

Üniversite Öğrencilerinin Fast-Food Tercih Etme Sebeplerinin Belirlenmesi: Dicle Üniversitesi Örneği*

Determining The Reasons of University Students' Fast Food Preferences: Dicle University Case

Prof. Dr. Said KINGİR

Bartın Üniversitesi
İ.İ.B.F. Fakültesi
E-posta: saidkingir@hotmail.com

Yrd. Doç. Dr. Ayhan KARAKAŞ

Bartın Üniversitesi
İ.İ.B.F. Fakültesi
E-posta: ayhankarakas74@gmail.com

Öğr. Gör. Halil İbrahim ŞENGÜN

Dicle Üniversitesi
İ.İ.B.F. Fakültesi
E-posta: ibrahim.sengun@dicle.edu.tr

Arş. Gör. İbrahim ÇENBERLİTAŞ

Dicle Üniversitesi
İ.İ.B.F. Fakültesi
E-posta: ibrahimcemberlitas@gmail.com

Öz

Araştırmanın amacı üniversite öğrencilerinin fast food ürünleri tercih etmelerinde etkili olabilecek değişkenleri önem derecelerine göre saptamak ve demografik değişkenlere göre farklılık olup olmadığını ortaya koymaktır. Çalışmanın amacına yönelik değerlendirmelerin doğru bir şekilde yapılabilmesi için veri toplama aracı olarak anket tekniğine başvurulmuştur. Araştırmanın evrenini Dicle Üniversitesi öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenen 406 öğrenci oluşturmaktadır. Verilerin analizinde demografik özellikler ile ilgili yüzde-frekanslar değerleri alınmış olup, yapılan analizler neticesinde hızlı yiyecek tüketimine etki eden faktörlerin ortalamaları ve standart sapmaları belirlenmiştir. Katılımcı öğrencilerin fast food tüketimlerine etki eden en önemli nedenlerin başında ürün özellikleri, daha sonra hız ve fiyat politikası gelmektedir. Fiziki unsurlar ve işletmenin tanıtım faaliyetleri ile imajı faktörlerinin, kullanılan 6 faktör içerisinde en az öneme sahip 2 faktör olarak nitelendirilmesi mümkündür.

Anahtar Kelimeler: Fast food işletmeleri, Tüketici tercihleri, Dicle Üniversitesi.

Abstract

The aim of the study is to determine variables of university students' preferences of fast food products according to the severity, and to find out if there are differences according to demographic variables. For the purpose of an accurate assessment of the study, as the data collection tool, the survey technique was applied. The research population consists of 406 students of Dicle University. Easy sampling technique was used in the study. In the analysis of data, frequency and percentage values were used for demographic features. In the results of analysis, the average and standard deviation of the factors affecting fast food consumption were determined. The most important reason which effects participant students' fast food consumption is "the product characteristics" and then "the speed" and "the price policy". The factors of "physical elements" and "the image of the company's promotional activities" can be considered as the least important two factors out of six factors used. The results of the study were discussed and recommendations were offered for practitioners.

Keywords: Fast-food companies, consumer preferences, Dicle University.

* Bu çalışma "2nd International Congress of Tourism Management Research-2015 Aydın, Kuşadası" adlı kongrede sözlü olarak sunulmuştur.