

TÜKETİCİLERİN SEÇİLMİŞ BİR GRUP GIDA ÜRÜNÜNÜN İÇERDİĞİ KATKI MADDELERİNİN OLUMSUZ ETKİLERİ KONUSUNDA GÖRÜŞLERİ VE BU ÜRÜNLERDEN SATIN ALMA SIKLIKLARI

Beşir KOÇ¹

Melike Ceylan²

Özet

Bu çalışmada Van ili kentsel alanında tüketicilerin eğitim durumlarına göre seçilmiş gıda grubundaki ürünlerde katkı maddelerinin sağlık üzerindeki olumsuz etkileri ve söz konusu ürünlerden tüketicilerin satın alma sıklıkları incelenmiştir. Çalışmada kullanılan ana materyal tüketicilerle yapılan yüz yüze anket çalışması oluşturmaktadır. Buna göre, tüketiciler katı yağları, et ürünlerini, dondurulmuş gıdaları, şeker ve şekerli ürünleri, hazır meyve suları-toz içecekleri, gazlı içecekleri ve enerji içeceklerinin insan sağlığını değişik derecelerde olumsuz etkilediğini düşündükleri belirlenmiştir. Konserveler ve süt ürünlerini ise sağlığa az zararlı bulmuşlardır. Tüketicilerin çoğunluğunun, süt ürünlerini sürekli satın alırken, konserveleri, katı yağları, hazır meyve suları-toz içecekleri ve gazlı içecekleri çoğunlukla bazen satın almakta, dondurulmuş gıdalarla enerji içeceklerini asla satın almadıkları belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tüketim, Katkı Maddeleri, Satın Alma Sıklığı, Van

CONSUMER VIEWS AND LEVEL OF PURCHASE ABOUT A SELECTED GROUP OF PRODUCTS CONTAINS INGREDIENTS THAT HAVE NEGATIVE EFFECTS

Abstract

In this study, negative effects of ingredients, on health, in selected food products that are relative to the education level of consumers and purchasing frequency of the product that are selected, are examined in the urban areas of Van. The main material of this study that is used in consumers is the Face-to-Face inquiry method. According to this study, consumers think that solid fats, meat products, frozen products, sugar and products contain sugar, ready made fruit juices, energy drinks and drinks containing gas have negative effects on human health with different levels. Canned food and milk products are less harmful according to the

¹ Dr., Yüzüncü Yıl Üniversitesi, besirkoc@yyu.edu.tr

² Arş. Gör. Yüzüncü Yıl Üniversitesi, melikeceylan@yyu.edu.tr

people in that area. Also in this study, it is examined that most of the consumers usually buy chicken, milk products and sunflower oil, sometimes buy veal and mutton, fish, solid fat, olive oil, ready fruit juices, drinks containing gas, never buy energy drinks and frozen products.

Keywords: Consumption, Ingredients, Food Products Consumption, Van

1. Giriş

Tüketiciler arasında gıda güvenliğine karşı tutumların çeşitli olması nüfus özelliklerine ve sosyo-ekonomik statüye bağlıdır (Wilcock and et all, 2004). Yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren tüketicilerin sosyal, ekonomik ve kişisel özelliklerinde meydana gelen değişimler satın alma davranışlarını (Dölekoğlu, 2003) ve sıklıklarını da etkilemiştir. Bununla birlikte tüketiciler daha da bilinçlenerek sadece doyurma amaçlı değil aynı zamanda dengeli ve sağlıklı beslenmeye giderek daha da önem vermeye başladıkları söylenebilir. Son zamanlarda tüketicilerin göz ardı etmedikleri konuların başında katkı maddeli gıda ürünleri gelmektedir.

Ortalama gelir ve eğitim düzeyinin yükselmesi, kadının çalışma hayatında rol alması sonucu tüketicilerin gıda ürünleri ile ilgili beklentileri değiştirmiştir (Dölekoğlu, 2003). Bu süreçte tüketiciler hem hazır gıdalara yönelmiş hem de bu gıdaların insan sağlığı üzerindeki olumsuz etkilerinden kaçınmak istemektedir. Bu durum tüketici-üretici ilişkisinin sağlam kurulması ve gıda güvenliği ile gerekli yasal düzenlemelerin yapılmasını gerektirmektedir.

Gıda katkı maddeleri, işlenmiş gıdaların üretiminde teknolojik işlemlere yardımcı olma, mikrobiyolojik bozulmayı önleme, dayanıklılığı artırma, besleyici değeri koruma, renk, görünüş ve lezzet gibi duyu özellikleri düzeltme gibi değişik amaçlarla kullanılan çeşitli kimyasal maddelerdir (Karakaya, 2007). Böylece, tüketicilerin üzerinde durdukları gıda riskleri temelde besinsel, mikrobiyolojik ve kimyasal riskler olarak toparlanabilir (Unusan, 2005).

Çalışmanın amacı insan sağlığı üzerinde olumsuz etkileri olabileceği düşünülen bazı gıdalar konusunda tüketicilerin bilinç düzeylerini, tutum ve davranışlarını incelemektir.

2. Materyal ve Metot

Çalışma ile elde edilen veriler tüketicilerin eğitim düzeylerine göre gruplandırılmış ve uygun görülen çizelgelerde ki-kare (X^2) analizi yapılmıştır. Çalışmanın tüketici düzeyindeki alan çalışması Van ili kentsel alanında yürütülmüştür. Çalışma alanı olarak Van ilinin belirlenmesinde,

bölgede bu konuda yürütülmüş bilimsel bir çalışmanın bulunmaması etkili olmuştur. Çalışma, tüketicilerin gıda ürünleri bazında gıda güvenliği ve bu konudaki davranışlarını ortaya koymaya yönelik olduğundan anketler tüketicilerle yüz yüze ve rastgele yapılmıştır.

Çalışmada örnek hacmi aşağıdaki formüle göre $n=300$ olarak bulunmuştur (Collins, 1986).

$$n = t^2 [1 + (0,02) * (b-1)] * p * q / e^2$$

$b = 1$ alındığında eşitlik aşağıdaki forma dönüşmektedir:

$$n = (t^2/e)^2 * p * q$$

n : örnekleme hacmi, t : %95 (tablo değeri:1,96), b : Örnekleme aşaması (çalışma tek aşamalı olduğundan 1 olarak alınmıştır), p : İncelenen birimin ana kitle içinde gerçekleşme olasılığı (0,50 alınmıştır), Q : %50 ($q=1-p$),

$$e = \frac{\sqrt{t^2 * p * q}}{n} \quad (\text{Laajimi ve Briz, 1992, aktaran Şengül ve ark. 1998})$$

formülüne göre hesaplanmıştır.

3. Araştırma Bulguları

3.1. Demografik Yapı

Tüketicilerin önemli bir kısmının lise mezunu olduğu belirlenmiştir (%32,33). Lise mezunlarını üniversite mezunları takip etmiştir. Tüketicilerin eğitim düzeyleri yükseldikçe gelir düzeyleri de yükselmiştir. Eğitimsiz grubundan başlayarak düşük eğitim düzeyinden yüksek eğitim düzeyine doğru gidildikçe aile büyüklüğü giderek küçülmüştür (Çizelge, 1).

Çizelge 1. Tüketicilerin Demografik Yapıları

	Eğitim düzeyi					Ort.
	İlkokul	O.okul	Lise	Üniv.	Eğitimsiz	
Yaş -yıl	44.59	39.52	36.84	33.60	43.06	38.25
Nüfus -adet	7.63	7.32	5.60	5.12	7.81	6.20
Gelir -YTL	982,18	1.173,20	1.187,84	1.367,22	596,25	1.160,81
	%					Toplam
Eğitim	23,67	8,33	32,33	30,33	5,33	100,00

3.2. Seçilmiş Bazı Gıdaların İnsan Sağlığı Üzerinde Olası Etkileri Konusunda Tüketicilerin Düşünceleri

Tüketicilerin %24,33'ü konservelerin içerdiği katkı maddelerinin orta derecede zararlı olduğunu düşündükleri belirlenmiştir. Az ve en az zararlı olduğunu düşünenlerin toplamı %40'ın üzerinde gerçekleşmiştir. Bu durum tüketicilerin önemli bir bölümünün konservelerin içerdiği katkı maddelerinin sağlığa zararlı olarak görmedikleri söylenebilir. En çok zararlı bulanlar arasında en yüksek oran ortaokul mezunları ve en az zararlı bulanlar arasında da ise en yüksek oran üniversite mezunları olmuştur. Bunun yanında eğitimsiz olan kesimin %31,25'i konservelerin sağlık üzerine olumsuz etkisinin çok olduğunu düşünmektedir (Çizelge 2). Tüketicilerin konservelerin sağlık üzerindeki olumsuz etkisi konusundaki görüşlerinde eğitim durumunun etkisi bulunmadığı söylenebilir.

Çizelge 2. Tüketicilerin Konservelerdeki Katkı Maddelerinin İnsan Sağlığı Üzerindeki Olası Etkileri Konusundaki Düşünceleri

	Eğitim düzeyi					Ort.
	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite	Eğitimsiz	
En az	23,94	20,00	16,49	24,18	6,25	20,33
Az	30,99	24,00	19,59	17,58	18,75	22,00
Orta	19,72	16,00	30,93	21,98	31,25	24,33
Çok	5,63	12,00	11,34	15,38	31,25	12,33
En çok	19,72	28,00	21,65	20,88	12,50	21,00
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
N	71	25	97	91	16	300

Tüketicilerin %30,00'u gıdalarda kullanılan sıvı ve katı yağlardaki katkı maddelerin sağlık üzerine olumsuz etkisinin orta düzeyde olduğu algısına sahip oldukları belirlenmiştir. Ancak, katı yağların içerdiği katkı maddesinin olumsuz etkisinin çok ve en çok olduğunu düşünen tüketicilerin önemli bir oranı yakaladığı da söylenebilir. Sıvı ve katı yağlardaki katkı maddelerin insan sağlığı üzerine olumsuz etkisinin en az olduğunu düşünenler arasında eğitimsiz grubunda yer alan tüketiciler başı çekmiştir. Bu kesimin sıvı ve katı yağlardaki katkı maddelerini sağlık üzerindeki etkisini önemsemediği söylenebilir. Buna karşın, Üniversite mezunları hariç, eğitim düzeyi arttıkça sıvı ve katı yağların içerdiği katkı maddelerin sağlık üzerinde olumsuz etkisinin en çok olduğunu düşünenlerin oranı giderek artmıştır. Bununla birlikte üniversite mezunlarının sıvı ve katı yağlar konusundaki kaygıları önemsenmeyecek oranda bulunmuştur (%29.67)(Çizelge 3).

Çizelge 3. Tüketicilerin Sıvı ve Katı yağlardaki Katkı Maddelerinin İnsan Sağlığı Üzerindeki Olası Etkileri konusundaki Düşünceleri

	Eğitim düzeyi					Ort.
	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite	Eğitimsiz	
En az	16,90	-	8,25	15,38	25,00	12,67
Az	14,08	8,00	11,34	12,09	6,25	11,67
Orta	35,21	52,00	25,77	26,37	25,00	30,33
Çok	16,90	12,00	21,65	16,48	31,25	18,67
En çok	16,90	28,00	32,99	29,67	12,50	26,67
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
N	71	25	97	91	16	300

Tüketicilerin yarısından fazlası (%56,33) süt ürünlerinin içerdiği katkı maddelerinin sağlık üzerindeki olumsuz etkisinin en az olduğunu düşünmektedir. Bu oran eğitimsiz grubunda en yüksektir. Bu durum tüketicilerin süt ürünlerinin insan sağlığına önemli katkısı bulunduğu gerçeğinden hareketle katkı maddelerini önemsemedikleri söylenebilir. Üniversite mezunları hariç eğitim düzeyi yükseldikçe süt ürünlerinin içerdiği katkı maddelerinin de sağlık üzerinde olumsuz etki yapabileceğini düşünenlerin oranı düşük olmakla birlikte bir yükseliş trendi içinde olduğu söylenebilir. Ancak eğitimsizler grubunda bu düşüncüyü paylaşan tüketicilere hiç rastlanmamıştır (Çizelge 4).

Çizelge 4. Tüketicilerin Süt Ürünlerindeki Katkı Maddelerinin İnsan Sağlığı Üzerindeki Olası Etkileri konusundaki Düşünceleri

Süt Ürünleri	Eğitim düzeyi					Toplam
	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite	Eğitimsiz	
En az	56,34	64,00	47,42	61,54	68,75	56,33
Az	16,90	8,00	24,74	16,48	12,50	18,33
Orta	9,86	16,00	7,22	10,99	18,75	10,33
Çok	5,63	-	5,15	3,30	-	4,00
En çok	11,27	12,00	15,46	7,69	-	11,00
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
N	71	25	97	91	16	300

Hazır et ürünlerinin içerdiği katkı maddelerinin sağlık üzerinde olumsuz etkisinin çok ve en çok olduğunu düşünen tüketiciler, toplamın yarısından fazlasını oluşturdukları söylenebilir. Eğitim düzeyi yükseldikçe söz konusu oran giderek yükselmiştir. Tüketicilerin eğitim düzeyi, et ürünlerinin içerdiği katkı maddelerinin sağlık açısından olumsuz olduğu düşüncelerini etkilediği

belirlenmiştir. Ancak eğitimsiz grubunda yer alan tüketicilerinde aynı kaygıları taşıdıkları söylenebilir (Çizelge 5.)

Belirlenen 0,01 anlamlılık düzeyinde, hesaplanan χ^2 istatistiğinin değeri tablodan bulunan χ^2_k kritik değerden büyük çıktığından H_0 hipotezi red edilmiştir. Buna göre, et ürünlerindeki katkı maddelerinin insan sağlığı üzerindeki olası etkileri konusundaki duyarlık ile tüketicilerin eğitim düzeyleri arasında güçlü bir ilişki bulunmuştur. Başka bir ifade ile tüketicilerin eğitim düzeyleri yükseldikçe et ürünlerindeki katkı maddeleri konusunda duyarlılıkları artmıştır ($\chi^2 > \chi^2_k$).

Çizelge 5. Tüketicilerin Et Ürünlerindeki Katkı Maddelerinin İnsan Sağlığı Üzerindeki Olası Etkileri konusundaki Düşünceleri

	Eğitim düzeyi					Ort.
	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite	Eğitimsiz	
En az						
Az	18,31	16,00	15,46	8,79	6,25	13,67
Orta	12,68	24,00	9,28	2,20	31,25	10,33
Çok	22,54	8,00	23,71	26,37	12,50	22,33
En çok	23,94	32,00	25,77	21,98	18,75	24,33
Toplam	22,54	20,00	25,77	40,66	31,25	29,33
N	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
	71	25	97	91	16	300

Hesaplanan Değer (χ^2)=32,4; kritik değer (χ^2_k)=32,0; H_0 =İlişki Yoktur, H_1 =ilişki vardır

Dondurulmuş gıdaların içerdiği gıda katkı maddelerinin sağlık açısından orta derecede ve çok zararlı olduğunu düşünen tüketicilerin oranı birbirine yakın çıkmıştır. Ancak eğitim düzeyi yükseldikçe dondurulmuş gıdaların içerdiği katkı maddelerini orta düzeyde zararlı bulan tüketicilerin oranı giderek artış göstermiştir. Aynı görüşü paylaşan eğitimsiz grubunda yer alan tüketicilerin oranı da önemsenecek düzeyde olduğu söylenebilir (%25,00) (Çizelge 6).

Çizelge 6. Tüketicilerin Dondurulmuş Gıdalardaki Katkı Maddelerinin İnsan Sağlığı Üzerindeki Olası Etkileri konusundaki Düşünceleri

	Eğitim düzeyi					Ort.
	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite	Eğitimsiz	
En az	23,94	12,00	16,49	17,58	18,75	18,33
Az	19,72	16,00	12,37	9,89	12,50	13,67
Orta	18,31	20,00	25,77	26,37	25,00	23,67
Çok	22,54	32,00	19,59	23,08	25,00	22,67
En çok	15,49	20,00	25,77	23,08	18,75	21,67
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
N	71	25	97	91	16	300

Şeker ve şekerli ürünlerin içerdiği gıda katkı maddelerinin insan sağlığı üzerine olumsuz etkisinin çok ve en çok olduğunu düşünen tüketicilerin oranı önemsenecek düzeyde gerçekleşmiştir. Ancak her eğitim düzeyindeki tüketicilerin bu konudaki kaygıları farklılık göstermiştir. İlkokul ve üniversite mezunları grubunda yer alan tüketiciler orta derecede, ortaokul ve lise mezunları kümesinde yer alan tüketiciler ise yüksek derecede çok zararlı bulmuşlardır. Eğitimsizler kümesinde yer alan tüketiciler ise en yüksek oranla şeker ve şekerli ürünlerin içerdiği katkı maddelerini sağlık açısından olumsuz etkilere sahip olduğunu belirtmişlerdir (Çizelge 7).

Çizelge 7. Şeker ve Şekerli Ürünlerdeki Katkı Maddelerinin İnsan Sağlığı Üzerindeki Olası Etkileri konusunda Tüketici Düşünceleri

	Eğitim düzeyi					Ort.
	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite	Eğitimsiz	
En az	18,31	8,00	14,43	19,78	12,50	16,33
Az	16,90	12,00	10,31	13,19	12,50	13,00
Orta	29,58	20,00	25,77	34,07	37,50	29,33
Çok	21,13	36,00	29,90	21,98	25,00	25,67
En çok	14,08	24,00	19,59	10,99	12,50	15,67
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
N	71	25	97	91	16	300

Tüketicilerin yarıdan fazlası hazır meyve suları ve toz içeceklerin içerdiği gıda katkı maddelerini sağlık üzerinde olumsuz etkilere sahip olduğunu belirtmişlerdir. Söz konusu gıda katkı maddelerinin sağlığa olumsuz etkisinin çok ve en çok olduğunu belirten tüketicilerin oranı eğitim düzeyi yükseldikçe artmıştır. Eğitimsizler grubunda yer alan tüketiciler ise hazır meyve suları ve toz içeceklerinin sahip olduğu gıda katkı maddelerini değişen oranlarda hem orta düzeyde hem de yüksek düzeyde zararlı bulmuşlardır (Çizelge 8).

Belirlenen 0,01 anlamlılık düzeyinde, hesaplanan χ^2 istatistiğinin değeri tablodan bulunan χ^2_{k} kritik değerden büyük çıktığından H_0 hipotezi red edilmiştir. Buna göre, hazır meyve ve toz içeceklerdeki katkı maddelerinin insan sağlığı üzerindeki olası etkileri konusundaki duyarlılık ile tüketicilerin eğitim düzeyleri arasında güçlü bir ilişki bulunmuştur. Başka bir ifade ile tüketicilerin eğitim düzeyleri yükseldikçe hazır meyve ve toz içeceklerdeki katkı maddeleri konusunda duyarlılıkları artmıştır ($\chi^2 > \chi^2_{k}$).

Çizelge 8. Tüketicilerin Hazır Meyve ve Toz İçeceklerdeki Katkı Maddelerinin İnsan Sağlığı Üzerindeki Olası Etkileri konusundaki Düşünceleri

	Eğitim düzeyi					Ort.
	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite	Eğitimsiz	
En az	21,13	16,00	14,43	6,59	25,00	14,33
Az	16,90	16,00	5,15	6,59	12,50	9,67
Orta	22,54	28,00	29,90	19,78	31,25	25,00
Çok	22,54	20,00	24,74	24,18	25,00	23,67
En çok	16,90	20,00	25,77	42,86	6,25	27,33
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
N	71	25	97	91	16	300

Hesaplanan Değer (χ^2)=32,1; kritik değer (χ^2_k)=32,0; H₀, ilişki Yoktur, H₁, ilişki vardır

Gazlı içeceklerin içerdiği gıda katkı maddesini orta derecede ve en yüksek derecede sağlığa zararlı bulan tüketicilerin oranı bütün gruplarda yüksek çıkmıştır. İlkokul grubunda yer alan tüketicilerin önemli bir kısmı, gazlı içeceklerin içerdiği katkı maddelerini orta düzeyde sağlığa olumsuz bulurken, ortaokul, lise ve üniversite gruplarında yer alan tüketicilerin de yine önemli oranda en yüksek derecede olumsuz buldukları belirlenmiştir. Eğitimsizler grubunda yer alan tüketicilerin ise gazlı içeceklerin içerdiği katkı maddelerini çok zararlı buldukları ortaya konulmuştur (Çizelge 9).

Çizelge 9. Tüketicilerin Gazlı İçeceklerdeki Katkı Maddelerinin İnsan Sağlığı Üzerindeki Olası Etkileri Konusundaki Düşünceleri

	Eğitim düzeyi					Ort.
	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite	Eğitimsiz	
En az	9,86	8,00	18,56	10,99	18,75	13,33
Az	16,90	8,00	9,28	10,99	12,50	11,67
Orta	33,80	28,00	22,68	18,68	18,75	24,33
Çok	9,86	24,00	18,56	19,78	31,25	18,00
En çok	29,58	32,00	30,93	39,56	18,75	32,67
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
N	71	25	97	91	16	300

Tüketicilerin %35'i enerji içeceklerinin içerdiği maddelerin sağlığa olumsuz etkisinin "en çok" olduğunu düşündükleri belirlenmiştir. Söz konusu maddelerin insan sağlığı üzerinde çok ve en çok olumsuz etkiye sahip olduğunu düşünen tüketicilerin oranı toplam tüketicilerin yarısından fazla olduğu söylenebilir. Lise ve üniversite grubunda yer alan tüketiciler çoğunlukla enerji içeceklerinin olumsuz etkisinin "en çok", ortaokul

grubunda yer alan tüketicilerin önemli bir kısmında ise söz konusu algının en az düzeyde olduğu belirlenmiştir (Çizelge 10).

Çizelge 10 Tüketicilerin Enerji İçeceklerinin İnsan Sağlığı Üzerindeki Olası Etkileri konusundaki Düşünceleri

	Eğitim düzeyi					Ort.
	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite	Eğitimsiz	
En az	22,54	28,00	20,62	15,38	25,00	20,33
Az	11,27	12,00	11,34	5,49	6,25	9,33
Orta	18,31	16,00	16,49	15,38	31,25	17,33
Çok	14,08	20,00	14,43	21,98	31,25	18,00
En çok	33,80	24,00	37,11	41,76	6,25	35,00
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
N	71	25	97	91	16	300

3.3. Tüketicilerin Aylık Olarak Gıda Ürünlerini Satın Alma Sıklığı

Tüketicilerin %68'i süt ürünlerini sürekli aldıklarını belirtmiştir. Eğitim düzeyi arttıkça süt ürünlerini sürekli alırım diyenlerin oranı da artmıştır. Sürekli alırım diyenler arasında en yüksek oranı % 75.82 ile üniversite mezunu tüketiciler almıştır. Eğitimsiz grubunda yer alan tüketicilerin yarısının süt ürünlerini bazen aldıkları belirlenmiştir. Ancak süt ürünlerini hiç satın almayan tüketicilerin oranı bu grupta diğer gruplara göre daha yüksek gerçekleşmiştir. (Çizelge 11).

Çizelge 11. Tüketicilerin Aylık Süt Ürünleri Satın Alma Sıklığı

Süt ürünleri	Eğitim düzeyi					Ort.
	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniv.	Eğitimsiz	
Sürekli alırım	61,97	64,00	70,10	75,82	43,75	68,00
Bazen alırım	32,39	36,00	24,74	21,98	50,00	28,00
Asla almam	5,63	-	5,15	2,20	6,25	4,00
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
N	71	25	97	91	16	300

Tüketicilerin %47'si konserveleri bazen aldıkları belirlenmiştir. Eğitimsiz, ilkökul ve ortaokul grubundaki tüketicilerin önemli bir kısmı asla konserve almadıkları ve bunların grupları içinde en yüksek oranı oluşturdukları belirlenmiştir. Lise ve üniversite gruplarında yer alan tüketicilerin ise konserveleri bazen aldıkları tespit edilmiştir. Tüketicilerin

gıda ürünleri konusunda taşıdıkları kaygıların satın alma sıklıklarına ve davranışlarına yansıdığı söylenebilir (Çizelge 12).

Çizelge 12. Tüketicilerin Aylık Konserve Satın Alma Sıklığı

	Eğitim düzeyi					Ort.
	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniv.	Eğitimsiz	
Sürekli alırım	12,68	20,00	14,43	14,29	6,25	14,00
Bazen alırım	42,25	32,00	46,39	57,14	37,50	47,00
Asla almam	45,07	48,00	39,18	28,57	56,25	39,00
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
N	71	25	97	91	16	300

Genel ortalamaya göre, tüketicilerin %40,33'ü dondurulmuş ve hazır gıdaları asla almadıkları, %38,33'ü bazen aldıkları belirlenmiştir. Dondurulmuş hazır gıdaları sürekli satın alan gruplar arasında en yüksek orana sahip grup eğitimsiz kümesidir. Ortaokul, lise ve üniversite gruplarında yer alan tüketiciler ise dondurulmuş ve hazır gıdaları yüksek oranda bazen satın aldıkları tespit edilmiştir (Çizelge 13).

Çizelge 13. Tüketicilerin Aylık Dondurulmuş ve Hazır Gıdalar Satın Alma Sıklığı

	Eğitim düzeyi					Ort.
	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniv.	Eğitimsiz	
Sürekli alırım	23,94	20,00	22,68	16,48	31,25	21,33
Bazen alırım	28,17	44,00	41,24	43,96	25,00	38,33
Asla almam	47,89	36,00	36,08	39,56	43,75	40,33
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
N	71	25	97	91	16	300

Genel ortalamaya göre tüketicilerin %37,67'si katı yağları bazen satın almıştır. Eğitim düzeylerinde tüketicilerin katı yağları satın alma davranışları farklılıklar göstermiştir. İlkokul grubunda yer alan tüketicilerin yarısından fazlası katı yağları bazen satın almıştır. Bunun yanı sıra ortaokul mezunu tüketici grubunun yarısına yakını ile eğitimsiz grubunda yer alan tüketicilerin ise sürekli olarak katı yağları satın aldıkları belirlenmiştir. Lise mezunu tüketicilerin önemli bir kısmı katı yağları sürekli ve bazen satın alırken aynı gruptan daha yüksek orandaki bir tüketici grubu da katı yağları asla satın almadıkları tespit edilmiştir. Geliri düşük ve aile nüfusu fazla olan tüketiciler diğer yağlara göre ucuz olan katı yağları daha çok tercih ettikleri söylenebilir(Çizelge 14).

Belirlenen 0.05 anlamlılık düzeyinde, hesaplanan χ^2 istatistiğinin değeri tablodan bulunan χ^2_k kritik değerden büyük çıktığından H_0 hipotezi red edilmiştir. Buna göre, tüketicilerin aylık katı yağlar satın alma sıklığı ile eğitim düzeyleri arasında güçlü bir ilişkinin var olduğu söylenebilir ($\chi^2 > \chi^2_k$).

Çizelge 14. Tüketicilerin Aylık Katı Yağlar Satın Alma Sıklığı

	Eğitim düzeyi					Ort.
	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniv.	Eğitimsiz	
Sürekli alırım	21,13	44,00	29,90	28,57	62,50	30,33
Bazen alırım	50,70	28,00	32,99	39,56	12,50	37,67
Asla almam	28,17	28,00	37,11	31,87	25,00	32,00
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
N	71	25	97	91	16	300

Hesaplanan Değer (χ^2)=17,7; kritik değer (χ^2_k)=15,5; H_0 :İlişki Yoktur. H_1 :İlişki vardır

Genel ortalamaya göre tüketicilerin yarısından fazlası (%62,33) hazır meyve suları ve toz içeceklerini bazen satın aldıkları belirlenmiştir. Bütün eğitim düzeylerinde de bazen satın alan tüketicilerin oranı yüksek çıkmıştır. Eğitimsiz grubunda asla satın almayan tüketicilerin oranı yüksek olmakla birlikte, eğitim düzeyi yükseldikçe hazır meyve suyu ve toz içecekleri asla satın almayan tüketicilerin oranı giderek yükselmiştir (Çizelge 15).

Çizelge 15. Tüketicilerin Aylık Hazır Meyve Suları ve Toz İçecekleri Satın Alma Sıklığı

	Eğitim düzeyi					Ort.
	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniv.	Eğitimsiz	
Sürekli alırım	18,31	8,00	15,46	16,48	18,75	16,00
Bazen alırım	64,79	76,00	62,89	56,04	62,50	62,33
Asla almam	16,90	16,00	21,65	27,47	18,75	21,67
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
N	71	25	97	91	16	300

Genel ortalamaya göre ve bütün eğitim düzeylerinde gazlı içecekleri bazen satın alan tüketicilerin oranı oldukça yüksek çıkmıştır (3/5). İlkokul düzeyinde sürekli satın alma en düşük düzeyinde iken bu oran ortaokul düzeyinde en yüksek fakat bu düzeyden itibaren gelen eğitim düzeylerinde gazlı içecek tüketen tüketicilerin oranında az da olsa düşüşler gerçekleşmiştir. Gazlı içecekleri asla satın almayan tüketicilerin oranı ilkokul düzeyinde en düşük, üniversite düzeyinde ise en yüksek oranda gerçekleşmiştir (Çizelge 16).

Çizelge 16. Tüketicilerin Aylık Gazlı İçecekleri Satın Alma Sıklığı
Eğitim düzeyi

	İlkokul	Ortaokul	Lise	Univ.	Eğitimsiz	Ort.
Sürekli alırım	19,72	24,00	23,71	20,88	18,75	21,67
Bazen alırım	67,61	60,00	60,82	60,44	56,25	62,00
Asla almam	12,68	16,00	15,46	18,68	25,00	16,33
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
N	71	25	97	91	16	300

Bütün eğitim düzeylerinde enerji içeceklerini asla satın almayan tüketicilerin oranı oldukça yüksek gerçekleşmiştir. Enerji içeceğini bazen satın alan tüketicilerin oranı eğitimsiz ve ortaokul düzeyinde en yüksek üniversite düzeyinde ise en düşük olarak hesaplanmıştır. Enerji içeceklerini sürekli satın alan tüketicilerin oranı ilkökul ve lise düzeylerinde en düşük, eğitimsiz ve üniversite düzeylerinde ise yüksek çıkmıştır (Çizelge 17).

Belirlenen 0,1 anlamlılık düzeyinde, hesaplanan χ^2 istatistiğinin değeri tablodan bulunan χ^2_k kritik değerden büyük çıktığından H_0 hipotezi red edilmiştir. Buna göre, tüketicilerin aylık enerji içecekleri satın alma sıklığı ile eğitim düzeyleri arasında güçlü bir ilişkinin var olduğu belirlenmiştir ($\chi^2 > \chi^2_k$).

Çizelge 17. Tüketicilerin Aylık Enerji İçecekleri Satın Alma Sıklığı
Eğitim düzeyi

	İlkokul	Ortaokul	Lise	Univ.	Eğitimsiz	Ort.
Sürekli alırım	4,23	8,00	4,12	7,69	12,50	6,00
Bazen alırım	25,35	36,00	21,65	10,99	37,50	21,33
Asla almam	70,42	56,00	74,23	81,32	50,00	72,67
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
N	71	25	97	91	16	300

Hesaplanan Değer (χ^2)=15,4; kritik değer (χ^2_k)=13,3; H_0 : İlişki Yoktur, H_1 : ilişki vardır

4. Sonuçlar

Tüketicilerin eğitim düzeyleri yükseldikçe gelirleri de yükselmiş ancak aile nüfusları azalma göstermiştir. Tüketicilerin önemli bir kısmı konservelerin ve süt ürünlerinin içerdiği katkı maddelerinden dolayı sağlığa zararlı görmedikleri belirlenmiştir. Görüşülen tüketicilerin 1/3'ü sıvı ve katı yağların insan sağlığı üzerindeki olumsuz etkisinin orta düzeyde olabileceği algısı bulunmaktadır. Ancak tüketiciler hazır et ürünleri, şekerli ürünler, gazlı içecekler, enerji içecekleri ve hazır meyve suları ile toz içeceklerin

içerdiği katkı maddelerinin olumsuz etkilerini, çok ve en çok olarak tanımlamışlardır. Eğitim düzeyi yükseldikçe dondurulmuş gıdaları orta düzeyde sağlığa zararlı bulan tüketicilerin oranı giderek artış göstermiştir. Tüketicilerin %68'i süt ürünlerini sürekli aldıkları ve eğitim düzeyi yükseldikçe bu oranda artışlar gözlenmiştir. Tüketicilerin yaklaşık olarak yarısı konserveleri bazen satın aldıkları belirlenmiştir. Asla konserve almayan tüketiciler, ilkokul mezunu ile her hangi bir eğitim kurumunda okumayanlar çoğunluğu oluşturmuştur. Tüketicilerin 2/5'i dondurulmuş hazır gıdaları asla almadıkları aynı oranda tüketicinin de bazen satın aldıkları belirlenmiştir. Tüketicilerin yaklaşık olarak %72'si ayçiçeği yağını sürekli satın almışlardır. Hazır meyve suları, toz içecekler ve gazlı içecekleri bazen satın alan tüketicilerin oranı bütün eğitim düzeylerinde yüksek bulunmuştur.

Kaynaklar

- Collins, M., (1986). Sampling (Editör: R. Worcester ve ark., 1986) Consumer Market Research Handbook Elsevier Science Publishing Company Inc.
- Karakaya, A.E., (2007). Gıda katkı maddeleri ve gıda kontaminantları. www.turktox.org.tr/gida (Giriş: 28.09.2007)
- Laajami, A., Briz J.E., (1992) Analisis del consume de la carne de ovino en Espana. Revista de Estudios Agro-Sociales, Ministerio De Agricultura, Pesca Y Alimentacion, Espana.
- Şengül, S., Emeksiz, F., Yurdakul, O., (1998). DİE Araştırma Sempozyumu'98 Bildirileri.23-25 Kasım, Ankara.
- Özkaya, İ., (2004). Gıda katkı Maddeleri ve Toksinler, Sağlıkta ve Hastalıkta Beslenme Sempozyum Dizisi no:41-kasım 2004-s.39-44.
- Unusan, N., (2005). Consumer food safety knowledge and practises in the home in Turkey. Food Control, Article in pres.
- Wilcock, A., Pun, M., Khanona, J., Aung, M., (2004). Consumer attitudes, knowledge and behaviour: a review of food safety issues. Trends in Food Science and Technology, 15, 56-66.