

**ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Meltem KARAALI

ADANA KEBABI TÜKETİMİNDE ALGILANAN RİSKLER

TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

ADANA-2019

ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

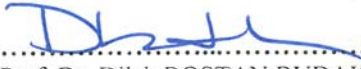
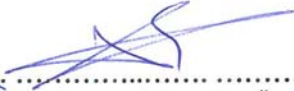

ADANA KEBABI TÜKETİMİNDE ALGILANAN RİSKLER



Meltem KARAALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

Bu Tez. 01/02/2019 Tarihinde Aşağıdaki Jüri Üyeleri Tarafından
Oybirliği/Oyçokluğu ile Kabul edilmiştir.


Prof. Dr. Dilek BOSTAN BUDAK I.DANIŞMAN

Prof. Dr. Işıl VAR II.DANIŞMAN ÜYE

Dr. Öğr. Üyesi Ufuk GÜLTEKİN ÜYE


Dr. Öğr. Üyesi Bekir AYYILDIZ ÜYE

Dr. Öğr. Üyesi Merve AYYILDIZ ÜYE

Bu Tez Enstitümüz Tarım Ekonomisi Anabilim Dalında hazırlanmıştır.
Kod No:

Prof. Dr. Mustafa GÖK
Enstitü Müdürü

Bu Çalışma Ç. Ü. Araştırma Projeleri Birimi Tarafından Desteklenmiştir.
Proje No: FYL-2016-6738

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

ÖZ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ADANA KEBABI TÜKETİMİNDE ALGILANAN RİSKLER

Meltem KARAALİ

**ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
FENBİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI**

I Danışman : Prof. Dr. Dilek BOSTAN BUDAK
II Danışman : Prof. Dr. Işıl VAR
Yıl:2019, Sayfa: 103
Jüri : Prof. Dr. Dilek BOSTAN BUDAK
: Prof. Dr. Işıl VAR
: Dr. Öğr. Üyesi Ufuk GÜLTEKİN
: Dr. Öğr. Üyesi Bekir AYYILDIZ
: Dr. Öğr. Üyesi Merve AYYILDIZ

Bu çalışmada, Adana ilinde, tüketimi en çok tercih edilen Adana kebabında algılanan, fiziksel, kimyasal ve biyolojik riskler ile gıda kaynaklı sağlık riskleri araştırılmaya çalışılmıştır. Adana ili kentsel alanda yaşayan 400 kişi ile yapılan anket çalışması sonucu veriler elde edilmiştir. Çalışmaya katılan tüketicilerin cinsiyete göre dağılımı incelendiğinde %52'sinin kadın ve %48'inin erkek olduğu belirlenmiştir. Tüketicilerin ev dışı gıda tüketiminde yaklaşık %55 oranında Adana Kebabı tüketmeyi tercih ettikleri belirlenmiştir. Tüketicilerin yaklaşık %27'sinin haftada en az bir kez Adana Kebabı tükettiği ve bu tüketimin mevsime bağlı olmadığı dört mevsim tüketimde buldukları belirlenmiştir. Adana Kebabı tüketimi ile tüketicilerin aklına gelen ilk sağlık probleminin Kolesterol olduğu gözlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Adana kebabı, Tüketim, Gıda güvenliği, Sağlık riskleri

ABSTRACT

MSc THESIS

RISKS PERFORMED IN ADANA KEBABI CONSUMPTION

Meltem KARAALI

ÇUKUROVA UNIVERSITY
INSTITUTE OF NATURAL AND APPLIED SCIENCES
DEPARTMENT OF AGRICULTURAL ECONOMICS

I Supervisor : Prof. Dr. Dilek BOSTAN BUDAK
II Supervisor : Prof. Dr. Işıl VAR
Year:2019, Page: 103
Jury : Prof. Dr. Dilek BOSTAN BUDAK
: Prof. Dr. Işıl VAR
: Asst. Prof. Dr. Ufuk GÜLTEKİN
: Asst. Prof. Dr. Bekir AYYILDIZ
: Asst. Prof. Dr. Merve AYYILDIZ

In this study; the physical, chemical and biological risks and food-borne health risks perceived in Adana kebab are investigated. The data were obtained from the survey conducted with 400 people living in the urban area of Adana province. When the distribution of the consumers by gender was examined, it was determined that 52% of the participants were female and 48% were male. It has been determined that consumers prefer to consume Adana Kebab at a rate of approximately 55% of the food consumption outside the home. It has also been determined that approximately 27% of the consumers consume Adana Kebab at least once a week and as it is not dependent on one particular season, they consume it four seasons. With the consumption of Adana Kebab, it has been observed that the first health problem that comes to mind of the consumers is Cholesterol.

Keywords: Adana kebab, Consumption, Foodsafety, Healthrisks

GENİŞLETİLMİŞ ÖZET

Bu çalışmada Adana ili kentsel alanda yaşayan 400 kişi ile görüşülerek tüketicilerin Adana Kebabı tüketiminde algıladıkları riskler belirlenmeye çalışılmıştır. Tüketicilerin gıda güvenirligi konusundaki düşünceleri, gıda alışverişini yaparken etkili faktörleri, Adana Kebap tüketip tüketmedikleri, tüketim sıklıkları ve zamanları, tüketim yerleri ve tüketim şekilleri ile Adana Kebabı tüketiminde algıladıkları riskler araştırılmıştır.

Adana ilinde ortalama hane halkı genişliğinin 3,54 kişi olduğu, hane halkının % 29,80'inin 35-44 yaş arasında olduğu belirlenmiştir. Anket yapılan tüketicilerin %42,75'inin gelir düzeyinin 2001₺-4000₺ arasında olduğu saptanmış ve hanelerin aylık gıda harcamalarının toplam gelirlerine oranı ortalama %15,02 olarak hesaplanmıştır. Tüketicilerin gelirleri artıkça gıda harcamalarının toplam gelir içindeki payı mutlak olarak artmasına rağmen oransal olarak azaldığı belirlenmiştir.

Araştırmada tüketicilerin genel tutum ve davranışları da incelenmeye çalışılmıştır. Hanelerde gıda alışverişini %35,25 ile anne ve babanın birlikte yaptığı, gıda alışverişini yaparken %88,00'lik oranla en çok gıdaların tazeliğine önem verildiği belirlenmiştir. Tüketicilerin %86,00'si gıdaların kısmen sağlıklı olduğunu düşündüğünü belirtmiştir. Gıdaların sağlıklı olma nedenlerini sıralarken ilk sırada genetiği değiştirilmiş organizmaların varlığı düşüncesinin aldığı ortaya çıkmıştır.

Tüketicilerin yarıdan biraz fazlası (%57,8'i) kendisini bilinçli tüketici olarak tanımlamış ve yaklaşık yarısı gıda güvenirligi konusuyla ilgilendiklerini belirtmişlerdir. Gıda güvenirliginin sağlandığına inanan tüketicilerin oranı ise %2 olarak oldukça düşük bulunmuştur. Tüketicilere göre gıda güvenirliginin sağlanmasında en büyük görevin Tarım ve Orman Bakanlığına, belediyelere ve işletme sahiplerine düştüğü belirlenmiştir.

Gıda denetimlerini yetersiz bulan tüketicilerin oranı %68,75 ile oldukça yüksektir. Çalışmaya katılan tüketicilerin %51,3'ünün Alo 174 Gıda hattından haberdar olmadığı, haberdar olan %48,7 oranındaki tüketicinin ise yalnızca %18,46'sının gıda hattını kullandığı belirlenmiştir.

Araştırma kapsamındaki tüketicilerin %30,75'i gıda güvenliğinin tam olarak sağlandığına inandığı ürünler için %10 daha fazla para ödemeyi kabul ettiğini, %27,75'i ise gıda güvenliğinin sağlanmasının devletin görevi olduğunu bu nedenle fazla para ödemeyi kabul etmediğini bildirmiştir.

Tüketicilerin ev dışında gıda tüketim sıklıkları incelendiğinde %27,25'inin haftada birkaç kez dışarıda yedikleri belirlenmiştir. Tüketicilerin yiyecek tercihlerinde ilk sırada %54,70 oranı ile Adana Kebabı gelmektedir. Tüketicilerin %26,10'unun haftada bir kez Adana Kebabı tükettiği ve bu tüketimin mevsime bağlı olmadığı, dört mevsim tükettikleri belirlenmiştir. Adana Kebabı tüketimi ile ilgili tüketicilerin aklına gelen sağlık problemlerinin başında Kolesterol ve Obezite hastalıkları olduğu belirlenmiştir.

TEŞEKKÜR

Çalışma konusunun belirlenmesinde ve çalışmanın hazırlanma sürecinin her aőamasında bilgilerini, tecrübelerini ve değerli zamanlarını esirgemeyerek bana her fırsatta yardımcı olan değerli hocalarım sayın Prof. Dr. Dilek BOSTAN BUDAK' a ve sayın Prof. Dr. Işıl VAR' a sonsuz teőekkürlerimi sunarım.

Tezimin araştırma kısmında analizleri yapmamda büyük destek olan değerli arkadaőım sayın Arő. Gör. Tuğçe KAYA' ya teşekkür ederim.

Tez çalıőmam süresince beni her zaman teővik eden ve benden hiçbir zaman desteğini esirgemeyen aileme teőekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

SAYFA

ÖZ	I
ABSTRACT.....	II
GENİŞLETİLMİŞ ÖZET	III
TEŞEKKÜR.....	V
İÇİNDEKİLER	VI
ÇİZELGELERİN DİZİNİ	X
ŞEKİLLER DİZİNİ	XVI
1. GİRİŞ	1
1.1.Araştırmanın Önemi.....	1
2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR	5
3.MATERYAL VE YÖNTEM.....	11
3.1. Materyal	11
3.2.Yöntem.....	11
3.2.1.Örnekleme Yöntemi.....	11
3.2.2.Anket Aşaması	12
4.ARAŞTIRMA BULGULARI.....	13
4.1. Adana Kebabı ve Karşılaşılabilecek Olası Riskler	13
4.2. Anket Çalışması Sonucunda Elde Edilen Bulgular.....	17
4.2.1. Tüketicilerin Sosyo Ekonomik Özellikleri.....	17
4.2.1.1. Cinsiyet ve Medeni Durum	18
4.2.1.2. Yaş	18
4.2.1.3. Eğitim Durumu	18
4.2.1.4. Meslek Durumu.....	19
4.2.1.5.Tüketicilerin Gelir Grupları ve Gıda Harcamaları	20
4.2.1.6. Alışverişi Yapan Birey	21
4.2.2. Tüketim Davranışları ve Gıdalar Hakkındaki Düşünceleri.....	22
4.2.2.1. Gıda Alışverişi Yaparken Önem Verilen Faktörler.....	22

4.2.2.2. Tüketicilerin Gıda Güvenirliği Konusunda Düşünceleri	25
4.2.2.3. Tüketicilerin Gıda Güvenirliğinin Sağlanması ve Denetimi Hakkındaki Düşünceleri	27
4.2.2.4. Tüketicilerin Alo 174 Gıda Hattından Haberdarlık Düzeyleri	29
4.2.2.5. Güvenilir Gıdaya Fazla Ödeme İstekliliği	29
4.2.3. Ev Dışında Gıda Tüketim Sıklığı ve Tercih Edilen Yiyecekler.....	30
4.2.4. Adana Kebabı Tüketim Alışkanlıkları	31
4.2.4.1. Adana Kebabı Tüketim Sıklığı ve En Çok Tüketilen Mevsim	31
4.2.4.2. Adana Kebabı Tüketim Yeri Tercihleri	32
4.2.4.3. Adana Kebabını Tüketim Şekli.....	34
4.2.4.4. Adana Kebabı Tüketimi İle İlgili Sağlık Problemleri	36
4.2.5. Adana Kebabında Katkı Maddesi Kullanımı	38
4.2.6. Adana Kebabının Besleyici Değeri İle İlgili Bireylerin Düşünceleri.	38
4.2.7. Adana Kebabı Tüketiminde Karşılaşılabilecek Riskler Konusundaki Düşünceler	39
4.2.8. Adana Kebabı Tüketim Yaşı.....	40
4.2.9. Bazı Önemli Değişkenler Arasındaki İlişkiler	40
4.2.9.1. Cinsiyet ve Bilgi Kaynakları Arasındaki İlişki	40
4.2.9.2. Cinsiyet ile Gıdaların Özellikleri Hakkındaki İlişki	43
4.2.9.3. Cinsiyete Göre ALO 174 Gıda Hattından Haberdar Olma Durumu Arasındaki İlişki	45
4.2.9.4. Eğitim Durumu ve Bilgi Kaynakları Arasındaki İlişki	45
4.2.9.5. Eğitim Durumu ile Gıdaların Özellikleri Hakkındaki İlişki....	50
4.2.9.6. Eğitim Durumuna Göre ALO 174 Gıda Hattından Haberdar Olma Durumu Arasındaki İlişki	60
4.2.9.7. Aylık Gelir ve Bilgi Kaynakları Arasındaki İlişki	60
4.2.9.8. Aylık Gelir ile Gıdaların Özellikleri Arasındaki İlişki.....	65
4.2.9.9. Aylık Gelire Göre ALO 174 Gıda Hattından Haberdar Olma Durumu Arasındaki İlişki	75

4.2.9.10. Tüketim Riskleri İle Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki	76
4.2.9.11. Gıda Alım Faktörleri İle Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki.....	78
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	81
5.1. Sonuçlar	81
5.2. Öneriler	83
KAYNAKLAR	85
ÖZGEÇMİŞ	89
EKLER.....	90



ÇİZELGELERİN DİZİNİ

SAYFA

Çizelge 4.1. Tüketicilerin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı	18
Çizelge 4.2. Tüketicilerin Ortalama Gelir Düzeyleri	20
Çizelge 4.3. Ailede Gıda Alışverişini Yapan Bireyler	22
Çizelge 4.4. Tüketicilerin Gıda Alışverişi Yaparken Önem Verdiği Özellikler	23
Çizelge 4.5. Gıdaların Sağlıklı Olup Olmadığı Konusundaki Düşünceler	24
Çizelge 4.6. Tüketicilere Göre Gıdaların Sağlıksız Olma Nedenleri	25
Çizelge 4.7. Tüketicilerin Gıda Güvenilirliği Konusuyla İlgilenme Oranları.....	25
Çizelge 4.8. Gıda Güvenilirliği Konusunda Bilgi Edinme Kaynakları	26
Çizelge 4.9. Tüketicilerin Gıda Güvenliği Sistemleri Hakkında Bilgisi.....	27
Çizelge 4.10. Gıda Güvenliği Sistemleri	27
Çizelge 4.11. Tüketicilerin Gıda Güvenirliğinin Sağlanması Konusundaki Düşünceleri	28
Çizelge 4.12. Gıda Güvenirliği Denetimleri Yeterlilik Düzeyi	28
Çizelge 4.13. Güvenilir Gıdalar İçin Fazla Ödeme İstekliliği.....	30
Çizelge 4.14. Ev Dışında Gıda Tüketim Sıklıkları	30
Çizelge 4.15. Adana Kebabı Tüketim Sıklığı	31
Çizelge 4.16. Adana Kebabı Tüketim Yeri Tercihleri	32
Çizelge 4.17. Adana Kebabını Evde Tüketmenin Tercih Sebepleri	33
Çizelge 4.18. Adana Kebabının Ev Dışında Tüketilme Sebepleri	33
Çizelge 4.19. Adana Kebabında Algılanan Kömür Riski	34
Çizelge 4.20. Tüketicilerin Adana Kebabı Tüketimlerinde Isıl İşlem Tercihleri.....	34
Çizelge 4.21. Adana Kebabı Tüketiminde Sunum Şekli Tercihleri.....	35
Çizelge 4.22. Adana Kebabının Sarıldığı Ambalaj Malzemeleri.....	35
Çizelge 4.23. Tüketicilerin Kullanılan Ambalaj Malzemesinin Sağlık Açısından Zararlı Olup Olmadığı Konusundaki Düşünceleri.....	36

Çizelge 4.24. Adana Kebabı Denilince Akla Gelen İlk Sağlık Problemi	36
Çizelge 4.25. Adana Kebabı Tüketimi Sonrasında Geçirilen Rahatsızlıklar	37
Çizelge 4.26. Kalp Damar Ve Kolesterol Hastalığının Görülme Oranları.....	38
Çizelge 4.27. Adana Kebabı Tüketiminde Karşılaşılabilecek Riskler Konusundaki Düşünceler.....	39
Çizelge 4.28. Adana Kebabı Tüketim Yaşı.....	40
Çizelge 4.29. Cinsiyet İle Bilgi Kaynağı Radyo Kullanım Sıklığı	41
Çizelge 4.30. Cinsiyet İle Yakın Çevresinden Bilgi Edinme Sıklığı.....	41
Çizelge 4.31. Cinsiyet İle Bilgi Kaynağı Olarak Basılı Materyal Kullanım Sıklığı.....	42
Çizelge 4.32. Cinsiyet İle Konu Uzmanlarından Bilgi Edinme Sıklığı	42
Çizelge 4.33. Cinsiyet İle İl Tarım Ve Orman Müdürlüğü Ve Sağlık Bakanlığı'ndan Bilgi Edinme Sıklığı.....	43
Çizelge 4.34. Cinsiyet İle Sivil Toplum Kuruluşlarından Bilgi Edinme Sıklığı.....	43
Çizelge 4.35. Cinsiyet Göre Gıdaların Özelliklerini Önemseme Düzeyi	44
Çizelge 4.36. Eğitim Durumu İle Bilgi Kaynağı Radyo Kullanım Sıklığı	45
Çizelge 4.37. Eğitim Durumu İle Yakın Çevresinden Bilgi Edinme Sıklığı	46
Çizelge 4.38. Eğitim Durumu İle Bilgi Kaynağı Olarak Basılı Materyal Kullanım Sıklığı.....	47
Çizelge 4.39. Eğitim Durumu İle Tv Programlarından Bilgi Edinme Sıklığı.....	47
Çizelge 4.40. Eğitim Durumları İle Konu Uzmanlarından Bilgi Edinme Sıklığı.....	48
Çizelge 4.41. Eğitim Durumu İle Tarım İl Müdürlüğü Ve Sağlık Bakanlığı'ndan Bilgi Edinme Sıklığı.....	49
Çizelge 4.42. Eğitim Durumu İle Sivil Toplum Kuruluşlarından Bilgi Edinme Sıklığı	49
Çizelge 4.43. Eğitim Durumu İle Gıdaların Kalitesini Önemseme Derecesi.....	50
Çizelge 4.44. Eğitim Durumu İle Gıdaların Tazelikliğini Önemseme Derecesi.....	50

Çizelge 4.45. Eğitim Durumu İle Gıdaların Tadını Ve Lezzetini Önemseme Derecesi	51
Çizelge 4.46. Eğitim Durumu İle Gıdaların Besin Değerini Önemseme Derecesi	51
Çizelge 4.47. Eğitim Durumu İle Gıdaların Üretimde Kullanılan Katkı Maddelerini Önemseme Derecesi	52
Çizelge 4.48. Eğitim Durumu İle Gıda Fiyatlarını Önemseme Derecesi	52
Çizelge 4.49. Eğitim Durumu İle Çevre Dostu Ürün Olup Olmadığını Önemseme Derecesi	53
Çizelge 4.50. Eğitim Durumu İle Gıdaların Raf Ömrünü Önemseme Derecesi	53
Çizelge 4.51. Eğitim Durumu İle Gıdaların Marka Ve Firma İsmi Önemseme Derecesi	54
Çizelge 4.52. Eğitim Durumu İle Gıdaların Üretim Ve Son Kullanma Tarihini Önemseme Derecesi	54
Çizelge 4.53. Eğitim Durumu İle Gıdaların Doğal Ve Katkısız Ürün Olmasını Önemseme Derecesi	55
Çizelge 4.54. Eğitim Durumu İle Gıdaların Net Ağırlığını Önemseme Derecesi	56
Çizelge 4.55. Eğitim Durumu İle Çevrenin Tavsiyelerini Önemseme Derecesi	56
Çizelge 4.56. Eğitim Durumu İle Promosyonları Önemseme Derecesi	57
Çizelge 4.57. Eğitim Durumu İle Gıdaların Ambalajlarını Önemseme Derecesi	58
Çizelge 4.58. Eğitim Durumu İle Alışkanlıkları Önemseme Derecesi	58
Çizelge 4.59. Eğitim Durumu İle Ürünün Dış Görünüşünü Önemseme Derecesi	59
Çizelge 4.60. Eğitim Durumu İle Gıdaların Kokusunu Önemseme Derecesi	60
Çizelge 4.61. Toplam Aylık Gelir İle Bilgi Kaynağı Radyo Kullanım Sıklığı	61

Çizelge 4.62. Toplam Aylık Gelir İle Yakın Çevresinden Bilgi Edinme Sıklığı.....	61
Çizelge 4.63. Aylık Gelir İle Bilgi Kaynağı Olarak Basılı Materyal Kullanım Sıklığı.....	62
Çizelge 4.64. Aylık Gelir İle Tv Programlarından Bilgi Edinme Sıklığı.....	63
Çizelge 4.65. Aylık Gelir İle Konu Uzmanlarından Bilgi Edinme Sıklığı	63
Çizelge 4.66. Aylık Gelir İle İl Tarım Ve Orman Müdürlüğü Ve Sağlık Bakanlığı'ndan Bilgi Edinme Sıklığı.....	64
Çizelge 4.67. Aylık Gelir İle Sivil Toplum Kuruluşlarından Bilgi Edinme Sıklığı.....	64
Çizelge 4.68. Aylık Gelir İle Gıdaların Kalitesini Önemseme Derecesi	65
Çizelge 4.69. Aylık Gelir İle Gıdaların Tazeliğini Önemseme Derecesi.....	66
Çizelge 4.70. Aylık Gelir İle Gıdaların Tadını Ve Lezzetini Önemseme Derecesi	66
Çizelge 4.71. Aylık Gelir İle Gıdaların Besin Değerini Önemseme Derecesi	67
Çizelge 4.72. Aylık Gelir İle Gıdaların Üretimde Kullanılan Katkı Maddelerini Önemseme Derecesi.....	67
Çizelge 4.73. Aylık Gelir İle Gıda Fiyatlarını Önemseme Derecesi.....	68
Çizelge 4.74. Aylık Gelir İle Çevre Dostu Ürün Olup Olmadığını Önemseme Derecesi	68
Çizelge 4.75. Aylık Gelir İle Gıdaların Raf Ömrünü Önemseme Derecesi.....	69
Çizelge 4.76. Aylık Gelir İle Gıdaların Marka Ve Firma İsmi Önemseme Derecesi	69
Çizelge 4.77. Aylık Gelir İle Gıdaların Üretim Ve Son Kullanma Tarihini Önemseme Derecesi	70
Çizelge 4.78. Aylık Gelir İle Gıdaların Doğal Ve Katkısız Ürün Olmasını Önemseme Derecesi	71
Çizelge 4.79. Aylık Gelir İle Gıdaların Net Ağırlığını Önemseme Derecesi	71
Çizelge 4.80. Aylık Gelir İle Çevrenin Tavsiyelerini Önemseme Derecesi	72

Çizelge 4.81. Aylık Gelir İle Promosyonları Önemseme Derecesi.....	73
Çizelge 4.82. Aylık Gelir İle Gıdaların Ambalajlarını Önemseme Derecesi.....	73
Çizelge 4.83. Aylık Gelir İle Alışkanlıkları Önemseme Derecesi	74
Çizelge 4.84. Aylık Gelir İle Dış Görünüşü Önemseme Derecesi.....	74
Çizelge 4.85. Aylık Gelir İle Gıdaların Kokusunu Önemseme Derecesi.....	75
Çizelge 4.86. Adana Kebabı Tüketiminde Algılanan Riskler İle Yaş, Eğitim Durumu, Tüketicilerin Mesleği Ve Aylık Gelirleri Arasında Yapılan Kruskal Wallis Test Sonuçları.....	76
Çizelge 4.87. Gıda Alım Faktörleri İle Yaş, Eğitim Durumu, Tüketicilerin Mesleği Ve Aylık Gelirleri Arasında Yapılan Kruskal Wallis Test Sonuçları	78



ŞEKİLLER DİZİNİ

SAYFA

Şekil 4.1. Bireylerin Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı.....	19
Şekil 4.2. Bireylerin Meslek Gruplarına Göre Dağılımı	20
Şekil 4.3. Bireylerin Ev Dışında Tüketmeyi Tercih Ettikleri Yiyecekler	31
Şekil 4.4. Bireylerin Adana Kebabının Besleyici Değeri Hakkındaki Düşünceleri	38





1. GİRİŞ

1.1.Araştırmanın Önemi

İnsanın hayatını sağlıklı ve üretken olarak sürdürebilmesi ve uzun süre yaşayabilmesi için besin maddelerine gereksinimi vardır. Beslenme İhtiyacı bireylerin yaşamlarını tümüyle ilgilendiren temel gereksinimlerdir (Anonim, 2015).

2010 yılında kabul edilen 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununda, *gıda güvenliği* ve *gıda güvenirligi* kavramları açıklanmıştır. Gıda güvenliği “insanların doğal hakkı olan sağlıklı yaşama ulaşabilmeleri için uygun fiyatta, sağlıklı, yeterli, besleyici ve güvenilir gıdaya erişiminin sağlanması” olarak tanımlanırken; gıda güvenirligi, “gıdalarda olabilecek fiziksel, kimyasal ve biyolojik her türlü zararların önlenmesi için alınması gereken tedbirler bütünü” olarak açıklanmıştır (Anonim, 2014).

Dünyada gıda güvenirligi incelendiğinde, tüketici sağlığını bozabilecek gıda kaynaklı birçok hastalığın olduğu görülmektedir. Gelişmiş ülkeler ile gelişmekte olan ülkeler arasında gıda ürünlerine yönelik tehditler farklılık gösterse de; sektörün, hammaddenin tedarik edilışinden dağıtımına kadar olan sürecinin tüketici talebi ve bilinci doğrultusunda daha güvenilir bir gıda arzına özen göstermesi gerekmektedir (Anonim, 2014a).

Gıda maddelerinde kalitenin tüketicinin algısı ile ilgili olması ve kalitenin ölçümünde tüketicinin doğrudan görüşünün alınabiliyor olması *bilinçli tüketici* kavramının önemini artırmıştır. Bilinçli tüketici; bir mal ya da hizmeti satın alırken, gerçek ihtiyaçlarını göz önünde tutan, planlı ve belgeli alışveriş yapan, kalitesi yüksek, sağlıklı, güvenli, çevreci ürünü seçmeye özen gösteren ve tüm bunlarla birlikte bütçesine en uygun ürünü seçen kişilerdir (Topuzoğlu ve ark., 2007).

Tüketilen gıdaların faydaları veya sağlık açısından taşıdığı risklerle ilgili bilgiler tüketici grupları arasında şekillenmekte olup, tüketicinin gıda ürününü tercih etmesinde tat, fiyat, bulunabilirlik gibi birçok faktörün etkisi bulunmaktadır.

Gıda güvenirligi kapsamında gıdalara istenmeyen zararlı maddelerin ve mikroorganizmaların herhangi bir yolla bulaşması ile gıdalar riskli hale gelirler. Gıda güvenirligi tehlikeleri ile ilgili kapsamın içerisinde, sağlığı olumsuz etkileyebilecek yem ve yem içerikleri ve gıdaların kullanımına bağlı olarak transfer olmuş hayvansal ürünlerin tüketimi ile insan sağlığını olumsuz yönde etkileyebilecek işlemler de yer almaktadır (Mutlu, 2007).

Gıda güvenirligi düzenlemelerinin amacı, gıda kaynaklı tehlikelerin önlenmesiyle tüketici sağlığının korunmasıdır. Bu düzenlemeler piyasada adil rekabetin sağlanması ile ilgili konuları da kapsar. Tüketicilerin sağlığının korunması ve güvenliklerinin sağlanması için ulusal gıda kontrol sistemlerinin etkin olması gerekmektedir (Anonim, 2014a).

Eski yaklaşımlarda güvenli gıda üretimi için alınan önlemlerin ve yapılan kontrollerin genellikle son ürünün değerlendirilmesi şeklinde yapıldığı görülmektedir. Son ürünlerde yapılan kontrol uygulamaları, ürünün son halindeki hataları ve tehlikeleri göstermektedir. Günümüzde ise güvenli gıda üretimi için gerekli tüm malzemelerin üretiminden başlayarak tedarikçilerin seçimi ve değerlendirmesini, üretim aşamalarını, ürünlerin muhafaza ve sevkiyatları da dahil olmak üzere sürecin tamamını kontrol altında tutan bir yaklaşımın gerekli olduğu düşünölmektedir (Anonim, 2014b).

Dünyada ve ölkemizde gıda güvenirligini sağlamaya yönelik olarak “Gıda Güvenliği Yönetim Sistemleri” uygulanmaya başlanmıştır. İyi Hijyen Uygulamaları (Good Hygienic Practice -GHP), İyi Laboratuvar Uygulamaları (Good Laboratory Practice-GLP) ile Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları (Hazard Analysis and Critical Control Points-HACCP) gibi uygulamalar gıda güvenirligini sağlamaya yönelik uygulamalar olarak uluslararası boyutta kabul görmektedir (Anonim, 2014a).

HACCP sisteminin temel prensibi, son üründe oluşabilecek tehlikeleri ve ürünü bu tehlikelerden koruyucu önlemleri önceden belirlemek, bu önlemlerin

uygulamalarını gerçekleştirmek, böylece ürünün sağlık açısından kalitesini, dolayısıyla da tüketici güvenliğini garanti altına almaktır (Aras ve Gürbüz, 2002).

Günümüzde gıdaların tüketici tarafından tercih edilebilmesi için; güvenliği sağlanmış, dayanıklı, besleyici, lezzetli ve ekonomik olması gerekmektedir (Topal, 1996).

Bu çalışmada, Adana ilinde, ev dışında tüketimi en çok tercih edilen yiyecek olan Adana kebabı tüketiminde algılanan fiziksel (kemik parçaları, saç vb.), kimyasal (akrilamid, antibiyotik kalıntıları vb.) ve biyolojik (mikroorganizmalar ve parazitler vb.) riskler ile kebab tüketiminden kaynaklanan sağlık risklerinin (kalp- damar hastalıkları vb.) belirlenmesi amaçlanmış olup tüketicilerin bu riskleri algılama düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır.



2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Dölekoğlu (2003). “Tüketicilerin İşlenmiş Gıda Ürünlerinde Kalite Tercihleri, Sağlık Risklerine Karşı Tutumları ve Besin Bileşimi Konusunda Bilgi Düzeyleri (Adana Örneği)” isimli doktora tezinde; tüketicilerin gıda satın alırken ve tüketirken sağlık risklerine karşı ilgilerini ve bu konulardaki bilinç düzeylerini incelemiştir. Ayrıca gıda satın alma kararı veren ve satın alan aile bireyinin kalite ve güvenilirlik algılarını da incelemiştir. Araştırma kapsamında veriler Adana ilinde 302 hane ile yapılan anket çalışması ile toplanmıştır. Anket formunda, tüketicilerin gıda ürünlerini satın alırken önem verdikleri kriterleri ve tükettikleri gıdaların besin bileşimi konusundaki bilgi düzeylerini ölçen sorular yer almaktadır. Araştırmada anne ve babanın %44'lük oranla gıda satın alma kararında ve satın almada ortak hareket ettiği, gıdalardan kaynaklanan zehirlenme vakalarının görülme sıklığının %7,3 ve en fazla zehirlenme nedeninin %43,5 oranıyla taze et olduğu ve bireylerin herhangi bir kalite kontrol ve denetleme kurumu hakkında bilgi sahibi olma oranı ise %18,50 ile oldukça düşük bulunmuştur.

Mutlu (2007). “Gıda Güvenirliği Açısından Tüketici Davranışları (Adana Kentsel Kesimde Kırmızı Et Tüketim Örneği)” isimli doktora tezinde; gıda güvenirligi eğiliminin tüketicilerin kırmızı et ve et ürünleri satın alma tutum ve davranışlarını nasıl etkilediğinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında veriler 400 hane ile yapılan tüketici anketi aracılığıyla toplanmıştır. Elde edilen verilere göre tüketicilerin önemli bir bölümünün gıda güvenirligi konusundaki haberlerden etkilendiği ve et tüketim kompozisyonunu buna göre şekillendirdiği ayrıca en güvenilir kırmızı et olarak algılanan ürünün koyun eti olduğu ortaya konulmuştur. Gıda güvenirligi sağlanmış kırmızı et ve ürünleri için ödeme istekliliği olasılığının daha fazla olduğu grup, eğitim düzeyi yüksek, et tüketim sıklığı fazla, yüksek gelir grubunun ve alışveriş yaparken süpermarket yada hipermarket tercih eden bireylerin oluşturduğu grup olduğu belirlenmiştir.

Topuzoğlu ve ark. (2007). “Tüketicilerin Gıda Ürünleri ile İlgili Bilgi Düzeyleri ve Sağlık Risklerine Karşı Tutumları” isimli çalışmalarında; Ümraniye’de hizmet veren bir sağlık ocağına başvuran kişilerin gıda ürünlerini satın alma konusundaki bilgi ve tutumlarını incelemiştir. Araştırma kapsamında veriler sağlık ocağına başvuran 167 kişiden yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak toplanmıştır. Anket formunda sosyo demografik değişkenler, gıda alımı, tüketimi ve gıda zehirlenmesi ile ilgili sorular yer almaktadır. Elde edilen verilere göre çalışmada gıda ürünlerini denetleyen kurumları bildiğini ifade eden katılımcıların oranı sadece %18,60 olarak belirlenmiştir. Katılımcılar tarafından gıda maddesinin alımında en çok önemsenen tutum %92,80 oranı ile ürün ambalajının sağlamlığına dikkat etme olarak belirlenmiştir. Gıda ürünü bozursa iade etme tutumu %83,2 olarak saptanmıştır.

Tantekin (2008), “Adana’ da Kebap Yemeği Kültürünün Yeme İçme Mekânlarına Yansıması” isimli yüksek lisans tezinde; Adana kebabı üreten ve sunan birimler, mimari açıdan incelenmiştir. Mekânların; zaman içerisindeki gelişimleri, kent dokusu içerisinde göre şekillenimleri ve mekân oluşumları araştırılmış ve sorunları saptanmaya çalışılmıştır. Adana kebabı üretilen ve tüketilen ticari amaçlı mekânların günümüz çağdaş ızgara et restoranlarına uygunluk şartları araştırılmıştır. Bu çalışmanın sonucunda Adana kebabı üreten ve hizmet olarak sunan ticari amaçlı yeme içme mekânlarının; 1990’lı yıllarda “fastfood” kültürünün gelmesiyle bu kültürden etkilenmeye başladıkları, tabla ve kebabçı dükkânı ile başlayan Adana kebabı kültürü, zamanla, ızgara et restoranlarına dönüşmeye başladığı da görülmektedir. Bu çalışmayla Adana kebabının üretimine verilen önemin; Adana kebabın üretildiği ve tüketildiği ticari amaçlı yeme içme mekânlarına verilmediği saptanmıştır.

Bostan ve ark. (2011), “Pişmiş Döner Kebaplarda Mikrobiyolojik Kalite ve Mikrobiyel Gelişim” üzerine yapılan çalışmalarında; piyasada restoranlarda satışı sunulan pişmiş haldeki dönerlerin mikrobiyolojik kalitesini ortaya koymak ve pişme sonrası bekleme sırasında mikroorganizma sayısındaki değişimleri

incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. İstanbul'da Avcılar bölgesindeki 20 farklı satış noktasından toplam 30 adet döner örneği toplanmış ve mikrobiyolojik analizleri yapılmıştır. Daha sonra üç ayrı işletmeden alınan dönerler oda sıcaklığında bekletilerek belli aralıklarla mikroorganizma sayılarındaki değişimler incelenmiştir. Piyasadan toplanan örnekler arasında *Enterobacteriaceae*, *Esherichiacoli* mikroorganizmaları açısından önemli farklar görülmüş ve hiçbir örnekte *S. aureus* ve *termofilikanaerob* sporlu bakteri varlığına rastlanmamıştır. Pişmiş dönerlerin bekletilmesi sırasında ise ilk 6 saat içinde mikroorganizma sayılarında dikkati çeken bir artış gözlenmemiştir. Elde edilen bulgulara göre dönerlerin mikrobiyolojik kalitesinin alındığı yere bağlı olarak farklılık gösterdiği; pişmiş dönerlerde mikroorganizmaların artışına uygun ortamın oluşmadığı sonucuna varılmıştır.

Ulaş (2011). “Aydın İli Kentsel Alanda Kırmızı Et ve Kanatlı Eti Tüketicilerinin Kararları İle Bunları Etkileyen Faktörler” isimli yüksek lisans tezinde, Aydın ili kentsel alanda yaşayan 140 hane halkı ile yapılan anketlerden elde edilen veriler yardımıyla, kırmızı et ve kanatlı eti tüketicilerinin alışkanlıkları ile bunları etkileyen faktörler incelenmiştir. Araştırmaya katılan hane halkları üç farklı gelir grubuna göre incelenmiştir. Hane halkının ortalama aylık gelirinin 1.805,00 TL olduğu ve bu gelirin yaklaşık %27,39'unu gıda harcamalarına ayırdıkları belirlenmiştir. Tüketicilerin ortalama aylık gıda masrafları 494,50 TL olarak hesaplanmıştır. Araştırma bulgularına göre kişi başına kırmızı et tüketimi 5,87 kg/yıl, kanatlı eti tüketimi ise 10,91 kg/yıldır. En çok tercih edilen kırmızı et çeşitleri sığır eti (%70,91). En çok tercih edilen kanatlı eti çeşidi ise tavuktur (%97,79). Tüketicilerin %67,90'ı kırmızı eti pahalı, %20,15'i ise çok pahalı bulmaktadır. Kanatlı eti tüketenlerin %70,59'u fiyatların normal olduğunu, %19,12'si ise pahalı olduğunu düşünmektedir. Araştırma sonucunda; ekonomik nedenlerle tüketicilerin sağlıklı beslenme için gerekli miktarda kırmızı et tüketemediği belirlenmiştir. Tüketicilerin kırmızı ete alternatif olarak tavuk etini, kanatlı etine alternatif olarak ise balık etini tercih ettiği tespit edilmiştir.

Tüzemen (2012). “Konya ili Selçuklu İlçesinde Kırmızı Et Tüketim Alışkanlığı ve Buna Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi” isimli yüksek lisans tezinde, Konya ili Selçuklu ilçesinde yaşayan hane halklarının sığır, koyun ve keçi eti tüketimlerinde etkili faktörler ile gelir düzeylerine göre kırmızı et tüketim davranışlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında 100 hane halkı ile yüz yüze anket yapılmıştır. Ankete katılanların %96'sinin kırmızı et tükettiği, %4'unun ise tüketmediği saptanmıştır. Kırmızı et tüketenler, etin elde edildiği hayvan türüne göre tercihlerini sırasıyla; dana (%63.50), koyun (%14.62), sığır (%10.40), kuzu (%9.40) ve keçi (%2.08) olarak belirtmişlerdir. Tüketiciler, kırmızı eti satın alım yerleri olarak %79.20'si süpermarketleri, %15.60'i kasapları tercih ederken, %1.04'ü kendilerinin kestiklerini belirtmişlerdir. Tüketicilerin süpermarketlerden et almayı tercih etmesinde %45.00 ile güvenilirlik ön plana çıkarken bunu %25.00 ile tazelik, %23.75 ile hijyen ve %6.25 ucuz olması izlemektedir. Promosyonların tüketicilerin %61.50'sinin kırmızı et alışverişini etkilediği, reklamların ise tüketicilerin %51'inde kırmızı et alışverişini artırdığı tespit edilmiştir.

Yalçın ve Can (2013),“Tüketime Hazır Bazı Et Yemeklerinin Mikrobiyolojik Kaliteleri” isimli çalışmalarında; yerel firmalar tarafından hazırlanan tantuni, Adana kebabı, Döner ve Tas kebabının tüketim için uygun olup olmadığını araştırmışlardır. Her bir üründen 25 adet örnek toplanan araştırmada örneklerde *Bacillus cereus*, *Escherichiacoli*, *Salmonellaspp.* vekoagülaz (+)*Staphylococcus aureus* incelenmiştir. Tas kebab örneklerinin hiçbirinde *Salmonellaspp.*' ye rastlanmamıştır. Çalışma sonucunda bu gıdaların hijyenik kalitelerinin *B. cereus* ve *S. aureus* bakımından Türk Gıda Kodeksi Mikrobiyolojik Kriterler Tebliği'ne göre uygun olduğu fakat 6 örneğin *E. coli* ile ilgili kritere uymadığı tespit edilmiştir.

Var ve ark. (2014), “Adana Kebablarının Mikrobiyal Kalite Kontrolü” isimli çalışmalarında, çoğunluğu sokakta tablalarda satılan 46 kebab örneği analize alınmıştır. Örneklerde, toplam aerobik mezofilik bakteri, koliform, *E.coli* aranmış

ve bunların yanı sıra *Salmonella* varlığı da araştırılmıştır. Çalışılan 46 örneğin 18'inde hiçbir mikroorganizmaya rastlanmamıştır. 28 örnekte ise mezofilik aerobik bakteri, koliform grubu bakteriler, *E.coli* ve *Salmonella* görülmüştür. Çalışmanın sonucunda aranan mikroorganizmalara az pişmiş kebab örneklerinde rastlandığı bildirilmiştir.

Ağlarıcı (2015). “Isparta İlinde Kanatlı ve Kırmızı Et Tüketiminin Log-Linear Analiz İle İncelenmesi” isimli yüksek lisans tezinde; kategorik veri analiz yöntemlerinden Log-linear analiz yönteminin teorik altyapısı incelenerek et tüketim tercihlerinin yorumlanmasında uygulanması amaçlanmıştır. Bu amaçla Isparta ilinde yaşayan insanların sosyo-ekonomik yapılarını, hayvansal ürün tüketim davranışlarını ve tercihlerini belirlemek için 400 kişi ile anket çalışması yapılmıştır. Araştırmaya katılan tüketicilerin hane halkı ortalama aylık giderleri $2312,77 \pm 1374,6\text{₺}$ iken ortalama gıda harcamaları $674,37 \pm 442,9\text{₺}$ olduğu görülmüştür. Isparta ilinde kişi başı aylık kırmızı et tüketimi $0,86 \pm 0,77$ kg, kanatlı et tüketimi $0,89 \pm 0,85$ kg ve balıketi tüketimi $0,71 \pm 0,65$ kg olarak bulunmuştur. Tüketiciler kırmızı et çeşitleri arasında en çok sığır-dana etini (%66,8) tercih ederken koyun ve keçi eti tüketim oranları ise sırasıyla %55 ve %54,3 olarak tespit edilmiştir. Log-linear analiz sonucu değerlendirmelerine göre cinsiyet ile koyun ve keçi eti tüketimi arasında; kırmızı et tüketimi ile gelir, et fiyatı, gıda harcama miktarı ve yaş arasında; ailedeki fert sayısı ile kırmızı ve kanatlı et tüketimi arasında; cinsiyet ile kuyruk yağı tüketimi arasındaki ilişkiler önemli bulunmuştur ($P < 0,05$).



3.MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. Materyal

Adana Kebabı tüketiminde algılanan risklerin belirlenmesinin amaçlandığı bu çalışmanın ana materyalini, Adana İlinde kentsel alanda yaşayan bireylerle yüz yüze yapılan anketler ile elde edilen veriler oluşturmaktadır. İkincil veri kaynağı olarak, konu ile ilgili kamu ve özel kuruluşların çalışmalarından yararlanılmıştır.

3.2.Yöntem

3.2.1.Örnekleme Yöntemi

Birincil verileri elde etmek için anket uygulanacak bireyler basit tesadüfi örnekleme yöntemine göre seçilmiştir. Adana ili kentsel alanda yaşayan tüm tüketicileri kapsayacak çalışmanın örneklem büyüklüğünü hesaplamak için aşağıdaki formül kullanılmıştır (Kurtuluş, 1998):

$$n = \frac{p \cdot (1 - p)}{(e/Z)^2}$$

Formülde, örnek hacmini n, incelenen olayın görüş sıklığını p, hata payı oranını e, güven aralığını ise z temsil etmektedir. Formülde, p(1-p)'nin en yüksek olduğu değer esas alınarak, hata payı %5 ve güven aralığı %95 olarak kabul edilecektir. Bu durumda hesaplanan değer 384 olarak bulunmuştur ancak hatalı anketlerin olma olasılığı dikkate alınarak 430 adet anket çalışması yapılmış ve analize tabii tutulacak anket sayısı 400 olarak belirlenmiştir.

Anketlerden elde edilen veriler önce bilgisayarda oluşturulan veri tabanına aktarılmış ve daha sonra tanımlayıcı istatistikler (yüzde, frekans dağılımı, ortalama, standart sapma) hesaplanmıştır. Ayrıca bazı hipotezler Kruskal Wallis analizi ile test edilmiştir. Eğitim, yaş, gelir gibi demografik özellikler ile gıda güvenliği

konusundaki bilgi düzeyi, algılanan riskler, tüketim yeri gibi değişkenlerle de ilişki aranmıştır.

3.2.2. Anket Aşaması

Bu araştırmanın anket formunun hazırlanması için araştırma konusuna benzer konularda yapılmış anket formları ve daha önce yapılmış çalışmalar incelenmiştir. Daha sonra araştırma amacına uygun olarak anket soruları oluşturulmuştur. Anketler uygulanmadan önce pilot anket çalışması yapılmış, anketin kullanılabilirliği test edilmiş ve anket soruları tekrar düzenlenmiştir. Pilot anket çalışmasından sonra anket çalışması Adana ili kentsel alanda uygulanmıştır. Araştırmanın anket formunu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; hanelerin ekonomik ve demografik özellikleri ile ilgili, ikinci bölümde; tüketicilerin genel olarak gıda güvenirliliği algısı ve satın alma davranışları ile ilgili, üçüncü bölümde ise, Adana Kebabı tüketimi ve tüketicilerin algıladıkları riskler ile ilgili sorular yer almıştır. Ankette açık uçlu ve kapalı uçlu soru tiplerinden yararlanılmıştır.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu bölüm iki kısımdan oluşmaktadır. İlk bölümde Adana Kebabı tüketiminde karşılaşılabilecek risklerle ilgili genel bilgilere, ikinci bölümde ise yapılan anket çalışması sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

4.1. Adana Kebabı ve Karşılaşılabilecek Olası Riskler

Araştırma konusunu oluşturan Adana İlinin nüfusu Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre 2018’de 2 milyon 220 bin 125 kişi olarak belirlenmiştir. Adana, ülkemizin güneyinde ve Akdeniz Bölgesinin doğusunda yer alan Türkiye’nin en kalabalık altıncı şehridir. Adana’nın yüzölçümünün %39’u tarıma elverişli ve çok bereketli topraklardan oluşmuştur. Adana, Akdeniz iklim özelliklerini taşır. Yazları sıcak ve kurak, kışları ılık ve yağışlıdır. Yazın nemli ve sıcak bir hava görülür (Anonim, 2016).

Dünyanın en önemli mutfaklarından biri olarak kabul gören ve geleneksel Türk ve Akdeniz Mutfağı’ nın birçok özelliğini içerisinde barındıran Adana mutfak kültüründe; acı, ekşi, narenciye, deniz ürünleri, zeytinyağı ve yeşillikler sıkça kullanılmaktaysa da Adana mutfağında etin oldukça önemli bir yeri vardır(Anonim, 2016). Adana mutfağının ünlü yemeklerine bakacak olursak içli köfte, analı kızlı, kısır, sıkma ve şırdanın yanı sıra fermente bir içecek olan şalgam ve tatlı olarak da bici bici ve halka tatlısı ilk sıralarda yerlerini alırlar (Var ve ark., 2012; Var ve ark., 2014a). Fakat Adana iliyle özdeşleşen en ünlü yemeği lezzetiyle bağımlılık yapan, dünyaca meşhur Adana kebabıdır. Adana kebabı, genellikle bol salata çeşidi ve yeşilliklerle tüketilir (Anonim, 2016).

Türk kültüründe önemli bir yere sahip olan kebab riskli ve lezzetli bir yemektir (Kümeli, 2008). Adana Kebabı, “Kebabı Adana’da yemediyse Adana kebabı yemiş sayılmazsınız...” denecek kadar Adana’ ya özgü bir yiyecektir (Var ve ark., 2014).

Adana Ticaret Odası, 2004 yılından itibaren Tescilli Adana Kebap Uygulama Yönergesini uygulamaya koymuştur. Bu yönergenin hazırlanmasındaki amaç, Adana Kebabının esas yapısının Türk damak zevkine uygun olarak korunması, aynı esaslarda devam ettirilerek gelecek kuşaklara teslim edilmesi ve diğer kültürlerle tanıtılmasıdır(ATO, 2004). Yönergeyle birlikte Adana kebabının üretim ve sunum talimatı da hazırlamıştır (ATO, 2004a).

Adana kebabı, özel olarak seçilen etlerin zırhlarla usulüne uygun şekilde kıyma haline getirilmesi ve bu kıyılmış ete belli oranlarda kuyruk yağı, acı kırmızıbiber ve tuz ilave edilerek yoğurulmasıyla hazırlanan karışımın tekrar zırh ile kıyılması, yoğurulması ve usulüne uygun şişe yerleştirilip pişirilmesiyle elde edilmektedir (Var ve ark., 2014).

Adana kebabının sunumu tabakta olduğu gibi dürüm olarak da yapılabilmektedir. Dürüm; kebabın ve soğan salatasının pide ekmek ya da lavaş ekmeğın arasına sarılarak yapıldığı sunum şekline denilmektedir ve oldukça yaygın bir servis şeklidir(Tantekin, 2008).

Adana kebabının tüketildiği yerler incelendiğinde birçok alternatif olduğu görülmektedir. Adana kebabı, sokakta tezgâhta bulunabileceği gibi lüks bir restoranda da satılabilmektedir. Adana'ya özgü olan Adana Kebabı tüm Türkiye'de kebabçıların mönüsünde yer almaktadır (Çabuk ve ark., 2007). Adana Kebabın dürüm şeklinde sunulması ile çatal bıçak gibi ekipmanlara ihtiyaç ortadan kalkmakta ve Adana kebabının pratik bir şekilde ayakta tüketilmesine olanak sağlanmaktadır. Adana kebabın bu şekilde hazırlanması ve sunulması gıda güvenliği problemini de birlikte getirmektedir(Tantekin, 2008).

Adana kebabı da et içeriği fazla olan birçok gıda gibi mikroorganizmalar için çok uygun üreme ortamı oluşturmaktadır. Adana Kebabına üretimden tüketime kadar olan tüm aşamalarda bulaşabilen mikroorganizmalar arasında gıda zehirlenmelerine yol açabilecek patojen bakteriler de bulunmaktadır (Tantekin, 2008).

Kırmızı et vücudumuzun ihtiyaç duyduğu pek çok bileşeni içerisinde bulundurmaktadır. Kırmızı etin lezzetli oluşu ve sağladığı doyumluk hisside göz önüne alındığında, doğru şekilde tüketildiğinde vücudumuz için oldukça faydalı olduğu söylenebilir (Ekinci, 2013).

Kırmızı et, beslenmemiz açısından önemli bir yere sahiptir. Et önemli protein kaynağıdır. Protein; sudan sonra, vücudun büyümesi, gelişmesi ve hastalıklardan korunması için gerekli olan en önemli besin maddesidir (Anonim, 2015a).

Genel olarak etin kimyasal bileşimi incelendiğinde; %75'inin su, %20'sinin protein, %3'ünün yağ, %1'inin karbonhidrat, %1'inin de mineral madde ve vitaminlerden oluştuğu belirlenmiştir(Aycan, 2016).

Etlerin yağ içeriği; hem et veren hayvanın çeşidine, hem de hayvanın yaşına göre değişir. Yapısında önemli miktarlarda bulunan A, D, B12 vitaminleri bakımından iyi bir kaynak olduğu söylenebilir(Aycan, 2016).

Kırmızı et tüketimi; bebekler, gelişme çağındaki gençler ve doğurganlık çağındaki kadınlar için son derece önemlidir. Yeteri kadar et yiyemeyen kişilerde demir, B6 ve B12 vitamin eksiklikleri gelişebilir. B12 vitaminini diğer besinleri tüketerek elde etmek zor olduğundan düzenli olarak kırmızı et tüketmek gerekmektedir. Hafıza kaybı, yorgunluk, sinir problemleri gibi sorunlar B12 vitamini eksikliğine bağlıdır(Ekinci, 2013).

Ayrıca kırmızı et mineral bakımından da zengindir. Çinko, magnezyum, demir, fosfor, kobalt için de ana kaynak sayılır. Özellikle demir, ette organizmanın kolayca kullanabileceği bir şekilde bulunur (Aycan, 2016).

Kırmızı et içerdiği demir sayesinde vücudu kansızlığa karşı korur. Yemeklerle birlikte C vitamini kaynağı tüketimi demir emilimini artırmaktadır(Kümeli, 2008).Demirin günlük diyetle alınması tavsiye edilen miktarları; 19-50 yaş aralığındaki erkekler için 10 mg, kadınlar için 18 mg, çocuklar için ise 15 mg olarak belirtilmektedir. Diyetle eksik demir alınması durumunda insanlarda, anemi (kansızlık), çalışma kapasitesinde düşüş, sinirlilik ve

duyarsızlık, gıdaların sindiriminde rol oynayan mide asidi salgısının azalması, enfeksiyonlara karşı düşük direnç, soluk ve ince tırnakların oluşması gibi sağlık sorunları ortaya çıkabilmektedir (Anonim, 2014d).

Günlük ihtiyaçtan fazla tüketilen kırmızı et, kişi üzerinde kilo artışına neden olabilir. Bunun dışında fazla et tüketimi ile böbreklerin yükünün fazlaşması ve dolayısıyla böbrek fonksiyonlarında bozulma veya karaciğerde birtakım fonksiyon bozuklukları görülebilmektedir (Ekinci, 2013).

Birçok kişi kırmızı et tüketiminin kanser riski ile ilişkisi olduğuna da inanmaktadır. Bazı araştırmalar et tüketiminin kanser riskini arttırmadığını, fakat pişirme sırasında açığa çıkan zararlı yapıdaki bileşiklerin bu riski arttırdığını belirtmektedir. Bu nedenle etin pişirme yöntemi, etin sağlık üzerindeki etkilerini belirleyen en önemli faktörlerden biri olarak ileri sürülmektedir. (Anonim, 2014d). Mangalda pişirilen tavuk, kanat, bonfile, pırzola, köfte, kebab gibi yiyeceklerin sağlığı tehdit etmemesi için; mangalda kömür ateşi kullanılıyorsa kömürlerin tamamen korlaşması beklenmeli, ızgara teli ısı kaynağına çok yakın olmamalıdır. (Kümeli, 2008).

Sağlıklı gıda, besleyici değerini kaybetmemiş, fiziksel, kimyasal, ve mikrobiyolojik açıdan temiz, bozulmamış gıdalardır (Bilici ve ark.. 2008). Gıdaların tüketilebilme niteliklerinin yitirilmesi sonucu, içeriğinin değişimi ile meydana gelen kayıplar “bozulma” olarak ifade edilmektedir. Gıdalarda bozulmalar fiziksel, kimyasal ve biyolojik kökenli olabilir (Yalçın, 2012).

Gıdaya karışan metal, cam kırıkları, tahta, kemik parçacıkları, saç, tırnak, sinek, böcek, sigara külü veya yabancı yiyecekler fiziksel kirlenmeye neden olurken, biyolojik kirlenme ise; mikroorganizmalar, parazitler ve doğal gıda toksinleri ile oluşabilir. Mikroorganizmalar ile kontaminasyona neden olan etkenler arasında hava, su, haşere gibi hayvanlar, çöp, insanlar, alet ve ekipmanlar sayılabilir (Var, 2018).

Parazitler, canlı organizmaya yerleşip, ondan yararlanarak yaşayan canlılardır. Parazitlerin bulaşma kaynakları arasında, gıdayı işleyen kişinin kirli

elleri veya temizlenmemiş su kullanımı, iyi yıkanmamış sebze ve meyveler ve bunlarla temas eden gıdalar olabildiği gibi iyi pişmemiş et ve balık ürünlerinin tüketimi ile gıdadan konakçı vücuduna alınabilmektedirler (Var, 2018).

Doğal gıda toksinleri arasında bazı mantar türleri, yeşillenmiş ve filizlenmiş patates, yabani bakla daneleri, bal, meyve çekirdekleri, olgunlaşmamış badem ve çavdar mahmuzu bitkisel kökenli toksinleri sayabildiğimiz gibi bazı kabuklu deniz ürünleri ve balık türleri, deniz salyangozları, yengeç, kaplumbağa gibi hayvanlarda hayvansal kökenli gıda kirlenmesine neden olabilen toksinlerde olabilmektedirler (Var, 2018).

Gıdalara bulaşan istenmeyen ve zararlı mikroorganizmalar ile parazitler söz konusu gıdada kullanılamayacak hale getirebilecek ölçüde bozulma yapabildiği gibi, bir kısmı da sağlık sorunları yaratarak bireyin ve toplumun sağlığını etkileyebilirler. Gıda kaynaklı hastalıklar genellikle sindirim sistemi rahatsızlıkları, karın ağrıları, diyare, bazen de ateş ve kusma ile beliren sorunlar yaratabilirler (Topal, 1996).

Kimyasal kirlenme ise tarımsal ilaç kalıntıları ile, dezenfektan- deterjan kalıntıları ile, antibiyotikler, ağır metaller, hormonlar, radyoaktif izotoplar etkisi ile oluşabilmektedir (Var, 2018)

Besinlere çeşitli kaynaklardan karışan veya belirli bir amaçla dışarıdan eklenen bazı kimyasal maddeler eser miktarda alındıklarında zehirli olmayabilirler. Ancak inorganik ya da toksinler miktarları belirli bir düzeyi geçerse zehirlenmelere neden olabilirler (Yalçın, 2012).

4.2. Anket Çalışması Sonucunda Elde Edilen Bulgular

4.2.1. Tüketicilerin Sosyo Ekonomik Özellikleri

Bu bölümde tüketicilerin sosyo-ekonomik özelliklerine yer verilmiştir.

4.2.1.1. Cinsiyet ve Medeni Durum

Çalışmaya katılan tüketicilerin cinsiyete göre dağılımı incelendiğinde %52'sinin kadın ve %48'inin erkek olduğu belirlenmiştir. Tüketicilerin yaklaşık %57'sinin evli ve yaklaşık %43'ünün bekâr olduğu görülmüştür.

4.2.1.2. Yaş

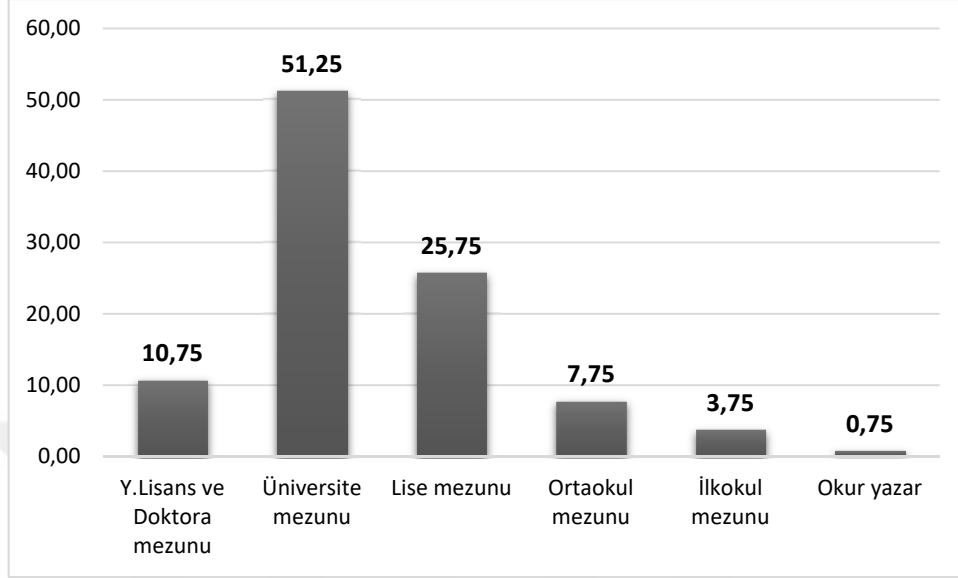
Ankete katılan tüketicilerin yaş gruplarına göre dağılımı Çizelge 4.1.'de görülmektedir. Elde edilen bulgulara göre çalışmaya katılan tüketicilerin %10,3'ünü 18-22 yaş arası, % 25,8'ini 23-30 yaş arası, %30,8'ini 31-40 yaş arası, %21,8'ini 41-50 yaş arası ve %11,5'ini ise 51 yaş ve üstü kişilerdir.

Çizelge 4.1 Tüketicilerin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Yaş Grupları	Frekans	(%)
18-22 yaş	41	10,3
23-30 yaş	103	25,8
31-40 yaş	123	30,8
41-50 yaş	87	21,8
51 yaş ve üzeri	46	11,5
Toplam	400	100,0

4.2.1.3. Eğitim Durumu

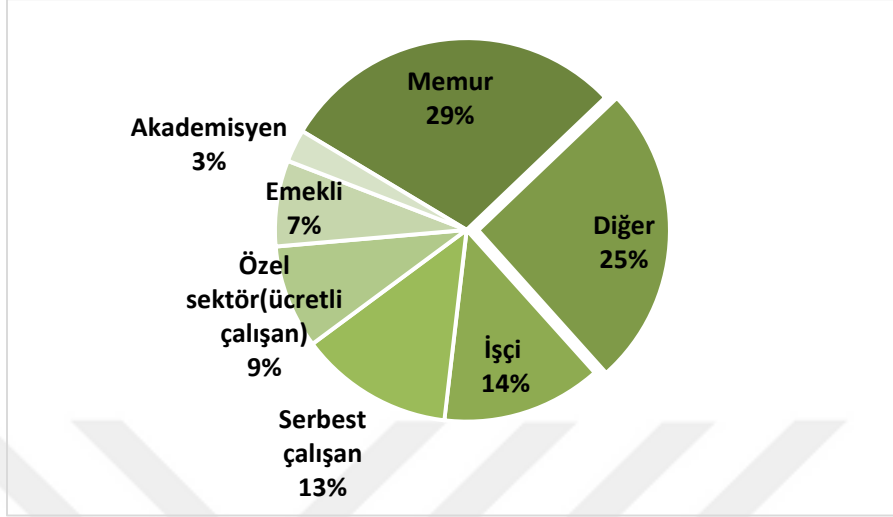
Elde edilen bilgilere göre tüketicilerin %51,25'i üniversite, %10,75' i yüksek lisans %25,75'i lise, %7,75' i ortaokul, %3,75'i ilkokul mezunu olup %0,75'inin okuryazar olmadığı görülmüştür. Bu sonuçlara göre tüketicilerin %87,75'inin lise ve üzerindeki eğitim düzeyine sahiptirler (Şekil 4.1).



Şekil 4.1. Tüketicilerin Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı

4.2.1.4. Meslek Durumu

Çalışmaya katılan tüketicilerin mesleklerine göre dağılımı Şekil 4.2' de görülmektedir. Tüketicilerin %29'u memur, %14'ü işçi, %13'ü serbest çalışan, %9'u özel sektörde ücretli çalışan, %7'si emekli ve %25'i diğer şeklindedir. Diğer adıyla isimlendirilen gruptaki tüketicilerin %63'ü öğrenci, %31'i ev hanımı ve %6'sı şu anda çalışmayan iş arayan bireyler olmak üzere üç kısımdan oluşmaktadır.



Şekil 4.2. Tüketicilerin Meslek Gruplarına Göre Dağılımı

4.2.1.5. Tüketicilerin Gelir Grupları ve Gıda Harcamaları

Araştırma kapsamındaki 400 tüketici, aylık gelirleri esas alınarak gruplara ayrılmış ve grupların hem kendi içinde ve hem de çalışmaya katılan tüm tüketiciler arasında ayrı ayrı değerlendirmesi yapılmıştır (Çizelge 4.2.).

Çizelge 4.2. Tüketicilerin Ortalama Gelir Düzeyleri

Aylık Ortalama Gelir Düzeyi	Birey Sayısı (Adet)	(%)	Aylık gıda Harcaması TL	(%)	Ailedeki Ortalama Birey Sayısı (Kişi)
1000 TL ve altı	12	3,00	253,5	25,35	4,00
1001 TL - 2000 TL	69	17,25	460,00	23,00	3,78
2001 TL - 4000 TL	171	42,75	556,58	13,91	3,36
4001 TL - 6000 TL	90	22,50	640,28	10,67	3,37
6001 TL - 8000 TL	44	11,00	668,18	8,35	3,25
8001 TL ve üzeri	14	3,50	706,35	8,83	3,50
Toplam	400	100,0	-	-	-
Ortalama	-	-	547,48	15,02	3,54

Anket yapılan tüketicilerin yaklaşık %43'ü 2000₺-4000₺ arasında gelire sahip olduğu görülmektedir. Diğer gelir gruplarına oranla ikinci sırada yer alan tüketicilerin yaklaşık %23'ünün oluşturduğu grubun 4000₺-6000₺ arasında gelir düzeyinde olduğu ve yüksek gelir grubu olarak adlandırabileceğimiz 6000₺ ve üzeri gelire sahip olan tüketicilerin oranı ise %14,50 olarak bulunmuştur.

Tüketicilerin gelirleri artıkça gıda harcamalarının toplam gelir içindeki payı mutlak olarak artmasına rağmen oransal olarak azaldığı görülmektedir. Çalışmaya katılan tüketicilerin aylık harcamalarının arasında gıda harcamalarının payı ortalama% 15,02 oranında olup bu oran düşük gelir gruplarında yaklaşık %25,35'e kadar çıkarken yüksek gelir gruplarında yaklaşık %9,00 olduğu belirlenmiştir.

2011 yılı TÜİK verilerine göre Türkiye'de hane sayısı 19.454 ortalama hane halkı büyüklüğü ise 3,84'tür. Adana ilinde ise aynı döneme ait TÜİK verilerine göre hane sayısı 515.636 ve ortalama hane halkı büyüklüğü 4,00 olarak bulunmuştur. 400 Tüketici ile yaptığımız anket çalışmamız sonucunda ortalama hane halkı büyüklüğü 3,54 olarak belirlenmiş, ülke sonuçlarına benzer bir bulgu elde edilmiştir.

4.2.1.6. Alışverişi Yapan Birey

Adana ili kentsel alanda 400 tüketici ile yapılan anket çalışması sonucunda alışverişi yapan aile bireylerinin dağılımı Çizelge 4.3' te verilmiştir. Alışverişi çoğunlukla %35,25 oranında anne ve babanın birlikte yaptığı görülmektedir. Ailelerin %31,50'sinde alışverişi yalnız annenin, %27,25'inde ise yalnız babanın yaptığı bulunmuştur.

Çizelge 4.3. Ailede Gıda Alışverişini Yapan Bireyler

Bireyler	Frekans	(%)
Anne Baba birlikte	141	35,25
Yalnız Anne	126	31,50
Yalnız Baba	109	27,25
Diğer	24	6,00
Toplam	400	100,00

4.2.2. Tüketim Davranışları ve Gıdalar Hakkındaki Düşünceleri

4.2.2.1. Gıda Alışverişi Yaparken Önem Verilen Faktörler

Çizelge 4.4.'te tüketicilerin gıda alışverişi yaparken önem verdiği özelliklere yer verilmiştir. Çalışmada tüketicilerin gıda alışverişi yaparken aldıkları gıdanın sırasıyla en çok tazeliğine, daha sonra üretim ve son kullanma tarihlerine, tadına/lezzetine, kalitesine ve kokusuna önem verdikleri görülmüştür. Ürünün raf ömrünün, doğal ve katkısız ürün olmasının, besin değerinin, çevrenin tavsiye etmesinin ve fiyatının da etken faktörler arasında olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.4. Tüketicilerin Gıda Alışverişi Yaparken Önem Verdiği Özellikler

Özellikler	Önemli değil		Kısmen önemli		Önemli		Ort.	Std. Sapma
	n	%	n	%	n	%		
Tazelik	9	2,30	39	9,80	352	88,00	2,86	0,41
Üretim ve son kullanma tarihleri	5	1,30	50	12,50	345	86,30	2,85	0,39
Tadı / Lezzeti	7	1,80	55	13,80	338	84,50	2,83	0,42
Kalite	12	3,00	60	15,00	328	82,00	2,79	0,48
Koku	10	2,50	87	21,80	303	75,80	2,73	0,50
Raf ömrü	18	4,50	85	21,30	297	74,30	2,70	0,55
Doğal ve katkısız ürün olması	15	3,80	103	25,80	282	70,50	2,67	0,55
Besin değeri	18	4,50	109	27,30	273	68,30	2,64	0,57
Üründe kullanılan katkı maddeleri	23	5,80	102	25,50	275	68,80	2,63	0,59
Fiyatı	10	2,50	178	44,50	212	53,00	2,51	0,55
Çevre dostu ürünler	26	6,50	173	43,30	201	50,20	2,44	0,61
Ambalajı	54	13,50	158	39,50	188	47,00	2,39	0,70
Marka ve firma ismi	39	9,80	179	44,80	182	45,50	2,36	0,65
Alışkanlık	54	13,50	177	44,30	169	42,30	2,29	0,69
Dış görünüş	60	15,00	173	43,30	167	41,80	2,27	0,71
Çevrenin tavsiyesi	60	15,00	259	64,80	81	20,30	2,05	0,59
Promosyon	87	21,80	232	58,00	81	20,30	1,99	0,65
Net ağırlığı	96	24,00	225	56,30	79	19,80	1,96	0,66

Türk Silahlı Kuvvetleri Koruyucu Hekimlik Bülteninde yayımlanan bir çalışmada tüketicilerin gıda tüketimi konusundaki tutumları incelenmiş ve katılımcıların %92,80'i ürünün ambalajının sağlam olup olmadığına dikkat ettiği belirlenmiştir. Bu çalışmada ambalaj faktörünü önemseyen katılımcı oranı %47,00

olarak gözlenmiştir. Aynı araştırmada katılımcıların %85,50'si “yiyeceklerin lezzetli olması çok önemlidir” derken bu çalışmada da benzer bir oran (%84,50) bulunmuştur (Topuzoğlu ve ark., 2007).

Son yıllarda, Avrupa ülkelerinde ve Türkiye’de gıda maddelerinden kaynaklanan hastalıkların görülmesi ve medyanın bu konuyu sıkça gündeme getirmesi tüketicilerin gıda maddelerine karşı güveninin sarsılmasına neden olmuştur. Geçmiş yıllara göre gıda güvenirliliği konusunda tüketici düşüncelerinin saptanmaya çalışıldığı bir çalışmada tüketicilerin yaklaşık %59’unun geçmiş yıllara göre gıdaları sağlık açısından daha az güvenilir buldukları sonucuna ulaşılmıştır (Mutlu, 2007). Bu çalışmaya katılan tüketicilerin %66’sı tükettikleri gıdaların kısmen sağlıklı olduğunu düşündüklerini belirtirken %12,5’i ise tükettikleri gıdaların sağlıksız olduğunu düşünmektedirler. Çizelge 4.5.’e bakıldığında tüketicilerin önemli bir bölümünün gıda güvenirliliği konusunda tereddüt yaşadıkları söylenebilir.

Çizelge 4.5. Gıdaların Sağlıklı Olup Olmadığı Konusundaki Düşünceler

Düşünceler	Frekans	(%)
Sağlıklı olduğunu düşünüyorum	86	21,5
Sağlıklı olmadığını düşünmüyorum	50	12,5
Kısmen sağlıklı olduğunu düşünüyorum	264	66,0
Toplam	400	100,0

Gıdaların kısmen sağlıklı olduğunu ya da sağlıklı olmadığını düşünen tüketicilere nedenleri sorulmuş ve 724 adet cevap alınmıştır. Cevaplar incelendiğinde, ilk sırayı %30,81 ile genetiği değiştirilmiş organizmaların varlığı düşüncesinin aldığı ortaya çıkmıştır. Bunu sırasıyla %27,76 ile gıdaların hormonlu olması, %24,72 ile kimyasal katkı maddeleri içermesi ve %16,71 ile mikrobiyolojik kirlenme olabileceği düşüncelerinin takip ettiği gözlenmiştir (Çizelge 4.6).

Çizelge 4.6. Tüketicilere Göre Gıdaların Sağlıksız Olma Nedenleri

Nedenler	Frekans	(%)
Genetiği değiştirilmiş organizma olması	223	30,81
Hormonlu olması	201	27,76
Kimyasal katkı maddeleri içermesi	179	24,72
Mikrobiyolojik kirlenme	121	16,71
Toplam	724	100,00

- Birden fazla cevap verilmiştir.

4.2.2.2. Tüketicilerin Gıda Güvenirliği Konusunda Düşünceleri

Tüketicilerin %57,8'ikendini bilinçli tüketici olarak kabul ederken kısmen bilinçli olarak kabul eden tüketicilerin oranı ise %37,3 olarak belirlenmiştir.

Çalışmaya katılan tüketicilere **Gıda Güvenirliği**' nin tanımını okunarak ne kadar ilgili oldukları sorulmuştur. Tüketicilerin %49,50'i Gıda Güvenirliği konusu ile ilgili olduğunu belirtirken %4,75 oranında tüketici ise konuyla hiç ilgilenmediğini bildirmiştir (Çizelge 4.7).

Çizelge 4.7. Tüketicilerin Gıda Güvenirliği Konusuyla İlgilenme Oranları

İlgi Düzeyi	Frekans	(%)
Çok İlgiliyim	75	18,75
İlgiliyim	198	49,50
Az ilgiliyim	108	27,00
Hiç ilgilenmiyorum	19	4,75
Toplam	400	100

Tüketicilerin gıda güvenliği ile ilgili bilgi edindiği kaynakların incelendiği soruda, bilgi edinme kaynaklarını “Her zaman” “Ara sıra” ve “Hiçbir zaman” olarak gruplamaları istenmiştir. Tüketiciler %46,30' ü her zaman televizyon programlarından ve %5,30'ü ise her zaman internetten bilgi edindiğini

belirtmişlerdir. Tüketicilerin “ara sıra bilgi ediniyorum” şeklinde belirttiği kaynaklar arasında ise ilk sırada %73,30 gibi yüksek bir oranla aile ve arkadaşları gibi yakın çevresinin olduğu, bu oranı %61,50 ile gazete, dergi ve kitaplar, %60,80 ile konunun uzmanları, izlemekte olduğu görülmüştür(Çizelge 4.8).

Çizelge 4.8. Gıda Güvenilirliği Konusunda Bilgi Edinme Kaynakları

Kaynaklar	Hiçbir zaman	Ara sıra	Her zaman	Ortalama	Std. Sapma
	%	%	%		
TV programları	5,80	48,00	46,30	2,41	0,60
Gazete, dergi, kitap	4,80	61,50	33,80	2,29	0,55
Konunun uzmanları	11,80	60,80	27,50	2,16	0,61
Eş, dost	6,80	73,30	20,00	2,13	0,50
Tarım İl Müdürlükleri / Sağlık Bakanlığı	26,80	49,30	24,00	1,97	0,71
Sivil Toplum Kuruluşları	30,80	54,30	15,00	1,84	0,66
Radyo	61,80	31,00	7,30	1,46	0,63
Diğer (internet)	-	-	5,30	4,00	0,00

Tüketicilerin Gıda Güvenliği sistemleri hakkında bilgi düzeylerinin araştırıldığı soruya %46’lık oranla “kısmen bilgi sahibiyim” şeklinde yanıt verirken “evet, bilgi sahibiyim” yanıtını veren tüketicilerin oranı %32,80 ve “hayır, bilgi sahibi değilim” diyen tüketicilerin oranı ise %21,30 olarak bulunmuştur (Çizelge 4.9).

Çizelge 4.9. Tüketicilerin Gıda Güvenliği Sistemleri Hakkında Bilgisi

Bilgi durumu	Frekans	(%)
Evet, bilgi sahibiyim	131	32,80
Hayır, bilgi sahibi değilim	85	21,20
Kısmen bilgi sahibiyim	184	46,00
Total	400	100,0

Tüketicilerin “**Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi**” olarak bildiği sistemler arasında ise ilk sırayı %67,00’lik oranla TSE’nin ve ikinci sırayı %48,50’lik oranla ISO’nun aldığı belirlenmiştir (Çizelge 4.10).

Çizelge 4.10. Gıda Güvenliği Sistemleri

Sistemler	Frekans	(%)
TSE	268	67,00
ISO	194	48,50
HACCP	99	24,75
EUROGAP	43	10,75
İTU	1	0,25
BRC	1	0,25
Hepsi	1	0,25
Hiçbiri	13	3,25

4.2.2.3. Tüketicilerin Gıda Güvenirliğinin Sağlanması ve Denetimi Hakkındaki Düşünceleri

Tüketicilerin %51,75’i gıda güvenirliğinin sağlandığına kısmen inandığını bildirirken inanmayanların oranı %46,25 olarak belirlenmiştir. Gıda güvenirliğinin sağlandığına inanan katılımcıların oranı ise %2,00 olarak oldukça düşük bulunmuştur (Çizelge 4.11).

Çizelge 4.11. Tüketicilerin Gıda Güvenirliğinin Sağlanması Konusundaki Düşünceleri

Düşünceleri	Frekans	(%)
Evet inanıyorum	8	2,00
Hayır inanmıyorum	185	46,25
Kısmen inanıyorum	207	51,75
Toplam	400	100,0

Tüketicilere gıda güvenirliğinin sağlanabilmesi için piyasada satışı yapılan ürünlerin insan sağlığına zararlı olup olmadığının kontrolünün hangi kurum tarafından yapılmasını istedikleri sorulmuş ve 7 kurum veya kuruluşu (Tüketici, İşletme Sahipleri, Belediyeler, Tarım ve Orman Bakanlığı, Meslek Örgütleri, Üniversiteler, Araştırma Kuruluşları) sıralaması istenmiştir. Tüketicilerin oluşturduğu sıralamalar incelendiğinde gıda güvenirliğinin sağlanmasında en büyük görevin sırasıyla; Tarım ve Orman Bakanlığı'na (%55,00), belediyelere(%42,00) ve işletme sahiplerine (%30,50) düştüğü belirlenmiştir. Gıda denetimlerinin yeterli olup olmadığı konusunda ise bireylerin %68,75 gibi büyük bir kısmı denetimleri yetersiz bulduğunu ifade ederken, denetimleri yeterli bulan bireylerin oranının %1,75 ile oldukça düşük olduğu gözlenmiştir (Çizelge 4.12).

Çizelge 4.12. Gıda Güvenirliği Denetimleri Yeterlilik Düzeyi

Düşünceler	Frekans	(%)
Yeterli	7,00	1,75
Yetersiz	275,00	68,75
Kısmen Yeterli	118,00	29,50
Toplam	400,00	100,00

4.2.2.4. Tüketicilerin Alo 174 Gıda Hattından Haberdarlık Düzeyleri

ALO 174 Gıda Hattı, etkin bir gıda güvenilirliği sisteminin oluşturulması amacıyla 14 Şubat 2009 tarihinde Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından hizmete açılmıştır. Tüketicinin gıda güvenilirliği ile ilgili her türlü ihbar ve şikâyetle ilgili merciye kolay bir şekilde ulaşabilmesi, iletişimin tek merkezden yönlendirilmesi, tüketiciye en kısa zamanda dönüş yapılabilmesi ve sonucun takibi amacıyla kurulmuştur(Anonim, 2014c). Çalışmamıza katılan tüketicilerinde %48,7'sinin gıda hattının varlığından haberdar olduğu %51,3'ünün ise haberdar olmadığı gözlenmiştir.

ALO 174 Gıda Hattından haberdar olan bireylere gıda hattını kullanıp kullanmadıkları sorulduğunda, ise sadece %18,46'sının gıda hattını kullandığı, %81,54'ünün ise bu hattı daha önce hiç kullanmadığı belirlenmiştir.

4.2.2.5. Güvenilir Gıdaya Fazla Ödeme İstekliliği

Araştırma kapsamındaki tüketicilere “Gıda güvenirlığının tam olarak sağlandığına inandığımız ürünler için fazladan ne kadar para ödemeyi kabul edersiniz?” şeklinde sorulan soruya 5 farklı ödeme seçeneği (0, %5, %10, %20, %30 ve daha fazlası) sunulmuştur (Çizelge 4.13). Tüketicilerin %30,75'inin piyasa fiyatından %10 daha fazla ödemeye razı olurken, %27,75'inin ise daha fazla ödeme yapmak için istekli olmadıkları belirlenmiştir. Tüketicilere neden daha fazla ödeme yapmak istemedikleri sorulduğunda; yaklaşık %52,00'si gıda güvenilirliğinin sağlanmasının devletin görevi olduğunu, bu nedenle fazla ödeme yapılmasının gerekli olmadığını düşündükleri belirlenmiştir.

Çizelge 4.13. Güvenilir Gıdalar İçin Fazla Ödeme İsteekliliği

Miktar	Frekans	(%)
Hiç	111,00	27,75
%5	35,00	8,75
%10	123,00	30,75
%20	73,00	18,25
%30 +	58,00	14,50
Toplam	400,00	100,00

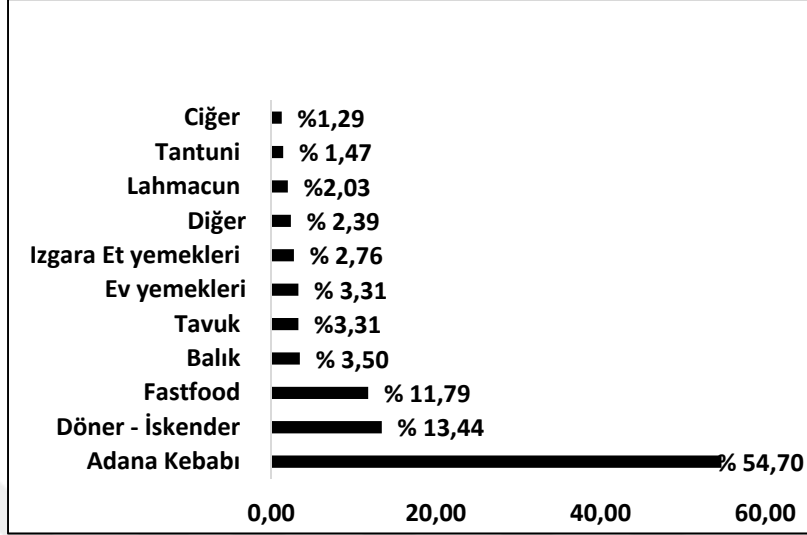
4.2.3. Ev Dışında Gıda Tüketim Sıklığı ve Tercih Edilen Yiyecekler

Ev dışı gıda tüketimi yapan kişilerin tüketim sıklığını belirlemek amacıyla sorulan soruya verilen cevaplar Çizelge 4.14’de görülmektedir. Tüketicilerin %27,25’i haftada birkaç kez dışarıda yemek yediğini belirtirken %11,00’i “iki ayda bir veya daha uzun sürede” şeklinde cevap vermiştir.

Çizelge 4.14. Ev Dışında Gıda Tüketim Sıklıkları

Sıklık Düzeyi	Frekans	(%)
İki ayda bir veya daha uzun sürede	44	11,00
Her gün	46	11,50
Haftada bir kez	49	12,25
Ayda bir kez	53	13,25
15 günde bir kez	99	24,75
Haftada birkaç kez	109	27,25
Toplam	400	100,00

Tüketicilerin ev dışı gıda tüketimlerinde yiyecek tercihleri sorulduğunda ise çeşitli cevaplar alınmış olup en çok tercih edilen yiyeceğin Adana kebabı (%54,70) olduğu belirlenmiştir. Bunu döner-iskender (%13,44) ve fastfood (%11,79) takip etmektedir (Şekil 4.3).



Şekil 4.3. Ev Dışında Tüketimi Tercih Edilen Yiyecekler

4.2.4. Adana Kebabı Tüketim Alışkanlıkları

4.2.4.1. Adana Kebabı Tüketim Sıklığı ve En Çok Tüketilen Mevsim

Çalışmaya katılan tüketicilerin %96,75'i Adana kebabı tüketirken %3,25'i tüketmemektedir. Haftada en az bir kere tüketenlerin oranı %26,50 ve birkaç kez tüketenlerin oranı ise %14,50' dir. Bireylerin tüketim sıklıkları Çizelge 4.15'de görülmektedir.

Çizelge 4.15 Adana Kebabı Tüketim Sıklığı

Tüketim Sıklığı	Frekans	(%)
Hergün	2,00	0,50
Haftada bir kez	106,00	26,50
Haftada birkaç kez	58,00	14,50
15 günde bir kez	100,00	25,00
Ayda bir kez	97,00	24,25
İki ayda bir veya daha uzun sürede	37,00	9,25
Toplam	400,00	100,00

Oldukça sıcak bir iklime sahip olan Adana’da kebab tüketiminin mevsime göre değişiklik göstereceği düşünülerek en sık tüketilen mevsim belirlemeye çalışılmıştır. Elde edilen verilere göre tüketicilerin %78’inin her mevsim tükettikleri belirlenmiştir.

4.2.4.2. Adana Kebabı Tüketim Yeri Tercihleri

Tüketicilere Adana kebabını evde mi yoksa ev dışında mı tüketmeyi tercih ettikleri sorulmuştur. Elde edilen bilgilere göre bireylerin %51,25’i hem evde hem de ev dışında tüketmeyi tercih ettiklerini %41,00’i ise sadece ev dışında ve %7,75’i sadece evde tüketmeyi tercih ettiklerini bildirmiştir (Çizelge 4.16).

Çizelge 4.16. Adana Kebabı Tüketim Yeri Tercihleri

Tüketim yeri	Frekans	(%)
Evde	31	7,75
Ev dışında	164	41,00
Her ikisi	205	51,25
Toplam	400	100,00

Tüketicilerin Adana kebabını evde kendileri hazırlayarak tüketmeyi tercih etmelerindeki nedenleri önem derecesine göre sıralamaları istenmiştir. Çizelge 4.17 incelendiğinde; kebabı evde kendisi hazırlayarak tüketmeyi tercih eden bireyler için en önemli faktörün hijyen olduğu, ikinci sırada evde hazırlamanın dışarıda yemeye göre daha ekonomik olduğunu düşünmeleri, üçüncü sırada yiyeceği eti seçerek/görerek alabildiği için tercih ettikleri, dördüncü sırada katkısız olduğu için ve beşinci sırada ise dışarıya göre daha lezzetli olması gelmektedir.

Çizelge 4.17. Adana Kebabını Evde Tüketmenin Tercih Sebepleri

Tercih sebepleri	1.	2.	3.	4.	5.	Toplam
Hijyenik koşullarda hazırlıyorum	16	5	5	1	2	29
Dışarıya göre daha ekonomik olduğunu düşünüyorum	4	9	5	5	3	26
Daha lezzetli olduğu için	2	7	4	5	12	30
Yiyeceğim eti seçerek/görerek aldığım için	7	8	10	2	1	28
Katkısız olduğu için	3	5	5	11	5	29
Toplam	32	34	29	24	23	142

Çizelge 4.18’de Adana Kebabını ev dışında tüketmeyi tercih eden bireylerin tercih sebepleri önem derecesine göre sıralanmıştır. İlk sırada kebabı dışarıda yemeyi daha lezzetli olması, ikinci sırada taze olmasından dolayı tercih ettikleri görülmektedir. Ayrıca ürün ve fiyat çeşitliliğinin olması, müşteriye davranış ve ilgiden memnun kalınması, iş yerine veya evine yakın olması ve iş yerine veya evine paket yollanabiliyor olması nedeniyle ev dışında yemeyi tercih ettiklerini bildirmişlerdir.

Çizelge 4.18. Adana Kebabının Ev Dışında Tüketilme Sebepleri

Tüketim sebepleri	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	Toplam
İşime / evime yakınlık	24	3	6	14	12	91	14	164
Daha lezzetli olduğu için	66	21	35	13	15	14		164
Müşteriye davranış ve ilgi	21	21	13	27	62	16	4	164
Ürün tazeliği	44	66	23	8	8	15		164
Ürün ve fiyat çeşitliliği	20	23	19	57	24	17	4	164
Temizlik / hijyen	64	30	19	8	7	17	19	164
İş yerine / eve paket olarak yollanması	63	6	10	10	8	34	31	162
Diğer *	4	-	-	-	-	-	-	4
Toplam	306	170	125	137	136	204	72	1150

(*Diğer – Dışarıda tam kıvamında pişmesi, Kokusunun daha güzel olması, Uygun gramajda olması)

Adana kebabı kömürde piştiğinden dolayı bazı riskleri taşıma özelliğine sahiptir. Çalışmaya katılan bireylerden evde kendisi hazırlayıp tüketenlerin %56,25'i kebabın kömürden dolayı risk taşıdığını ve %43,75'i risk taşımadığını düşünmektedir. Dışarıda tüketmeyi tercih eden bireylerin ise %60,75'i riskli bulurken %39,25'i riskli bulmadığını belirtmiştir.(Çizelge 4.19).

Çizelge 4.19. Adana Kebabında Algılanan Kömür Riski

Düşünceler	Evde hazırlanan		Dışarıda hazırlanan	
	Frekans	(%)	Frekans	(%)
Evet, riskli	225	56,25	243	60,75
Hayır, riskli değil	175	43,75	157	39,25
Toplam	400	100	400	100

4.2.4.3. Adana Kebabını Tüketim Şekli

Kırmızı et tüketiminde bireyler pişme derecesinde farklı tercihlere sahiptir. Bu çalışmaya katılan tüketicilerin %60,00'ı Adana Kebabını orta derecede pişmiş yemeyi tercih ederken %2,75'i az pişmiş yemeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir (Çizelge 4.20).

Çizelge 4.20. Tüketicilerin Adana Kebabı Tüketimlerinde Isıl İşlem Tercihleri

Pişme Tercihi	Frekans	(%)
Az pişmiş yemeyi tercih ediyorum	11,00	2,75
Çok pişmiş yemeyi tercih ediyorum	149,00	37,25
Orta derecede pişmiş yemeyi tercih ediyorum	240,00	60,00
Toplam	400,00	100,00

Adana Kebabı farklı şekilde servis edilerek tüketilebilme şansına sahiptir. Çalışmaya katılan tüketicilerin %4,25'i kebabı yalnızca servis olarak, %37,00'si

yalnızca dürüm olarak tüketmeyi tercih ederken katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%58,75) her iki şekilde de yemeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir (Çizelge 4.21).

Çizelge 4.21. Adana Kebabı Tüketiminde Sunum Şekli Tercihleri

Tüketim şekli	Frekans	(%)
Dürüm olarak	17,00	4,25
Servis olarak	148,00	37,00
Her ikışekilde	235,00	58,75
Toplam	400,00	100,00

Dürüm şeklinde tüketilen kebab bir ambalaj malzemesine sarılarak servis edilmektedir. Bu çalışmada bireylerin %90,50'i ambalaj kâğıdı, %3,75'i gazete kâğıdı ve %2,25'i alüminyum folyo ile kebabın sarıldığını belirtmişlerdir (Çizelge 4.22).

Çizelge 4.22. Adana Kebabının Sarıldığı Ambalaj Malzemeleri

Ambalaj Malzemesi	Frekans	(%)
Gazete	15,00	3,75
Ambalaj kâğıdı	362,00	90,50
Alüminyum folyo	9,00	2,25
Diğer (Saman Kâğıdı)	14,00	3,50
Toplam	400,00	100,00

Kullanılan bu malzemelerin sağlıksız olduğunu düşünen bireylerin oranı %56,50'dir. Sağlıklı olduğunu düşünenler %9,75 iken, fikrim yok diyenler %33,75 oranındadır (Çizelge 4.23).

Çizelge 4.23. Tüketicilerin Kullanılan Ambalaj Malzemesinin Sağlık Açısından Zararlı Olup Olmadığı Konusundaki Düşünceleri

Düşünceler	Frekans	(%)
Zararlı	226,00	56,50
Zararlı değil	39,00	9,75
Fikrim yok	135,00	33,75
Toplam	400,00	100,00

4.2.4.4. Adana Kebabı Tüketimi İle İlgili Sağlık Problemleri

Kırmızı et tüketiminin bazı sağlık sorunlarına neden olabileceği medyada sık sık tartışılmaktadır. Bu nedenle tüketicilere Adana kebabı denilince akla gelen ilk sağlık sorunun ne olduğu sorulmuştur. Tüketicilerin % 58,00'i "kolesterol" cevabını vermiştir. Bunu obezite (%22,00), ve gıda zehirlenmesi (%9,25) takip etmiştir (Çizelge 4.24).

Çizelge 4.24. Adana Kebabı Denilince Akla Gelen İlk Sağlık Problemi

Sağlık Problemleri	Frekans	(%)
Kolesterol	232	58,00
Obezite	88	22,00
Gıda zehirlenmesi	37	9,25
Hiçbir hastalık	20	5,00
Kanser	15	3,75
Diğer(tansiyon, kalp, damar hastalıkları)	8	2,00
Toplam	400	100,00

Tüketicilere Adana kebabı tüketimi sonrasında kendilerinin, ailelerinin veya çevresindekilerin gıda zehirlenmesi, şüphesiyle mide bulantısı veya kusma gibi bir yaşayıp yaşamadıkları sorulmuştur. Tüketicilerin %95,75'inin Adana kebabı tüketimi sırasında gıda zehirlenmesi geçirmediği belirlenmiştir. Geriye

kalan 17 kişiden 15 kişi 1 defa, kalan 2 kişi ise 3 defa gıda zehirlenmesi geçirdiğini belirtmiştir. Tüketicilerin tifo, amip vb. hastalık geçirip geçirmediği sorulmuş ve %99,25'i geçirmediğini belirtmiştir. Kebap tüketimi ile amip olduğunu belirten sadece 1 kişi bulunmuştur.

Kendileri dışında çevresindeki bireylerin herhangi bir rahatsızlıkla karşılaşp karşılaşmadıkları sorulduğunda tüketicilerin %93,00'ü **“hayır”** cevabını vermiştir. Evet, cevabı veren kişilerin oranı %7,00 (28 kişi) bulunmuş ve geçirilen rahatsızlıklar Çizelge 4.25.'de gösterilmiştir.

Çizelge 4.25. Adana Kebabı Tüketimi Sonrasında Geçirilen Rahatsızlıklar

Sağlık Problemleri	Frekans	(%)
Brusella	1,00	3,57
İshal	4,00	14,29
Kusma	13,00	46,43
Gıda zehirlenmesi	4,00	14,28
Rahatsızlık hissi	6,00	21,43
Toplam	28,00	100,00

Dünya nüfusunun %25,00'i kalp damar hastalıklarına yakalanmaktadır. Ülkemizde de önemli bir sorun olan kalp damar hastalıklarının görülme durumu 50 yaş üstündeki yetişkinlerde %12-15 arasında değişmektedir (Samur, 2008). Bu nedenle çalışmamıza katılan tüketicilere ailelerinde kalp damar ve kolesterol hastalığının yaygın olup olmadığı sorulmuş ve tüketicilerin %60,00'tan fazlası ailelerinde kalp damar ve kolesterol hastalığının olmadığını belirtmiştir (Çizelge 4.26).

Çizelge 4.26. Kalp Damar ve Kolesterol Hastalığının Görülme Oranları

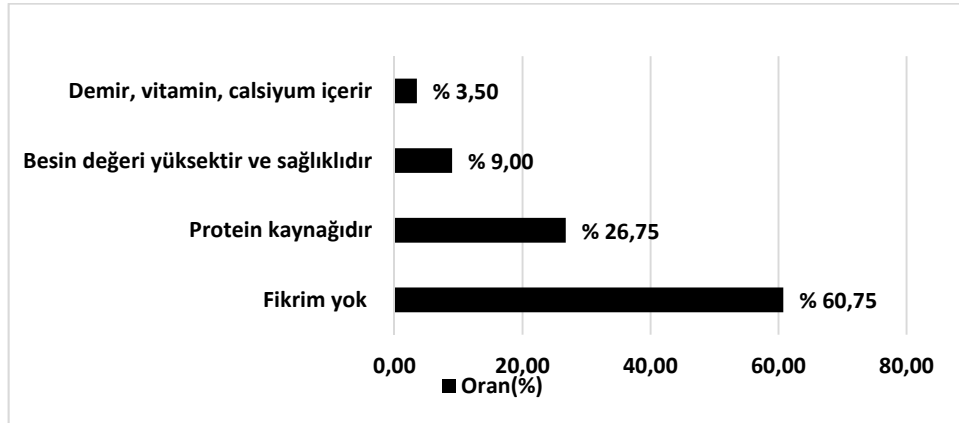
	Kalp Damar Hastalığı		Kolesterol Hastalığı	
	Frekans	(%)	Frekans	(%)
Evet	132	33,0	159,00	39,75
Hayır	268	67,0	241,00	60,25
Toplam	400	100,0	400,00	100,00

4.2.5. Adana Kebabında Katkı Maddesi Kullanımı

Araştırma kapsamında tüketicilere Adana Kebabında katkı maddesi kullanılıp kullanılmadığı konusundaki düşünceleri sorulduğunda %46,00'si katkı maddesi kullanıldığını düşünürken %54,00'i ise kullanılmadığını belirtmiştir.

4.2.6. Adana Kebabının Besleyici Değeri İle İlgili Bireylerin Düşünceleri

Çalışmamıza katılan tüketicilerin %60,75'i Adana kebabının besleyici değeri hakkında “fikrim yok” şeklinde cevap vermiştir. Bireylerin %26,75'i Adana kebabının protein kaynağı olduğunu düşünürken %9,00'ü “besin değeri yüksektir ve sağlıklıdır” şeklinde cevap vermiştir. “Demir, vitamin ve kalsiyum içerir” şeklinde cevap veren bireylerin oranı ise %3,50 ile oldukça düşük düzeydedir (Şekil 4.4.).



Şekil 4.4. Tüketicilerin Adana Kebabının Besleyici Değeri Hakkındaki Düşünceleri

4.2.7. Adana Kebabı Tüketiminde Karşılaşılabilecek Riskler Konusundaki Düşünceler

Tüketicilerin Adana kebabı tüketiminde algıladıkları riskler belirlenmiş ve 5’li Likert ölçeğine göre değerlendirmeleri istenmiştir. Çalışmada Likert ölçeği “kesinlikle mümkün değil(1), mümkün değil(2), kısmen mümkün(3), kesinlikle mümkün(4) ve fikrim yok(0)” şeklinde düzenlenmiştir. Alınan cevaplara göre belirlenen oranlar Çizelge 4.27’de verilmiştir.

Çizelge 4.27. Adana Kebabı Tüketiminde Karşılaşılabilecek Riskler Konusundaki Düşünceler

Riskler	1		2		3		4		0		Ort.	Std. Sapma
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Kolesterol	8	2,00	4	1,00	132	33,00	242	60,50	14	3,50	3,45	0,89
Sindirim problemleri	19	4,80	21	5,30	208	52,00	127	31,80	25	6,30	2,98	1,06
Tansiyon	14	3,50	20	5,00	207	51,80	124	31,00	35	8,80	2,92	1,13
Gıda zehirlenmesi	22	5,50	34	8,50	218	54,50	105	26,30	21	5,30	2,91	1,01
Karın Ağrısı	22	5,50	23	5,80	230	57,50	100	25,00	25	6,30	2,89	1,04
Katkı maddeleri	21	5,30	35	8,80	208	52,00	105	26,30	31	7,80	2,84	1,11
Kanser	27	6,80	64	16,00	165	41,30	83	20,80	61	15,30	2,83	1,11
Saç, tırnak, cam, kürdan vs. çıkması	37	9,30	47	11,80	210	52,50	83	20,80	23	5,80	2,73	1,07
Kesimin uygun yapıp yapılmaması	21	5,30	20	5,00	188	47,00	117	29,30	54	13,50	2,73	1,30
Fazla kilo	10	2,50	7	1,80	125	31,30	247	61,80	11	2,80	2,45	1,31
İshal / ateş	32	8,00	45	11,30	156	39,00	80	20,00	87	21,80	2,27	1,44
Tifo	43	10,80	55	13,80	145	36,30	66	16,50	91	22,80	2,13	1,42
Şeker	71	17,80	80	20,00	102	25,50	77	19,30	70	17,50	2,11	1,37
Kansızlık	114	28,50	150	37,50	52	13,00	18	4,50	66	16,50	1,60	1,04

Tüketicilerin Adana kebabı tüketimi ile kolesterol rahatsızlığına yakalanma ve fazla kilo alma riski arasındaki ilişkiyi kesinlikle mümkün olarak görürken diğer riskleri kısmen mümkün olarak gördükleri belirlenmiştir. Kebap tüketimi ile kansızlık rahatsızlığına yakalanma riskini ise mümkün değil olarak yorumlamışlardır.

4.2.8. Adana Kebabı Tüketim Yaşı

Araştırmaya katılan tüketicilerin %56,25'i Adana kebabın yaşam boyu tüketilebileceğini düşünürken, çocuk yaşta ve yetişkin dönemde tüketilmesi gerektiğini düşünen tüketicilerin oranı %29,75 olarak belirlenmiştir.

Çizelge 4.28. Adana Kebabı Tüketim Yaşı

Tüketim Yaşı	Frekans	(%)
Çocuk yaşta (0-7 yaş)	1,00	0,25
Çocuk yaşta + Yetişkin dönemde	119,00	29,75
Orta yaşta	55,00	13,75
Yaşam Boyu	225,00	56,25
Toplam	400,00	100,00

4.2.9. Bazı Önemli Değişkenler Arasındaki İlişkiler

4.2.9.1. Cinsiyet ve Bilgi Kaynakları Arasındaki İlişki

Çalışmaya katılan erkeklerin yaklaşık %59'u gıdalarla ilgili bilgileri her zaman radyodan edindiğini belirtirken bu oran kadınlarda yaklaşık %41 olarak belirlenmiştir. Erkeklerin yaklaşık %43'ü, kadınların ise yaklaşık %57'si hiçbir zaman radyodan bilgi almadığını belirtmiştir.

Çizelge 4.29. Cinsiyet ile Bilgi Kaynağı Radyo Kullanım Sıklığı

Cinsiyet	Radyo			
	Hiçbir zaman	Ara sıra	Her zaman	Genel
	%	%	%	%
Kadın	56,7	45,2	41,4	52,0
Erkek	43,3	54,8	58,6	48,0
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Çalışmaya katılan kadınların yaklaşık %54'ü gıdalarla ilgili bilgileri her zaman yakın çevresinden edindiğini belirtirken bu oran erkeklerde yaklaşık %46 olarak belirlenmiştir. Erkeklerin yaklaşık %56'sı, kadınların ise yaklaşık %44'ü hiçbir zaman yakın çevresinden bilgi almadığını belirtmiştir.

Çizelge 4.30. Cinsiyet ile Yakın Çevresinden Bilgi Edinme Sıklığı

Cinsiyet	Eş - Dost			
	Hiçbir zaman	Ara sıra	Her zaman	Genel
	%	%	%	%
Kadın	44,4	52,2	53,8	52,0
Erkek	55,6	47,8	46,3	48,0
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Çalışmaya katılan kadınların yaklaşık %54'ü gıdalarla ilgili bilgileri her zaman gazete, dergi, kitap gibi kaynaklardan edindiğini belirtirken bu oran erkeklerde yaklaşık %46 olarak belirlenmiştir. Erkeklerin yaklaşık %74'ü, kadınların ise yaklaşık %26'sı hiçbir zaman gazete, dergi, kitap gibi kaynaklardan bilgi almadığını belirtmiştir.

Çizelge 4.31. Cinsiyet ile Bilgi Kaynağı Olarak Basılı Materyal Kullanım Sıklığı

Cinsiyet	Gazete, Dergi, Kitap			
	Hiçbir zaman	Ara sıra	Her zaman	Genel
	%	%	%	%
Kadın	26,3	52,8	54,1	52,0
Erkek	73,7	47,2	45,9	48,0
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Çalışmaya katılan kadınların yaklaşık %54'ü gıdalarla ilgili bilgileri her zaman konunun uzmanlarından edindiğini belirtirken bu oran erkeklerde %46 olarak belirlenmiştir. Erkeklerin yaklaşık %64'ü, kadınların ise yaklaşık %36'sı hiçbir zaman konunun uzmanlarından bilgi almadığını belirtmiştir.

Çizelge 4.32. Cinsiyet ile Konu Uzmanlarından Bilgi Edinme Sıklığı

Cinsiyet	Konu uzmanları			
	Hiçbir zaman	Ara sıra	Her zaman	Genel
	%	%	%	%
Kadın	36,2	54,3	53,6	52,0
Erkek	63,8	45,7	46,4	48,0
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Çalışmaya katılan erkeklerin yaklaşık %54'ü gıdalarla ilgili bilgileri her zaman İl Tarım ve Orman Müdürlüğü veya Sağlık Bakanlığında edindiğini belirtirken bu oran kadınlarda yaklaşık %46 olarak belirlenmiştir. Erkeklerin yaklaşık %39'u, kadınların ise yaklaşık %61'i hiçbir zaman İl Tarım ve Orman Müdürlüğü veya Sağlık Bakanlığında bilgi almadığını belirtmiştir.

Çizelge 4.33. Cinsiyet ile İl Tarım ve Orman Müdürlüğü ve Sağlık Bakanlığı'ndan Bilgi Edinme Sıklığı

Cinsiyet	İl Tarım ve Orman Müdürlüğü / Sağlık Bakanlığı			
	Hiçbir zaman	Ara sıra	Her zaman	Genel
	%	%	%	%
Kadın	60,7	50,3	45,8	52,0
Erkek	39,3	49,7	54,2	48,0
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Çalışmaya katılan erkeklerin yaklaşık %53'ü gıdalarla ilgili bilgileri her zaman Sivil Toplum Kuruluşlarından edindiğini belirtirken bu oran kadınlarda yaklaşık %47 olarak belirlenmiştir. Erkeklerin yaklaşık %37'si, kadınların ise yaklaşık %63'ü hiçbir zaman sivil toplum kuruluşlarından bilgi almadığını belirtmiştir.

Çizelge 4.34. Cinsiyet ile Sivil Toplum Kuruluşlarından Bilgi Edinme Sıklığı

Cinsiyet	Sivil Toplum Kuruluşları			
	Hiçbir zaman	Ara sıra	Her zaman	Genel
	%	%	%	%
Kadın	63,4	46,8	46,7	51,9
Erkek	36,6	53,2	53,3	48,1
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

4.2.9.2. Cinsiyet ile Gıdaların Özellikleri Hakkındaki İlişki

Çalışmaya katılan kadınların çoğunluğu için alışveriş yaparken gıdaların kalitesinin, tazeliğinin, tadının, lezzetinin, besin değerinin, raf ömrünün, ambalajının, ürünün dış görünüşünün, doğal ve katkısız ürün olmasının, fiyatının, marka ve firma isminin ve çevre dostu ürün olmasının önemli olduğu, erkeklerin çoğunluğu için ise bu faktörlerin önemli olmadığı belirlenmiştir.

Gıdaların üretim ve son kullanma tarihlerinin erkekler tarafından önemsendiği kadınlar tarafından ise önemsenmediği belirlenmiştir.

Katkı madde kullanımı, tüketicinin alışkanlıkları, ürünün kokusu ve net ağırlığının, ayrıca tüketicinin çevresinin tavsiyesinin ve ürünlerde yapılan promosyonların kadınlar içinde erkekler içinde önemli olduğu gözlenmiştir.

Çizelge 4.35. Cinsiyet Göre Gıdaların Özelliklerini Önemseme Düzeyi

Cinsiyet	Gıdaların Özellikleri							
	Önemli değil		Kısmen önemli		Önemli		Genel	
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
	%	%	%	%	%	%	%	%
Kalite	25,0	75,0	41,7	58,3	54,9	45,1	52,0	48,0
Tazelik	33,3	66,7	35,9	64,1	54,3	45,7	52,0	48,0
Tadı Lezzeti	42,9	57,1	41,8	58,2	53,8	46,2	52,0	48,0
Besin Değeri	22,2	77,8	41,3	58,7	58,2	41,8	52,0	48,0
Katkı Maddeleri	43,5	56,5	38,2	61,8	57,8	42,2	52,0	48,0
Fiyatı	40,0	60,0	64,6	35,4	42,0	58,0	52,0	48,0
Çevre Dostu Ürünler	23,1	76,9	58,4	41,6	50,2	49,8	52,0	48,0
Raf Ömrü	27,8	72,2	41,2	58,8	56,6	43,4	52,0	48,0
Marka ve Firma İsmi	38,5	61,5	57,5	42,5	49,5	50,5	52,0	48,0
Üretim Ve Son Kullanma Tarihi	80,0	20,0	34,0	66,0	54,2	45,8	52,0	48,0
Doğal Ve Katkısız Ürün Olması	26,7	73,3	36,9	63,1	58,9	41,1	52,0	48,0
Net Ağırlığı	50,0	50,0	58,7	41,3	35,4	64,6	52,0	48,0
Çevrenin Tavsiyesi	45,0	55,0	57,1	42,9	40,7	59,3	52,0	48,0
Promosyon	46,0	54,0	57,3	42,7	43,2	56,8	52,0	48,0
Ambalajı	44,4	55,6	44,9	55,1	59,9	40,1	52,0	48,0
Alışkanlık	50,0	50,0	45,2	54,8	59,8	40,2	52,0	48,0
Dış Görünüş	41,7	58,3	49,1	50,9	58,7	41,3	52,0	48,0
Koku	50,0	50,0	42,5	57,5	54,8	45,2	52,0	48,0

4.2.9.3. Cinsiyete Göre ALO 174 Gıda Hattından Haberdar Olma Durumu Arasındaki İlişki

Çalışmaya katılan erkeklerin %59'u ve kadınların %41'i ALO 174 Gıda hattından haberdar olduğunu belirtirken haberdar olmayan kadınların oranının yaklaşık %62 ve erkeklerin oranının yaklaşık %38 olduğu belirlenmiştir.

4.2.9.4. Eğitim Durumu ve Bilgi Kaynakları Arasındaki İlişki

Eğitim durumlarına göre gruplandırılan tüketicilerin gıdalarla ilgili bilgileri edindiği kaynaklar incelendiğinde; üniversite mezunu olan tüketicilerin yaklaşık %62'sinin her zaman radyodan bilgi aldığı, diğer gruplarda ise radyodan bilgi edinme durumunun yaygın olmadığı görülmektedir.

Çizelge 4.36. Eğitim Durumu ile Bilgi Kaynağı Radyo Kullanım Sıklığı

Eğitim durumu	Radyo			
	Hiçbir zaman	Ara sıra	Her zaman	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	0,4	1,6	0,0	0,8
İlkokul	3,6	4,0	3,4	3,8
Ortaokul	5,7	11,3	10,3	7,8
Lise	28,3	22,6	17,2	25,6
Üniversite	50,2	50,8	62,2	51,2
Y.Lisans ve üstü	11,8	9,7	6,9	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Okuryazar olan gruptaki tüketicilerin yaklaşık %4'ü ve üniversite mezunu olan tüketicilerin yaklaşık %56'sının gıdalarla ilgili bilgileri hiçbir zaman eş, dost ve yakın çevresinden almadığını belirlenirken, gıdalarla ilgili bilgileri her zaman eş, dost ve yakın çevresinden aldığını bildiren tüketicilerin yaklaşık %9'unun

ilkokul mezunu, yaklaşık %13'ünün ortaokul mezunu ve yaklaşık %31'inin lise mezunu olduğu gözlenmiştir.

Çizelge 4.37. Eğitim Durumu İle Yakın Çevresinden Bilgi Edinme Sıklığı

Eğitim durumu	Eş, Dost			
	Hiçbir zaman	Ara sıra	Her zaman	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	3,7	0,7	0,0	0,8
İlkokul	0,0	2,7	8,8	3,8
Ortaokul	3,7	6,8	12,5	7,8
Lise	25,9	24,2	31,3	25,6
Üniversite	55,6	54,0	39,9	51,2
Y.Lisans ve üstü	11,1	11,6	7,5	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Okuryazar (yaklaşık %5), İlkokul (yaklaşık %11), ortaokul (yaklaşık %11) ve lise (yaklaşık %47) eğitim düzeyine sahip tüketicilerin gıdalarla ilgili bilgileri hiçbir zaman gazete, dergi ve kitaplardan edinmediğini belirtirken üniversite mezunlarının %60'ı her zaman gazete, dergi ve kitaplardan bilgi edindiğini belirtmiştir.

Çizelge 4.38. Eğitim Durumu İle Bilgi Kaynağı Olarak Basılı Materyal Kullanım Sıklığı

Eğitim durumu	Gazete, dergi, kitap			
	Hiçbir zaman	Ara sıra	Her zaman	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	5,3	0,8	0,0	0,8
İlkokul	10,5	3,3	3,7	3,8
Ortaokul	10,5	8,9	5,2	7,8
Lise	47,4	28,0	18,5	25,6
Üniversite	15,8	49,2	60,0	51,2
Y.Lisans ve üstü	10,5	9,8	12,6	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Okuryazar (yaklaşık %4), İlkokul (yaklaşık %13), üniversite (yaklaşık %57) ve yüksek lisans ve doktora (yaklaşık %17) eğitim düzeyine sahip tüketiciler gıdalarla ilgili bilgileri hiçbir zaman TV programlarından edinmediklerini belirtirken ortaokul (yaklaşık %10) ve lise (%33) eğitim düzeyine sahip tüketicilerin her zaman TV programlarından bilgi edindiği belirlenmiştir.

Çizelge 4.39. Eğitim Durumu İle TV Programlarından Bilgi Edinme Sıklığı

Eğitim durumu	TV Programları			
	Hiçbir zaman	Ara sıra	Her zaman	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	4,3	1,0	0,0	0,8
İlkokul	13,0	3,6	2,7	3,8
Ortaokul	0,0	6,3	10,3	7,8
Lise	8,7	20,8	33,0	25,6
Üniversite	56,6	55,3	46,5	51,2
Y. Lisans ve üstü	17,4	13,0	7,5	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Okuryazar (yaklaşık %2), ortaokul (yaklaşık %11), lise (yaklaşık %40) ve yüksek lisans ve doktora (yaklaşık %13) eğitim düzeyine sahip tüketiciler gıdalarla ilgili bilgileri hiçbir zaman konunun uzmanlarından edinmediklerini belirtirken ilkokul (yaklaşık %6), üniversite (yaklaşık %55) eğitim düzeyine sahip tüketicilerin her zaman TV programlarından bilgi edindiği belirlenmiştir.

Çizelge 4.40. Eğitim Durumları İle Konu Uzmanlarından Bilgi Edinme Sıklığı

Eğitim durumu	Konu Uzmanları			
	Hiçbir zaman	Ara sıra	Her zaman	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	2,1	0,8	0,0	0,8
İlkokul	2,1	2,9	6,4	3,8
Ortaokul	10,6	9,1	3,6	7,8
Lise	40,4	23,9	23,6	25,6
Üniversite	31,9	53,5	54,5	51,2
Y.Lisans ve üstü	12,8	9,9	11,8	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Ortaokul (yaklaşık %13) ve lise (yaklaşık %28) eğitim düzeyine sahip tüketiciler gıdalarla ilgili bilgileri hiçbir zaman Tarım İl Müdürlüğü veya Sağlık Bakanlığı'ndan bilgi edinmediklerini belirtirken üniversite (yaklaşık %54) eğitim düzeyine sahip tüketicilerin her zaman konunun uzmanlarından bilgi edindiği belirlenmiştir.

Çizelge 4.41. Eğitim Durumu ile Tarım İl Müdürlüğü ve Sağlık Bakanlığı'ndan Bilgi Edinme Sıklığı

Eğitim durumu	Tarım İl Müdürlüğü / Sağlık Bakanlığı			
	Hiçbir zaman	Ara sıra	Her zaman	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	0,9	1,0	0,0	0,8
İlkokul	0,9	5,6	3,1	3,8
Ortaokul	13,1	6,1	5,2	7,8
Lise	28,1	24,3	26,0	25,6
Üniversite	50,5	50,3	54,2	51,2
Y.Lisans ve üstü	6,5	12,7	11,5	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Ortaokul (yaklaşık %12) ve lise (yaklaşık %33) eğitim düzeyine sahip tüketiciler gıdalarla ilgili bilgileri hiçbir zaman sivil toplum kuruluşlarından bilgi edinmediklerini belirtirken üniversite (yaklaşık %65) eğitim düzeyine sahip tüketicilerin her zaman ve yüksek lisans ve doktora mezunu olan tüketicilerin (yaklaşık %14) ara sıra sivil toplum kuruluşlarından bilgi edindiği belirlenmiştir.

Çizelge 4.42. Eğitim Durumu İle Sivil Toplum Kuruluşlarından Bilgi Edinme Sıklığı

Eğitim durumu	Sivil Toplum Kuruluşları			
	Hiçbir zaman	Ara sıra	Her zaman	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	0,8	0,9	0,0	0,8
İlkokul	3,3	3,2	6,7	3,8
Ortaokul	12,2	5,6	6,7	7,8
Lise	33,3	23,6	18,3	25,6
Üniversite	41,5	52,8	65,0	51,2
Y. Lisans ve üstü	8,9	13,9	3,3	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

4.2.9.5. Eğitim Durumu ile Gıdaların Özellikleri Hakkındaki İlişki

Lise mezunu tüketicilerin yaklaşık %67'sinin alışveriş yaparken gıdaların kalitesine önem vermediği, üniversite mezunlarının ise yaklaşık %55'i için gıdaların kalitesinin önemli olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.43. Eğitim Durumu İle Gıdaların Kalitesini Önemseme Derecesi

Eğitim durumu	Kalite			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	0,0	1,7	0,6	0,8
İlkokul	8,3	6,7	3,0	3,8
Ortaokul	8,3	10,0	7,3	7,8
Lise	66,7	41,6	21,4	25,6
Üniversite	16,7	33,3	55,8	51,2
Y. Lisans ve üstü	0,0	6,7	11,9	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Lise mezunu tüketicilerin yaklaşık %56'sının alışveriş yaparken gıdaların tazeliğine önem vermediği, üniversite mezunlarının ise yaklaşık %55'i için gıdaların tazeliğinin önemli olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.44. Eğitim Durumu İle Gıdaların Tazeliğini Önemseme Derecesi

Eğitim durumu	Tazelik			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	0,0	2,6	0,6	0,8
İlkokul	11,1	7,7	3,1	3,8
Ortaokul	11,1	12,8	7,1	7,8
Lise	55,6	48,7	22,4	25,6
Üniversite	22,2	25,6	54,8	51,2
Y.Lisans ve üstü	0,0	2,6	11,9	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Lise mezunu tüketicilerin yaklaşık %71'inin alışveriş yaparken gıdaların tadı ve lezzetine önem vermediği, üniversite mezunlarının ise yaklaşık %55'i için gıdaların tadı ve lezzetinin önemli olduğu belirlenmiştir. Eğitim durumuna göre gıdaların tadı lezzetin önemi hakkındaki düşünceler değişmektedir.

Çizelge 4.45. Eğitim Durumu İle Gıdaların Tadını Ve Lezzetini Önemseme Derecesi

Eğitim durumu	Tadı lezzeti			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	0,0	1,8	0,6	0,8
İlkokul	14,3	5,5	3,3	3,8
Ortaokul	0,0	10,9	7,4	7,8
Lise	71,4	40,0	22,5	25,6
Üniversite	0,0	36,4	54,7	51,2
Y.Lisans ve üstü	14,3	5,5	11,5	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Lise mezunu tüketicilerin yaklaşık %44'ünün alışveriş yaparken gıdaların besin değerine önem vermediği, üniversite mezunlarının ise yaklaşık %53'ü için gıdaların besin değerinin önemli olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.46. Eğitim Durumu İle Gıdaların Besin Değerini Önemseme Derecesi

Eğitim durumu	Besin değeri			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	0,0	0,9	0,7	0,8
İlkokul	11,1	2,8	3,7	3,8
Ortaokul	5,6	7,3	8,1	7,8
Lise	44,4	27,5	23,8	25,6
Üniversite	38,9	49,5	52,7	51,2
Y.Lisans ve üstü	0,0	11,9	11,0	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Lise mezunu tüketicilerin yaklaşık %39'unun gıdaların üretiminde katkı maddesi kullanılıp kullanılmadığına önem vermediği, üniversite mezunlarının ise yaklaşık %54'ü için katkı maddesi kullanımının önemli olduğu belirlenmiştir

Çizelge 4.47. Eğitim Durumu İle Gıdaların Üretimde Kullanılan Katkı Maddelerini Önemseme Derecesi

Eğitim durumu	Üretimde kullanılan katkı maddeleri			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	0,0	1,0	0,7	0,8
İlkokul	8,7	2,0	4,0	3,8
Ortaokul	0,0	10,8	7,3	7,8
Lise	39,1	30,4	22,9	25,6
Üniversite	34,8	47,1	54,2	51,2
Y. Lisans ve üstü	17,4	8,8	10,9	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Üniversite düzeyinde eğitimi olan tüketicilerin yaklaşık %50'sinin gıdaların fiyatlarına önem verdiği, lise mezunlarının ise yaklaşık %30'u için gıdaların fiyatının önemli olmadığı belirlenmiştir.

Çizelge 4.48. Eğitim Durumu İle Gıda Fiyatlarını Önemseme Derecesi

Eğitim durumu	Fiyatı			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	0,0	0,6	0,9	0,8
İlkokul	0,0	1,7	5,7	3,8
Ortaokul	10,0	6,7	8,5	7,8
Lise	30,0	21,9	28,8	25,6
Üniversite	40,0	54,5	49,1	51,2
Y. Lisans ve üstü	20,0	14,6	7,1	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Üniversite mezunu tüketicilerin yaklaşık %53'ünün çevre dostu ürünleri önemseydiği, lise mezunu tüketiciler için ise çevre dostu ürün olup olmadığının önemsenmediği belirlenmiştir.

Çizelge 4.49. Eğitim Durumu İle Çevre Dostu Ürün Olup Olmadığını Önemseme Derecesi

Eğitim durumu	Çevre Dostu Ürünler			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	0,0	0,6	1,0	0,8
İlkokul	7,7	2,9	4,0	3,8
Ortaokul	3,8	9,2	7,0	7,8
Lise	34,6	27,7	22,9	25,6
Üniversite	46,2	49,7	53,2	51,2
Y. Lisans ve üstü	7,7	9,8	11,9	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Gıdaları tercih ederken raf ömrünü önemseyen tüketicilerin eğitim düzeyleri incelendiğinde; lise mezunları için raf ömrünün uzun olmasının önemli (yaklaşık %26) bir kriter olduğu üniversite mezunları için ise önemli olmadığı (yaklaşık %60) görülmüştür.

Çizelge 4.50. Eğitim Durumu İle Gıdaların Raf Ömrünü Önemseme Derecesi

Eğitim durumu	Raf Ömrü			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	0,0	1,2	0,7	0,8
İlkokul	5,6	1,2	4,4	3,8
Ortaokul	11,1	7,1	7,7	7,8
Lise	22,2	27,1	25,6	25,6
Üniversite	61,1	49,4	51,2	51,2
Y. Lisans ve üstü	0,0	14,1	10,4	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Üniversite mezunu tüketicilerin yaklaşık %50'sinin gıdaların marka ve firma ismini önemsemediği, lise mezunu tüketicilerin yaklaşık %36'sı için ise marka ve firma isminin önemli olmadığı belirlenmiştir.

Çizelge 4.51. Eğitim Durumu İle Gıdaların Marka ve Firma İsmi Önemseme Derecesi

Eğitim durumu	Marka ve Firma İsmi			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	0,0	0,6	1,1	0,8
İlkokul	7,7	1,7	4,9	3,8
Ortaokul	2,6	7,3	9,3	7,8
Lise	35,9	27,9	21,4	25,6
Üniversite	41,0	54,2	50,5	51,2
Y. Lisans ve üstü	12,8	8,4	12,6	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Üniversite mezunu tüketicilerin %50'sinin gıdaların üretim ve son kullanma tarihlerini önemsemediği, lise mezunu tüketicilerin ise %80'i için üretim ve son kullanma tarihlerinin önemli olmadığı belirlenmiştir.

Çizelge 4.52. Eğitim Durumu İle Gıdaların Üretim ve Son Kullanma Tarihini Önemseme Derecesi

Eğitim durumu	Üretim Ve Son Kullanma Tarihi			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	0,0	2,0	0,6	0,8
İlkokul	20,0	0,0	4,1	3,8
Ortaokul	0,0	10,0	7,5	7,8
Lise	80,0	38,0	23,2	25,6
Üniversite	0,0	44,0	53,0	51,2
Y.Lisans ve üstü	0,0	6,0	11,6	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Üniversite mezunu tüketicilerin yaklaşık %55'i gıdaların doğal ve katkısız olmasını önemserken, yaklaşık %47'sinin önemsemediği görülmüştür. Lise mezunu tüketicilerin ise yaklaşık %47'si için gıdaların doğal ve katkısız olmasının önemli olmadığı belirlenmiştir.

Çizelge 4.53. Eğitim Durumu İle Gıdaların Doğal ve Katkısız Ürün Olmasını Önemseme Derecesi

Eğitim durumu	Doğal Ve Katkısız Ürün Olması			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	0,0	1,0	0,7	0,8
İlkokul	0,0	2,9	4,3	3,8
Ortaokul	6,7	7,8	7,8	7,8
Lise	46,7	34,0	21,6	25,6
Üniversite	46,7	42,7	54,6	51,2
Y.Lisans ve üstü	0,0	11,7	11,0	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Gıdaların net ağırlığının tüketicilerin eğitim durumlarına göre önemseme düzeyleri incelendiğinde; lise mezunu olan tüketicilerin yaklaşık %28'i gıdaların net ağırlığını kısmen önemli bulurken önemsemeyenlerin oranının yaklaşık %25 olduğu görülmüştür. Üniversite mezunlarında ise oranların birbirine çok yakın olduğu belirlenmiş olup bu eğitim düzeyinde net ağırlığı önemseyen tüketicilerin oranının yaklaşık %50 ve önemsemeyen tüketicilerin oranının yaklaşık %53 olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.54. Eğitim Durumu İle Gıdaların Net Ağırlığını Önemseme Derecesi

Eğitim durumu	Net Ağırlığı			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	0,0	0,9	1,3	0,8
İlkokul	4,2	2,2	7,6	3,8
Ortaokul	3,1	7,1	15,2	7,8
Lise	25,0	28,4	19,0	25,6
Üniversite	53,1	50,7	50,6	51,2
Y. Lisans ve üstü	14,6	10,7	6,3	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Tüketicilerin eğitim durumlarına göre gıda alışverişi yaparken çevresinin tavsiyesini önemseme düzeyleri incelendiğinde; lise mezunu olan tüketicilerin yaklaşık %33'ü çevresinin tavsiyesinin önemli olmadığını belirtirken, üniversite mezunlarında ise oranların birbirine çok yakın olduğu belirlenmiş olup bu eğitim düzeyinde çevresinin tavsiyesini önemseyen tüketicilerin oranının yaklaşık %52 ve önemsemeyen tüketicilerin oranının yaklaşık %47 olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.55. Eğitim Durumu İle Çevrenin Tavsiyelerini Önemseme Derecesi

Eğitim durumu	Çevrenin Tavsiyesi			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	0,0	0,4	2,5	0,8
İlkokul	3,3	1,9	9,9	3,8
Ortaokul	1,7	7,7	12,3	7,8
Lise	33,3	27,4	14,8	25,6
Üniversite	46,7	52,1	51,9	51,2
Y. Lisans ve üstü	15,0	10,4	8,6	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Gıda alışverişlerinde yapılan promosyonların tüketicilerin eğitim durumlarına göre önemsenme düzeyi incelendiğinde; lise düzeyindeki tüketicilerin

yaklaşık %28'i önemsemezken, aynı oranda tüketicinin promosyonları kısmen önemli bulduğu görülmüştür. Üniversite mezunlarında ise oranların birbirine çok yakın olduğu belirlenmiş olup bu eğitim düzeyinde promosyonları önemseyen tüketicilerin oranının yaklaşık %50 ve önemsemeyen tüketicilerin oranının %46 olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.56. Eğitim Durumu İle Promosyonları Önemseme Derecesi

Eğitim durumu	Promosyon			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	0,0	0,4	2,5	0,8
İlkokul	3,4	1,3	11,1	3,8
Ortaokul	1,1	8,6	12,3	7,8
Lise	27,6	28,0	17,3	25,6
Üniversite	46,0	54,3	48,1	51,2
Y. Lisans ve üstü	21,8	7,3	8,6	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Gıdaların ambalajlarının tüketicilerin eğitim durumlarına göre önemsenme düzeyi incelendiğinde; lise düzeyindeki tüketicilerin yaklaşık %26'sı önemsemezken, yaklaşık oranlarda tüketicinin gıdaların ambalajlarını önemli bulduğu görülmüştür. Üniversite mezunlarında ise oranların birbirine çok yakın olduğu belirlenmiş olup bu eğitim düzeyinde gıdaların ambalajlarını önemseyen tüketicilerin oranının yaklaşık %51 ve önemsemeyen tüketicilerin oranının %48 olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.57. Eğitim Durumu İle Gıdaların Ambalajlarını Önemseme Derecesi

Eğitim durumu	Ambalajı			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	0,0	1,3	0,5	0,8
İlkokul	5,6	2,5	4,3	3,8
Ortaokul	1,9	4,4	12,3	7,8
Lise	25,9	25,9	25,7	25,6
Üniversite	48,1	51,9	51,3	51,2
Y. Lisans ve üstü	18,5	13,9	5,9	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Alışkanlıkların gıda alışverişinde önemsenme düzeyi incelendiğinde; üniversite mezunu tüketicilerin %59'unun alışkanlıklarını önemsendiği, lise mezunu tüketicilerin ise %41'i alışkanlıklarını önemli olmadığını belirtmiştir.

Çizelge 4.58. Eğitim Durumu İle Alışkanlıkları Önemseme Derecesi

Eğitim durumu	Alışkanlık			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	1,9	0,6	0,6	0,8
İlkokul	5,6	2,8	4,1	3,8
Ortaokul	3,7	7,9	8,9	7,8
Lise	40,7	27,1	19,5	25,6
Üniversite	38,9	48,0	58,6	51,2
Y. Lisans ve üstü	9,3	13,6	8,3	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Gıdaların dış görünüşlerinin tüketicilerin eğitim durumlarına göre önemseme düzeyleri incelendiğinde; lise mezunu olan tüketicilerin yaklaşık %28'i gıdaların dış görünüşünü önemsemezken, önemseyen tüketicilerin oranının yaklaşık %25 olduğu görülmüştür. Üniversite mezunlarında ise dış görünüşü önemseyen tüketicilerin oranının yaklaşık %52 ve önemsemeyen tüketicilerin oranının yaklaşık %43 olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.59. Eğitim Durumu İle Ürünün Dış Görünüşünü Önemseme Derecesi

Eğitim durumu	Dış Görünüş			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	0,0	1,2	0,6	0,8
İlkokul	6,7	3,5	3,0	3,8
Ortaokul	3,3	6,4	10,8	7,8
Lise	28,3	24,9	25,7	25,6
Üniversite	43,3	52,6	52,7	51,2
Y. Lisans ve üstü	18,3	11,6	7,2	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Gıdaların kokularının tüketicilerin eğitim durumlarına göre önemseme düzeyleri incelendiğinde ise lise mezunu olan tüketicilerin yaklaşık %30'u gıdaların kokularını önemsemezken, önemseyen tüketicilerin oranının yaklaşık %25 olduğu görülmüştür. Üniversite mezunlarında ise kokuyu önemseyen tüketicilerin oranının yaklaşık %52 ve önemsemeyen tüketicilerin oranının yaklaşık %60 olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.60. Eğitim Durumu İle Gıdaların Kokusunu Önemseme Derecesi

Eğitim durumu	Koku			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
Okuryazar	0,0	1,1	0,7	0,8
İlkokul	0,0	1,1	4,6	3,8
Ortaokul	0,0	6,9	8,3	7,8
Lise	30,0	29,9	24,4	25,6
Üniversite	60,0	47,1	52,1	51,2
Y. Lisans ve üstü	10,0	13,8	9,9	10,8
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

4.2.9.6. Eğitim Durumuna Göre ALO 174 Gıda Hattından Haberdar Olma Durumu Arasındaki İlişki

Lise eğitim düzeyindeki tüketicilerin yaklaşık %24'ü ALO 174 Gıda hattından haberdar olduğunu ve yaklaşık %27'si ise haberdar olmadığını bildirmiştir. Üniversite eğitim düzeyindeki tüketicilerin ise yaklaşık %56'sı haberdar iken yaklaşık %47'si gıda hattından haberdar olmadığını belirtmiştir.

4.2.9.7. Aylık Gelir ve Bilgi Kaynakları Arasındaki İlişki

1001₺-2000₺ arası gelire sahip tüketici grubunun %17'si hiçbir zaman radyodan bilgi edinmediğini belirtirken, aynı oranda tüketicinin gıdalarla ilgili bilgileri her zaman radyodan aldığı gözlenmiştir. 2001₺-4000₺ arası gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %36'sı hiçbir zaman radyodan bilgi almadığını belirtirken yaklaşık %55 oranında tüketici her zaman radyodan bilgi aldığını belirtmiştir. 4001₺-6000₺ arası gelire sahip tüketici grubunda ise hiçbir zaman radyodan bilgi almadığını belirten tüketicilerin oranı yaklaşık %25 olarak belirlenmiştir.

Çizelge 4.61. Toplam Aylık Gelir İle Bilgi Kaynağı Radyo Kullanım Sıklığı

Toplam Aylık Gelir	Radyo			
	Hiçbir zaman	Ara sıra	Her zaman	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	3,2	3,2	0,0	3,0
1001₺-2000₺	17,0	17,6	17,2	17,3
2001 ₺-4000₺	36,4	52,4	55,2	42,6
4001₺-6000₺	25,4	18,5	13,8	22,6
6001₺-8000₺	14,2	5,5	6,9	11,0
8001₺ ve üzeri	3,6	2,4	6,9	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

2001₺-4000₺arası gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %52'si hiçbir zaman eş, dost ve yakın çevresinden bilgi almadığını belirtirken, aynı gruptaki tüketicilerin yaklaşık %46'sı her zaman radyodan bilgi aldığını bildirmiştir. 4001₺-6000₺ arası gelire sahip tüketicilerin ise yaklaşık %19'u hiçbir zaman eş, dost ve yakın çevresinden bilgi almadığını ve aynı oranda tüketici her zaman eş, dost ve yakın çevresinden bilgi aldığını bildirmiştir.

Çizelge 4.62. Toplam Aylık Gelir ile Yakın Çevresinden Bilgi Edinme Sıklığı

Toplam Aylık Gelir	Eş, Dost			
	Hiçbir zaman	Ara sıra	Her zaman	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	3,7	2,7	3,7	3,0
1001₺-2000₺	18,5	15,0	25,0	17,3
2001 ₺-4000₺	51,9	41,0	46,3	42,6
4001₺-6000₺	18,5	23,8	18,7	22,6
6001₺-8000₺	7,4	13,7	2,5	11,0
8001₺ ve üzeri	0,0	3,8	3,8	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

1001₺-2000₺ arası gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %42'si hiçbir zaman gazete, dergi ve kitaplardan bilgi almadığını belirtirken yaklaşık %16'sı her zaman gazete, dergi ve kitaplardan bilgi aldığını belirtmiştir. 2001 ₺-4000₺ arası gelire sahip tüketicilerin ise yaklaşık %42'si hiçbir zaman gazete, dergi ve kitaplardan bilgi almadığını belirtirken yaklaşık %54'ü her zaman gazete, dergi ve kitaplardan bilgi aldığını belirtmiştir.

Çizelge 4.63. Aylık Gelir İle Bilgi Kaynağı Olarak Basılı Materyal Kullanım Sıklığı

Toplam Aylık Gelir	Gazete, dergi, kitap			
	Hiçbir zaman	Ara sıra	Her zaman	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	5,3	3,7	1,5	3,0
1001₺-2000₺	42,1	16,3	15,5	17,3
2001 ₺-4000₺	42,1	36,5	54,1	42,6
4001₺-6000₺	10,5	25,2	19,3	22,6
6001₺-8000₺	0,0	14,2	6,6	11,0
8001₺ ve üzeri	0,0	4,1	3,0	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Gıdalarla ilgili bilgileri hiçbir zaman TV programlarından almadığını bildiren tüketicilerin yaklaşık %26'sının 1001₺-2000₺ arasında, yaklaşık %39'unun 2001 ₺-4000₺ arasında ve yaklaşık %26'sının 4001₺-6000₺ arasında gelire sahip olduğu ve her zaman TV programlarından bilgi aldığını belirten tüketicilerin yaklaşık %38'inin 2001 ₺-4000₺ arasında gelire sahip olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.64. Aylık Gelir İle TV Programlarından Bilgi Edinme Sıklığı

Toplam Aylık Gelir	TV Programları			
	Hiçbir zaman	Ara sıra	Her zaman	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	4,3	4,6	1,1	3,0
1001₺-2000₺	26,1	15,1	18,4	17,3
2001 ₺-4000₺	39,2	47,4	38,4	42,6
4001₺-6000₺	26,1	20,3	24,3	22,6
6001₺-8000₺	4,3	6,3	16,7	11,0
8001₺ ve üzeri	0,0	6,3	1,1	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

1001₺-2000₺ arasında gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %36'sı hiçbir zaman konunun uzmanlarından bilgi almadığını belirtirken aynı gelir grubundaki tüketicilerin yaklaşık %18'i her zaman konunun uzmanlarından bilgi aldığını belirtmiştir. 2001 ₺-4000₺ arasında gelire sahip tüketicilerin ise yaklaşık %47'si konunun uzmanlarından bilgi almadığını ve yaklaşık %46'sı her zaman konunun uzmanlarından bilgi aldığını bildirmiştir.

Çizelge 4.65. Aylık Gelir ile Konu Uzmanlarından Bilgi Edinme Sıklığı

Toplam Aylık Gelir	Konu Uzmanları			
	Hiçbir zaman	Ara sıra	Her zaman	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	2,1	3,3	2,7	3,0
1001₺-2000₺	36,2	13,2	18,2	17,3
2001 ₺-4000₺	46,8	40,3	46,4	42,6
4001₺-6000₺	12,8	24,3	22,7	22,6
6001₺-8000₺	2,1	14,4	7,3	11,0
8001₺ ve üzeri	0,0	4,5	2,7	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

2001 ₺-4000₺ arasında gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %46'sı her zaman İl Tarım ve Orman Müdürlüğü/Sağlık Bakanlığı'ndan bilgi aldığını ve aynı gelir grubundaki tüketicilerin yaklaşık %30'u hiçbir zaman konunun uzmanlarından bilgi almadığını bildirmiştir.

Çizelge 4.66. Aylık Gelir ile İl Tarım ve Orman Müdürlüğü ve Sağlık Bakanlığı'ndan Bilgi Edinme Sıklığı

Toplam Aylık Gelir	İl Tarım ve Orman Müdürlüğü / Sağlık Bakanlığı			
	Hiçbir zaman	Ara sıra	Her zaman	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	2,8	3,0	3,1	3,0
1001₺-2000₺	13,1	17,8	20,8	17,3
2001 ₺-4000₺	29,9	48,2	45,9	42,6
4001₺-6000₺	27,1	20,3	21,9	22,6
6001₺-8000₺	25,2	6,1	5,2	11,0
8001₺ ve üzeri	1,9	4,6	3,1	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

2001 ₺-4000₺ arasında gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %55'inin her zaman sivil toplum kuruluşlarından bilgi aldığını ve aynı gelir grubundaki tüketicilerin yaklaşık %33'ü hiçbir zaman sivil toplum kuruluşlarından bilgi almadığını bildirmiştir.

Çizelge 4. 67. Aylık Gelir ile Sivil Toplum Kuruluşlarından Bilgi Edinme Sıklığı

Toplam Aylık Gelir	Sivil Toplum Kuruluşları			
	Hiçbir zaman	Ara sıra	Her zaman	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	4,8	2,4	1,7	3,0
1001₺-2000₺	16,3	17,6	18,3	17,3
2001 ₺-4000₺	33,3	44,4	55,0	42,6
4001₺-6000₺	22,0	24,5	16,7	22,6
6001₺-8000₺	22,8	6,0	5,0	11,0
8001₺ ve üzeri	0,8	5,1	3,3	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

4.2.9.8. Aylık Gelir ile Gıdaların Özellikleri Arasındaki İlişki

2001₺-4000₺ arasında gelire sahip tüketicilerin %43'ü gıdaların kaliteli olmasını önemserken yaklaşık %33'ü için kalitesinin önemli olmadığı, 1001₺-2000₺ arası gelire sahip tüketicilerin ise yaklaşık %13'ü gıdaların kaliteli olmasını önemserken yaklaşık %58'i kalitesinin önemli olmadığını belirtmiştir.

Çizelge 4. 68. Aylık Gelir İle Gıdaların Kalitesini Önemseme Derecesi

Toplam Aylık Gelir	Kalite			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	8,3	6,7	2,1	3,0
1001₺-2000₺	58,3	30,0	13,4	17,3
2001 ₺-4000₺	33,4	43,3	43,0	42,7
4001₺-6000₺	0,0	16,6	24,4	22,5
6001₺-8000₺	0,0	1,7	13,1	11,0
8001₺ ve üzeri	0,0	1,7	4,0	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

2001 ₺-4000₺ arasında gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %43'ü gıdaların taze olmasını önemserken yaklaşık %44'ü için tazeliğinin önemli olmadığı, 1001₺-2000₺ arası gelire sahip tüketicilerin ise yaklaşık %14'ü gıdaların taze olmasını önemserken yaklaşık %56'sı taze olmasının önemli olmadığını belirtmiştir.

Çizelge 4.69. Aylık Gelir İle Gıdaların Tazelikliğini Önemseme Derecesi

Toplam Aylık Gelir	Tazelik			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	0,0	10,3	2,3	3,0
1001₺-2000₺	55,6	35,7	14,2	17,3
2001 ₺-4000₺	44,4	38,5	43,2	42,7
4001₺-6000₺	0,0	10,3	24,4	22,5
6001₺-8000₺	0,0	2,6	12,2	11,0
8001₺ ve üzeri	0,0	2,6	3,7	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

2001 ₺-4000₺ arasında gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %43'ü gıdaların tadını ve lezzetini önemserken yaklaşık %71'i için tadının ve lezzetinin önemli olmadığı, 1001₺-2000₺ arası gelire sahip tüketicilerin ise yaklaşık %15'i tadını ve lezzetini önemserken yaklaşık %29'u tadının ve lezzetinin önemli olmadığını belirtmiştir.

Çizelge 4.70. Aylık Gelir İle Gıdaların Tadını Ve Lezzetini Önemseme Derecesi

Toplam Aylık Gelir	Tadı lezzeti			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	0,0	7,3	2,4	3,0
1001₺-2000₺	28,6	30,9	14,7	17,3
2001 ₺-4000₺	71,4	40,0	42,6	42,7
4001₺-6000₺	0,0	16,4	24,0	22,5
6001₺-8000₺	0,0	1,8	12,7	11,0
8001₺ ve üzeri	0,0	3,6	3,6	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

2001 ₺-4000₺ arasında gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %44'ü gıdaların besin değerini önemserken %50'si için besin değerinin önemli olmadığı, 4001₺-

6000₺ arası gelire sahip tüketicilerin ise yaklaşık %23'ü besin değerini önemserken yaklaşık %11'i besin değerinin önemli olmadığını belirtmiştir.

Çizelge 4.71. Aylık Gelir İle Gıdaların Besin Değerini Önemseme Derecesi

Toplam Aylık Gelir	Besin Değeri			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	0,0	7,3	1,5	3,0
1001₺-2000₺	33,3	22,0	14,3	17,3
2001 ₺-4000₺	50,0	39,4	43,6	42,7
4001₺-6000₺	11,1	23,9	22,6	22,5
6001₺-8000₺	0,0	4,6	14,3	11,0
8001₺ ve üzeri	5,6	2,8	3,7	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

2001 ₺-4000₺ arasında gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %44'ü katkı madde kullanımını önemserken yaklaşık %35'i için katkı madde kullanımının önemli olmadığı, 1001₺-2000₺ arası gelire sahip tüketicilerin ise yaklaşık %15'i katkı madde kullanımını önemserken yaklaşık %30'u önemli olmadığını belirtmiştir.

Çizelge 4.72. Aylık Gelir İle Gıdaların Üretimde Kullanılan Katkı Maddelerini Önemseme Derecesi

Toplam Aylık Gelir	Katkı Maddeleri			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	4,3	6,9	1,5	3,0
1001₺-2000₺	30,4	19,6	15,3	17,3
2001 ₺-4000₺	34,7	40,2	44,4	42,7
4001₺-6000₺	21,6	24,5	21,7	22,5
6001₺-8000₺	4,3	3,9	14,2	11,0
8001₺ ve üzeri	4,3	4,9	2,9	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

2001₺-4000₺ arasında gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %54'ü gıdaların fiyatını önemserken %10'u için fiyatının önemli olmadığı, 4001₺-6000₺ arası gelire sahip tüketicilerin ise yaklaşık %16'sı fiyatını önemserken yaklaşık %30'u için önemli olmadığını belirtmiştir.

Çizelge 4.73. Aylık Gelir İle Gıda Fiyatlarını Önemseme Derecesi

Toplam Aylık Gelir	Fiyatı			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	0,0	2,8	3,3	3,0
1001₺-2000₺	40,0	13,5	19,3	17,3
2001 ₺-4000₺	10,0	30,9	54,3	42,7
4001₺-6000₺	30,0	29,8	16,0	22,5
6001₺-8000₺	10,0	20,2	3,3	11,0
8001₺ ve üzeri	10,0	2,8	3,8	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

2001₺-4000₺ arasında gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %52'si çevre dostu ürünleri önemserken %42'si için önemli olmadığı, 4001₺-6000₺ arası gelire sahip tüketicilerin ise yaklaşık %17'si çevre dostu ürünleri önemserken yaklaşık %23'ü için önemli olmadığını belirtmiştir.

Çizelge 4.74. Aylık Gelir İle Çevre Dostu Ürün Olup Olmadığını Önemseme Derecesi

Toplam Aylık Gelir	Çevre Dostu Ürünler			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	3,8	3,5	2,5	3,0
1001₺-2000₺	26,9	17,3	15,9	17,3
2001 ₺-4000₺	42,4	31,8	52,2	42,7
4001₺-6000₺	23,1	28,4	17,4	22,5
6001₺-8000₺	0,0	17,3	7,0	11,0
8001₺ ve üzeri	3,8	1,7	5,0	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

2001₺-4000₺ arasında gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %43'ü gıdaların raf ömrünü önemserken yaklaşık %22'si için önemli olmadığı, 4001₺-6000₺ arası gelire sahip tüketicilerin ise yaklaşık %24'ü gıdaların raf ömrünü önemserken yaklaşık %17'si için önemli olmadığını belirtmişlerdir.

Çizelge 4.75. Aylık Gelir İle Gıdaların Raf Ömrünü Önemseme Derecesi

Toplam Aylık Gelir	Raf Ömrü			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	5,6	7,1	1,7	3,0
1001₺-2000₺	44,4	18,8	15,2	17,3
2001 ₺-4000₺	22,2	47,1	42,6	42,7
4001₺-6000₺	16,6	20,0	23,6	22,5
6001₺-8000₺	5,6	3,5	13,5	11,0
8001₺ ve üzeri	5,6	3,5	3,4	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

2001₺-4000₺ arasında gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %51'i gıdaların marka ve firma ismini önemserken yaklaşık %44'ü için önemli olmadığı, 4001₺-6000₺ arası gelire sahip tüketicilerin ise yaklaşık %19'u gıdaların marka ve firma ismini önemserken yaklaşık %15'i için önemli olmadığını belirtmişlerdir.

Çizelge 4.76. Aylık Gelir İle Gıdaların Marka ve Firma İsmi Önemseme Derecesi

Toplam Aylık Gelir	Marka ve Firma İsmi			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	2,6	3,4	2,7	3,0
1001₺-2000₺	30,7	14,5	17,0	17,3
2001 ₺-4000₺	43,6	34,1	51,1	42,7
4001₺-6000₺	15,4	27,9	18,8	22,5
6001₺-8000₺	2,6	17,3	6,6	11,0
8001₺ ve üzeri	5,1	2,8	3,8	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

1001₺-2000₺ ve 2001 ₺-4000₺ arası gelire sahip tüketicilerin dışındaki gelir gruplarında gıdaların üretim ve son kullanma tarihinin önemsendiği görülmektedir. 1001₺-2000₺ arası gelire sahip tüketicilerin %60'ı ve 2001₺-4000₺ arası gelire sahip tüketicilerin %40'ı üretim ve son kullanma tarihinin önemli olmadığını bildirmişlerdir.

Çizelge 4.77. Aylık Gelir İle Gıdaların Üretim ve Son Kullanma Tarihini Önemseme Derecesi

Toplam Aylık Gelir	Üretim Ve Son Kullanma Tarihi			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	0,0	12,0	1,7	3,0
1001₺-2000₺	60,0	14,0	17,1	17,3
2001 ₺-4000₺	40,0	50,0	41,7	42,7
4001₺-6000₺	0,0	16,0	23,8	22,5
6001₺-8000₺	0,0	4,0	12,2	11,0
8001₺ ve üzeri	0,0	4,0	3,5	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

1001₺-2000₺ arası ve 2001 ₺-4000₺ arası gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %47'si gıdaların doğal ve katkısız olmasının önemli olmadığını bildirirken 1001₺-2000₺ arası gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %14'ü ve 2001 ₺-4000₺ arası gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %44'ü gıdaların doğal ve katkısız olmasının önemli olduğunu bildirmişlerdir.

Çizelge 4.78. Aylık Gelir İle Gıdaların Doğal ve Katkısız Ürün Olmasını Önemseme Derecesi

Toplam Aylık Gelir	Doğal Ve Katkısız Ürün Olması			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	6,7	5,8	1,8	3,0
1001₺-2000₺	46,6	21,4	14,2	17,3
2001 ₺-4000₺	46,7	39,7	43,6	42,7
4001₺-6000₺	0,0	24,3	23,0	22,5
6001₺-8000₺	0,0	3,9	14,2	11,0
8001₺ ve üzeri	0,0	4,9	3,2	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

2001₺-4000₺ arasında gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %51'i gıdaların net ağırlığını önemserken yaklaşık %46'sı için önemli olmadığı, 4001₺-6000₺ arası gelire sahip tüketicilerin ise %19'u gıdaların net ağırlığını önemserken, aynı oranda tüketici için önemli olmadığı bildirilmiştir.

Çizelge 4.79. Aylık Gelir İle Gıdaların Net Ağırlığını Önemseme Derecesi

Toplam Aylık Gelir	Net Ağırlığı			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	3,1	2,7	3,8	3,0
1001₺-2000₺	19,8	15,1	20,3	17,3
2001 ₺-4000₺	45,8	38,7	50,6	42,7
4001₺-6000₺	18,8	25,3	19,0	22,5
6001₺-8000₺	4,2	16,4	3,8	11,0
8001₺ ve üzeri	8,3	1,8	2,5	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

2001₺-4000₺ arasında gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %49'u çevresinin tavsiyelerini önemserken %50'si için önemli olmadığı, 4001₺-6000₺ arası gelire sahip tüketicilerin ise %17'si çevresinin tavsiyelerini önemserken, yaklaşık %23'ü çevresinin tavsiyesinin önemli olmadığını belirtmiştir.

Çizelge 4.80. Aylık Gelir İle Çevrenin Tavsiyelerini Önemseme Derecesi

Toplam Aylık Gelir	Çevrenin Tavsiyesi			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	0,0	3,5	3,7	3,0
1001₺-2000₺	18,4	15,4	22,2	17,3
2001 ₺-4000₺	50,0	39,0	49,4	42,7
4001₺-6000₺	23,3	23,9	17,3	22,5
6001₺-8000₺	3,3	15,4	2,5	11,0
8001₺ ve üzeri	5,0	2,8	4,9	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

2001₺-4000₺ arasında gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %48'i gıdalarda promosyon yapılmasını önemserken yaklaşık %52'si için önemli olmadığı, 4001₺-6000₺ arası gelire sahip tüketicilerin ise yaklaşık %19'u promosyon yapılmasını önemserken, aynı gruptaki tüketicilerin yaklaşık %24'ü için önemli olmadığını bildirilmiştir.

Çizelge 4.81. Aylık Gelir İle Promosyonları Önemseme Derecesi

Toplam Aylık Gelir	Promosyon			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	1,1	3,9	2,5	3,0
1001₺-2000₺	16,1	15,9	22,2	17,3
2001 ₺-4000₺	51,8	37,5	48,1	42,7
4001₺-6000₺	24,1	23,3	18,5	22,5
6001₺-8000₺	4,6	16,4	2,5	11,0
8001₺ ve üzeri	2,3	3,0	6,2	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

2001₺-4000₺ arasında gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %43'ü gıdaların ambalajlarını önemserken yaklaşık %46'sı için önemli olmadığı, 4001₺-6000₺ arası gelire sahip tüketicilerin ise yaklaşık %21'i gıdaların ambalajını önemserken, yaklaşık %24'ü için önemli olmadığı bildirilmiştir.

Çizelge 4.82. Aylık Gelir İle Gıdaların Ambalajlarını Önemseme Derecesi

Toplam Aylık Gelir	Ambalajı			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	3,7	3,8	2,1	3,0
1001₺-2000₺	22,2	19,6	13,9	17,3
2001 ₺-4000₺	46,3	41,1	43,3	42,7
4001₺-6000₺	24,1	23,4	21,4	22,5
6001₺-8000₺	3,7	7,0	16,6	11,0
8001₺ ve üzeri	0,0	5,1	2,7	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

2001₺-4000₺ arasında gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %34'ü alışkanlıklarını önemserken yaklaşık %52'si için önemli olmadığı, 4001₺-6000₺

arası gelire sahip tüketicilerin ise yaklaşık %30'u alışkanlıklarını önemserken, %17'si için önemli olmadığı bildirilmiştir.

Çizelge 4.83. Aylık Gelir İle Alışkanlıkları Önemseme Derecesi

Toplam Aylık Gelir	Alışkanlık			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	1,9	4,5	1,8	3,0
1001₺-2000₺	25,8	18,1	13,6	17,3
2001 ₺-4000₺	51,8	48,6	33,7	42,7
4001₺-6000₺	16,7	17,5	29,6	22,5
6001₺-8000₺	1,9	7,9	17,2	11,0
8001₺ ve üzeri	1,9	3,4	4,1	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

2001₺-4000₺ arasında gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %34'ü gıdaların dış görünüşünü önemserken yaklaşık %48'i için önemli olmadığı, 4001₺-6000₺ arası gelire sahip tüketicilerin ise yaklaşık %23'ü gıdaların dış görünüşünü önemserken, aynı oranda tüketici için önemli olmadığı bildirilmiştir.

Çizelge 4.84. Aylık Gelir İle Dış Görünüşü Önemseme Derecesi

Toplam Aylık Gelir	Dış Görünüş			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	1,8	5,2	1,2	3,0
1001₺-2000₺	23,3	15,6	16,7	17,3
2001 ₺-4000₺	48,3	49,1	34,1	42,7
4001₺-6000₺	23,3	22,0	22,8	22,5
6001₺-8000₺	0,0	5,2	21,0	11,0
8001₺ ve üzeri	3,3	2,9	4,2	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

2001₺-4000₺ arasında gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %42'si gıdaların kokularını önemserken %40'ı için önemli olmadığı, 4001₺-6000₺ arası gelire sahip tüketicilerin ise %23'ü gıdaların kokularını önemserken, %30'u için önemli olmadığı bildirilmiştir.

Çizelge 4.85. Aylık Gelir İle Gıdaların Kokusunu Önemseme Derecesi

Toplam Aylık Gelir	Koku			
	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli	Genel
	%	%	%	%
1000 ₺ ve altı	0,0	3,4	3,0	3,0
1001₺-2000₺	30,0	17,2	16,8	17,3
2001 ₺-4000₺	40,0	46,0	41,9	42,7
4001₺-6000₺	30,0	20,7	22,8	22,5
6001₺-8000₺	0,0	8,0	12,2	11,0
8001₺ ve üzeri	0,0	4,6	3,3	3,5
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

4.2.9.9. Aylık Gelire Göre ALO 174 Gıda Hattından Haberdar Olma Durumu Arasındaki İlişki

2000₺ ve 4000₺ arası gelire sahip tüketicilerin yaklaşık %53'ünün ALO 174 Gıda hattından haberdar olduğu ve aynı gelir grubundaki tüketicilerin yaklaşık %33'ünün haberdar olmadığı belirlenmiştir. 4000₺ ve 6000₺ arası gelire sahip tüketicilerin ise yaklaşık %22'sinin haberdar olduğu ve yaklaşık %23'ünün gıda hattından haberdar olmadığı belirlenmiştir.

4.2.9.10. Tüketim Riskleri İle Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki

Çizelge 4.86. Adana Kebabı Tüketiminde Algılanan Riskler ile Yaş, Eğitim Durumu, Tüketicilerin Mesleği ve Aylık Gelirleri Arasında Yapılan Kruskal Wallis Test Sonuçları

Test Statistics ^{a, b}				
	Yaş	Eğitim durumu	Meslek	Aylık gelir
Chi-Square	6,32	12	10,503	21,345
df	4	5	6	5
Asymp. Sig.	0,176	0,035	0,105	0,001

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Tüketim Riskleri

H₀: Yaş ve Adana kebabı tüketiminde algılanan riskler arasında fark yoktur.

H₁: Yaş ve Adana kebabı tüketiminde algılanan riskler arasında fark vardır.

Farklı yaş gruplarında olan bireyler arasında Adana kebabı tüketiminde algılanan riskler konusunda yapılan Kruskal Wallis H Testi sonuçlarına göre $p > 0.05$ olduğundan Adana Kebabı tüketiminde algılanan riskler konusunda farklı yaş gruplarında olan bireyler arasında ($\chi^2 = 6,32$, $p = 0,176$) anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

H₀ : Eğitim durumu ve Adana kebabı tüketiminde algılanan riskler arasında fark yoktur.

H₁: Eğitim durumu ve Adana kebabı tüketiminde algılanan riskler arasında fark vardır.

Eğitim durumlarına göre gruplandırılmış bireyler arasında Adana kebabı tüketiminde algılanan riskler konusunda yapılan Kruskal Wallis H Testi sonuçlarına göre $p < 0.05$ olduğundan Adana Kebabı tüketiminde algılanan riskler konusunda farklı eğitim durumlarına göre gruplandırılmış bireyler arasında ($\chi^2 = 12,000$, $p=0,035$) anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H_0 : Meslek grupları ve Adana kebabı tüketiminde algılanan riskler arasında fark yoktur.

H_1 : Meslek grupları ve Adana kebabı tüketiminde algılanan riskler arasında fark vardır.

Mesleklerine göre gruplandırılmış bireyler arasında Adana kebabı tüketiminde algılanan riskler konusunda yapılan Kruskal Wallis H Testi sonuçlarına göre $p > 0.05$ olduğundan Adana Kebabı tüketiminde algılanan riskler konusunda farklı meslek gruplarında olan bireyler arasında ($\chi^2 = 10,503$, $p=0,105$) anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

H_0 : Aylık gelir durumu ve Adana kebabı tüketiminde algılanan riskler arasında fark yoktur.

H_1 : Aylık gelir durumu ve Adana kebabı tüketiminde algılanan riskler arasında fark vardır.

Aylık gelir düzeylerine göre gruplandırılmış bireyler arasında Adana kebabı tüketiminde algılanan riskler konusunda yapılan Kruskal Wallis H Testi sonuçlarına göre $p < 0.05$ olduğundan Adana Kebabı tüketiminde algılanan riskler konusunda aylık gelir düzeylerine göre gruplandırılmış bireyler arasında ($\chi^2 = 21,345$, $p=0,001$) anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

4.2.9.11. Gıda Alım Faktörleri İle Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki

Çizelge 4.87. Gıda Alım Faktörleri İle Yaş, Eğitim Durumu, Tüketicilerin Mesleği ve Aylık Gelirleri Arasında Yapılan Kruskal Wallis Test Sonuçları

Test Statistics ^{a, b}				
	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	Aylık gelir
Chi-Square	6,806	2,884	13,935	12,642
df	1	4	5	5
Asymp. Sig.	0,009	0,5777	0,016	0,027

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable : Gıda Alım Faktörleri

H_0 : Cinsiyet ve gıda alımını etkileyen faktörler arasında fark yoktur.

H_1 : Cinsiyet ve gıda alımını etkileyen faktörler arasında fark vardır.

Farklı cinsiyete sahip bireyler arasında gıda alımını etkileyen faktörler konusunda yapılan Kruskal Wallis H Testi sonuçlarına göre $p < 0.05$ olduğundan Gıda alımını etkileyen faktörler konusunda farklı cinsiyete sahip bireyler arasında ($\chi^2 = 6,806$, $p = 0,009$) anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H_0 : Yaş ve gıda alımını etkileyen faktörler arasında fark yoktur.

H_1 : Yaş ve gıda alımını etkileyen faktörler arasında fark vardır.

Yaşlarına göre gruplandırılmış bireyler arasında gıda alımını etkileyen faktörler konusunda yapılan Kruskal Wallis H Testi sonuçlarına göre $p > 0.05$ olduğundan gıda alımını etkileyen faktörler konusunda farklı yaş gruplarında olan bireyler arasında ($\chi^2 = 2,884$, $p = 0,5777$) anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

H_0 : Eğitim durumu ve gıda alımını etkileyen faktörler arasında fark yoktur.

H_1 : Eğitim durumu ve gıda alımını etkileyen faktörler arasında fark vardır.

Eğitim durumlarına göre gruplandırılmış bireyler arasında gıda alımını etkileyen faktörler konusunda yapılan Kruskal Wallis H Testi sonuçlarına göre $p < 0.05$ olduğundan farklı eğitim durumlarına göre gruplandırılmış bireyler arasında ($\chi^2 = 13,935, p=0,016$) anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H_0 : Aylık gelir durumu ve gıda alımını etkileyen faktörler arasında fark yoktur.

H_1 : Aylık gelir durumu ve gıda alımını etkileyen faktörler arasında fark vardır.

Aylık gelir düzeylerine göre gruplandırılmış bireyler arasında gıda alımını etkileyen faktörler konusunda yapılan Kruskal Wallis H Testi sonuçlarına göre $p < 0.05$ olduğundan aylık gelir düzeylerine göre gruplandırılmış bireyler arasında ($\chi^2 = 12,642, p=0,027$) anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.



5. SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1. Sonuçlar

Bu çalışmada, Adana ili kentsel alanda yaşayan Adana Kebabı Tüketiminde Algıladıkları Riskleri belirlemek için 400 tüketiciden anket yoluyla veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler analiz edilerek, tüketicilerin gıda güvenliği konusundaki düşünceleri, gıda alışverişini yaparken etkili faktörleri, Adana Kebabı tüketip tüketmedikleri, tüketim sıklıkları ve zamanları, tüketim yerleri ve tüketim şekilleri ile Adana Kebabı tüketiminde algıladıkları riskler araştırılmıştır.

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre, Adana ilinde ortalama hane halkı genişliğinin 3,54 kişi olduğu, % 30,8'inin 31-40 yaş arasında olduğu belirlenmiştir. Anket yapılan tüketicilerin %42,75'inin gelir düzeyinin 2001₺ - 4000 ₺ arasında olduğu saptanmış ve hanelerin aylık gıda harcamalarının toplam gelirlerine oranı ortalama %15,02 olarak hesaplanmıştır. Tüketicilerin gelirleri arttıkça gıda harcamalarının toplam gelir içindeki payı mutlak olarak artmasına rağmen oransal olarak azaldığı görülmektedir.

Hanelerde gıda alışverişini %35,25 ile anne ve babanın birlikte yaptığı sonucuna varılmıştır. Gıda alışverişini yaparken önem verilen özellikler incelenmiş ve tüketicilerin %88'lik oranla en çok gıdaların tazeliğine önem verdikleri belirlenmiştir. Tüketicilerin %57,8'i kendisini bilinçli tüketici olarak tanımlamış ve tüketicilerin yaklaşık yarısı gıda güvenliği konusunda ilgili olduğunu belirtmiştir.

Çalışmaya katılan ve gıda güvenliğinin sağlandığına inanan tüketicilerin oranı %2 olarak oldukça düşük bulunmuştur. Tüketicilere göre gıda güvenliğinin sağlanmasında en büyük görevin sırasıyla Tarım ve Orman Bakanlığına, belediyelere ve işletme sahiplerine düştüğü belirlenmiştir. Gıda denetimlerini yetersiz bulan tüketicilerin oranı azımsanmayacak düzeydedir (%68,75).

Çalışmada tüketicilerin %51,3'ünün ALO 174 Gıda hattından haberdar olmadığı, haberdar olan %48,7 oranındaki tüketicinin ise yalnızca %18,46'sının gıda hattını kullandığı belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında tüketicilerin %30,75'i gıda güvenirliliğinin tam olarak sağlandığına inandığı ürünler için %10 daha fazla para ödemeyi kabul ettiğini, %27,75'i ise gıda güvenirliliğinin sağlanmasının devletin görevi olduğu ve bu nedenle fazla para ödemeyi kabul etmediğini bildirmiştir.

Çalışmaya katılan tüketicilerin ev dışında gıda tüketim sıklıkları incelenmiş ve tüketicilerin %27,25'i haftada birkaç kez dışarıya çıktıklarını belirtmişlerdir. Tüketicilerin yiyecek tercihleri incelendiğinde çeşitli cevaplar alınmış olup en çok %54,70 oranı ile Adana Kebabı tüketmeyi tercih ettikleri belirlenmiştir. Tüketicilerin %26,10'unun haftada bir kez Adana Kebabı tükettiği ve bu tüketimin mevsime bağlı olmadığı dört mevsim tüketimde buldukları belirlenmiştir.

Çalışmada tüketicilerin %60'ının kebabı orta derecede pişmiş olarak yemeyi tercih ettiği belirlenmiş ve tüketim şekillerine bakıldığında %58,75'inin hem servis hem de dürüm olarak yemeyi tercih ettikleri ortaya çıkmıştır. Adana Kebabını dürüm şeklinde tüketmeyi tercih eden tüketicilere karşılaştıkları ambalaj malzemesi sorulmuş ve %90,50 oranında ambalaj kâğıdı ile karşılaşıldığı ve ambalaj malzemesinin sağlık açısından zararlı olduğunu düşündükleri belirlenmiştir.

Tüketicilerin Adana Kebabı tüketimi ile ilgili akla gelen sağlık problemleri konusundaki düşünceleri incelendiğine kolesterol ve obezite hastalığına yakalanma riskinin olduğu düşüncesinin yaygın olduğu ortaya çıkmaktadır.

5.2. Öneriler

İşletmeleri faaliyete başladıklarından itibaren hijyen esaslarına göre çalışmaları konusunda, mevzuat kapsamında denetime tabi tutmak yapılan gıda güvenliği denetimlerinin halkla sürekli paylaşımının gerektiği ve tüketicinin güvenini sağlamak için halk sağlığını tehdit eden, taklit ve tağşiş eden işletmelerin ifşa edilmesi ve denetimlerin şeffaf yürütülmesinin önemli olduğu düşünülmektedir.

Denetçilerin sektörlere göre uzman olması ve riskli ürün gruplarında denetimlerin uzman personel tarafından yapılması gerekmektedir. Mevzuata uygun olmayan ürünlerin etkin olarak satış noktalarından toplanması sağlanarak gerekli yasal yaptırımların uygulanması gerekmektedir.

Sağlık Bakanlığı tarafından gıda kaynaklı hastalıklar ve zehirlenmelerle ilgili istatistiklerin tutulmasının tüketicilerin bilinçlenmesi konusunda uyarıcı olacağı düşünülmektedir.

Sağlık açısından yüksek risk oluşturan ve yüksek miktarda kullanılması durumunda sağlığı tehdit eden katkı maddelerinin kullanımının kontrol edilebilmesi ve uygun dozlarda kullanılmasının sağlanması gerekmektedir.

Tüketicileri sağlıklı, bilinçli beslenmeye yönlendirebilmek ve ayrıca güvenli gıda bilincinin oluşmasını sağlayabilme amacı ile ilköğretim çağından başlayarak etkin eğitim programları yapılması gerektiği ve medyada da kamu spotlarından faydalanılabileceği düşünülmektedir.

Tüketicilerin sağlıklı beslenmeye yönlendirilebilmesi için farklı diyetlerle beslenmenin önemli olduğu konusunda bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Her şeyin fazlasının zarar olduğu gibi aşırı protein alımı da sakıncalı olduğu, et, süt, meyve, sebze ve tahıllar olmak üzere dengeli beslenme planının yapılması gerektiği konusunda bilgilendirilmesinin gerektiği düşünülmektedir.

Et ile beraber yeşil gıdaların tüketilmesi besinlerin daha iyi değerlendirilmesi açısından faydalı olduğundan kırmızı et tek başına değil yanında

sunulan yeşillik ve salatalarla desteklenerek tüketilmesi sağlık açısından daha yararlı olacağı konusunda bilgilendirilmelidir.

Çalışmada bireylerin gıdalarla ilgili bilgileri en çok TV programlarından edindiği belirlenmiş olduğundan; sağlıklı dengeli beslenme konusunda tüketicilerin bilgilendirilmesinin TV veya Radyo aracılığıyla yapılması tüketicilerin bu konularda bilgi sahibi olmasına yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Tüketicilerin kırmızı et ile ilgili sıkıntılarını gidermek için ya da daha sağlıklı et tüketimi için önerilerin TV de yayınlanmasının tüketicinin bilinçlenmesine yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Tüketicilerin ikincil bilgi kaynağı basılı materyal kullanımını tercih ettiği görülmektedir. Bu nedenle toplu taşıma araçlarında, reklam veya duyuru panolarında, gazete ve dergilerde ALO 174 Gıda hattının önemi vurgulanarak insanlar bu hat konusunda bilinçlendirilmelidir.

KAYNAKLAR

- Ağlarıcı, A.V., 2015. “Isparta İlinde Kanatlı ve Kırmızı Et Tüketiminin Log-Linear Analiz İle İncelenmesi” Yüksek Lisans Tezi. 112s. Süleyman Demirel Üniversitesi. Isparta.
- Anonim, 2014. “Gıda Güvenirliği ve Hijyen” (2014). (20.03.2015).<http://www.kudaka.org.tr>
- Anonim, 2014a. “Gıda Ürünleri ve Güvenirliği - T. C. Kalkınma Bakanlığı Özel İhtisas Komisyonu Raporu 2014-2018 “ (2014). (11.01.2016) <http://tarim.kalkinma.gov.tr/wpcontent/uploads/2014/12/Gida_Urunleri_ve_Guvenilirligi_oik_Raporu-04-11-2014.pdf>
- Anonim, 2014b. “ISO 22000/ HACCP nedir?” (2014). (15.01.2015). <<http://belgelendirme.ctr.com.tr/iso-22000-haccp-nedir.html>>
- Anonim, 2014c. “ALO 174 Gıda Hattı” (2014). (30.10.2016).<<http://tarim.gov.tr/GKGM/Belgeler>>
- Anonim, 2014d. “ Kırmızı Et Hakkında Bazı Bilgiler ve Bilimsel Gerçekler” (2014). (11.02.2016). <http://www.gidahatti.com/2014/05/kirmizi-et-hakkinda-bazi-bilgiler-ve-bilimsel-gercekler>
- Anonim, 2015. “ Birleşmiş Milletler 2015 Sonrası Kalkınma Gündemi Bin Yıl Kalkınma Hedefleri ve Türkiye ” (2015). (09.06.2016). <http://data.worldwewant2015.org/documents/5989/download>
- Anonim, 2015a. “ Etin Beslenmedeki Önemi” (2015). (02.02.2016). www.orduvho.org/et-beslenme.html
- Anonim, 2016. “Adana” (2016).(08.06.2016). <http://tr.wikipedia.org/Adana>
- Aras, B., Gürbüz, Ü., 2002. “Gıda Güvenliği Açısından Kritik Kontrol Noktaları ve Risk Analizleri Sistemi” Derleme. Tubitak-Dergipark akademik Cilt:27 Sayı:5 <www.dergipark.ulakbim.gov.tr>
- ATO, 2004. “Tescilli Adana Kebap Uygulama Yönergesi” Adana Ticaret Odası, Tescilli Adana Kebap Uygulama Yönergesi

- ATO, 2004a. "Tescilli Adana Kebap Üretim ve Sunum Talimatı" Adana Ticaret Odası, Tescilli Adana Kebap Üretim ve Sunum Talimatı
- Aycan. S., 2016. "Et ve İnsan Sağlığı" Makale <www.seferaycan.com/et-ve-insansagligi>
- Bilici, S., Uyar, M.F., Beyhan, Y., Sağlam, F. 2008. "Besin Güvenliği" Sağlık Bakanlığı Yayın No: 727- ISBN: 978-975-590-243-2, ANKARA 20s. (10.01.2015)
<http://beslenme.gov.tr/content/files/yeterlibeslenme/hijyen/b1.pdf>>
- Bostan, K., Yılmaz, F., Muratoğlu, K., Aydın A., 2011. "Pişmiş Döner Kebaplarda Mikrobiyolojik Kalite ve Mikrobiyel Gelişimi" Kafkas Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi, 2011. 175(5) S.781-786.
- Çabuk, S., İnan, H., Mutlu., S., 2007. "Gıda Sektöründe Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi (Adana Kentsel Alanda Kebapçı Örneği)" Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 16, Sayı 2, 2007, S.85-96" (05.01.2015)
<<http://dergipark.ulakbim.gov.tr>>
- Dölekoğlu, C., 2003. "Tüketicilerin İşlenmiş Gıda Ürünlerinde Kalite Tercihleri, Sağlık Risklerine Karşı Tutumları ve Besin Bileşimi Konusunda Bilgi Düzeyleri (Adana Örneği)" Doktora Tezi. 171s. Çukurova Üniversitesi, Adana
- Ekinci, R., 2013. " Protein, Demir ve B12 Deposu: Kırmızı Et" Nisanur Dergisi Ekim 2013
- Kurtuluş, K., 1998. "Pazarlama Araştırmaları" (6. Baskı), Avcıol Basım-Yayın, İstanbul.
- Kümeli, T., 2008. "Haftasonu ve Kebap İlişkisi" (03.01.2015)
<http://www.taylankumeli.com>
- Mutlu, S., 2007. "Gıda Güvenirliği Açısından Tüketici Davranışları (Adana Kentsel Kesimde Kırmızı Et Tüketimi Örneği)" Doktora Tezi. 205s. Çukurova Üniversitesi, Adana

- Samur, G., 2008. “Kalp Damar Hastalıklarında Beslenme” Hacettepe Üniversitesi- Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü, Sağlık Bakanlığı Yayın No:728 ISBN 978-975-590-244-ANKARA
- Tantekin, G., 2008. “Adana’da Kebap Yemeği Kültürünün Yeme İçme Mekanlarına Yansımaları” Yüksek Lisans Tezi. 203s. Çukurova Üniversitesi, Adana
- Topal, Ş., 1996. “Gıda Güvenliği ve Kalite Yönetim Sistemleri” Kitabı.
- Topuzoğlu, A., Hıdıroğlu, S., Ay, P., Önsüz, F., İkişık, H. 2007. “Tüketicilerin Gıda Ürünleri ile İlgili Bilgi Düzeyleri ve Sağlık Risklerine Karşı Tutumları” TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni, 2007:6(4), Marmara Üniversitesi Tıp Fakültesi Halk Sağlığı AD, İstanbul
- Türkiye İstatistik Kurumu, 2019. “Yıllara Göre İl Nüfusları” www.tuik.gov.tr
- Tüzemen, E., 2012. “Konya ili Selçuklu İlçesinde Kırmızı Et Tüketim Alışkanlığı ve Buna Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi” Yüksek Lisans Tezi. 61s. Selçuk Üniversitesi, Konya
- Ulaş, B., 2011. “Aydın İli Kentsel Alanda Kırmızı Et ve Kanağı Eti Tüketicilerinin Kararları İle Bunları Etkileyen Faktörler” Yüksek Lisans Tezi. 92s. Gaziosmanpaşa Üniversitesi. Tokat.
- Var I., Balaban, Y., Baykal, N., Bozkan, G., Dindar, B., Oral, L.A., Yüksel, S., Atasever, Ö., 2012. “Piyasada Satışa Sunulan Şirden Dolmalarının Mikrobiyolojik Kalitesinin Araştırılması” III. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu 10-12Mayıs 2012, S.247-248 Konya (2012)
- Var, I., Hashmati, B., Çelik, Ç., İnanır, K., Akün, E., 2014. “Adana Kebaplarının Mikrobiyel Kalite Kontrolü” Geleneksel Gıdalar Sempozyumu 17-19 Nisan 2014, Adana Bildiri Kitabı (2014)
- Var I., Hashmati, B., Çelik, Ç., Uzunlu, S., 2014. “Bici Bici’nin Gıda Güvenliği Açısından Değerlendirilmesi” IV. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu 17-19 Nisan. Adana, S.955-958 (2014)

- Var, I., 2018. “Gıdaların Kirlenmesi, Hijyen, Sanitasyon Ders Notları. Ç.Ü. Ziraat Fakültesi, Gıda Mühendisliği Bölümü, Adana, 153s.
- Yalçın, A., 2012.“Tüketicilerin Gıda Güvenliği İle İlgili Tutum ve Davranışları(Samsun İli Örneği)” Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat, 128s, (05.01.2015)<carsiv.gop.edu.tr/xmlui/handle/123456789/1963>
- Yalçın, H., Can, Ö.P., 2013. “Tüketime Hazır Bazı Et Yemeklerinin Mikrobiyolojik Kaliteleri” Erciyes Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi 10 (1) 1-6 (2013)

ÖZGEÇMİŞ

13.05.1981 yılında Adana’da doğdu. İlk, orta ve lise öğrenimini Adana’da tamamladı. 1999 yılında başladığı Çukurova Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Hayvansal Üretim Lisans Programı eğitimini 2003 yılında tamamladı. 2004-2014 yılları arasında özel sektörde çalıştı ve 2014 yılında ataması yapılarak memur olarak Çukurova Üniversitesi Rektörlüğü’nde göreve başladı. 2017 yılında naklen tayin ile Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’na geçti ve halen Adana İl Müdürlüğü’nde görevine devam etmektedir.



EKLER



ADANA KEBABI TÜKETİMİNDE ALGILANAN RİSKLER

Bu anket formu Ç.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsünde hazırlanmakta olan " Adana Kebabı Tüketiminde Algılanan Riskler " isimli tez çalışmasında kullanılacaktır. Elde edilen veriler isim kullanılmadan ortalama değerler alınarak tablolar halinde verilecektir. Bu çalışma ile Adana Kebabı tüketiminde algılanan riskler ortaya konulmaya çalışılacaktır. Çalışmamıza katıldığınız için çok teşekkür ederiz.

Anket yaklaşık 15 dakika sürecektir.

Bugün/.../ 201..

...../Yüreğir -/Seyhan -

...../Çukurova -/Sarıçam

Prof.Dr.Dilek Bostan BUDAK

Doç.Dr.Işıl VAR

Meltem KARAALİ

1.Cinsiyetiniz?

a) Kadın b)Erkek

2.Medeni durumunuz nedir?

a) Evli b) Bekar c) Boşanmış / eşi ölmüş

3.Yaşınız?.....

4.Eğitim durumunuz?

a) Okuryazar değil b)Okuryazar c) İlkokul d)Ortaokul e)Lisef)

Üniversiteg)Yüksek Lisans / Doktora

5. Mesleğiniz?

- a) Memur b) İşçi c) Emekli d) Ev hanımı e) Serbest çalışan
f) Öğrenci g) Akademisyen h) Diğer.....

6. Hanedeki şu anki birey sayısı (kendisi dahil):Kişi

7. Ailenizin toplam aylık geliri yaklaşık ne kadardır?

- a) 1000 ₺ ve altı b) 1001 ₺ -2000 ₺ c) 2001 ₺ - 4000 ₺ d) 4001 ₺ -
6000 ₺
e) 6001 ₺ -8000 ₺ f) 8001 ve üzeri

8. Ailede Gıda alımını kim yapıyor? (Birden fazla seçenek işaretlenebilir)

- a) Anne b) Baba c) Kendim (Yalnız yaşayan) d) Çocuklarım

9. Ailenizin aylık gıda harcaması yaklaşık ne kadardır?

- a) 100 ₺-200 ₺ b) 201 ₺-400 ₺ c) 401 ₺-600 ₺ d) 601 ₺-750 ₺
e) 751 ₺ +

10. Bilinçli bir tüketici olduğunuzu düşünüyor musunuz?

- a) Evet b) Hayır c) Kısmen

11. “ Gıda Güvenilirliği; gıdalarda olabilecek fiziksel, kimyasal ve biyolojik her türlü tehlikenin önlenmesi için

alınması gereken tedbirlerin bütünüdür." Tanımı verilmiş olan Gıda güvenilirliği konusu ile ne kadar ilgilisiniz?

- a) Çok ilgiliyim b) İlgiliyim c) Az ilgiliyim d) Hiç ilgilenmiyorum

12. Gıda güvenilirliği konusunda hangi kaynak ya da kaynaklardan bilgi ediniyorsunuz?(gerekli gördüğünüz tüm seçenekleri işaretleyiniz)

Kaynaklar	Hiçbirzaman	Arasıra	Her zaman
Radyo	1	2	3
Eş, dost	1	2	3
Gazete, dergi, kitap	1	2	3
TV programları	1	2	3
Konunun uzmanları	1	2	3
Tarım İl Müdürlükleri / Sağlık Bakanlığı	1	2	3
Sivil Toplum Kuruluşları	1	2	3
Diğer	1	2	3

13. Gıda güvenliği sistemleri hakkında bilginiz var mı ?

a)Evet b) Hayır c) Kısmen

14. Cevabınız EVET ise aşağıdaki gıda güvenliği sistemlerinden hangilerini biliyorsunuz?

a) TSE (Türk Standartları Enstitüsü)

b) HACCP (İşlenmiş Tarım Ürünleri için Kritik Kontrol Noktaları Tehlike Analizi)

c) ISO (Uluslararası standartlar Örgütü)

d) EUROGAP(Avrupa İyi Tarım Uygulamaları)

e) Diğer

f) Hiçbiri

15. Gıda alışverişinizi yaparken belirtilen faktörlerden hangileri sizin için ne kadar önemlidir?

	Önemli değil	Kısmen önemli	Önemli
Kalite	1	2	3
Tazelik	1	2	3
Tadı / Lezzeti	1	2	3
Besin değeri	1	2	3
Üründe kullanılan katkı maddeleri	1	2	3
Fiyatı	1	2	3
Çevre dostu ürünler	1	2	3
Raf ömrü	1	2	3
Marka ve firma ismi	1	2	3
Üretim ve son kullanma tarihleri	1	2	3
Doğal ve katkısız ürün olması	1	2	3
Net ağırlığı	1	2	3
Çevrenin tavsiyesi	1	2	3
Promosyon	1	2	3
Ambalajı	1	2	3
Alışkanlık	1	2	3
Dış görünüş	1	2	3
Koku	1	2	3

16. Tükettiğiniz gıdaların sağlıklı olduğunu düşünüyor musunuz?

- a) Evet b) Hayır c) Kısmen

17. Cevabınız Hayır veya Kısmen ise; gıdaların sağlıklı olmadığını düşünme nedeniniz aşağıdakilerden hangileridir? (birden fazla seçenek işaretlenebilir)

- a) Mikrobiyolojik kirlenme
b) Hormonlu olması
c) Genetiği Değiştirilmiş Organizma (GDO) olması
d) Kimyasal katkı maddeleri içermesi
e) Diğer (lütfen belirtiniz).....

18. Sizde veya ailenizde gıdadan kaynaklanan zehirlenme oldu mu ?

- a) Evet b) Hayır

19. Cevabınız EVET ise nedenleri nelerdir?(birden fazla seçenek işaretlenebilir)

- a) Son kullanma tarihi geçmiş gıdalar
b) Ambalajındaki talimatına göre saklanmamış gıdalar
c) Ambalajı zarar görmüş yada şişme yapmış gıdalar
d) Hijyenik ortamda hazırlanmamış olması
e) Diğer

20. Sizce gıda güvenliğinin sağlanmasında en büyük görev kime/kimlere düşüyor? Lütfen sıralayınız

(en çok :1 - en az : 7)

1. Tüketiciye ()
2. İşletme Sahipleri ()
3. Belediyeler ()
- 4.Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ()
5. Meslek Örgütleri ()
- 6.Üniversiteler ()
- 7.Araştırma Kuruluşları ()

21. Ülkemizde Gıda Güvenilirliği ve Korumasının sağlandığına inanıyor musunuz?

- a)Evet b)Hayır c)Kısmen

22. Gıda Güvenilirliği konusunda denetimleri yeterli buluyor musunuz?

- a) Yeterli b) Yetersiz c) Kısmen yeterli

23.Alo 174 Gıda Hattından haberdar mısınız?

- a)Evet b) Hayır

24.Cevabınız EVET ise; Alo 174 hattını hiç kullandınız mı?

- a) Evet b) Hayır

25. Gıda güvenilirliğinin tam olarak sağlandığına inandığınız ürünler için fazladan ne kadar para ödemeyi kabul edersiniz?

- a)Hiç b)%5 c)%10 d)%20 e)%30 +

26. Ev dışında yemek yeme sıklığınız?

- a) Hergün
- b) Haftada bir kez
- c) Haftada birkaç kez
- d) 15 günde bir kez
- e) Ayda bir kez
- f) İki ayda bir veya daha uzun sürede

27. Ev dışında tüketmeyi en çok tercih ettiğiniz yiyecekler nelerdir?

.....

28. Adana Kebabı tüketiyor musunuz?

- a) Evet
- b) Hayır

29. 28. soruya verdiğiniz cevabınız EVET ise; Adana kebabı tüketim sıklığınız?

- a) Her gün
- b) Haftada bir kez
- c) Haftada birkaç kez
- d) 15 günde bir kez
- e) Ayda bir kez
- f) İki ayda bir veya daha uzun sürede

30. Adana Kebabını en sık tükettiğiniz mevsim hangisidir?

- a) Yaz
- b) Kış
- c) Sonbahar
- d) İlkbahar
- e) Dört mevsim

31. Adana Kebabını evde kendiniz hazırlayarak mı yoksa dışarıda mı tüketmeyi tercih ediyorsunuz?

a) Evde b) Ev dışında c) Her ikisinde

32. 31. soruya verdiğiniz cevabınız " Evde kendim hazırlayarak " ise; lütfen, belirtilen faktörleri önem derecesine göre sıralayınız (en çok: 1 - en az: 6)

1. Hijyenik koşullarda hazırlıyorum ()
2. Dışarıya göre daha ekonomik olduğunu düşünüyorum ()
3. Daha lezzetli olduğu için ()
4. Yiyeceğim eti seçerek / görerek aldığım içi ()
5. Katkısız olduğu için ()
6. Diğer ()

33. 31. soruya verdiğiniz cevabınız " Ev dışında " ise; dışarıda Adana Kebabı tüketirken dikkat ettiğiniz unsurlar nelerdir? Lütfen önem derecesine göre sıralayınız. (en çok :1 - en az : 8)

1. İşime / evime yakınlık ()
2. Lezzeti ()
3. Müşteriye davranış ve ilgi ()
4. Ürün tazeliği ()
5. Ürün ve fiyat çeşitliliği ()
6. Temizlik / hijyen ()
7. İş yerine / eve paket olarak yollanması ()
8. Diğer ()

34. Adana kebabının kendiniz pişirirken kömürden dolayı risk taşıyabileceğini düşünüyor musunuz?

a)Evet b)Hayır

35. Ev dışında hazırlanan Adana kebabının kömürden dolayı risk taşıdığını düşünüyor musunuz?

a)Evet b)Hayır

36. Adana Kebabını ne kadar pişmiş yemeyi tercih edersiniz?

a) Az pişmiş yemeyi tercih ediyorum.
b) Çok pişmiş yemeyi tercih ediyorum.
c) Orta derecede pişmiş yemeyi tercih ediyorum.

37. Adana Kebabını hangi şekilde tüketmeyi tercih edersiniz?

a)Dürüm olarak b)Servis olarak c)Her iki şekilde

38. Adana Kebabını dürüm şeklinde tüketmeyi tercih ettiğinizde en çok karşılaştığınız ambalaj malzemesi (dürümün sarıldığı kâğıt) nedir?

a) Gazete b) Ambalaj kağıdı c) Alüminyum Folyo d) Diğer

39. Sizce kullanılan ambalaj malzemesinin sağlık açısından sakıncaları var mıdır?

a) Evet b) Hayır c) Fikrim yok

40. Adana Kebabı tüketiminde besin olmayan yabancı maddelerle (kemik parçası, saç, tırnak, sinek vb.) karşılaşma sıklığınız nedir?

a)Hiçbir zaman b)Arasıra c)Her zaman

41. Adana Kebabı denilince aklınıza gelen ilk sağlık sorunu nedir?

a) Kanser b) Obezite c) Gıda zehirlenmesi d) Kolesterol e) Diğer

(Lütfen belirtiniz)...

42. Adana Kebabı tüketimi sırasında herhangi bir gıda zehirlenmesi geçirdiniz mi? Cevabınız Evet ise Lütfen kaç defa olduğunu belirtiniz.

a) Evet b) Hayır

43. Adana Kebabı tüketimi sonrası tifo vb. hastalık geçirdiniz mi?

Cevabınız evet ise hangisi olduğunu yazınız.

a) Evet b) Hayır

44. Ailenizden veya çevrenizden Adana Kebabı tüketimi sonrası tifo, mide bulantısı, kusma vb. hastalık geçiren tanıdığınız var mı ? Cevabınız evet ise hangi hastalık olduğunu yazınız.

a) Evet b) Hayır

45. Adana Kebabında katkı maddesi kullanıldığını düşünüyor musunuz?

a) Evet b) Hayır

46. Adana Kebabının besleyici değeri hakkında bilginiz var mı? Cevabınız

Evet ise sizce faydaları nelerdir?

.....

47. Ailenizde kalp damar hastalığı yaygın mı?

a) Evet

b) Hayır

48. Ailenizde kolesterol hastalığı yaygın mı?

a) Evet

b) Hayır

49. Adana Kebabı tüketiminde karşılaşılabilecek riskler hakkında düşünceleriniz nelerdir?

Kıyma Kebabı Tüketiminde Karşılaşılabilecek Riskler	Kesinlikle mümkün değil	Mümkün değil	Kısmen mümkün	Kesinlikle mümkün	Fikrim yok
Tansiyon	1	2	3	4	5
Şeker	1	2	3	4	5
Kansızlık	1	2	3	4	5
Kolesterol	1	2	3	4	5
Fazla kilo	1	2	3	4	5
Kanser	1	2	3	4	5
Katkı maddeleri	1	2	3	4	5
Sindirim problemleri	1	2	3	4	5
Gıda zehirlenmesi	1	2	3	4	5
Saç, tırnak, cam, kürdan vs. çıkması	1	2	3	4	5
Tifo	1	2	3	4	5
İshal / ateş	1	2	3	4	5
Karın Ağrısı	1	2	3	4	5
Kesimin uygun yapıp yapılmaması	1	2	3	4	5

50. Adana Kebabı sizce daha çok hangi yaş aralığında tüketilmelidir?

- a) Çocuk yaşta
- b) Çocuk yaşta + yetişkin dönemde
- c) Orta yaşta
- d) Yaşam boyu

