



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2019, 3(4): 1608-1630.

DOI: [10.26677/TR1010.2019.261](https://doi.org/10.26677/TR1010.2019.261)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Restoranda Yeme İçme Tercihinde Grup Etkisi*

Öykü ÇÖKER, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale, e-posta: oykuckr@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9801-3349>

Dr. Öğr. Üyesi Serdar SÜNNETÇİOĞLU, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Çanakkale, e-posta: serdarsunnetcioglu@comu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0244-5874>

Öz

Tüketim kişiden kişiye ve üründen ürüne farklılaşan bir süreçtir. Tüketme eylemi temel olarak bitirmek anlamına gelmekte, iktisadi olarak düşünüldüğünde ise ihtiyacı sonlandırmayı ifade etmektedir. Bu doğrultuda özellikle son iki yüz yılda gerçekleşen yemek tüketimindeki farklılaşma göz önüne alındığında, yemek yeme ihtiyacının nasıl oluştuğu ve nelerden etkilendiğinin belirlenmesi sağlık, iktisat, pazarlama, antropoloji ve turizm başta olmak üzere pek çok disiplin için önem arz etmektedir. Bu kapsamda bu çalışmada yemek yemenin doğası ve modern bir alışkanlık olarak evden uzakta yemek tüketiminin nasıl gerçekleştiği anlaşılmasına çalışılmıştır. Ayrıca spesifik olarak tüketim davranışının oluşmasında önemli bir etken olarak kabul edilen “sosyal grupların”, hangilerinin yemek seçimi üzerinde etkisi olduğu ve bu etkinin tüketici grupları arasında farklılık gösterip göstermediği belirlenmiştir.

* Bu çalışma “Restoranda Yeme İçme Tercihinde Grup Etkisi” adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dışarıda Yeme İçme Olgusu, Yiyecek İçecek İşletmeciliği, Yemek Seçimi, Sosyal Etki, Grup Etkisi.

Makale Gönderme Tarihi: 18.08.2019

Makale Kabul Tarihi: 06.10.2019

Önerilen Atıf:

Çöker, Ö. ve Sünnetçioğlu, S. (2019). Restoranda Yeme İçme Tercihinde Grup Etkisi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4): 1608-1630.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

Group Effect on Food and Beverage Preference in Restaurant

Öykü ÇÖKER, Çanakkale Onsekiz Mart University, Social Sciences Institute, Çanakkale, e-mail: oykuckr@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9801-3349>

Assistant Prof. Dr. Serdar SÜNNETÇİOĞLU, Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Tourism, Çanakkale, e-mail: serdarsunnetcioglu@comu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0244-5874>

Abstract

Consumption represents a process that differs from person to person and from product to product. The act of depletion basically means ending, and when considered economically, it means ending the need. In this respect, especially considering the differentiation in food consumption in the last two hundred years, determining how the need to eat occurs and what is affected by it is important for many disciplines, especially health, economics, marketing, anthropology and tourism. In this context, the nature of eating and how it is consumed away from home as a modern habit have been tried to be understood. In addition, specifically, it was determined that social groups, which are considered as an important factor in the formation of consumption behavior, have an effect on food choice and whether this effect differs between consumer groups.

Keywords: Eating Out, Food and Beverage Management, Food Choice, Social Impact, Group Influence.

Received: 18.08.2019

Accepted: 06.10.2019

Suggested Citation:

Çöker, Ö. and Sunnetçioğlu, S. (2019). Group Effect on Food and Beverage Preference in Restaurant, *Journal of Turkish Tourism Research*, 3(4): 1608-1630.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.