainability*.
- Kim, K-H., Shin, H.R. ve Nakama, H. (1994). “Health Consciousness in Relation to Education in Korea - Focusing on seven preventable health risk factors”. *Asia-Pacific Journal of Public Health*, 7(1): 1-9.
- Kim, S.S., Scott, D. ve Crompton, J.L. (1997). “An Exploration of the Relationships Among Social Psychological Involvement, Behavioral Involvement, Commitment, and Future Intentions in the Context of Birdwatching”. *Journal of Leisure Research*, 29(3): 320-341.
- Kim, Y. H. (2007). “Application of the transtheoretical model to identify psychological constructs influencing exercise behavior: A questionnaire survey”. *International Journal of Nursing Studies*, 44: 936–944.

- Kim, Y.G., Suh, B.S. ve Eves, A. (2010). "The relationships between food-related personality traits, satisfaction, and loyalty among visitors attending food events and festivals". *International Journal of Hospitality Management*, 29:216–226.
- Kim, M. J., Lee, C.K., Kim, W.G. ve Kim, J. M. (2012). "Relationships between lifestyle of health and sustainability and healthy food choices for seniors". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(4): 558-576.
- Kim, M.J., Park, J., Kim, J.M. ve Ryu, K. (2013). "Does perceived restaurant food healthiness matter? Its influence on value, satisfaction and revisit intentions in restaurant operations in South Korea". *International Journal of Hospitality Management*, 33:397-405.
- Kim, E., Ham, S., Yang, S. ve Choi, J. (2013b). "The roles of attitude, subjective norm, and perceived behavioral control in the formation of consumers' behavioral intentions to read menu labels in the restaurant industry". *International Journal of Hospitality Management*, 35:203-213.
- Kim, M.J. ve Kim, D.J. (2017). "The Effect of Cognitive Dieting Behavior on Consumers' Food Perceptions, Emotional Responses, and Value Conflict in Restaurants". *Culinary Science & Hospitality Research*, 23(6):153-160.
- Kim, H., Kim, Y., Choi, H-Y. ve Ham, S. (2018). "Relationships among behavioral beliefs, past behaviors, attitudes and behavioral intentions toward healthy menu selection". *Nutrition Research and Practice*, 12(4):348-354.
- Kim, J., Yang, K., Min, J. ve White, B. (2021a). "Hope, fear, and consumer behavioral change amid COVID-19: Application of protection motivation theory". *International Journal of Consumer Studies*, 46:558–574.
- Kim, Y.H., Sauerwald, P. ve Sukpatch, K. (2021b). "Are you looking for special menu? An examination of variety seeking behavior for Promotional Menu (VaPM) Model". *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 23:100295.
- Kitchen, P.J., Kerr, G., ...Pals, H. (2014). "The elaboration likelihood model: review, critique and research agenda". *European Journal of Marketing*, 48(11): 2033-2050.
- Kivela, J., Inbakaran, R. ve Reece, J. (1999), "Consumer research in the restaurant environment. Part 1: a conceptual model of dining satisfaction and return patronage", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(5): 205-22.
- Kivela, J.J. (2003). "Results of a qualitative approach to menu planning using control and experimental groups". *Journal of Foodservice Business Research*. 6(4): 43-65.

- Kivela, J. ve Crotts, J. (2006). "Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination". *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3): 354-377.
- Kivetz, R ve Simonson, I. (2002). "Earning the right to indulge: effort as a determinant of customer preferences toward frequency program rewards". *Journal of Marketing Research*, 39(2): 155–170.
- Kline, R.B. (2019). *Yapısal Eşitlik Modellemesinin İlkeleri ve Uygulanması*. Çeviri Editörü, Sedat Şen. Nobel Yayıncılık Ankara.
- Koch, C. ve Koch, E. (2003). "Preconceptions of Taste Based on Color". *The Journal of Psychology*, 137(3): 233-242,
- Kolasa, K.M., Peery, A., Harris, Shovelin, K. (2001). "Food literacy partners program: a strategy to increase community food literacy". *Topics in Clinical Nutrition*. 16 (4): 1.
- Konuk, F. A. (2019). "The impact of retailer innovativeness and food healthiness on store prestige, store trust and store loyalty". *Food Research International*, 116: 724: 730.
- Koo, L.C., Tao, F.K. ve Yeung, J.H. (1999). "Preferential segmentation of restaurant attributes through conjoint analysis". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11 (5): 242–250.
- Koster, E.P. (2009). "Diversity in the Determinants of Food Choice: A Psychological Perspective", *Food Quality and Preference*, 20, 70-85.
- Kourouniotis, S., Keast,.....ve Cicerale, S. (2016). "The importance of taste on dietary choice, behaviour and intake in a group of young adults". *Appetite*, 103, 1–7.
- Kozak, M. (2017). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri* (2. Baskı). Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kozup, J.C., Creyer, E.H. and Burton, S. (2003), Making healthful food choices: the influence of health claims and nutrition information on consumers' evaluations of packaged food products and restaurant menu items. *Journal of Marketing*, 67(2):19-34.
- Köse, S.G. ve Kırcova, I. (2018). "Using theory of consumption values to predict organic food purchase intention: Role of health consciousness and eco-friendly LOHAS tendency". *Spanish Journal of Agricultural Research*, 19(3):
- Köster, E. P. (2003). The psychology of food choice: Some often encountered fallacies. *Food Quality and Preference*, 14, 359–373.
- Köster, E.P. (2009). "Diversity in the determinants of food choice: A psychological perspective". *Food Quality and Preference*, 20:70–82.

- Kraft, F. B. ve Goodell, P. W. (1993). Identifying the health conscious consumer. *Journal of health care marketing*, 13(3): 18–25.
- Krause, C., Sommerhalder, K., Beer-Borst, S. ve Abel, T. (2018). “Just a subtle difference? Findings from a systematic review on definitions of nutrition literacy and food literacy”. *Health Promotion International*, 33:378–389.
- Krishna, A. ve Morrin, M. (2008). “Does touch affect taste? The perceptual transfer of product container haptic cues”. *Journal of Consumer Research*, 34(6): 807–818.
- Krishna, A., Morrin, M. ve Sayin, E. (2014). “Smellizing cookies and salivating: A focus on olfactory imagery”. *Journal of Consumer Research*, 41(1).
- Krishna, A. ve Elder, R.S. (2021). “A review of the cognitive and sensory cues impacting taste perceptions and consumption”. *Consumer Psychology Review*, 4:121–134.
- Kroese, F.M., Evers, C. ve Ridder, D. (2009). “How chocolate keeps you slim. The effect of food temptations on weight watching goal importance, intentions, and eating behaviors”. *Appetite*, 55(3): 430-433.
- Kumar, A. ve Smith, S. (2018). Understanding Local Food Consumers: Theory of Planned Behavior and Segmentation Approach. *Journal of Food Products Marketing*, 24(2): 196-215.
- Kumalasari, H. ve Sjafei, N. (2013). “Analyzing The Effect of Health and Appearance Consciousness On Intention To Calculate Calorie Information If Displayed At Fast Food Restaurant Menu”. *Journal of Business Strategy and Execution*, 5(2): 104-130.
- Kunz, S., Haasova, S., Pivecka, N., Schmidt, J. ve Florack, A. (2023). “Food Is All Around: How Contexts Create Misbeliefs About the Health–Taste Relationship”. *Psychological Science*, 34(5): 568-580.
- Kunz, S., Pivecka, N., Dietachmair, C. ve Florack, A. (2024).” Seeing is misbelieving: Consumers wrongly believe that unhealthy food tastes better when there is more of it”. *Appetite*, 197:107295
- Kunz, S., Haasova, S., ve Florack, A. (2020). “Fifty shades of food: The influence of package color saturation on health and taste in consumer judgments”. *Psychology & Marketing*, 37:900–912.
- Kunz, S., Haasova, S., Rieb, J. ve Florack, A. (2020b). “Beyond Healthiness: The Impact of Traffic Light Labels on Taste Expectations and Purchase Intentions”. *Foods*, 10-1390.
- Kuster-Boluda, I. ve Vila-Lopez, N. (2017). “Gender differences among teenagers: healthy and unhealthy lifestyle habits and eating behaviours, food involvement and packaging cues”. *British Food Journal*, 125: 1666-1682.

- Kusumaningsih, D., Irianto, D.H.ve Antriyandarti, E. (2019). *Effects of health consciousness and environmental attitude on intention towards organic food purchase*. IOP Conf. Series: Materials Science and Engineerin, 633.
- Kutluay Merdol, T. (2018). *Beslenme Antropolojisi I*. Hatiboğlu Yayınları, 3. Baskı, Ankara.
- Kumiko, N. (2002).” Umami: a Universal Taste”. *Food Reviews International*,18 (1), 23- 38.
- Kuster-Boluda, I. ve Vila-Lopez, N. (2022). “Gender differences among teenagers: healthy and unhealthy lifestyle habits and eating behaviours, food involvement and packaging cues”. *British Food Journal*, 125(5): 1666-1682.
- Kwon, S., Lee, S., Lee, Y. ve Yoon, J. (2009). “Characteristics and Current Status of Well-being Menus Served in Contract-managed Workplace Foodservice”. *Journal of the Korean Dietetic Association*, 16(1): 1-12.
- Laan, L.N., Ridder, D.T.D., Viergever, M.A. ve Smeets, P.A.M. (2011). “The first taste is always with the eyes: A meta-analysis on the neural correlates of processing visual food cues”. *NeuroImage*, 55:296–303.
- Labbe, D., Gilbert, F. ve Martin, N. (2008). “Impact of Olfaction on Taste, Trigeminal, and Texture Perceptions”. *Chemosensory Perception*, 1:217–226.
- Labbe, A., Rytz, A., Godinot, N., Ferrage, A. ve Martin, N. (2017). “Is portion size selection associated with expected satiation, perceived healthfulness or expected tastiness? A case study on pizza using a photograph-based computer task”. *Appetite* 108, 311-316.
- Lam, C., Huang, Z. ve Shen, L. (2022). “Infographics and the Elaboration Likelihood Model (ELM): Differences between Visual and Textual Health Messages”. *Journal of Health Communication*, 27(10): 737-745.
- Landry, M., Lemieux, S., ...Provencher, V., Desroches, S. (2018). Is eating pleasure compatible with healthy eating? A qualitative study on Quebecers’ perceptions. *Appetite*,125.
- Lane, C. (2013). “Taste makers in the “fine-dining” restaurant industry: The attribution of aesthetic and economic value by gastronomic guides”. *Poetics*, 41:342–365.
- Langeveld, A.W.B., Gibbons, S.....Mars, M. (2017). “The relationship between taste and nutrient content in commercially available foods from the United States”. *Food Quality and Preference*, 57:1–7.
- Lappalainen, A., Saba, A., Holm, L., Mykkanen, H. ve Gibney, M.J. (1997). “Difficulties in trying to eat healthier: descriptive analysis of perceived barriers for healthier eating”. *European Journal of Clinical Nutrition*, 51(2): 35-40.

- Larsen, T. ve Grunert, K.G. (2003). "The perceived healthiness of functional foods A conjoint study of Danish, Finnish and American consumers' perception of functional foods". *Appetite*, 40: 9–14.
- Lassen, A.D., Lehmann, ...G. ve Tetens, I. (2016). "Gender differences in purchase intentions and reasons for meal selection among fast food customers – Opportunities for healthier and more sustainable fast food". *Food Quality and Preference*, 47: 123-129.
- Lateef, R.O., Muhammed, A.B., Kolowale, S.T. (2020). "*Perceived Influence of Health Attitude And Subjective Norms On Consumers' Purchase Intention Of Indomie Noodles and Bigi Drink*". A Research Project Submitted to the Department of Mass Communication, Faculty of Information and Communication Technology, Kwara State University, Malete.
- Laurent, G. ve Kapferer, J.N. (1985). "Measuring Consumer Involvement Profiles". *Journal of Marketing Research*, 13: 41-53.
- Le, T.P., DeJesus-Rodriguez, A., Rihal, T.K. ve Raposa, E.B. (2023). "Associations between trait food craving and adolescents' preferences for and consumption of healthy versus unhealthy foods". *Food Quality and Preference*, 108:104887.
- Lee, P. (1994). "*Health Concerns, Health Practices, And Personal Faith of Adults In A Charismatic Christian Congregation*". Master of Science In Nursing.
- Lee, J., Graefe, A. R., ve Burns, R. C. (2007). "Examining the antecedents of destination loyalty in a forest setting". *Leisure Sciences*, 29(5): 463–481.
- Lee, J.Y. ve Kwon, M.Y. (2009). "Effects of involvement of food tourists' on participation in food tourism activities and behavioral intention". *Journal of Tourism Management Research*, 13:177-198.
- Lee, T.S. ve McCleary, K. (2012). "The Relationship between Perceived Health, Health Attitude, and Healthy Offerings for Seniors at Family Restaurants". *Cornell Hospitality Quarterly*, 54(3): 262– 273.
- Lee, S.T. (2013). "*Understanding Customers' Healthy Eating Behavior in Restaurants Using the Health Belief Model and Theory of Planned Behavior*". Doctor of Philosophy, Blacksburg, Virginia.
- Lee, S.M., Jin, N. ve Kim, H.S. (2013). "The Effect of Healthy Food Knowledge on Perceived Healthy Foods' Value, Degree of Satisfaction, and Behavioral Intention: The Moderating Effect of Gender". *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 19(2): 151-171.

- Lee, K., Conklin, M., Cranage, D. A. and Lee, S., (2014). "The Role of Perceived Corporate Social Responsibility on Providing Healthful Foods And Nutrition Information With Health-Consciousness as a Moderator". *International Journal of Hospitality Management*, 37 (9): 29-37.
- Lee, S.M., Jin, N. ve Kim, H. (2018). "The Effect of Healthy Food Knowledge on Perceived Healthy Foods' Value, Degree of Satisfaction, and Behavioral Intention: The Moderating Effect of Gender". *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 19(2): 151-171.
- Lee, J.H., Mustapha, A. ve Hwang, J. (2019). "Enhancing ethnic restaurant visits and reducing risk perception The effect of information and protection motivation". *Journal of Hospitality and Tourism*, 2(4): 341-357.
- Lee, J. (2019). "Self" Takes it All in Mental Illness: Examining the Dynamic Role of Health Consciousness, Negative Emotions, and Efficacy in Information Seeking. *Health Communication*, 34 (8): 848-858.
- Lee, A. ve Kim, M.G. (2020). "Effective electronic menu presentation: From the cognitive style and mental imagery perspectives". *International Journal of Hospitality Management*, 87:102377
- Lee, J. ve Lim, J. (2022). "Design matters: Cross-modal correspondences between vision and taste in food advertising". *Journal of Marketing Communications*, 28(2):132-151.
- Lefebvre, S., Hasford, J. ve Boman, L. (2022). "Less light, better bite: How ambient lighting influences taste perceptions". *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65:102732.
- Lei, P-W. ve Wu, Q. (2007). "Introduction to Structural Equation Modeling: Issues and Practical Considerations". *Educational Measurement: issues and practice*, 26(3):33-43.
- Leong, A.M., Chen, K.Y., Chen, H.B. ve Chiang, T.A. (2023). "Exploring the effects of customers' assessments of a restaurant's atmospherics and emotional assessments on a fine-dining experience and intentions to return". *Tourism Management Perspectives*, 47:101121.
- Lesakova, D. (2018). "Health Perception and Food Choice Factors In Predicting Healthy Consumption Among Elderly". *Acta Universitatis Agriculturae Et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 66(6): 1527-1534.
- Lessa, K., Zulueta, A., Esteva, M.J. ve Frigola, A. (2017). "Study of consumer perception of healthy menus at restaurants". *Food Quality and Preference*, 55:102-106.

- Levitt, J.A., Zhang, P., DiPietro, R.B. ve Meng, F. (2017). "Food tourist segmentation: Attitude, behavioral intentions and travel planning behavior based on food involvement and motivation". *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*.
- Lewis, R. (1981). "Restaurant advertising: Appeals and consumers' intentions. *Journal of Advertising Research*". 21(5): 69-74.
- Li, F., Su, Q. ve Ma, J. (2022). "How do food authenticity and sensory appeal influence tourist experience? The moderating role of food involvement". *International Journal of Tourism Research*, 1–14.
- Li, X., Qi, Y., Spence, C. ve Wan, X. (2020). "Influence of teaware on subjective ratings of, and taste expectations concerning, tea". *Food Quality and Preference*, 80:103834
- Li, Y., Heuvinck, N. ve Pandelaere, M. (2021). "The Light = Healthy Intuition". *Society for Consumer Psychology*, 32(2): 326–335.
- Li, S. ve Liu, P. (2021). "Will "moving" food tastes better? Effect of dynamic food image in print advertising on food taste perception". *Journal of Sensory Studies*, 37: 1-12.
- Li, X. (2018). "A Terminological Study of Translation Equivalence". *Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR)*, 189: *International Conference on Management and Education, Humanities and Social Sciences*.
- Liang, P., Jiang, J-Y.....Yang, H-J. (2020). "Mechanism of Cross-modal Information Influencing Taste". *Current Medical Science*, 40(3):474-479.
- Liao, Y., Soltani, E., Li, F. ve Ting, C. (2024). "A cultural theory perspective to service expectations in restaurants and food services". *International Journal of Quality and Service Sciences*.
- Liem, D.G. ve Russell, C.G. (2019). "The Influence of Taste Liking on the Consumption of Nutrient Rich and Nutrient Poor Foods". *Frontiers in Nutrition*, 6:174.
- Likert, R. (1931). "A technique for the measurement of attitudes". *Archives of Psychology*, 22(140): 1-55.
- Lim, W.M., Aggarwal, A. ve Dandotiya, R. (2022). "Marketing luxury services beyond affluence in the new normal: Insights from fine dining during the coronavirus pandemic". *Journal of Retailing and Consumer Services*, 66:102936.
- Lin, P., Wood, W. ve Monterosso, J. (2016). "Healthy eating habits protect against temptations". *Appetite*, 103: 432-440.
- Linan, J., Arroyo, P., Carrete, L. (2019). "Conceptualizing Healthy Food: How Consumer's Values Influence the Perceived Healthiness of a Food Product". *Journal of Food and Nutrition Research*, 7(9): 679-687.

- Liu, Y. ve Jang, S. (2009). "The effects of dining atmospherics: An extended Mehrabian–Russell model". *International Journal of Hospitality Management* 28:494–503.
- Liu, R., Hoefkens, C. ve Verbeke, W. (2015). "Chinese consumers' understanding and use of a food nutrition label and their determinants". *Food Quality and Preference*, 41: 103–111.
- Liu, P.J. (2016). "*A Multiple Goal Perspective on Eating Behavior*". Dissertation, Duke University.
- Liu, P. ve Yick-Tse, E.C. (2018). "Exploring factors on customers' restaurant choice: an analysis of restaurant attributes". *British Food Journal*, 120(10): 2289-2303.
- Liu, Y. (2023). "Digital exposure to unhealthy food reduces subsequent consumption of unhealthy food". *Journal of Business Research*, 168:114245.
- Lo, A., King, B. Ve Mackenzie, M. (2017). Restaurant Customers' Attitude toward Sustainability and Nutritional Menu Labels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26(8): 846-867.
- Loelhin, J. C. (1992). *Latent Variable Models: An Introduction to Factor, Path, and Structural Analysis* (2. Baskı). Lawrence Erlbaum, New Jersey.
- Loehlin, J.C. (2004). "*Latent Variable Models An Introduction to Factor, Path, and Structural Equation Analysis*. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers. Fourth Edition.
- Longart, P. (2010). "What drives word-of-mouth in restaurants?" *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22:121–128.
- Lombardo, C., Cerolini, S.....Lucidi, F. (2021). "Eating self-efficacy: validation of a new brief scale". *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 26:295–303.
- Lu, L. ve Chi, C.G.Q. (2018). "Examining diners' decision-making of local food purchase: The role of menu stimuli and involvement". *International Journal of Hospitality Management* 69:113–123.
- Lucock, M.P. ve Morley, S. (1996). "The Health Anxiety Questionnaire". *British Journal of Health Psychology* 1:137-150.
- Luomala, H.T., Laaksonen, P. ve Leipamaa, H. (2004). "How Do Consumers Solve Value Conflicts in Food Choices? An Empirical Description and Points for Theory-building". *Advances in Consumer Research*, 31:564-570.

- Luomala, H., Jokitalo, M., Karhu, H., Hietaranta-Luoma, H. L., Hopia, A., ve Hietamäki, S. (2015). Perceived health and taste ambivalence in food consumption. *Journal of Consumer Marketing*, 32(4): 290-301.
- Lusk, J.L. (2019). Consumer beliefs about healthy foods and diets. *Plos One* 14 (10).
- Machin, L., Antunez, L., Curutchet, M.R. ve Ares, G. (2020). The heuristics that guide healthiness perception of ultra-processed foods: a qualitative exploration. *Public Health Nutrition*: 23(16): 2932–2940.
- Machin, L., Gimenez, A., Vidal, L. ve Ares, G. (2014). “Influence of Context on Motives Underlying Food Choice”. *Journal of Sensory Studies*, 29: 313–324.
- Macht, M. (2008). “How emotions affect eating: A five-way model”. *Appetite*, 50:1–11.
- Madge, C. (2006). “Online Questionnaires: Advantages and Disadvantages of Online Questionnaires (Online) Available from: <http://www.geog.le.ac.uk/ORM/questionnaires/quesads.htm>.”
- Maesen, S., Lamey, L., Braak, A. ve Jansen, L. (2021). “Going healthy: how product characteristics influence the sales impact of front-of-pack health symbols”. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50:108–130.
- Magano, N., du Rand, G. ve de Kock, H. (2022). “Perception of Gluten-Free Bread as Influenced by Information and Health and Taste Attitudes of Millennials”. *Foods*, 11:491.
- Magnini, V.P. ve Kim, S. (2016). “The influences of restaurant menu font style, background color, and physical weight on consumers’ perceptions”. *International Journal of Hospitality Management*, 53: 42–48.
- Mai, R. ve Hoffman, S. (2015). “How to Combat the Unhealthy = Tasty Intuition: The Influencing Role of Health Consciousness”. *Journal of Policy & Marketing*, 34(1): 63-83.
- Mai, R. ve Hoffmann, S. (2012). Taste lovers versus nutrition fact seekers: How health consciousness and self-efficacy determine the way consumers choose food products. *Journal of Consumer Behaviour*, 11(4): 316–328.
- Manippa, V., Giuliani, F. ve Brancucci, A. (2020). “Healthiness or calories? Side biases in food perception and preference”. *Appetite*, 147: 104552.
- Mao, C., Xu, L., ...Yang, Q. (2012). “Assessment of Fruit and Vegetable Intake Behavior sAmong Adolescents in Hangzhou, China”. *Indian Journal Pediatr*, 79(9):1218–1223.

- Mariotti, F., Havard, S.....Margaritis, I. (2022). “Perspective: Modeling Healthy Eating Patterns for Food-Based Dietary Guidelines—Scientific Concepts, Methodological Processes, Limitations, and Lessons”. *Advances in Nutrition*, 12(3):590-599.
- Marinkovic, V., Senic, V., Ivkov, D., Dimitrovski, D. ve Bjelic, M. (2013). “The antecedents of satisfaction and revisit intentions for full-service restaurants”. *Marketing Intelligence & Planning*, 32(3): 311-327.
- Marques da Rosa, V., Spence, C., Miletto, T. L. (2019). “ Influences of visual attributes of food packaging on consumer preference and associations with taste and healthiness”. *International Journal Consumer Studies*, 43: 210–217.
- Marshall, D. ve Bell, R. (2004). Relating the food involvement scale to demographic variables, food choice and other constructs. *Food Quality and Preference*, 15: 871-879.
- Marsh, H. W., Wen, J. ve Hau, K. (2004). “Structural equation models of latent interactions: evaluation of alternative estimation strategies and indicator construction”. *Psychological Methods*, 9: 275– 300.
- Martinho, V., Bartkiene, E.....Guine, R. (2021). “Determinants of economic motivations for food choice: insights for the understanding of consumer behaviour”. *International Journal of Food Sciences and Nutrition*, 73(1): 127-139.
- Maruyama, Y., Yasuda, R., Kuroda, M. ve Eto, Y. (2012). “Kokumi substances, enhancers of basic tastes, induce responses in calcium-sensing receptor expressing taste cells.” *Plos One*, 7, 34489.
- Mascarella, G., Pinto, A. Rizzoli, V., Tiozzo, B., Crovato, S ve Ravarotto, L. (2020). “Ethnic Food Consumption in Italy: The Role of Food Neophobia and Openness to Different Cultures”. *Foods*, 9: 112.
- Mato-Juhasz, A. (2019). “Understanding Tourism Decision Making Regarding The Health Consciousness”. *Egeszsegstudomanyi Kozlemenyek*, 9(2): 5-12.
- Matsunaga, M. (2011). “How to Factor-Analyze Your Data Right: Do’s, Don’ts, and How-To’s.”. *International Journal of Psychological Research*, 3(1): 97-110.
- Maziriri, E.T., Rukuni, T.F. ve Chuchu, T. (2021). “Factors influencing food consumption satisfaction and purchase decisions of restaurant consumers”. *Cogent Business & Management*, 8(1): 1968731.
- McCabe, C. ve Rolls, E. T. (2007). “Umami: a delicious flavor formed by convergence of taste and olfactory pathways in the human brain”. *European Journal of Neuroscience*, 25(6), 1855-1864.

- McCall, M. ve Lynn, A., (2008). “The effects of restaurant menu item descriptions on perceptions of quality, price, and purchase intention”. *Journal of Foodservice Business Research*. 11 (4): 439–445.
- McCrickerd, K. ve Forde, C.G. (2016). “Sensory influences on food intake control: moving beyond palatability”. *Obesity reviews*, 17-18-29.
- McFerran, B.J. (2009). “Effects Of Obesity and Socaal Influence on The Food Choices of Others”. Doctor of Philosophy, The University Of British Columbia.
- McKinley, C.J. (2009). “Investigating the Influence of Threat Appraisals and Social Support on Healthy Eating Behavior and Drive for Thinness”. *Health Communication*, 24(8):735-745.
- Mead, J.A. ve Richerson, R. (2018). “Package color saturation and food healthfulness perceptions”. *Journal of Business Research*, 82:10–18.
- Medora, C., Ciancibella, M.,....., Predieri, S. (2022). “Food Involvement, Food Choices, and Bioactive Compounds Consumption Correlation during COVID-19 Pandemic: How Food Engagement Influences Consumers’ Food Habits”. *Nutrients*, 14: 1490.
- Meersseman, S., Rimal, R.N., Ruiter, R.A.C. ve Kok, G. (2021). “Healthy and unhealthy social norms and food selection. Findings from a field-experiment”. *Appetite*, 65:83–89.
- Mehrabian, A. ve Russell, J.A. (1974). *An approach to environmental psychology*, Cambridge: M.I.T. Press.
- Meireless, P. (2018). “*The Impact of Health Consciousness on the Purchase Intention of Organic Food: The Moderating Effect of Perceived Store Image*”. Dissertation, Católica Portuguesa.
- Meiselman, H.L., Johnson, J., Reeve, W. ve Crouch, J. (2000). “Demonstrations of the influence of the eating environment on food acceptance”. *Appetite*, 35:231-237.
- Meiselman, H. L. (2006). The role of context in food choice, food acceptance and food consumption. In R. Shepherd, & M. Raats (Eds.). *The Psychology of Food Choice*. (Frontiers in Nutritional Science) (pp. 179–199). Cambridge, MA: CABI.
- Meiselman, H.L. (2008). Experiencing products within a physical and social context. In: Schifferstein HNJ, Hekkert P, editors. *Product experience*. Amsterdam: Elsevier Science, 559–80.
- Mela, D. J. (2006). Eating for pleasure or just wanting to eat ? Reconsidering sensory hedonic responses as a drive of obesity”. *Appetite*, 47(1): 10-17.

- Memon, M.A., Cheah, J-H....., Cham, T.H. (2019). "Moderation Analysis: Issues and Guidelines". *Journal of Applied Structural Equation Modeling*.
- Manfreda, K. (2001). *Web Survey Errors*. Ph.D. dissertation, University of Ljubljana.
- Mennella, J.A., Jagnow, C.P. ve Beauchamp, G.K. (2001). "Prenatal and Postnatal Flavor Learning by Human Infants". *Pediatrics*, 107(6): 88.
- Mennella, J.A., Beauchamp, G.K., Forestell, C.A. ve Morgan, L.K. (2009). "Early milk feeding influences taste acceptance and liking during infancy". *The American Journal of Clinical Nutrition*, 90:788-790.
- Merwe, D., Beer, H., Ellis, S., Bester, P., Marais, F. ve Steyn, A. (2024). "Consumer objective and subjective knowledge about healthy foods: An approach to promote healthy lifestyle choices in South Africa". *Plos One* 19(1):1-25.
- Metcalfe, J.J., Fiese, B.H. ve Strong Kids, T. (2018). "Family Food Involvement is Related to Healthier Dietary Intake in Preschool-Aged Children". *Appetite*, 126: 195-200.
- Meydan, C.H. ve Şeşen, H. (2015). *Yapısal Eşitlik Modellemesi Amos Uygulamaları*. Detay Yayıncılık. 2. Baskı, Ankara.
- Miao, W. (2014). *Risk Perception of Food Safety and Behavioral Intentions to Read Food Safety Labels* (Unpublished Master's Thesis). Iwo State University.
- Michaelidou, N. ve Hassan, L.M. (2008). "The role of health consciousness, food safety concern and ethical identity on attitudes and intentions towards organic food". *International Journal of Consumer Studies*, 32:163–170.
- Michaelidou, N., Christodoulides, G. ve Torova, K. (2012). "Determinants of healthy eating: a crossnational study on motives and barriers". *International Journal of Consumer Studies*, 36(1): 17-22.
- Michel, C., Velasco, C., Gatti, E. ve Spence, C. (2014). "A taste of Kandinsky: Assessing the influence of the artistic visual presentation of food on the dining experience." *Flavour*, 3(1), 7.
- Michel, C., Woods, A. T., Neuhäuser, M., Landgraf, A. ve Spence, C. (2015). "Rotating plates: Online study demonstrates the importance of orientation in the plating of food". *Food Quality and Preference*, 44:194–202.
- Milne, S., Sheeran, P. ve Orbell, S. (2000). "Prediction and Intervention in Health-Related Behavior: A Meta-Analytic Review of Protection Motivation Theory". *Journal of Applied Social Psychology*, 30(1): 106-143.

- Mitchell, A. A. (1979), "Involvement: A Potentially Important Mediator of Consumer Behavior," in W. Wilkie ed., *Advances in Consumer Research*, Ann Arbor: Association for Consumer Research, 6:191-196.
- Mittal, B. (1995). "A Comparative Analysis of Four Scales of Consumer Involvement". *Psychology and Marketing* 12:663–682.
- Moore, K., Walker, D. ve Lacznia, R. (2022). "Attention mediates restrained eaters' food consumption intentions". *Food Quality and Preference*, 96:104382.
- Motoki, K. ve Valesco, C. (2021). "Taste-shape correspondences in context". *Food Quality and Preference* 88:104082
- Mu, S., Liu, L., Liu, H. Shen, Q. ve Luo, J. (2021). "Characterization of the relationship between olfactory perception and the release of aroma compounds before and after simulated oral processing" *Journal of Dairy Science*, 104:2855–2865.
- Muslu, M. ve Gökçay, F.G. (2021). "Lezzet Algısının Oluşmasında Çevresel ve Genetik Faktörlerin Etkileri". *Batı Karadeniz Tıp Dergisi*, 5(1): 19-26.
- Myung, M., McCool, A. C. ve Feinstein, A. H. (2008). Understanding attributes affecting meal choice decisions in a bundling context. *International Journal of Hospitality Management*, 27(1): 119–125.
- Naderi, I., Paswan, A.K. ve Guzman, F. (2018). "Beyond the shadow of a doubt: The effect of consumer knowledge on restaurant evaluation". *Journal of Retailing and Consumer Services*, 45:221–229.
- Nadrica, K., Millet, K. ve Veriegh, P.W. (2020). "When organic products are tasty: Taste inferences from an Organic = Healthy Association". *Food Quality and Preference*, 83: 103896.
- Nagaraj, S. (2021). "Role of consumer health consciousness, food safety & attitude on organic food purchase in emerging market: A serial mediation model". *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59:102423.
- Nakagawa, M., Mizuma, K., ve Inui, T. (1996). "Changes in taste perception following mental or physical stress". *Chemical Senses*, 21:195–200.
- Nakamura, Y., Imafuku, M., Nakatani, H., Nishida, A. ve Koike, S. (2020). "Difference in neural reactivity to taste stimuli and visual food stimuli in neural circuits of ingestive behaviors". *Brain Imaging and Behavior*, 14:1395–1405.
- Nakata, R. ve Kawai, N. (2017). "The "social" facilitation of eating without the presence of others: Selfreflection on eating makes food taste better and people eat more". *Physiology & Behavior*, 179:23–29.

- Namazi, M. ve Namazi, N-R. (2016). "Conceptual Analysis of Moderator and Mediator Variables in Business Research". *Procedia Economics and Finance*, 36:540-554.
- Namkung, Y. ve Jang, S. (2007). "Does food quality really matter in restaurants? Its impact on customer satisfaction and behavioral intentions". *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 31(3): 387-409.
- Narine, T. ve Badrie, N. (2007). "Influential Factors Affecting Food Choices of Consumers when Eating Outside the Household in Trinidad, West Indies." *Journal of Food Products Marketing*, 13(1): 19-29.
- Naruetharadhol, P., Wongsachia, S....., Ketkaew, C. (2023). "Consumer Intention to Utilize an E-Commerce Platform for Imperfect Vegetables Based on Health-Consciousness". *Foods*, 12:1166.
- Nasri, N., Beno, N., Septier, C., Salles, C. ve Thomas-Danguin, T. (2011). "Cross-modal interactions between taste and smell: Odour-induced saltiness enhancement depends on salt level". *Food Quality and Preference*, 22:678–682
- Negri, R., Feola, M., ...Greco, L. (2012). "Taste Perception and Food Choices". *The Journal of Pediatric Gastroenterology and Nutrition*, 54(5): 624-629.
- Nestle, M., Wing, R.....Sobal, J. (1998). "Behavioral and Social Influences on Food Choice". *Nutrition Reviews*, 56(5): 50-74.
- Neuwirth, K., Dunwoody, S. ve Griffin, R.J. (2000). "Protection Motivation and Risk Communication". *Risk Analysis*, 20(5): 722-734.
- Nevanpera, N.J., Hopsu, L.....Laitinen, J.H. (2012). "Occupational burnout, eating behavior, and weight among working women". *The American Journal of Clinical Nutrition*, 95: 934-943.
- Newson, R.S., Maas, R., Beijersbergen, A., Carlson, L. ve Rosenbloom, C. (2015). "International consumer insights into the desires and barriers of diners in choosing healthy restaurant meals". *Food Quality and Preference*, 43: 63–70.
- Nguyen, L., Gao, Z., Anderson, J.L. ve Love, D.C. (2022). "Consumers' willingness to pay for information transparency at casual and fine dining restaurants". *International Journal of Hospitality Management*, 100:103104
- Nisbett, R.E. ve Wilson, T.D. (1977). "The Halo Effect: Evidence for Unconscious Alteration of Judgments". *Journal of Feisonality and Social Psychology*, 35(4): 250-256.
- Niven, P., Morley, B.....Wakefield, M. (2021). Differences in healthiness perceptions of food and dietary patterns among the general public and nutrition experts: A cross-sectional online survey. *Health Promotion Journal of Australia*, 1-12

- Noble, A.C. (1996). "Taste-aroma interactions". *Trends in Food Science & Technology*, 7.
- Noel, C. ve Dando, R. (2015). "The effect of emotional state on taste perception". *Appetite*, 95:89-95.
- Nystrand, B.T. ve Olsen, S.O. (2020). "Consumers' attitudes and intentions toward consuming functional foods in Norway". *Food Quality and Preference*, 80:103827.
- Oakes, M. ve Slotterback, C.S. (2001). Gender differences in perceptions of the healthiness of foods. *Psychology & Health*, 16(1): 57-65.
- Oberfeld, D., Hecht, H., Allendorf, U. ve Wickelmaier, F. (2009). "Ambient Lighting Modifies The Flavor of Wine". *Journal of Sensory Studies*, 24:797–832.
- O'Doherty, J.P., Deichmann, R., Critchley, H.D. ve Dolan, R.J. (2002). "Neural responses during anticipation of a primary taste reward". *Neuron*, 33: 815–826.
- Oh, G.E. (2020). "When dessert comes close: The effects of anticipating indulgent consumption and dietary restraint on healthy food preference at restaurants". *International Journal of Hospitality Management*, 90:102614.
- Okamoto, M. ve Dan, I. (2013). "Extrinsic information influences taste and flavor perception: A review from psychological and neuroimaging perspectives". *Seminars in Cell & Developmental Biology*, 24: 247– 255.
- Okay, A. (2020). *Sağlık İletişimi*. Der Yayınları, İstanbul.
- Okumuş, B. (2020). A qualitative investigation of Millennials' healthy eating behavior, food choices, and restaurant selection. *Food, Culture & Society*, 24(4): 509-524.
- Okumuş, B., Dedeoğlu, B.B. ve Shi, F. (2021). "Gender and generation as antecedents of food neophobia and food neophilia". *Tourism Management Perspectives*, 37:100773.
- Olegario, L.S., González-Mohino, A..... Ventanas, S. (2023). "Emotional response to healthier foods: Influence of culture and health consciousness". *Journal of Food Science*, 88:5248–5265.
- Oliveira, A., Amora, A.L. ve Pintado, M. (2018). "Impact of food matrix components on nutritional and functional properties of fruit-based products". *Current Opinion in Food Science*, 22: 153-159.
- Oliver, G. ve Wardle, J. (1999). "Perceived Effects of Stress on Food Choice". *Physiology & Behavior*, 66(3): 511-515.
- Olsen, S.O. (2003). "Understanding the relationship between age and seafood consumption: the mediating role of attitude, health involvement and convenience". *Food Quality Preference*.14(3):199–209.

- Olson, J. C. ve Jacoby, J. (1972). Cue utilization in the quality perception process. *ACR Special Volumes*.
- Osborne, J.W. ve Overbay, A. (2019). “The power of outliers (and why researchers should ALWAYS check for them)”. *Practical Assessment, Research, and Evaluation*, 9(9).
- Özdemir, B. (2010). “Dışarıda yemek yeme olgusu: kuramsal bir model önerisi”. *Anatolia: Journal of Tourism Research*, 21(2): 218-232.
- Özdemir, B. 2018. Yemek Deneyimi, K. Karamustafa (Ed.) Yiyecek ve İçecek Yönetimi kitabı içinde (sayfa 47-74). Detay Yayıncılık: Ankara.
- Özden, S. (2019). “Sağlıklı Gıda Tüketiminde Sağlık Bilinci ve Tutumun Aracı Rolünün Hayes’in Process Makrosu ile İncelenmesi”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü.
- Quandt, S.A., Arcury, T.A. ve Bell, R. A. (1998). “Self-management of nutritional risk among older adults: A conceptual model and case studies from rural communities”. *Journal of Aging Studies*, 12(4): 351-368.
- Quasim, H., Yan, L.....Ashraf, B.N. (2019). “The Defining Role of Environmental Self-Identity among Consumption Values and Behavioral Intention to Consume Organic Food”. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16:1106
- Quaye, E.S., Mokgethi, K. ve Ameyibor, L.E.K. (2021). “Health Self-Identity–Based Motivations and Behavioral Intentions: A Predictive Model and Segmentation Analysis”. *Social Marketing Quarterly*, 27(4): 347–369.
- Quevedo-Silva, F., Lima-Filho, D.O. ve Fagundes, M.B.B. (2017). “Dimensions of food choice process of older consumers in Brazil”. *British Food Journal*, 120(5): 984-998.
- Paaki, M., Kantola, M., Junkkari, T., Arjanne, L., Luomala, H. ve Hopia, A. (2022). “Unhealthy = Tasty”: How Does It Affect Consumers’ (Un)Healthy Food Expectations?”. *Foods*, 11, 3139.
- Paasovaara, R., Luomala, H.T., Pohjanheimo, T. ve Sandell, M. (2012). “Understanding consumers’ brand-induced food taste perception: A comparison of ‘brand familiarity’ – and ‘consumer value – brand symbolism (in)congruity’ – accounts”. *Journal of Consumer Behaviour*, 11:11-20.
- Page, K. ve Dornenburg, A. (2008). *The flavor bible*. New York: Little, Brown and Company.
- Palamenghi, L., Usta, D., Leone, S. ve Graffigna, G. (2024). “Food-Related Behavioral Patterns in Patients with Inflammatory Bowel Diseases: The Role of Food Involvement and Health Engagement”. *Nutrients*, 16:1185.

- Pang, S.K., Tan, B.C. ve Lau, T.C. (2021). “Antecedents of Consumers’ Purchase Intention towards Organic Food: Integration of Theory of Planned Behavior and Protection Motivation Theory”. *Sustainability*, 13:5218.
- Papies, E. K., Stroebe, W., ve Aarts, H. (2009).” Who likes it more? Restrained eaters’ implicit attitudes towards food”. *Appetite*, 53, 279–287.
- Papies, E. K., Stroebe, W. ve Aarts, H. (2007). “Pleasure in the mind: Restrained eating and spontaneous hedonic thoughts about food”. *Journal of Experimental Social Psychology*, 43:810–817.
- Paquette, M.C. (2005). “Perceptions of healthy eating: state of knowledge and research gaps”. *Canadian Journal of Public Health*, 96(3): 15-19.
- Paravisini, L. ve Guichard, E. (2017). “Interactions between aroma compounds and food matrix”. *Flavour: From food to perception*, Editor, Morzel, Salles, C., Guichard, E. ve Le Bon, A.M.
- Park, C.W., Mothersbaugh, D.L. ve Feick, L. (1994). “Consumer Knowledge Assessment”. *Journal of Consumer Research*, 21: 71-82.
- Park, J., Ahn, J. ve Hilton, N.C. (2017). “The Effects of Price and Health Consciousness and Satisfaction on the Medical Tourism Experience”. *Journal of Healthcare Management*, 62:6.
- Parkinson, J., David, R. ve Thiele-Rundle, S. (2017). “Self-efficacy or perceived behavioural control: Which influences consumers' physical activity and healthful eating behaviour maintenance”. *Journal Consumer Behaviour*, 16:413–423.
- Passamonti, L., Rowe, J.B.....Calder, A.J.(2009). “Personality Predicts the Brain’s Response to Viewing Appetizing Foods: The Neural Basis of a Risk Factor for Overeating”. *The Journal of Neuroscience*, 29(1): 43-51
- Payette, H. ve Shatenstein, B. (2005), “Determinants of healthy eating in community-dwelling elderly people”, *Canadian Journal of Public Health*, 96(3): 27-31
- Pawlak, R. ve Colby, S. (2009). “Benefits, barriers, self-efficacy and knowledge regarding healthy foods; perception of African Americans living in eastern North Carolina”. *Nutrition Research and Practice*, 3(1): 56-63.
- Pendergast, D. ve Dewhurst, Y. (2012). “Home Economics and food literacy: An international investigation”. *International Journal of Home Economics*, 5(2): 245-263
- Peters, K. ve Remaud, H. (2020). “Factors influencing consumer menu-item selection in a restaurant context”. *Food Quality and Preference*, 82:103887.

- Petit, O., Basso, F., Merunka, D., Spence, C., Cheok, A.D. ve Oullier, O. (2016). "Pleasure and the Control of Food Intake: An Embodied Cognition Approach to Consumer Self-Regulation". *Psychology & Marketing*, 33(8): 608–619.
- Petrescu, D.C., Vermeir, I. ve Petrescu-Mag, R.M. (2020). "Consumer Understanding of Food Quality, Healthiness, and Environmental Impact: A Cross-National Perspective". *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 17: 169.
- Petrescu, D.C., Vermeir, I. ve Petrescu-Mag, R.M. (2022). "Consumer evaluation of food quality and the role of environmental cues. A comprehensive cross-country study". *European research on management and business economics*, 28:100178.
- Pfeiffer, B., Sundar, A. ve Deval, H. (2021). "Not too ugly to be tasty: Guiding consumer food inferences for the greater good". *Food Quality and Preference*, 92 :104218
- Pieniak, Z., Aertsens, J. ve Verbeke, W. (2010a). "Subjective and objective knowledge as determinants of organic vegetables consumption". *Food Quality and Preference* 21: 581–588.
- Pieniak, Z., Verbeke, W. ve Scholderer, J. (2010b). "Health-related beliefs and consumer knowledge as determinants of fish consumption". *Journal of Human Nutrition and Dietetics*, 23:480-488.
- Piha, S., Pohjanheimo, T..... Otterbring, T. (2018). "The effects of consumer knowledge on the willingness to buy insect food: An exploratory cross-regional study in Northern and Central Europe". *Food Quality and Preference*, 70:1–10.
- Pinho, M.G.M., Mackenbach, J.D....., Lakerveld, J. (2018). "Exploring the relationship between perceived barriers to healthy eating and dietary behaviours in European adults". *European Journal of Nutrition*, 57:1761–1770
- Pinto, V.R.A., Campos, R.F.A., ...ve Perrone, I.T. (2021). Perceived healthiness of foods: A systematic review of qualitative studies. *Future Foods*, 4.
- Piqueras-Fiszman, B. ve Spence, C. (2015). "Color Correspondences in Chemosensation The Case of Food and Drinks" *Nutrition and Sensation*, Editors: A. R. Hirsch.
- Piqueras-Fiszman, B., Giboreau, A. ve Spence, C. (2013). "Assessing the influence of the color of the plate on the perception of a complex food in a restaurant setting". *Flavour*, 2:24
- Piqueras-Fiszman, B., Alcaide, J., Roura, E. ve Spence, C. (2012). "Is it the plate or is it the food? Assessing the influence of the color (black or white) and shape of the plate on the perception of the food placed on it". *Food Quality and Preference*, 24:205–208.

- Pham, N., Morrin, M. ve Bublitz, M.G. (2018). "Flavor halos and consumer perceptions of food healthfulness". *European Journal of Marketing*, 53(4): 685-707.
- Pivecka, N., Kunz, S. ve Florack, A. (2023). "Social class differences in dietary intake are mediated by the relationship between health and taste: Findings from a cross-sectional and longitudinal study". *Food Quality and Preference*, 109:104914
- Phillips, W.J., Asperin, A. ve Wolfe, K. (2013). "Investigating the effect of country image and subjective knowledge on attitudes and behaviors: U.S. Upper Midwesterners' intentions to consume Korean Food and visit Korea". *International Journal of Hospitality Management*, 32:49-58.
- Plasek, B., Lakner, Z. ve Temesi, A. (2020). Factors that influence the perceived healthiness of food-review. *Nutrients*, 12-1881.
- Plaza, A.G., Saulais, L. ve Delarue, J. (2022). "What really matters when dining out? Insights into the role of context from a qualitative study with French consumers". *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 28:100537.
- Plotka, I., Blumenau, N., Igonin, D. ve Bolshakova, A. (2019). "Research of Relationships Between Implicit And Explicit Healthy or Unhealthy Food Related Cognitions". *Proceedings of the International Scientific Conference*, 7: 97-121.
- Ployon, S., Morzel, M. ve Canon, F. (2017). "The role of saliva in aroma release and perception". *Food Chemistry*, 226: 212–220.
- Pohjanheimo, T. ve Sandell, M. (2009). "Explaining the liking for drinking yoghurt: The role of sensory quality, food choice motives, health concern and product information". *International Dairy Journal*, 19: 459–466.
- Pollard, T.M., Steptoe, A. ve Wardle, J. (1998). "Motives Underlying Healthy Eating: Using The Food Choice Questionnaire To Explain Variation In Dietary Intake". *Journal Of Biosocial Science*, 30: 165-179.
- Poor, M. (2012). "*Guilt-Free By Association: How Images Of Other Consumers Influence Subsequent Taste Perceptions.*". University Graduate School in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy in the Kelley School of Business Indiana University.
- Poor, M., Duhachek, A., ve Krishnan, H. S. (2013). "How images of other consumers influence subsequent taste perceptions". *Journal of Marketing*, 77(6): 124–139.
- Potter, J. ve Williams, P (1996). "Consumer attitudes to 'Healthy' restaurants". *Journal of Consumer Studies and Home Economics*, 20:43-51.

- Preininger, M. (2006). "Interactions of Flavor Components in Foods". *Ingredient Interactions Effects On Food Quality*, Ed. Garankor, A.G ve McPherson, A. Taylor & Francis.
- Prescott, J., Young, O., O'Neill, L., Yau, N. J. N. ve Stevens, R. (2002). Motives for food choice: A comparison of consumers from Japan, taiwan, Malaysia and New Zealand. *Food Quality and Preference*, 13(7–8): 489–495.
- Prescott, J. (1998). "Comparisons Of Taste Perceptions And Preferences Of Japanese And Australian Consumers: Overview And Implications For Cross-Cultural Sensory Research". *Food Quality and Preference*, 9(6): 393-402.
- Prochaska, J.O ve DiClemente, C. C. (1982). "Stages and processes of selfchange of smoking: toward an integrative model of change". *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 51:390–95.
- Prochaska, J.O ve Velicer, W.F. (1997). "The Transtheoretical Model of Health Behavior Change". *American Journal of Health Promotion*, 12(1):38-4.
- Prasad, A., Strijnev, A., Zhang, Q. (2008). "What can grocery basket data tell us about health consciousness?". *International Journal of Research in Marketing*, 25 (4): 301–309.
- Preissner, E.C., Kaushal, N., Charles, K. ve Knäuper, B. (2022). "A Protection Motivation Theory Approach to Understanding How Fear of Falling Affects Physical Activity Determinants in Older Adults". *Journals of Gerontology: Psychological Sciences*, 1-10.
- Prescott, J. (1998). "Comparisons of Taste Perceptions and Preferences of Japanese and Australian Consumers: Overview And Implications For Cross-Cultural Sensory Research". *Food Quality and Preference*, 9(6): 393-402.
- Prescott, J. (2015). Multisensory processes in flavour perception and their influence on food choice. *Current Opinion in Food Science*, 5: 47-52.
- Presseau, J., Tait, R. I., Johnston, D. W., Francis, J. J. ve Sniehotta, F. F. (2013). Goal conflict and goal facilitation as predictors of daily accelerometer-assessed physical activity. *Health Psychology*, 32(12): 1179–1187.
- Presser, S., Couper, M. P..... ve Singer, E. (2004). "Methods for testing and evaluating survey questions". *Public Opinion Quarterly*, 68:109–130.
- Provencher, V., Polivy, J. ve Herman, C.P (2009). Perceived healthiness of food. If it's healthy, you can eat more! *Appetite* 52 (2): 340–344.
- Provencher, V. ve Jacob, R. (2016). Impact of Perceived Healthiness of Food on Food Choices and Intake. *Current Obesity Reports*, 5:65–71.

- Provost, J.J., Colabroy, K.L., Kelly, B.S. ve Wallert, M.A. (2016). “*The science of cooking- understanding the biology and chemistry behind food and cooking,*” New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Pu, B., Du, F., Zhang, Z. ve Qiu, Y. (2021). “Subjective knowledge and health consciousness influences on health tourism intention after the COVID-19 pandemic: A prospective study”. *Journal of Psychology in Africa*, 31(2): 131-139.
- Rahamat, S., Jeong, E., Arendt, S.W. ve Xu, Y. (2022). “Menu labeling influence on purchase behaviors: Applying the theory of planned behavior and health consciousness”. *Appetite*, 172: 105967.
- Raghunathan, R., Rebecca, W.N ve Wayne, H. (2006), “The Unhealthy= Tasty Intuition and Its Effects on Taste Inferences, Enjoyment, and Choice of Food Products,” *Journal of Marketing*, 70 (4): 170–84.
- Ramaekers, M. G., Luning, P. A., ...Bookel, M. (2014). “Aroma exposure time and aroma concentration in relation to satiation”. *British Journal of Nutrition*, 111(3): 554-562.
- Rana, J. ve Paul. J. (2017). “Consumer behavior and purchase intention for organic food: A review and research agenda”. *Journal Retail Consumer Service*, 38: 157-165.
- Randall, E. ve Sanjur, D. (1981). “Food Preferences - Their Conceptualization and Relationship to Consumption”. *Ecology of Food and Nutrition*, 11(3): 151-161.
- Rea, L.M. ve Parker, R.A. (2015). *Designing and Conducting Survey Research: A Comprehensive Guide*, third ed. John Wiley and Sons, San Francisco, CA.
- Reed, D.R., Tanaka, T., ve McDaniel, A.H. (2006). “Diverse tastes: Genetics of sweet and bitter perception”. *Physiology & Behavior*, 88: 215-226.
- Remr, J. (2023). “Validation of the Health Consciousness Scale among the Czech Population”. *Healthcare*, 11: 1628.
- Reutner, L., Genschow, O. Ve Wanke, M. (2015). The adaptive eater: Perceived healthiness moderates the effect of the color red on consumption. *Food Quality and Preference*, 44: 172:178.
- Richetin, J., Caputa, V.....Perugini, M. (2022). “Organic food labels bias food healthiness perceptions: Estimating healthiness equivalence using a Discrete Choice Experiment”. *Appetite*, 172: 105970
- Richins, M.L., Bloch, P.H. ve McQuarrie, E.F. (1992). “How Enduring and Situational Involvement Combine to Create Involvement Responses”. *Journal Of Consumer Psychology*, 1(2):143-153.

- Riet, J., Sijtsema, S., Dagevos, H. ve Bruijn, G-J. (2011). "The importance of habits in eating behaviour. An overview and recommendations for future research". *Appetite*, 57:585–596
- Rihn, A., Khachatryan, H. ve Wei, X. (2021). "Perceived subjective versus objective knowledge: Consumer valuation of genetically modified certification on food producing plants". *Plos One*, 19:1-19.
- Rimal, A., Moon, W., Balasubramania, S.K. (2007). "*Role of Demographics and Health Attitude in Consumers' Nutrition Consideration in Food Selection*". Selected paper at annual meeting of American Agricultural Economics Association. Portland.
- Ritland, R. ve Rodriguez, L. (2014). "The Influence of Antiobesity Media Content on Intention to Eat Healthily and Exercise: A Test of the Ordered Protection Motivation Theory". *Journal of Obesity*, 1-10.
- Roberto, C.A., Larsen, P.D., Agnew, H., Baik, J. ve Brownell, K.D. (2010), "Evaluating the impact of menu labeling on food choices and intake", *American Journal of Public Health*, 100(2): 312-318.
- Robinson, R. ve Smith, C. (2002). Associations between self-reported health conscious consumerism, body-mass index, and attitudes about sustainably produced foods. *Agriculture and Human Values*, 20: 177–187.
- Robinson, R.N.S. ve Getz, D. (2016). "Food Enthusiasts and Tourism: Exploring Food Involvement Dimensions". *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 15(5):1-24.
- Roefs, A., Herman, C.P.....Jansen, A. (2005). "At first sight: how do restrained eaters evaluate high-fat palatable foods?". *Appetite*, 44:103–114.
- Rogers, R. (1975). *A Protection Motivation Theory. Handbook of Health Behavior Research* 113-132. New York: Plenum.
- Roininen, K. ve Tuorila, H. (1999). "Health and taste attitudes in the prediction of use frequency and choice between less healthy and more healthy snacks". *Food Quality and Preference*, 10:357-365
- Roininen, K. (2001). "*Evaluation Of Food Choice Behavior: Development And Validation of Health And Taste Attitude Scales*". Academic Dissertation, University of Helsinki.
- Rolls, E.T. (2019). "The texture and taste of food in the brain". *Journal of Texture Studies*, 51:23-44.
- Ronteltap, A., Sijtsema, S.J., Dagevos, H. ve de Winter, M. (2012). "Construal levels of healthy eating. Exploring consumers' interpretation of health in the food context". *Appetite*, 59:333–340.

- Roper, S.D. ve Chaudhari, N. (2017). "Taste buds: cells, signals and synapses". *Nature Reviews*, 18: 485-497.
- Roque, J., Guastavino, C., Lafraire, J. ve Fernandez, P. (2018). "Plating influences diner perception of culinary creativity". *International Journal of Gastronomy and Food Science* 11: 55-62.
- Rosa, M., Spence, C. ve Tonetto, M. (2019). "Influences of visual attributes of food packaging on consumer preference and associations with taste and healthiness". *International Journal of Consumer Studies*, 43: 210-217.
- Rosenberg, M. J. ve Hovland, C. I. (1960). *Cognitive, Affective and Behavioral Components of Attitudes*. In *Attitude Organization and Change: An Analysis of Consistency among Attitude Components*; Rosenberg, M.J., Hovland, C.I., Eds.; Yale University Press: New Haven, CT, USA, 1-14.
- Rosenstock, I. M (1974). "Historical origins of the health belief model". *Health education monographs*, 2(4): 328-35.
- Rosenthal, D. M. (2009). "Concepts and Definitions of Consciousness". *Encyclopedia of Consciousness*, ed. William P. Banks, Amsterdam: Elsevier, 157-169.
- Rosi, A., Mena, P., Scazzina,..... Brighenti, F. (2017). "Food perception at lunchtime does not depend on the nutritional and perceived characteristics of breakfast". *International Journal of Food Sciences and Nutrition*, 69 (5): 628-639.
- Roudsari, A.H., Vedadhir, A.....Sadati, S.M.H. (2017). "Psycho-Socio-Cultural Determinants of Food Choice: A Qualitative Study on Adults in Social and Cultural Context of Iran". *Iranian Journal of Psychiatry*, 12(4): 241-250.
- Royne, M.B., Fox, A.K., Deitz, G.D. ve Gabon, T. (2014). "The effects of health consciousness and familiarity with DTCA on perceptions of dietary supplements", *Journal Consumer Affairs*, 48: 515-534.
- Rozekhi, N.A., Hussin, S.....Salmi, N.S. (2018). "The Influence of Food Quality on Customer Satisfaction in Fine Dining Restaurant: Case in Penang". *International Academic Research Journal of Business and Technology* 2(2): 45-50.
- Rozin, P. (2007). Food choice: An introduction. In L. Frewer&H. van Trijp (Eds.), *Understanding consumers of food products* (pp. 3-29). Cambridge, UK:Woodhead and CRC Press.
- Rowley, J. ve Spence, C. (2018). "Does the visual composition of a dish influence the perception of portion size and hedonic preference?". *Appetite*, 128: 79-86.

- Ruijschop, M., Luning, P.A..... Westerterp-Plantenga, M. (2010). “Acute effects of complexity in aroma composition on satiation and food intake”. *British Journal of Nutrition*, 111(3): 554-562.
- Running, C.A., Craig, B.A., Mattes, R.D. (2015). “Oleogustus: The Unique Taste of Fat”. *Chemical Senses*, 40: 507–516.
- Rush, C. (2006). *The Mere Mortal’s Guide to Fine Dining: From salad forks to sommeliers, how to eat and drink in style without fear of faux pas*. New York: Broadway Books.
- Ryu, K., Jarumaneerat, T., Promsivapallop, P. ve Kim, M. (2023). “What influences restaurant dining out and diners’ self-protective intention during the COVID-19 pandemic: Applying the Protection Motivation Theory”. *International Journal of Hospitality Management*, 109:103400.
- Ryu, L., Lee, H.R. ve Kim, W.G. (2012). “The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions”. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(2):200-223.
- Saadati, K., Kordbageri, M.R..... Ghaffari, F. (2024). “Investigating the mediating role of food involvement in the relationship between eating restrictions, nutritional knowledge, and dietary patterns in adults”. *Plos One*, 19(4): 1-19.
- Saba, A., Sineso, F.....ve Spinelli, S. (2019). “Measuring consumers attitudes towards health and taste and their association with food-related life-styles and preferences”. *Food Quality and Preference* 73: 25–37.
- Sajdakowska, M., Gebiski, J., Zakowska-Biemans, S. ve Jezewska-Zychowicz, M. (2019). “Willingness to eat bread with health benefits: habits, taste and health in bread choice”. *Public Health journal*, 167: 78-87.
- Sakarya, A. (2020). *Dokunsal ve Görsel İşaretler Kapsamında Duyusal Uyumsuzluğun Tat ve Fiyat Algısı Üzerine Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sakib, N., Zolfagharian, M. ve Yazdanparast, A. (2020). “Does parasocial interaction with weight loss vloggers affect compliance? The role of vlogger characteristics, consumer readiness, and health consciousness”. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52 :101733
- Saliba, A.J. ve Moran, C. (2010). The influence of perceived healthiness on wine consumption patterns. *Food Quality and Preference*, 21: 692–696.

- Salleh, H.S., Mat, N.H.N.....Ahnuhal, N.K. (2022). “Moderating Effect Of Experience On The Intention-Behavioral Relationship Towards Sustainable Food Consumption” *ABAC Journal*, 42(1): 142-159.
- Samoggia, A. ve Riedel, B. (2020). “Assessment of nutrition-focused mobile apps' influence on consumers' healthy food behaviour and nutrition knowledge”. *Food Research International*, 18:108766.
- Sanchez-Siles, L., Roman, S., Fogliano, V. ve Siegrist, M. (2022). “Naturalness and healthiness in “ultra-processed foods”: A multidisciplinary perspective and case study”. *Trends in Food Science & Technology*, 129:667–673.
- Sang-Mook, L. ve Hak-Seon, K. (2013). “A Qualitative Study To Identify Definition Of “Healthy Foods” As Provided Contract Foodservice Companies”. *Food Service Industry Journal*, 9(3): 19-28.
- Sarmugam, A. ve Worsley, A. (2015). “Dietary Behaviours, Impulsivity and Food Involvement: Identification of Three Consumer Segments”. *Nutrients*, 7: 8036-8057.
- Satia, J.A., Kristal, A.R., Curry, S. ve Trudeau, E. (2001). “Motivations for healthful dietary change”. *Public Health Nutrition*, 4(5): 953-959.
- Scarborough, P., Rayner, M., Stockley ve Black, A. (2006). “Nutrition professionals’ perception of the ‘healthiness’ of individual foods”. *Public Health Nutrition*: 10(4): 346–353.
- Scarpa, R. ve Thiene, M. (2011). “Organic food choices and Protection Motivation Theory: Addressing the psychological sources of heterogeneity”. *Food Quality and Preference*, 22(6): 532-541.
- Schachter, S. (1971). *Emotion, obesity, and crime*. New York: Academic Press
- Schogler, R.Y. (2018). “Translation in the Social Sciences and Humanities: Circulating and Canonizing Knowledge”. *Journal of Comparative Poetics*, 38: 62:90.
- Schomaker, J., Vriens, M. ve Jarva, H.A. (2022). “Healthy or not: Influencing attention to bias food choices”. *Food Quality and Preference*, 96:104384
- Schuldt, P.J. ve Hannahan, M. (2013). “When good deeds leave a bad taste. Negative inferences from ethical food claims”. *Appetite*, 62:76–83.
- Schutz, H.G. (1994). “Appropriateness as a measure of the cognitive contextual aspects of food acceptance”. *In Measurement of Food Preferences*, 25–50.
- Schwartz, S. H. (2006). Value orientations: Measurement, antecedents and consequences across nations. In Jowell, R., Roberts, C., Fitzgerald, R. & Eva, G. (Eds.) *Measuring*

- attitudes cross-nationally - lessons from the European Social Survey* (169-203). London, UK: Sage.
- Schwartz, S.H. (2012). "An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values". *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1).
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. In M. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (25:1-65). New York: Academic Press.
- Scott, K. (2005). "Taste recognition: food for thought". *Neuron*, 48: 455–464.
- Scott, M. L., Nowlis, S. M., Mandel, N. ve Morales, A. C. (2008). "The effects of reduced food size and package size on the consumption behavior of restrained and unrestrained eaters". *Journal of Consumer Research*, 35(3): 391–405.
- Seo, S., Kim, O.Y., Oh, S. ve Yun, N. (2013). "Influence of informational and experiential familiarity on image of local foods". *International Journal of Hospitality Management*, 34:295– 308.
- Shafieizadeh, K., Alotaibi, S. ve Tao, C-W. (2023). "Information processing of food safety messages: what really matters for restaurant customers?". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(10): 3638-3661.
- Sharkey, J.R., Horel, S. ve Dean, W. (2010). "Neighborhood deprivation, vehicle ownership, and potential spatial access to a variety of fruits and vegetables in a large rural area in Texas". *International Journal of Health Geographics*, 9(1):26.
- Shavelson, R.J. (2016). *Sosyal Bilimler İçin İstatistik*. Pegem Akademi, Ankara, 3. Baskı.
- Sheeran, P., Trafimow, D., Finlay, K. A. ve Norman, P. (2002). "Evidence that the type of person affects the strength of the perceived behavioural control-intention relationship". *The British Journal of Social Psychology*, 41, 253–270.
- Shepherd, R. ve Raats, M. (2006). *"The Psychology of Food Choice"*. Cabi: Oxfordshire, UK, 3.
- Shepherd, G. M. (2013). *Neurogastronomy: How the brain creates flavor and why it matters*. New York: Columbia University Press.
- Shi, F., Dedeoğlu, B.B. ve Okumuş, B. (2022). "Will diners be enticed to be travelers? The role of ethnic food consumption and its antecedents". *Journal of Destination Marketing & Management*, 23:100685.
- Shimul, A.S., Cheah, S. ve Lou, A.J. (2021). "Regulatory focus and junk food avoidance: The influence of health consciousness, perceived risk and message framing". *Appetite* 166: 105428.

- Shin, Y.H., Im, J., Jung, S.E. ve Severt, K. (2019). “Motivations behind Consumers’ Organic Menu Choices: The Role of Environmental Concern, Social Value, and Health Consciousness”. *Journal Of Quality Assurance In Hospitality & Tourism*, 20(1):107-122.
- Shin, J. ve Mattila, A. (2019). “When organic food choices shape subsequent food choices: The interplay of gender and health consciousness”. *International Journal of Hospitality Management*, 76:94–101.
- Shin, J. ve Mattila, A. (2020). “Healthy Taste of High Status: Signaling Status at Restaurants”. *Cornell Hospitality Quarterly*, 61(1): 40– 52.
- Shoemaker, S., Dawson, M. ve Johnson, W. (2005). “How to increase menu prices without alienating your customers”. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(7): 553-568.
- Siegrist, M., Bearth, A. ve Hartmann, C. (2022). “The impacts of diet-related health consciousness, food disgust, nutrition knowledge, and the Big Five personality traits on perceived risks in the food domain”. *Food Quality and Preference*, 96:104441.
- Siipi, H. (2013). “Is Natural Food Healthy?”. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 26:797–812.
- Smith, T. ve Hawsk, S. (2006). “Intuitive Eating, Diet Composition, and The Meaning of Food in Healthy Weight Promotion”. *American Journal of Health Education*, 37(3):130-136.
- Smith, B., Rogers, S.L., Blissett, J. ve Ludlow, A.K. (2020). “The relationship between sensory sensitivity, food fussiness and food preferences in children with neurodevelopmental disorders”. *Appetite*, 150: 104643.
- Simmons, W.K., Martin, A. ve Barsalou, L.W. (2005). “Pictures of appetizing foods activate gustatory cortices for taste and reward”. *Cerebral Cortex*, 15:1602–1608.
- Sims, R.(2009). “Food, Place And Authenticity: Local Food And The Sustainable Tourism Experience”. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3): 321-336
- Singh, S., Srivastava, S. ve Prakash, A. (2018). “A Systematic Review of Health Consciousness among the Millennial”. *International Research Journal Commerce Arts Science*, 9(12): 76-89.
- Sirgy, J. M. (1982). “Self-concept in consumer behaviors”. *Journal of Consumer Research*, 9: 287–300.
- Small, D.M. (2012). “Flavor is in the brain”. *Physiology & Behavior*, 11(5): 540-552.

- Sobal, J. (1991). "Obesity and socioeconomic status: A framework for examining relationships between physical and social variables. *Medical Anthropology*", 13, 231–247.
- Sobal, J., Bisogni, C. A., Devine, C. M. ve Jastran, M. (2006). A conceptual model of the food choice process over the life course. In R. Shepherd & M. Raats (Eds.), *The psychology of food choice* (pp. 1–18). Wallingford, UK: CABI.
- Sobal, J. ve Bisogni, C.A. (2009). Constructing food choice decisions. *Annals of Behavioral Medicine*, 38: 37-46.
- Song, H. ve Yang, H. (2022). "Ethnic restaurants' outdoor signage: the effect of colour and name on consumers' food perceptions and dining intentions". *British Food Journal*,
- Soo, S. ve Ah, Y. (2021). A Study on the Customers' Eating Out Behaviors in Food Consumption Patterns. *Korean Journal of Food & Health Convergence* 7(1):7-15.
- Sorensen, K., Van den Broucke, S.....ve Brand, H. (2012). Health literacy and public health: a systematic review and integration of definitions and models. *BMC Public Health*, 12:80.
- Soriano, D.R. (2003). The Spanish restaurant sector: Evaluating the perceptions of quality. 23 *The Service Industries Journal*, 2:183–194.
- Spang, R.L. (2020). *Restoranın İcadı Paris ve Modern Gastronomi Kültürü, Dost Kitabevi, Ankara, 2. Baskı.*
- Sparks, P., Conner, M., James, R., Shepherd, R. ve Povey, R. (2001). "Ambivalence about health-related behaviours: An exploration in the domain of food choice". *British Journal of Health Psychology*, 6:53–68.
- Spence, C., Levitan, C.A., Shankar, M.U. ve Zampini, M. (2010). "Does Food Color Influence Taste and Flavor Perception in Humans?". *Chemosensory Perception*, 3:68-84.
- Spence, C. (2012). "Auditory contributions to flavour perception and feeding behaviour". *Physiology & Behavior*, 107:505–515
- Spence, C. ve Piqueras-Fiszman B. (2014). *The perfect meal: The multisensory science of food and dining*. Oxford: Wiley-Blackwell in press.
- Spence, C., Okajima, K., Cheok, A. D., Petit, O. ve Michel, C. (2016). "Eating with our eyes: From visual hunger to digital satiation". *Brain and Cognition*, 110: 53–63.
- Spence, C. ve Youssef, J. (2015). "Olfactory Dining: Designing for the Dominant Sense." *Flavour*, 4(32): 1-14.

- Spence, C. (2015). “Just how much of what we taste derives from the sense of smell”? *Flavour*, 4:30.
- Spence, C. ve Youssef, J. (2016). “Constructing flavour perception: From destruction to creation and back again”. *Flavour*, 2016, 5:3.
- Spence, C. (2017). “Multisensory flavour perception”. “*Flavour From Food to Perception*”.Edi. Guichard, E., Salles, C., Morzel, M. ve Le Bon, A.M., John Wiley & Sons, Ltd.
- Spence, C. ve Doorn, G.V. (2017). “Does the Shape of the Drinking Receptacle Influence Taste/Flavour Perception? A Review”. *Beverages*, 3:33.
- Spence, C. (2018).” Background colour & its impact on food perception & behaviour”. *Food Quality and Preference*, 68:156–166.
- Spence, C. ve Levitan, C.A. (2021). “Explaining Crossmodal Correspondences Between Colours and Tastes”. *i-Perception* 12(3): 1–28.
- Spence, C. (2021). “What Is the Relationship between the Presence of Volatile Organic Compounds in Food and Drink Products and Multisensory Flavour Perception?”. *Foods*, 10:1570.
- Spence, C. (2022). “On the use of ambient odours to influence the multisensory experience of dining”. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 27:100444.
- Spence, C. ve Levitan, C.A. (2022). “Exploring the Links between Colours and Tastes/Flavours”. *Journal of Perceptual Imaging*, 16.
- Spielmann, N. ve Kim, J. (2010). “It Doesn't Taste the same from Someone Else's Plate: The Influence of Culture in Interpersonal Retail Service Evaluations”. *Journal of Global Academy of Marketing Science*, 20(2):164-172.
- Stahler, F., Riedel, K., Demgensky, S.....Meyerhof, W. (2008). “A Role of the Epithelial Sodium Channel in Human Salt Taste Transduction?” *Chemosensory Perception*, 1: 78-90.
- Stepoe, A., Pollard, T.M. ve Wardle, J. (1995). “Development of a measure of the motives underlying the selection of food – the food choice questionnaire”. *Appetite* 25, 267–284.
- Stets, J. E. ve Burke, P. J. (2003). A sociological approach to self and identity. In M. R. Leary & J. P. Tangney (Eds.), *Handbook of self and identity* (pp. 128–152). New York: Guilford Press.
- Stewart, P.C. ve Goss, E. (2013). “Plate shape and colour interact to influence taste and quality judgments”. *Flavour*, 2:27.

- Sthapit, E., Senthilkumaran, P. ve Björk, P.(2020). “ Tourists” Motivations, Emotions, and Memorable Local Food Experiences”, *Journal of Gastronomy and Tourism*, 5: 17-32.
- Strachan, S.M. ve Brawley, L.R. (2009). “Healthy-eater Identity and Self-efficacy Predict Healthy Eating Behavior”. *Journal of Health Psychology*, 14(5): 684–695
- Stroebele, N. ve Castro, J.M. (2004). “Effect of Ambience on Food Intake and Food Choice”. *Nutrition*, 20:821–838.
- Story, M., Neumark-Sztainer, D. and French, S. (2002). Individual and environmental influences on adolescent eating behaviors”, *Journal of the American Dietetic Association*, 103(3): 40-51.
- Story, M., Kaphingst, K.M., Robinson-O’Brien, R. ve Glanz, K. (2008). “Creating healthy food and eating environments: Policy and environmental approaches”. *Annual Review of Public Health*, 29: 253–272.
- Stroebe, W., Mensink, W., Aarts, H., Schut, H. ve Kruglanski, A. W. (2008a). “Why dieters fail. Testing the goal conflict model of eating”. *Journal of Experimental Social Psychology*, 44(1): 26–36.
- Stroebe, W., Papies, E.K. ve Aarts, H. (2008b). “From Homoestatic to Hedonic Theories of Eating Self-Regulatory Failure in Food-Rich Enviroments”. *Applied Psychology: An International Review*, 57: 172-193.
- Stroebe, W., van Koningsbruggen, G. M., Papies, E. K. ve Aarts, H. (2013). “Why most dieters fail but some succeed. A goal conflict model of eating behaviors”. *Psychological Review*.
- Stroebe, W. (2022). “The goal conflict model: a theory of the hedonic regulation of eating behaviors”. *Journal of Experimental Social Psychology*, 44:26–36.
- Stryker, J. H. ve Burke, P. J. (2000). “The past, present and future of identity theory”. *Social Psychology Quarterly*, 63:284–297
- Suher, J., Raghunathan, R. ve Hoyer, W. (2016). Eating Healthy or Feeling Empty? How the “Healthy = Less Filling” Intuition Influences Satiety. *Journal of the Association for Consumer Research*, 1(1).
- Sugimori, E. ve Kawasaki, Y. (2022). “Cross-modal correspondence between visual information and taste perception of bitter foods and drinks”. *Food Quality and Preference*, 98:104539.
- Sulek, J.M. ve Hensley, R.L. (2004). “The Relative Importance of Food, Atmosphere, andFairness of Wait The Case of a Full-service Restaurant”. *Cornell Hospitality Quarterly*, 45(3): 235-247.

- Sullivan, N., Hutcherson, C., Harris, A., & Rangel, A. (2015). Dietary self-control is related to the speed with which attributes of healthfulness and tastiness are processed. *Psychological Science*, 26(2), 122–134.
- Sulistyawati, I., Sijtsema, S., Dekker, M., Verkerk, R. ve Steenbekkers, B. (2019). “Exploring consumers’ health perception across cultures in the early stages of new product development Dried mango as a case study”. *British Food Journal*, 129(9): 2116-2131
- Sun, Y.C. (2008). “Health concern, food choice motives, and attitudes toward healthy eating: The mediating role of food choice motives”. *Appetite*, 51: 42–49
- Sundar, A. ve Kardes, F. R. (2015). “The role of perceived variability and the health halo effect in nutritional inference and consumption”. *Psychology & Marketing*, 32(5):512–521.
- Suttikun, C. (2021). “Where Should We Eat?": How Health Consciousness Moderates the Influences Driving Intentions to Purchase Healthy Food". *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*. 35(2):183-211.
- Sütterlin, B. ve Siegrist, M. (2015). “Simply adding the word “fruit” makes sugar healthier: The misleading effect of symbolic information on the perceived healthiness of food”. *Appetite* 95: 252-261.
- Suziki, Y., Narumi, T., Tanikawa, T. ve Hirose, M. (2021). “*Taste in Motion: The Effect of Projection Mapping of a Boiling Effect on Food Expectation, Food Perception, and Purchasing Behavior*”. *Frontiers in Computer Science*.
- Svalastog, A.L., Donev, D., Kristoffersen, J.N. ve Gajovic, S. (2017). “Concepts and definitions of health and health-related values in the knowledge landscapes of the digital society”. *Croatian Medical Journal*, 58:431-435.
- Szakaly, Z., Szente, V., Polereczki, Z.S., ve Szigeti, O. (2011). Health conscious consumer and functional foods – exploration of factors affecting consumer behaviour in hungary via focus group discussions. *Acta Alimentaria*, 40 (3): 335-344.
- Szakaly, Z., Polereczki, Z.S., Köver, G. ve Szigeti, O. (2012). “The influence of lifestyle on health behavior and preference for functional foods”. *Appetite*, 58:406–413.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. Boston, MA: Pearson Education.
- Tabak, R.S. (2006). Sağlık İletişimi. Literatür Yayıncılık, 2.Baskı.
- Tabak, T. (2020). “*Marine Edilmiş Ördek Göğsü ve Kaz Ciğerinin Aroma Ve Tat Veren Unsurlarının Gc-Ms Ve Lc-Ms/Ms Yöntemleriyle İncelenmesi*” İstanbul Ayvansaray Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

- Taber, J.M. (2013). "Evaluative Conditioning Improves Perceived Taste of And Intentions To Eat Healthy Food". Doctor of Philosophy, The University of Utah.
- Talwar, S., Kaur, P., Kumar, S., Hossain, M. ve Dhir, A. (2021). "What determines a positive attitude towards natural food products? An expectancy theory approach". *Journal of Cleaner Production*, 327: 129204.
- Tandon, A., Jabeen, F.....ve Dhir, A. (2021). "Facilitators and inhibitors of organic food buying behaviors". *Food Quality and Preference*, 88:104077.
- Taneri, E. (2020). "*The Impact of Social Media Influencers on Gendered Consumption Patterns: The Case of Fine-Dining Restaurants In Istanbul*" Master's Thesis, Yeditepe University.
- Tanrıkulu, L. (2017). "Translation Theories". *3rd International Symposium On Language Education And Teaching (ISLET 2017)* 20-23 – Rome.
- Tarhini, A., Teo, T. ve Tarhini, T. (2016). "A cross-cultural validity of the E-learning Acceptance Measure (ElAM) in Lebanon and England: A confirmatory factor analysis". *Education and Information Technologies*, 21:1269–1282.
- Taş, F., Seviğ, E.Ü. ve Güngörmüş, Z. (2016). "Sigara Bağımlılığında Davranış Değişimi için Transteoretik Model ile Motivasyonel Görüşme Tekniğinin Kullanılması". *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar-Current Approaches in Psychiatry*, 8(4):380-393.
- Tavares, A.T., Espanha, R. ve Miranda, S. (2021). "Health, Pleasure, Physical Appearance: Which Motivates Food Involvement Mostly?". *International Conference on Design and Digital Communication*.
- Taylor, M.K., Sullivan, D.K., Ellerbeck, E.F., Gajewski, B.J. ve Gibss, H.D. (2019). "Nutrition literacy predicts adherence to healthy/unhealthy diet patterns in adults with a nutrition-related chronic condition". *Public Health Nutrition*, 22(12): 2157–2169.
- Teijlingen, R.R. ve Hundley, V. (2001). "The importance of pilot studies". *Social Research: An International Quarterly*, 35.
- Tepper, B., ve Trail, A.C. (1998). Taste or Health:A study on consumer acceptance of cornchips. *Food Quality and Preference*, 9(4): 267-272.
- Tepper, B.J., Choi, Y.S. ve Nayga, R. M. (1998). "Understanding Food Choice in Adult Men: Influence of Nutrition Knowledge, Food Beliefs and Dietary Restraint". *Food Quality and Preference*, 8(4): 307-317.
- Thabane, L., . Ma, J.....ve Goldsmith, C.H. (2010). "A tutorial on pilot studies: the what, why and how". *BMC Medical Research Methodology*, 10(1): 1-10.

- Thayer, L.M., Pimentel, D.C.....Keyserling, T.C. (2017). “Eating Well While Dining Out: Collaborating with Local Restaurants to Promote Heart Healthy Menu Items”. *American Journal of Health Education*, 48(1):11-21
- Thurecht, R.L., Pelly, F.E. ve Cooper, S.L. (2018). Dietitians' perceptions of the healthiness of packaged food. *Appetite*, 120: 302-309.
- Thomas, D., Seenivasan, S. ve Wang, D. (2021). “A nudge toward healthier food choices: the influence of health star ratings on consumers’ choices of packaged foods”. *European Journal of Marketing*, 55(10): 2735-2768.
- Thomas, L. ve Mills, J. E. (2006). Consumer knowledge and expectations of restaurant menus and their governing legislation: A qualitative assessment. *Journal of Food Service*, 17(1): 6–22.
- Tijssen, I., Elizabeth, H., Graaf, C. ve Jager, G. (2017). “Why a ‘light’ product package should not be light blue: Effects of package colour on perceived healthiness and attractiveness of sugar- and fat-reduced products”. *Food Quality and Preference*, 59: 46–58.
- Ting, H., Tan, S.R. ve John, A.N. (2017). “Consumption intention toward ethnic food: determinants of Dayak food choice by Malaysians”. *Journal of Ethnic Foods*, 4: 21-27.
- Tonnesen, M.T., Hansen, S., Laasholdt, A.M. ve Lahteenmaki, L. (2022). “The impact of positive and reduction health claims on consumers’ food choices”. *Food Quality and Preference*, 98:104526.
- Topolska, K., Florkiewicz, A. ve Filipiak-Florkiewicz, A. (2021). “Functional Food—Consumer Motivations and Expectations”. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 18: 5327.
- Torres, M., Tarrega, A., Torrecasana, E. ve Blanch, C. (2012). “Influence of label information on dark chocolate acceptability”. *Appetite*, 58: 665–671.
- Tournier, C., Sulmont-Rosse, C. ve Guichard, E. (2007). “Flavour Perception : Aroma, Taste and Texture Interactions”. *Food*, 1(2): 246-257.
- Trabulsi, J.C. ve Mennella, J.A. (2012). “Diet, sensitive periods in flavour learning, and growth”. *International Review of Psychiatry*, 24:219–230.
- Tran, T.A., Pham, N.T. ve Nguyen, L.C.T. (2020). The Roles of Health Consciousness and Service Quality toward Customer Purchase Decision, *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8: 345-351.
- Trendel, O., ve Werle, C. (2016). Distinguishing the affective and cognitive bases of implicit attitudes to improve prediction of food choice. *Appetite*, 104: 33-43.

- Trikkraisri, T. (2019). “*Health Consciousness, Social Media, Staff, Food Taste, And Commercial Vehicle Affecting Food Truck Menus’ Purchase Intention of Consumers In Bangkok*”. Master of Business Administration, Bangkok University.
- Tsaur, S.H. ve Lo, P.C. (2020). “Measuring memorable dining experiences and related emotions in fine dining restaurants”. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(8): 887-910.
- Tudoran, A., Olsen, S.O., ve Dopico, D.C. (2009). “The effects of health benefit information on consumer health value, attitudes, and intentions”. *Appetite*, 52(3): 568–579.
- Turgeon, S. ve Eve Rioux, L. (2011). “Food matrix impact on macronutrients nutritional properties”. *Food Hydrocolloids*, 25:1915-1924.
- Turner, S.P. (1979). “The Concept of Face Validity”. *Quality and Quantity*, 13: 85-90.
- Turnwald, B.P., Perry, M.A., ...ve Crum, A.J. (2022). “Language in popular American culture constructs the meaning of healthy and unhealthy eating: Narratives of craveability, excitement, and social connection in movies, television, social media, recipes, and food reviews”. *Appetite*, 172:105949.
- Turnwald, B.P. ve Crum, A.J. (2019). “Smart food policy for healthy food labeling: Leading with taste, not healthiness, to shift consumption and enjoyment of healthy foods”. *Preventive Medicine*, 119:7–13.
- Tsampoula, I., Kelesi, M., ...ve Kaba, E. (2023). “Introduction of Alternative Proteins for Health Professionals’ Diet: The Transtheoretical Model and Motivational Interviewing of Nutritional Interventions”. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20: 3097.
- Ulus, Y. (2016). “İlgilenim”. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 12(45): 569-586.
- Urala, N., ve Lahteenmaki, L. (2006). “Hedonic ratings and perceived healthiness in experimental functional food choices”. *Appetite*, 47: 302–314.
- Ustaahmetoğlu, E. (2017). “Tat Algısı için Dilden Daha Fazlası mı Gerekli? Tat Testi Üzerine Bir Uygulama”. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(3): 127-134.
- Uzdavinyte, E., Aubel, M. ve Gineikienė, J. (2019). It is Domestic, it Must Be Healthy: How Health Consciousness and Consumer Ethnocentrism Shape Healthiness Perception and Purchase Intentions of Domestic Food. *Organizations and Markets in Emerging Economies*, 2(202), 196-211.
- Vacha-Haase, T. ve Thompson, B. (2004). “How to Estimate and Interpret Various Effect Sizes”. *Journal of Counseling Psychology*, 51(4): 473-481.

- Vadiveloo, M., Mortwitz, V., ve Chandon, P. (2013). The interplay of health claims and taste importance on food consumption and self-reported satiety. *Appetite*, 71, 349-356.
- Vaidya, S.N. (2016). “*The Effect of Stress on Health Consciousness And Eating Attitudes Among Diabetes, Chd Patients And Normal People*”. Doctorate In Philosophy.
- Varki, S. ve Wong, S. (2003), “Consumer involvement in relationship marketing of services”, *Journal of Service Research*, 6(1): 83-92.
- Vaske, J.J. (2011). “Advantages and Disadvantages of Internet Surveys: Introduction to the Special Issue”. 16(3): 149-153.
- Veale, R. (2008). “Sensing or knowing? Investigating the influence of knowledge and self-confidence on consumer beliefs regarding the effect of extrinsic cues on wine quality”. *International Journal of Wine Business Research*, 20(4): 352-366.
- Velardo, S. (2015). The nuances of health literacy, nutrition literacy, and food literacy. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 47(4):385-389.
- Velasco, C., Hyndman, S. ve Spence, C. (2018). “The role of typeface curvilinearity on taste expectations and perception”. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 11: 63–74
- Ventura, A.K. ve Worobey, J. (2013). “Early Influences on the Development of Food Review Preferences”. *Current Biology*, 23:401-408.
- Verain, M.C.D, Bouwman, E.P., Galama, J. ve Reinders, M.J. (2022). “Healthy eating strategies: Individually different or context-dependent?”. *Appetite*, 168:105759
- Verain, M.C.D., Sijtsema, S.J. ve Antonides, G. (2016). “Consumer segmentation based on food-category attribute importance: The relation with healthiness and sustainability perceptions”. *Food Quality and Preference*, 48: 99–106.
- Verbeke, W. (2008). “Impact of communication on consumers’ food choices”. *Proceedings of the Nutrition Society*, 67: 281-288.
- Vergura, D.T., Zerbini, C. ve Luceri, B. (2019). “Consumers’ attitude and purchase intention towards organic personal care products. An application of the S-O-R model”. *Italian journal of management*, 38(1): 121-137.
- Verhoeven, A., Adriaanse, M., Vet, E., Fennis, B. ve Ridder, D. (2015). “It’s my party and I eat if I want to. Reasons for unhealthy snacking”. *Appetite*, 84: 20–27.
- Vermeir, I. ve Verbeke, W. (2006). “Sustainable Food Consumption: Exploring The Consumer Attitude – Behavioral Intention Gap”. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 19:169–194.

- Vettori, V., Lorini, C., Milani, C. ve Bonaccorsi, G. (2019). “Towards the Implementation of a Conceptual Framework of Food and Nutrition Literacy: Providing Healthy Eating for the Population”. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16:5041.
- Vischers, V., Hartmann, C., Leins-Hess, R., Dohle, S. ve Siegrist, M. (2013). “A consumer segmentation of nutrition information use and its relation to food consumption behaviour”. *Food Policy*, 42:71–80.
- Vizireanu, M. ve Hruschka, D.(2018). “Lay perceptions of healthy eating styles and their health impacts. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 50: 365–371.
- Vroom, V.H. (1964) . *Work and Motivation*. John Wiley & Sons, New York.
- Vukolic, D., Gajic, T. ve Popovic, A. (2022). “The influence of the names of the dishes in the menu on the choice in Serbian restaurants”. *Journal of Economic Managment and Informatic*.
- Yaparel, C. ve Elmacı, Y. (2016). “Tat-Koku İnteraksiyonları”. *Akademik Gıda*, 14(2): 218-224
- Yasami, M., Rabiul, K., Promsivapallop, P. ve Zhu, H. (2022). “The COVID-19 crisis and factors driving international tourists’ preferences for contactless dining services”. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(11): 4029-4051.
- Yıldız, E. (2019). *Yiyeceklerle İlgili Kişilik Özellikleri, Sağlıklı Yiyecek Seçimi, Sağlık Değeri ve Lezzet Davranışı İlişkisi: Kayseri’deki Restoranların Müşterileri Üzerinde Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Yılmaz, G. (2022). “*Gastronomik Deneyim, Yiyecek İmajı Ve Otantizmin Turistlerin Yerel Yiyecek Tüketim Niyetine Etkisi: Yiyecek Korkusunun Düzenleyici Rolü*”. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Antalya.
- Yoon, H.J. ve George, T. (2012). “Nutritional information disclosure on the menu: focusing on the roles of menu context, nutritional knowledge and motivation”. *International Journal of Hospitality Management*, 31(4): 1187-1194.
- Yoon, H., Yin, R., Kim, J.H. ve Li, J. (2020). “Examining traditional restaurant diners’ intention: An application of the VBN theory”. *International Journal of Hospitality Management* 85:102360.

- Yoon, S., Lalwani, A.K., Vargas, P.T., Kim, K. ve Taylor, C. (2021). "Culture and Health Persuasion: Differences between Koreans and Americans". *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 42(1): 83-101.
- Yoshinaka, M.,Ikebe, K.....Maede, Y. (2016). "Age and sex differences in the taste sensitivity of young adult, young-old and old-old Japanese". *Geriatr Gerontol*, 16: 1281-1288.
- Youssef , J., Juravle, G., Youssef, L., Woods, A. ve Spence, C.(2015). "Aesthetic plating: A preference for oblique lines ascending to the right". *Flavour*, 4:27.
- Yu, X. (2021). "*Healthy Dining: Marketing Strategies and Consumers' Food Decision-making*". Doctor of Philosophy, The Ohio State University.
- Yu, Y., Yu, H. ve Yang, B. (2023). "Healthy or tasty: the impact of fresh starts on food preferences". *Current Psychology*, 42:25292–25307.
- Yuan, J.J., Bauman, M.J.....Alshiha, A.A. (2023). "Restaurant Dining Environment, Restaurant Formality and Dining Involvement in the Context of Memorable Dining Experiences (Mdes)". *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 24(6): 957-984.
- Yun, M.W., Abdullah, L.N., Idrus, R. ve Keikhosrokiani, P. (2017). "Lifestyle Disease Prevention: Health Literacy, Health Attitude and mHealth". 2017 *Int. Conf. Res. Innov. Inf. Syst. ICRIIS*.
- Yüksel, A. ve Yüksel, F. (2002). "Market Segmentation Based on Tourists' Dining Preferences". *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 26 (4): 315–331.
- Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the Involvement Construct. *Journal of Consumer Research*, 12: 341-52.
- Zampini, M. ve Spence, C. (2004). "The role of auditory cues in modulating the perceived crispness and staleness of potato chips". *Journal of Sensor Science and Technology*, 19:347–63.
- Zellner, D.A., Loss, C.R., Zearfoss, J. ve Remolina, S. (2014). "It tastes as good as it looks! The effect of food presentation on liking for the flavor of food". *Appetite* 77: 31–35.
- Zellner, D.A., Siemers, E.....Locher, P. (2011). "Neatness counts. How plating affects liking for the taste of food". *Appetite*,57: 642–648
- Zellner, D.A., Loss, C.R., Zearfoss, J. ve Remolina, S. (2010). "It tastes as good as it looks! The effect of food presentation on liking for the flavor of food". *Appetite*, 77: 31–35.

- Zhang, Y., Hoon, M.A.....Ryba, J.P. (2003). "Coding of Sweet, Bitter, and Umami Tastes: Different Receptor Cells Sharing Similar Signaling Pathways". *Cell*, 112: 293-301.
- Zhang, B. ve Seo, H-S. (2015). "Visual attention toward food-item images can vary as a function of background saliency and culture: An eye-tracking study". *Food Quality and Preference*, 41: 172-179.
- Zhang, J., Sun, L. ve Khan, H. (2018). "A Review and Assessment of the Existing Health Consciousness Models". *International Management Review*, 14(1): 20-28.
- Zhang, X., Luo, Y., Liu, Y., Yang, C. ve Chen, H. (2019). "Lack of conflict during food choice is associated with the failure of restrained eating". *Eating Behaviors*, 34:101309
- Zhang, Y., Wong, I.A., Duan, X. ve Chen, V. (2021). "Craving better health? Influence of socio-political conformity and health consciousness on goaldirected rural-eco tourism". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(5): 511-526.
- Zhang, S., Qian, J., Wu, C., He, D., Zhang, W., Yan, J. ve He, X. (2022). "Tasting more than just food: Effect of aesthetic appeal of plate patterns on food perception". *Foods*, 11, 931.
- Zhu, Q., Li, Y., Geng, Y. ve Qi, Y. (2013). "Green food consumption intention, behaviors and influencing factors among Chinese consumers". *Food Quality and Preference*, 28:279–286.
- Zoo, P. ve Liu, J. (2019). "How nutrition information influences online food sales". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47:1132–1150
- Wahyuni, R. ve Nurbojatmiko, J. (2017). "Explaining acceptance of e-health services: An extension of TAM and Health Belief Model Approach". *International Conference on Cyber and IT Service Management*.
- Wall, E.A. ve Berry, L.L. (2007). "The Combined Effects of the Physical Environment and Employee Behavior on Customer Perception of Restaurant Service Quality". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 48 (1): 59-69.
- Wan, X., Woods, A.T.....Spence, C. (2014). "Cross cultural differences in cross modal correspondences between basic tastes and visual features". *Frontiers in Psychology*, 5(1).
- Wang, Y., Wen, X., Zhu, Y., Xiong, Y. ve Liu, X. (2022). "Chinese Residents' Healthy Eating Intentions and Behaviors: Based on an Extended Health Belief Model". *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19

- Wang, J., Xue, Y. ve Liu, T. (2021). "Consumer motivation for organic food consumption: Health consciousness or herd mentality". *Frontiers Public Health*, 10:1042535.
- Wang, B., Liu, Q, S., Kandampully, J. ve Bujisic, M. (2020). "How Color Affects the Effectiveness of Tasteversus Health-Focused Restaurant Advertising Messages". *Journal of Advertising*, 49(5):557-574.
- Wansink, B., Ittersum, K.V. ve Painter, J.E. (2004). "How Diet and Health Labels Influence Taste and Satiation". *Sensory and Nutritive Qualities of Food*, 69(9).
- Wansink, B., Painter, J.E. ve North, J. (2005). "Bottomless Bowls: Why Visual Cues of Portion Size May Influence Intake". *Obesity Research*, 13(1): 93-100.
- Wansink, B. ve Chandon, P. (2006). "Can "low-fat" nutrition labels lead to obesity?" *Journal of Marketing Research*, 43: 605–617.
- Wardle, J., Haase, A.M., Steptoe, A., Nillapun, M., Jonwutiwes, K., Bellisle, F. (2004). "Gender differences in food choice: The contribution of health beliefs and dieting". *Annals of Behavioral Medicine*, 27:107–116.
- Waters, E.A., Biddle, C., ve Hay, J.L. (2018). "Examining the Interrelations Among Objective and Subjective Health Literacy and Numeracy and Their Associations with Health Knowledge". *Journal of General Internal Medicine*, 33(11):1945–53.
- Watkins, M. W. (2021). "A Step-By-Step Guide To Exploratory Factor Analysis With Spss". Routledge 2 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon.
- Watkins, M. W. (2018). "Exploratory Factor Analysis: A Guide to Best Practice". *Journal of Black Psychology*, 44(3): 219-246.
- Weiss, R., Feinstein, A.H. ve Dalbor, M. (2004). "Customer Satisfaction of Theme Restaurant Attributes and Their Influence on Return Intent". *Journal of Foodservice Business Research*, 7(1): 23-41.
- Wen, H. ve Liu-Lastres, B. (2022). "Consumers' dining behaviors during the COVID-19 pandemic: An Application of the Protection Motivation Theory and the Safety Signal Framework". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 51: 187-195.
- Werle, C., Trendel, O. ve Ardito, G. (2013). "Unhealthy food is not tastier for everybody: The "healthy = tasty" French intuition". *Food Quality and Preference*, 28:116–121.
- Werthmann, J., Tuschen-Caffier, B., Strobele, L., Kübel, S.L. ve Renner, F. (2023). "Healthy cravings? Impact of imagined healthy food consumption on craving for healthy foods and motivation to eat healthily - Results of an initial experimental study". *Appetite* 183:106458.

- Wijayarathne, S.P., Reid, M., Westberg, K., Worsley, A. ve Mavondo, F. (2018). "Food literacy, healthy eating barriers and household diet". *European Journal of Marketing*, 52(12): 2449-2477.
- Wilcox, K., Vallen, B., Block, L. ve Fitzsimons, G. J. (2009). "Vicarious goal fulfillment: When the mere presence of a healthy option leads to an ironically indulgent decision". *Journal of Consumer Research*, 36(3):380–393.
- Witt, M. (2019). "Anatomy and development of the human taste system". *Handbook of Clinical Neurology*, 164: (3rd series) Smell and Taste, R.L. Doty, Editor.
- Wood, M. ve Shukla, P. (2016). "Weight bias, health consciousness and behavioral actions (activities)". *Eating Behaviors*, 23:200–205.
- Wu, Y., Stanton, B.F., Li, X., Galbraith, J. ve Cole, M.L. (2005). "Protection motivation theory and adolescent drug trafficking: relationship between health motivation and longitudinal risk involvement". *Journal of Pediatric Psychology*, 30(2):127-137.
- Wu, C., Zhu, H.....He, X. (2022). "Does a beautiful environment make food better - The effect of environmental aesthetics on food perception and eating intention". *Appetite*, 175:106076.
- Xie, H., Veeck, A., Yu, H. ve Zhu, H. (2023). "Emotions, perceived knowledge and food behaviors during stressful periods". *British Food Journal*, 125(9): 3304-3319.
- Xin, L. ve Seo, S. S. (2019). "The role of consumer ethnocentrism, country image, and subjective knowledge in predicting intention to purchase imported functional foods". *British Food Journal*, 12(2): 448-464.
- Xue, Y., Liu, G.,.....ve Xu, J. (2020). "Mediating effect of health consciousness in the relationship of lifestyle and suboptimal health status: a cross-sectional study involving Chinese urban residents". *BMJ*.

Ek 1: Birinci Ampirik Araştırma İçin Senaryo Örneği



Bu çalışma kapsamında tüketicilerin kaliteli hizmet sunan bir restoranda sağlık bilinci, yiyeceklerin sağlıklı algılanması, lezzet algılanması değişkenlerinin yemek seçimine etkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda aşağıda yer alan senaryoyu okuyarak ankette yer alan sorulara cevap vermeniz beklenmektedir.

Lütfen aşağıda yer alan restoran senaryosunu dikkatlice okuyunuz.

Arkadaşlarınız veya ailenizle kaliteli hizmet sunan bir restorana gittiğinizi düşünün. Bu restorana girdiğiniz anda sizi güler yüzlü ve alanında uzman karşılama görevlisi karşılamaktadır. Girişte rahat salon takımlarının olduğu bir bekleme alanı yer almaktadır. Restoranda kullanılan renkler doğal, masif ve siyah ağırlıktadır. Restoranda kullanılan uygun aydınlatma, yumuşak ve sıcak bir atmosfer yaratırken aynı zamanda çalışanlar ve misafirler için yeterli ışık sağlamaktadır. Tavanın yüksek olması ortam ferahlığını artırmaktadır. Masalar yeterli genişlikte, temiz ve ütülü beyaz sofa takımlarıyla kaplıdır. Masalar arasındaki mesafe servis personelinin hareketini kolaylaştıracak kadar geniş ve müşterilerin rahat ve kalabalık hissetmemesi için yeterlidir. Restoranda karşılaştığınız servis ekibi güler yüzlü, alanında eğitim almış, uzman çalışanlardan oluşmakta ve yemek deneyimi boyunca size rehberlik etmektedir. Restoran, aileniz ve arkadaşlarınızla gerek iş yemeği gerekse kutlamalarınızı gerçekleştireceğiniz ortamı sağlamaktadır. Restoranın denizi gören oldukça güzel ve şık bahçesinde yemek deneyimi boyunca güneşin ve denizin keyfini çıkarabileceksiniz. Restoran menüsü modern Akdeniz lezzetlerini ve Geleneksel Türk mutfağını mevsimsel dokunuşlarla zamana uygun olarak hazırlamakta olup menüsünde doğallığı ön planda tutmaktadır. Menüde yer alan yemeklere ilişkin bazı örnekler ise çorbalar (Tuzlama çorbası, ıskembe çorbası), mezeler (Hibeş, kızarmış soğanlı fava), ara sıcaklar (taze fasulye kızartması, ot kavurması), salatalar (avakadolu kırma salata, ovma salata), pilavlar (iç pilav, bergamot reçeli& ananaslı pilav), hamur işleri (avcı böreği, paçanga böreği), makarna (spagetti, erişte) tatlılar (kabak tatlısı, krem karamel) şeklinde sıralanabilir.

» DANA PİRZOLA

İnce kesilmiş dana pürzolar ızgarada orta az pişirilerek iç pilav eşliğinde servis edilir.

BESİN DEĞERLERİ

Karbonhidrat	: 125 gram
Enerji	: 2292 kcal
Protein	: 66,9 gram
Lif	: 16 gram
Toplam Yağ	: 176,7 gram
Tuz	: 15,6 gram



» PATLICAN BEĞENDİLİ KUZU KAVURMASI

Kız patlıcanla oluşturulan beğendil yatağında, orta-az ısıda küçük kubbeleri halinde parçalanmış kuzu kollar, tereyağı ve soğan eşliğinde pişirilir, üzerine taze kekik eklenerek servis edilir.

BESİN DEĞERLERİ

Karbonhidrat	: 34, 4 gram
Enerji	: 2320 kcal
Protein	: 67,31 gram
Lif	: 15, 4 gram
Toplam Yağ	: 342 gram
Tuz	: 10, 5 gram



» TAVADAN DANA BONFİLE

Orta-az ızgarada, çapraz kesimli dana bonfile, sarımsak ve maydanoz sosu ve iç pilav eşliğinde servis edilir.

BESİN DEĞERLERİ

Karbonhidrat	: 168, 56 gram
Enerji	: 1711,71 kcal
Protein	: 168,56 gram
Lif	: 11,38 gram
Toplam Yağ	: 81,4 gram
Tuz	: 16,15 gram



» TAVUK ŞİNİTZEL

Tavuk budundan ev yapımı harçla panelenmiş, derin ve kızgın yağda pişirilen, üzerine ev yapımı hardal sos ve kaşar peyniri dökülerek, pirinç pilavı ve patates püresi eşliğinde sunulur.

BESİN DEĞERLERİ

Karbonhidrat	: 150,6 gram
Enerji	: 2605 kcal
Protein	: 107,5 gram
Lif	: 16,1 gram
Toplam Yağ	: 167 gram
Tuz	: 10,4 gram



» ÇOBAN USULÜ TAVUK KAVURMA

İri doğranmış pembe domates, biber ve tavuk parçaları arpacak soğanla saç tavada tereyağı ve baharat eşliğinde servis edilir.

BESİN DEĞERLERİ

Karbonhidrat	: 31,54 gram
Enerji	: 1975 kcal
Protein	: 71,4 gram
Lif	: 8,6 gram
Toplam Yağ	: 106,4 gram
Tuz	: 6 gram



» BALIK KALAMARLI KARİDESİ BADEMLİ

Izgarada balık (grida) suluğunu kaybetmeden pişirilir. Ayrı bir yerde kızartılan kalamarlar tabaklanır ve üzerine kavrulmuş çiğ bademler ilave edilir. Limon ve roka ile servis edilir.

BESİN DEĞERLERİ

Karbonhidrat	: 75,04
Enerji	: 3862 kcal
Protein	: 548 gram
Lif	: 9,5 gram
Toplam Yağ	: 371,8 gram
Tuz	: 9,1 gram



» IZGARA KALAMAR ŞİŞ

Özel olarak hazırlanmış sos ve soda ile marine edilmiş kalamarlar, ızgarada suluğunu kaybetmeden pişirildikten sonra roka ve limonla servis edilir.

BESİN DEĞERLERİ

Karbonhidrat	: 63,29 gram
Enerji	: 3670 kcal
Protein	: 59,19 gram
Lif	: 29,6 gram
Toplam Yağ	: 260,5 gram
Tuz	: 15,61 gram



» TAZE FASÜLYE

Kılıçları ayrılan taze fasulye, bütün halinden pembe domates eşliğinde tencerede kısık ateşte pişirilir ve üzerine zeytinyağı eklenerek yöresel bir şekilde servis edilir.

BESİN DEĞERLERİ

Karbonhidrat	: 24, 4 gram
Enerji	: 563,4 kcal
Protein	: 6,83 gram
Lif	: 6,85 gram
Toplam Yağ	: 47,12 gram
Tuz	: 4,73 gram



» KÖK İSPANAK YEMEĞİ

İspanağın kök ve gövde kısımları iri doğranmış pembe domates, sarımsak, pirinç ve zeytinyağı eşliğinde tencerede kısık ateşte pişirilir.

BESİN DEĞERLERİ

Karbonhidrat	: 24, 4gram
Enerji	: 563, 4 kcal
Protein	: 15,2 gram
Lif	: 14,02 gram
Toplam Yağ	: 42,1 gram
Tuz	: 5,7 gram



» KARİDESLİ CİVE YEMEĞİ

Küp küp in şekilde doğranmış pembe domatesler, sarımsak, fesleğen, pirinç ile haşlanır. Üzerine ızgarada pişirilen jumbo karidesler eklenerek taze nane ile servis edilir.

BESİN DEĞERLERİ

Karbonhidrat	: 59,19 gram
Enerji	: 2570 kcal
Protein	: 260 gram
Lif	: 29,6 gram
Toplam Yağ	: 155,2 gram
Tuz	: 12, 22 gram



Değerli katılımcımız yukarıdaki açıklamaları okuduğunuzda "bende kaliteli bir restoran algılaması uyandırmaktır" ifadesine ne ölçüde katılırsınız?

- Katılmıyorum
- Orta Derecede Katılıyorum
- Katılıyorum

Ek 2: İkinci Ampirik Araştırma İçin Senaryo Örneği



Bu çalışma kapsamında tüketicilerin kaliteli hizmet sunan bir restoranda sağlık bilinci, yiyeceklerin sağlıklı algılanması, lezzet algılaması değişkenlerinin yemek seçimine etkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda aşağıda yer alan senaryoyu okuyarak ankette yer alan sorulara cevap vermeniz beklenmektedir.

Lütfen aşağıda yer alan restoran senaryosunu dikkatlice okuyunuz.

Arkadaşlarınız veya ailenizle kaliteli hizmet sunan bir restorana gittiğinizi düşünün. Bu restorana girdiğiniz anda sizi güler yüzlü ve alanında uzman karşılama görevlisi karşılamaktadır. Girişte rahat salon takımlarının olduğu bir bekleme alanı yer almaktadır. Restoranda kullanılan renkler doğal, masif ve siyah ağırlıktadır. Restoranda kullanılan uygun aydınlatma, yumuşak ve sıcak bir atmosfer yaratırken aynı zamanda çalışanlar ve misafirler için yeterli ışık sağlamaktadır. Tavanın yüksek olması ortam ferahlığını arttırmaktadır. Masalar yeterli genişlikte, temiz ve ütülü beyaz sofra takımlarıyla kaplıdır. Masalar arasındaki mesafe servis personelinin hareketini kolaylaştıracak kadar geniş ve müşterilerin rahat ve kalabalık hissetmemesi için yeterlidir. Restoranda karşılaştığınız servis ekibi güler yüzlü, alanında eğitim almış, uzman çalışanlardan oluşmakta ve yemek deneyimi boyunca size rehberlik etmektedir. Restoran, aileniz ve arkadaşlarınızla gerek iş yemeği gerekse kutlamalarınızı gerçekleştireceğiniz ortamı sağlamaktadır. Restoranın denizi gören oldukça güzel ve şık bahçesinde yemek deneyimi boyunca güneşin ve denizin keyfini çıkarabileceksiniz. Restoran

menüsü modern Akdeniz lezzetlerini ve Geleneksel Türk mutfakını mevsimsel dokunuşlarla zamana uygun olarak hazırlamakta olup menüsünde doğallığı ön planda tutmaktadır. Menüde yer alan yemeklere ilişkin bazı örnekler ise çorbalar (Tuzlama çorbası, işkembe çorbası), mezeler (Hibeş, kızarmış soğanlı fava), ara sıcaklar (taze fasulye kızartması, ot kavurması), salatalar (avakadolu kırma salata, ovma salata), pilavlar (iç pilav, bergamot reçeli& ananaslı pilav), hamur işleri (avcı böreği, paçanga böreği), makarna (spagetti, erişte) tatlılar (kabak tatlısı, krem karamel) şeklinde sıralanabilir.



Restoran Ana Menüsünden Örnekler

Değerli katılımcımız yukarıdaki açıklamaları okuduğunuzda **"bende kaliteli bir restoran algılaması uyandırmaktır"** ifadesine ne ölçüde katılırsınız?

- Katılmıyorum
- Orta Derecede Katılıyorum
- Katılıyorum

Aşağıda size senaryoda tanımlanan ve restoran menüsünde yer alan yemeklerden birinin resmi gösterilmektedir. Sizden öncelikle resmi dikkatle incelemeniz istenmektedir. Ardından resimdeki yemeğin lezzetli ve sağlıklı olması hakkında değerlendirmeniz için ilk iki soruyu yanıtlamanız ve daha sonra bu yemeğin tüketim niyetiyle ilgili ifadelerini yanıtlamanız istenmektedir.

» BEĞENDİLİ ÇITIR PATATES BONFİLE

Tereyağında kızartılmış kepekli ekmek üzerine beğendili ıspanak sos ilave edilir, üzerine orta-az ateşte pişirilmiş olan dana bonfile eklenir, tel tel hazırlanan çitir patatesler ilave edilerek servis edilir.

BESİN DEĞERLERİ

Karbonhidrat	: 125 gram
Enerji	: 2292 kcal
Protein	: 66,9 gram
Lif	: 16 gram
Toplam Yağ	: 167,7 gram
Tuz	: 15, 8 gram



SAĞLIKLI YEMEK UYARANI SUNULAN ÇALIŞMA

» KARİDESLİ ENGİRAR

Jumbo karidesler, taze enginarlar, pembe domates, havuç, patates ve zeytinyağı eşliğinde orta-az ateşte pişirilerek üzerine ince kıyım dere otu eklenerek servis edilir.

BESİN DEĞERLERİ

Karbonhidrat	: 62, 18 gram
Enerji	: 1670 kcal
Protein	: 220 gram
Lif	: 21,7 gram
Toplam Yağ	: 250,4 gram
Tuz	: 11, 2 gram



Ek 3: Çeviri Değişmezliğine İlişkin Analiz Sonuçları

	Sağlık Bilinci Orijinal İngilizce	Sağlık Bilinci Orijinal Türkçe	Değiştirilen İfadeler
1	I'm very self-conscious about my health.	Sağlığım konusunda oldukça bilinçliyim.	Uygun
2	I'm generally attentive to my inner feelings about my health	Sağlığım konusunda iç sesimi çoğunlukla dikkate alırım.	Sağlığım konusunda genelde iç sesimi dinlerim.
3	I reflect about my health a lot	Sağlığım hakkında çok düşünürüm.	Uygun
4	I'm concerned about my health all the time	Sağlığım hakkında sürekli endişe duyarım.	Uygun
5	I notice how I feel physically as I go through the day	Gün içerisinde fiziksel anlamda nasıl hissettiğimi dikkate alırım.	Gün içerisinde fiziksel anlamda nasıl hissettiğime dikkat ederim .
6	I take responsibility for the state of my health	Sağlığım söz konusu olduğunda sorumluluk almaktan kaçınmam.	Sağlığım ile ilgili sorumluluk almaktan kaçınmam.
7	Good health takes active participation on my part.	Sağlıklı olabilmek için kendi üzerime düşeni yaparım.	Sağlıklı olabilmek için üzerime düşeni yaparım.
8	I only worry about my health when I get sick. (R)	Sadece hasta olduğum zamanlarda sağlığımdan endişe ederim.	Sadece hastalandığımda sağlığımdan endişe ederim.
9	Living life without disease and illness is very important to me	Herhangi bir hastalık yaşamadan hayatımı sürdürmek benim için çok önemlidir.	Herhangi bir hastalığa yakalanmadan hayatımı sürdürmek benim için önemlidir.
10	My health depends on how well I take care of myself	Sağlığım, kendime ne kadar iyi baktığıma bağlıdır.	Uygun
11	Living life in the best possible health is very important to me	Olabildiğince sağlıklı bir şekilde hayatımı sürdürmek benim için önemlidir.	Mümkün olan en sağlıklı şekilde hayatımı sürdürmek benim için önemlidir.

	Yiyeceklerin Sağlıklı Algılanması Orijinal İngilizce	Yiyeceklerin Sağlıklı Algılanması Orijinal Türkçe	Değiştirilen İfadeler
1	This restaurant provides a nutritionally balanced diet	Bu restoran, beslenme açısından dengeli bir öğün sunmaktadır.	Bu restoran dengeli beslenme olanağı sunmaktadır.
2	This restaurant provides light food options	Bu restoran hafif yiyecek seçenekleri sunmaktadır.	Bu restoran hafif yiyecek (düşük kalorili gibi) seçenekleri sunmaktadır.
3	This restaurant uses fresh and natural or organic ingredients	Bu restoran taze, doğal veya organik malzemeler kullanır.	Uygun
4	This restaurant uses a healthy cooking method (e.g., minimal deep frying)	Bu restoran sağlıklı bir pişirme yöntemi kullanır (ör. bol yağda kızartma tekniği çok az yapılır).	Uygun
5	The food of this restaurant helps control my weight	Bu restoranın yemekleri kilomu kontrol altında tutmama yardımcı olur.	Uygun
6	This restaurant provides information about nutrition	Bu restoran yiyeceklerin besin değerleriyle ilgili bilgi verir.	Bu restoran menüsünde yer verilen yiyeceklerin besin değerleriyle ilgili bilgi sunar.

	Özel Bilgi Orijinal İngilizce	Özel Bilgi Orijinal Türkçe	Değiştirilen İfadeler
1	How easy or difficult do you think it is to select healthy menu items in restaurants?	Restoranlarda sağlıklı menü öğelerini seçmenin ne kadar kolay veya zor olduğunu düşünüyorsunuz?	Sizce restoranlarda sağlıklı menü öğelerini seçmek ne derece zordur?
2	How confident are you that you could eat a healthy diet in restaurants if you wanted to?	İstediginizde restoranlarda sağlıklı bir öğün yiyebileceğinizden ne kadar eminsiniz?	Uygun
3	How much control do you feel you would have over eating a healthy diet in restaurants?	Restoranlarda sağlıklı bir öğün yiyeceğiniz üzerinde ne kadar kontrolünüz olduğunu hissediyorsunuz?	Restoranlarda sağlıklı bir öğün yeme konusunda ne kadar kontrolünüz olduğunu düşünüyorsunuz?
4	To what extent is it up to you whether or not you eat a healthy diet in restaurants?	Restoranlarda sağlıklı bir öğün yiyip yememenin ne ölçüde kendinize bağlı olduğunu düşünüyorsunuz?	Restoranlarda sağlıklı bir öğün yemenin ne ölçüde kendinize bağlı olduğunu düşünüyorsunuz?
5	It is my responsibility to decide whether or not to eat healthy menu items in restaurants	Restoranlarda sağlıklı menü öğelerini yiyip yememeye karar vermek benim sorumluluğumdur.	Restoranlarda sağlıklı menü öğelerini yemeye karar vermek benim sorumluluğumdur.
6	Considering the price and the availability, I feel that it is up to me whether or not to eat healthy menu items in restaurants	Fiyatını ve bulunabilirliğini dikkate aldığımda, restoranlarda sağlıklı menü öğelerini yiyip yememenin bana bağlı olduğunu düşünüyorum.	Uygun

	Lezzet Algılaması Orijinal İngilizce	Lezzet Algılaması Orijinal Türkçe	Değiştirilen İfadeler
1	The food in this restaurant is tasty	Bu restorandaki yemekler lezzetlidir.	Uygun
2	The food in this restaurant is rich in flavour	Bu restorandaki yemekler lezzet/tat açısından zengindir.	Uygun
3	The food in this restaurant is appetising	Bu restorandaki yemekler iştah açıcıdır.	Uygun
4	The food in this restaurant is enjoyable	Bu restorandaki yemekler keyif vericidir.	Uygun

	Lezzet Tutumu Orijinal İngilizce	Lezzet Tutumu Orijinal Türkçe	Değiştirilen İfadeler
1	The appearance of food makes no difference to me	Yemeğin görüntüsü benim için fark etmez.	Yemeğin görünümü benim için önemlidir.
2	When I eat, I concentrate on enjoying the taste of food	Yemek yerken, yemeğin tadını çıkarmaya odaklanırım.	Uygun
3	I do not believe that food should always be source of pleasure	Yemeğin her zaman için keyif kaynağı olması gerektiğine inanmıyorum.	Yemeğin her zaman için keyif kaynağı olması gerektiğine inanırım.
4	It is important for me to eat delicious food on weekdays as well as weekends	Hafta sonu olduğu kadar hafta içi de lezzetli yemek yemek benim için önemlidir.	Hafta sonu olduğu kadar hafta içi de lezzetli yemekler yemek benim için önemlidir.
5	An essential part of my weekend is eating delicious food	Hafta sonlarımdan vazgeçilmez bir parçası lezzetli yemekler yemekdir	Uygun

	Yiyecek İlgilenimi Orijinal İngilizce	Yiyecek İlgilenimi Orijinal Türkçe	Değiştirilen İfadeler
1	I just love good food	Sadece lezzetli yemekleri severim	
2	Eating and drinking are a continuous source of joy for me	Yemek ve içmek benim için sürekli bir mutluluk kaynağıdır.	Yeme-içme benim için sürekli bir mutluluk kaynağıdır.
3	Decisions on what to eat and drink are very important for me.	Ne yiyeceğime ve içeceğime ilişkin kararlar benim için çok önemlidir.	Uygun
4	Food and drink is an important part of my life.	Yiyecek ve içecek hayatımın önemli bir parçasıdır	Uygun
5	Eating and food is an important part of my social life	Yemek yeme ve yiyecek sosyal hayatımın önemli bir parçasıdır.	Sosyal hayatımın önemli bir parçası yemek yemektir.

	Sağlıklı Yemek Seçme Niyeti Orijinal İngilizce	Sağlıklı Yemek Seçme Niyeti Orijinal Türkçe	Değiştirilen İfadeler
1	I intend to make healthy menu choices at restaurants	Restorana gittiğimde sağlıklı menü seçimleri yapmayı amaçlarım.	Restoranlarda sağlıklı menü seçimleri yapmaya niyetliyim.
2	I am willing to make healthy menu choices at restaurants	Restorana gittiğimde sağlıklı menü seçimleri yapmayı isterim.	Restoranlarda sağlıklı menü seçimleri yapmaya istekliyim.
3	I plan to make healthy menu choices at restaurant	Restorana gittiğimde sağlıklı menü seçimleri yapmayı planlıyorum.	Restoranlarda sağlıklı menü seçimleri yapmayı planlarım.
4	I will make an effort to make healthy menu choices at restaurants	Restorana gittiğimde sağlıklı menü seçimler yapmaya çabalarım.	Restoranlarda sağlıklı menü seçimleri yapmaya gayret göstereceğim.

	Yemek Seçme Niyeti Orijinal İngilizce	Yemek Seçme Niyeti Orijinal Türkçe	Değiştirilen İfadeler
1	I am willing to consume	Tüketmeyi planlıyorum	Uygun
2	I would like to consume	Tüketmek isterim	Uygun
3	I intend to consume	Tüketmeye niyetliyim	Uygun

Ek 4: Soru Formları 1 ve 2

Birinci Araştırma İçin Soru Formu



Section 1 of 9

YEMEK SEÇİMİNDE SAĞLIK LEZZET İKİLEMİ

B I U  

Değerli Katılımcı; bu anket Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı "Yemek Seçiminde Sağlık ve Lezzet İkilemi: Sağlık Bilinci, Yiyeceğe İlişkin Sağlık Algılamasının Etkisi ve Yiyecek İlgileniminin Düzenleyici Rolü" isimli Doktora tezi kapsamında hazırlanmıştır. Araştırmada bir anket (görüşme) formu kullanılmakta olup, sizden bu çalışma için 10-15 dakikalık bir süre ayırmanız beklenmektedir. Çalışmanın amacına ulaşması için sizden beklenen, bütün soruları eksiksiz, kimsenin baskısı olmadan size en uygun şekilde cevaplamanızdır. Araştırmaya (ankete) katılmak zorunlu değildir ve gönüllü katılım esastır. Araştırmadan elde edilen veriler yalnızca bilimsel amaçla kullanılacak olup hiçbir kişi, kurum ya da kuruluşla paylaşılmayacaktır.

Araştırmaya katıldığınız için teşekkür ederiz.

Eğer çalışmayla ilgili herhangi bir şikâyet, görüş veya sorunuz varsa bu çalışmanın araştırmacısı ile iletişime geçmekten lütfen çekinmeyiniz (email: damla.kilic63@gmail.com).

Araştırmacının Adı ve Soyadı

Prof. Dr. Bahattin ÖZDEMİR

Gül Damla Kılıç

Araştırmadan önce verilmesi gereken bilgileri gösteren yukarıdaki metni okudum. Bu koşullarda söz konusu araştırmaya kendi rızamla hiçbir baskı ve zorlama olmaksızın katılmayı kabul ediyorum. *

☐ Kabul Ediyorum

☐ Kabul Etmiyorum

Lütfen aşağıda yer alan restoran senaryosunu dikkatlice okuyunuz.

Arkadaşlarınız veya ailenizle kaliteli hizmet sunan bir restorana gittiğinizi düşünün. Bu restorana girdiğiniz anda sizi güler yüzlü ve alanında uzman karşılama görevlisi karşılamaktadır. Girişte rahat salon takımlarının olduğu bir bekleme alanı yer almaktadır. Restoranda kullanılan renkler doğal, masif ve siyah ağırlıktadır. Restoranda kullanılan uygun aydınlatma, yumuşak ve sıcak bir atmosfer yaratırken aynı zamanda çalışanlar ve misafirler için yeterli ışık sağlamaktadır. Tavanın yüksek olması ortam ferahlığını arttırmaktadır. Masalar yeterli genişlikte, temiz ve ütülü beyaz sofra takımlarıyla kaplıdır. Masalar arasındaki mesafe servis personelinin hareketini kolaylaştıracak kadar geniş ve müşterilerin rahat ve kalabalık hissetmemesi için yeterlidir. Restoranda karşılaştığınız servis ekibi güler yüzlü, alanında eğitim almış uzman çalışanlardan oluşmakta ve yemek deneyimi boyunca size rehberlik etmektedir. Restoran, aileniz ve arkadaşlarınızla gerek iş yemeği gerekse kutlamalarınızı gerçekleştireceğiniz ortamı sağlamaktadır. Restoranın denizi gören oldukça güzel ve şık bahçesinde yemek deneyimi boyunca güneşin ve denizin keyfini çıkarabileceksiniz. Restoran menüsü modern Akdeniz lezzetlerini ve Geleneksel Türk mutfağını mevsimsel dokunuşlarla zamana uygun olarak hazırlamakta, menüsünde doğallığı ön planda tutulmaktadır. Menüde yer alan yemeklere ilişkin bazı örnekler ise çorbalar (Tuzlama çorbası, İşkembe çorbası), mezeler (Hibeş, kızarmış soğanlı fava), ara sıcaklar (taze fasulye kızartması, ot kavurması), salatalar (avakadolu kırma salata, ovma salata), pilavlar (iç pilav, bergamot reçeli& ananaslı pilav), hamur işleri (avcı böreği, paçanga böreği), makarna (spagetti, erişte) tatlılar (kabak tatlısı, krem karamel) şeklinde sıralanabilir.

Bu çalışma kapsamında tüketicilerin kaliteli hizmet sunan bir restoranda sağlık bilinci, yiyeceklerin sağlıklı algılanması, lezzet algılaması değişkenlerinin yemek seçimine etkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda aşağıda yer alan senaryoyu okuyarak ankette yer alan sorulara cevap vermeniz beklenmektedir.



» DANA PİRZOLA

İnce kesilmiş dana pizolalar ızgarada orta az pişirilerek iç pilav eşliğinde servis edilir.

BESİN DEĞERLERİ

Karbonhidrat	: 125 gram
Enerji	: 2292 kcal
Protein	: 66,9 gram
Lif	: 16 gram
Toplam Yağ	: 176,7 gram
Tuz	: 15,8 gram



»PATLICAN BEĞENDİLİ KUZU KAVURMASI

Köz patlıcanla oluşturulan beğendi yatağında, orta-az ateşte küçük kuşbaşları halinde parçalanmış kuzu kollar, tereyağı ve soğan eşliğinde pişirilir, üzerine taze kekik eklenerek servis edilir.

BESİN DEĞERLERİ

Karbonhidrat	: 34, 4 gram
Enerji	: 2328 kcal
Protein	: 67,31 gram
Lif	: 5, 6 gram
Toplam Yağ	: 343 gram
Tuz	: 10, 3 gram



» TAVADAN DANA BONFİLE

Orta-az ızgarada, çapraz kesimli dana bonfile, sarımsak ve maydanoz sosla ve iç pilav eşliğinde servis edilir.

BESİN DEĞERLERİ

Karbonhidrat	: 168,56 gram
Enerji	: 1711,71 kcal
Protein	: 168,56 gram
Lif	: 11,38 gram
Toplam Yağ	: 81,4 gram
Tuz	: 16,15 gram



» TAVUK ŞİNİTZEL

Tavuk budundan ev yapımı harçla panelenmiş, derin ve kızgın yağda pişirilen, üzerine ev yapımı hardal sos ve kaşar peyniri dökülerek, pirinç pilavı ve patates püresi eşliğinde sunulur.

BESİN DEĞERLERİ

Karbonhidrat	: 150,6 gram
Enerji	: 2605 kcal
Protein	: 107,5 gram
Lif	: 16,1 gram
Toplam Yağ	: 167 gram
Tuz	: 10,4 gram



» ÇOBAN USULÜ TAVUK KAVURMA

İri doğranmış pembe domates, biber ve tavuk parçaları arpacık soğanla saç tavada tereyağı ve baharat eşliğinde servis edilir.

BESİN DEĞERLERİ

Karbonhidrat	: 31,54 gram
Enerji	: 1975 kcal
Protein	: 71,4 gram
Lif	: 8,6 gram
Toplam Yağ	: 106,4 gram
Tuz	: 6 gram



» IZGARA KALAMAR ŞİŞ

Özel olarak hazırlanmış sos ve soda ile marine edilmiş kalamarlar, ızgarada sululuğunu kaybetmeden pişirildikten sonra roka ve limonla servis edilir.

BESİN DEĞERLERİ

Karbonhidrat	: 63,29 gram
Enerji	: 3670 kcal
Protein	: 59,19 gram
Lif	: 29,6 gram
Toplam Yağ	: 260,5 gram
Tuz	: 15,61 gram



» TAZE FASÜLYE

Kılçıkları ayrılan taze fasulye, bütün halinden pembe domates eşliğinde tencerede kısık ateşte pişirilir ve üzerine zeytinyağı eklenerek yöresel bir şekilde servis edilir.

BESİN DEĞERLERİ

Karbonhidrat	: 24, 4 gram
Enerji	: 563,4 kcal
Protein	: 6,83 gram
Lif	: 6,85 gram
Toplam Yağ	: 47,12 gram
Tuz	: 4,73 gram



» KÖK İSPANAK YEMEĞİ

İspanağın kök ve gövde kısımları iri doğranmış pembe domates, sarımsak, pirinç ve zeytinyağı eşliğinde tencerede kısık ateşte pişirilir.

BESİN DEĞERLERİ

Karbonhidrat	: 24, 4gram
Enerji	: 563, 4 kcal
Protein	: 15,2 gram
Lif	: 14,02 gram
Toplam Yağ	: 42,1 gram
Tuz	: 5,7 gram



» KARİDESLİ CİVE YEMEĞİ

Küp küp iri şekilde doğranmış pembe domatesler, sarımsak, fesleğen, pirinç ile haşlanır. Üzerine ızgarada pişirilen Jumbo karidesler eklenerek taze nane ile servis edilir.

BESİN DEĞERLERİ

Karbonhidrat	: 59,19 gram
Enerji	: 2670 kcal
Protein	: 260 gram
Lif	: 29,6 gram
Toplam Yağ	: 155,2 gram
Tuz	: 12, 22 gram



Değerli katılımcımız yukarıdaki açıklamaları okuduğunuzda "bende kaliteli bir restoran algılaması uyandırmaktır" ifadesine ne ölçüde katılırsınız? *

- ☐ Katılmıyorum
- ☐ Orta Derecede Katılıyorum
- ☐ Katılıyorum

Size sunulan senaryoda anlatılan ve menüsünden örnek sunulan restorandaki yiyecekleri ne kadar sağlıklı algıladığınıza ilişkin aşağıdaki ölçeğe göre bir değerlendirme yapmanız istenmektedir.

Senaryo kapsamında düşünerek aşağıda sunulan önermelerin her birinin durumunuza ne kadar uyduğunu size en yakın gelen seçeneği işaretleyerek belirtiniz. Soruların doğru-yanlış cevabı yoktur.

1:Kesinlikle Katılmıyorum, 2:Katılmıyorum, 3:Orta Derecede Katılıyorum, 4:Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum.

...

Bu restoran dengeli beslenme olanağı sunmaktadır. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Bu restoran hafif yiyecek (düşük kalorili gibi) seçenekleri sunmaktadır *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Bu restoran taze, doğal veya organik malzemeler kullanır. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

...

Bu restoran sağlıklı pişirme yöntemleri kullanır (örn. bol yağda kızartma tekniği çok az kullanılır). *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Bu restoranın yemekleri kilomu kontrol altında tutmama yardımcı olur. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

:::

Bu restoran menüsünde yer verdiği yiyeceklerin besin değerleriyle ilgili bilgi sunar. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Size senaryoda anlatılan ve menüsünde örnek sunulan restorandaki yiyecekleri × :
lezzet algılamınıza göre değerlendirmeniz istenmektedir.

Senaryo kapsamında düşünerek aşağıda sunulan önermelerin her birinin durumunuza ne kadar uyduğunu size en yakın gelen seçeneği işaretleyerek belirtiniz. Soruların doğru-yanlış cevabı yoktur.

1:Kesinlikle Katılmıyorum, 2:Katılmıyorum, 3:Orta Derecede Katılıyorum, 4:Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum.

:::

Bu restorandaki yemekler lezzetlidir. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Bu restorandaki yemekler lezzet/tat açısından zengindir. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Bu restorandaki yemekler iştah açıcıdır. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Gündelik hayatınızda bir restoranda sağlıklı yemek seçebilme konusunda öznel  
bilginizi aşağıdaki ölçek ile değerlendirme yapmanız istenmektedir.

Öznel bilgiyle ilgili değerlendirmenizi her soruda verilen derecelendirmeyi dikkate alarak yanıtlayınız.

Sizce restoranlarda sağlıklı menü öğelerini seçmek ne derece zordur? *

	1	2	3	4	5	
1: Çok zor	☐	☐	☐	☐	☐	5: Çok kolay

İstedığınızde restoranlarda sağlıklı bir öğün yiyebileceğinizden ne kadar eminsiniz? *

	1	2	3	4	5	
1: Hiç Emin Değilim	☐	☐	☐	☐	☐	5: Çok Eminim

Restoranlarda sağlıklı menü öğelerini yemeye karar vermek benim sorumluluğumdur. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Restoranlarda sağlıklı bir öğün yemenin ne ölçüde kendinize bağlı olduğunu düşünüyorsunuz? *

	1	2	3	4	5	
1: Hiç yok	☐	☐	☐	☐	☐	5: Tamamen

Fiyatı ve bulunabilirliği dikkate aldığımda, restoranlarda sağlıklı menü öğelerini yiyip yememenin bana bağlı olduğunu düşünüyorum. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Restoranlarda sağlıklı bir öğün yeme konusunda ne kadar kontrolünüz olduğunu düşünüyorsunuz? *

	1	2	3	4	5	
1: Hiç Yok	☐	☐	☐	☐	☐	5: Tamamen

Aşağıda sizden lezzete ilişkin tutumunuza yönelik değerlendirmeler yapmanız istenmektedir.

Bu kapsamda aşağıda sunulan önermelerin her birinin durumunuza ne kadar uyduğunu size en yakın gelen seçeneği işaretleyerek belirtiniz. Soruların doğru-yanlış cevabı yoktur.

1:Kesinlikle Katılmıyorum, 2:Katılmıyorum, 3:Orta Derecede Katılıyorum, 4:Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum.

Yemeğin görünümü benim için önemlidir *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Yemek yerken yemeğin tadını çıkarmaya odaklanırım. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Yemeğin her zaman için keyif kaynağı olması gerektiğine inanırım. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Hafta sonu olduğu kadar hafta içi de lezzetli yemekler yemek benim için önemlidir. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Hafta sonlarımın vazgeçilmez bir parçası lezzetli yemekler yemektir. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Aşağıda sizden yiyeceğin yaşamınızdaki önemine ilişkin değerlendirmeler yapmanız istenmektedir.



Bu kapsamda aşağıda sunulan önermelerin her birinin durumunuza ne kadar uyduğunu size en yakın gelen seçeneği işaretleyerek belirtiniz. Soruların doğru-yanlış cevabı yoktur.

1:Kesinlikle Katılmıyorum, 2:Katılmıyorum, 3:Orta Derecede Katılıyorum, 4:Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum.

Sadece lezzetli yemekleri severim. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Yeme-içme benim için sürekli bir mutluluk kaynağıdır. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Ne yiyeceğime ve içeceğime ilişkin kararlar benim için çok önemlidir. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Yiyecek ve içecek hayatımın önemli bir parçasıdır. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Sosyal hayatımın önemli bir parçası yemek yemektir. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Aşağıda bir restoranda sağlıklı yemek seçiminizi belirtmek üzere Sağlıklı Yemek Tüketim niyetinizi ölçen ifadeler yer almaktadır.



SAĞLIKLI YEMEK TÜKETMEK: Sağlığı korumak için gerekli protein, yağ ve vitamin gibi besin öğeleri açısından zengin yiyecekler tüketmek olarak ifade edilmektedir.

Sağlıklı Yemek Tüketme Niyetinize ilişkin değerlendirmenizi "1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Orta derecede katılıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum" şeklindeki derecelendirmeyi dikkate alarak yapınız.

Restoranlarda sağlıklı menü seçimleri yapmaya niyetliyim. *

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

Restoranlarda sağlıklı menü seçimleri yapmaya istekliyim. *

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

Restoranlarda sağlıklı menü seçimleri yapmayı planlıyorum. *

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

Restoranlarda sağlıklı menü seçimleri yapmaya gayret göstereceğim. *

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

Aşağıda sizden sağlık bilincinize yönelik değerlendirmeler yapmanız istenmektedir.



Bu kapsamda aşağıda sunulan önermelerin her birinin durumunuza ne kadar uyduğunu size en yakın gelen seçeneği işaretleyerek belirtiniz. Soruların doğru-yanlış cevabı yoktur.

1:Kesinlikle Katılmıyorum, 2:Katılmıyorum, 3:Orta Derecede Katılıyorum, 4:Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum.

Sağlığım konusunda oldukça bilinçli biriyimdir. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Sağlığım konusunda genelde iç sesimi dinlerim. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Sağlığım hakkında çok düşünürüm. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Gün içerisinde fiziksel anlamda nasıl hissettiğime dikkat ederim. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Sağlığım ile ilgili sorumluluk almaktan kaçınmam. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Sadece hastalandığımda sağlığımdan endişe ederim. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Sağlıklı olabilmek için üzerime düşeni yaparım. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Demografik Niteliklere İlişkin Sorular



Aşağıda çalışma için gerekli olan demografik bilgileriniz yer almaktadır.

Cinsiyetiniz *

☐ Kadın

☐ Erkek

Yaşınız *

☐ 18-29

☐ 30-39

☐ 40-49

☐ 50 ve üstü

Eğitim Durumunuz *

☐ İlk ve orta öğretim

☐ Lise

☐ Lisans

☐ Lisans Üstü

Gelir Durumunuz *

- ☐ 7.500 TL- 9.500 TL arası
- ☐ 9.501 TL- 11.500 TL arası
- ☐ 11.501 TL ve üzeri

Ne sıklıkla dışarıda yemek yiyorsunuz? *

- ☐ Haftada 1 kez
- ☐ Haftada 2-3 kez
- ☐ Ayda 1-3 kez

Herhangi bir yiyeceğe karşı kronik rahatsızlığınız var mı? *

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

İkinci Ampirik Araştırma İçin Soru Formu



Section 1 of 9

YEMEK SEÇİMİNDE SAĞLIK LEZZET İKİLEMİ

B I U

Değerli Katılımcı; bu anket Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı "Yemek Seçiminde Sağlık ve Lezzet İkilemi: Sağlık Bilinci, Yiyeceğe İlişkin Sağlık Algılamasının Etkisi ve Yiyecek İlgiyeniminin Düzenleyici Rolü" isimli Doktora tezi kapsamında hazırlanmıştır. Araştırmada bir anket (görüşme) formu kullanılmakta olup, sizden bu çalışma için 10-15 dakikalık bir süre ayırmanız beklenmektedir. Çalışmanın amacına ulaşması için sizden beklenen, bütün soruları eksiksiz, kimsenin baskısı olmadan size en uygun şekilde cevaplamanızdır. Araştırmaya (ankete) katılmak zorunlu değildir ve gönüllü katılım esastır. Araştırmadan elde edilen veriler yalnızca bilimsel amaçla kullanılacak olup hiçbir kişi, kurum ya da kuruluşla paylaşılmayacaktır.

Araştırmaya katıldığınız için teşekkür ederiz.

Eğer çalışmayla ilgili herhangi bir şikâyet, görüş veya sorunuz varsa bu çalışmanın araştırmacısı ile iletişime geçmekten lütfen çekinmeyiniz (email: damla.kilic63@gmail.com).

Araştırmacının Adı ve Soyadı

Prof. Dr. Bahattin ÖZDEMİR

Gül Damla Kılıç

Araştırmadan önce verilmesi gereken bilgileri gösteren yukarıdaki metni okudum. Bu koşullarda söz konusu araştırmaya kendi rızamla hiçbir baskı ve zorlama olmaksızın katılmayı kabul ediyorum. *

☐ Kabul Ediyorum

☐ Kabul Etmiyorum

...

Bu çalışma kapsamında tüketicilerin kaliteli hizmet sunan bir restoranda sağlık bilinci, yiyeceklerin sağlıklı algılanması, lezzet algılaması değişkenlerinin yemek seçimine etkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda aşağıda yer alan senaryoyu okuyarak ankette yer alan sorulara cevap vermeniz beklenmektedir.



Lütfen aşağıda yer alan restoran senaryosunu dikkatlice okuyunuz.

Arkadaşlarınız veya ailenizle kaliteli hizmet sunan bir restorana gittiğinizi düşünün. Bu restorana girdiğiniz anda sizi güler yüzlü ve alanında uzman karşılama görevlisi karşılamaktadır. Girişte rahat salon takımlarının olduğu bir bekleme alanı yer almaktadır. Restoranda kullanılan renkler doğal, masif ve siyah ağırlıktadır. Restoranda kullanılan uygun aydınlatma, yumuşak ve sıcak bir atmosfer yaratırken aynı zamanda çalışanlar ve misafirler için yeterli ışık sağlamaktadır. Tavanın yüksek olması ortam ferahlığını arttırmaktadır. Masalar yeterli genişlikte, temiz ve ütülü beyaz sofra takımlarıyla kaplıdır. Masalar arasındaki mesafe servis personelinin hareketini kolaylaştıracak kadar geniş ve müşterilerin rahat ve kalabalık hissetmemesi için yeterlidir. Restoranda karşılaştığınız servis ekibi güler yüzlü, alanında eğitim almış uzman çalışanlardan oluşmakta ve yemek deneyimi boyunca size rehberlik etmektedir. Restoran, aileniz ve arkadaşlarınızla gerek iş yemeği gerekse kutlamalarınızı gerçekleştireceğiniz ortamı sağlamaktadır. Restoranın denizi gören oldukça güzel ve şık bahçesinde yemek deneyimi boyunca güneşin ve denizin keyfini çıkarabileceksiniz. Restoran menüsü modern Akdeniz lezzetlerini ve Geleneksel Türk mutfağını mevsimsel dokunuşlarla zamana uygun olarak hazırlamakta, menüsünde doğallığı ön planda tutulmaktadır. Menüde yer alan yemeklere ilişkin bazı örnekler ise çorbalar (Tuzlama çorbası, İşkembe çorbası), mezeler (Hibeş, kızarmış soğanlı fava), ara sıcaklar (taze fasulye kızartması, ot kavurması), salatalar (avakadolu kırma salata, ovma salata), pilavlar (iç pilav, bergamot reçeli& ananaslı pilav), hamur işleri (avcı böreği, paçanga böreği), makarna (spagetti, erişte) tatlılar (kabak tatlısı, krem karamel) şeklinde sıralanabilir.

Restoran Ana Menüsünden Örnekler



Size sunulan senaryoda anlatılan ve menüsünden örnek sunulan restorandaki yiyecekleri ne kadar sağlıklı algıladığınıza ilişkin aşağıdaki ölçeğe göre bir değerlendirme yapmanız istenmektedir.

Senaryo kapsamında düşünerek aşağıda sunulan önermelerin her birinin durumunuza ne kadar uyduğunu size en yakın gelen seçeneği işaretleyerek belirtiniz. Soruların doğru-yanlış cevabı yoktur.

1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Orta Derecede Katılıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum.

Bu restoran dengeli beslenme olanağı sunmaktadır. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Bu restoran hafif yiyecek (düşük kalorili gibi) seçenekleri sunmaktadır. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Bu restoran menüsünde yer verdiği yiyeceklerin besin değerleriyle ilgili bilgi sunar. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Bu restoran taze, doğal veya organik malzemeler kullanır. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

...

Bu restoran sağlıklı pişirme yöntemleri kullanır (örn. bol yağda kızartma tekniği çok az kullanılır). *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Bu restoranın yemekleri kilomu kontrol altında tutmama yardımcı olur. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum



Size senaryoda anlatılan ve menüsünde örnek sunulan restorandaki yiyecekleri  
lezzet algılamana göre değerlendirmeniz istenmektedir.

Senaryo kapsamında düşünerek aşağıda sunulan önermelerin her birinin durumunuza ne kadar uyduğunu size en yakın gelen seçeneği işaretleyerek belirtiniz. Soruların doğru-yanlış cevabı yoktur.

1:Kesinlikle Katılmıyorum, 2:Katılmıyorum, 3:Orta Derecede Katılıyorum, 4:Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum.

Bu restorandaki yemekler lezzetlidir. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Bu restorandaki yemekler lezzet/tat açısından zengindir. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Bu restorandaki yemekler iştah açıcıdır. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Bu restorandaki yemekler keyif vericidir. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Aşağıda size senaryoda tanımlanan ve restoran menüsünde yer alan yemeklerden birinin resmi gösterilmektedir. Sizden öncelikle resmi dikkatle incelemeniz istenmektedir. Ardından resimdeki yemeğin lezzetli ve sağlıklı olması hakkında değerlendirmeniz için ilk iki soruyu yanıtlamanızı ve daha sonra bu yemeğin tüketim niyetiyle ilgili ifadelerini yanıtlamanız istenmektedir.



Senaryo kapsamında düşünerek aşağıda sunulan önermelerin her birinin durumunuza ne kadar uyduğunu size en yakın gelen seçeneği işaretleyerek belirtiniz. Soruların doğru-yanlış cevabı yoktur.

1:Kesinlikle Katılmıyorum, 2:Katılmıyorum, 3:Orta Derecede Katılıyorum, 4:Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum.

Image title

» BEĞENDİLİ ÇITIR PATATES BONFİLE

Tereyağında kızartılmış kepekli ekmek üzerine beğendili ispanak sos ilave edilir, üzerine orta-az ateşte pişirilmiş olan dana bonfile eklenir, tel tel hazırlanan çitir patatesler ilave edilerek servis edilir.

BESİN DEĞERLERİ

Karbonhidrat	: 125 gram
Enerji	: 2292 kcal
Protein	: 66,9 gram
Lif	: 16 gram
Toplam Yağ	: 167,7 gram
Tuz	: 15, 8 gram





Yukarıdaki resimde yer alan yemek sağlıklı bir yemektir. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Yukarıdaki resimde yer alan yemek lezzetli bir yemektir. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Yukarıda resmi yer alan yemek için tüketim niyetinizle ilgili aşağıda yer alan ifadeleri yanıtlamanız istenmektedir.

Senaryo kapsamında düşünerek aşağıda sunulan önermelerin her birinin durumunuza ne kadar uyduğunu size en yakın gelen seçeneği işaretleyerek belirtiniz. Soruların doğru-yanlış cevabı yoktur.

1:Kesinlikle Katılmıyorum, 2:Katılmıyorum, 3:Orta Derecede Katılıyorum, 4:Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum.

Resimdekine benzer bir yemeği yakın gelecekte tüketmek isterim. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Resimdekine benzer bir yemeği yakın gelecekte tüketmeye niyetliyim. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Gündelik hayatınızda bir restoranda sağlıklı yemek seçebilme konusunda öznel  
bilginizi aşağıdaki ölçek ile değerlendirme yapmanız istenmektedir.

Öznel bilgiyle ilgili değerlendirmenizi her soruda verilen derecelendirmeyi dikkate alarak yanıtlayınız.

Sizce restoranlarda sağlıklı menü öğelerini seçmek ne derece zordur? *

	1	2	3	4	5	
1: Çok zor	☐	☐	☐	☐	☐	5: Çok kolay

İsteddiğinizde restoranlarda sağlıklı bir öğün yiyebileceğinizden ne kadar eminsiniz? *

	1	2	3	4	5	
1: Hiç Emin Değilim	☐	☐	☐	☐	☐	5: Çok Eminim

Restoranlarda sağlıklı menü öğelerini yemeye karar vermek benim sorumluluğumdur. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Restoranlarda sağlıklı bir öğün yemenin ne ölçüde kendinize bağlı olduğunu düşünüyorsunuz? *

	1	2	3	4	5	
1: Hiç yok	☐	☐	☐	☐	☐	5: Tamamen

Fiyatı ve bulunabilirliği dikkate aldığımda, restoranlarda sağlıklı menü öğelerini yiyip yememenin bana bağlı olduğunu düşünüyorum. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Restoranlarda sağlıklı bir öğün yeme konusunda ne kadar kontrolünüz olduğunu düşünüyorsunuz? *

	1	2	3	4	5	
1: Hiç Yok	☐	☐	☐	☐	☐	5: Tamamen

Aşağıda sizden lezzete ilişkin tutumunuza yönelik değerlendirmeler yapmanız istenmektedir. ✕ :

Bu kapsamda aşağıda sunulan önermelerin her birinin durumunuza ne kadar uyduğunu size en yakın gelen seçeneği işaretleyerek belirtiniz. Soruların doğru-yanlış cevabı yoktur.

1:Kesinlikle Katılmıyorum, 2:Katılmıyorum, 3:Orta Derecede Katılıyorum, 4:Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum.

Yemeğin görünümü benim için önemlidir. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Yemek yerken yemeğin tadını çıkarmaya odaklanırım. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Yemeğin her zaman için keyif kaynağı olması gerektiğine inanırım. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Hafta sonu olduğu kadar hafta içi de lezzetli yemekler yemek benim için önemlidir. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Hafta sonlarımın vazgeçilmez bir parçası lezzetli yemekler yemektir. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Aşağıda sizden yiyeceğin yaşamınızdaki önemine ilişkin değerlendirmeler yapmanız istenmektedir.



Bu kapsamda aşağıda sunulan önermelerin her birinin durumunuza ne kadar uyduğunu size en yakın gelen seçeneği işaretleyerek belirtiniz. Soruların doğru-yanlış cevabı yoktur.

1:Kesinlikle Katılmıyorum, 2:Katılmıyorum, 3:Orta Derecede Katılıyorum, 4:Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum.

Sadece lezzetli yemekleri severim. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Yeme-içme benim için sürekli bir mutluluk kaynağıdır. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Ne yiyeceğime ve içeceğime ilişkin kararlar benim için çok önemlidir. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Yiyecek ve içecek hayatımın önemli bir parçasıdır. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Sosyal hayatımın önemli bir parçası yemek yemekdir. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Aşağıda sizden sağlık bilincinize yönelik değerlendirmeler yapmanız istenmektedir.



Bu kapsamda aşağıda sunulan önermelerin her birinin durumunuza ne kadar uyduğunu size en yakın gelen seçeneği işaretleyerek belirtiniz. Soruların doğru-yanlış cevabı yoktur.

1:Kesinlikle Katılmıyorum, 2:Katılmıyorum, 3:Orta Derecede Katılıyorum, 4:Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum.

Sağlığım konusunda oldukça bilinçli biriyimdir. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Sağlığım konusunda genelde iç sesimi dinlerim. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Sağlığım hakkında çok düşünürüm. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Herhangi bir hastalığa yakalanmadan hayatımı sürdürmek benim için önemlidir. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Sağlığım hakkında sürekli endişe duyarım. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Sağlığım, kendime ne kadar iyi baktığıma bağlıdır. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Mümkün olan en sağlıklı şekilde hayatımı sürdürmek benim için önemlidir. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Gün içerisinde fiziksel anlamda nasıl hissettiğime dikkat ederim. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Sağlığım ile ilgili sorumluluk almaktan kaçınmam. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Sadece hastalandığımda sağlığımdan endişe ederim. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Sağlıklı olabilmek için üzerime düşeni yaparım. *

	1	2	3	4	5	
1: Kesinlikle Katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	5: Kesinlikle Katılıyorum

Demografik Niteliklere İlişkin Sorular



Aşağıda çalışma için gerekli olan demografik bilgileriniz yer almaktadır.

Cinsiyetiniz *

- ☐ Kadın
- ☐ Erkek

Yaşınız *

- ☐ 18-29
- ☐ 30-39
- ☐ 40-49
- ☐ 50 ve üstü

Eğitim Durumunuz *

- ☐ İlk ve orta öğretim
- ☐ Lise
- ☐ Lisans
- ☐ Lisans Üstü

Gelir Durumunuz *

- ☐ 7.500 TL- 9.500 TL arası
- ☐ 9.501 TL- 11.500 TL arası
- ☐ 11.501 TL ve üzeri

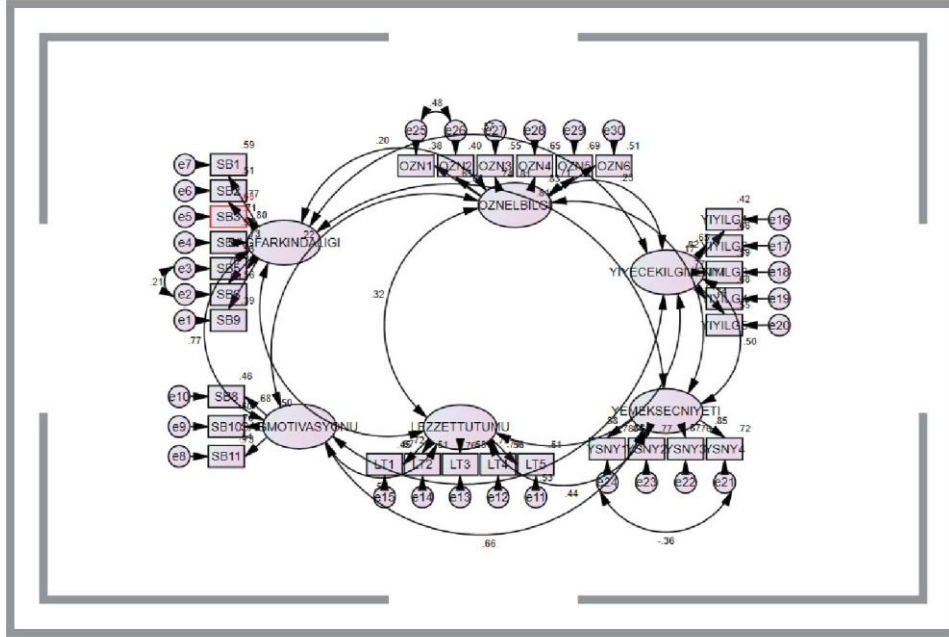
Ne sıklıkla dışarıda yemek yiyorsunuz? *

- ☐ Haftada 1 kez
- ☐ Haftada 2-3 kez
- ☐ Ayda 1-3 kez

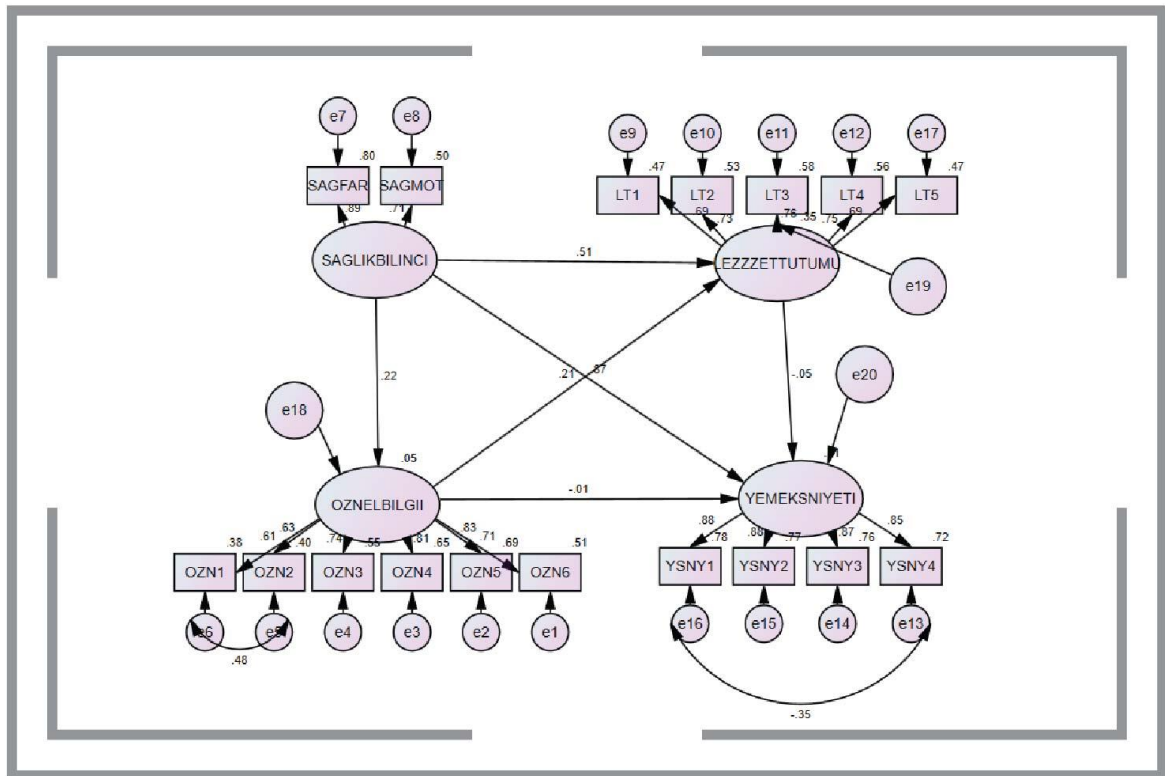
Herhangi bir yiyeceğe karşı kronik rahatsızlığınız var mı? *

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

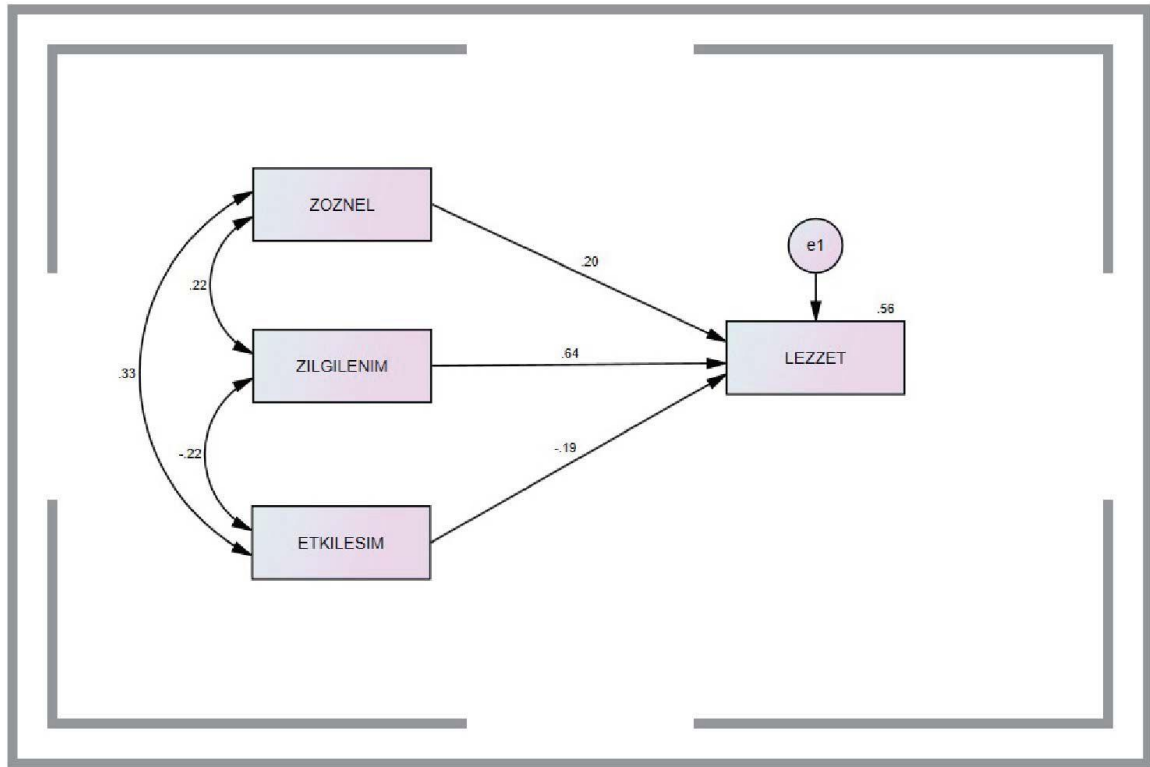
Ek 5: Birinci Ampirik Araştırmanın Ölçüm Modelinin (DFA) İstatiksel Analiz Program Çıktısı



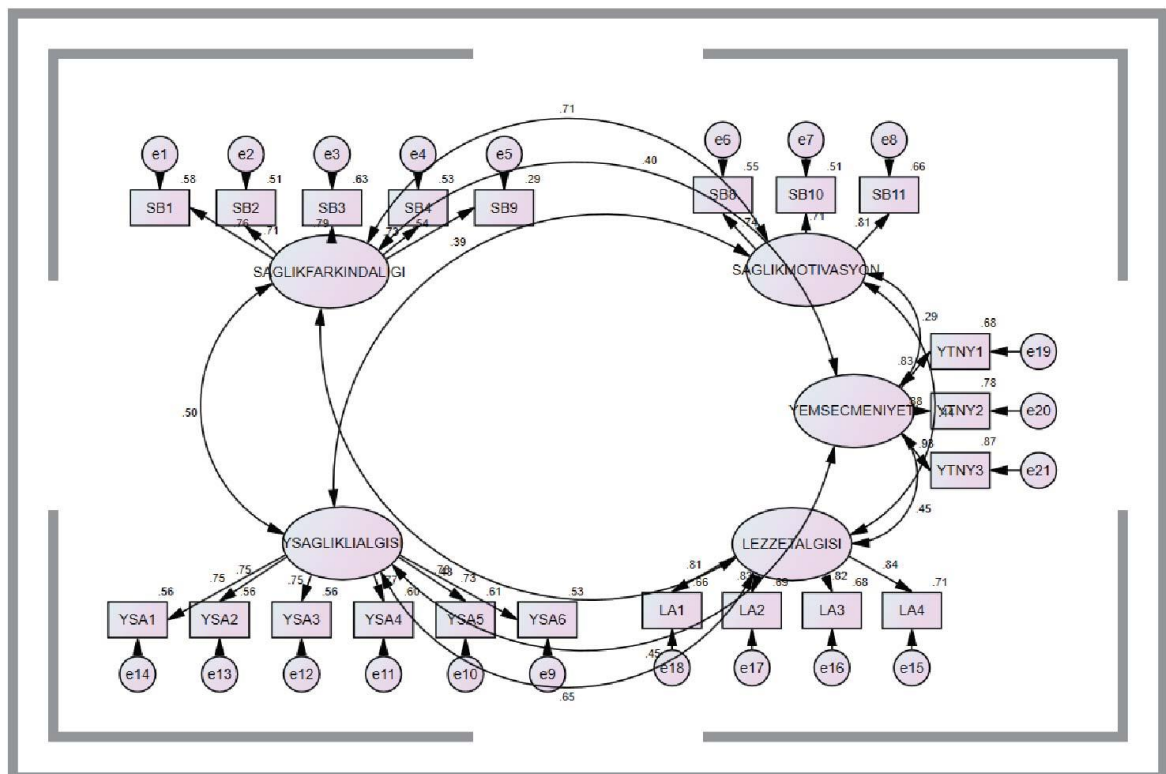
Ek 6: Birinci Ampirik Araştırmanın Yapısal Modelinin İstatiksel Analiz Program Çıktısı



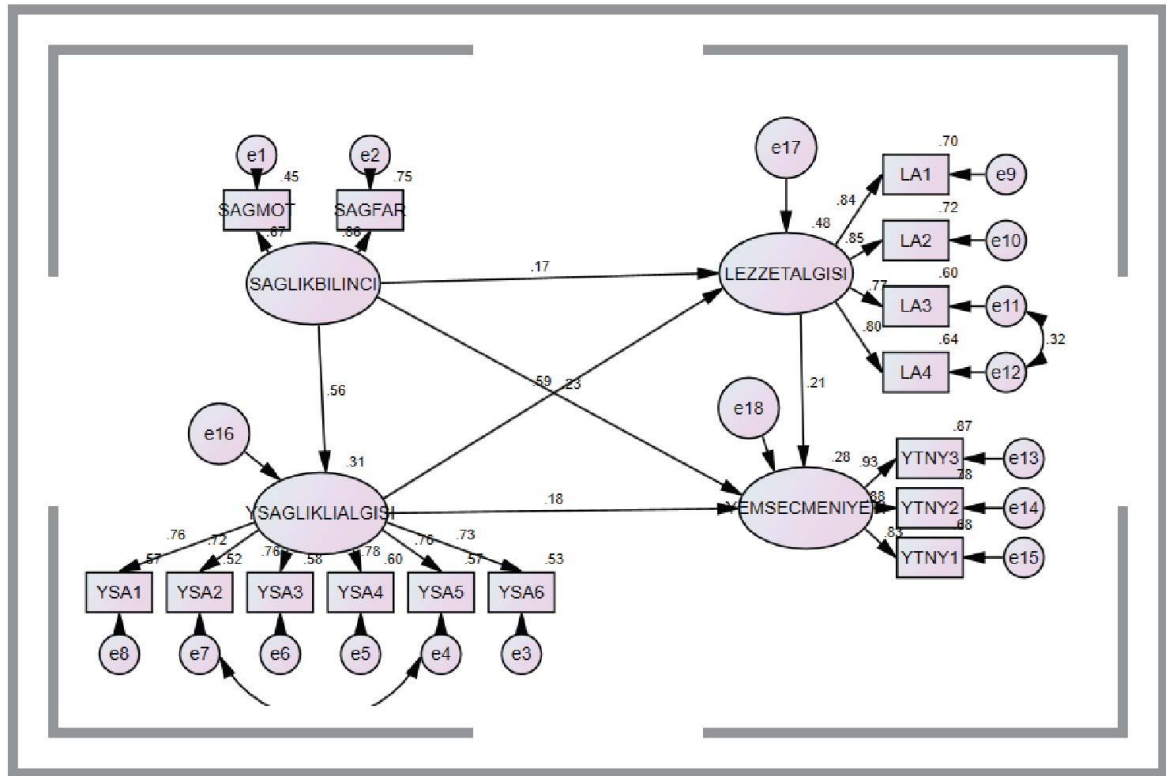
Ek 7: Birinci Ampirik Araştırma İçin Düzenleyici Değişken Analiz Program Çıktısı



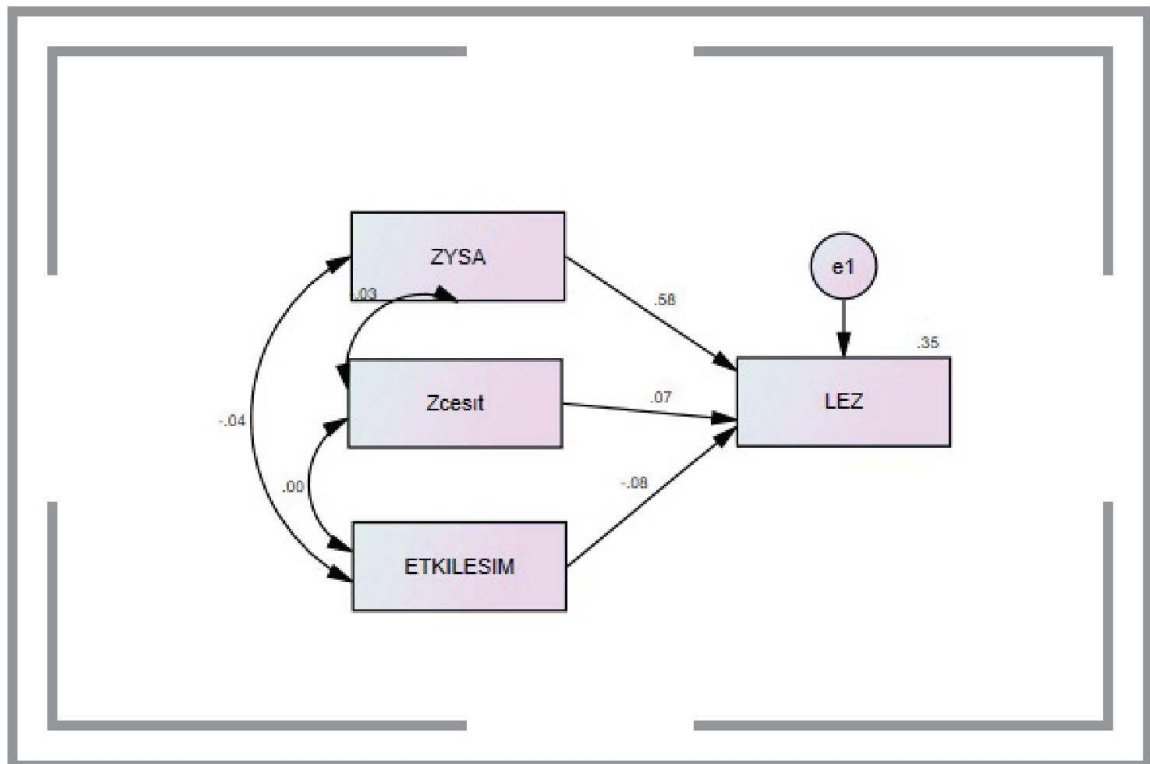
Ek 8: İkinci Ampirik Araştırmanın Ölçüm Modelinin (DFA) İstatiksel Analiz Program Çıktısı



Ek 9: İkinci Ampirik Araştırmanın Yapısal Modelinin İstatistiksel Analiz Program Çıktısı



Ek 10: İkinci Ampirik Araştırma İçin Düzenleyici Değişken Analizi



ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı:	Gül Damla KILIÇ
EĞİTİM DURUMU	
Lisans:	Akdeniz Üniversitesi /Mühendislik Fakültesi /Gıda Mühendisliği, 2012
Lisans:	Anadolu Üniversitesi/ İşletme Fakültesi/ İşletme, 2015
Yüksek Lisans:	Akdeniz Üniversitesi /Sosyal Bilimler Enstitüsü /Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik, 2017
Tez Konusu:	Turistlerin Her Şey Dahil Otellerde Yerel Yiyecek Tüketim Davranışları: Antalya'da Bir Araştırma
BİLİMSEL FAALİYETLER	
- Yağmur, Y., Demirel, A. ve Kılıç, G.D. (2023). Top quality hotel managers' perspectives on smart technologies: an exploratory study. <i>Journal of Hospitality and Tourism Insights</i>. - Erdem, Ö., Kılıç, G.D., Arman, A. ve Mutlu, Ç. (2022). Sales Increasing Strategies Based on Menu Item Performance: Case of a Luxury Restaurant. <i>International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences</i> - Kılıç, G.D., ve Özdemir, B. (2022). Impact of Neophobia and Liminoid Tendencies on Tourists' Food Consumption Behaviors in All-Inclusive Hotels: A Study in Antalya. <i>Journal of Culinary Science & Technology</i> - Gün, S., ve Kılıç, G.D. (2024). Şeflerin Yerel Yiyeceğe İlişkin Davranışlarının İncelenmesi. <i>Journal of Tourism and Gastronomy Studies</i>, 1(12):147-167. - Gün, S., ve Kılıç, G.D.(2023). Üniversite Öğrencilerinin Yiyecek Tüketim Alışkanlıkları Üzerinde Beslenme Bilgisinin Etkisi: Siirt Üniversitesi Örneği. <i>Journal of Gastronomy Hospitality and Travel</i>, - Gün, S., ve Kılıç, G.D. (2022). Restoranlarda Tüketicilerin Menü Etiket Bilgileri Kullanımının Sağlık İnanç Modeli Bağlamında İncelenmesi. <i>Journal of Gastronomy Hospitality and Travel (joghat)</i> - Gün, S., ve Kılıç, G.D. (2022). Eko Gastronomi ve Sürdürülebilir Gastronomi. <i>Journal Of Tourism And Gastronomy Studies</i>. - Gün, S., ve Kılıç, G.D. (2022). Destinasyon imajı, bütünsel imaj ve kişisel normatif inançların tekrar ziyaret niyetine etkisi: Siirt ili örneği. <i>Business & Management Studies: An International Journal</i>. - Gün, S., ve Kılıç, G.D. (2022). Organik Gıda Pazarlamasının Bibliyometrik Analizi. <i>Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel</i>. - Gün, S., ve Kılıç, G.D. (2021). Pazarlama Yöntemlerinin Rekreasyon Bağlamında Değerlendirilmesi: Kavramsal Çalışma. <i>Journal Of Academic Social Resources</i> - Gün, S., ve Kılıç, G.D. (2021). Siirt'te Yaşayan Yerel Halkın Turizm Kavramına İlişkin Algılarının Metaforlar Yardımıyla İncelenmesi, <i>Turkish Tourism Research Journal</i>.	
Ulusal/Uluslararası Kitaplar veya Kitaplardaki Bölümler	
- Kılıç, G.D. (2023).Bira. Yılmaz, G. (Ed.). Tarihsel, Kültürel ve Turizm Boyutuyla İçecekler. Detay Yayıncılık - Kılıç, G.D. (2022). Farabi. Demirel A., & Yenal, Y. (Ed)., Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Anadolu Düşünürleri. Nobel Yayın Evi	

- Kılıç, G.D. (2021). *Restoran İşletmelerinin Yöresel Gıda Kullanımındaki Rolü*, Küçüktopuzlu, K. (Ed)., Tüm Yönleriyle Gastronomi, Son Çağ Akademi
- Kılıç, G.D. (2021). *Sokak Yemeklerinin Pazarlanması*. Gözen, E. (Ed)., Turizmde Yönetim ve Pazarlama Çalışmaları, Çizgi Yayınevi.

Uluslararası Kongre ve Konferanslar

- Gün, S., ve Kılıç, G.D (2023). Restoranlarda Hizmet Hataları ve Telafi Stratejileri. XIV INTERNATIONAL SCIENTIFIC RESEARCH CONGRESS Held Online And İn-Person On September 14-15, 2023 / Naples, Italy With An Oral Presentation Entitled
- Gün, S., ve Kılıç, G.D (2023). *Gastronomik Kimlik, Gastronomik Motivasyon ve Deneyim İlişkisi*. 3rd International ACHARAKA Congress on Humanities and Social Sciences
- Gün, S., ve Kılıç, G.D (2022). *Evaluation of Geographically Indicated Products in the Context of the Concept of Gastrodiplomacy*. 8 rd.International Mardin Artuklu Scientific Researches Conference
- Gün, S., ve Kılıç, G.D (2021). *Bibliometric Analysis of Studies on Street Food*. International Arslantepe Scientific Research Congress 18 - 19 September 2021 / Malatya
- Gün, S., ve Kılıç, G.D (2021). *Innovation Studies in Restaurants from a Marketing Perspective*. 3rd International Palandoken Scientific Studies Congress

İŞ DENEYİMİ

- Siirt Üniversitesi- Öğretim Görevlisi, 2021- Devam Ediyor
- Silence Beach Resort Otel- Kalite Müdürü (2018-2021)
- World Of Sunrise Otel Grubu- Kalite Müdürü (2017-2018)
- Mardan Palace Otel- Kalite Şefi -İş Güvenliği Uzmanı (2011-2017)

SERTİFİKALAR

- Pastacılık Ustalık Eğitimi, Gebze Teknik Üniversitesi, 2022
 - Usta Öğretici, MEB, 2022
 - C sınıfı İş Güvenliği Uzmanı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, 2012
 - Smart Pls Eğitimi, 2022
 - Lisrel Kullanım Eğitimi (Yapısal Eşitlik Modellemesi ve Doğrulamalı Faktör Analizi)
 - Açıklayıcı ve Doğrulamalı Faktör Analizi (Teoriden Pratiğe)
 - AMOS ile Gelişmiş Yapısal Eşitlik Modelleme (SEM) Uygulamaları Eğitimi, 2022
 - AMOS ile Yapısal Eşitlik Modelleme Eğitimi, 2022
 - Temel Jamovi Eğitimi
 - İleri Düzey Meta Analizi ve CMA Yazılımı Eğitimi, 2022
 - TSE ISO-22000: 2015 Gıda Güvenliği Sertifikası
 - TSE ISO 9001: 2015 Kalite Yönetim Sistemleri Sertifikası
 - TSE ISO 14001: 2015 Çevre Yönetim Sistemi Sertifikası
 - TSE ISO 18001 İş Sağlığı ve Güvenliği Sertifikası
 - ISO 9001: 2015 Baş Denetçi Sertifikası (TSE)
-