



ISSN: 2149-0821

Sosyal Bilimler Dergisi / The Journal of Social Science

Yıl: 5, Sayı: 32, Aralık 2018, s. 337-348

Sibel ŞEFKATLI

Lisans Öğrencisi, Harran Üniversitesi, Gıda Mühendisliği Bölümü,
sibelsefkatli01@gmail.com,

Aslı ÇİÇEK

Lisans Öğrencisi, Harran Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü,
asli63631@gmail.com,

Kader AKSOY

Lisans Öğrencisi, Harran Üniversitesi Gıda Mühendisliği
Bölümü,aksoykader315@gmail.com,

Cana CHADO

Lisans Öğrencisi, Harran Üniversitesi, Çevre Mühendisliği Bölümü,
jana1234567sheddo@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet MİMAN

Harran Üniversitesi Endüstri Mühendisliği, mmiman@harran.edu.tr,

GIDA ÜRÜNLERİ TÜKETİM ALIŞKANLIKLARININ ARAŞTIRILMASI: ŞANLIURFA'DA BİR ÇALIŞMA

Özet

İnsanların yaşam faaliyetlerini sürdürebilmeleri için gıda tüketimi büyük bir öneme sahiptir. Şanlıurfa merkezde (kafe, restoran, balıklı göl çevresi) yapılan tüketicilerin gıdaya yönelik tercih ve eğilimleri doğrultusunda tüketicilerin “Gıda Bilinci ve Tüketim Alışkanlıkları” tutumları araştırılmıştır. Anket uygulamasında seçilen 100 kişinin verdikleri cevaplara göre tüketiciler en az fast food tercih ederken en çok hijyene önem vermektedir. Bu unsurlara demografik özelliklerin etkisi araştırıldığında yaş, öğrenim durumu, medeni hal, çocuk sayısı ve mesleğin fast food kullanımına aylık süt tüketimi ve et ürünü tercihinin hijyenik unsurları önemsemede 0.05 anlamlılık düzeyinde etkili olduğu görülmektedir.

Anahtar Sözcükler: Şanlıurfa, gıda bilinci, demografik özellikler

A RESEARCH ON HABITS OF FOOD CONSUMPTION: A STUDY IN ŞANLIURFA

Abstract

Food consumption has an important place in the sustainment of daily lives of human beings. In this study, consumers' attitudes towards their "food consciousness and consumption habits" were investigated in city center of Şanlıurfa (cafe, restaurants and Balıklı Göl) through their preference and tendency towards food consumption. According to answers of 100 people selected for the survey application, consumers prefer the fast food the least while give the importance of cleanliness the most. When the effects of their demographic characteristics on these two items; age, education level, marital status, number of children, and occupation affect the consumption of fast food while monthly milk consumption and preference of meat type affect the cleanliness factors at the significance level of 0.05.

Abstract: Şanlıurfa, food consciousness, demographic characteristics

1.GİRİŞ

Birçok ülkede ekonomik gelişmeyle birlikte gıda tüketim alışkanlıkları da değişmiş ve ev dışı gıda tüketimi daha fazla tercih edilmiştir (Akbay ve Boz, 2005, 122-131). Türkiye'de de kadınların iş hayatına girmesi, zamanın büyük bir bölümünü işte geçirmesi, aile gelirinin artması, fast food restoranlardaki sayıların hızlı artışı gibi faktörler nedeniyle kısa sürede hazırlanan ya da hazır tüketilen yiyecekler günümüz toplumlarında önem kazanmaktadır (Jekanowski vd., 1997,13-16). Düşük ve orta gelirli tüketiciler organik gıda ürünlerdeki fiyatların yüksek olması nedeniyle organik marketler dışındaki yerleri tercih etmektedir. Türkiye'de en hızlı büyüyen organik gıda tüketici grubunu ise küçük çocuğu olan aileler oluşturmaktadır (Aydın, 2011, 85). Şanlıurfa merkezde yapılan ankette ise çocuk sayısının fazla oluşu maddi gelirin ise az olması nedeniyle organik ürün tercihinin daha az olduğu gözlemlenmiştir. Türkiye'de organik gıda tüketiminin azalmasıyla dondurulmuş gıdaların artışı gözlenip (Yatağan, F, 2015, 77-84), bu durumun Şanlıurfa şehir merkezinde bulunan tüketicilerin tercihleri sonucuna bakılınca etki etmediği saptanmıştır. Ayrıca gıdaların son kullanma tarihi tüketiciler tarafından kontrol edilip alındığı anket sürecinde belirtilmiştir.

Süt ve süt ürünleri günlük hayatta ihtiyaç duyulan en önemli besin maddelerinin başında gelir bunu et, mısır, yağ vb. takip etmektedir. Şanlıurfa ilinde tercih edilen süt tüketimi miktarı 5lt den fazla olduğu gözlemlenmiştir. Et ve et ürünleri baz alındığında gerek aylık gelir gerekse istek doğrultusunda en fazla koyun etinin tercih edildiği anlaşılmaktadır. Mısır türü tercihinin bakıldığında ise Şanlıurfa merkezde yaklaşık her köşe başında bulunan mısır ürünleri satıcıları bulunduğu en çok koçan ve bardakta mısır kullanıldığı görülmektedir. Yapılan Ankette Yağ tercihinin bakıldığında en fazla Ayçiçek yağı tercih edilmiş fakat zeytin yağının da Ayçiçek yağı ile büyük oranda rekabete girdiği gözlemlenmiştir. Bunun nedeni ise zeytin yağının rafine edilmeyen tek yağ olmasından kaynaklanmaktadır.

GDO (Genetiği Değiştirilmiş Organizma), gen tekniği kullanılarak doğal yollardan elde edilmesi mümkün olmayan ve yeni, farklı özellikler kazandırılmış organizmalar için kullanılan

bir kavramdır (Pamuk, Ş, 2010, 91-100). Şanlıurfa merkez ilinde yapılan ankete göre belli bir kesim tüketicilerin GDO'suz ürünleri kullanmadıkları ve buna dikkat edildiği analiz verilerine bakıldığında da anlaşılmaktadır. Gıda katkı maddeleri, depolanma sırasında gıda maddesinin tat, koku, görünüş, yapı ve diğer nitelikleri korumak, düzeltmek veya istenmeyen değişikliklere engel olmak amacıyla kullanılması izin verilen maddelerdir. Bu doğrultuda analizlere bakıldığında tüketicilerin bir kısmı bu duruma dikkat ederken diğer bir kısmının da buna hiç dikkat etmedikleri ve bu oranların eşit olduğu da aşağıdaki veri ve analizlere bakıldığında görülmektedir.

Bu çalışmayı motive edici çalışmalar literatürde çeşitli çalışma grupları ile gerçekleştirilmiştir (liseler-İkikat Tümer, 2018, 1-6; çocuklarla-Akbay ve Jones, 2005, 621-631). Bu çalışmada genel olarak Şanlıurfa ilinde çeşitli yaş gruplarının katılımı ile gıda tüketim davranışlarının özelliklerini belirlemeye yönelik gerçekleştirilmiştir.

2.ÇALIŞMA MODELİ VE YÖNTEM

Çalışmada Şanlıurfa'da ikamet eden insanların gıda tüketim davranışlarını değerlendirmek üzere 5-li Likert tipi 9 madde yüz yüze anket uygulama tekniği ile uygun örnekleme ile seçilen 100 kişiye uygulanmış verilen cevaplar açıklayıcı ve keşfedici olarak betimsel bir biçimde değerlendirildiği gibi tüketicilerin en çok takındıkları tutum ile en az takındıkları tutumlara demografik özelliklerinin etkisi Ki-Kare testleri ile araştırılmıştır. Hipotez testlerinde anlamlılık seviyesi 0,05 kabul edilmiş olup, bütün istatistiksel analizler SPSS v22.0 programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

3.ANALİZ VE BULGULAR

Bu bölümde çalışma örnekleminin demografik özellikleri ile Likert tipi sorulara verilen cevapların madde analizleri ve demografik özelliklerin bunlara etkisine yönelik elde edilmiş bulgular yer almaktadır.

3.1.Demografik Özellikler

Çalışmamızda Tüketici-Gıda tercihlerini değerlendirmeye yönelik araştırılan ölçekler Şanlıurfa da yaşayan toplam 100 kişiye uygulanmış ve araştırmaya katılanların kişisel özellikleri ile gıda tüketimi özellikleri sırasıyla Tablo 1 ve Tablo 2 de betimsel olarak belirtilmiştir.

Tablo 1: Gıda Tüketimi ile İlgili Demografik Faktörlerin Betimleyici İstatistikleri

Demografik Değişkenler		Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Cinsiyet	Kadın	54	54	54
	Erkek	46	46	100
Yaş	20 ve aşağı	24	24	24
	21-30	37	37	61
	31-40	24	24	85
	41 ve üzeri	15	15	100
Aylık Gelir	1-1000 TL	38	38	38
	1001-2000 TL	25	25	63

	2001-3000 TL	15	15	78
	3001-4000 TL	15	15	93
	4001 TL ve üzeri	7	7	100
Öğrenim Durumu	Okur-yazar	7	7	7
	İlkokul-Ortaokul	29	29	36
	Lise	22	22	58
	Ön lisans	9	9	67
	Lisans ve üzeri	33	33	100
Medeni Hal	Evli	54	54	54
	Bekâr	46	46	100
Çocuk Sayısı	0	56	56	56
	1-2	13	13	69
	3-üzeri	31	31	100
Meslek	Öğrenci	26	26	26
	İşçi	27	27	53
	Memur	12	12	65
	Diğer	35	35	100

Yapılan gıda tüketim anketinin demografik özelliklerine göre anketin uygulandığı belli kesimin %46'sı erkek bireylerden oluşurken %54'ü ise kadın bireylerden oluşmaktadır. Bu bireylerin %54 evli iken %46'sının ise bekârdır. Genel olarak çocuk sayısı verilerine bakıldığında %56 değerle 0 çocuğa sahip bireylerin olduğu görülmektedir. Anketin uygulandığı yaş aralığı en fazla olan bireyler 21-30 yaş aralığındadır (%37). Ankete katılan bireylerin aylık gelir durumları %38 değerle en fazla 1-1000 TL gelire sahiptirler. Katılımcıların öğrenim durumuna bakıldığında en fazla %33 değerle lisans ve üzeri iken en az %7 değerle okuryazar olduğu tabloda görülmektedir. Tablo-1 deki verilere göre en fazla meslek grubuna sahip bireylerin diğer kategorisinde %35 değerle toplandığı belirtilmektedir.

Tablo 2: Gıda Tüketimi ile İlgili Demografik Faktörlerin Betimleyici İstatistikleri

Demografik Değişkenler		Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Aylık Gıda Harcaması	0-200 TL	20	20	20
	201-400 TL	16	16	36
	401-600 TL	25	25	61
	601-800 TL	15	15	76
	801 TL ve üzeri	24	24	100
Gıda Alım Faktörü	Fiyat	33	33	33
	Kalite	46	46	79
	Hijyen	10	10	89
	Marka-Diğer	11	11	100

Sıvı Yağ Tercih	Ayçiçeği	49	49	49
	Zeytinyağı	45	45	94
	Mısırözü-diğer	6	6	100
Aylık Süt Tüketim Miktarı	5 lt'den fazla	45	45	45
	3-5 lt	14	14	14
	2-3 lt	7	7	7
	1-2 lt	11	11	11
	1 lt-aşağı	8	8	8
	Hiç-bilmiyorum	15	15	15
Mısır Türü Tercih	Bardakta	31	31	31
	Közde	8	8	39
	Patlamış	13	13	52
	Koçan	33	33	85
	Hiçbiri-	15	15	100
Et Türü Tercih	Balık	6	6	6
	Dana	24	24	30
	Koyun	45	45	75
	Tavuk	18	18	93
	Keçi-İnek-Diğer	7	7	100

Katılımcıların gıda tüketim alışkanlıklarına bakıldığında en fazla ortalama 401 TL-600 TL aylık gıda harcaması yapanlardan (%25,0), gıda alırken kaliteye dikkat edenlerden (%46,0), sıvı yağ olarak ayçiçeği kullananlardan (%49,0), aylık süt tüketimi 5lt fazla olanlardan (%45,0), mısır türü olarak koçan tercih edenlerden (%33,0), et ürünü olarak koyun tüketenlerden (%45,0) oluşmaktadır.

Çalışmada gıda tüketim alışkanlıklarına yönelik katılımcılara yöneltilen 5-li Likert tipi (1:Hiçbir zaman, 2:Nadiren, 3:Bazen, 4:Çoğunlukla, 5:Her zaman) 9 madde Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3: Gıda Ürünleri Tüketim Alışkanlıklarına Yönelik Maddeler

Madde	
No	Açıklaması
M1	Gıda alışverişi yaparken son kullanma tarihlerine bakarım
M2	Gıda alışverişlerinde organik ürünleri tercih ederim.
M3	Gıda ürünlerinin GDO'suz olmasına dikkat ederim.
M4	Aldığım gıdalarda nişasta bazlı glikoz olmamasına dikkat ederim.
M5	Gıdalarda katkı maddelerine dikkat ederim.
M6	Yemeklerde öğün olarak fast food yemeklerini tercih ederim.
M7	Satın aldığım ürünlerin hijyenik şartlarda (ortam, paketleme vb.) olmasına dikkat
M8	Dondurulmuş gıda ürünlerini kullanırım.
M9	İçecek olarak gazlı (soda, kola, gazoz vb.) içecekleri kullanırım.

Yukarıda belirtilen maddelere verilen cevapların dağılımları madde analizi olarak Tablo 4'te verilmektedir.

Tablo 4: Madde Analizi.

Maddeler	Hiçbir Zaman		Nadiren		Bazen		Çoğunlukla		Her Zaman		Ortalama	Standart Sapma
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
M1	17	17	11	11	19	19	16	16	37	37	3,45	1,50
M2	10	10	14	14	26	26	21	21	29	29	3,45	1,31
M3	16	16	16	16	17	17	23	23	28	28	3,31	1,44
M4	36	36	11	11	11	11	17	17	25	25	2,84	1,64
M5	24	24	12	12	26	26	14	14	24	24	3,02	1,48
M6	51	51	11	11	25	25	6	6	7	7	2,07	1,28
M7	3	3	2	2	9	9	21	21	65	65	4,43	0,95
M8	42	42	15	15	33	33	5	5	5	5	2,16	1,17
M9	23	23	13	13	20	20	16	16	28	28	3,13	1,52

Katılımcıların yöneltilen maddelere verilen cevaplar incelendiğinde gıda tüketimi konusunda en çok sergilenen davranış 4,43 ortalama ile M7 (“Satın aldığım ürünlerin hijyenik şartlarda (ortam, paketlenme vb.) olmasına dikkat ederim.) en az sergilenen davranış 2,07 ortalama ile M6 (“Yemeklerde öğün olarak fast food yemeklerini tercih ederim.”) olarak ortaya çıkmıştır. Bu maddelere tüketicilerin demografik özelliklerinin (cinsiyet, yaş, aylık gelir, öğrenim durumu, medeni hal, çocuk sayısı, meslek, aylık gıda harcaması, gıda alım faktörü, sıvı yağ tercihi, aylık süt tüketim miktarı, mısır türü tercihi, et türü tercihi) etkileri Ki-Kare testi ile incelenmiş sonuçlar p-değeri olarak Tablo 5'te gösterilmektedir.

Tablo 5: Demografik Özelliklerin M6 ve M7'ye etkileri

Demografik Faktör	p-value	
	M6	M7
Cinsiyet	0,529 ^b	0,888 ^b
Yaş	0,003 ^{b*}	0,717 ^b
Aylık Gelir	0,362 ^b	0,150 ^b
Öğrenim Durumu	0,034 ^{b*}	0,205 ^b
Medeni Hal	0,003 ^{a*}	0,110 ^b
Cocuk Sayısı	0,001 ^{a*}	0,450 ^b
Meslek	0,001 ^{a*}	0,393 ^b
Aylık Gıda Harcaması	0,278 ^b	0,163 ^b
Gıda Alım Faktörü	0,236 ^b	0,584 ^b
Sıvı Yağ Tercihi	0,892 ^b	0,651 ^b
Aylık Süt Tüketim Miktarı	0,121 ^b	0,002 ^{b*}
Mısır Türü Tercihi	0,570 ^b	0,917 ^b
Et Türü Tercihi	0,679 ^b	0,006 ^{b*}

a:Pearson Ki-Kare ile elde edilmiştir

b:Fisher Kesin Ki-Kare ile elde edilmiştir

* $p < 0.05$, ilişki anlamlı

Demografik özelliklerin en az sıklıkla yapılan gıda tüketime davranışları M6 ifadesine (“Yemeklerde öğün olarak fast food yemeklerini tercih ederim”) verilen cevaplara etkisi incelendiğinde tüketicinin yaşı, öğrenim durumu, medeni hal, çocuk sayısı ve mesleğinin etkili olduğu 0.05 anlamlılık seviyesinde görülmektedir. Etkili faktörlerin detaylı analizleri sırasıyla Tablo 6-12 da gösterilmektedir.

Tablo 6: Yaşın M6 İfadesine Etkisi

Yaş * M6.Yemeklerde öğün olarak fast food yemeklerini tercih ederim. Crosstabulation

			M6.Yemeklerde öğün olarak fast food yemeklerini tercih ederim.					
			Hiç bir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman	Toplam
Yas	20-asağı	Sayı	6	5	6	5	2	24
		%	25,0%	20,8%	25,0%	20,8%	8,3%	100,0%
	21-30	Sayı	16	2	13	1	5	37
		%	43,2%	5,4%	35,1%	2,7%	13,5%	100,0%
	31-40	Sayı	17	3	4	0	0	24
		%	70,8%	12,5%	16,7%	0,0%	0,0%	100,0%
	41 ve üzeri	Sayı	12	1	2	0	0	15
		%	80,0%	6,7%	13,3%	0,0%	0,0%	100,0%
Toplam		Sayı	51	11	25	6	7	100
		%	51,0%	11,0%	25,0%	6,0%	7,0%	100,0%

Yaşın fast food tüketim sıklığına etkisi incelendiğinde tüketicin yaşı arttıkça fastfood tüketme durumunun azaldığı görülmektedir. (Hiçbir zaman fast food tüketmeyenlerin oranı en fazla 41 ve üzeri grupta (%80) yer almaktadır.)

Tablo 7: Öğrenim Durumunun M6 İfadesine Etkisi

ÖğrenimDurumu * M6.Yemeklerde öğün olarak fast food yemeklerini tercih ederim.

Crosstabulation

			M6.Yemeklerde öğün olarak fast food yemeklerini tercih ederim.					
			Hiç bir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman	Toplam
ÖğrenimDurumu	Okur-yazar	Sayı	4	1	1	0	1	7
		%	57,1%	14,3%	14,3%	0,0%	14,3%	100,0%
	İlkokul-ortaokul	Sayı	21	3	2	1	2	29
		%	72,4%	10,3%	6,9%	3,4%	6,9%	100,0%
	Lise	Sayı	13	0	5	2	2	22
		%	59,1%	0,0%	22,7%	9,1%	9,1%	100,0%
	ÖnLisans	Sayı	4	1	3	1	0	9

Gıda Ürünleri Tüketim Alışkanlıklarının Araştırılması: Şanlıurfa'da Bir Çalışma

	%	44,4%	11,1%	33,3%	11,1%	0,0%	100,0%
Lisans ve üzeri	Sayı	9	6	14	2	2	33
	%	27,3%	18,2%	42,4%	6,1%	6,1%	100,0%
Toplam	Sayı	51	11	25	6	7	100
	%	51,0%	11,0%	25,0%	6,0%	7,0%	100,0%

Öğrenim durumu incelendiğinde genel olarak öğrenim seviyesi düştükçe fast food kullanım sıklığı azaldığı görülmektedir. Fast food hiçbir zaman kullanmayanların eğitim seviyeleri bazında en az lise ve üzerinde oran olarak görülmektedir (%27,3). Bu durum eğitim seviyesi yüksek insanlar daha meşgul ve yemek için ayıracak zamanlarının daha az olduğundan kaynaklanıyor olabilir.

Tablo 8: Medeni Hal'in M6 İfadesine Etkisi

MedeniHal * M6.Yemeklerde öğün olarak fast food yemeklerini tercih ederim.

Crosstabulation

		M6.Yemeklerde öğün olarak fast food yemeklerini tercih ederim.					Toplam
		Hiç bir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman	
MedeniHal Evli	Sayı	19	7	16	6	6	54
	%	35,2%	13,0%	29,6%	11,1%	11,1%	100,0%
Bekar	Sayı	32	4	9	0	1	46
	%	69,6%	8,7%	19,6%	0,0%	2,2%	100,0%
Toplam	Sayı	51	11	25	6	7	100
	%	51,0%	11,0%	25,0%	6,0%	7,0%	100,0%

Medeni Hal incelendiğinde genel olarak bekar olma durumu arttıkça fast food kullanımı azaldığı görülmektedir. Fast food kullanımı evli olma durumunda ise artmaktadır. Bu durumda evli olanların daha fazla yoğun olduğu için yemek yapmaya ayıracak zamanlarının daha az olduğundan kaynaklanıyor olabilir.

Tablo 9: Çocuk Sayısının M6 İfadesine Etkisi

CocukSayısı * M6.Yemeklerde öğün olarak fast food yemeklerini tercih ederim.
Crosstabulation

		M6.Yemeklerde öğün olarak fast food yemeklerini tercih ederim.					Toplam
		Hiç bir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman	
CocukSayısı 0	Sayı	18	7	18	6	7	56
	%	32,1%	12,5%	32,1%	10,7%	12,5%	100,0%
1-2	Sayı	8	3	2	0	0	13
	%	61,5%	23,1%	15,4%	0,0%	0,0%	100,0%
3 ve üzeri	Sayı	25	1	5	0	0	31
	%	80,6%	3,2%	16,1%	0,0%	0,0%	100,0%
Toplam	Sayı	51	11	25	6	7	100
	%	51,0%	11,0%	25,0%	6,0%	7,0%	100,0%

Çocuk sayısı incelendiğinde genel olarak çocuk sayısı düşüğe fast food kullanım sıklığı arttığı görülmektedir. Fast food hiçbir zaman kullanmayanların çocuk sayıları bazında en fazla 3 ve üzerinde oran olarak görülmektedir (%80,6). Bu durumda çocuk sayısı fazla olduğu için fast food kullanımına daha çok dikkat ediliyor olabilir.

Tablo 10: Mesleğin M6 İfadesine Etkisi

Meslek * M6.Yemeklerde öğün olarak fast food yemeklerini tercih ederim.
Crosstabulation

		M6.Yemeklerde öğün olarak fast food yemeklerini tercih ederim.					Toplam
		Hiç bir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman	
Meslek Öğrenci	Sayı	5	5	10	5	1	26
	%	19,2%	19,2%	38,5%	19,2%	3,8%	100,0%
İşçi	Sayı	16	2	5	1	3	27
	%	59,3%	7,4%	18,5%	3,7%	11,1%	100,0%
Memur	Sayı	3	2	5	0	2	12
	%	25,0%	16,7%	41,7%	0,0%	16,7%	100,0%
Diğer	Sayı	27	2	5	0	1	35
	%	77,1%	5,7%	14,3%	0,0%	2,9%	100,0%
Toplam	Sayı	51	11	25	6	7	100
	%	51,0%	11,0%	25,0%	6,0%	7,0%	100,0%

Meslek incelendiğinde öğrenci ve memurlarda fast food kullanım sıklığı arttığı görülmektedir. Fastfood hiçbir zaman kullanmayanların çoğu işçi ve diğer meslek grupları olarak görülmektedir.

Tablo 11: Süt Tüketiminin M7 İfadesine Etkisi

Süt Tüketim * M7.Satın aldığım ürünlerin hijyenik şartlarda (ortam, paketlenme vb.) olmasına dikkat ederim. Crosstabulation

		M7.Satın aldığım ürünlerin hijyenik şartlarda (ortam, paketlenme vb.) olmasına dikkat ederim.					Toplam
		Hiç bir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman	
Süt Tüketim 5 litreden fazla	Sayı	0	0	2	10	33	45
	%	0,0%	0,0%	4,4%	22,2%	73,3%	100,0%
3-5 litre	Sayı	0	0	0	1	13	14
	%	0,0%	0,0%	0,0%	7,1%	92,9%	100,0%
2-3 litre	Sayı	0	0	1	3	3	7
	%	0,0%	0,0%	14,3%	42,9%	42,9%	100,0%
1-2 litre	Sayı	0	0	2	3	6	11
	%	0,0%	0,0%	18,2%	27,3%	54,5%	100,0%
1 litreden az	Sayı	0	2	0	1	5	8
	%	0,0%	25,0%	0,0%	12,5%	62,5%	100,0%
Hiç içmem-bilmiyorum	Sayı	3	0	4	3	5	15
	%	20,0%	0,0%	26,7%	20,0%	33,3%	100,0%
Toplam	Sayı	3	2	9	21	65	100
	%	3,0%	2,0%	9,0%	21,0%	65,0%	100,0%

Süt tüketimi incelendiğinde genel olarak litre ölçüsü arttıkça hijyenik şartlara dikkat etme eğilimi de artmaktadır. Hijyenik şartlara bakıldığında en az oran hiç içmem/ bilmiyorum (%33,3) olarak görülmektedir. Bu durumda genel olarak süt tüketiminin fazla olduğu bu yüzden de sağlık açısından hijyenik şartlara dikkatin arttığı görülmektedir.

Tablo 12: Et Türü Tercihinin M7 İfadesine Etkisi

Etturu * M7.Satın aldığım ürünlerin hijyenik şartlarda (ortam, paketlenme vb.) olmasına dikkat ederim. Crosstabulation

		M7.Satın aldığım ürünlerin hijyenik şartlarda (ortam, paketlenme vb.) olmasına dikkat ederim.					Toplam
		Hiç bir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman	
Etturu Balık	Sayı	2	0	0	1	3	6
	%	33,3%	0,0%	0,0%	16,7%	50,0%	100,0%
Dana	Sayı	1	0	4	1	18	24
	%	4,2%	0,0%	16,7%	4,2%	75,0%	100,0%
Koyun	Sayı	0	1	2	10	32	45
	%	0,0%	2,2%	4,4%	22,2%	71,1%	100,0%
Tavuk	Sayı	0	1	1	8	8	18
	%	0,0%	5,6%	5,6%	44,4%	44,4%	100,0%
Keçi-İnek-Diğer	Sayı	0	0	2	1	4	7
	%	0,0%	0,0%	28,6%	14,3%	57,1%	100,0%
Toplam	Sayı	3	2	9	21	65	100
	%	3,0%	2,0%	9,0%	21,0%	65,0%	100,0%

Et türü incelendiğinde hijyenik şartların olmasına her zaman dikkat edildiği sırasıyla; dana (%75), koyun(%71,1),keçi-inek-diğer(%57,1),balık(%50),tavuk(%44,4) şeklinde görülmektedir. Bu durumda et kullanımında tercih edilen et çeşitlerinde hijyenik şartlara her zaman dikkat etme oranlarının çok fazla düşük olmadığı görülmektedir.

SONUÇ

İnsanoğlu yaşam faaliyetlerini sürdürebilmek için belli öğünlerde gıda tüketimi yapmaları gerekmektedir. Bunun içinde gıda alımları söz konusu olmaktadır. Gıda alımları ve tercihlerde belli bazı faktörler bulunmaktadır. Bu araştırma ölçeğinde tüketici halkın gelir durumlarının, yaşlarının, bakmakla yükümlü oldukları bireylerin ihtiyaçlarının, gıda alışverişi yapılırken dikkat etkileri bu gibi sahip oldukları faktörlerle değişebiliyor.

Bu araştırma Şanlıurfa ili merkezde (kafe, restoran, balıklı göl çevresinde) rastgele seçilen 100 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Tüketicilerin gıda ürünlerine bakış açısı tercih ve gıdanın tüketicilerin hayat yaşantılarına etkisi aynı çalışmayla veya benzer çalışmalarla daha büyük bir kesimlerde tekrarlanabilir. Bu gibi çalışmalar benzer şekilde başka illere de uygulanabilir.

Bu çalışmada Şanlıurfa ili merkezde yaşayan tüketicilerin ihtiyaç olarak tercihleri isteklerinden daha önde olduğu görülebilir ve bununla ilgili gıda sektöründe yer alan kurum ve kuruluşlara öncülük edip bazı iyileştirmeler yapılabilir.

KAYNAKLAR

- Akbay, C., ve Boz, I., 2005. Economic Analysis of Food at Home and Food Away From Home Consumption and Consumer Behavior in Kahramanmaraş. *KSU Journal of Science and Engineering*, 8(1):122-131.
- Akbay, C., ve Jones, E ., 2005. Food Consumption behavior of socioeconomic groups for private labels and national brands. *Food Quality and Preference*, 16:621-631.
- Aydın, G., 2011. Tüketicilerin Gıda Güvenliği Bilinç Düzeylerine Etki Eden Faktörlerin Analizi: Samsun ili Kentsel Alan Örneği, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 85s.
- İtikat Tümer, E., 2018. Lise ve Dengi Okullardaki Öğrencilerin Fast Food Tüketim Kararları. *KSÜ Tarım ve Doğa Derg.* 21(1):1-6.
- Jekanowski, M., Binkley, J. K. ve Eales, J., 1997. The impact of demographics, market characteristics, and prices on the consumption of food-away-from home. Western agricultural economics association annual meeting, July 13–16, Reno/Sparks, Nevada.
- Pamuk, Ş., 2010. Genetiği Değiştirilmiş Gıdalara Genel Bir Yaklaşım: Kocatepe Veteriner Dergisi, 3(2):91-100.
- Yatağan, F., Yalçın, G., Kart MÇÖ Demircan V Gıda, 2015. Isparta İlinde Dondurulmuş Gıda Ürünlerine Yönelik Tüketici Tercihleri, Gıda Teknolojisi Derneği Yayını, 77-84.