

GIDA GÜVENLİĞİ HAKKINDA TÜKETİCİ DAVRANIŞLARININ BELİRLENMESİ (BİNGÖL İLİ KENT MERKEZİ ÖRNEĞİ)

DETERMINING CONSUMER BEHAVIORS ABOUT FOOD SAFETY (BINGÖL CITY CENTER EXAMPLE)

Bünyamin SÖĞÜT 

Bandırma Onyeddi Eylül Üniversitesi, Bandırma Meslek Yüksekokulu, Gıda İşleme Bölümü,
Balıkesir, Türkiye

Hakan İNCİ 

Bingöl Üniversitesi Ziraat Fakültesi Zootečni Bölümü Bingöl Türkiye

Mehmet Reşit TAYSI 

Bingöl Üniversitesi Ziraat Fakültesi Su Ürünleri Bölümü Bingöl Türkiye

Ersin KARAKAYA* 

Bingöl Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü Bingöl Türkiye

*Sorumlu yazar: karakayaersin@hotmail.com

Geliş Tarihi / Received: 08.12.2020
Kabul Tarihi / Accepted: 30.12.2020

Araştırma Makalesi/Research Article
DOI: 10.38065/euroasiaorg.427

ÖZET

Tüm dünyada yaşanan COVID-19 sürecinde, toplumların gıdaya erişiminin yanı sıra, gıda güvenliği konusu da gündeme gelen önemli bir konu olmuştur. Bu çalışma; Bingöl ili kent merkezinde yaşayan bireylerin sosyo-ekonomik özelliklerini belirlemek ve gıda güvenliği ve gıda ürünlerini satın alırken dikkat edilen özellikler konusunda tüketici davranışlarının belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Bu çalışmanın birincil verileri Bingöl kent merkezindeki tüketicilerden 2020 yılı Mart-Mayıs aylarında yapılan anketlerden elde edilmiştir. Çalışma bulgularına göre; tüketicilerin aylık gelir ortalaması 3661,4₺, ortalama gıda harcaması 503,2₺ olarak belirlenmiştir. Aylık gıda harcamasının aylık toplam harcamalar içindeki oranı ise %18,8 olarak hesaplanmıştır. Tüketicilerin gıda ürünleri satın alırken fiyat, görünüş, geleneksel üretim ve uzman önerileri gibi özellikleri önemli gördükleri belirlenirken, marka, kalite, sağlık ve tazelik gibi özellikleri ise çok önemli gördükleri belirlenmiştir. Anket yapılan tüketicilerin gıda güvenilirliği konusunda bilgi sahibi olduğu ve temel niteliklerini tanımlayabildikleri sonucuna varılmıştır. Sonuç olarak; gıda güvenliğinin sağlanmasında, sektördeki tüm aktörlerin bilinçli olmaları ve sorumluluk duygusuyla hareket etmeleri son derece önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bingöl, aylık gıda harcaması, gıda güvenliği, tüketici davranışı

ABSTRACT

In the process of COVID-19 taking place all over the world, besides the access of societies to food, food safety has been an important issue on the agenda. This work was carried out to determine the socio-economic characteristics of individuals living in the city center of Bingöl and to determine consumer behaviors about food safety and characteristics when purchasing food products. The primary data of this study were obtained from the surveys conducted in March-May 2020 from consumers in Bingöl city center. According to the study findings; the average monthly income of the consumers is 3661.4₺ and the average food expenditure is 503.2 ₺. The ratio of monthly food expenditure within total monthly expenditures was calculated as 18.8%. While it was determined that consumers consider features such as price, appearance, traditional production and expert recommendations important when purchasing food products, they consider characteristics such as

brand, quality, health and freshness very important. It was concluded that the surveyed consumers had information about food safety and could define its basic characteristics. As a result; In ensuring food safety, it is extremely important that all actors in the sector be conscious and act with a sense of responsibility.

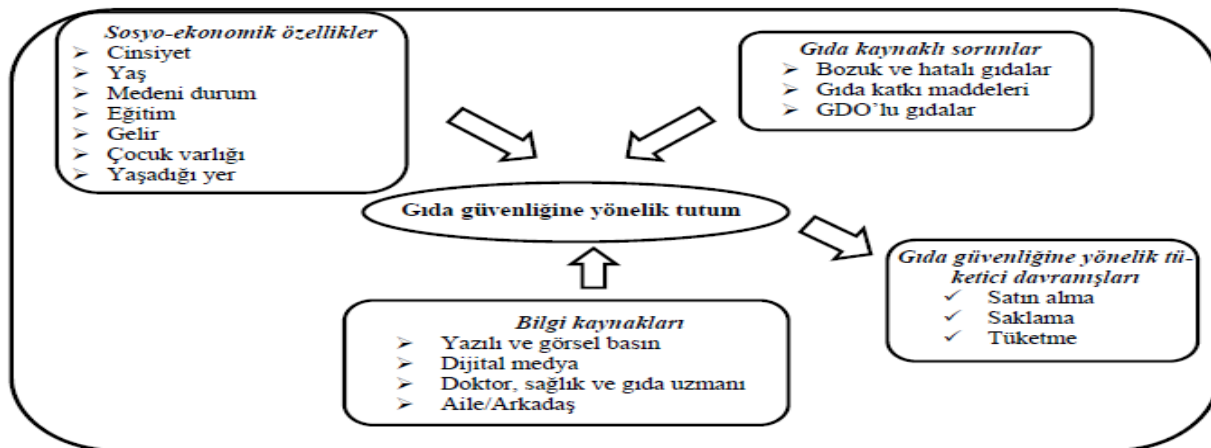
Keywords: Bingol, monthly food expenditure, food safety, consumer behaviors

GİRİŞ

Gıda, insan yaşamının her döneminde gerekli olan ve sürekli temin edilmesi gereken en temel ihtiyaçlar arasında yer alır. Gıdanın varlığının yanında kolay ulaşılabilir ve güvenli olması da son derece önemlidir. Gıda güvencesi; insanoğlunun varlığını devam ettirmesi ve sağlıklı yaşaması için fiziki ve ekonomik olarak gerekli gıdaya her zaman ulaşabilme hakkıdır. Gıda güvenliği ise; gıda üretiminin daha güvenilir olması amacıyla üretim aşamalarında alınması gereken tedbirlerdir (Toktaş, 2019). Tüm dünyada yaşanan COVID-19 sürecinde, toplumların gıdaya erişiminin yanı sıra, gıda güvenliği konusu da gündeme gelen önemli bir konu olmuştur. Yaşanan bu süreç; dünyadaki mevcut tarım ve gıda sektörünün kırılganlıklarını ortaya çıkarmış ve insanların birincil tarım ürünleri üretiminden başlayarak gıda sistemlerine önem vermeleri gerektiğini ortaya koymuştur (Agah, 2020).

Üretim aşamasında da, tüketim aşamasında da gıda güvenliği eskiye nazaran günümüzde üretici ve tüketici bakımından daha çok önemsenmektedir. Bilinçli tüketici kavramının ortaya çıkması ve gün geçtikçe öneminin artmasıyla birlikte, tüketici algısı ile kalitenin arasındaki bağlantıya bağlı olarak kaliteyi ölçmek için tüketicinin görüşüne başvurulmuş yöntemler daha sık kullanılmaya başlanmıştır. Bireylerin tükettiği gıdanın sağlıklı olup olmadığını belirlemek için üreticinin bizzat kendisi, yasal kontrol kuruluşları ve tüketiciler en iyi kontrol denetleyicileridir. Bundan dolayı tüketici davranışları ve tutumları bu bağlamda etkili bir denetleme mekanizması olarak önem arz etmektedir (Kızılaslan ve Kızılaslan, 2008; Gözener vd., 2009; Toktaş, 2019).

Tüketicilerin mal ve hizmetlere karşı gösterdikleri duygu ve davranış eğilimlerine tüketici tutumu; bireylerin mal ve hizmetleri temin etmeleri ve bunları kullanmalarına yönelik karar süreçlerine ise tüketici davranışı denilmektedir. Bu açıdan bakıldığında, tüketicilerin herhangi bir ürüne karşı gösterdiği tutum bir ön eğilim, davranış ise tüketicilerin eyleme geçtiği noktadır (Eryılmaz vd., 2015; Aydın Eryılmaz ve Kılıç 2020). Tüketicilerin gıda güvenliğine yönelik tutumları, sosyo-demografik ve ekonomik özelliklere göre değişebilmektedir. Gıda güvenliğine yönelik tüketici tutumunu etkileyen en önemli etkenler; gıda kaynaklı sorunlar, katkı maddeleri ve genetiği değiştirilmiş organizmalar (GDO)'dır. Tüketicilerin tutumu çeşitli kanallardan sağlanan bilgilere göre farklılık göstermekle birlikte, bilgi kaynaklarının her bir tüketici üzerinde farklı etkisi olmaktadır. Tüm bu etkenler, tüketicilerin gıdaları satın alma, saklama ve tüketme durumlarındaki davranışlarının temelini oluşturmaktadır. Aydın Eryılmaz ve Kılıç (2020) yaptıkları çalışmada bu durumu şekilsel olarak ortaya koymuşlardır (Şekil 1).



Şekil 1. Gıda güvenliğine yönelik tutumu etkileyen faktörler

Kaynak: Aydın Eryılmaz ve Kılıç (2020)

Gıda güvenliği konusu üzerine daha önce Toktaş (2019) tarafından Antalya’da, Açıkalın 2019 ve Alsayed (2019) tarafından İstanbul’da, Meral ve Şahin (2013), Çukadar (2017) ve Avşar (2019) tarafından Kahramanmaraş’ta, Kaplan ve Gültekin (2017) ve Baydar (2019) tarafından Çanakkale’de, Bekar (2013) tarafından Muğla’da, Bozoğlu vd (2014) tarafından Samsun ve Trabzon’da, Çetin (2018) ve Duru ve Seçer (2019) tarafından Mersin’de, Bucak (2012) tarafından İzmir’de, Can (2020) tarafından Tekirdağ’da, Durmaz Dayılar (2018) ve Madenci vd (2019) tarafından Konya’da, Eren vd (2017) tarafından Alanya’da, Gökçe (2015) tarafından Aydın’da, Gülse vd (2006), Kızılaslan ve Kızılaslan (2008), Gözener vd (2009), Onurlubaş (2015) ve Onurlubaş ve Gürler (2016) tarafından Tokat’ta, Gürer ve Akyol (2018) tarafından Niğde’de, Güven (2010) tarafından Yalova’da, İncedal Sonkaya vd (2018) tarafından Amasya’da, Ocak ve Önder (2014) tarafından Doğu Akdeniz bölgesinde, Toklu ve Ustaahmetoğlu (2016) tarafından Doğu Karadeniz bölgesinde, Tüyben (2018) tarafından Adana’da, Taşdan vd (2014) ve Yangıç Yüksel (2019) tarafından Ankara’da, tüketici kaynaklı birincil verilere dayalı çalışmalar yapılmıştır. Ayrıca konu ile ilgili Tosun ve Demirbaş (2012), Koç ve Uzmay (2015), Ceyhun Sezgin ve Artık (2015), Çukur vd (2016), Niyaz ve İnan (2016) Tayar (2020) ve Aydın Eryılmaz ve Kılıç (2020), Şahin ve Meral (2012), Akbay vd (2013) tarafından ikincil verilerden faydalanılarak çalışmalar da yürütülmüştür.

Bu çalışma; Bingöl ili kent merkezinde yaşayan bireylerin sosyo-ekonomik özelliklerini belirlemek ve gıda güvenliği ve gıda ürünlerini satın alırken dikkat edilen özellikler konusunda tüketici davranışlarının belirlenmesi amacıyla yapılmıştır.

MATERYAL VE METOT

Bu çalışmanın birincil verileri Bingöl kent merkezinde yaşayan bireylerden 2020 yılı Mart- Mayıs aylarında yapılan anketlerden elde edilen verilerden oluşmaktadır. Ayrıca konu ile ilgili kamu kuruluşları verilerinden, daha önce yapılan yerli ve yabancı bilimsel çalışma verilerinden yararlanılmıştır. Ankete katılan tüketicilere sosyo-ekonomik soruların yanında, aylık harcama kalemleri, gıda ürünü satın alırken dikkat edilen özellikler ve gıda güvenliği hakkındaki özelliklere katılım durumları ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Anket yapılan tüketicilerin gıda güvenliği konusundaki ifadelerine katılım durumunun belirlenmesinde “onaylama düzeyi beş ölçekli likert” ölçeğinden faydalanılmıştır. Likert türü ölçekleme tekniği, uygulamalı sosyal bilim çalışmalarında çok sık başvurulan ölçekleme tekniği olup, kurgulanışı ve uygulanması aşamasında gösterilen titizlik çalışma sonuçlarının doğru çıkması için çok önemlidir (Bayat, 2014). Aralıkların eşit olduğu

varsayımı ile aritmetik ortalamalar için puan aralığı (En Yüksek Değer – En Düşük Değer) / 5 formülü ile hesaplanmıştır (Kaplanoğlu, 2014).

Puan Aralığı = $(5 - 1) / 5 = 4 / 5 = 0,80$ olarak hesaplanmıştır. Ortalamalar için değerlendirme aralığı 1,00-1,80 “hiç katılmıyorum” veya “hiç önemli değil”; 1,81-2,60 “katılmıyorum” veya “önemli değil”; 2,61-3,40 “kararsızım” veya “orta önemli”; 3,41-4,20 “katılıyorum” veya “önemli”; 4,21-5,00 “kesinlikle katılıyorum” veya “çok önemli” şeklinde belirlenmiştir.

Örnek hacmini (anket yapılan tüketici sayısı) hesaplamak için aşağıda verilen oransal örnekleme formülünden faydalanılmıştır (Baş, 2008; Gözener ve Sayılı, 2013).

$$n = \frac{N \times t^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + t^2 \times p \times q}$$

Formülde;

n: Örneğe alınacak birey sayısı,

N: Hedef kitledeki birey sayısı (157 921),

p: İncelenen olayın gerçekleşme olasılığı (0,50),

q: İncelenen olayın gerçekleşmeme olasılığı (0,50),

t: Standart normal dağılım değeri (1,65),

d : Örnekleme hatası (0,05)’dir.

Formülde %90 güven aralığı, %5 hata payı ve maksimum örnek hacmine ulaşabilmek için $p=q=0.5$ olarak alınmış ve örnek hacmi 271 olarak hesaplanmıştır.

Anketten elde edilen verilerin analizinde R yazılım programı ve SPSS 17.0 (Statistical Package for Social Sciences) paket programından yararlanılmıştır. R programı S plus dilinin gelişmiş bir versiyonu olan R dili ile yazılmış bir programdır (Ihaka ve Gentelman, 1996; Deha Doğan ve Uluman 2016; Kahrıman, 2020). Program temel olarak bir kullanıcı arayüzü ve paketler adı verilen ve fonksiyonları içeren dosyaları içeren eklentilerden oluşmaktadır. R paketleri, CRAN (Comprehensive R Archive Network) adı verilen bir ağ üzerinden R programı gibi ücretsiz lisans (GNU) ile dağıtılmaktadır (Paradis, 2002; Kahrıman, 2020).

Veriler SPSS paket programına aktarıldıktan sonra istatistiksel analizler R yazılımında yapılmıştır. Analiz kapsamında, frekans tabloları, grafikler ve Tek Yönlü Varyans (ANOVA) analizinden faydalanılmıştır. Tek Yönlü Varyans analizinde farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Duncan testinden yararlanılmıştır.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Tüketicilerin sosyo- ekonomik özellikleri

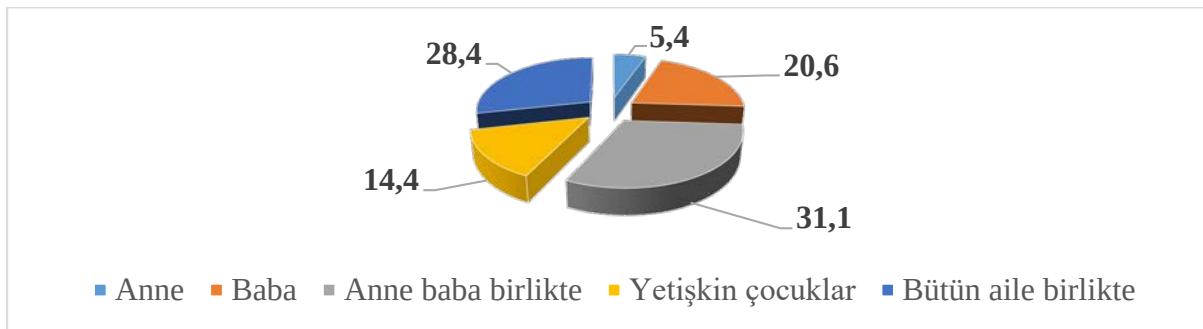
Anket yapılan tüketicilerin sosyo-demografik ve ekonomik özelliklerine ait sayısal ve oransal değerler Çizelge 1’de verilmiştir. Tüketicilerin %60,9’u erkek, %39,1’i kadın ve yaşlarının ortalaması 33,38 olarak belirlenmiştir. Evli olan tüketicilerin oranı %50,7, bekâr olan tüketicilerin oranı ise %49,3 olarak tespit edilmiştir. Meslek grupları itibarıyla tüketicilerin dağılımına bakıldığında; tüketicilerin %24,5’inin memur, %20,1’inin öğrenci, %17,8’inin serbest meslek, %12,6’sının esnaf, %10,4’ünün ev hanımı, %5,6’sının emekli olduğu belirlenmiştir. Tüketicilerin %81,3’ünün aslen Bingöllü olduğu %18,7’sinin ise özellikle komşu illerden (Elâzığ, Diyarbakır)

olduğu belirlenmiştir. Tüketicilerin Bingöl’de ortalama olarak 26 yıldır ikamet ettikleri ve ailelerinde yaşayan birey sayısının ise ortalama 3,81 kişi olduğu belirlenmiştir. Tüketicilerin daha çok (%31) lise mezunu oldukları ve %53,9 oranında kendi evinde yaşadıkları belirlenmiştir. Tüketicilerin %69,6’sının eşinin çalışmadığı ve tüketici gelirinin ortalama olarak 3661,41 ₺ olduğu belirlenmiştir. Türkiye’de 26 alt bölge illerinde yapılan “Tüketici profili ve bilinç düzeyi araştırma raporu” verilerine göre anket yapılan tüketicilerin %63,7’sinin 34 yaşın altında, %52,6’sının erkek, %49,3’ünün bekâr, %23,3’ünün maaşlı işçi, %42,6’sının lise mezunu, %75’inin gelirinin 3000 ₺’nin altında olduğu sonucu belirlenmiştir. Çalışma bulguları ile araştırma raporu bulgularının benzer sonuçlar içerdiği belirlenmiştir. Modern perakendecilik kavramının zamanla öneminin artmasıyla, tüketicilerin alışveriş biçimleri ve yapıları değişmiştir. Özellikle iş kadınlarının sayısının artmasıyla toplu alışverişler daha çok yapılmaya başlamıştır. Ayrıca, bakkaliye, alışveriş ve semt pazarlarından ev hanımları tarafından yapılan alışveriş; zaman içerisinde marketten alışverişe ve iş kadınlarıyla erkeklerin ortak zamanlarında yapılır hale gelmiştir (Azabağaoğlu ve Dursun 2008). Ankete katılan tüketicilerin ailelerinde alışverişin %31,1 oranında genellikle anne baba birlikte, %28,4 oranında bütün aile tarafından, %20,6 oranında baba tarafından, %14,4 oranında yetişkin çocuklar tarafından ve %5,4 oranında ise anne tarafından yapıldığı belirlenmiştir (Şekil 1). Azabağaoğlu ve Dursun (2008) tarafından Tekirdağ’da yapılan çalışmada, alışverişin aile reisi ve hanımı tarafından ortak gerçekleştirildiği belirlenmiştir. Öncebe ve Demircan (2019) tarafından Isparta’da yapılan çalışmada da alışverişin %45,05 oranında anne baba tarafından birlikte yapıldığı belirlenmiştir. Bingöl’de yapılan çalışmada, alışverişin %39 oranında bütün aile bireyleri tarafından yapıldığı sonucuna ulaşılmıştır (Karakaya ve Kızıloğlu 2017). Bütün aile birlikte alışveriş yapılma oranının Karakaya ve Kızıloğlu (2017)’nin oranından düşük olmasında COVID-19 pandemisinin etkisi olduğu söylenebilir.

Çizelge 1. Tüketicilerin sosyo-demografik ve ekonomik özellikleri

Tüketici özellikleri	Sayı	Oran (%)
Cinsiyet		
Kadın	106	39,1
Erkek	165	60,9
Toplam	271	100,0
Yaş		
19-30	141	54,5
31-45	84	32,4
46 ve üstü	38	13,1
Toplam	259	100
Ortalama	33,38	
Medeni durum		
Evli	137	50,7
Bekâr	133	49,3
Toplam	270	100,0
Meslek		
Memur	66	24,5
Öğrenci	54	20,1
Esnaf	34	12,6
Ev hanımı	28	10,4
Serbest meslek	48	17,8
İşsiz	6	2,2
Emekli	15	5,6
Diğer	18	6,7
Toplam	269	100,0
Memleket		
Bingöl	209	81,3
Diğer	48	18,7
Toplam	257	100,0
İkamet süresi		
10 yıldan az	43	17,2
10-20 yıl arası	31	12,4
21 yıl ve üstü	176	70,4
Toplam	250	100,0
Ortalama	26,15	

Eğitim durumu		
İlköğretim	48	17,7
Lise	84	31
Ön lisans	71	26,2
Lisans	43	15,9
Lisansüstü (yüksek lisans ve doktora)	25	9,2
Toplam	271	100,0
İkamet durumu		
Kira	125	46,1
Kendi evi	146	53,9
Toplam	271	100,0
Ailedeki birey sayısı		
4 kişiden az	114	43,6
4-8 kişi	145	55,5
8 kişiden fazla	2	0,09
Toplam	261	100,0
Ortalama	3,81	
Eşin çalışma durumu		
Evet	69	30,4
Hayır	158	69,6
Toplam	227	100,0
Aylık gelir		
2000 ₺'den az	19	7,4
2000-5000 ₺	207	80,5
5001 ₺ ve üzeri	31	12,1
Toplam	257	100,0
Ortalama	3661,41	



Şekil 1. Ailede gıda alışverişinin genellikle kim tarafından yapıldığı

Tüketicilerin Gelir Grupları İtibariyle Aylık Harcama Kalemlerinin Dağılımı

Tüketicilerin gelir grupları itibariyle aylık harcama kalemlerinin dağılımı Çizelge 2’de verilmiştir. Gelir grupları itibariyle bütün harcama kalemlerinin ortalamaları arasındaki farklar istatistiki olarak önemli çıkmıştır. Tüketicilerin aylık gelir ortalaması 3661,4 ₺ iken bu değer düşük gelir grubunda 1719,8, orta gelir grubunda 3342,9 ve yüksek gelir grubunda ise 8758 ₺ olarak hesaplanmıştır. Tüketicilerin aylık ortalama kira harcaması 622 ₺ iken, düşük gelir grubunda bu değer 482,5, orta gelir grubunda 635,8 ve yüksek gelir grubunda ise 753,5 ₺ olarak hesaplanmıştır. Düşük gelir grubunda aylık gıda harcaması 359,5 ₺ iken bunu istatistiki olarak aynı grupta yer alan orta gelir grubu 477,4 ₺ ile izlemektedir. Yüksek gelir grubunda yer alan tüketicilerin ise aylık 920,3 ₺ gıda harcaması yaptıkları belirlenmiştir. Ortalama gıda harcaması ise 503,2 ₺ olarak hesaplanmıştır. Tüketicilerin aylık ortalama sağlık harcaması 241,7 ₺ iken, düşük gelir grubunda bu değer 168,4, orta gelir grubunda 250,5 ve yüksek gelir grubunda ise 321,7 ₺ olarak hesaplanmıştır. Tüketicilerin aylık ortalama giyim harcaması 349,5 ₺ iken, düşük gelir grubunda bu değer 200,9, orta gelir grubunda 342,8 ve yüksek gelir grubunda ise 644,4 ₺ olarak hesaplanmıştır. Tüketicilerin aylık ortalama ulaşım harcaması 267,2 ₺ iken, düşük gelir grubunda bu değer 165,8, orta gelir grubunda 247,1 ve yüksek gelir grubunda ise 576 ₺ olarak hesaplanmıştır. Düşük gelir grubunda aylık eğitim

harcaması 296,2 ₺ iken bunu istatistiki olarak aynı grupta yer alan orta gelir grubu 311 ₺ ile izlemektedir. Yüksek gelir grubunda yer alan tüketicilerin ise aylık 540 ₺ eğitim için harcama yaptıkları belirlenmiştir. Ortalama eğitim harcaması ise 329,4 ₺ olarak hesaplanmıştır. Düşük gelir grubunda aylık eğlence için yapılan harcama 177,2 ₺ iken bunu istatistiki olarak aynı grupta yer alan orta gelir grubu 275,4 ₺ ile izlemektedir. Yüksek gelir grubunda yer alan tüketicilerin ise aylık 1037 ₺ eğlence için harcama yaptıkları belirlenmiştir. Ortalama eğlence için yapılan harcama ise 357,6 ₺ olarak hesaplanmıştır. Aylık gıda harcamasının aylık gelir içindeki payı %13,7 iken bu oran düşük gelir grubunda %20,9, orta gelir grubunda %14,2 ve yüksek gelir grubunda ise %10,5 olarak hesaplanmıştır. Aylık gıda harcamasının aylık toplam harcamalar içindeki oranı %18,8 olarak hesaplanmıştır. TÜİK (2014) “hanehalkı bütçe araştırması” sonuçlarına göre; hanehalkı başına aylık ortalama tüketim harcaması 2013 yılında 2572 ₺ iken 2014 yılında 2848 ₺ olarak tahmin edilmiş, Türkiye genelinde hanehalklarının tüketim amaçlı yaptığı harcamalar içinde %19,7’sinin gıda ve alkolsüz içeceklerden oluştuğu bildirilmiştir. Türkiye’de 26 alt bölge illerinde yapılan “Tüketici profili ve bilinç düzeyi araştırma raporu” verilerine göre anket yapılan tüketicilerin gıda harcamasının aylık harcama içindeki oranı %26,9 olarak belirlenmiştir (Anonim, 2018). Karakaya ve İnci (2014) ve Karakaya vd (2014) tarafından Bingöl’de yapılan çalışmada aylık ortalama gelir 2183,12 ₺, aylık ortalama gıda harcaması 486 ₺ olarak ve gıda harcamasının aylık gelir içindeki payı %22,2 olarak belirlenmiştir. Karakaya ve Kırıcı (2016) tarafından Bingöl’de yapılan çalışmada, aylık gelir ortalama 3785,68 ₺, aylık harcama 2153,02 ₺ ve aylık gıda harcaması ise 955,73 ₺ olarak, gıda harcamasının; aylık gelir içindeki payı %25,2 ve aylık harcama içindeki payı ise %44,3 olarak hesaplanmıştır. Bingöl’de yapılan bir diğer çalışmada, ortalama gelir 3551,57 ₺, ortalama gıda harcaması 876,89 ₺ ve gıda harcamasının toplam gelir içindeki payı %24,6 olarak belirlenmiştir (Karakaya ve Kızıloğlu 2017). Tüketicilerin aylık gelirleri içerisinde gıda harcamasına ayırdıkları payın, gelir seviyeleri arttıkça mutlak olarak arttığı, buna karşın oransal olarak azaldığı belirlenmiştir. Kızıloğlu ve Kızıloğlu (2013) tarafından Erzurum’da ve Karakaya ve Kızıloğlu (2017) tarafından Bingöl’de yapılan çalışmalarda da tüketicilerin gelir düzeyinin artmasıyla gıda harcamalarının gelir içindeki oranının azaldığı sonucu bildirilmiştir. Daha önce yapılan çalışmalarda tüketicilerin aylık gelirleri Isparta’da 4962,20 ₺ (Öncebe ve Demircan, 2019) Samsun’da 3871,84 ₺ olarak belirlenmiştir (Aydın Eryılmaz vd., 2018). Toktaş (2019) tarafından Antalya’da yapılan çalışmada, aylık gıda harcaması 500 ₺’den az olan tüketicilerin oranı %26,4 olarak tespit edilmiştir. Tokat merkez ilçede yapılan bir çalışmada, ankete katılan kişilerin aylık aile gelirleri ortalama 1761 ₺, aylık gıda harcamaları ise 488 ₺ olarak hesaplanmıştır (Onurlubaş ve Gürler 2016). Mersin il merkezinde Duru ve Seçer (2019) tarafından yapılan çalışmada, ortalama aylık gelir 1818, gıda harcaması ise 524 ₺ olarak belirlenmiştir.

Çizelge 2. Tüketicilerin Gelir Grupları İtibariyle Aylık Harcama Kalemlerinin Dağılımı (₺)

Gelir grupları	Aylık Gelir	Kira	Gıda	Sağlık	Giyim	Ulaşım	Eğitim	Eğlence
2000 ₺’den az (Düşük gelir grubu)	1719,8 ^a	482,5 ^a	359,5 ^a	168,4 ^a	200,9 ^a	165,8 ^a	296,2 ^a	177,2 ^a
2000-5000 ₺ (Orta gelir grubu)	3342,9 ^b	635,8 ^b	477,4 ^a	250,5 ^b	342,8 ^b	247,1 ^b	311,0 ^a	275,4 ^a
5001₺ ve üzeri (Yüksek gelir grubu)	8758,0 ^c	753,5 ^c	920,3 ^b	321,7 ^c	644,4 ^c	576,0 ^c	540,0 ^b	1037,0 ^b
Ortalama	3661,4	622,0	503,2	241,7	349,5	267,2	329,4	357,6
F Testi; P Değeri	182,3; 0,00	12,6;0,00	23,8;0,00	8,6;0,00	58,2;0,00	43,6;0,00	4,1;0,01	37,4;0,00

^{a,b,c}: aynı sütunda farklı harfler ile gösterilen ortalamalar arasında istatistiki olarak önemli fark vardır.

Tüketicilerin Gıda Ürünleri Satın Alırken Dikkat Ettikleri Ürün Özellikleri

Tüketicilerin gıda ürünleri satın alırken hangi özelliklerinin ne derece önemli olduğunu belirlemek için 1’den 5’ e kadar puan vermeleri istenmiş ve değerlendirme sonuçları Çizelge 3’ te verilmiştir. Tüketicilerin gıda ürünleri satın alırken fiyat, görünüş, geleneksel üretim ve uzman önerileri gibi özellikleri önemli gördükleri belirlenirken, marka, kalite, sağlık ve tazelik gibi özellikleri ise çok önemli gördükleri belirlenmiştir. Ukrayna’da yapılan bir araştırmada, en çok tazelik ve kaliteye önem verildiği ardından fiyat ve lezzete dikkat edildiği bildirilmiştir (Biloukha ve Utermohlen, 2001). İrlanda’da yapılan bir çalışmada da kalite, tazelik ve lezzet faktörleri gıda tüketim tutumlarında dikkat edilen en önemli faktörler olarak belirlenmiştir (Kearney vd., 1999). Kızılaslan ve Kızılaslan (2008) Tokat ilinde yaptıkları çalışmada, tüketicilerin markalı ürünlerin kaliteli olacağı yönünde bir görüşü olduğunu belirlemişlerdir. Gözener vd (2009) tarafından Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesinde yapılan araştırmada, öğrencilerin gıda satın almada en fazla önem verilen hususun ürüne sağlık açısından güvenebilme gelirken, bunu marka, fiyat, lezzet, dayanıklılık ve promosyonların takip ettiği belirlenmiştir. Öncebe ve Demircan (2019) tarafından Isparta’da yapılan çalışmada, “sağlığa yararlı” faktörünün tüketiciler tarafından %48,1 oranında göz önünde bulundurulduğu belirlenmiştir. Verbeke (2006) tarafından yapılan çalışmada, sağlık faktörünün tüketiciler tarafından önemli olduğu belirlenmiştir. Tüketicilerin satın alma ve tüketim kararlarında fiyat önemli bir faktör olarak belirlenmiştir (Zielinska ve Zychowicz 2017). Samsun’da Aydın Eryılmaz vd (2018) tarafından yapılan araştırmada, gıda satın alırken en fazla marka (ortalama puan: 4,22) ve son kullanma tarihine (4,13) dikkat edildiği bildirilmiştir. Adana’da yapılan bir araştırmada, gıda satın alma kararında markanın ön plana çıktığı belirlenmiştir (Bahşi ve Budak, 2014). İstanbul’da yürütülen bir çalışmada, tüketicilerin tüm gıda ürünlerinde satın alırken en fazla son kullanma tarihine (taze olup olmadığına) dikkat ettikleri tespit edilmiştir (Güneş vd 2014). İstanbul’da yürütülen başka bir araştırmada da tüketicilerin %46,6’sının üretim tarihine, %47’sinin son kullanma tarihine her zaman baktıkları sonucu belirlenmiştir (Aygen, 2012). Çanakkale’de yapılan bir çalışmada, “son kullanma tarihine dikkat edilmeli” yargısına tüketicilerin %60,8’i kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir (Baydar 2019). Kılıç (2008) tarafından yürütülen benzer bir çalışmada da tüketicilerin %87,4’ ü “Gıdaların son kullanma tarihi önemlidir.” ifadesine katılıyorum yanıtını vermişlerdir. Samsun ve Trabzon illerinde Bozoğlu vd (2014) tarafından yapılan araştırmada, tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyen en önemli üç özelliğin: tazelik, tat ve besin içeriği olduğu tespit edilmiştir. Gökce (2015) tarafından Aydın’da yapılan çalışmada, marka seçiminin dikkatli yapılması ve markalı ürünlerin güvenli bulunması faktörlerinin ortalama puanları sırasıyla 3,92 ve 3,30 olarak hesaplanmıştır. Çetin (2018) tarafından Mersin’de yapılan çalışmada, Tüketicilerin gıda satın alırken markasına ortalama 4,12, ürünlerin tüketim/üretim tarihlerine (tazeliğine) ortalama 4,58 dikkat ettikleri belirlenmiştir. İncedal Sonkaya vd (2018) Amasya üniversitesi sağlık hizmetleri MYO öğrencilerinin en çok ürünün fiyatına (%66) ve son kullanma tarihine (%63,2) dikkat ettikleri saptanmıştır. Onurlubaş (2015) ve Onurlubaş ve Gürler (2016) tarafından Tokat’ta yapılan çalışmada, tüketicilerin gıda ürünleri satın alırken daima en fazla son kullanma tarihine baktıklarını belirlemiştir.

Çizelge 3. Tüketicilerin Gıda Ürünleri Satın Alırken Dikkat Ettikleri Ürün Özellikleri

İfadeler/katılım durumu	Oranlar (%)*							
	1	2	3	4	5	Toplam	Ort.	Değerlendirme
Fiyat	1,9	2,6	15,3	39,2	41	100	4,15	Önemli
Görünüş	0,4	3	14,6	56,9	25,1	100	4,03	Önemli
Marka	0,4	2,6	12,8	39,1	45,1	100	4,26	Çok önemli
Kalite	0,4	0,4	2,6	31,2	65,4	100	4,61	Çok önemli
Sağlık	0,4	0,4	1,1	25,5	72,7	100	4,70	Çok önemli
Tazelik	0,4	0,4	1,5	27	70,7	100	4,67	Çok önemli
Geleneksel üretim	2,2	4,1	10,5	46,1	37,1	100	4,12	Önemli
Uzman önerileri	3	4,9	10,3	49	32,7	100	4,03	Önemli

*1: hiç önemli değil; 2: önemli değil; 3: orta önemli; 4: önemli; 5: oldukça önemli; Ort.: Ortalama

Tüketicilerin Gıda Güvenliği Kavramı İle İlgili Düşünceleri

Tüketicilerin gıda güvenliği kavramıyla ilgili düşüncelerinin ne derece önemli olduğunu belirlemek için 1’den 5’ e kadar puan vermeleri istenmiş ve değerlendirme sonuçları Çizelge 4’ te verilmiştir. Tüketicilerin gıda güvenliği kavramıyla ilgili bütün düşünceleri çok önemli gördükleri belirlenmiştir. Angulo vd (2003) tarafından İspanya’da yapılan çalışmada, hastalıklardan kaynaklanan gıda krizlerinin, tarımsal üretimin çevre üzerinde negatif etkilerinin ve sağlık kaygılarının tüketicinin satın alma kararında önemli etkileri olduğu ortaya konulmuştur. Durmaz Dayılar (2018) Konya’da yaptığı çalışmada, katılımcıların %7,1’inin gıda güvenliğini “sağlıklı gıda”, %5,2’sinin ise “Son kullanma tarihi geçmemiş gıda” olarak tanımladığı belirlenmiştir. Gökce (2015) tarafından Aydın’da yapılan çalışmada, marka seçiminin dikkatli yapılması ve markalı ürünlerin güvenli bulunması faktörlerinin ortalama puanları sırasıyla 3,92 ve 3,30 olarak hesaplanmıştır. Güner ve Akyol (2018) tarafından Niğde’de yapılan çalışmada, güvenilir gıdayı: sağlık açısından güvenli gıda olarak tanımlayan tüketicilerin oranı %48,5, içeriği dengelenmiş gıda olarak tanımlayanların oranı %7 ve son kullanma tarihi geçmemiş gıda olarak tanımlayanların oranı ise %14 olarak belirlenmiştir. Madenci vd (2019) tarafından Konya’da yapılan çalışmada, tüketicilerin gıda güvenliği hususunda farkındalık sahibi oldukları, yani ankete katılanların gıda güvenliği bilincinin iyi durumda olduğu belirlenmiştir. Taşdan vd (2014) tarafından Ankara kent merkezinde yapılan çalışmada, güvenilir gıdayı, sağlık açısından güvenli gıda olarak tanımlayan tüketicilerin oranı %28, içeriği dengelenmiş gıda olarak tanımlayanların oranı %2, son kullanma tarihi geçmemiş gıda olarak tanımlayanların oranı ise %4 olarak hesaplanmıştır.

Çizelge 4. Tüketicilerin Gıda Güvenliği Kavramı İle İlgili Düşünceleri

İfadeler/katılım durumu	Oranlar (%)*							
	1	2	3	4	5	Toplam	Ort.	Değerlendirme
Tüketene zarar vermeyen gıda	0,7	1,1	3,3	41,6	53,2	100	4,45	Çok önemli
Sağlıklı gıda	-	0,7	2,2	34,4	62,6	100	4,59	Çok önemli
İçeriği bilinen gıda	0,3	0,4	5,6	40	53,7	100	4,46	Çok önemli
Son kullanma tarihi geçmemiş gıda	-	1,8	5,2	37,8	55,2	100	4,46	Çok önemli
Kalite belgesi olan gıda	-	1,5	7,8	44,8	45,9	100	4,35	Çok önemli
Markalı gıda	0,4	4,5	10,4	39	45,7	100	4,25	Çok önemli

SONUÇ VE ÖNERİLER

Ankete katılan tüketicilerin ailelerinde alışverişin “anne baba birlikte” ve “bütün aile birlikte” şekliyle yapıldığı ve annenin alışverişte tek başına etkisinin düşük olduğu sonucu belirlenmiştir. Bu sonucun en önemli nedenleri arasında daha önce Azabağaoğlu ve Dursun (2008) tarafından yapılan çalışma sonuçlarında ortaya konulan nedenler: alışverişlerin büyük marketlerden toplu yapılması, ulaşım sorunu nedeniyle alışveriş yapılacak yerlerin evlerine olan uzaklıkları ve alışveriş dışında özellikle hipermarketlerin alışveriş merkezleri içerisinde olması ve tüketicilerin eğlenecekleri ve vakit geçirecekleri sosyal ortamların olması faktörleri sayılabilir. Alışverişin bütün aile tarafından yapılma oranının düşük olmasının bir sebebinin de covid-19 pandemisi olduğu söylenebilir.

Gelir grupları itibarıyla bütün harcama kalemlerinin ortalamaları arasındaki farklar istatistiki olarak önemli çıkmıştır. Tüketicilerin aylık gelir ortalaması 3661,4 ₺, aylık ortalama kira harcaması 622 ₺, ortalama gıda harcaması 503,2 ₺, aylık ortalama sağlık harcaması 241,7₺, aylık ortalama giyim harcaması 349,5 ₺, aylık ortalama ulaşım harcaması 267,2₺, ortalama eğitim harcaması 329,4₺ ve ortalama eğlence için yapılan harcama ise 357,6 ₺ olarak hesaplanmıştır. Aylık gıda harcamasının

aylık gelir içindeki payı %13,7, aylık gıda harcamasının aylık toplam harcamalar içindeki oranı ise %18,8 olarak hesaplanmıştır.

Tüketicilerin gıda ürünleri satın alırken fiyat, görünüş, geleneksel üretim ve uzman önerileri gibi özellikleri önemli gördükleri belirlenirken, marka, kalite, sağlık ve tazelik gibi özellikleri ise çok önemli gördükleri belirlenmiştir. Anket yapılan tüketicilerin gıda güvenilirliği konusunda bilgi sahibi olduğu ve temel niteliklerini tanımlayabildikleri sonucuna varılmıştır.

Gıda güvenliği konusunda bilinçli tüketici sayısının artması, gıdaların üretiminden tüketiciye sunulmasına kadar olan bütün aşamalarda sektördeki firmaların daha dikkatli davranmalarını sağlayacaktır. Gıda güvenliğinin sağlanmasında, sektördeki tüm aktörlerin bilinçli olmaları ve sorumluluk duygusuyla hareket etmeleri son derece önem arz etmektedir. Gıdaların üretiminden başlayarak tüketiciye ulaşmasına kadar olan süreçte, izlenebilir bir sistemin tam olarak tesis edilmesi için gerekli adımların gerekli kurumlar tarafından atılması gerekmektedir. Gıda firmalarının pazarlama stratejilerini belirlerken gıda talebini teknolojik ve ekonomik yönü ile değerlendirmemeli, gıda maddelerinin sağlıklı ve güvenilir olarak üretilmesine de odaklanmaları gerekmektedir.

KAYNAKLAR

- Açıkalin, B. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Gıda Güvenliğine Yönelik Bilgi, Tutum Ve Davranışları. T.C. Biruni Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme Ve Diyetetik Anabilim Dalı Beslenme Ve Diyetetik Yüksek Lisans Programı. s.93 İstanbul
- Agah, H. (2020). COVID-19 Süreci ve Gıda Güvenliği. (<https://www.tepav.org.tr/tr>) (Erişim tarihi: 10.11.2020)
- Akbay, C., Meral, Y., Yılmaz, H.İ., Gözek, S. (2013). Türkiye’de ailelerin su ürünleri tüketiminin ekonomik analizi. KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi. 16(3), 1-7
- Alsayed, R. (2019). Suriyeli Mülteci Ailelerin Çocuklarının Beslenme Ve Gıda Güvenliği Durumunun Belirlenmesi “İstanbul-Avcılar Örneği. T.C. İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gıda Güvenliği Ana Bilim Dalı Gıda Güvenliği Programı, Yüksek Lisans Tezi. s. 119, İstanbul
- Angulo, A.M., GIL, J.M., Tamburo, L., (2003). Food Safety and Consumers’ Willingness to Pay for Labelled Beef in Spain. 83rdEAAE Seminar, Girit- Yunanistan.
- Anonim, (2018). Tüketici Profili Ve Bilinç Düzeyi Araştırma Raporu. Türkiye Tüketicinin Korunması Ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü. www.ticaret.gov.tr www.tuketiciakademisi.gov.tr (Erişim Tarihi: 15.11.2020)
- Avşar, İ.O. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Besin Güvenliğine İlişkin Bilgi Tutum Ve Davranışlarının Belirlenmesi. T.C. Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme Ve Diyetetik Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı Yüksek Lisans Tezi. s.113 Gaziantep
- Aydın Eryılmaz, G., Kılıç, O. (2020). Türkiye ve Avrupa Birliği’nde tüketicilerin gıda güvenliğiyle ilgili tutum ve davranışları. *Food and Health*, 6(1), 57-66.
- Aygen F.G., (2012). Tüketicilerin Besin Etiketleri İncelenmesi Konusundaki Tutum ve Davranışları. İşletme Araştırmaları Dergisi, 4 (3): 28-54.
- Azabağaoğlu M.Ö., Dursun E., (2008). Tüketicilerin Modern Gıda Perakendecilerine Karşı Davranışının Analizi. Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, 5 (1): 1-12.
- Bahşi N., Budak D.B., (2014). Tüketicilerin Gıda Ürünlerini Satın Alma Davranışı Üzerine Pazarlama İletişimi Araçlarının Etkisi. Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi, 1: 1349-1356.

- Baş, T., (2008). Anket. Araştırma Yöntemleri Dizisi: 2, Seçkin Yayıncılık, 5. Baskı, Ankara.
- Bayat, B., (2014). Uygulamalı Sosyal Bilim Araştırmalarında Ölçme, Ölçekler Ve “Likert” Ölçek Kurma Tekniği. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 16/3,1-24.
- Baydar, M. (2019). Çanakkale İlinde Tüketicilerin Gıda Güvenliği Konusunda Bilgi Durumları Ve Çeşitli Tercihleri Üzerine Bir Araştırma. T.C. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi. Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı s. 84, Çanakkale
- Bekar, A. (2013). Tüketicilerin Gıda Güvenliğine Yönelik Tutumları. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi (YYU J AGR SCI) 2013, 23(2): 90–101
- Biloukha OO, Utermohlen V., (2001). Healthy eating in Ukraine: attitudes, barriers and information sources. Public Health Nutr., 4 (2):207-215.
- Bozoğlu, M., Chung L. Huang, Wojciech J. Florkowski, B. Kılıç Topuz, N. Alhas Eroğlu. (2014). Tüketicilerin Gıda Güvenliği Farkındalıkları ve Gıda Güvenliği Sertifikalı Süt ve Ürünlerini Satın Alma Niyetleri. XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi 3-5 Eylül 2014, Samsun 150-157.
- Bucak, T. (2012). Yiyecek İçecek İşletmelerinde Iso 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sisteminin Uygulanabilirliği: İzmir İli Örneği. T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Programı Doktora Tezi. s. 173 İzmir
- Can, E. (2020). Yerel Markalı Süt Ve Süt Ürünlerine Yönelik Tüketici Eğilimleri Ve Gıda Güvenliği Algısının Analizi; Tekirdağ İli Örneği. T.C. Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi. s. 117 Tekirdağ
- Ceyhun Sezgin, A., Artık, N. (2015). Toplu Tüketim Yerlerinde Gıda Güvenliği ve HACCP Uygulamaları. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 57, 60, 56-62.
- Çetin, B. (2018). Mersin İli Erdemli İlçesinde Gıda Güvenliği Ve Fonksiyonel Gıda Hakkında Tüketici Bilgi Ve Bilinç Düzeyi. T.C. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi s. 84 Kahramanmaraş
- Çukur, F., Yücel, B., Demirbaş, N. (2016). AB ve Türkiye’de arıcılık faaliyetine yönelik gıda güvenliği uygulamaları: sorunlar ve öneriler. Tarım Ekonomisi Dergisi. 22(2):87-95.
- Çukadar, M. (2017). A study on the Awareness of Consumers About Safe Food. R. Efe, M. Zencirkiran, J.A. Wendt, Z. Tumsavas, H. Unal, B. Borisova, (Ed.), Current Trends in Science and Landscape Management (pp. 509-518). Sofia: St. Kliment Ohridski University Press. Chapter: Chapter 42 A Study on the Awareness of Consumers About Safe Food Publisher: Sofia St. Kliment Ohridski University Press
- Deha Doğan, C., Uluman M. (2016). İstatistiksel Veri Analizinde R Yazılımı ve Kullanımı. İlköğretim Online, 15(2) 615-634.
- Durmaz Dayılar Ö. (2018). Gıda Güvenliği Kavramı Bilinç Düzeyinin Belirlenmesi. T.C. Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Veterinerlik Besin Hijyeni Ve Teknolojisi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi s. 99 Konya
- Duru, S., Seçer, A. (2019). Geleneksel Gıda Ürünlerini Satın Alma Davranışları ve Tutumları: Mersin İli Örneği. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi., 50 (1): 1-10, 2019
- Eren, R., Nebioğlu, O., Şık, A. (2017). Otel İşletmeleri Mutfak Çalışanlarının Gıda Güvenliği Konusunda Bilgi Düzeyleri: Alanya Örneği. Disiplinler arası Akademik Turizm Dergisi , 2 (1) , 47-64 .
- Eryılmaz, G.A., Demiryürek, K., Emir, M. (2015). Avrupa Birliği ve Türkiye’de organik tarım ve gıda ürünlerine karşı tüketici davranışları. Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi, 30, 199-206.

- Ihaka, R., Gentleman, R. (1996). R: a language for data analysis and graphics. *Journal of Computational and Graphical Statistics* 5: 299–314.
- Gökce (2015). Tüketicilerin Gıda Güvenliği Konusunda Bilgi Düzeyleri Aydın ili Örneği. T.C. Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü Diploma Tezi s. 40. Aydın
- Gözener, B., Oruç Büyükbay, E., Sayılı, M. (2009). Gıda Güvenliği Konusunda Öğrencilerin Bilgi Düzeylerinin İncelenmesi. *GOÜ. Ziraat Fakültesi Dergisi*, 2009, 26(2), 45-53.
- Gözener, B., Sayılı, M., (2013). Tüketicilerin açık süt ve süt ürünleri tüketim tercihlerinin incelenmesi: Tokat-Turhal ilçesi örneği. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 1, 160-175.
- Gülse Bal, H.S., Göktolga, Z.G. ve Karkacier, O., (2006). Gıda Güvenliği Konusunda Tüketici Bilincinin İncelenmesi (Tokat İli Örneği), *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 12(1): 9-18.
- Güneş F.E. Aktaş Ş., Korkmaz B.İ.O., (2014). Tüketicilerin Gıda Etiketlerine Yönelik Tutum ve Davranışları. *Akademik Gıda*, 12 (3): 30-37.
- Gürer, B., Akyol, E. (2018). Tüketicilerin Bal Tüketiminde Gıda Güvenilirliği Bilincinin İncelenmesi: Niğde İli Örneği. *Türk Tarım – Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 6(10): 1303-1310, 2018
- Güven, E. (2010). Yalova İlinde Yasayan Farklı Eğitim Ve Gelir Düzeyine Sahip Fertlerin Beslenme Alışkanlıkları Ve Gıda Güvenliği Bilgisinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. T.C. Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi. s. 144 Tekirdağ
- İncedal-Sonkaya Z, Balcı E, Ayar A. (2018). Üniversite öğrencilerinin gıda okuryazarlığı ve gıda güvenliği konusunda bilgi, tutum ve davranışları “Amasya Üniversitesi Sabuncuoğlu Şerefeddin Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu örneği”. *Türk Hij Den Biyol Derg*, 2018; 75(1): 53-64
- Kahrıman, F . (2020). BAFR: R Programı ile Bitki Islahı Denemelerinin Analizi için Geliştirilmiş Bir Paket ve Web Uygulaması. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 7 (1) , 1-9
- Kaplan, M., Gültekin, Y. (2017). Y Kuşağının Organik Gıda Satın Alma Eğilimlerine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Social And Humanities Sciences Research (JSHSR)* 2017 Vol:4 Issue:12 pp:697-705
- Kaplanoğlu, E., (2014). Mesleki Stresin Temel Nedenleri Ve Muhtemel Sonuçları: Manisa İlindeki Smmmler Üzerine Bir Araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Ekim 2014, 131-150.
- Karakaya, E., İnci, H. (2014). Bingöl ili merkez ilçesi hane halkının kanatlı eti tüketim tercihleri. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 28(1): 53-64.
- Karakaya, E., İnci, H., Söğüt, B., Şengül, T. (2014). Bingöl İl Merkezinde Yaşayan Hane Halklarının Yumurta Tüketim Durumu Üzerine Bir Araştırma, *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 1(2): 239-247.
- Karakaya, E., Kırıcı, M. (2016). Bingöl ili il merkezinde balıketi tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi. *International Journal of Social and Economic Sciences* 6 (1): 74-85.
- Karakaya E, Kızıloğlu S (2017). Bingöl İl Merkezinde Yaşayan Hanehalklarının Kırmızı Et Talebini Etkileyen Faktörlerin Analizi. *Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi*, 32: 169-180
- Kearney M., Kearney J.M, Dunne A. ve M.J., Gibney (1999). Sociodemographic determinants of perceived influences on food choice in a nationally representative sample of Irish adults. *Public Health Nutr.*, 3 (2):219-226.
- Kılıç D., (2008). Tüketicilerin Gıda Güvenliği ile İlgili Bilgi, Tutum ve Davranışları. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Türkiye.

- Kızılaslan, N., Kızılaslan, H. (2008). Tüketicilerin Satın Aldıkları Gıda Maddeleri ile İlgili Bilgi Düzeyleri ve Tutumları (Tokat İli Örneği). U. Ü. ZİRAAT FAKÜLTESİ DERGİSİ, 2008, Cilt 22, Sayı 2, 67-74
- Kızıloğlu, S., Kızıloğlu, R., (2013). Erzurum merkez ilçede et ve ithal et tüketme durumunu inceleyen bir araştırma. Iğdır Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi. / Iğdır Univ. J. Inst. Sci. & Tech. 3(1): 61-68.
- Koç, G., Uzmay A., (2015). Gıda Güvencesi ve Gıda Güvenliği Kavramsal Çerçeve, Gelişmeler ve Türkiye, Tarım Ekonomisi Dergisi, 21(1): 39-48.
- Madenci, AB., Türker, S., Bayramoğlu, Z., Eyiz, V. (2019). Tüketicilerin Gıda Güvenliğine Yönelik Tutum Ve Algılarını Etkileyen Sosyo-Ekonomik Faktörler: Konya İli Örneği. Helal ve Etik Araşt. Derg. / J. Halal & Ethical Res. 1 (1): 48-59
- Meral, Y., Şahin, A. (2013). Tüketicilerin coğrafi işaretli ürün algısı: Gemlik zeytini örneği. KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi, 16(4):16-24, doi: 10.18016/ksujns.62240.
- Niyaz, Ö., İnan, İ. (2016). Türkiye'de Gıda Güvencesinin Mevcut Durumunun Değerlendirilmesi. Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 13(2) , 1-7.
- Ocak, S., Önder, H. (2014). Süt Ürünlerinde Tüketici Tercihini Etkileyen Faktörler ve Gıda Güvenliği Bilinci, Hayvansal Üretim, 55(2):9-15.
- Onurlubaş, E. (2015). Tüketicilerin Gıda Güvenliği Konusunda Bilinç Düzeylerinin Ölçülmesi: Tokat İli Örneği. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Doktora Tezi s. 133 Ankara
- Onurlubaş E., Gürler AZ. (2016). Gıda Güvenliği Konusunda Tüketicilerin Bilinç Düzeyini Etkileyen Faktörler. JAFAG (2016) 33 (1), 132-141.
- Öncebe, S., Demircan, V. (2019). Tüketicilerin Fonksiyonel Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörler. Akademik Gıda 17(4) (2019) 497-507.
- Paradis, E. (2002). R for Beginners. Montpellier (F): University of Montpellier, p.111. URL: http://cran.r-project.org/doc/contrib/rdebuts_en.pdf.
- Şahin, A. Meral, Y. (2012). Türkiye’de coğrafi işaretleme ve yöresel ürünler. Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi, 5(2), 88-92.
- Taşdan, K., Albayrak, M., Gürer, B., Özer, OO., Albayrak, K., Güldal, HT. (2014). Geleneksel Gıdalarda Tüketicilerin Gıda Güvenliği Algısı: Ankara İli Örneği. Geleneksel Gıdalarda Tüketicilerin Gıda Güvenliği Algısı: Ankara İli Örneği. Davraz Kongresi, Sözlü Bildiri
- Tayar, M. (2020). Gıda Güvenliği Ve Covid-19. Veteriner Farmakoloji ve Toksikoloji Derneği Bülteni Bulletin of Veterinary Pharmacology and Toxicology Association e-ISSN 2667-8381, 11 (2): 61-71, 2020
- Tokdaş, EÇ. (2019). Bireylerde Gıda Güvenliği Algısını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi s.78 Antalya
- Toklu, İ.T. Ustaahmetoğlu, E. (2016). Tüketicilerin Organik Çaya Yönelik Tutumlarını Ve Satın Alma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması”, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 12 (29); 41-61.
- Tosun, D., Demirbaş, N., (2012). Türkiye’de kırmızı et ve et ürünleri sanayiinde gıda güvenliği sorunları ve öneriler. Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi 26(1):93-101.

- Tüyben, EE. (2018). Tüketicilerin Gıda Güvenilirliği Yönünden Etiket Okuma Alışkanlığı Ve Algısının Değerlendirilmesi. T.C. Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Toplu Beslenme Sistemleri Programı Yüksek Lisans Tezi. s. 93 Ankara
- Verbeke, W. (2006). Functional foods: Consumer willingness to compromise on the taste for health? *Food Quality and Preference*, 17, 126-131.
- Yangıç Yüksel, Ç. (2019). Tüketicilerin Satın Alma Alışkanlıkları Ve Gıda Güvenliği Konusundaki Bilinçleri: Ankara, Etimesgut Örneği. T.C. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı Gıda Bilimleri Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi s. 119 Manisa
- Zielinska, E.B., Zychowicz, M.J. (2017). Conceptual model of consumer's willingness to eat functional foods. *Rocz Panstw Zakl Hig*, 68(1), 33-41.