



**İSTANBUL HALK EKMEK BÜFE İŞLETMECİ  
DİNAMİKLERİ İLE MÜŞTERİ PROFİLİ VE  
TÜKETİM ALIŞKANLIKLARININ BELİRLENMESİ**

**Merve HAFIZOĞLU**

**Yüksek Lisans Tezi  
Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı  
Dr. Öğr. Üyesi Ferid AYDIN  
2018  
Her hakkı saklıdır**

**ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ  
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**İSTANBUL HALK EKMEK BÜFE İŞLETMECİ DİNAMİKLERİ  
İLE MÜŞTERİ PROFİLİ VE TÜKETİM ALIŞKANLIKLARININ  
BELİRLENMESİ**

**Merve HAFIZOĞLU**

**GIDA MÜHENDİSLİĞİ ANABİLİM DALI**

**ERZURUM  
2018**

**Her hakkı saklıdır**



T.C.  
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ  
Fen Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü



TEZ ONAY FORMU

**İSTANBUL HALK EKMEK BÜFE İŞLETMECİ DİNAMİKLERİ İLE MÜŞTERİ PROFİLİ  
VE TÜKETİM ALIŞKANLIKLARININ BELİRLENMESİ**

Dr. Öğr. Üyesi Ferid AYDIN danışmanlığında, Merve HAFIZOĞLU tarafından hazırlanan bu çalışma, 28.5.2018 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı'nda yüksek lisans tezi olarak **oybirliği / oy çokluğu (3/3)** ile kabul edilmiştir.

Başkan: Prof. Dr. Halis Gürbüz KOTANCILAR

İmza :

Üye : Prof. Dr. Kenan PEKER

İmza :

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Ferid AYDIN

İmza :

Yukarıdaki sonuç;

Enstitü Yönetim Kurulu'nun 31.05/2018 tarih ve ..22..../.29..... nolu kararı ile onaylanmıştır.

  
**Prof. Dr. Mehmet KARAKAN**  
Enstitü Müdürü

**Not:** Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaklardan yapılan bildiriş, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak olarak kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

## ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

### İSTANBUL HALK EKMEK BÜFE İŞLETMECİ DİNAMİKLERİ İLE MÜŞTERİ PROFİLİ VE TÜKETİM ALIŞKANLIKLARININ BELİRLENMESİ

Merve HAFIZOĞLU

Atatürk Üniversitesi  
Fen Bilimler Enstitüsü  
Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Ferid AYDIN

Bu araştırma, İstanbul’da hızla büyüyen halk ekmek tüketicilerinin profil özelliklerini, ekmek tüketim alışkanlıklarını, ekmek israfı ve nedenlerini, ekmek tercihlerini ve sebeplerini ortaya koymak için planlanmış ve yüz yüze gerçekleştirilmiş bir anket çalışmasıdır. Bu amaçla, 2017-2018 yılları arasında İstanbul Halk Ekmek (İHE) İşletmesinin üretmiş olduğu ekmeklerin satış noktalarından biri olan İHE büfelerinde yüz yüze görüşülerek anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu ankete 266’sı erkek, 559’u kadın olmak üzere toplamda 825 kişi cevap vermiştir. Elde edilen verilere göre İHE’yi tercih edenler daha çok İHE’ye güvendikleri için tercih ettiklerini belirtmektedirler. İkinci tercih sebebi olarak da İHE ürünlerinin ucuz olması gösterilmektedir. Aynı zamanda gelirleri iyi aileler de ekmeğini buradan satın almayı tercih etmektedirler. İHE’yi tercih edenler arasında tüm ekmek çeşitlerini bilen sadece 58 kişi olduğu tespit edilmiştir. Farklı ekmek çeşitlerine talebin çok fazla olmadığı görülmüştür. Ekmek israfında ise “evet” seçeneğini işaretleyenler maalesef % 38,5’lik bir orandadır ve israf edilen ekmek miktarında ise ‘çeyrek ekmekten daha az’ seçeneği (224 birey) işaretlenmiştir. İHE büfelerinden ekmek satın alanlar arasında bayatlamış ekmeği değerlendirmeyen % 2,5’lik bir kısım bulunmaktadır. Ekmek israfının en büyük sebebi olarak, ihtiyaçtan fazla ekmeğin alınması şeklinde % 51,6’lık bir cevap verilmiştir ve ülkemizin ekmek tüketiminde ileri olmasının sebebinin de ekmeğin doyuruculuğunun yüksek oluşundan kaynaklandığı düşünülmektedir. Ankete katılanların sorulara verdikleri cevaplar frekans ve yüzdelikler halinde sonuçlandırılmış ve değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek için  $\chi^2$  tekniği kullanılmıştır. Ayrıca 175 İHE büfe işletmecisi ile yapılan ankette büfeci dinamikleri belirlenmiştir. Büfecilerin, İHE ve müşterileri ile ilişkilerini ortaya koyacak sorular sorulmuş ve verdikleri cevaplar analize tabi tutulmuştur. Tüm anket sonuçları değerlendirilerek öneriler sunulmuştur.

**2018, 111 sayfa**

**Anahtar Kelimeler:** İHE, İstanbul, Halk Ekmek, müşteri profili, ekmek, israf, büfeci

## ABSTRACT

Master Thesis

### İSTANBUL HALK EKMEK BUFFET OPERATOR DYNAMICS AND DETERMINATION OF CUSTOMER PROFILE AND CONSUMPTION HABITS

Merve HAFIZOĞLU

Atatürk University  
Gaduate School of Natural and Applied Sciences  
Department of Food Engineering

Supervisor: Assist Prof. Dr. Ferid AYDIN

This research is a face-to-face questionnaire which is designed to reveal profile features, bread consumption habits, bread waste and causes, bread preferences and causes of fast-growing popular bread consumers in Istanbul. For this purpose, the survey was conducted with interviewing by face-to-face in the IHE (İstanbul Halk Ekmek) buffets, one of the sales points of breads produced by Istanbul Public Bread Operations between the years of 2017-2018. In total, 266 male and 559 female among of 825 portico pants have taken part in the survey. According to the obtained data, those who prefer IHE prefer it because of their trust on the IHE. As a secant reason of preference, it is shown that the products of IHE are economical. At the same time, the wealthy families prefer to buy breads from here. It is determined; only 58 people whom are among the interviewers know all types of breads were among those who preferred IHE. It was seen that there were not too many demands on different types of bread. In the case of bread waste, unfortunately the marking of the "yes" option is 38.5% and the amount of wasted bread is marked as "less than quarter bread" (224 individuals). Among the IHE buffets, there are 2.5% of those that buy bread, which do not evaluate the stale bread. The biggest reason of the waste of bread is that 51.6% of the participants stated that one buys more bread than his need, and it is thought that the reason of the advancement of our country in the consumption of bread is also because of the high content of bread. The responses of the participants to the questions were finalized in frequency and percentages and the  $\chi^2$  technique was used to determine the relationship between the variances. In addition, the dynamics of the buffet in the questionnaire conducted with 175 IHE buffet operators were determined. Questions were asked about the relationship between the buffets, the IHE and their clients and the answers were subject to analysis. All survey results are evaluated and suggestions are presented.

**2018, 111 pages**

**Keywords:** Istanbul, Halk Ekmek, bread, producer, consumer, waste

## TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitimim boyunca hiçbir zaman desteğini esirgemeyen, hoşgörölü yapısı ve bilgisiyle bana her zaman destek olan danışmanım Sayın Dr. Öğr. Üyesi Ferid AYDIN' a saygılarımı ve sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Bu araştırmanın yapılabilmesine imkân sağlayan İstanbul Halk Ekmek Yönetim Kurulu başkanı Sayın Salih Bekaroğlu'na ve yönetimine özellikle teşekkürlerimi sunarım.

Yaşamım boyunca üzerimden maddi ve manevi hiçbir desteğini esirgememiş olan sevgili anneme ve babama sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum ve hayatımın her anında yanımda olmalarını diliyorum.

Kardeşlerim, Osman Nuri'ye ve Bünyamin Furkan'a yanımda oldukları için teşekkür ediyorum.

**Merve HAFIZOĞLU**

**Mayıs 2018**

## İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT .....	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
SİMGELER ve KISALTMALAR .....	vii
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	viii
ÇİZELGELER DİZİNİ .....	x
<b>1. GİRİŞ.....</b>	<b>1</b>
1.1. İstanbul Halk Ekmek İşletmesinin (İHE) Gelişimi .....	7
1.1.1. İHE işletmesi .....	7
1.1.2. İHE kalite politikası.....	7
1.1.3. İHE Ar-Ge faaliyetleri.....	7
1.1.4. İHE laboratuvar çalışmaları.....	8
1.1.5. İHE laboratuvar donanımı ve yapılan analizler.....	8
1.1.6. İHE ürün çeşitliliği .....	9
1.1.7. İHE fabrikaları.....	11
1.1.8. İHE büfeleri .....	11
1.1.9. İHE de ekmek sevkiyatı .....	11
1.1.10. İHE normal ekmek üretimi.....	12
<b>2. KAYNAK ÖZETLERİ .....</b>	<b>16</b>
<b>3. MATERYAL ve YÖNTEM.....</b>	<b>20</b>
<b>4. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMALAR.....</b>	<b>23</b>
4.1. İHE Tüketici Anket Sonuçları .....	23
4.1.1. Ankete katılanların demografik özellikleri.....	23
4.1.2. Ankete katılanların aile birey sayısı .....	25
4.1.3. Ankete katılanların İstanbul’da ikamet süresi .....	26
4.1.4. Ankete katılanların İstanbul’dan önceki ikamet yerleri .....	27
4.1.5. Ankete katılanların günlük evine alınan ekmek sayısı .....	28
4.1.6. Ankete katılanların bir öğünde tükettikleri ekmek miktarı .....	29
4.1.7. Ankete katılanların ekmeğini sofraya sunuş şekli .....	30

4.1.8. Ankete katılanların günlük yemek menüsüne göre ekmek miktarındaki değişimi.....	31
4.1.9. Ankete katılanların İHE çeşitlerinden bildikleri .....	32
4.1.10. Ankete katılanların ne tür ekmek tükettiği .....	33
4.1.12. Ankete katılanların İHE'yi tercih etme nedeni.....	35
4.1.13. Ankete katılanların evde ekmeğini muhafaza etme yöntemi .....	36
4.1.14. Ankete katılanların günlük ekmek tüketiminde ekmek israfı yapma durumu	37
4.1.15. Ankete katılanların günlük ekmek israf miktarı.....	38
4.1.16. Ankete katılanların ekmeğin bayatlamış olduğunu kabul etme durumu .....	39
4.1.17. Ankete katılanların bayatlamış ekmeği değerlendirme yöntemi.....	40
4.1.18. Ankete katılanların ekmek israfına neden gördüğü durum .....	41
4.1.19. Ankete katılanların yemekte ekmek artığı bırakma nedeni.....	42
4.1.20. Ankete katılanların İHE'nin ekmek üretiminin hijyenik koşullarda üretildiğine olan güveni .....	43
4.1.21. Ankete katılanların ülkemiz de yüksek ekmek tüketiminin nedeni olarak gördüğü durum.....	44
4.2. İstanbul Halk Ekmek Tüketici Anket Sorularının $\chi^2$ Analiz Sonuçları.....	45
4.2.1. Ankete katılanların cinsiyet ile ekmek tüketimi arasındaki ilişkisi.....	45
4.2.2. Ankete Katılanların Yaş İle Ekmek Tüketimi Arasındaki İlişkisi .....	46
4.2.3. Ankete Katılanların Eğitim Durumu İle Ekmek Tüketimi Arasındaki İlişkisi	48
4.2.4. Ankete katılanların meslekleri ile ekmek tüketimi arasındaki ilişkisi .....	50
4.2.5. Ankete katılanların gelir düzeyi ile ekmek tüketimi arasındaki ilişkisi .....	52
4.2.6. Ankete katılanların aile birey sayısı ile günlük alınan ekmek sayısı arasındaki ilişkisi.....	54
4.2.7. Ankete katılanların cinsiyeti ile ekmek israfı arasındaki ilişkisi.....	55
4.2.8. Ankete katılanların yaşı ile ekmek israfı arasındaki ilişkisi.....	56
4.2.9. Ankete katılanların eğitim durumu ile ekmek israfı arasındaki ilişkisi.....	58
4.2.10. Ankete katılanların meslekleri ile ekmek israfı arasındaki ilişkisi.....	59
4.2.11. Ankete katılanların gelir düzeyi ile ekmek israfı arasındaki ilişkisi .....	60
4.2.12. Ankete katılanların aile birey sayısı ile ekmek israfı arasındaki ilişkisi .....	62
4.2.13. Ankete katılanların günlük alınan ekmek sayısı ile ekmek israfı arasındaki ilişkisi.....	63



4.3. İstanbul Halk Ekmek Büfecilerin Anket Sonuçları .....	65
4.3.1. Büfecilerin demografik özellikleri .....	65
4.3.2. Büfecilerin İstanbul’da ikamet süresi .....	67
4.3.3. Büfecilerin İstanbul’dan önceki ikamet yeri .....	68
4.3.4. Büfecilerin meslek süreleri.....	69
4.3.5. Büfecilerin İHE ’ye Güven Durumu .....	70
4.3.6. Büfecilerin yaptığı işi seviyor olma durumu .....	71
4.3.7. Büfecilerin İHE ile ilgili gelişmeleri takip etme durumu.....	72
4.3.8. Büfecilerin büfe işletmeciliği ile ilgili eğitim alma durumu .....	73
4.3.9. Büfecilerin günlük çalışma süreleri.....	74
4.3.10. Büfecilerin sağlık kontrollerini yaptırma sıklığı .....	75
4.3.11. Büfecilerin en çok hangi ekmeklerden satış yaptıklarının durumu .....	76
4.3.12. Büfecilerin gün sonunda elinde normal ekmek kalma durumu.....	77
4.3.13. Büfecilerin kalan ekmekleri değerlendirme yöntemleri .....	78
4.3.14. Büfecilerin İHE’nin ürün sevkiyatı bakımından düşünceleri.....	79
4.3.15. Büfecilerin ürün çeşitliliği bakımından düşünceleri .....	80
4.3.16. Büfecilerin İHE büfelerinin birbirine olan mesafeleri hakkında ki düşünceleri .....	81
4.3.17. Büfecilerin Alo 153 beyaz masa hattının ne işe yaradığını biliyor olma durumu .....	82
4.3.18. Büfecilere müşterilerin ürünler için özel isteklerini veya şikâyetlerini söyleme durumu .....	83
4.3.19. Büfecilere söylenen istekler veya şikâyetler .....	84
4.3.20. Büfecilerin İHE’ den veya İBB’ den beklentileri.....	85
<b>5. SONUÇ ve ÖNERİLER.....</b>	<b>86</b>
<b>KAYNAKLAR .....</b>	<b>103</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>105</b>
EK 1.....	105
EK 2.....	109
<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>112</b>

## SİMGELER ve KISALTMALAR

### Simgeler

°C	Santigrat Derece
dk	Dakika
g	Gram
f	Frekans
%	Yüzde

### Kısaltmalar

İHE	İstanbul Halk Ekmek
GNK	Glutensiz Nişastalı Karışım
İBB	İstanbul Büyükşehir Belediyesi
WHO	Dünya Sağlık Örgütü
AB	Avrupa Birliği
TMO	Toprak Mahsulleri Ofisi
SPSS	Statistical Package for the Social Science
HACCP	Tehlike Analizleri ve Kritik Kontrol Noktaları
GDO	Genetiği Değiştirilmiş Organizma

## ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1. İHE normal ekmek üretim akışı.....	13
Şekil 4.1. Tüketicilerin hane halkı sayısı .....	25
Şekil 4.2. Tüketicilerin İstanbul’ da ikamet süresi .....	26
Şekil 4.3. Tüketicilerin İstanbul’ dan önceki ikamet yerleri.....	27
Şekil 4.4. Tüketicilerin günlük evlerine aldıkları ekmek sayısı.....	28
Şekil 4.5. Tüketicilerin bir öğünde tükettikleri ekmek miktarı.....	29
Şekil 4.6. Tüketicilerin ekmeği sofrada sunuş tarzı.....	30
Şekil 4.7. Tüketicilerin günlük yemek menülerine göre ekmek miktarının değişip değişmemesi ile ilgili durum.....	31
Şekil 4.8. Tüketicilerin tükettiği ekmeği tercih etme nedeni .....	34
Şekil 4.9. Anket verilerine göre tüketicilerin İHE’yi tercih etme nedeni .....	35
Şekil 4.10. Tüketicilerin evde ekmeğini muhafaza etme yöntemleri .....	36
Şekil 4. 11. Tüketicilerin günlük tüketimlerinde ekmek israfı yapıp yapmaması ile ilgili durum.....	37
Şekil 4.12. Tüketicilerin günlük olarak israf ettikleri ekmek miktarları.....	38
Şekil 4.13. Tüketicilerin ekmeğin bayatlamış olduğunu kabul etme durumu .....	39
Şekil 4.14. Tüketicilerin bayat ekmeği değerlendirme yöntemleri.....	40
Şekil 4.15. Tüketicilerin ekmek israfına sebep olan nedenler hakkındaki düşünceleri ..	41
Şekil 4.16. Tüketicilerin yemeklerde ekmek artığı bırakma nedenleri.....	42
Şekil 4.17. Tüketicilerin İHE’nin ekmek üretimini hijyenik koşullarda üretildiğine olan güveni .....	43
Şekil 4.18. Ülkemizde ekmek tüketim miktarının diğer ülkelere göre daha yüksek olmasının nedenleri .....	44
Şekil 4.19. Cinsiyete bağlı günlük ekmek tüketim miktarının değişimi.....	46
Şekil 4.20. Yaşa bağlı olarak günlük ekmek tüketim miktarının değişimi.....	48
Şekil 4.21. Eğitim durumuna bağlı olarak günlük ekmek tüketim miktarının değişimi .....	50
Şekil 4.22. Mesleğe bağlı olarak günlük ekmek tüketim miktarının değişimi .....	52
Şekil 4.23. Gelir düzeyine bağlı olarak günlük ekmek tüketim miktarının değişimi .....	54
Şekil 4.24. Ailedeki birey sayısına bağlı günlük alınan ekmek miktarının değişimi .....	55
Şekil 4.25. Tüketicilerin cinsiyeti ile ekmek israfı arasındaki değişim .....	56
Şekil 4.26. Tüketicilerin yaşı ile ekmek israfı arasındaki değişim .....	57

<b>Şekil 4.27.</b> Tüketicilerin eğitim durumu ile ekmek israfı arasındaki değişim.....	59
<b>Şekil 4.28.</b> Tüketicilerin meslekleri ile ekmek israfı arasındaki değişim.....	60
<b>Şekil 4.29.</b> Tüketicilerin aylık gelir düzeyi ile ekmek israfı arasındaki değişim.....	61
<b>Şekil 4.30.</b> Tüketicilerin aile birey sayısı ile ekmek israfı arasındaki değişim.....	63
<b>Şekil 4.31.</b> Tüketicilerin günlük olarak eve alınan ekmek sayısı ile ekmek israfı arasındaki değişim.....	64
<b>Şekil 4.32.</b> Büfecilerin İstanbul’ da ikamet süresi .....	67
<b>Şekil 4.33.</b> Büfecilerin İstanbul’ dan önceki ikamet yerleri .....	68
<b>Şekil 4.34.</b> Büfecilerin meslek süre dağılımı .....	69
<b>Şekil 4.35.</b> Büfecilerin İHE’ye güven durumu .....	70
<b>Şekil 4.36.</b> Büfecilerin yaptığı işi sevip sevmeme durumu .....	71
<b>Şekil 4.37.</b> Büfecilerin İHE ile ilgili gelişmeleri takip etme durumu .....	72
<b>Şekil 4.38.</b> Büfecilerin büfe işletmeciliği ile ilgili eğitim alma durumu .....	73
<b>Şekil 4.39.</b> Büfecilerin günlük çalışma süreleri .....	74
<b>Şekil 4.40.</b> Büfecilerin ne sıklıkta sağlık kontrollerini yaptırma durumu.....	75
<b>Şekil 4.41.</b> Büfecilerin gün sonunda elinde normal ekmek kalma durumu.....	77
<b>Şekil 4.42.</b> Büfecilerin kalan ekmekleri değerlendirme durumu .....	78
<b>Şekil 4.43.</b> Büfecilerin İHE’nin ürün sevkıyatı bakımında düşünceleri .....	79
<b>Şekil 4.44.</b> Büfecilerin ürün çeşitliliği bakımından düşünceleri.....	80
<b>Şekil 4.45.</b> Büfecilerin İHE büfelerinin birbirine olan mesafeleri hakkında ki düşünceleri .....	81
<b>Şekil 4.46.</b> Büfecilerin ALO 153 Beyaz Masa hattının ne işe yaradığını biliyor olma durumu .....	82
<b>Şekil 4.47.</b> Büfecilere müşterilerin ürünler için özel isteklerini veya şikâyetlerini söyleme durumu .....	83
<b>Şekil 5.1.</b> Ekmek alımına gelen kişinin cinsiyeti ve ekmek israf dağılımı.....	93
<b>Şekil 5.2.</b> Günlük ekmek israfı yapanların günlük israf dağılımı .....	94
<b>Şekil 5.3.</b> Bayatlamış ekmeğin değerlendirilme dağılımı .....	94
<b>Şekil 5.4.</b> Ekmeği muhafaza etme yöntemleri .....	94

## ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 1.1. İHE ürün çeşitleri ve fiyat listesi .....	10
Çizelge 4.1. Ankete katılan müşterilerin demografik özellikleri.....	24
Çizelge 4.2. Tüketicilerin İHE çeşitlerinin bilinirlik durumu.....	32
Çizelge 4.3. Tüketicilerin tercih ettikleri ekmek türleri.....	33
Çizelge 4.4. Cinsiyet ile ekmek tüketimi arasındaki ilişki.....	45
Çizelge 4.5. Yaş ile ekmek tüketimi arasındaki ilişki.....	47
Çizelge 4.6. Eğitim durumu ile ekmek tüketimi arasındaki ilişki.....	49
Çizelge 4.7. Meslek ile ekmek tüketimi arasındaki ilişki .....	51
Çizelge 4.8. Gelir düzeyi ile ekmek tüketimi arasındaki ilişki .....	53
Çizelge 4.9. Aile birey sayısı ile günlük olarak alınan ekmek sayısı arasındaki ilişki ...	54
Çizelge 4.10. Cinsiyet ile ekmek israfı arasındaki ilişki.....	56
Çizelge 4.11. Yaş ile ekmek israfı arasındaki ilişki.....	57
Çizelge 4.12. Eğitim durumu ile ekmek israfı arasındaki ilişki.....	58
Çizelge 4.13. Meslek ile ekmek israfı arasındaki ilişki .....	59
Çizelge 4.14. Gelir düzeyi ile ekmek israfı arasındaki ilişki .....	61
Çizelge 4.15. Aile birey sayısı ile ekmek israfı arasındaki ilişki.....	62
Çizelge 4.16. Günlük olarak alınan ekmek sayısı ile ekmek israfı arasındaki ilişki .....	63
Çizelge 4.17. Büfecilerin demografik özellikleri.....	66
Çizelge 4.18. Büfecilerin İHE'nin en çok hangi ekmeklerinden satış yapma durumu...	76
Çizelge 4.19. Büfecilere söylenen istekler veya şikâyetler.....	84
Çizelge 4.20. Büfecilerin İHE' den veya İBB' den beklentileri .....	85

## 1. GİRİŞ

Ekmek, bütün insanların ortak tükettiği temel besin maddelerinin başında gelmektedir. Ekmek yapımı, insanoğlunun bilinen en eski gıda üretimlerinden birisidir. Yapılan araştırmalar milattan yüzlerce yıl önce; Mısır, Babil, Yunan ve Romalıların ekmeği besin maddesi olarak kullandıklarını göstermektedir (Matz 1995). Tükettiğimiz gıda maddelerinin %66'sını tahıllar oluştururken, bunun da %56'sı ekmekten karşılanmaktadır. Türk ailesinin sofrasında en temel besin maddesini özellikle ekmek oluşturmaktadır. Yapılan bir araştırma sonucunda kişi başına ortalama ekmek tüketimi 400 g'dır, buna göre diyebiliriz ki bir kişi günde iki ekmek tüketmektedir ve bu miktar günlük enerji ihtiyacının yaklaşık %40-44'ünü sağlamaktadır (W.H.O. 2004). Karşılaştırıldığında Türkiye en fazla ekmek tüketen toplumların başında gelmektedir. Örneğin, Danimarka' da kişi başına günde ortalama 195 g, Fransa' da 160 g, Almanya' da 170 g ve İtalya' da 186 g ekmek tüketilmekteyken bu miktar Türkiye' de 330 g olarak belirtilmektedir (Anonim 2006).

Ekmek; esas ingredient olarak buğday unu, tuz, maya ve suyun belirli oranlarda karıştırılıp yoğrulması ile elde edilen temel bir gıda maddesidir (Elgün ve Ertugay 2002). Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği "Ekmek ve Ekmek Çeşitleri Tebliği" ne göre ekmeğin tanımı olarak; Buğday ununa; su, tuz, maya (*Saccharomyces cerevisiae*) gerektiğinde şeker, enzimler, enzim kaynağı olarak malt unu, vital, gluten ve izin verilen katkı maddeleri ilave edilip bu karışımın tekniğine uygun olarak yoğrulması, şekillendirilmesi, fermentasyona bırakılması ve pişirilmesi ile yapılan üründür (Anonim 2018).

Kaliteli ekmeğin, şekli oval ve kabuk kalınlığı her yerinde aynı, rengi açık kahverengi, yüzeyi pürüzsüz, içi yumuşak, iç rengi beyaz olmalıdır. Ayrıca kendine özgü tat ve aroma da olmalı, çiğnenmesi kolay ve ağızda kalıntı bırakmamalıdır (Öten ve Ünsal 2006).

Türk Gıda Kodeksi “Ekmek ve Ekmek Çeşitleri Tebliği’ne göre ekmek; dıştan bakıldığında iyi pişmiş, kabarmış kendine has görünüşte, kokuda, kabuk renk dağılımı olabildiğince homojen olmalı, basık ve yanık olmamalı. Kesildiği zaman iç kısmı süngerimsi yapıda ve gözenekler mümkün olduğunca homojen olmalı, büyük hava boşlukları bulunmamalıdır. Ekmek çeşitlerinin iç özellikleri ise hamur ve yapışkan olmamalı, karışmamış halde un, tuz, katkı maddeleri, bunların toprakları ve yabancı madde bulunmamalı, kendine has tat ve kokuda olmalı, yabancı tat ve koku hissedilmemelidir (Anonim 2018).

Normal katkılı bir ekmeğin kabaca bileşimi %37 su, %50,5 karbonhidrat, %8,7 protein, %2 kül, %3,2 yağ olup, 100 gram ekmekte yaklaşık 270 kalori sağlanmaktadır. Katkısız bir ekmek (francala) ise 240 kalori sağlanmaktadır. Ekmek iyi bir enerji kaynağıdır. Bunun yanında, ekmek kabarmış gözenekli içyapısı ve su çekme özelliği ile de iyi bir doyum sağlayıcı gıda maddesidir. Doyum sağlayıcı diğer bitkisel gıda maddelerinden meyve ve sebzelere göre de, ucuz ve sağlanması daha kolay olmaktadır (Anonim 2013).

Ekmek genellikle buğday unu kullanılarak yapılmaktadır; üretiminde kullanılan unun, üretim metotlarının ve çeşitli katkıların farklılıklarına göre ekmekleri çeşitli şekillerde gruplandırmak mümkündür. Ekmekleri francala ekmeği, çeşitli tava ekmekleri, sandviç ekmeği gibi dünyada yaygınlıkla üretilen çeşitler ve bunların yanında bazlama, göçmen ekmeği, yufka, pide ekmekleri gibi ülkemize ait çeşitler olarak da gruplandırılmaktadır. Ayrıca, çavdar ve mısır unu gibi çeşitli tahıl unlarının kullanılmasıyla da ekmek çeşitleri üretilmektedir. Bu ekmekler kullanılan tahılların ismi ile yulaf ekmeği, mısır ekmeği, arpa ekmeği, çavdar ekmeği gibi bir ön takı ile birlikte isimlendirilir (Özer 1998).

Ekmeğin bayatlaması her zaman ekmek israfının birinci nedenidir. Engellenmesi olanaksız olan bayatlama ancak geciktirilebilen bir olgudur. Bu amaçla geliştirilen enzimatik preparatlar başarılı sonuçlar vermiş, kullanımları da yaygınlaşmaya başlamıştır. Farklı ekmek yapım metotları da bayatlama hadisesini geciktirmede etkili olmaktadır. Bayatlamının geciktirilmesinde asıl önemli tedbir ekmeğin uygun bir şekilde ambalajlanması ve ekmeğin uygun koşullarda saklanması ile mümkün

olmaktadır, bayatlama konusunda nişasta üzerinde yoğunlaşan çalışmalar da günümüzde başarıyla uygulanmaktadır (Aydın 2011).

Ekmek bayatlamasının genel tanımı, ekmek dokusunda ve tadında zamana bağlı kalite kaybı olarak tanımlanan genel bir terimdir. Ekmeğin bayatlaması ile ilgili araştırmalarda en çok nişastadaki gelişmeler üzerinde durulmuştur. Nişasta-su karışımındaki nişastanın, bekleme sonucunda çözünürlüğünü kaybederek kristal hale gelmesi olayı retrogradasyon olarak tanımlanmaktadır. Ekmek bayatlamasında iki nişasta polimeri olan amiloz ve amilopektinin retrogradasyon kinetiği birbirinden oldukça farklıdır. Saf amiloz solüsyonu saatler içinde retrograde olurken amilopektin solüsyonunun retrogradasyonu birkaç gün gerektirmektedir. Pek çok bayatlama modeli ekmek sertliğinin birincil nedeni olarak amilopektin fraksiyonundaki değişimleri göstermektedir çünkü ekmeğin sertliği birkaç gün içinde gelişmektedir. Bu sebeple amiloz fraksiyonunun bayatlamadaki rolü üzerinde pek fazla durulmamıştır. Ekmeğin tazelik değeri ve bayatlamasına; protein miktar ve kalitesi, buğday türü ve buğdayın yetiştirme şartları da neden olmaktadır (Gerçekaslan vd. 2008).

Ekmekteki nem miktarı bayatlamayı etkileyen önemli faktörlerden birisidir. Nem miktarı yüksek olan ekmeklerde bayatlama oranının daha düşük olduğu bildirilmektedir. Yüksek nem içeriği, daha fazla nişasta jelatinizasyonuna imkân sağladığı için ekmeğin bayatlamasını geciktirmektedir (Fessas and Schiraldi 1998). Ekmekte kullanılan katkı maddelerinden hidrolize lesitin bayatlamayı geciktirici etkide bulunmaktadır. Nişastanın retrogradasyonunu engellemede hidrolize fosfolipidin alfa amiloz ile oluşturduğu kompleks suyu ekmek içinde muhafaza ederek ekmek tazeliğinin uzun süre korunmasını mümkün kılmaktadır (Whitehurst 2004).

Bayatlamış bir ürün bir seferliğe mahsus olmak üzere 50-60°C'ye kadar ısıtılmak suretiyle yenilebilir taze ekmek haline dönüştürülebilmektedir. Amilopektinin rekrystalizasyonu ve oluşan sertlik 60°C'ye kadar yeniden ısıtma ile ortadan kaldırılabilmektedir. Oysa amilozun kristalizasyonundan kaynaklanan sertliğin ortadan



kaldırılması 120°C'nin üzerindeki sıcaklıklara kadar ısıtılmasını gerektirmektedir (Elgün ve Ertugay 2002; Parker and Ring 2001).

Ekmeğin yaşamımızdaki değeri bu kadar önemliyken ekmek israfı azımsanmayacak durumdadır. Yapılan araştırmalarda yılda 870 milyon insanın yetersiz beslendiği, yaklaşık 10 milyon insanın ise açlık ve yetersiz beslenmeden öldüğü, yıllık 1,3 milyar ton gıdanın israf edildiği tahmin edilmektedir. Dünya Gıda Örgütünün Araştırmalarına göre 2013 verilerinde kayba uğrayan veya israf edilen ekmek miktarı dünya gıda üretiminin üçte birine karşılık gelmektedir. Yapılan hesaplamalara göre; Dünyada ki gıda israfının dörtte birinin azaltılmasıyla yetersiz beslenen 870 milyon insanın gıda ihtiyacı giderilebilmektedir. Kuzey Amerika ve Avrupa ülkelerinde kişi başı gıda israfı yıllık 95-115 kg, Güney-Güney Doğu Asya ve Sahra Altı Afrika'sın da ise bu miktar 6-11 kg arasındadır. Kanada' da yapılan gıda israfının toplam gıda üretiminin yaklaşık %40'dır. Avrupa Birliğinde, yılda 89 milyon ton gıda israfı yapılmaktadır. AB Komisyonunun 2010 yılı araştırma sonuçlarına göre; AB'de üretilen yıllık ekmek miktarı yaklaşık 32 milyon ton, tüketimi ise 22,5 milyon tondur (ortalama kişi başı tüketim 50 kg/yıl). Bu verilere göre AB'de üretilen ekmeğin yaklaşık %30'unun israf edildiği belirtilmektedir. İngiltere'de toplam üretilen gıda ve içeceklerin israfı 8,3 milyon tondur. Avusturya'da yılda üretilen ekmeğin %10' u (yıllık 70 bin ton) israf edilmektedir. Bu israf 1 milyon Avusturyalının yıllık tüketimine karşılık gelmektedir. Almanya'da yılda 11 milyon ton gıda israf edilmektedir. Bu sonuca göre kişi başına yaklaşık 81,6 kg gıda israf edilmektedir. İtalya'da üretimin yaklaşık %40'ı israf edilmekte veya kayba uğramaktadır. Gelişmiş ülkelerde israf edilen gıdaların %40'ı, aslında yenebilecek durumdadır. Bu ülkelerde yılda yaklaşık 222 milyon ton yenebilir ürünü israf edilmektedir (Anonim 2013).

Türkiye' de bu israf miktarı; günde 1.486 ton, yılda ise 542 bin ton ekmektir. 250 gramlık ekmek adet cinsinden ifade edilecek olunursa günlük neredeyse 6 milyon, yıllık olarak bakıldığında 2 milyar adetten fazla ekmek israf edildiği ileri sürülmektedir. Bu israf durumu günlük üretilen ekmeğin %10'unun israfı demektir (Anonim 2013).

Türkiye Dünyada en fazla buğday üreten ülkelerden birisidir, aynı zamanda fazla miktarda ekmek tüketen bir ülkedir. Ekmeğin kutsal görülmesine rağmen, dünyada ve ülkemizde en fazla israf edilen gıda olması dikkat çekicidir. Tahıllar, ülkemizde toplumun temel besin grubunu oluşturmaktadır. Mineraller, vitaminler, karbonhidratlar, lif ve diğer besin öğelerini içermekte ve bu nedenle de sağlık açısından oldukça önemlidir. Günlük enerji ihtiyacının %44'ünü sadece ekmekten sağlanmaktadır. Ülkemizde 2008 yılında kişi başına günde yaklaşık olarak 330 g ekmek tüketilmekte iken, bu oran 2012 yılında kişi başına 319 g olarak belirtilmiştir. 2008 yılında yapılan araştırmaya göre ülkemizde kişi başına günlük 17,4 gram olarak bulunan ekmek israfı, 2012 yılı araştırma sonucunda 19,9 g olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre kişi başına ekmek tüketimi azalırken, israf artmıştır. Yapılan araştırmalar sonucunda Türkiye'de, üretilen her 10 ekmeğin 1'inin yani %10'unun israf edildiği tespit edilmiştir. Türkiye' de yılda çöpe atılan 2,1 milyar adet ekmeğin parasal değeri 1,5 milyar TL'dir (Anonim 2013).

Dünyada yaşanan ekonomik gelişmeler sonucunda, insanlar ihtiyaçlarını gidermede ucuz olanı tercih etmeye yönelmiştir. İnsanlar genel olarak kendi ikametlerine daha yakın ve daha ucuz, kaliteli ürün satan işletmeleri tercih etmektedirler. Böylece aile bütçesine de katkı yapmış olmaktadır. Temel tüketim ürünlerinin en önemlilerinden biri ve en çok tercih edilen tüketim ürünü ekmektir. Bu açıdan, ekmek üretiminde kaliteli, hijyenik, sağlıklı ve ucuz üretimin standart hale gelmesi önemlidir. Türkiye'de ekmek, temel gıda niteliği taşıyan ve her öğünde tüketilen bir gıdadır ve Bu nedenle ekmek fiyatı düşük bir ürün olarak görülmektedir. Ekmek fiyatları enflasyonun yükselmesi veya diğer ekonomik problemlerden çok fazla etkilenmemekte, aksine kriz dönemlerinde satışlar artış göstermektedir.

Yerel yönetimler, faaliyetlerinde kar amacı gütmeyen hizmet amaçlı kuruluşlardır. Bu kuruluşların, üretim tesislerinde alt yapı ve üst yapı hizmetlerinin yanında kâr amacı gütmeyen ürettikleri ekmekler kaliteli ve uygun fiyatla halka sunulmaktadır. Böylece, piyasada aşırı fiyat artışlarının önüne geçilerek, piyasada denge sağlanmaktadır. Bu

kapsamda önemli temel gıda maddelerinden olan ekme , yerel yönetimler tarafından Halk Ekme  ismi ile üretilerek halka sunulmaktadır.

Halk Ekme  bilinci, son yıllarda hızla yayılmakta ve Halk Ekme 'e gün geçtikçe daha çok ilgi gösterilmektedir. Özellikle İstanbul, Ankara, Erzurum gibi büyük şehirlerimizdeki halk ekme  işletmeleri, üretiminde son teknolojileri takip ederek ve kullanarak kaliteli, hijyenik ve ucuz ekme  üretimi yapmaktadırlar. Halk Ekme  işletmeleri, tüketicileri, ürün ve ürün çeşitliliği bakımından diğer ekme  üretim tesislerine göre önemli farklılıklar göstermektedir. Halk Ekme  tüketicilerinin genellikle gelir düzeyi düşük insanlardan oluştuğu bilinmektedir (Açan 2007).

Bu araştırmada İstanbul ilinde ekme  üretimi yapan İstanbul Halk Ekme  büfe işletmeci dinamiklerinin/müşteri profili ve tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi amaçlanmıŐtır. Araştırmanın birinci kısmında, İHE büfe satış noktalarında rastgele tüketicilerle yüz yüze anket yapılarak tüketiciler dinamikleri, ekme  tercihleri, günlük ekme  tüketim miktarı, günlük ekme  israf miktarı, bayat ekme leri nasıl değerlendirdikleri, İHE'yi tercih sebepleri, ülkemizde ekme  israfının nedeni gibi farklı sorular sorularak tüketiciler profili ve alışkanlıkları belirlenmeye çalıŐılmıŐtır. Araştırmanın ikinci kısmında tüketicilerin sorulara verdikleri cevaplar frekans ve yüzdelikler halinde sonuçlandırılmış ve değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek için  $\chi^2$  tekniği kullanılmıştır.   nc  kısımda, büfe iŐletmecilerine yönelik anket çalışması yapılmıŐ ve büfeci dinamikleri belirlenmiştir. Büfecilerin, İHE ve müşterileri ile ilişkilerini belirleyecek sorular sorulmuş ve verdikleri cevaplar ile analizler yapılmıştır. Ayrıca büfecilerin, İHE 'ten ve İBB' den beklentileri de belirtilmiştir. Araştırmanın son kısmında ise tüm anket sonuçları değerlendirilerek öneriler sunulmuştur.

## **1.1. İstanbul Halk Ekmek İşletmesinin (İHE) Gelişimi**

### **1.1.1. İHE işletmesi**

İHE A.Ş. yatırım çalışmalarını ilk olarak İstanbul'da 1971 yılının Şubat ayında yapmış ekmek üretimine ise 26 Ağustos 1978'de başlamıştır. İHE, İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından desteklenen bir işletmedir. İHE 'in kuruluş amacında; insanlara daha iyi hizmet vermek, ekmek fiyatlarında aşırı ve haksız kazançları önlemek aynı zamanda ekmek ve unlu gıdaların kalite standartlarında ve hijyenik şekilde üretilmesi bulunmaktadır. Merkez fabrikası Edirnekapı da kurulmuş daha sonra Cebeci ve Cevizli olmak üzere iki fabrika daha ilave edilmiştir. Son durumda üretim kapasitesi 1,8 milyon adede ulaşmıştır (Anonim 2018a).

### **1.1.2. İHE kalite politikası**

İHE ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi ile ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi'nin yanı sıra ürün sertifikalarından olan Helal Sertifikasını da birçok ürüne almış ve diğer ürünleri için de süreçler devam etmektedir (Anonim 2018b). İHE, üretimde en ileri teknolojileri takip etmekte ve kullanmaktadır. Olabilecek en iyi kaliteyi düşük maliyetlerde üretmeyi hedeflemektedir. Faaliyet alanı ile ilgili mevzuat güncelliğini yakından takip edip tüm mevzuatları uygulamaktadır (Anonim 2018c). İHE, ekmek sektöründe 1999 yılında EN ISO Kalite Sistem Belgesi olarak "Kaliteli" üretim yaptığını belgelendirmiştir. 2003 yılında ise TSE EN ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi ve TSE EN ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi belgelerini alarak kaliteli ve güvenli gıda üretimine devam ettiğini tekrar belgelendirmiştir (Anonim 2018d).

### **1.1.3. İHE Ar-Ge faaliyetleri**

İHE, Ar-Ge faaliyetlerinde;

- İnsan sağlığına faydalı olacak yeni ürünler geliştirmeyi

- Mevcut makine ve ekipmanlarda iyileştirmeler ve tasarımlar yapmayı
- Ziyarete gelen misafir ve öğrencilere açıklayıcı bilgiler vermeyi
- Dünya'daki un ve un mamulleri üzerine mevcut gelişmeleri takip etmeyi
- Doğal afet durumlarında teknik yardım desteğini organize etmeyi
- Üniversitelerle ve bilimsel kuruluşlarla ortak faydalı projeler yürütmeyi
- Ürün kalitelerinde meydana gelebilecek herhangi bir olumsuz durumda düzeltici tedbirler almayı ve problemi çözmeyi
- Müşteri şikâyetleri durumunda şikâyet konusuyla ilgili önlemler almayı ve çözümlenmeyi (Alo 153 beyaz masa şikâyet ve kayıtları tutacak halkla ilişkiler birimi mevcuttur. Buradaki şikâyetlerin çözümüne Ar-Ge bakmaktadır) hedef görerek çalışmalarını yapmaktadır (Anonim 2018e).

#### **1.1.4. İHE laboratuvar çalışmaları**

200 yetkin personelden oluşan ve çoğunluğunu Gıda Mühendislerin oluşturduğu laboratuvar çalışmalarında, tüm hammadde tanımlamaları, üretim akışları, son ürünün özellikleri ayrıntılı olarak ele alınmakta ve aynı zamanda Kritik Kontrol Noktalarında Tehlike Analizi (KKNTA) HACCP planları ile uygulamalar kontrol altında tutulmaktadır. Hammadde ve son ürün de yasal tüm analizler yapılmaktadır. Bunun yanı sıra kalite standartlarının oluşturulması adına pestisit ve GDO (genetiği değiştirilmiş organizma) da araştırılarak “güvenli gıda” üretimine devam etmektedir. İHE ihtiyaç duyulan analizlerini gerçekleştirebilmek için tüm cihaz donanımları ve laboratuvarlarıyla fiziksel, kimyasal ve biyolojik analizler yapmaktadır. Zaman zaman uygulamalarını doğrulamak amacıyla da mikrobiyolojik analizlerini gerçekleştirmektedir.

#### **1.1.5. İHE laboratuvar donanımı ve yapılan analizler**

Halk Ekmek'in laboratuvarlarında; genel laboratuvar malzemeleri, ekstensogaf, amilogaf, renk ölçüm cihazı, hassas terazi, Falling-Number cihazı, su banyosu, tekstür cihazı, soğutmalı sentrifüj, geri soğutucu, otoklav, inkübatör, farinogaf, manyetik

karıştırıcı, kül fırını, elek sallama cihazı, otomatik rutubet cihazı, protein tayin cihazı, etüv, ekmek hacmi ölçme cihazı, sedimentasyon cihazları bulunmaktadır. İHE'nin laboratuvarlarında yaptığı analizler ise; rutubet ve kuru madde analizleri, kuru öz (kuru gluten), yaş öz (yaş gluten), amilogaf (enzim aktivitesinin grafiksel dökümü), düşme sayısı tayini (unlarda enzim aktivitesi), değiştirilmiş sedimentasyon, normal sedimentasyon, asitlik derecesi, unlarda kül miktarı (tip tayini), elek analizi, ağartma maddelerinin kullanılıp kullanılmadığının tayini, ekstensogarf analizi (unun uzamaya karşı gösterdiği mukavemet), farinogaf analizi (unların su alma kapasitesi), unlarda koku, renk ve yabancı madde tayini, unlarda C vitamini tayini, mayada renk, tat ve koku, mayanın CO<sub>2</sub> gazı üretme gücü, mayada rutubet, ekmekte renk, tat, koku, kabuk oranları, ekmekte gözenek, ekmekte kül tayini, ekmek tuz oranı, ekmekte rutubet tayini, ekmekte asitlik tayini, coliform, E.coli, maya, küf gibi mikrobiyolojik analizler, ekmekte rope analizi, ekmek hacimlerinin ölçülmesi, tuzda rutubet, tuzda NaCl miktarı, saf suda iletkenlik, kepekte kül, kepekte asitlik, kepekte rutubet, ruşeyimde asitlik, çavdar ununda elek, çavdar ununda kül, çavdar ununda rutubet, çavdar ununda asitlik, protein tayini, su bağlama çözünürlük, genişleme indeksi, tekstür analizleridir.

#### **1.1.6. İHE ürün çeşitliliği**

İHE ürünlerini 4 farklı grupta üretmektedir, Bunlar; günlük ekmek grubu, galeta gisini cips grubu, glutensiz ürün grubu ve son olarak un grubu şeklindedir. Halk ekmeğin 4 farklı grupta üretilen toplamda 55 ürünü bulunmaktadır. Günlük olarak üretilen ekmekler; normal ekmek, kepekli ekmek, tuz ilave edilmemiş ekmeklerdir (Anonim 2018f). İHE ürün çeşitleri ve fiyat listesi, Çizelge 1.1' de verilmiştir.

**Çizelge 1.1. İHE ürün çeşitleri ve fiyat listesi (Anonim 2018g)**

Ürün	g	fiyat (TL)
Çölyaklılar için Glutensiz Ekmek	50	0,25 TL
Çölyaklılar için GNK	1000	8,50 TL
Düşük Proteinli Glutensiz Ekmek	50	0,25 TL
Düşük Proteinli GNK	1000	8,50 TL
Akdeniz Ekmeği (sade,kepekli ve tuz ilave edilmemiş	50	0,16 TL
Ekmek cipsi (yaprak Şeklinde)	50	0,90 TL
Tam Buğday Unlu Ekmek	50	0,20 TL
Kepekli light Ekmek	400	2,20 TL
Tuz İlave Edilmemiş Akdeniz Ekmeği (4'lü)	200	0,65 TL
Organik Buğday Unu	1000	3,50 TL
Arpalı Ekmek	400	2,20 TL
Çok Tahıllı Ekmek (Tahıl Ambarı)	500	3,40 TL
Normal Ekmek	300	0,75 TL
Kepekli Ekmek	300	0,75 TL
Altın Çörek	50	0,50 TL
Ramazan Pidesi	350	0,85 TL
Akdeniz Ekmeği (4'lü)	200	0,75 TL
Akdeniz Ekmeği (8'li)	400	1,25 TL
Sandviç Ekmeği (70g*5)	350	2,25 TL
Tam Buğday Unlu Sandviç	400	2,00 TL
Çavdarlı Sandviç	400	2,00 TL
Hamburger Ekmeği	350	2,25 TL
Tost Ekmeği (670 g)	670	3,00 TL
Ayvalık Tostu (500 g)	500	2,50 TL
Light Tost Ekmeği	500	2,90 TL
Organik Tam Buğday Ekmeği	500	2,90 TL
Tuz İlave Edilmemiş Tam Buğday Unlu Ekmek	400	2,00 TL
Tuz İlave Edilmemiş Çavdarlı Ekmek	400	2,00 TL
Ruşeymli Ekmek	350	2,50 TL
Çavdarlı Ekmek	400	2,25 TL
Tam Buğday Ekmeği	400	2,25 TL
Galetta Gisini	200	2,25 TL
Organik Tam Buğday Unu	1000	3,50 TL
Tam Buğday Unu (Su Değirmeninde Öğütülmüş)	1000	3,25 TL
Galetta Unu	500	2,50 TL
Glutensiz Kuru Pasta	250	7,00 TL
Glutensiz Kurabiye	400	8,00 TL
Ekmek Cipsi	100	1,75 TL
Kayıslı Ekmek	50	0,40 TL
Çavdarlı Ekmek	50	0,20 TL

### **1.1.7. İHE fabrikaları**

İHE'nin, biri Anadolu yakasında, ikisi Avrupa yakasında olmak üzere üç adet fabrikası bulunmaktadır (Cevizli fabrikası, Cebeci fabrikası, Edirnekapı fabrikası). İHE, toplamda 14 adet üretim hattı, 200 beyaz yaka ve 520 çalışanı ile hizmet vermektedir. 24 saatte 1 milyon 800 yüz bin adet 300 gramlık normal ekmeği üretmektedir. İHE tüm aşamalarını hijyenik ortamda, el değmeden ve yüksek kalitede üretim yapmaya azami özen göstermektedir. İHE İstanbul'un ekmeği ihtiyacının yüzde 12'sini karşılamaktadır. Büfe, market, zincir mağaza, toplu tüketim noktaları ve ekmeği satış mağazaları vasıtasıyla, 2 bin 78 satış noktasında 07.00–19.00 saatleri arasında hizmet vermektedir (Anonim 2018 h).

### **1.1.8. İHE büfeleri**

İHE büfeleri, sevkiyat yapılan satış noktalarından biri ve geniş bir ağı sahiptir. Bu büfeler İstanbul'un Avrupa ve Anadolu yakasında bulunmaktadır. İHE büfeleri İstanbul'un 36 ilçesinde yaklaşık 16 büfe olacak şekilde toplamda 564 bayisi bulunmaktadır. İHE büfeleri tüketicilere kolay ulaşımı sağlamaktadır. Büfelerin konumu ise talebe ve diğer büfelere olan mesafeye göre belirlenmektedir. İstanbul Halk ekmeği, büfecinin istediği ekmeği ve çeşitleri toptan satış fiyatıyla büfeciye satmakta, büfeci de İHE'nin oluşturduğu fiyat listesinden satışını yapıp karını çıkarmaktadır. Büfe elemanı Halk ekmeğinin belirttiği 07.00-19.00 saatleri arasında büfesini açık tutup satış yapması gerekmektedir. Bunun sebebi büfenin çalışıyor ve boşa işgal edilmemesini hedeflemiş olmasıdır. Büfeye sevkiyat günde üç defa yapılmakta ve bir sonraki sevkiyat için istenilen ürün listesi alınmaktadır. Bazı büfeciler talebe göre sadece iki defa sevkiyat isteyebilmektedir.

### **1.1.9. İHE de ekmeği sevkiyatı**

İHE de dağıtımını gerçekleştirmek için 75 araçta bulunmakta ve bu araçlarla günde 3 kez satış noktalarına dağıtım yapılmaktadır. Her teslimat yapılmada satış noktasından bir

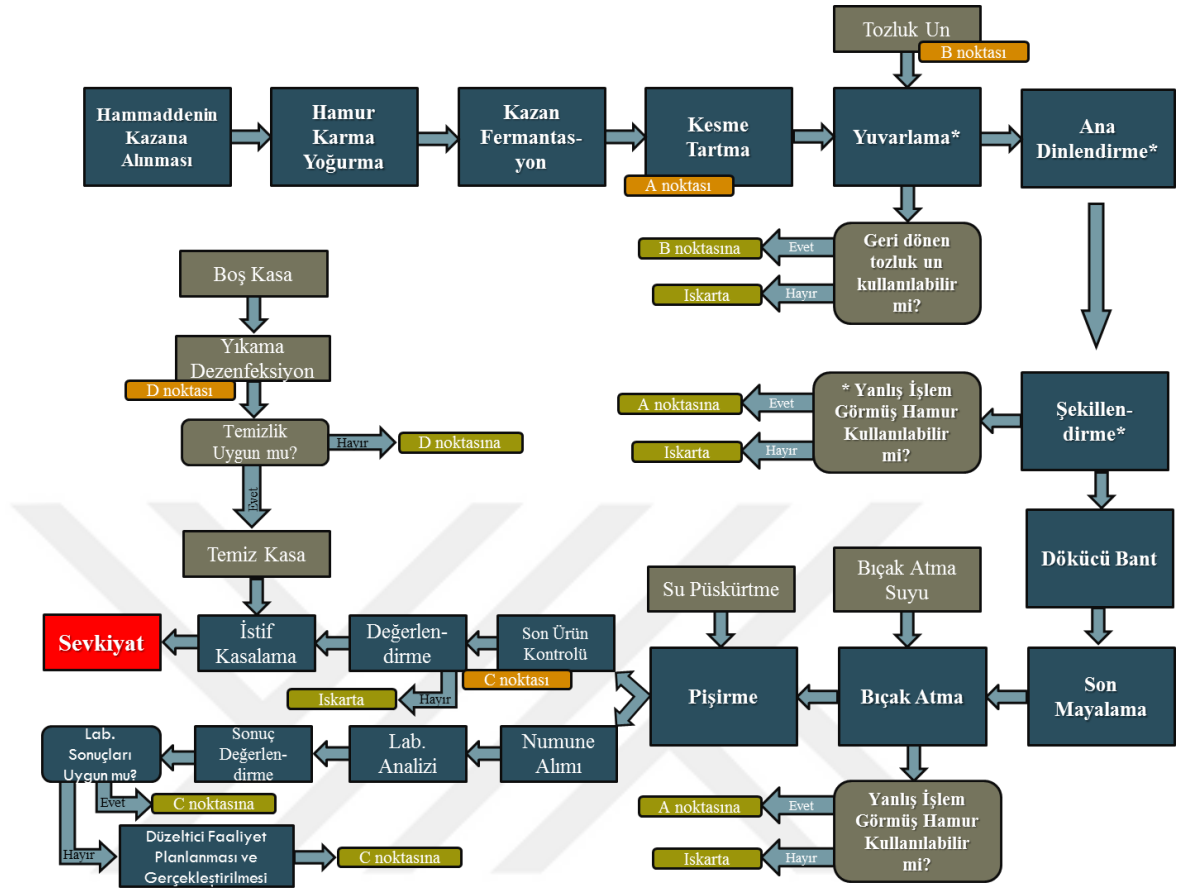


sonraki teslimata ne kadar ve hangi çeşitlerde ürün istendiğini belirten listeler alınmaktadır. Daha sonra bu listeler sevkiyattan sorumlu görevlilere verilmekte ve tekrar yeni sevkiyat için ürünler hazırlanmaktadır. Aynı zamanda internet üzerinden alınan siparişlere de gün içinde sevkiyat yapılmaktadır.

#### **1.1.10. İHE normal ekmek üretimi**

Un kamyonları fabrikaya geldiğinde, unlar öncelikle kantarda tartılmaktadır. Daha sonra un çuvallarından rastgele 70/80 tanesinden numuneler alınmakta ve laboratuvarında çeşitli analizler yapılmaktadır. Undaki kalite kontrol analizleri gıda mühendisleri, kimyagerler ve laborantlardan oluşan bir ekip tarafından yapılmaktadır. Bu analizlerde unun içinde bulunabilecek canlı veya cansız tüm yabancı maddeler, beyazlatıcı kimyasallar, un ve ekmek hastalıklarına yol açabilecek organizmalar, una acımsı tat verebilecek maddeler araştırılmakta ve bunların yanı sıra unun su tutma kapasitesi, gluten yapısı, rutubet değerleri vs. gibi fiziksel, kimyasal ve biyolojik tüm analizler yapılmaktadır.

Yapılan analizlerin sonucu un, Türk Gıda Kodeksine uygunsa bu unlar geçici olarak depoya istiflenmektedir. İstiflenen hammaddelerden ikinci kez numune alınarak aynı analizler tekrar yapılmaktadır. Kalitelerine ve kullanılacak ekmek çeşitlerine göre istiflenmiş olan unlar, çuvallardan silolara helezon ve hava yardımıyla kademeli eleklerde elenerek boşaltılmaktadır.



Şekil 1.1. İHE normal ekmek üretim akışı

İlk olarak üretilecek olan ekmeğe göre terci edilen un silolardan otomatik olarak kazana aktarılmaktadır. Unların kalitesi ve uygun mevsim koşulları göz önünde bulundurularak içine sıcaklığı ayarlanmış ve artırılmış su (yaz aylarında 24°C kış aylarında 26°C olacak şekilde), maya, tuz, peynir altı tozu gibi maddeler eklenmektedir. Yoğurma işlemi için kazan yoğurma aparatına yerleştirilmekte ve önce 4 dk. yavaş sonrasında 9 dk. hızlı olacak şekilde yoğurma işlemi gerçekleştirilmektedir. Yoğurma işlemi bitince hamurun uygun sıcaklıkta olup olmadığı kontrol edilmektedir. Daha sonra ön fermantasyon işlemi için hamur kazan içerisinde 40-45 dk. dinlendirilmektedir.

Hamur dinlendirildikten sonra hamur içinde bulunduğu kazanla birlikte kesme tartma asansörüne yerleştirilip yukarıya kaldırılmakta ve makinenin haznesine hamur boşaltılmaktadır. Bu süreçte saatte 6200-6250 adet hamur kesebilecek şekilde makineye

girdi yapılmaktadır. Makineye girdi yapıldıktan sonra son kontroller yapılarak makineye start verilmektedir. Hamur istenilen gamajda yani günlük ekmek için 300-320 gam da kesilip tartıldıktan sonra otomatik olarak nakil bandına doğru hareket etmektedir. Hamur, nakil bandı yardımıyla konik yuvarlama makinesine gelmekte ve burada yuvarlama işlemi yapılmaktadır. Hamurun yuvarlama işlemi bittikten sonra tekrar nakil bandına düşmekte ve buradan dinlendirme sepetlerinin içine yerleşmektedir. Hamur, burada 40°C sıcaklıkta %60-68 arası nemli ortamda 12 dk. olacak şekilde tekrar dinlenmeye bırakılmaktadır.

Ara dinlendirme fermantasyonunu tamamlayan ve şekil almaya hazır hale gelmiş hamurlar nakil bantları ile şekil verme cihazına doğru yönlendirilmektedir. Şekil verme makinesine gelen hamurlar önce silindir merdane ile düz hale gelmekte daha sonra şekil verme tahtasından geçerek yuvarlanmakta ve hamurlar ekmek şeklini almış olarak buradan çıkmaktadır. Otomatik yükleme bandına yerleşen hamurlar bandın son dinlenme noktası olan nihai fermantasyon tüneline doğru ilerlemektedir. Hamurlar 35 dakikalık son fermente için 39-40°C sıcaklıktaki tünellere girmektedir. Burada tünelin buhar ısı ve süresi ekmeğin türüne uygun olarak ayarlanmaktadır.

Bu tünelde fermantasyonunu tamamlayan hamurlar keçe bantlar sayesinde bıçak atma kısmına doğru şekilleri bozulmadan gelmekte ve burada bıçak atılmaktadır. Bıçak atma işleminden sonra oluşan çizik sayesinde hamurun içinde oluşan gaz dışarı atılmış olmaktadır. Bıçak atma işleminden geçen hamurlar ısı, buharı ve süresi ayarlanmış fırına bant dan banda nakil yöntemi ile aktarılmakta ve hamur burada pişirilmektedir. Hamurun giriş ve çıkış süresi 20 dk. olacak şekilde band hızı ayarlanmaktadır. Süre göz önüne alınarak ilk giriş sıcaklığı 235°C fırın çıkışına doğru bu sıcaklık 275°C ye kadar kademeli olarak artırılmaktadır. Bu süre ve sıcaklık her ürün çeşidinde farklılık göstermektedir.

Fırınlarda yavaş yavaş pişen ekmekler kızarma işleminin bitmesi ile birlikte hareketli bantlar sayesinde dışarı çıkmaktadır. Bu tünelin çıkışında daha parlak görünmesi için ekmek üzerine su püskürtme işlemi uygulanmaktadır. Tünel çıkışında tüm ekmeklerin

aynı kalite ve görüntüde olmasına dikkat edilmektedir. Ekmeklerden gelişmiş güzel ekmekler seçilmekte ve ekmek analizleri için laboratuvara gönderilmektedir. Fırından çıkan ekmeklere ara ara gamaj kontrolü yapılmaktadır.

Ekmekler kasalama ünitesine doğru ilerlerken nakil bantlarına yerleştirilmiş olan metal tarayıcılardan geçirilmektedir. Eğer ekmeklerden birisinin içinde dahi metale rastlanırsa uyarı sinyali veren tarayıcı o sıradaki tüm ekmekleri imha kanalını göndermektedir, temiz olan ekmeklerse kasalama ünitesine doğru yoluna devam etmektedir.

Kasalar otomatik yöntemle yıkanmakta ve dezenfekte edildikten sonra kurutulmaktadır. Temiz olduğundan emin olunan kasalar görevliler tarafından ekmek kasalama makinelerine yerleştirilmektedir. Ekmeklerin bazıları bu makinelerle bazıları da işçilerin yardımıyla, her kasada 24 ekmek olacak şekilde yerleştirilmektedir. Kasalara yerleştirilen ekmekleri son kez uzmanlar tarafından incelenmekte ve uygun olan ekmek partililerin fabrikadan çıkışına izin verilmektedir. Uygun olmayan ekmekler ise ıskartaya gönderilmektedir.

Tüm kontrollerin ardından uygun olan ekmekler kamyonlara yerleştirilmekte ve kamyonlar satış noktalarına ürün teslimi için yola çıkmaktadır.

## 2. KAYNAK ÖZETLERİ

Ekmekci Bal, Sayılı ve Gözener (2013) yaptıkları bir araştırmada; Tokat ili Merkez İlçede yaşayan ailelerin ekmek tüketim durumlarını tespit etmişlerdir. Anket, Kasım 2012 tarihinde 272 adet aile ile yapılmış ve sonuçlar elde edilmiştir. Bu bulgulara göre, ekmek tüketimi kişi başına 291,95 g bulunmuştur. Bu sonuçların ülke ortalamasına bakıldığında daha düşük olduğu belirtilmiştir. Sonuçlara bakıldığında en fazla ekmek tüketimi %70,6 ile somun ekmeği olduğu görölmüştür. Tüketicilerin ekmeklerini satın alırken %80,5'lik kısmı süpermarketten, %25,4'lik kısmının da fırından aldıkları belirlenmiştir. Tüketicilerin yarıdan fazlasının piyasada bulunan ekmeklerin kalitesinin yetersiz olduğu görüşünde olduğu tespit edilmiştir. Bazı ailelerin günlük aldıkları ekmekleri o gün tüketemedikleri ve bayatlayan ekmeklerin büyük kısmını tekrar kullandığı geri kalan kısmının ise israf edildiği belirtilmiştir.

Boyacıoğlu (2011), Dünya'da ve Türkiye'de Ekmek ve Tam Buğday Ekmeği Tüketimi ile ilgili yaptığı araştırmasında; Türkiye de kişi başına enerji tüketiminin %56'sı olan proteinin %50'sinin ekmekten karşılındığını belirtmiştir. Türkiye de ekmek satış hacminin 2007 yılında 10,7 milyon ton iken bu miktarın 2012 yılında 11,6 milyon tona yükseldiğini tespit etmiştir. Ayrıca, 2011 yılı itibari ile Avustralya, Kuzey Amerika, Güney Amerika, Orta Doğu ve Doğu Avrupa'nın gelişmekte olan kısımlarda ambalajsız ekmek üretiminin gün geçtikçe azaldığını araştırmasında belirtmiştir.

Yıldız (2010), Sivas İlinde Ekmek Tüketim Alışkanlıkları ve Tüketici Dinamiklerinin Belirlenmesi ile ilgili yaptığı araştırmada, Sivas ilindeki ekmek üretimi, ekmek israfı, israfın nedenleri ve ekmek tüketim alışkanlıkları incelenmiştir. Bu amaçla Sivas il merkezinde rastgele 400 tüketiciye anket uygulanmıştır. Anket verileri, istatistik analizler kullanılarak analiz edilmiştir. Cevaplar yüzdeler ve frekans halinde çözümlenmiş ve değişkenler arasındaki ilişi  $\chi^2$  tekniği kullanılarak test edilmiştir. Anket verilerinin analizi neticesinde, bireylerin demografik durumları ile ekmek tüketimi ve ekmek israfı arasında ilişkilerin bulunduğu belirlenmiştir. Ayrıca Sivas ilinde üretim yapan fırınların %72'sinin üretimde taş fırın veya kara fırın (geleneksel

Türk fırını) kullandığı, %36'sının beyaz somun ekmeği ürettiği ve fırınların atıl kapasite ile çalıştıkları tespit edilmiştir.

Ünal (2007), Ekmek Maliyeti Araştırmasında; Türkiye'deki ekonomik nedenlerden dolayı ekmek fiyat ve gramaj uygulamalarında farklılık oluşmadığını ifade etmiştir. Türkiye de fırın sayısının ihtiyaçtan fazla olmasının doğal bir sonucu olarak atıl kapasite ve haksız rekabetin oluşması dolayısıyla bazen belirlenen fiyattan daha ucuz fiyata ekmek satılmasına sebep olmaktadır. Araştırmaya göre; fırın başına üretilen ekmek miktarı, ekmek üretiminde maliyeti etkileyen en önemli etkidir. Toplam ekmek miktarı arttıkça, ekmek maliyeti azalacaktır. Bunu gerçekleştirebilmesi için piyasadaki fırın sayısı azaltılmalı ve ekmek üretim miktarı arttırılmalıdır. Böylece birim ekmek maliyeti düşürülmüş olacaktır. Bunların yanında bayi ve bakkal karı sınırlandırılmalıdır, şeklinde sonuçlar ortaya konmuştur.

Açan (2007), İstanbul Halk Ekmek müşterilerinin dinamiklerinin ve tüketim tercihlerinin belirlenmesi ile ilgili yapılan araştırmada, İstanbul ilindeki ekmek tüketimi, ekmek israfı, israfın nedenleri ve ekmek tüketim alışkanlıkları incelenmiştir. Bu amaçla İstanbul da 780 İHE müşterilerine anket uygulanmıştır. Anket verilerinin analizi neticesinde, bireylerin demografik durumları ile ekmek tüketimi alışkanlıkları belirlenmiştir. İHE tüketicilerin genel müşterisini dar gelirli ailelerin oluşturduğu belirtilmiştir. Ayrıca araştırma sonuçlarından yola çıkılarak İstanbul Halk Ekmek işletmesine müşterilerinin genel alışkanlıkları doğrultusunda önerilerde bulunulmuştur. Müşterilerin büyük çoğunluğunun Anadolu'dan İstanbul'a göç ettiği belirtilmiştir.

Köksal (2007), Yaptığı araştırma sonucunda, ekmeğin lezzet ve aroması bakımından tercih edilmesinde taş fırınlarda tuğla veya taş üzerinde pişirilen ekmeğin lezzetli olduğunu belirtilmiştir. Ekmek işletmelerinde; iş gücüne dayalı çalışma koşulları ve dolayısıyla istenilen nitelikte eleman bulmanın zor olduğu bir işletme ortamı mevcuttur. Yoğun üretime sahip olduğundan üretim birim başına harcanan zaman daha fazladır, gibi tespitlerde bulunmuştur.

Tanık (2006), Ekmek Üretiminde Kalite Uygulamaları ve Müşteri Memnuniyet Dinamiklerinin Belirlenmesi çalışmasında; Tekirdağ il merkezindeki fırın sahiplerinin ekmek üretiminde kalite uygulamaları ve tüketicilerin dinamiklerinin belirlenmesi amacıyla anket yapıldığını belirtmiştir. Ankette üreticilere, üretim ve kalite artırımı için yapmış oldukları faaliyetleri, ekmek fırınlarının mevcut durumları gibi sorular yönlendirilmişken tüketicilere ise ekmekte hijyen, kalite, fiyat vb. konulardaki beklentilerini belirtecek sorular yöneltilmiştir. Yapılan anket sonuçlarına göre; Fırın sahiplerinin % 66'sı, fırında çalışanların ise % 90'ı ilköğretim mezunudur. Ankete katılan üretici fırınlarının %75'i kara fırın veya taş fırın olarak bilinen direkt ısıtılmalı fırınlardır. Fırınların %58'i küçük ölçekli aile işletmeleri ve %65'i atıl kapasite ile çalışmaktadır. Fırında çalışanların %39'u izin kullanmamakta veya kullanamamaktadır. Fırında çalışanların %7'si asgari ücretten daha az ücret karşılığı çalıştırılmaktadır. Fırında çalışanların %56'sı bir yıldan daha az bir süredir bu işte çalıştığını belirtmiştir. Ankete katılan fırın sahiplerinin tamamı, HACCP (Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları) uygulamasının ne olduğunu bilmemektedir. Tüketici anket sonuçlarında ise tüketicilerin %78'i beyaz buğday ekmeğini tercih etmektedir. Tüketicilerin %38'i satın aldıkları ekmekten yabancı madde çıktığını belirtmiştir. Tüketicilerin % 36'sı günlük aldıkları ekmeğin 1/3'ini israf ettiklerini veya hayvanlara verdiklerini belirtmişlerdir.

Kesen (2005), "AB Ülkelerinde Ekmek Sektörü ve Dondurulmuş Ekmek Uygulamaları" araştırmasında; pişirilip, tüketime hazır hale getirilmiş ekmeğin üretilmesinde teknolojik yeniliklerle kullanılan modern pişirme donanımlarına sahip fırınların yanında, geleneksel pişirme yöntemleri ile de fırınların da üretimin yapıldığını ve aralarında bir rekabetin oluştuğunun görüldüğünü belirtmiştir. Son yıllarda müşterilerin bilinçlenmesi ve tüketici ihtiyaçlarına yönelik üretime geçiş doğrultusunda, ekmek sektöründe farklılıklar ve uygulamalar da oluşmuştur. Süpermarketlerin ve büyük mağazaların içinde fırınların kurulması bu uygulamalardandır. Mağazalarda faaliyet gösteren bu fırınlar esnaf fırınlarının rekabetçileri haline gelmişlerdir.

Tönük ve Gültürk (1984), Türkiye 1984 gıda tüketimi ve beslenme araştırması verilerinde, Türkiye'de tüketici başına ortalama günlük ekmek miktarı; kırsal kesimde

523 g iken kentsel kesimde bu rakam 462 g olarak tespit edilmiştir. Ayrıca tüketimin, kış mevsiminde 455 g olduğu yaz mevsiminde ise miktarın 493 g'a çıktığı tespit edilmiştir.

Yılmaz (1983), İzmir'in Bornova ilçesinde rast gele 400 ailenin ekmek tüketimi, ekmek atımı ve artan ekmeklerin değerlendirme yolları üzerinde yapılan bir araştırmada şu bulgulara ulaşmıştır; Ailelerin tümü ekmeğini çarşıdan almaktadır, kişi başına alınan ekmek miktarının düşük gelirli ailelerde yaklaşık 421 g, orta gelirli olanlarda ise 373 g, yüksek gelirli olanlarda 374 g olduğu tespit edilmiştir. İsrif edilen ekmek miktarları ise aynı sıra da 28, 39 ve 49 g olarak belirlenmiştir. Ankete katılan tüketicilerin ekmek alırken dikkat ettikleri ilk özellik "tazelik" olarak tespit edilmiş ve ekmeğin muhafazası için de naylon torbalar tercih edilmesinin daha uygun olacağı görüşünde oldukları görülmüştür. Aile geliri az olan tüketiciler artan ekmekleri papara veya ekmek tatlısı şeklinde tükettiği, gelir düzeyi yüksek olan tüketicilerin ise ekmeği çöpe atma veya hayvanlara verme olduğu saptanmıştır.

Güneyli (1977), Ankara Çubuk ilçe merkezi köylerinde tüketici beslenme durumlarını değerlendirilmesi konusunda yaptığı araştırmada; Ekmek tüketiminin kişi başına günde yaklaşık 534,5 g olduğunu belirtmiştir.

Örer (1975), Ankara'da ekmek tüketimi ve israfı araştırmasında, ekmek tüketiminin kişi başına 597,6 g olduğu tespit edilmiştir. Ankete katılanların, arta kalan ekmekleri değerlendirme şekilleri incelenmiş ve sonuçlar; %55,1 ile köfte ve çorbalarda kullanma, %33,2 ile hayvan yemi olarak kullanma, %6,9 ile fakire verme, %3 ile çöpe atma ve %1,7 ile satma olduğu belirtilmiştir.



### 3. MATERYAL ve YÖNTEM

Anket yöntemi, birincil kaynaktan veri elde etme yöntemidir. Gözlem yöntemi, birincil kaynaktan veri elde etme yönteminin yanında daha az tercih edilmektedir. Birincil kaynaktan veri elde etmenin diğer yönteme göre üstün bir özelliği vardır. Bilinen üstün özelliği dolayısıyla bu yöntem en yaygın ve sık kullanılan bir yöntemdir. Bu özelliğin önemli olmasını ortaya çıkaran ayrıntı, gözlem yönteminde soru sorulmaz iken, anket yönteminde sorular soruluyor olmasıdır. Anket formundaki sorular sözlü (telefonla anket, yüz yüze görüşme) ve yazılı (e-mail yolu ile anket) olarak sorulabilmektedir. Bir diğer özellik ise çeşitlilik ve esnekliktir. Anket yöntemi ile birçok ve farklı konularda bilgiler toplamak mümkündür. Ankete katılanların alışkanlık ve davranışlarından tutun da demografik özelliklerine kadar tüm bilgiler elde edilebilir. Ankette sorulacak sorular ile birçok bilgi elde edilebilir. Anket yönteminin diğer bir önemli özelliği ise, verilerin daha az maliyetle ve daha çabuk elde ediliyor olmasıdır. Toplanacak bilgilerin ve kişilerin geniş bir çevreye yayılabilmesi ve iletişim olanaklarının oluşturduğu düşük maliyet ve hızlı erişim fırsatları, anket yönteminin önemli özelliğini oluşturmaktadır (Odabaşı 2009).

İHE büfe çalışanlarında ve İHE' den ürün satın alan vatandaşlarda araştırılmak istenen özellikler göz önünde tutularak anket formu hazırlanmıştır. Anket formunda bulunan soruların, amaca uygun ve herkes tarafından kolayca algılanmasına dikkat edilmiştir.

Anket soruları belirlendikten sonra, tüketiciler için hazırlanan anketler kullanılarak 20 kişi ile ön çalışma yapılmıştır. Ön çalışmada çeşitli demografik özellikteki 20 kişilik tüketiciden gelen eleştiriler ve anket yanıtlarının doğrultusunda görülen eksiklikler telafi edilerek anket formu son halini almıştır.

Anket formunu oluşturan sorular; iki şıklı, çoktan seçmeli olarak oluşmuştur. Ekmek ihtiyacı için İHE'yi tercih eden tüketiciler için hazırlanan anket formunun ilk kısmını demografik sorular oluşturmaktadır. Bu kısımda tüketicinin cinsiyetini, yaşını, öğrenim

düzeşini, mesleğini, aile gelir düzeşini ve ailedeki kişi sayısını belirlemek amaçlanmıştır. İkinci kısımda ise tüketicilerin ekmek tüketim miktarını, ekmek tüketim alışkanlıklarını, ekmek israfını, israf hakkındaki fikirlerini ve bayat ekmeği nasıl değerlendirdiklerini belirlenmeye çalışılmıştır. İHE büfecileri için hazırlanan anket formunda da ilk bölüm demografik özellikleri belirlemek için oluşturulmuştur. İkinci bölümü ise ne kadar süredir bu işi yaptıklarını, yaptıkları işe olan ilgilerini, İHE ile olan iletişimlerini, memnuniyet ve şikâyetlerini belirlemeye yönelik sorular oluşturmaktadır.

İHE tüketicileri için yapılacak araştırmanın; her satış noktasında, halk ekmek satın alan tüm tüketicilerle gerçekteşirmek mümkün olmadığından örnekleme tercih edilmiş ve rastgele örnekleme yöntemi kullanılmıştır. İHE işletmesine ait 564 adet halk ekmek büfesinin anket yapılması için büfeler arası 2 büfe şeklinde anket alanı belirlenmiş ve her 3. büfede 4-5 müşteri olmak üzere, 188 büfede toplam 825 müşteri hedeflenmiştir.

Tüm tüketiciler ile yüz yüze anket gerçekteşirilmiştir. Daha sonra anket verileri düzenlenmiş, toparlanmış, araştırmanın amacına uygun şekilde gözden geçirilmiş ve kodlanmıştır. Katılımcıların rahat bir şekilde soruları cevaplamaları sağlanmaya çalışılmıştır. 840 anket formundan 15 adedinin tüm seçeneklere düşünülmeden evet denildiği veya anketi yarıda kesip doldurulmaması üzerine bu anketler göz ardı edilmiştir. Son durum olarak değerlendirme 825 anket sonuçları üzerinden gerçekteşirilmiştir.

Büfeciler ile yapılan anketler, büfe işletme sahiplerine dağıtılmış ve daha sonra geri toplanmıştır. 564 adet İHE büfesinin yaklaşık 1/3'ü ile anket yapılmıştır. Toplamda 175 adet büfe çalışanı ile yapılan anketlerin verileri düzenlenmiş, toparlanmış, araştırmanın amacına uygun şekilde gözden geçirilmiş ve tümü kabul edilerek kodlanmıştır.

Her iki grupla yapılan anketlerin sonuçları, Microsoft Excel programında kodlanmış ve SPSS (Statistical Package for the Social Science) 22 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Analizde halk ekmek satın alan müşterilerin demografik özelliklerini ortaya koymak amacıyla frekans ve yüzde tabloları oluşturulmuştur. Elde edilen veriler tek

boyutlu düz tablolar halinde ve çubuk grafiklerle gösterilmiştir. Tüketicilerin demografik özellikleri ile ekmek tüketimi ve ekmek israfı değişkenleri arasında anlamlı ilişkinin bulunup bulunmadığı  $\chi^2$  testi ile analiz edilerek sonuçlara ulaşılmıştır.

İHE tüketicileri ve İHE büfecileri için kullanılan anket örnekleri tezin son kısmında ekler bölümünde **EK 1** ve **EK 2'** de gösterilmiştir.



## 4. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMALAR

### 4.1. İHE Tüketici Anket Sonuçları

#### 4.1.1. Ankete katılanların demografik özellikleri

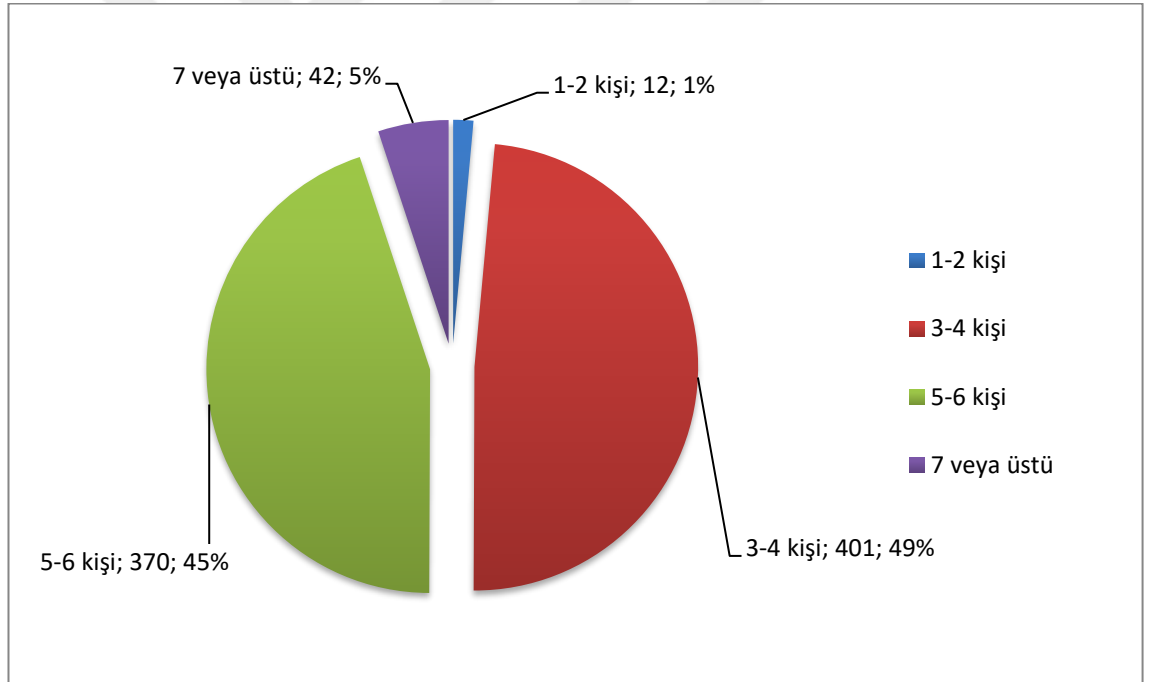
Ankete katılan 825 kişinin demografik özellikleri Çizelge 4.1' de verilmiştir. Ankete katılanların cinsiyet durumuna bakıldığında %32,2'nin cinsiyeti erkek (266) ve %67,8'inin cinsiyeti kadın (559) olduğu görülmüştür. Ankete katılanların yaş dağılımına bakıldığında %8,5' ini 15-18 yaş gurubu oluşturmuştur. %11,5'lik kısmı 19-30 yaş grubu, %58,3' lük oranla en çok katılımcı olan 31-40 yaş grubu olmuştur. %18,8' ini 41-50 yaş grubu ve %2,9'unu 51 ve üstü yaş grubu oluşturduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında okuma-yazma bilmeyen sadece %0,2'yi oluşturmaktadır, okur-yazar olanların oranı ise %2,2'dir. Katılımcıların, ilköğretimden (%22,9) ve ortaöğretimden (%24,2) mezun olan kişi sayısı birbirine yakın değerler göstermektedir. %29,6 ile en çok lise mezunları bulunmaktadır. Ön lisans-lisans katılımcı oranı %18,4'lük kısmı oluştururken lisansüstü %2,4'lik kısmı oluşturmaktadır. Katılımcıların büyük bir kısmı fiilen bir işte çalışmayan (%63,8) ev hanımı, öğrenci ve emekli kişilerden oluşmaktadır. Aynı orana sahip meslek gurubu %9,0 ile işçi ve serbest meslektir. Memurlar ise katılımcıların %7,8'ini oluşturmaktadır. İşsiz veya farklı iş sektöründe bulunan 'diğer' seçenek ise %10,5'lik kısmı oluşturmaktadır. Katılımcıların aile toplam gelirlerine baktığımızda en fazla (%45,9) 1251-2000 TL olduğu görülmektedir. Daha sonra ki sırada ise %33,3 ile 2001-2750 TL oluşturmaktadır. 750-1250 TL arası geliri bulunan aile katılımcıların %12,0'lik kısmıdır. En az oran ise (%8,7) 2751 TL'lik kısmıdır. Gelir düzeyi iyi olmayan aileler çoğunlukta ve lise mezunlarının çoğunlukta olduğu bir İHE müşteri profili dikkati çekmektedir ki bu durum halkın ekmek ihtiyacının karşılanmasında halk ekmeklerin büyük bir hizmeti karşıladığını göstermektedir. Yapılan anket çalışmasında gelir düzeyi elde edemeyenlerin büyük çoğunluğunun öğrenci oldukları saptanmıştır. Meslek dağılımında memur anket katılımcılarında İHE'yi tercih ettiği görülmektedir. Bu durum İHE'yi, ekonomik durumu iyi olan kesimin de tercih ettiğini göstermektedir.

**Çizelge 4.1.** Ankete katılan müşterilerin demografik özellikleri

<b>Tüketicilerin Cinsiyet Dağılımı</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Erkek	266	32,2
Kadın	559	67,8
<b>Toplam</b>	<b>825</b>	<b>100,0</b>
<b>Tüketicilerin Yaş Dağılımı</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
15-18 yaş	70	8,5
19-30 yaş	95	11,5
31-40 yaş	481	58,3
41-50 yaş	155	18,8
51 ve üstü yaş	24	2,9
<b>Toplam</b>	<b>825</b>	<b>10,0</b>
<b>Tüketicilerin eğitim düzeyi dağılımı</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Okuma-Yazma bilmeyen	2	0,2
Okur-Yazar	18	2,2
İlköğretim	189	22,9
Ortaöğretim	200	4,2
Lise	244	29,6
Ön Lisans-Lisan	152	18,4
Lisansüstü	20	2,4
<b>Toplam</b>	<b>825</b>	<b>100,0</b>
<b>Tüketicilerin meslek dağılımı</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Memur	64	7,8
İşçi	74	9,0
Serbest Meslek	74	9,9
Emekli	27	3,3
Ev Hanımı	416	50,4
Öğrenci	83	10,1
Diğer	87	10,5
<b>Toplam</b>	<b>825</b>	<b>100,0</b>
<b>Tüketicilerin gelir dağılımı</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
750-1250 TL	99	12
1201-2000 TL	379	45,9
2001-2750 TL	275	33,3
2751 TL ve üzeri	72	8,8
<b>Toplam</b>	<b>825</b>	<b>100,0</b>

#### 4.1.2. Ankete katılanların aile birey sayısı

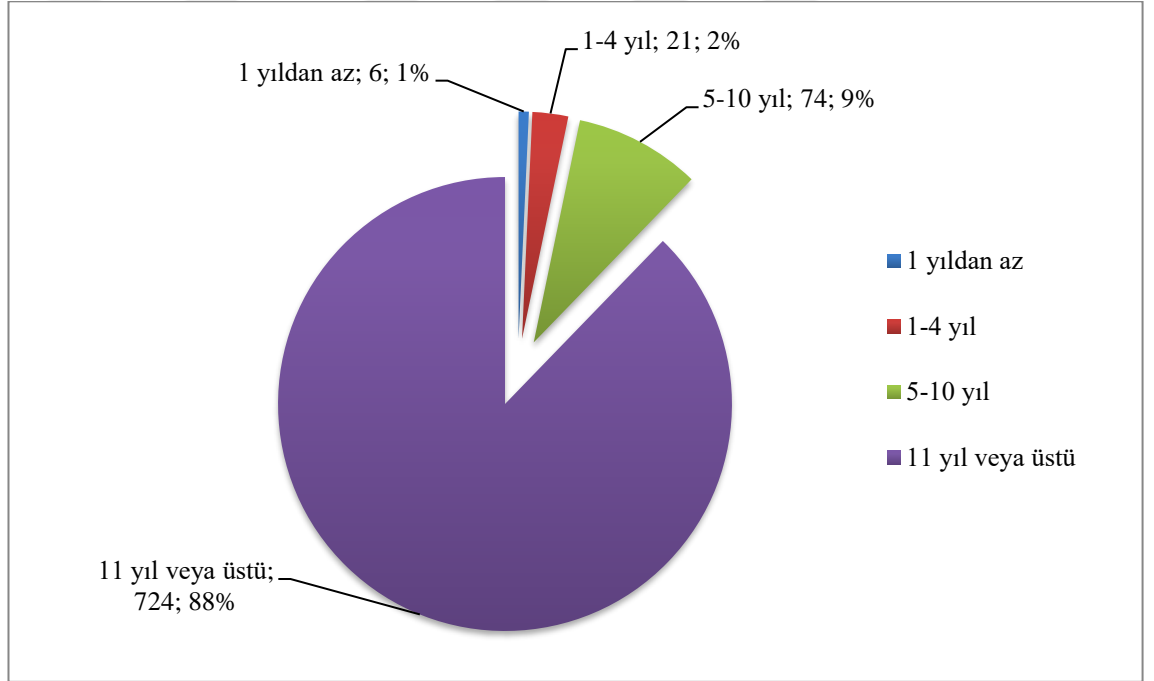
Anket verilerine göre katılımcıların hane halkı sayıları: %1,5'i (12) 1-2 kişi, %48,6'sı (401) 3-4 kişi, %44,8'i (370) 5-6 kişi ve %5,1'i (42) ise 7 veya üzeri kişi olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların hane halkı sayılarına ait dağılım Şekil 4.1' de verilmiştir. Verilerin genel dağılımına bakıldığında katılımcıların büyük kısmını 3-4 kişilik daha sonra 5-6 kişilik haneler oluşturduğu görülmektedir. Aile sayısı bireyleri arttıkça ekmek alımı arttığı saptanmıştır. Bu durum aile fertleri arttıkça ekmek alımında İHE'nin daha fazla tercih edildiğini göstermektedir. Sonuçlara bakıldığında hanelerde ekmek alımında ekonomide etkin rol oynamaktadır.



Şekil 4.1. Tüketicilerin hane halkı sayısı

#### 4.1.3. Ankete katılanların İstanbul'da ikamet süresi

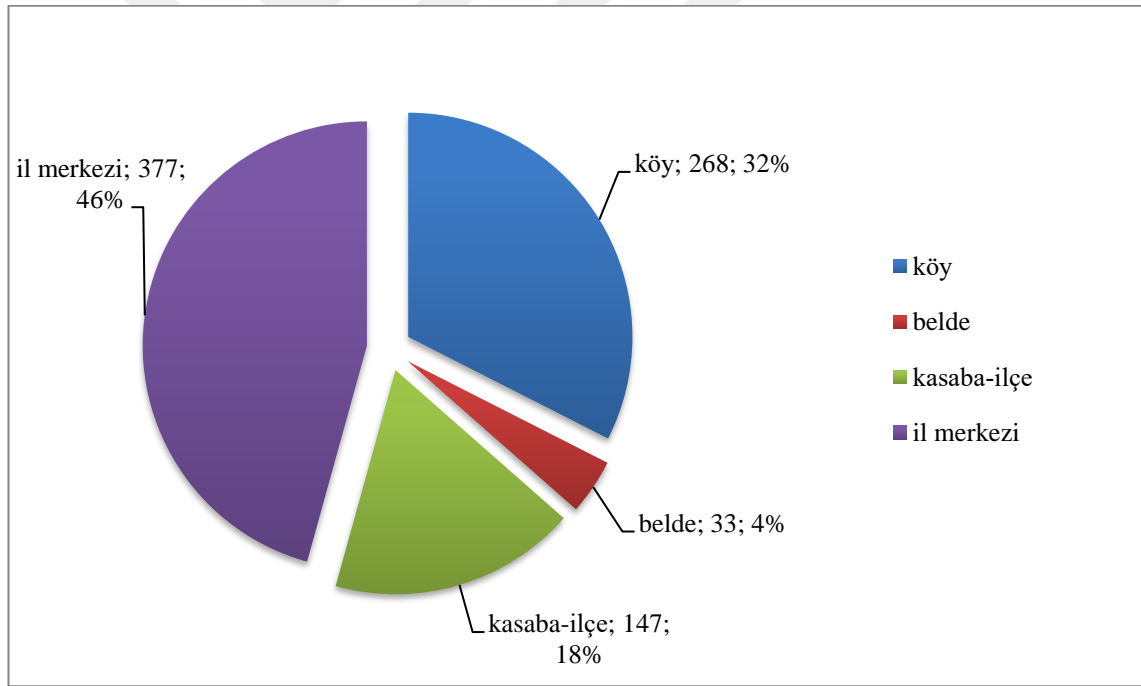
Anket verilerine göre katılımcıların %0,7'sinin (6) 1 yıldan daha az süredir İstanbul'da ikamet ettiği, %2,5'inin (21) 1-4 yıl arası ikamet ettiği belirtilmiştir. 5-10 yıl arası ikamet süresi ise %9,0'lık (74) kısmı oluşturmaktadır. İkamet süresi en fazla olan %87,8'lik (724) kısmı 11 yıl veya üzeri oluşturmaktadır. Katılımcıların İstanbul'da ikamet sürelerine ait dağılım Şekil 4.2' de verilmiştir. İstanbul'a yeni göçen halkın İHE'yi henüz tanımadığı veya tercih etmediği görülmektedir. Bu veri sonuçlarına göre İHE'nin reklam potansiyelinin daha fazla arttırması doğru bir tercih olacaktır.



Şekil 4.2. Tüketicilerin İstanbul'da ikamet süresi

#### 4.1.4. Ankete katılanların İstanbul'dan önceki ikamet yerleri

Anket verilerine göre katılımcıların %45,7'sinin (377) başka bir il merkezinden İstanbul'a geldikleri belirlenmiştir. %17,8'i (147) kasaba-ilçeden gelirken buna karşın %32,5'i (268) köyden İstanbul'a gelmiştir. En az kısmı ise %4,0 (33) ile beldeden gelenler oluşturmaktadır. Katılımcıların İstanbul'dan önce ikamet yerlerine ait dağılım Şekil 4.3' te verilmiştir. Katılımcıların İstanbul'a göçmeden önce ikamet ettikleri yörelerde yöresel ekmekleri tercih etmiş olduğu varsayılabılır. Örnek verilecek olursa Trabzon da mısır ekmeği ve Sivas da pide tercih edildiği ankete katılımlardan alınan bilgilerdir. İstanbul'a göçen halkın gıda tercihlerinde adaptasyon sorunları yaşamış oldukları da varsayılabılır.

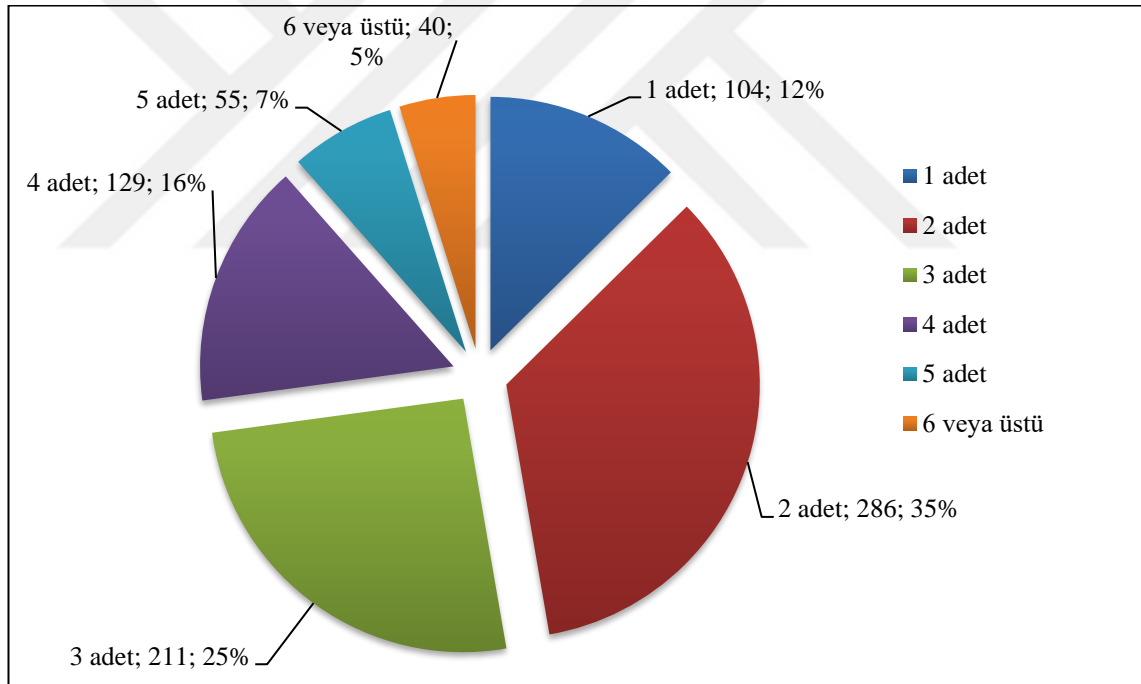


Şekil 4.3. Tüketicilerin İstanbul'dan önceki ikamet yerleri



#### 4.1.5. Ankete katılanların günlük evine alınan ekmek sayısı

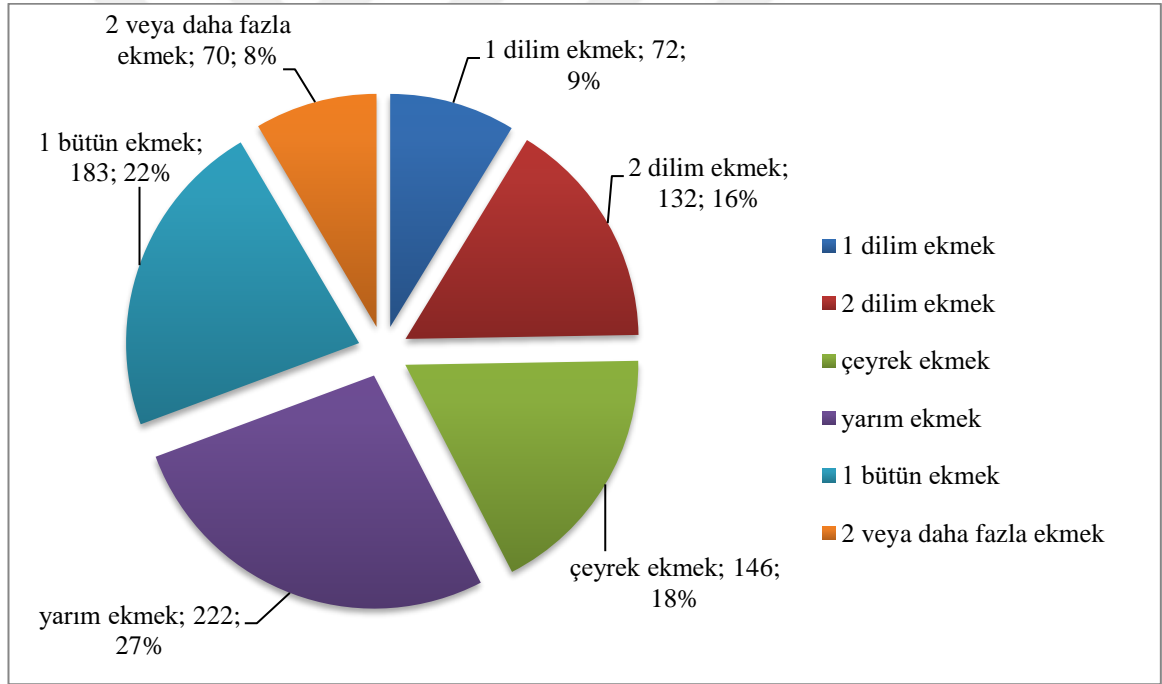
Anket verilerine göre katılımcıların %12,6'sı (104) 1 ekmek, %34,7'si (286) 2 ekmek, %25,6'sı (211) 3 ekmek, %15,6'sı (129) 4 ekmek, %6,7'si (55) 5 ekmek, %4,8'i (40) 6 veya üzeri ekmek tükettiğini belirtmişlerdir. Katılımcıların günlük eve aldıkları ekmek sayısına ait dağılım Şekil 4.4' te verilmiştir. Tüketicilerin %60,3'lük kısmı evlerine günlük 2-3 ekmek satın almaktadır. Hanedeki birey sayısı arttıkça ekmek alımlarında da artış olduğu saptanmıştır. Ekmeğin doyurucu özelliğinden dolayı insanlar ekmeği daha çok tercih ettiklerini belirtmişlerdir. İHE'nin ekonomik olarak ailelerin gelirine daha çok hitap etmesi İHE'nin satışını da olumlu yönde etkilemektedir.



Şekil 4.4. Tüketicilerin günlük evlerine aldıkları ekmek sayısı

#### 4.1.6. Ankete katılanların bir öğünde tükettikleri ekmek miktarı

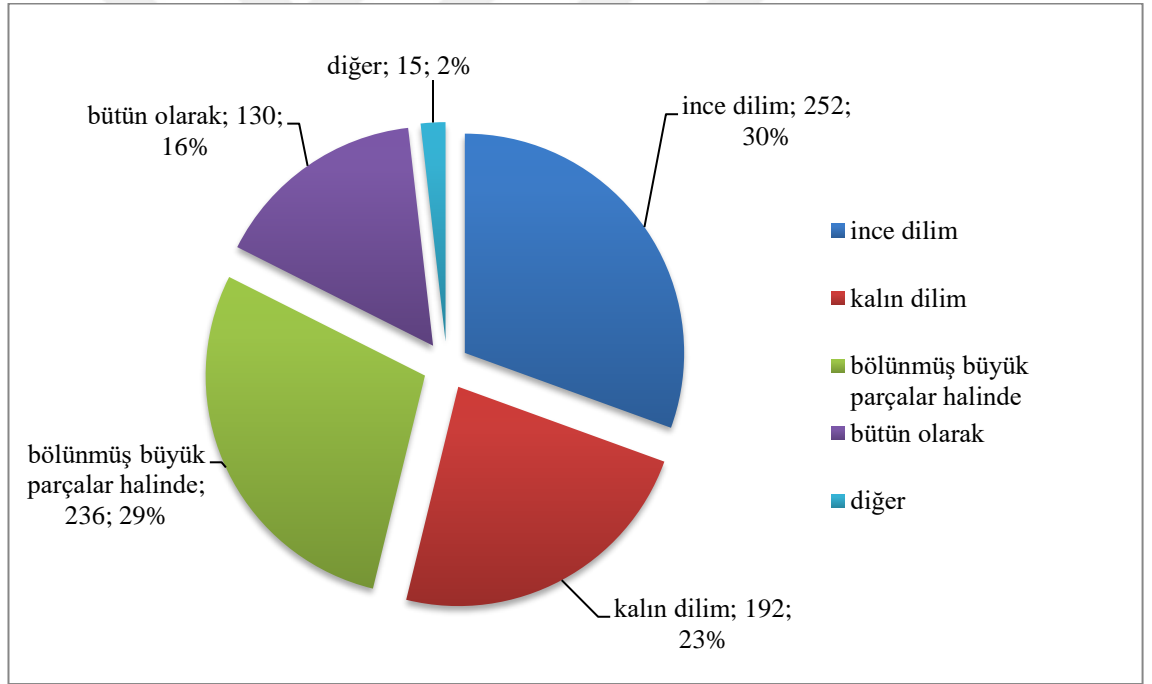
Anket verilerine göre katılımcıların %8,7'si (72) bir öğünde 1 dilim ekmek tüketirken, %16,0'ı (132) 2 dilim ekmek, %17,7'si (146) çeyrek ekmek, %26,9'u (222) yarım ekmek, %22,2'si (183) 1 bütün ekmek ve %8,5'i (70) de diğer seçeneğini seçerek iki ekmekten fazla ekmek tükettiğini belirtmiştir. Katılımcıların bir öğünde tüketilen ekmek miktarına ait dağılım Şekil 4.5' te verilmiştir. Katılımcıların büyük bir bölümü bir öğünde yarım ve bir bütün ekmek tükettiğini belirtmiştir. Yapılan anket araştırma sonucunda tüketicilerin besin ihtiyacının büyük çoğunluğunu ekmekten karşıladıkları görülmektedir.



Şekil 4.5. Tüketicilerin bir öğünde tükettikleri ekmek miktarı

#### 4.1.7. Ankete katılanların ekmeğini sofraya sunuş şekli

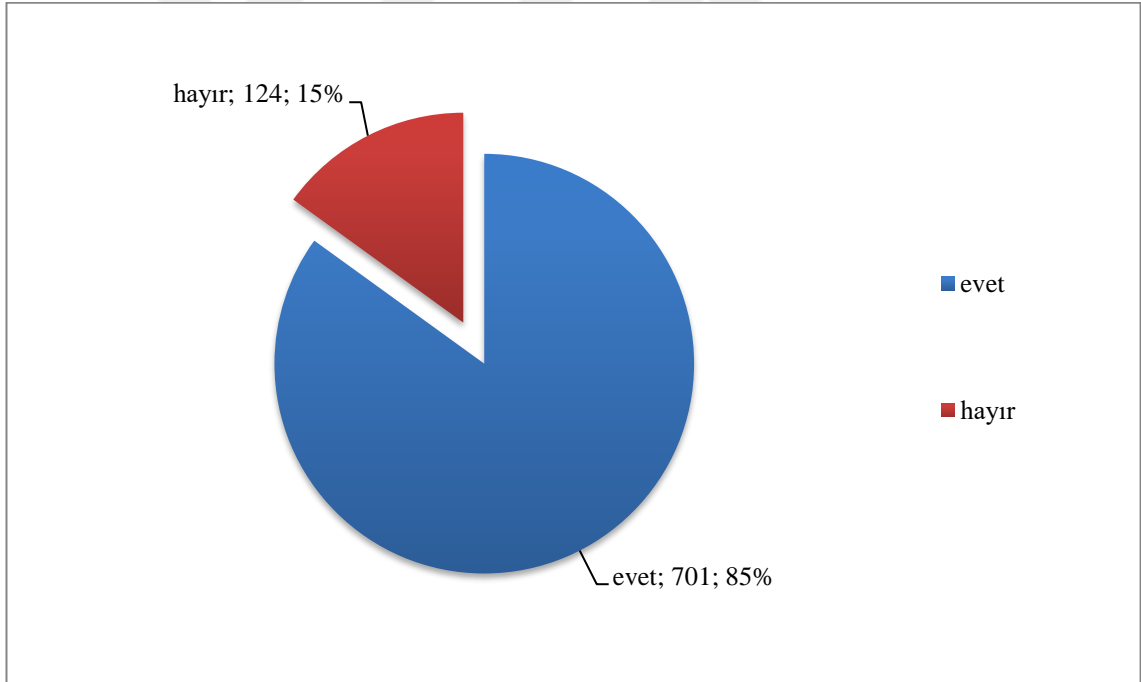
Anket verilerine göre katılımcıların %30,5'i (252) ekmeğini sofrada ince dilim halinde sunarken, %23,3'ü (192) kalın dilimler halinde, %28,6'sı (236) bölünmüş büyük parçalar halinde, %15,8'i (130) de bütün olarak sunmaktadır. %1,8'i (15) ise daha farklı sunum yapmaktadır. Katılımcıların ekmeği sofralarına sunum şekline ait verilerin dağılımı Şekil 4.6' da verilmiştir. Katılımcıların %59,1'i ekmeğini sofraya ince ya da bölünmüş parçalar halinde sunmaktadır. Ekmeğin sunum şekli ekmeğin tüketimini ve ekmeğin israfını önemli derecede etkilemektedir. Ekmeğin ince dilimler halinde sunulması kalan ekmeğin daha sonra değerlendirilebileceği düşünülmektedir.



Şekil 4.6. Tüketicilerin ekmeğini sofrada sunuş tarzı

#### 4.1.8. Ankete katılanların günlük yemek menüsüne göre ekmek miktarındaki değişimi

Anket verilerine göre katılımcıların %85'i (701) günlük yemek menülerine göre tükettiği ekmek miktarında değişim olduğunu, %15'i (124) değişim olmadığını belirtmiştir. Katılımcıların günlük yemek menüsüne göre ekmek miktarındaki değişim ile ilgili durum Şekil 4.7' de verilmiştir. Ekmek tüketimindeki değişim, menüde makarna, pilav, börek, tatlı gibi sulu olmayan gıdaların bulunması; ekmeğin daha az tüketilmesine neden olmaktadır. Menüye göre ekmek miktarında değişim olmamasının psikolojik olarak doyamadıkları için veya alışkanlıktan dolayı tükettiklerini belirtmişlerdir.



**Şekil 4.7.** Tüketicilerin günlük yemek menülerine göre ekmek miktarının değişip değişmemesi ile ilgili durum

#### 4.1.9. Ankete katılanların İHE çeşitlerinden bildikleri

Anket verilerine göre katılımcıların %84,1'i İHE'nin normal ekmeğini bildiklerini, %83,5'i tam buğday ekmeğini bildiklerini, %68,5'i Kepekli ekmeğini bildiklerini, %53,2'nin Çavdar ekmeğini bildiklerini, %24,0'ı Pide ekmeğini bildiklerini, %39,3'ü Sandviç ekmeğini bildiklerini, %18,9'u Light ekmeğini bildiklerini, %49,0'ı tost ekmeğini bildiklerini, %14,4'ü Akdeniz sade ekmeğini bildiklerini, %20,6'sı Tuzsuz ekmeğini bildiklerini, %26,1'i Altın çörek ekmeğini bildiklerini, %28,5'i Hamburger ekmeğini bildiklerini, %35,6'sı Galeta ekmeğini bildiklerini, %19,6'sı Grisini ekmeğini bildiklerini belirtmiştir. Yapılan anket çalışması çoktan seçmeli olduğu için toplamda 4666 veri girişi yapılmıştır. Katılımcıların İHE çeşitlerinden hangisini kaç kişinin bildiğini belirten durumu Çizelge 4.2' de verilmiştir. İHE'nin ürünlerindeki çeşit fazlalığı halk tarafından yeterli sayıda bilinmediği görülmektedir. Buda gösteriyor ki daha fazla reklamlar ile halkın bilinçlendirilmesi gerekmektedir, böylelikle İHE'nin satışlarında olumlu yönde etki edeceği düşünülmektedir.

**Çizelge 4.2.** Tüketicilerin İHE çeşitlerinin bilinirlik durumu (Bu soruda tüketiciler birden fazla seçenek işaretlemişlerdir)

İHE Çeşitleri	f	%
Normal Ekmek	694	84,1
Tam Buğday	689	83,5
Kepekli	565	68,5
Çavdarlı	441	53,5
Pide	198	24,0
Sandviç	324	39,3
Light	156	18,9
Tost	404	49,0
Akdeniz Sade	119	14,4
Tuzsuz	170	20,6
Altın Çörek	215	26,1
Hamburger	235	28,5
Galeta	294	35,6
Grisini	162	19,6
<b>Toplam</b>	<b>4666</b>	<b>565,6</b>

#### 4.1.10. Ankete katılanların ne tür ekmek tükettiği

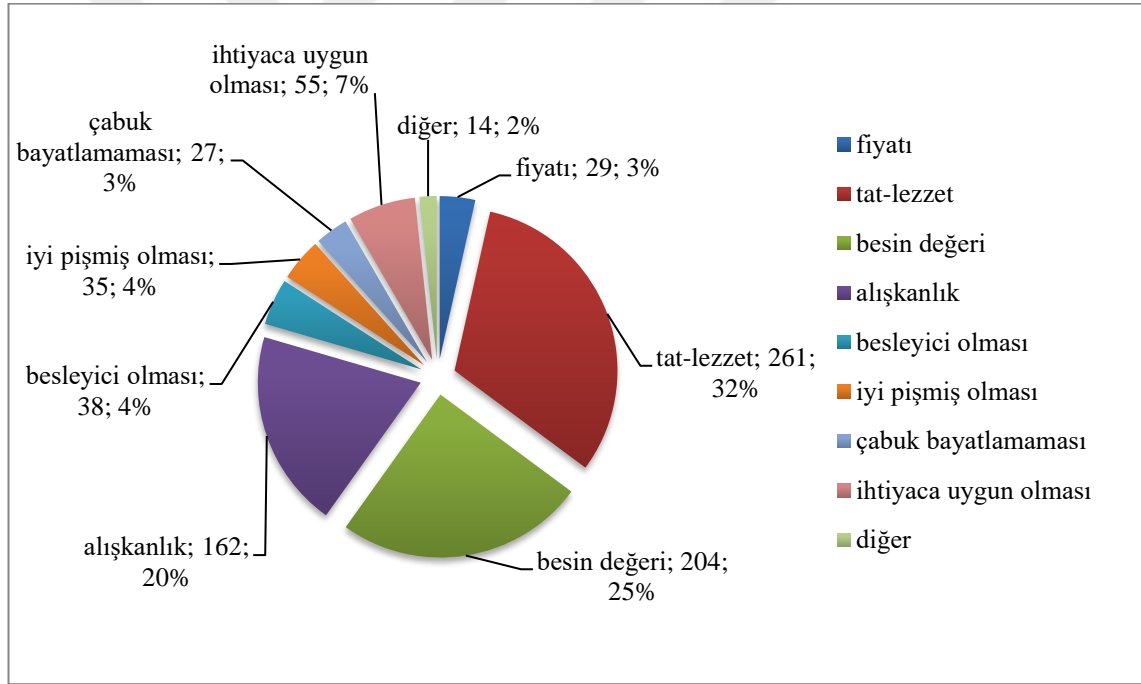
Anket verilerine göre katılımcıların %73,6'sının normal ekmeği, %57,8'inin tam buğday ekmeği, %40,6'sının kepekli ekmeği, %35,3'ünün çavdarlı ekmeği, %17,6'sının pide ekmeği, %14,7'sinin Sandviç ekmeği, %7,3'ü Light ekmeği, %27,8 tost ekmeği, %9,8'i Akdeniz sade ekmeği, %3,8 tuzsuz ekmeği, %19,4'ü Altın çörek ekmeği, %12,4'ü Hamburger ekmeği, %8,6'sı Galeta ekmeği, %3,9'u Grisini ekmeği tükettiklerini belirtmişlerdir. Yapılan anket çalışması çoktan seçmeli olduğundan dolayı toplamda 2742 veri girişi yapılmıştır. Katılımcıların ne tür ekmek tükettiğini belirten durum Çizelge 4.3' te verilmiştir. Katılımcıların büyük kısmının ekmek tercihinde normal ekmeği tercih ettikleri görülmüştür. Verilere baktığımızda ekmek çeşitlerindeki satış oranların da farklılık saptanmıştır. Bu saptama neticesinde tüketicilerin alışkanlıklarından vazgeçmediği, yeniliğe açık olmadığı, farklı lezzetleri tatmalarındaki önyargı algısının olduğu ihtimali vardır. Çizelge 4.2 ile karşılaştırıldığında ekmek çeşitliliği bilinirlik oranı fazla iken tüketim oranı düşük olduğu görülmektedir.

**Çizelge 4.3.** Tüketicilerin tercih ettikleri ekmek türleri (Bu soruda tüketiciler birden fazla seçenek işaretlemişlerdir)

<b>İHE Çeşitleri</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Normal Ekmek	607	73,6
Tam Buğday	477	57,8
Kepekli	335	40,6
Çavdarlı	291	35,3
Pide	145	17,6
Sandviç	121	14,7
Light	60	7,3
Tost	229	27,8
Akdeniz Sade	81	9,8
Tuzsuz	31	3,8
Altın Çörek	160	19,4
Hamburger	102	12,4
Galeta	71	8,6
Grisini	32	3,9
<b>Toplam</b>	<b>2742</b>	<b>332,4</b>

#### 4.1.11. Ankete katılanların tükettikleri ekmeği tercih etme nedeni

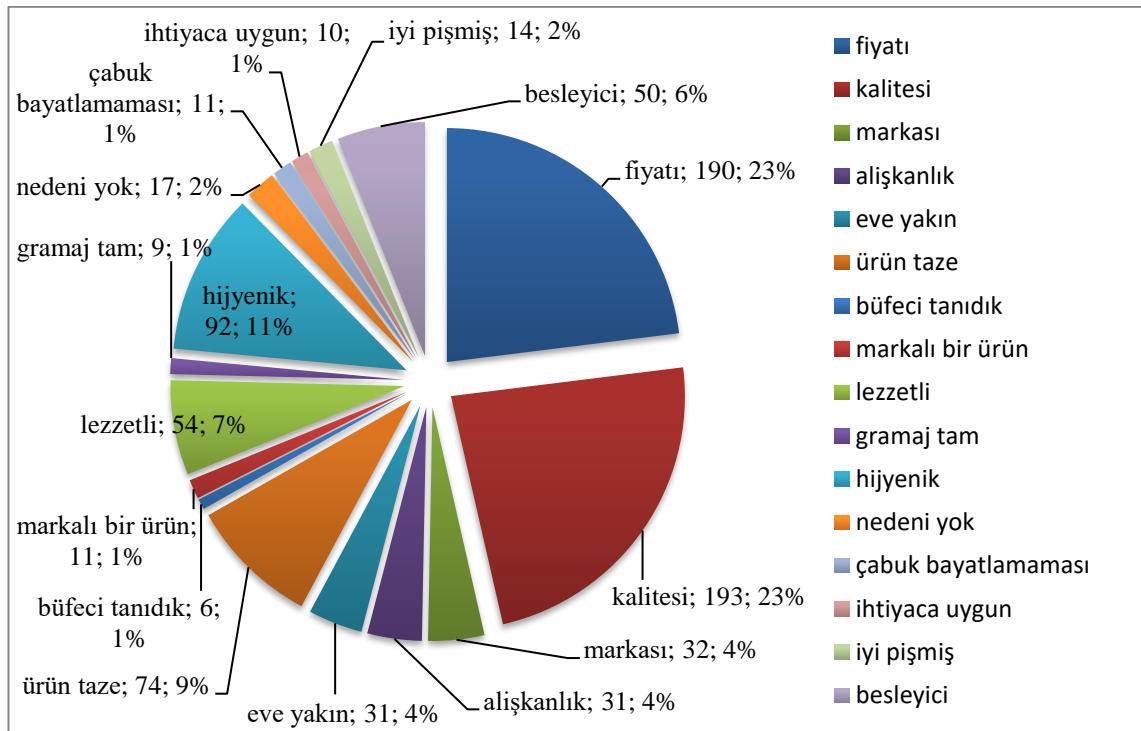
Anket verilerine göre katılımcıların tükettiği ekmeği tercih etme nedenleri; %3,5'i (29) fiyatı, %31,6'sı (261) ekmeğin tat-lezzeti, %24,7'si (204) besin değeri, %19,6'sı (162) alışkanlık, %4,6'sı (38) besleyici, %4,2'si (35) iyi pişmiş, %3,3'ü (27) hızlı bayatlamaması, %6,7'si (55) ihtiyaca uygun, %1,7'si (14) diğer olarak belirlenmiştir. Katılımcıların tükettiği ekmeği tercih etme nedenleri ile ilgili durum Şekil 4.8' de verilmiştir. Veri sonuçlarına bakıldığında katılımcıların %31,6'sının ekmeğin seçiminde en temel etken olarak tat-lezzeti belirtmiştir. Bu sonuç genel tüketicinin besin değerinden çok damak zevkine hitap eden ekmeği tercih ettiğini göstermiştir.



Şekil 4.8. Tüketicilerin tükettiği ekmeği tercih etme nedeni

#### 4.1.12. Ankete katılanların İHE'yi tercih etme nedeni

Anket verilerine göre katılımcıların İHE' i tercih etme nedenleri; %23'ü (190) fiyatı, %23,4'ü (193) kalitesi, %3,9'u (32) markası, %3,8'i (31) alışkanlık %3,8'i (31) eve yakın olması, %9'u (74) ürünlerin taze olması, %0,7'si (6) büfecinin tanıdık olması, %1,3'ü (11) markalı bir ürün olması, %6,5'i (54) lezzetli olması, %1,1'i (9) gramajın tam olması, %11,2'nin (92) hijyenik olması %2,1'i (17) nedeni yok, %1,3'ü (11) hızlı bayatlamaması, %1,2'si (10) ihtiyaca uygun olması, %1,7'si (14) iyi pişmiş olması, %6,1'i (50) besleyici olması şeklinde belirlenmiştir. Veri sonuçlarına göre katılımcıların büyük kısmı İHE' i tercih ederken; fiyatının uygun olmasına, kalitesine, hijyenik olmasına ve ürünün taze olmasına dikkat ettikleri saptanmıştır. Katılımcıların İHE'nin tercih etme nedeni ile ilgili durum Şekil 4.9' da verilmiştir. Veri sonuçlarına bakıldığında İHE'nin kalitesine olan güven ve ekmekteki ucuz fiyat tercihin en büyük nedenlerini oluşturmaktadır. Hijyenik olması, ürünlerin taze olması ve lezzetli olması da diğer tercihleri oluşturmaktadır. Bunların yanı sıra İHE'yi tercih etme nedeni göstermeyenler %2,1'lik kısmı oluşturmaktadır.

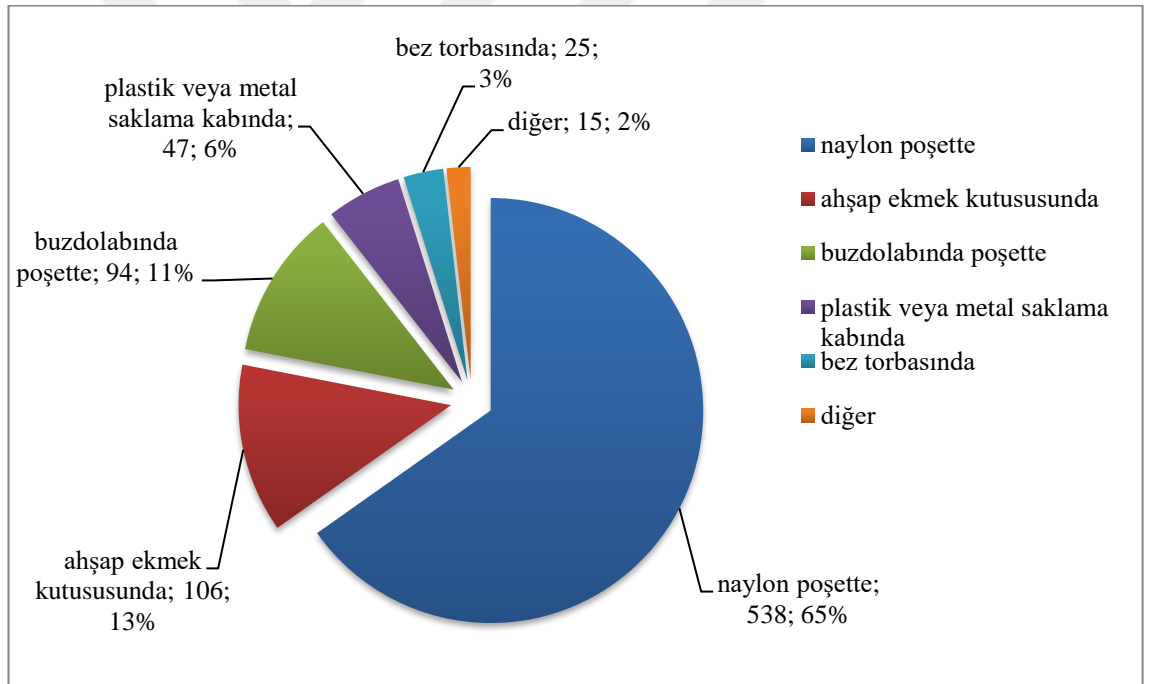


Şekil 4.9. Anket verilerine göre tüketicilerin İHE'yi tercih etme nedeni



#### 4.1.13. Ankete katılanların evde ekmeğini muhafaza etme yöntemi

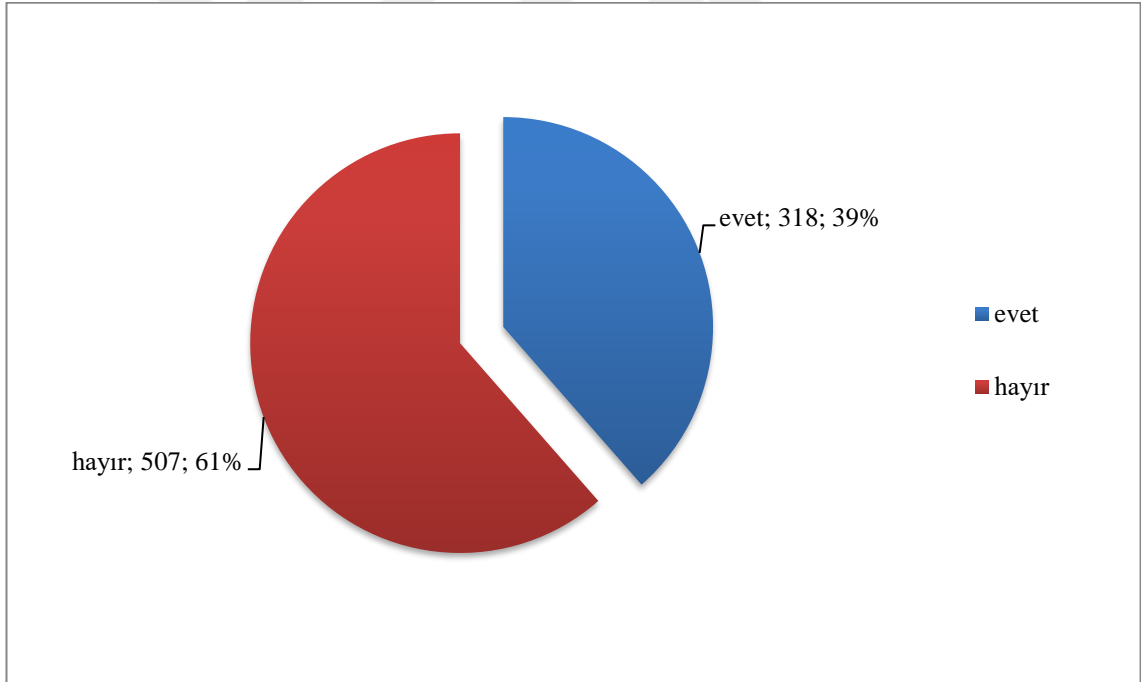
Anket verilerine göre katılımcıların evde ekmeğini muhafaza etme yöntemlerine bakıldığında, %65,2'sinin (538) naylon poşette, %12,8'inin (106) ahşap ekme kutusunda, %11,4'ü (94) buzdolabında poşette, %5,7'si (47) plastik veya metal saklama kabında, %3'ü (25) bez torbada ve %1,8'i (15) diğer şekilde sakladıkları belirlenmiştir. Katılımcıların evde ekmeğini muhafaza etme yöntemlerine ilişkin dağılım Şekil 4.10'da verilmiştir. Katılımcıların yarısından çoğu ekmeğini naylon poşet içerisinde muhafaza etmektedir. Katılımcıların %11,4'ü ekmeğini, raf ömrünün uzamasında etkili olduğu için buzdolabında naylon poşet içerisinde muhafaza da bilinçli davranmaktadır.



Şekil 4.10. Tüketicilerin evde ekmeğini muhafaza etme yöntemleri

#### 4.1.14. Ankete katılanların günlük ekmek tüketiminde ekmek israfı yapma durumu

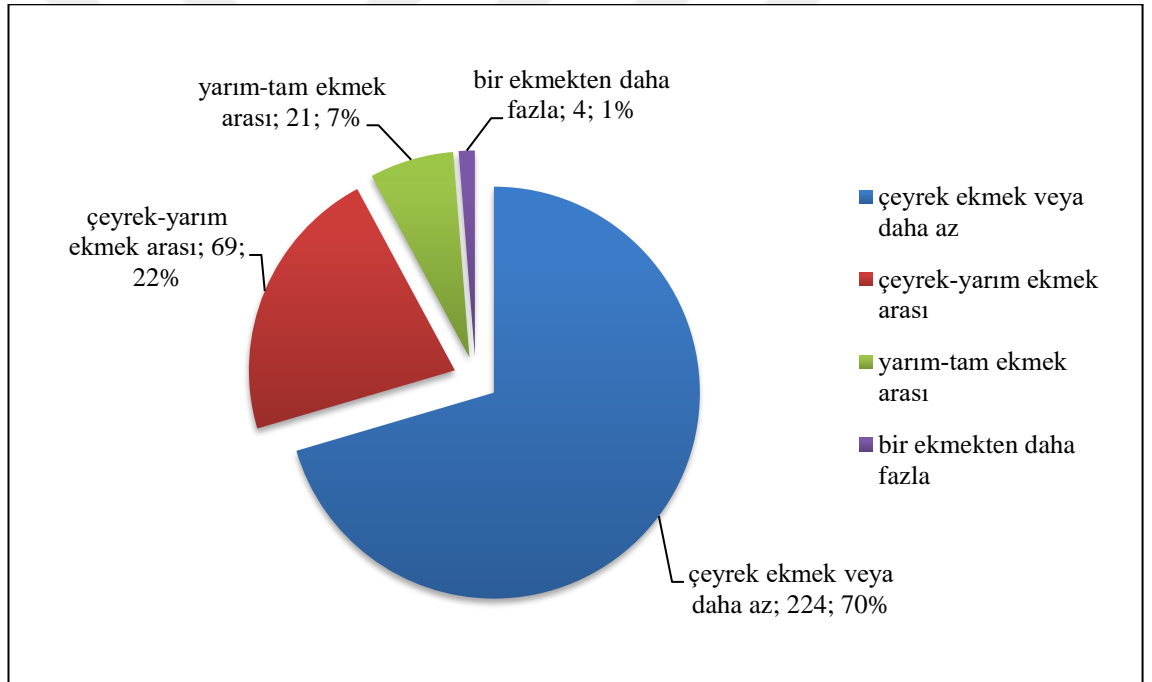
Anket verilerine göre katılımcıların %38,5'i (318) ekmek israfı yaptığını, %61,5'i (507) ekmek israfı yapmadığını belirtmiştir. Katılımcıların günlük ekmek tüketiminde ekmek israfı yapma durumu Şekil 4.11' de verilmiştir. Katılımcıların ekmek israfı yaptıklarını kabullenmeleri, isteyerek ekmek israfı yaptıklarını göstermemektedir. İsfraf olduğunun bilincinde olunması duyarlılığın ne boyutta olduğunu göstermektedir. Bilerek yapılan bu israfın sonucunda ekonomik boyutu düşünüldüğünde kaybın ne boyutta olduğunu göstererek tüketicilerin daha duyarlı olmasına katkı sağlayarak gayri safi milli hasılaya katkı sağlanacağı bilinmektedir.



Şekil 4. 11. Tüketicilerin günlük tüketimlerinde ekmek israfı yapıp yapmaması ile ilgili durum

#### 4.1.15. Ankete katılanların günlük ekmek israf miktarı

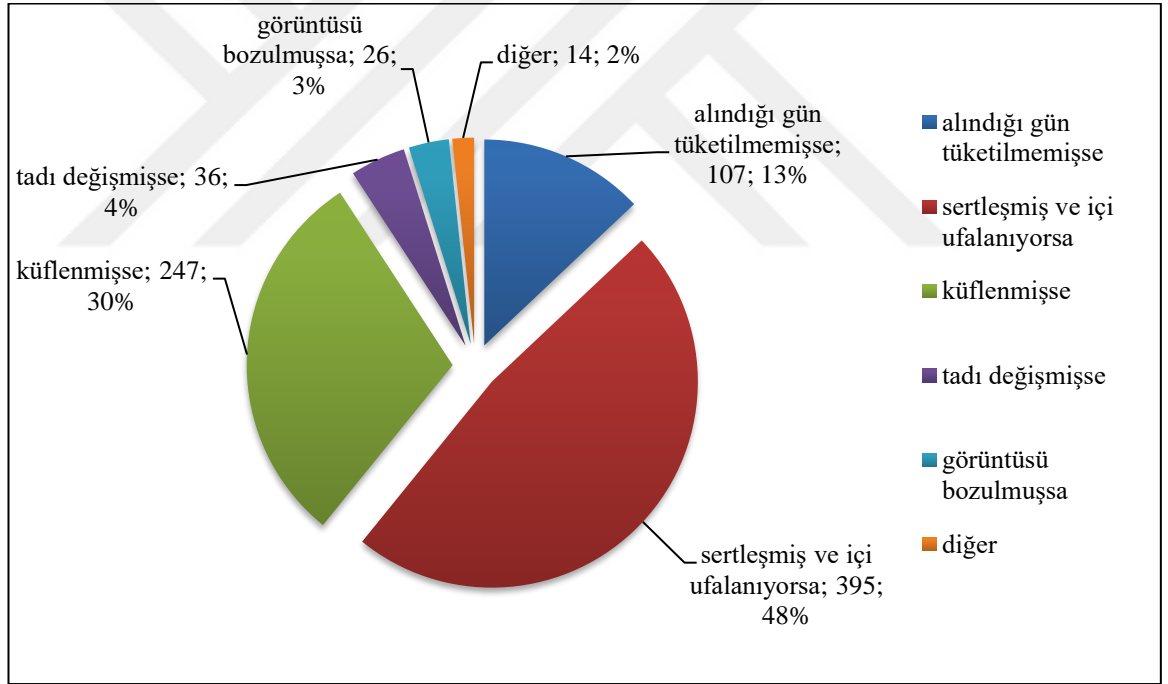
Anket verilerine göre ekmek israfı yapanların %70,4'ü (224) çeyrek ekmek veya daha az miktarda, %21,7'si (69) çeyrek-yarım ekmek arasında, %6,6'sı (21) yarım-tam ekmek arasında ve %1,3'ü (4) bir ekmekten daha fazla miktarda ekmek israfı yaptığını belirtmiştir. Katılımcıların ekmek israfı miktarlarına ilişkin dağılımı Şekil 4.12' de verilmiştir. Katılımcıların %38,5'lik (318) kısmının %27,2'si çeyrek ekmek veya daha az ekmek israf ettiğini belirtmiştir. Bu durumu, il genelini taban alarak düşündüğümüzde ekmek israfının küçümsenemeyecek boyutta olduğu görülmektedir.



Şekil 4.12. Tüketicilerin günlük olarak israf ettikleri ekmek miktarları

#### 4.1.16. Ankete katılanların ekmeğin bayatlamış olduğunu kabul etme durumu

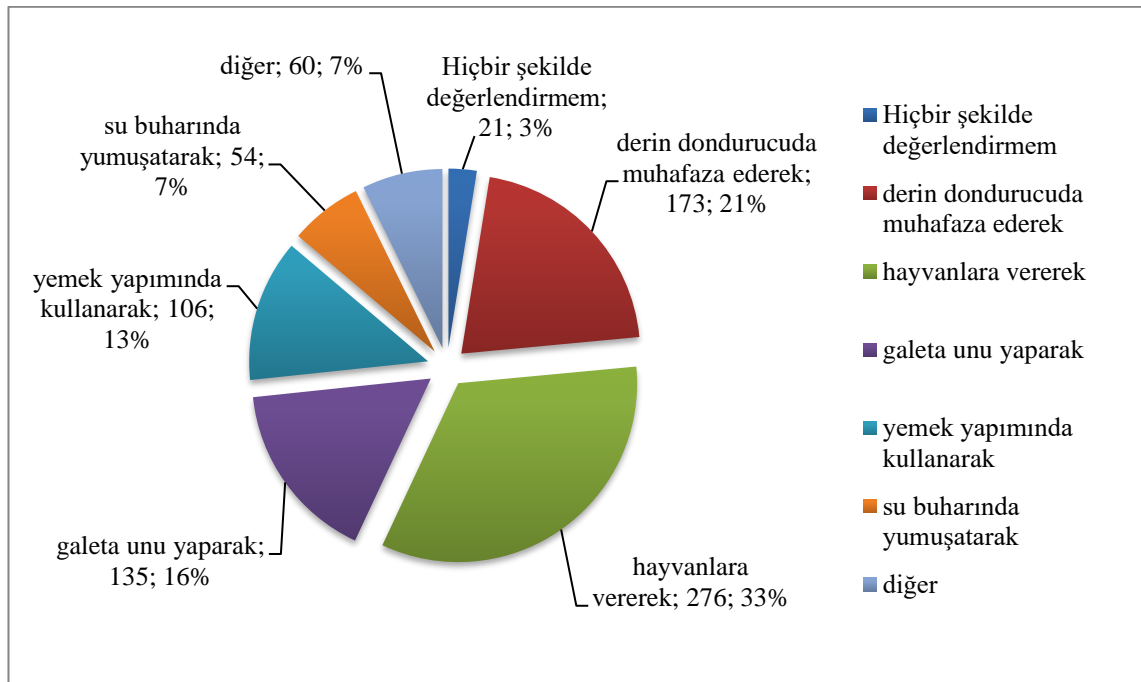
Anket verilerine göre katılımcıların %13'ü (107) ekmeğin alındığı gün tüketilmediği durumda, %47,9'u (395) ekmeğin sertleşmiş ve ufalanabilir olması durumunda, %29,9'u (247) ekmeğin küflenmesi durumunda, %4,4'ü (36) ekmeğin tadının değişmesi durumunda, %3,2'si (26) ekmeğin görüntüsünün bozulması durumunda ve %1,7'si (14) diğer durumlarda ekmeğin bayatlamış olduğunu düşünmektedir. Katılımcıların ekmeğin bayatladığını gösteren kriterlere ilişkin dağılım Şekil 4.13' de verilmiştir. Katılımcıların büyük kısmı ekmeğin sertleşmesini ve içi ufalanıyor olmasını bayatladı olarak kabul ettiğini göstermektedir.



Şekil 4.13. Tüketicilerin ekmeğin bayatlamış olduğunu kabul etme durumu

#### 4.1.17. Ankete katılanların bayatlamış ekmeği değerlendirme yöntemi

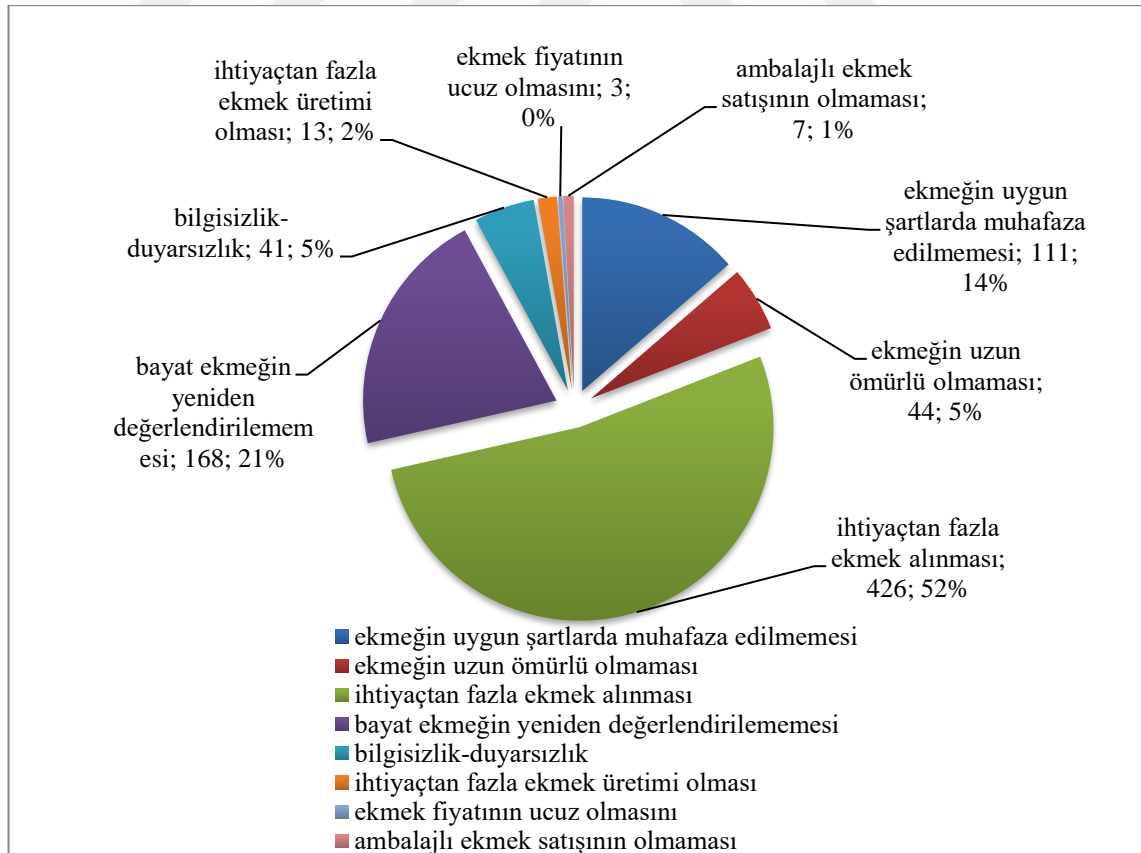
Anket verilerine göre katılımcıların %2,5'i (21) bayatlamış ekmeği hiçbir şekilde değerlendirmedini, %21'i (173) derin dondurucuda muhafaza ettiğini, %33,5'i (276) hayvanlara verdiğini, %16,4'ü (135) galeta unu yapımında kullandığını, %12,8'i (106) yemek yapımında kullandığını, %6,5'i (54) su buharında yumuşattığını ve %7,3'ü (60) de diğer yöntemlerle değerlendirdiğini belirtmiştir. Katılımcıların bayatlamış ekmeği değerlendirme yöntemlerine ait dağılım Şekil 4.14' te verilmiştir. Katılımcıların büyük kısmı (%33,5) bayat ekmeği hayvanlara verdiğini belirtmiştir. Bu konuda ekmeği bilinçli veya bilinçsiz israf edildiği gerçeği görülmektedir. %2,5'lik kısım bayat ekmeğini hiçbir şekilde değerlendirmedini ve bunu da il bazına yayıldığında israfın büyüklüğünün azımsanmayacak durumda olduğu görülmektedir. Halkın ekmeklerini bayatladıktan sonra değerlendirilmeleri konularında ve israf konusunda daha bilinçli olabilmeleri için basın yayın organlarında eğitici programlar gerekmektedir. Bunun gibi birçok önlemlerle halkın bilinçlenmesi ve bu yolla meydana gelen milli gelir kaybının en aza indirilmesi sağlanmalıdır.



Şekil 4.14. Tüketicilerin bayat ekmeği değerlendirme yöntemleri

#### 4.1.18. Ankete katılanların ekmek israfına neden gördüğü durum

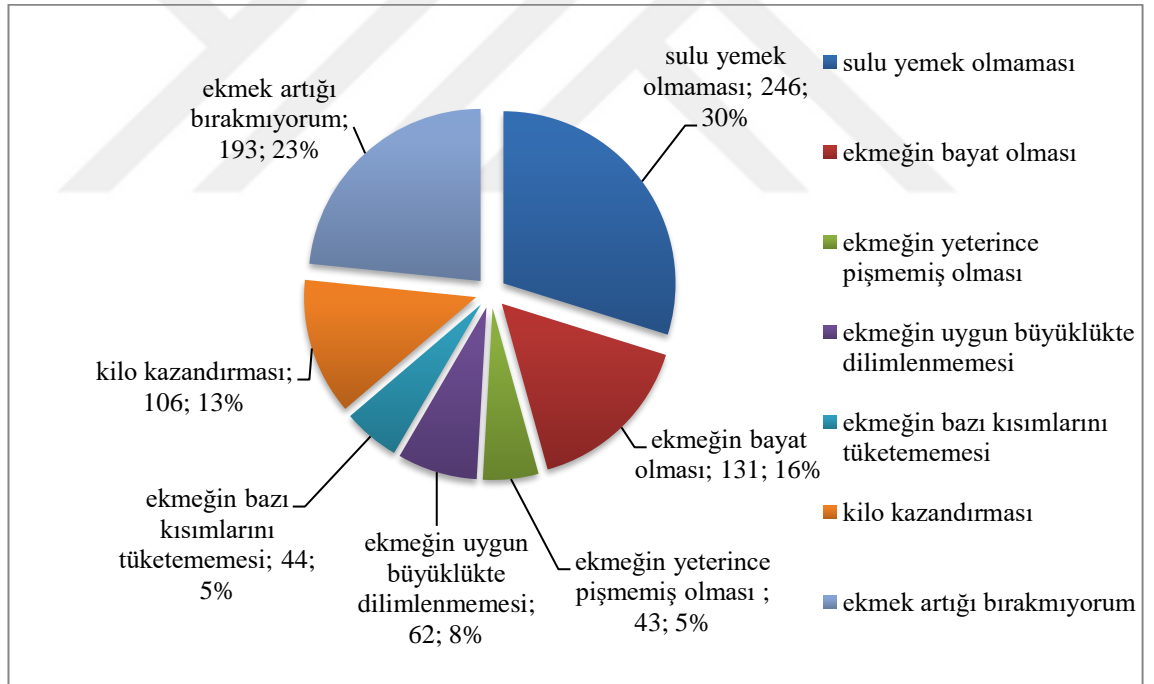
Anket verilerine göre katılımcıların ekmek israfının nedenlerinin %13,5'i (111) ekmeğin uygun şartlarda muhafaza edilmemesi, %5,3'ü (44) ekmeğin uzun ömürlü olmaması, %51,6'sı (426) ihtiyaçtan fazla ekmek alınması, %20,4'ü (168) bayat ekmeğin yeniden değerlendirilememesi, %5'i (41) bilgisizlik-duyarsızlık, %1,6'sı (13) ihtiyaçtan fazla ekmek üretimi olması, %0,4'ü (3) ekmek fiyatının ucuz olmasını, %0,8'i (7) ambalajlı ekmek satışının olmaması, şeklinde düşünmektedirler. %1,5'i (12) ise farklı bir sebep düşünerek 'diğer' seçeneğini işaretlemiştir. Katılımcıların ekmek israfına sebep olan edenler hakkındaki düşüncelerine ait dağılım Şekil 4.15' de verilmiştir. Katılımcıların yarısından fazlası ekmek israfı için ihtiyaçtan fazla ekmek alınmasını göstermiştir. Ekmeğin uygun şartlarda muhafaza edilmemesi ve bayatlamış ekmeğin yeniden değerlendirilememesi %33,9 oranda israf nedeni olarak gösterilmiştir.



Şekil 4.15. Tüketicilerin ekmek israfına sebep olan nedenler hakkındaki düşünceleri

#### 4.1.19. Ankete katılanların yemekte ekmek artığı bırakma nedeni

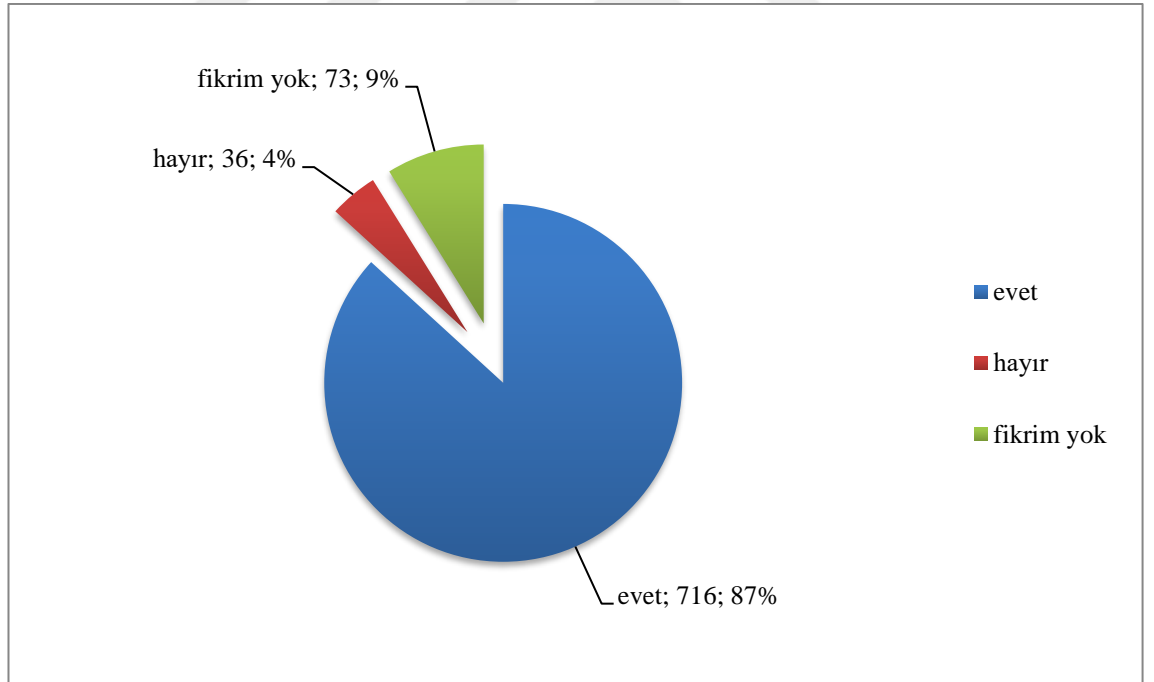
Anket verilerine göre yemeklerde ekmek artığı bırakma nedenleri; %29,8'i (246) sulu yemek olmaması, %15,9'u (131) ekmeğin bayat olması, %5,2'si (43) ekmeğin yeterince pişmemiş olması %7,5'i (62) ekmeğin uygun büyüklükte dilimlenmemesi %5,3'ü (44) ekmeğin bazı kısımlarını tüketememesi, %12,8'i (106) kilo kazandırmasıdır. %23,4'ü (193) ise ekmek artığı bırakmadıklarını ifade etmiştir. Katılımcıların yemeklerde ekmek artığı bırakma nedenlerine ait dağılım Şekil 4.16' da verilmiştir. Ekmeğin doyurucu özelliğinin olması ekmek artıklarına neden olacağı gibi ekmeğin ebadının fazla olması bölündükten sonra ekmek artığına sebebiyet vermektedir. Bu durumdan dolayı ekmek ebatlarının kişiye göre hazırlanması ekmek artıklarının azaltılabileceği düşünülmektedir.



Şekil 4.16. Tüketicilerin yemeklerde ekmek artığı bırakma nedenleri

#### 4.1.20. Ankete katılanların İHE'nin ekmek üretiminin hijyenik koşullarda üretildiğine olan güveni

Anket verilerine göre katılımcıların %86,8'i (716) İHE'nin hijyenik koşullarda ekmek ürettiğini düşünürken, %4,4'ü (36) hijyenik koşullarda üretildiğine inanmamaktadır. %8,8'inin (73) ise konu hakkında fikri olmadığını belirtmiştir. Katılımcıların İHE' in ekmek üretimini hijyenik koşullarda üretildiğine olan güvenine ilişkin fikirlerini gösteren dağılım Şekil 4.17' de verilmiştir. Katılımcıların İHE' e olan güveninin çok fazla olduğu görülmüştür, gerek belediye tarafından desteklenmesi gerekse ürünlerin kaliteli oluşu tüketicisine güven kazandırmıştır. 'hayır' ve 'fikrim yok' seçeneğini işaretleyen kesiminde sebep ve istekleri göz önüne alınarak memnuniyetleri kazanılmalıdır.

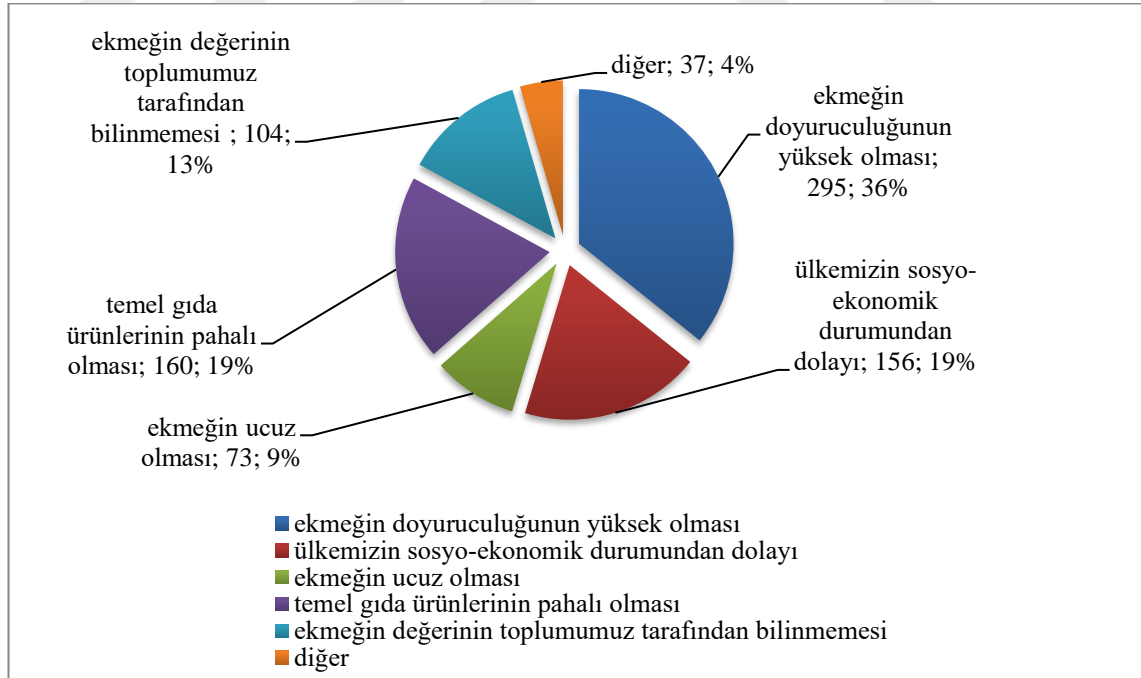


**Şekil 4.17.** Tüketicilerin İHE'nin ekmek üretimini hijyenik koşullarda üretildiğine olan güveni



#### 4.1.21. Ankete katılanların ülkemiz de yüksek ekmek tüketiminin nedeni olarak gördüğü durum

Anket verilerine göre katılımcıların ülkemizin diğer ülkelere kıyasla daha yüksek ekmek tüketiminin nedenleri olarak; katılımcıların %35,8 (295) ekmeğin doyuruculuğunun yüksek olması, %18,9 (156) ülkemizin sosyo-ekonomik durumu, %8,8 (73) ekmeğin ucuz olması, %19,4 (160) temel gıda ürünlerinin pahalı olması, %12,6 (104) ekmeğin değerinin toplumumuz tarafından bilinmemesi ve %4,5'i (37) de diğer nedenleri belirtmiştir. Katılımcıların ülkemizde ekmek tüketim miktarının diğer ülkelere kıyasla daha yüksek olmasının nedenlerine ait dağılım Şekil 4.18' de verilmiştir. Ülkelere göre ekmek farklılıklarının olması coğrafi etmenlerden kaynaklandığı düşünülebilir. Çünkü ülkemizde buğday üretiminin fazla olması sosyo kültürel yönden halkı etkilemektedir. Ekonomik coğrafyanın halkı etkilediğinden dolayı ülkemizdeki ekmek tüketimi diğer ülkelere göre daha fazladır.



Şekil 4.18. Ülkemizde ekmek tüketim miktarının diğer ülkelere göre daha yüksek olmasının nedenleri

## 4.2. İstanbul Halk Ekmek Tüketici Anket Sorularının $\chi^2$ Analiz Sonuçları

### 4.2.1. Ankete katılanların cinsiyet ile ekmek tüketimi arasındaki ilişkisi

Yapılan anket çalışmasından elde edilen verilerin analizi ile oluşturulan katılımcıların cinsiyetine göre bir öğünde tüketilen ekmek miktarına ait frekans dağılımı Çizelge 4.4’te verilmiştir.

**Çizelge 4.4.** Cinsiyet ile ekmek tüketimi arasındaki ilişki

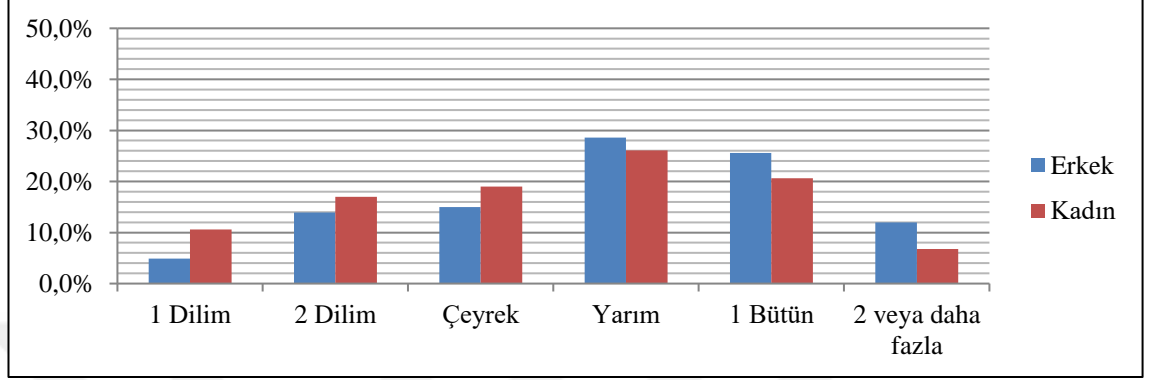
Bir Öğünde Tüketilen Ekmek Miktarı							
Cinsiyet	1 dilim	2 dilim	Çeyrek	Yarım	1 bütün	2 veya daha fazla	Toplam
Erkek	13	37	40	76	68	32	266
	4,9%	13,9%	15,0%	28,6%	25,6%	12,0%	100,0%
Kadın	59	95	106	146	115	38	559
	10,6%	17,0%	19,0%	26,1%	20,6%	6,8%	100,0%
Toplam	72	132	146	222	183	70	825
	8,7%	16,0%	17,7%	26,9%	22,2%	8,5%	100,0%

\* $\chi^2=17,517$

p=0,004

Cinsiyet ile bir öğünde tüketilen ekmek miktarı arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan anket sonuçlarına göre, ankete katılan erkeklerin %4,9’u bir dilim ekmek, %13,9’u iki dilim ekmek, %15’i çeyrek ekmek, %28,6’sı yarım ekmek, %25,6’sı bir bütün ekmek ve %12’si iki veya daha fazla ekmek tüketimi yaptığı belirlenmiştir. Ankete katılan kadın bireylerin ise %10,6’sı bir dilim ekmek, %17’si iki dilim ekmek, %19’u çeyrek ekmek, %26,1’i yarım ekmek, %20,6’sı bir bütün ekmek ve %6,8’i iki veya daha fazla ekmek tükettikleri belirlenmiştir. Cinsiyet ile bir öğünde tüketilen ekmek miktarı arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır (p<0,05). Cinsiyet ile ekmek tüketimi arasındaki ilişkiye bakıldığında aralarında benzerlik görülmektedir. Kadınlarda günlük hareket yoğunluğuna göre ekmek tüketiminde paralellik olduğu düşünülmektedir. Bayanlarda zayıflama konusunda daha fazla sorun yaşamaları ekmek tüketimini de etkilemektedir. Erkek bireylerin daha çok çalışan kesimi oluşturduğundan dolayı erkekler ekmek tüketimini daha büyük oranda yapmaktadır. Şekil 4.19’ da

cinsiyete bağlı günlük ekmek tüketim miktarının değişimi daha açık bir Şekilde verilmiştir.



**Şekil 4.19.** Cinsiyete bağlı günlük ekmek tüketim miktarının değişimi

#### 4.2.2. Ankete Katılanların Yaş İle Ekmek Tüketimi Arasındaki İlişkisi

Yapılan anket çalışmasından elde edilen verilerin analizi ile oluşturulan katılımcıların yaş gruplarına göre bir oğnde tüketilen ekmek miktarına ait frekans dağılımı izelge 4.5' te verilmiştir.

**Çizelge 4.5.** Yaş ile ekmek tüketimi arasındaki ilişki

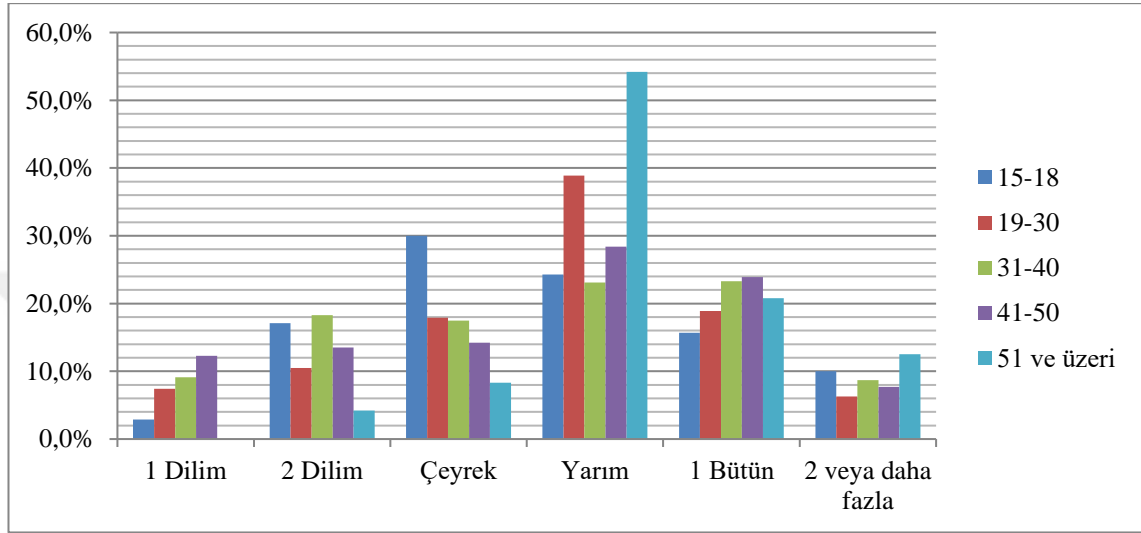
<b>Bir Öğünde Tüketilen Ekmek Miktarı</b>							
<b>Yaş</b>	<b>1 dilim</b>	<b>2 dilim</b>	<b>Çeyrek</b>	<b>Yarım</b>	<b>1 bütün</b>	<b>2 veya daha fazla</b>	<b>Toplam</b>
15-18	2	12	21	17	11	7	70
	2,9%	17,1%	30,0%	24,3%	15,7%	10,0%	100,0%
19-30	7	10	17	37	18	6	95
	7,4%	10,5%	17,9%	38,9%	18,9%	6,3%	100,0%
31-40	44	88	84	111	112	42	481
	9,1%	18,3%	17,5%	23,1%	23,3%	8,7%	100,0%
41-50	19	21	22	44	37	12	155
	12,3%	13,5%	14,2%	28,4%	23,9%	7,7%	100,0%
51 ve üzeri	0	1	2	13	5	3	24
	0,0%	4,2%	8,3%	54,2%	20,8%	12,5%	100,0%
Toplam	72	132	146	222	183	70	825
	8,7%	16,0%	17,7%	26,9%	22,2%	8,5%	100,0%

\* $\chi^2=39,973$ 

p=0,005

Yaş ile bir öğünde tüketilen ekmek miktarı arasındaki ilişkiyi incelediğimizde, 15-18 yaş grubundaki bireylerin %2,9'u bir dilim ekmek, %17,1'i iki dilim ekmek, %30'u çeyrek ekmek, %24,3'ü yarım ekmek, %15,7'si bir bütün ekmek ve %10'u ise iki veya daha fazla ekmek tükettiğini belirlenmiştir. 19-30 yaş grubunda ki bireylerin %7,4'ü bir dilim ekmek, %10,5'i iki dilim ekmek, %17,9'u çeyrek ekmek, %38,9'u yarım ekmek ve %18,9'u bir bütün ekmek %6,3'ü iki veya daha fazla ekmek tükettiği belirlenmiştir. 31-40 yaş grubundaki bireylerin %9,1'i bir dilim ekmek, %18,3'ü iki dilim ekmek, %17,5'i çeyrek ekmek, %23,1'i yarım ekmek, %23,3'ü bir bütün ekmek ve %8,7'si ise iki veya daha fazla ekmek tükettiği belirlenmiştir. 41-50 yaş grubundaki bireylerin %12,3'ü bir dilim ekmek, %13,5'i iki dilim ekmek, %14,2'si çeyrek ekmek, %28,4'ü yarım ekmek, %23,9'u bir bütün ekmek ve %7,7'si ise iki veya daha fazla ekmek tükettiği belirlenmiştir. 51 yaş ve üzeri bireylerin %0,0'ı bir dilim ekmek, %4,2'si iki dilim ekmek, %8,3'ü çeyrek ekmek, %54,2'si yarım ekmek, %20,8'i bir bütün ekmek ve %12,5'i ise iki veya daha fazla ekmek tükettiği belirlenmiştir. Sonuçlara bakıldığında, yaş ile bir öğünde tüketilen ekmek miktarı arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır (p< 0,05). Yaşa bağlı ekmek tüketiminde genç ve aktif nüfusta daha az ekmek tüketildiği görülmektedir buna sebep olarak sağlıklı yaşam sürdürme isteği olabilir. Bu verilere bakıldığında orta yaş ve yaşlı kesimde ekmek tüketimi daha

fazladır. Bunun sebebi fiziksel hareketlere paralel olarak tüketim alışkanlıklarının değişkenlik göstermesidir. Şekil 4.20’ de yaş grubuna bağlı günlük ekmek tüketim miktarının değişimi daha açık bir şekilde verilmiştir.



Şekil 4.20. Yaşa bağlı olarak günlük ekmek tüketim miktarının değişimi

#### 4.2.3. Ankete Katılanların Eğitim Durumu İle Ekmek Tüketimi Arasındaki İlişkisi

Yapılan anket çalışmasından elde edilen verilerin analizi ile oluşturulan katılımcıların eğitim düzeyine göre bir öğünde tüketilen ekmek miktarına ait frekans dağılımı Çizelge 4.6’ da verilmiştir.

**Çizelge 4.6.** Eğitim durumu ile ekmek tüketimi arasındaki ilişki

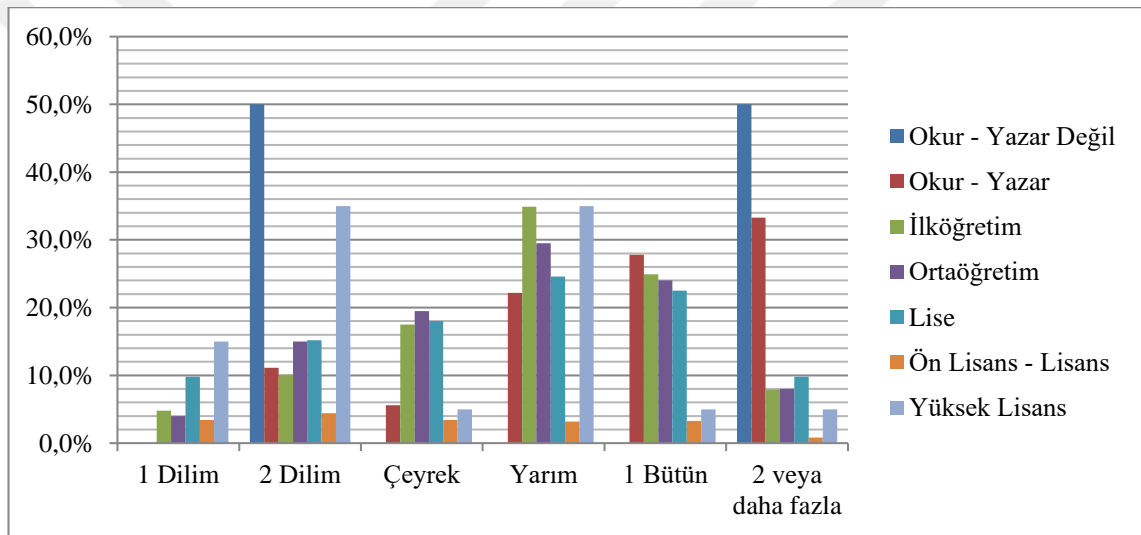
<b>Bir Öğünde Tüketilen Ekmek Miktarı</b>							
<b>Eğitim</b>	1 dilim	2 dilim	Çeyrek	Yarım	1 bütün	2 veya daha fazla	Toplam
Okur -Yazar	0	1	0	0	0	1	2
Değil	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%
Okur – Yazar	0	2	1	4	5	6	18
	0,0%	11,1%	5,6%	22,2%	27,8%	33,3%	100,0%
İlköğretim	9	19	33	66	47	15	189
	4,8%	10,1%	17,5%	34,9%	24,9%	7,9%	100,0%
Ortaöğretim	8	30	39	59	48	16	200
	4,0%	15,0%	19,5%	29,5%	24,0%	8,0%	100,0%
Lise	24	37	44	60	55	24	244
	9,8%	15,2%	18,0%	24,6%	22,5%	9,8%	100,0%
Ön lisans- Lisan	28	36	28	26	27	7	152
	3,4%	4,4%	3,4%	3,2%	3,3%	0,8%	18,4%
Yüksek Lisans	3	7	1	7	1	1	20
	15,0%	35,0%	5,0%	35,0%	5,0%	5,0%	100,0%
Toplam	72	132	146	222	183	70	825
	8,7%	16,0%	17,7%	26,9%	22,2%	8,5%	100,0%

\* $\chi^2=86,749$ 

p=0,000

Eğitim durumu ile bir öğünde tüketilen ekmek miktarı arasında ki ilişkiyi incelediğimizde, okur-yazarlığı olmayan birey sayısı yalnızca iki kişidir. Bunlardan bir tanesi %50 ile iki dilim ekmek, diğeri %50 ile iki veya daha fazla ekmek tükettiği belirlenmiştir. Okur-yazar olanların %11,1'i iki dilim ekmek, %5,6'sı çeyrek ekmek, %22,2'si yarım ekmek, %27,8'i bir bütün ekmek, %33,3'ü iki veya daha fazla ekmek tükettiği belirlenmiştir. İlköğretim mezunu bireylerin %4,8'i bir dilim ekmek, %10,1'i iki dilim ekmek, %17,5'i çeyrek ekmek, %34,9'u yarım ekmek, %24,9'u bir bütün ekmek ve %7,9'u ise iki veya daha fazla ekmek tükettiğini belirtmiştir. Ortaöğretim mezunu bireylerin %4'ü bir dilim ekmek, %15'i iki dilim ekmek, %19,5'i çeyrek ekmek, %29,5'i yarım ekmek, %24'ü bir bütün ekmek, %8'i ise iki veya daha fazla ekmek tükettiği belirlenmiştir. Lise mezunu bireylerin %9,8'i bir dilim ekmek, %15,2'si iki dilim ekmek, %18'i çeyrek ekmek, %24,6'sı yarım ekmek, %22,5'i bir bütün ekmek, %9,8'i ise iki veya daha fazla ekmek tükettiği belirlenmiştir. Ön Lisans - Lisans mezunu bireylerin %18,4'ü bir dilim ekmek, %23,7'si iki dilim ekmek, %18,4'ü çeyrek ekmek, %17,1'i yarım ekmek, %17,8'i bir bütün ekmek ve %4,6'sı ise iki veya daha fazla

ekmek tükettiği belirlenmiştir. Yüksek lisans mezunu bireylerin %15'i bir dilim ekmek, %35'i iki dilim ekmek, %5'i çeyrek ekmek, %5'i yarım ekmek, %5'i bir bütün ekmek, %5'i ise iki veya daha fazla ekmek tükettiği belirlenmiştir. Eğitim durumu ile bir öğünde tüketilen ekmek miktarı arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır ( $p<0,05$ ). Ankete katılanların eğitim düzeyi ileride olan anketörler sağlıklı yaşam koşullarına dikkat ettiğinden ekmek tüketiminde daha hassas davrandığı gözlemlenmiştir. Şekil 4.21' de eğitim durumuna bağlı günlük ekmek tüketim miktarının değişimi daha açık bir şekilde verilmiştir.



Şekil 4.21. Eğitim durumuna bağlı olarak günlük ekmek tüketim miktarının değişimi

#### 4.2.4. Ankete katılanların meslekleri ile ekmek tüketimi arasındaki ilişkisi

Yapılan anket çalışmasından elde edilen verilerin analizi ile oluşturulan katılımcıların meslek gruplarına göre bir öğünde tüketilen ekmek miktarına ait frekans dağılımı Çizelge 4.7' de verilmiştir.

**Çizelge 4.7.** Meslek ile ekmek tüketimi arasındaki ilişki

<b>Bir Öğünde Tüketilen Ekmek Miktarı</b>							
<b>Meslek</b>	1 dilim	2 dilim	Çeyrek	Yarım	1 bütün	2 veya daha fazla	Toplam
Memur	9	9	9	15	15	7	64
	14,1%	14,1%	14,1%	23,4%	23,4%	10,9%	100,0%
İşçi	6	9	8	15	23	13	74
	8,1%	12,2%	10,8%	20,3%	31,1%	17,6%	100,0%
Serbest Meslek	2	11	9	23	19	10	74
	2,7%	14,9%	12,2%	31,1%	25,7%	13,5%	100,0%
Emekli	3	3	4	10	6	1	27
	11,1%	11,1%	14,8%	37,0%	22,2%	3,7%	100,0%
Ev Hanımı	33	62	79	118	95	29	416
	7,9%	14,9%	19,0%	28,4%	22,8%	7,0%	100,0%
Öğrenci	3	21	23	20	11	5	83
	3,6%	25,3%	27,7%	24,1%	13,3%	6,0%	100,0%
Diğer	16	17	14	21	14	5	87
	18,4%	19,5%	16,1%	24,1%	16,1%	5,7%	100,0%
Toplam	72	132	146	222	183	70	825
	8,7%	16,0%	17,7%	26,9%	22,2%	8,5%	100,0%

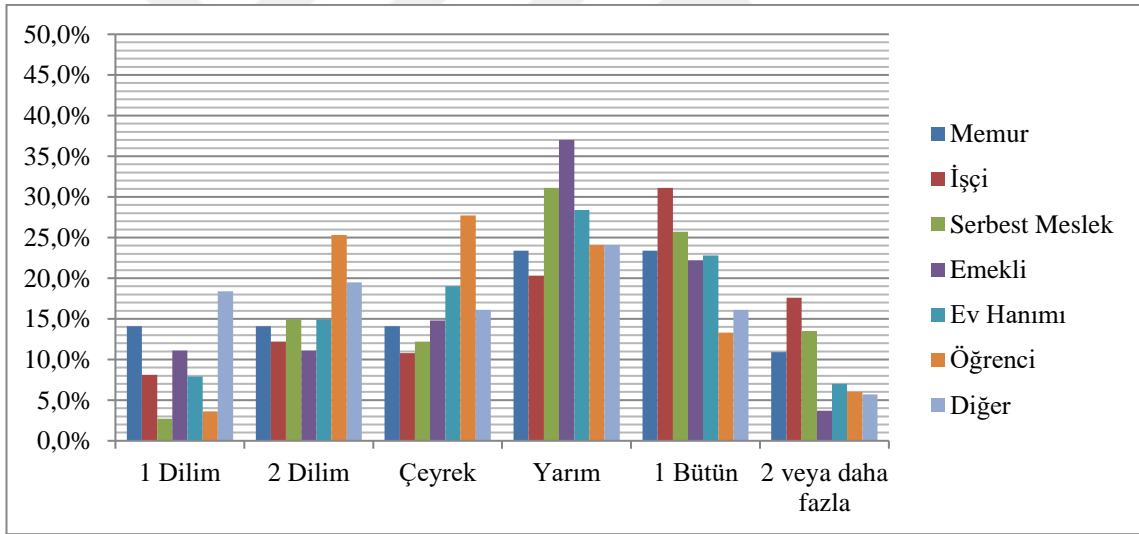
\* $\chi^2=57,842$ 

p=0,002

Meslek dağılımı ile bir öğünde tüketilen ekmek miktarı arasındaki ilişki incelendiğinde, memur olan bireylerin %14,1'i bir dilim ekmek, %14,1'i iki dilim ekmek, %14,1'i çeyrek ekmek, %23,4'ü yarım ekmek, %23,4'ü bir bütün ekmek ve %10,9'u ise iki veya daha fazla ekmek tükettiği belirlenmiştir. İşçi olan bireylerin %8,1'i bir dilim ekmek, %12,2'si iki dilim ekmek, %10,8'i çeyrek ekmek, %20,3'ü yarım ekmek, %31,1'i bir bütün ekmek ve %17,6'sının ise iki veya daha fazla ekmek tükettiği belirlenmiştir. Serbest meslek sahibi olan bireylerin %2,7'si bir dilim ekmek, %14,9'u iki dilim ekmek, %12,2'si çeyrek ekmek, %31,1'i yarım ekmek, %25,7'si bir bütün ekmek ve %13,5'inin ise iki veya daha fazla ekmek tükettiği belirlenmiştir. Emekli olan bireylerin %11,1'i bir dilim ekmek, %11,1'i iki dilim ekmek, %14,8'i çeyrek ekmek, %37'si yarım ekmek, %22,2'si bir bütün ekmek ve %3,7'sinin ise iki veya daha fazla ekmek tükettiği belirlenmiştir. Ev hanımı olan bireylerin %7,9'u bir dilim ekmek, %14,9'u iki dilim ekmek, %19'u çeyrek ekmek, %28,4'ü yarım ekmek, %22,8'i bir bütün ekmek ve %7'sinin ise iki veya daha fazla ekmek tükettiği belirlenmiştir. Öğrenci olan bireylerin %3,6'sı bir dilim ekmek, %25,3'ü iki dilim ekmek, %27,7'si çeyrek ekmek, %24,1'i



yarım ekmek, %13,3'ü bir bütün ekmek ve %6'sının ise iki veya daha fazla ekmek tükettiği belirlenmiştir. Diğer meslek grupları içerisinde yer alan bireylerin %18,4'ü bir dilim ekmek, %19,5'i iki dilim ekmek, %16,1'i çeyrek ekmek, %24,1'i yarım ekmek, %16,1'i bir bütün ekmek ve %5,7'sinin ise iki veya daha fazla ekmek tükettiği belirlenmiştir. Tüketicilerin meslek dağılımları ile bir öğünde tüketilen ekmek miktarı arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır ( $p<0,05$ ). Aile gelir düzeyinin yüksek oluşu ekmek tüketimini etkilemektedir. Eğitim seviyesi arttıkça ve bilinçlenme seviyesi yükseldikçe buna paralel olarak ekmek tüketiminde azalma görülmektedir. Gelir düzeyinin artmasıyla birlikte ekmek çeşidi tüketimini de etkilemektedir. Şekil 4.22' de meslek durumuna bağlı günlük ekmek tüketim miktarının değişimi daha açık bir şekilde verilmiştir.



Şekil 4.22. Mesleğe bağlı olarak günlük ekmek tüketim miktarının değişimi

#### 4.2.5. Ankete katılanların gelir düzeyi ile ekmek tüketimi arasındaki ilişkisi

Yapılan anket çalışmasından elde edilen verilerin analizi ile oluşturulan katılımcıların gelir düzeyine göre bir öğünde tüketilen ekmek miktarına ait frekans dağılımı Çizelge 4.8' de verilmiştir.

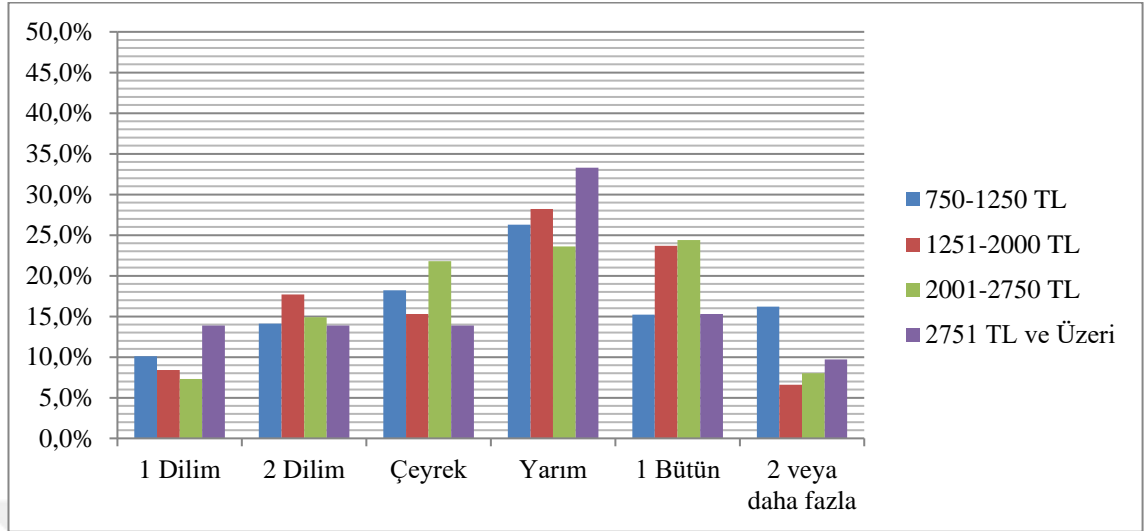
**Çizelge 4.8.** Gelir düzeyi ile ekmek tüketimi arasındaki ilişki

<b>Bir Öğünde Tüketilen Ekmek Miktarı</b>							
<b>Gelir Düzeyi</b>	1 dilim	2 dilim	Çeyrek	Yarım	1 bütün	2 veya daha fazla	Toplam
750-1250 TL	10 10,1%	14 14,1%	18 18,2%	26 26,3%	15 15,2%	16 16,2%	99 100,0%
1251-2000 TL	32 8,4%	67 17,7%	58 15,3%	107 28,2%	90 23,7%	25 6,6%	379 100,0%
2001-2750 TL	20 7,3%	41 14,9%	60 21,8%	65 23,6%	67 24,4%	22 8,0%	275 100,0%
2751 TL ve Üzeri	10 13,9%	10 13,9%	10 13,9%	24 33,3%	11 15,3%	7 9,7%	72 100,0%
Toplam	72 8,7%	132 16,0%	146 17,7%	222 26,9%	183 22,2%	70 8,5%	825 100,0%

\* $\chi^2=24,767$ 

p=0,05

Gelir düzeyi ile günlük tüketilen ekmek miktarı arasında ki ilişki incelendiğinde gelir düzeyi 750-1250 TL arasında olan bireylerin %10,1'i bir dilim ekmek, %14,1'i iki dilim ekmek, %18,2'si çeyrek ekmek, %26,3'ü yarım ekmek, %15,2'si bir bütün ekmek ve %16,2'si ise iki veya daha fazla ekmek tükettiği belirlenmiştir. Gelir düzeyi 1251-2000 TL arasında olan bireylerin %8,4'ü bir dilim ekmek, %17,7'si iki dilim ekmek, %15,3'ü çeyrek ekmek, %28,2'si yarım ekmek, %23,7'si bir bütün ekmek ve %6,6'sı ise iki veya daha fazla ekmek tükettiğini belirtmiştir. Gelir düzeyi 2001-2750 TL arasında olan bireylerin %7,3'ü bir dilim ekmek, %14,9'u iki dilim ekmek, %21,8'i çeyrek ekmek, %23,6'sı yarım ekmek, %24,4'ü bir bütün ekmek ve %8'i iki veya daha fazla ekmek tükettiği belirlenmiştir. Gelir düzeyi 2751 TL ve üzeri olan bireylerin %13,9'u bir dilim ekmek, %13,9'u iki dilim ekmek, %13,9'u çeyrek ekmek, %33,3'ü yarım ekmek, %15,3'ü bir bütün ekmek ve %9,7'si ise iki veya daha fazla ekmek tükettiği belirlenmiştir. Katılımcıların gelir düzeyi ile ekmek tüketimi arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu saptanmıştır (p<0,05). Ekmeğin doyurucu özelliğinden dolayı ekonomik geliri düşük olan katılımcıların ekmeği daha fazla tükettiği görülmektedir. Anket verilerinin sonucuna göre gelir düzeyini yüksek olan katılımcıların ise ekmeği daha az tercih ettiği görülmektedir. Çünkü doyurucu olarak ekmek değil daha farklı gıdaların tüketildiği varsayılabılır. Şekil 4.23' te aylık gelir durumuna bağlı günlük ekmek tüketim miktarının değişimi daha açık bir şekilde verilmiştir.



**Şekil 4.23.** Gelir düzeyine bağlı olarak günlük ekmek tüketim miktarının değişimi

#### 4.2.6. Ankete katılanların aile birey sayısı ile günlük alınan ekmek sayısı arasındaki ilişkisi

Yapılan anket çalışmasından elde edilen verilerin analizi ile oluşturulan katılımcıların ailedeki birey sayısına göre günlük olarak eve alınan ekmek sayısına ait frekans dağılımı Çizelge 4.9' da verilmiştir.

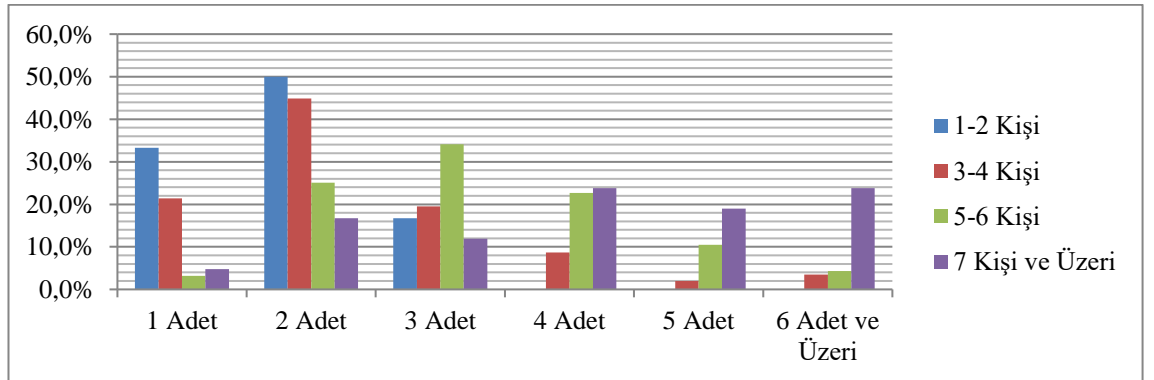
**Çizelge 4.9.** Aile birey sayısı ile günlük olarak alınan ekmek sayısı arasındaki ilişki

Günlük Alınan Ekmek Sayısı (Adet)							
Aile Birey Sayısı	1 Adet	2 Adet	3 Adet	4 Adet	5 Adet	6 Adet ve üzeri	Toplam
1-2 Kişi	4	6	2	0	0	0	12
	33,3%	50,0%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
3-4 Kişi	86	180	78	35	8	14	401
	21,4%	44,9%	19,5%	8,7%	2,0%	3,5%	100,0%
5-6 Kişi	12	93	126	84	39	16	370
	3,2%	25,1%	34,1%	22,7%	10,5%	4,3%	100,0%
7 Kişi ve üzeri	2	7	5	10	8	10	42
	4,8%	16,7%	11,9%	23,8%	19,0%	23,8%	100,0%
Toplam	104	286	211	129	55	40	825
	12,6%	34,7%	25,6%	15,6%	6,7%	4,8%	100,0%

\* $\chi^2=196,068$

p=0,000

Ailedeki birey sayısı ile günlük alınan ekmek sayısı arasındaki ilişkiyi incelediğimizde, aile sayısı 1-2 kişi olanlar günlük olarak %33,3'ü bir ekmek alırken, %50'si iki ekmek, %16,7'si üç ekmek aldığı belirlenmiştir. Hane sayısı 3-4 kişi olanların %21,4'ü bir ekmek, %44,9'u iki ekmek, %19,5'i üç ekmek, %8,7'si dört ekmek, %2'si beş ekmek ve %3,5'i altı ekmek ve üzerinde ekmek aldıkları belirlenmiştir. Hane sayısı 5-6 kişi olanların %3,2'si bir ekmek, %25,1'i iki ekmek, %34,1'i üç ekmek, %22,7'si dört ekmek, %10,5'i beş ekmek ve %4,3'ü altı ekmek ve üzerinde ekmek aldıkları belirlenmiştir. Hane sayısı 7 kişi ve üzeri olan ailelerin günlük olarak %4,8'i bir ekmek, %16,7'si iki ekmek, %11,9'u üç ekmek, %23,8'i dört ekmek, %19'u beş ekmek, %23,8'inin ise altı ekmek ve üzerinde ekmek aldıkları belirlenmiştir. Ailedeki birey sayısı ile eve alınan ekmek sayısı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu saptanmıştır ( $p<0,05$ ). Anket sonuçlarına bakıldığında hanedeki kişi sayısı arttıkça ekmek tüketimi de paralellik göstererek artmıştır. Bunun sebebi ekmek tüketiminin alışkanlıktan kaynaklandığı düşünülebilir. Şekil 4.24' te ailedeki birey sayısına bağlı günlük alınan ekmek miktarının değişimi daha açık bir şekilde verilmiştir.



**Şekil 4.24.** Ailedeki birey sayısına bağlı günlük alınan ekmek miktarının değişimi

#### 4.2.7. Ankete katılanların cinsiyeti ile ekmek israfı arasındaki ilişkisi

Yapılan anket çalışmasından elde edilen verilerin analizi ile oluşturulan katılımcıların cinsiyetine göre ekmek israfı yapıp yapmadıklarına dair frekans dağılımı Çizelge 4.10' da verilmiştir.

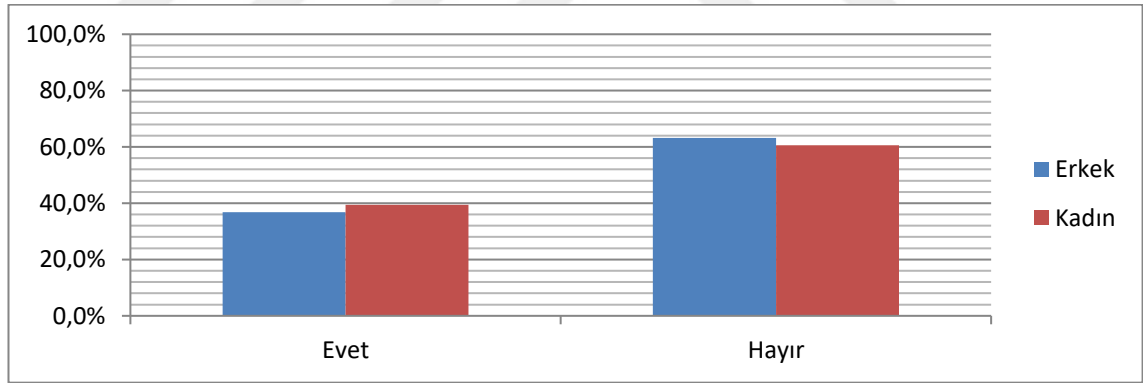
**Çizelge 4.10.** Cinsiyet ile ekmek israfı arasındaki ilişki

<b>Ekmek İsrafı</b>			
<b>Cinsiyet</b>	<b>Evet</b>	<b>Hayır</b>	<b>Toplam</b>
Erkek	98	168	266
	36,8%	63,2%	100,0%
Kadın	220	339	559
	39,4%	60,6%	100,0%
Toplam	318	507	825
	38,5%	61,5%	100,0%

\* $\chi^2=0,481$ 

p=0,488

Cinsiyet ile ekmek israfı arasındaki ilişkiyi incelediğimizde, erkeklerin %36,8'i ekmek israfı yaparken kadınların ise %39,4'si ekmek israfı yaptıklarını belirlenmiştir. İki değişken arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı tespit edilmiştir ( $p>0,05$ ). Şekil 4.25' te tüketicilerin cinsiyeti ile ekmek israfı arasındaki değişim daha açık bir şekilde verilmiştir.

**Şekil 4.25.** Tüketicilerin cinsiyeti ile ekmek israfı arasındaki değişim

#### 4.2.8. Ankete katılanların yaşı ile ekmek israfı arasındaki ilişkisi

Yapılan anket çalışmasından elde edilen verilerin analizi ile oluşturulan katılımcıların yaş dağılımına göre ekmek israfı yapıp yapmadıklarına dair frekans dağılımı Çizelge 4.11' de verilmiştir.

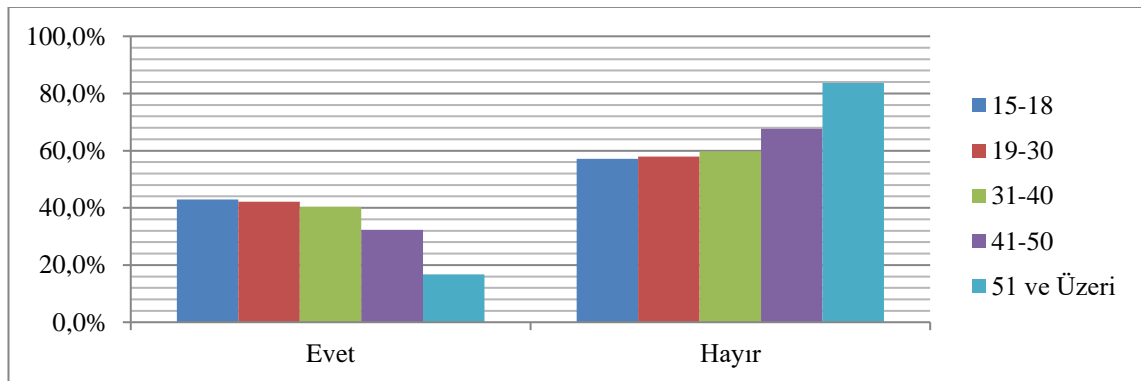
**Çizelge 4.11.** Yaş ile ekmek israfı arasındaki ilişki

Ekmek İsrafı			
Yaş	Evet	Hayır	Toplam
15-18	30	40	70
	42,9%	57,1%	100,0%
19-30	40	55	95
	42,1%	57,9%	100,0%
31-40	194	287	481
	40,3%	59,7%	100,0%
41-50	50	105	155
	32,3%	67,7%	100,0%
51 ve Üzeri	4	20	24
	16,7%	83,3%	100,0%
Toplam	318	507	825
	38,5%	61,5%	100,0%

\* $\chi^2=9,143$ 

p=0,06

Yaş ile ekmek israfı arasındaki ilişkiyi incelediğimizde 15-18 yaş grubu arasındaki bireylerin %42,9'u, 19-30 yaş grubu arasındaki bireylerin %42,1'i, 31-40 yaş grubu arasındaki bireylerin %40,3'ü, 41-50 yaş grubu arasındaki bireylerin %32,3'ü, 51 yaş ve üzerindeki bireylerin %16,7'si ekmek israfı yaptığı belirlenmiştir. Tüketicilerin yaşları ile ekmek israfı arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı tespit edilmiştir (p>0,05). Şekil 4.26' da tüketicilerin yaşı ile ekmek israfı arasındaki değişim daha açık bir şekilde verilmiştir.

**Şekil 4.26.** Tüketicilerin yaşı ile ekmek israfı arasındaki değişim

#### 4.2.9. Ankete katılanların eğitim durumu ile ekmek israfı arasındaki ilişki

Yapılan anket çalışmasından elde edilen verilerin analizi ile oluşturulan katılımcıların eğitim düzeyine göre ekmek israfı yapıp yapmadıklarına dair frekans dağılımı Çizelge 4.12' de vermiştir.

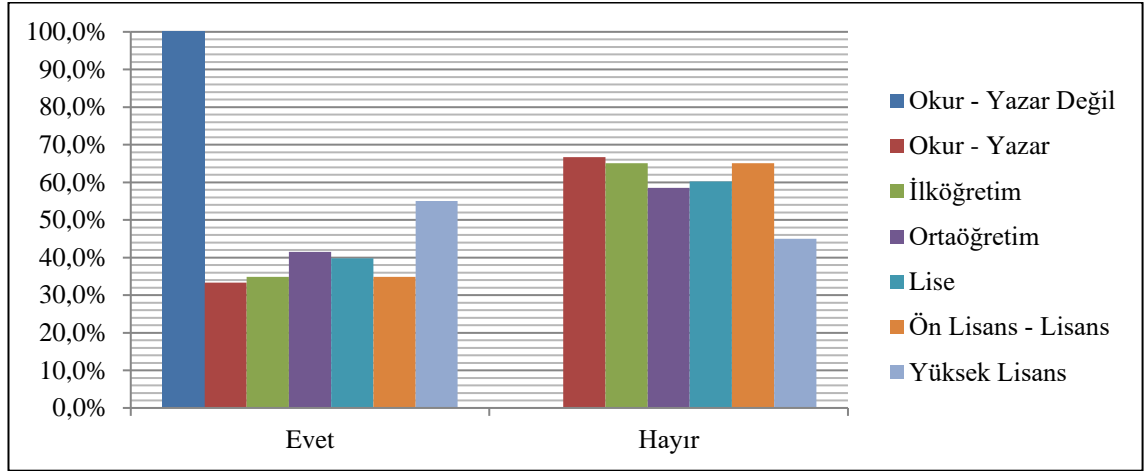
**Çizelge 4.12.** Eğitim durumu ile ekmek israfı arasındaki ilişki

<b>Ekmek İsrafı</b>			
<b>Eğitim Düzeyi</b>	<b>Evet</b>	<b>Hayır</b>	<b>Toplam</b>
Okur Yazar	2	0	2
Olmayan	100,0%	0,0%	100,0%
Okur Yazar	6	12	18
	33,3%	66,7%	100,0%
İlköğretim	66	123	189
	34,9%	65,1%	100,0%
Ortaöğretim	83	117	200
	41,5%	58,5%	100,0%
Lise	97	147	244
	39,8%	60,2%	100,0%
Ön Lisans – Lisans	53	99	152
	34,9%	65,1%	100,0%
Yüksek Lisans	11	9	20
	55,0%	45,0%	100,0%
Toplam	318	507	825
	38,5%	61,5%	100,0%

\* $\chi^2=8,485$

p=0,21

Eğitim düzeyleri ile ekmek israfı arasındaki ilişkiyi incelediğimizde okur- yazarlığı olmayan bireylerin %100'ü, okur-yazar olan bireylerin %33,3'ü, ilköğretim mezunu olan bireylerin %34,9'u, ortaöğretim mezunu bireylerin %41,5'i, lise mezunu olan bireylerin %39,8'i, ön lisans-lisans mezunu bireylerin %34,9'u, lisansüstü mezunu bireylerin ise %55'i ekmek israfı yaptığı belirlenmiştir. Ankete katılanların eğitim düzeyleri ile ekmek israfı arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı tespit edilmiştir ( $p>0,05$ ). Şekil 4.27' de tüketicilerin eğitim durumu ile ekmek israfı arasındaki değişim daha açık bir şekilde verilmiştir.



Şekil 4.27. Tüketicilerin eğitim durumu ile ekmek israfı arasındaki değişim

#### 4.2.10. Ankete katılanların meslekleri ile ekmek israfı arasındaki ilişkisi

Yapılan anket çalışmasından elde edilen verilerin analizi ile oluşturulan katılımcıların meslek gruplarına göre ekmek israfı yapıp yapmadıklarına dair frekans dağılımı Çizelge 4.13' te verilmiştir.

Çizelge 4.13. Meslek ile ekmek israfı arasındaki ilişki

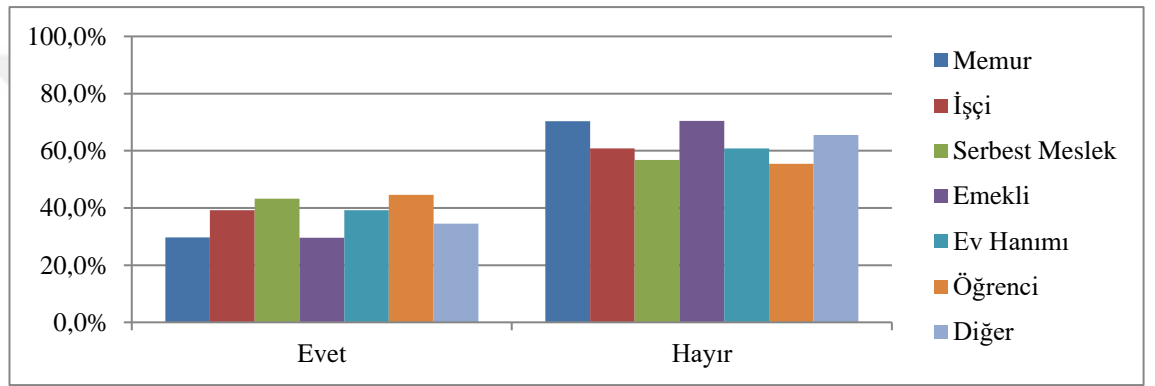
Ekmek İsrافی			
Meslek	Evet	Hayır	Toplam
Memur	19	45	64
	29,7%	70,3%	100,0%
İşçi	29	45	74
	39,2%	60,8%	100,0%
Serbest Meslek	32	42	74
	43,2%	56,8%	100,0%
Emekli	8	19	27
	29,6%	70,4%	100,0%
Ev Hanımı	163	253	416
	39,2%	60,8%	100,0%
Öğrenci	37	46	83
	44,6%	55,4%	100,0%
Diğer	30	57	87
	34,5%	65,5%	100,0%
Toplam	318	507	825
	38,5%	61,5%	100,0%

\* $\chi^2=5,681$

p=0,46



Meslekler ile ekmek israfı arasındaki ilişkiyi incelediğimizde, memur olan bireylerin %29,7'si, işçi olan bireylerin %39,2'si, serbest meslek sahibi bireylerin %43,2'si, emekli olan bireylerin %29,6'sı, ev hanımı olan bireylerin %39,2'si, öğrenci olan bireylerin %44,6'sı ve diğer meslek grubunda bulunan bireylerin %34,5'i ekmek israfı yaptığı belirlenmiştir. Katılımcıların meslekleri ile ekmek israfı arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı tespit edilmiştir ( $p>0,05$ ). Şekil 4.28' de tüketicilerin meslek durumu ile ekmek israfı arasındaki değişim daha açık bir şekilde verilmiştir.



Şekil 4.28. Tüketicilerin meslekleri ile ekmek israfı arasındaki değişim

#### 4.2.11. Ankete katılanların gelir düzeyi ile ekmek israfı arasındaki ilişkisi

Yapılan anket çalışmasından elde edilen verilerin analizi ile oluşturulan katılımcıların gelir düzeyine göre ekmek israfı yapıp yapmadıklarına dair frekans dağılımı Çizelge 4.14' te verilmiştir.

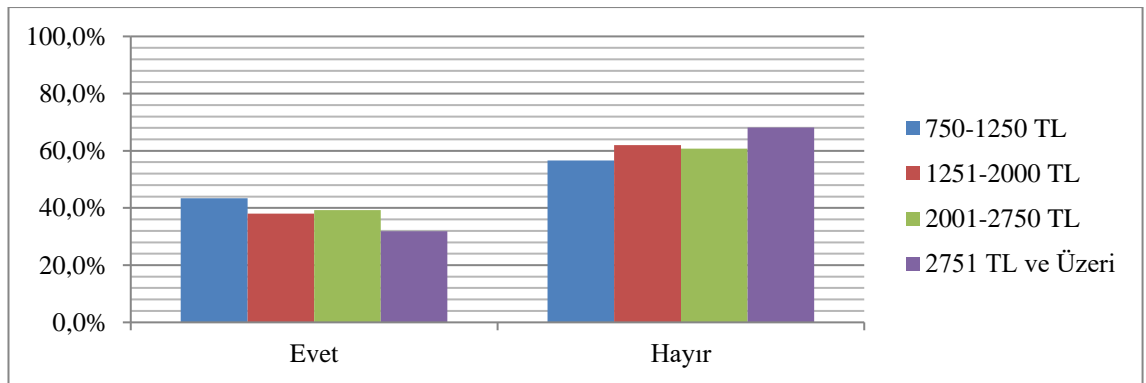
**Çizelge 4.14.** Gelir düzeyi ile ekmek israfı arasındaki ilişki

<b>Ekmek İsrافی</b>			
<b>Gelir Düzeyi</b>	<b>Evet</b>	<b>Hayır</b>	<b>Toplam</b>
750-1250 TL	43	56	99
	43,4%	56,6%	100,0%
1251-2000 TL	144	235	379
	38,0%	62,0%	100,0%
2001-2750 TL	108	167	275
	39,3%	60,7%	100,0%
2751 TL ve üzeri	23	49	72
	31,9%	68,1%	100,0%
Toplam	318	507	825
	38,5%	61,5%	100,0%

\* $\chi^2=2,433$ 

p=0,49

Gelir düzeyi ile ekmek israfı arasındaki ilişkiyi incelediğimizde, gelir düzeyi 750-1250 TL arasında olan bireylerin %43,4'ü, 1251-2000 TL arasında olan bireylerin %38'i, 2001-2750 TL arasında olan bireylerin %39,3'ü ve 2751 TL ve üzerinde olan bireylerin %31,9'u ekmek israfı yaptığı belirlenmiştir. Katılımcıların gelir düzeyi ile ekmek israfı arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı tespit edilmiştir ( $p>0,05$ ). Şekil 4.29' da tüketicilerin aylık gelir düzeyi ile ekmek israfı arasındaki değişim daha açık bir şekilde verilmiştir.

**Şekil 4.29.** Tüketicilerin aylık gelir düzeyi ile ekmek israfı arasındaki değişim

#### 4.2.12. Ankete katılanların aile birey sayısı ile ekmek israfı arasındaki ilişkisi

Yapılan anket çalışmasından elde edilen verilerin analizi ile oluşturulan katılımcıların ailedeki birey sayısının değişimine göre ekmek israfının yapılıp yapılmadığına dair frekans dağılımı Çizelge 4.15' te verilmiştir.

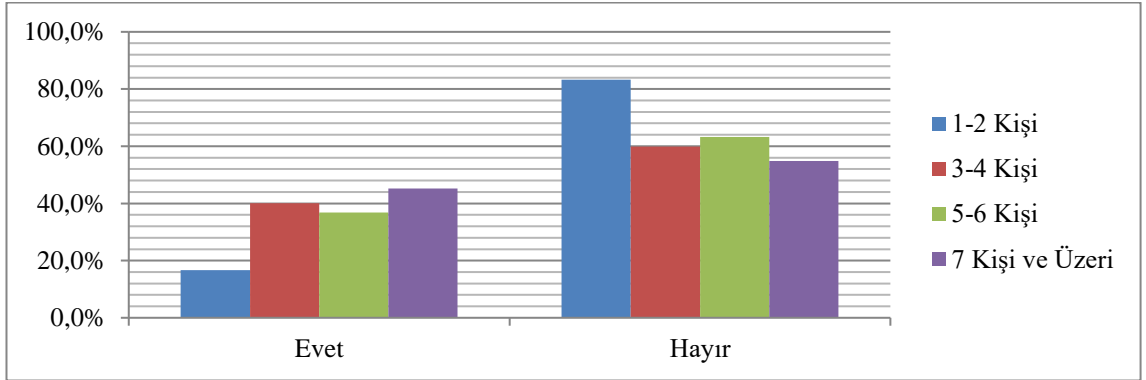
**Çizelge 4.15.** Aile birey sayısı ile ekmek israfı arasındaki ilişki

<b>Ekmek İsrافی</b>			
<b>Aile Birey Sayısı</b>	<b>Evet</b>	<b>Hayır</b>	<b>Toplam</b>
1-2	2	10	12
	16,7%	83,3%	100,0%
3-4	161	240	401
	40,1%	59,9%	100,0%
5-6	136	234	370
	36,8%	63,2%	100,0%
7 kişi ve üzeri	19	23	42
	45,2%	54,8%	100,0%
Toplam	318	507	825
	38,5%	61,5%	100,0%

\* $\chi^2=4,154$

p=0,25

Aile birey sayısı ile ekmek israfı arasındaki ilişkiyi incelediğimizde, ailedeki birey sayısı 1-2 kişi arasında olan bireylerin %16,7'si, 3-4 kişi arasında olan bireylerin %40,1'i, 5-6 kişi arasında olan bireylerin %36,8'i ve 7 kişi ve üzerinde olan bireylerin %45,2'si ekmek israfı yaptığı belirlenmiştir. Katılımcıların aile birey sayısı ile ekmek israfı arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı tespit edilmiştir (p>0,05). Şekil 4.30' da tüketicilerin aile birey sayısı ile ekmek israfı arasındaki değişim daha açık bir şekilde verilmiştir.



Şekil 4.30. Tüketicilerin aile birey sayısı ile ekmek israfı arasındaki değişim

#### 4.2.13. Ankete katılanların günlük alınan ekmek sayısı ile ekmek israfı arasındaki ilişkisi

Yaptığımız araştırma sonucunda elde edilen verilerin analizi ile oluşturulan günlük eve alınan ekmek sayısının değişimine göre ekmek israfının yapılıp yapılmadığına dair frekans dağılımı Çizelge 4.16' da yer almaktadır.

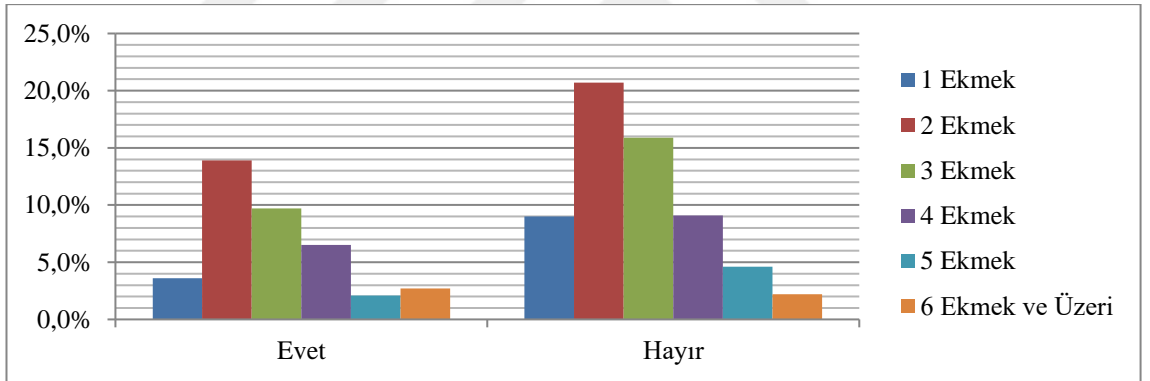
Çizelge 4.16. Günlük olarak alınan ekmek sayısı ile ekmek israfı arasındaki ilişki

Günlük Alınan Ekmek Sayısı	Ekmek İsrافی		Toplam
	Evet	Hayır	
1 Ekmek	30 3,6%	74 9,0%	104 12,6%
2 Ekmek	115 13,9%	171 20,7%	286 34,7%
3 Ekmek	80 9,7%	131 15,9%	211 25,6%
4 Ekmek	54 6,5%	75 9,1%	129 15,6%
5 Ekmek	17 2,1%	38 4,6%	55 6,7%
6 Ekmek ve üzeri	22 2,7%	18 2,2%	40 4,8%
Toplam	318 38,5%	507 61,5%	825 100,0%

\* $\chi^2=11,025$

p=0,04

Günlük olarak eve alınan ekmek sayısı ile ekmek israfı arasındaki ilişkiyi incelediğimizde, günlük olarak bir ekmek alınan evlerde %3,6'sı, iki ekmek alınan evlerde %13,9'u, üç ekmek alınan evlerde %9,7'si, dört ekmek alınan evlerde %6,5'i, beş ekmek alınan evlerde %2,1'i, altı ekmek ve üzerinde ekmek alınan evlerde ise %2,7 oranında ekmek israfı yapıldığı belirlenmiştir. Katılımcıların günlük evlerine alınan ekmek sayısı ile ekmek israfı arasında anlamlı bir ilişkinin bulunduğu tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ). Bireylerin evlerine aldıkları ekmek sayısındaki fazlalık ekmeğin değerini düşürdüğü görülmektedir. Günlük eve alınan ekmek miktarındaki fazlalık gün içerisinde tüketilmediğinde ertesi gün bayat ekmek olarak düşünülmekte ve bu durum sonucunda tüketim yapılmadığı ve israfa göz yumulduğu görülmektedir. Şekil 4.31' de tüketicilerin günlük olarak eve alınan ekmek sayısı ile ekmek israfı arasındaki değişim daha açık bir şekilde verilmiştir.



**Şekil 4.31.** Tüketicilerin günlük olarak eve alınan ekmek sayısı ile ekmek israfı arasındaki değişim

### 4.3. İstanbul Halk Ekmek Büfecilerin Anket Sonuçları

#### 4.3.1. Büfecilerin demografik özellikleri

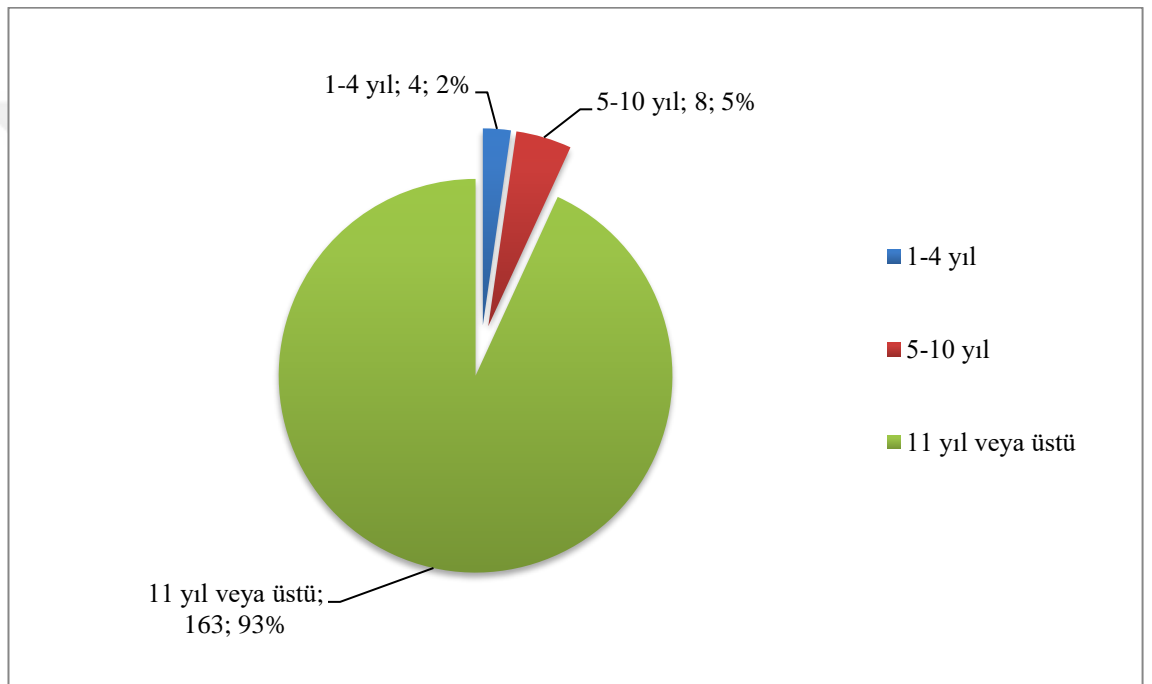
Ankete katılan 175 İHE büfecilerin demografik özellikleri Çizelge 4.17’de verilmiştir. Ankete katılan büfecilerin cinsiyet durumuna bakıldığında %65,1’inin cinsiyeti erkek (114) ve %34,9’unun cinsiyeti kadın (61) olduğu görülmüştür. Ankete katılan büfecilerin yaş dağılımına baktığımızda %3,4’ü 19-30 yaş gurubunu oluşturduğu görülmüştür. %21,1’inin 31-40 yaş gurubunu, %26,3’ünün 41-50 yaş gurubunu ve %49,1’inin 51 veya üstü yaş grubunu oluşturduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında okur-yazar olanların yüzdeler oranı %1,7’dir. Katılımcıların, %34,9’u ilköğretimden, %22,3’ü ortaöğretimden, %37,7’si liseden mezun olduğu görülmektedir. Lisans katılımcı oranı ise sadece %3,4’lük kısmı oluşturmaktadır. Katılımcıların gelir durumlarına baktığımızda en fazla %45,7 ile asgari ücret olduğu görülmektedir. Daha sonra ki sırada ise %40,6 ile asgari ücretten daha fazla geliri olduğu görülmektedir. Asgari ücretten daha az geliri kısım ise en az kişi ile %13,7’sini oluşturmaktadır. İHE büfecilerinin önemli bir istihdam oluşturulduğu ve işsiz nüfus için garantili temiz bir iş kapısı olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.17. Büfecilerin demografik özellikleri

<b>Büfecilerin Cinsiyet Dağılımı</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Erkek	114	65,1
Kadın	61	34,9
<b>Toplam</b>	<b>175</b>	<b>100,0</b>
<b>Büfecilerin Yaş Dağılımı</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
19-30	6	3,4
31-40	37	21,1
41-50	46	26,3
51 veya üstü	86	49,1
<b>Toplam</b>	<b>175</b>	<b>100,0</b>
<b>Büfecilerin Eğitim Düzeyi Dağılımı</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Okur-Yazar	3	1,7
İlköğretim	61	34,9
Ortaöğretim	39	22,3
Lise	66	37,7
Lisans	6	3,4
<b>Toplam</b>	<b>175</b>	<b>100,0</b>
<b>Büfecilerin Aylık Gelir Dağılımı</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Asgari Ücretten Daha Az	24	13,7
Asgari Ücret	80	45,7
Asgari Ücretten Daha Fazla	71	40,6
<b>Toplam</b>	<b>175</b>	<b>100,0</b>

#### 4.3.2. Büfecilerin İstanbul'da ikamet süresi

Anket verilerine göre büfecilerin %2,3'ünün (4) 1-4 yıl arası ikamet ettiği belirtilmiştir. 5-10 yıl arası ikamet süresi ise %4,6'lık (8) kısmı oluşturmaktadır. İkamet süresi en fazla olan %93,1'lik (163) kısmı 11 yıl veya üzeri oluşturmaktadır. Katılımcıların İstanbul'da ikamet sürelerine ait dağılım Şekil 4.32' de verilmiştir.

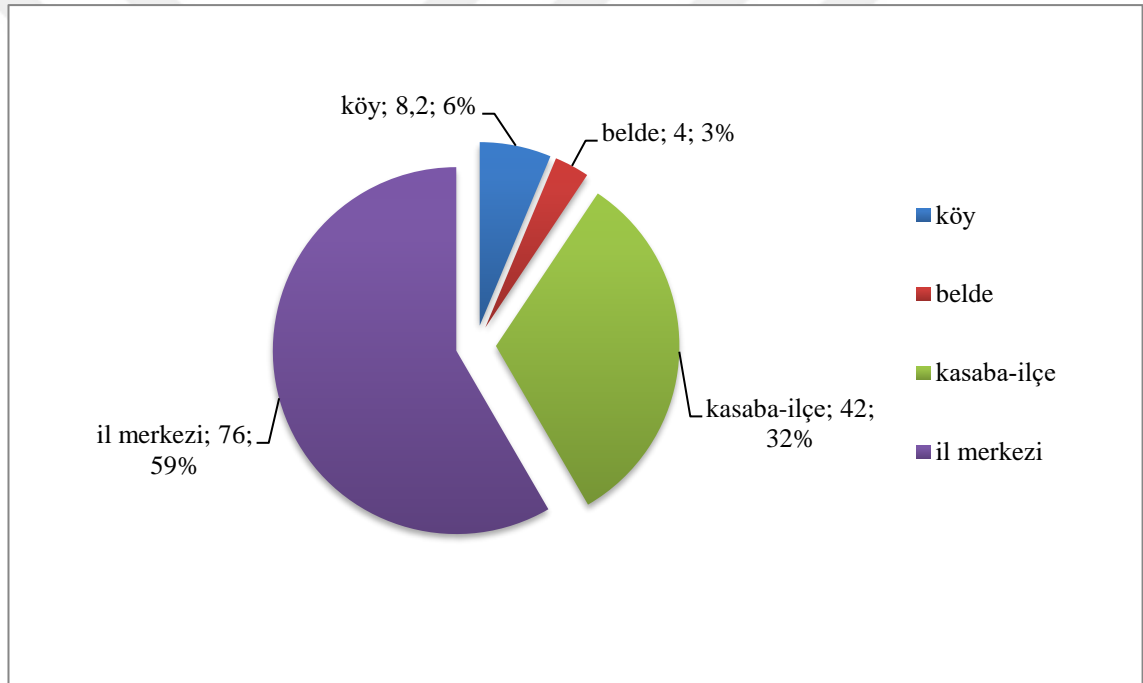


Şekil 4.32. Büfecilerin İstanbul'da ikamet süresi



### 4.3.3. Büfecilerin İstanbul'dan önceki ikamet yeri

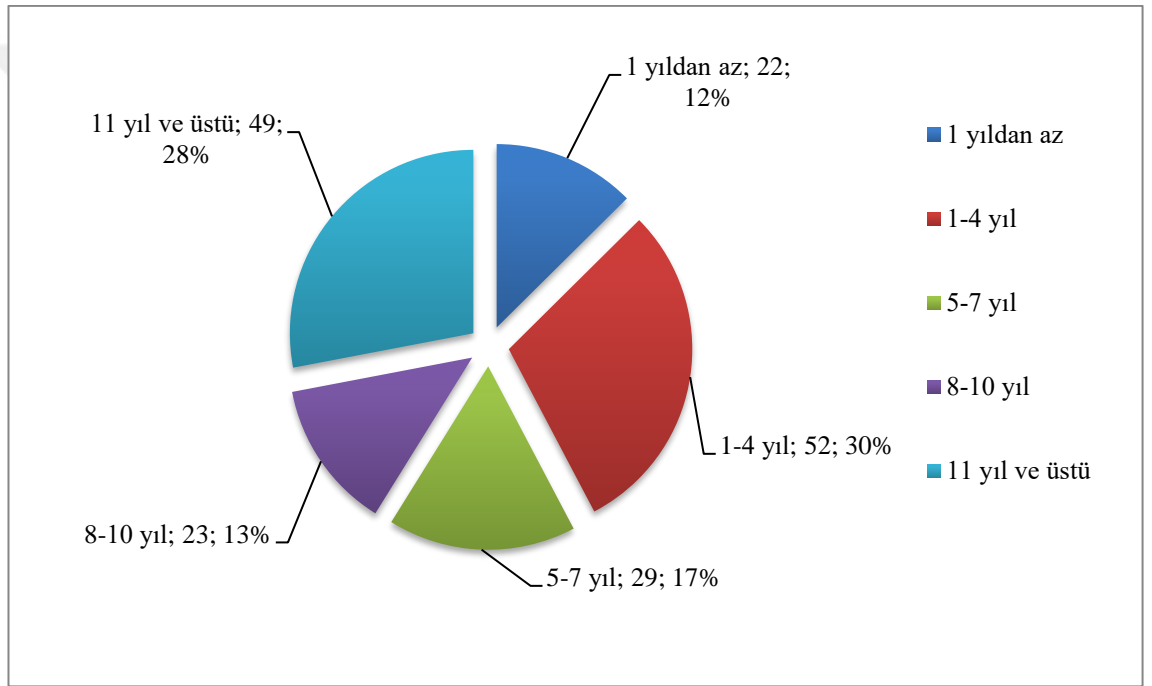
Anket verilerine göre büfecilerin %43,4'ünün (76) başka bir il merkezinden İstanbul'a geldikleri belirlenmiştir. %24'ü (42) kasaba-ilçeden gelirken buna karşın %2,3'ü (4) beldeden İstanbul'a gelmiştir. %30,3'ü (53) köyden gelenleri oluşturmaktadır. Katılımcıların İstanbul'dan önce ikamet yerlerine ait dağılım Şekil 4.33' de verilmiştir. Başka illerden gelen vatandaşlar için de bulunmaz bir fırsat ve iş kapısı olarak İHE büfeleri önemli bir boşluğu doldurmaktadır.



Şekil 4.33. Büfecilerin İstanbul'dan önceki ikamet yerleri

#### 4.3.4. Büfecilerin meslek süreleri

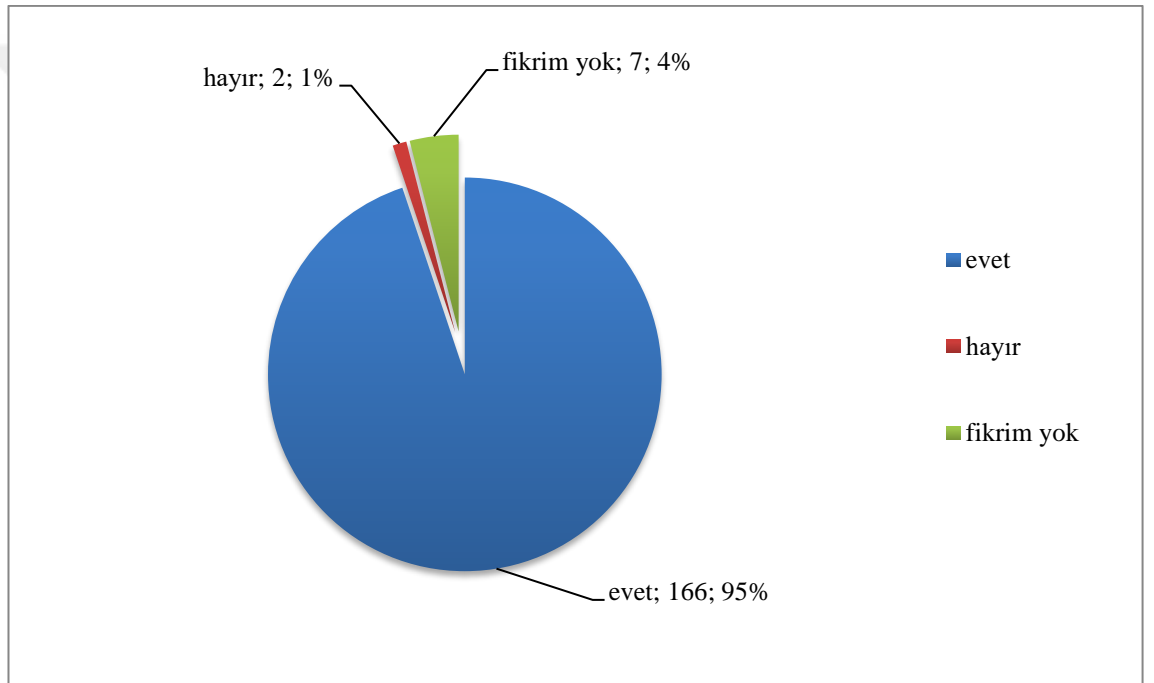
Anket verilerine göre büfecilerin %12,6'sı (22) 1 yıldan az süredir bu mesleği yaptığını belirtmiştir. %29,7'si (52) 1-4 yıl, %16,6'sı (29) 5-7 yıl, %13,1'i (23) 8-10 yıl, %28'i (49) ise 11 yıl veya üstü büfecilik yaptığı belirlenmiştir. Büfecilerin meslek sürelerine ait dağılım Şekil 4.34' de belirtilmiştir. Uzun yıllardan beri bu işi sürdürenler İHE den memnuniyetin de göstergesi olmuştur.



Şekil 4.34. Büfecilerin meslek süre dağılımı

#### 4.3.5. Büfecilerin İHE 'ye Güven Durumu

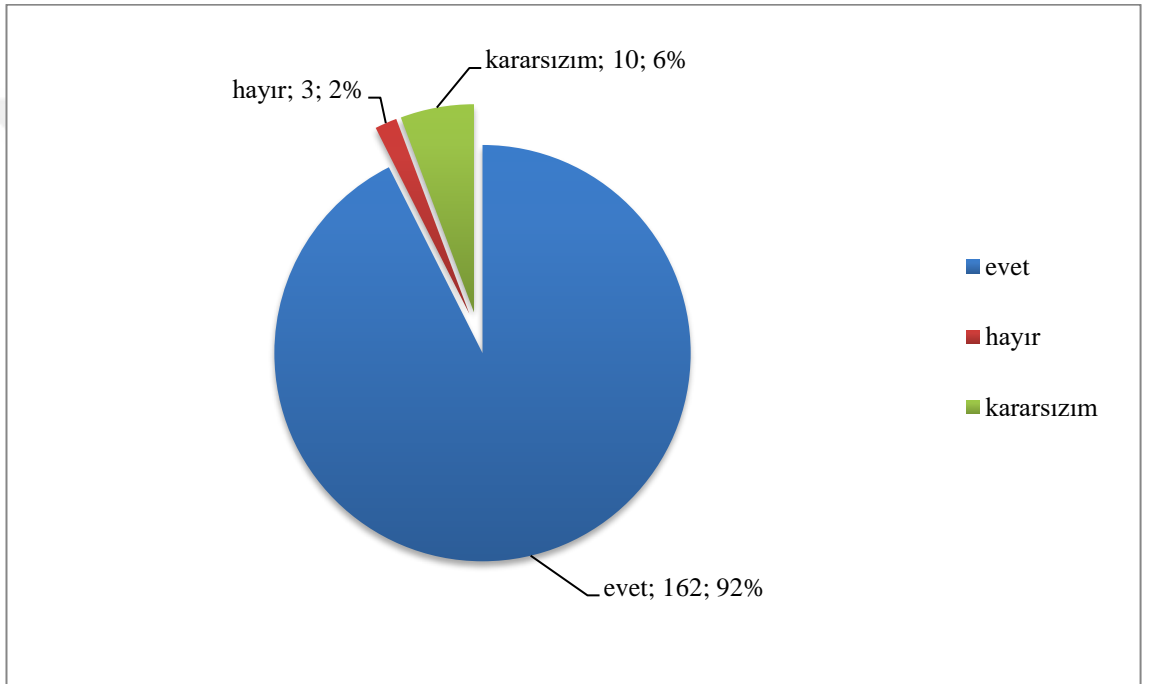
Anket verilerine göre büfecilerin %94,9'u (166) satışını yaptığı İHE firmasına güvendiklerini belirtmiştir. %1,1'i (2) güvenmediğini, %4'ü (7) ise fikri olmadığını belirtmiştir. Büfecilerin İHE' e güven durumuna ait dağılım Şekil 4.35' de belirtilmiştir. Güvensizlik durumunun analiz edilerek memnuniyetsizliğin en aza düşürülmesi gerekmektedir.



Şekil 4.35. Büfecilerin İHE' ye güven durumu

#### 4.3.6. Büfecilerin yaptığı işi seviyor olma durumu

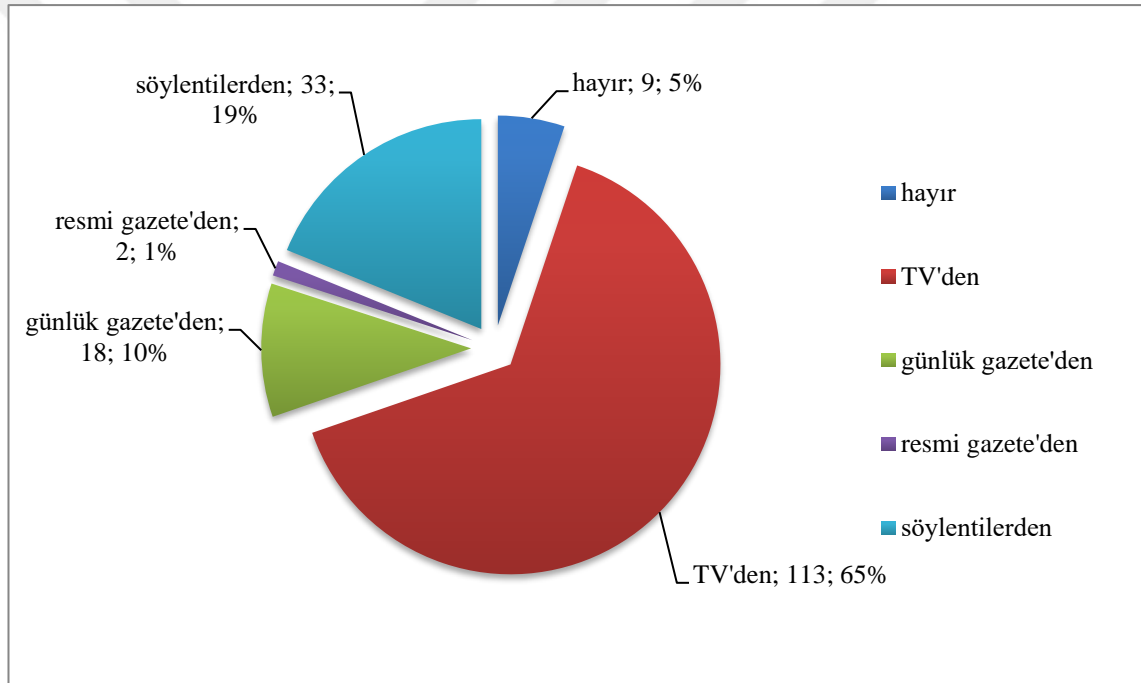
Anket verilerine göre büfecilerin %92,6'sı (162) yaptığı işi sevdiğini belirtmiştir. %1,7'nin (3) ise sevmediğini belirtmiştir. Geri kalan %5,7'nin (10) kararsız olduğu görülmektedir. Büfecilerin yaptığı işi sevip sevmeme durumuna ait dağılım Şekil 4.36' da belirtilmiştir.



Şekil 4.36. Büfecilerin yaptığı işi sevip sevmeme durumu

#### 4.3.7. Büfecilerin İHE ile ilgili gelişmeleri takip etme durumu

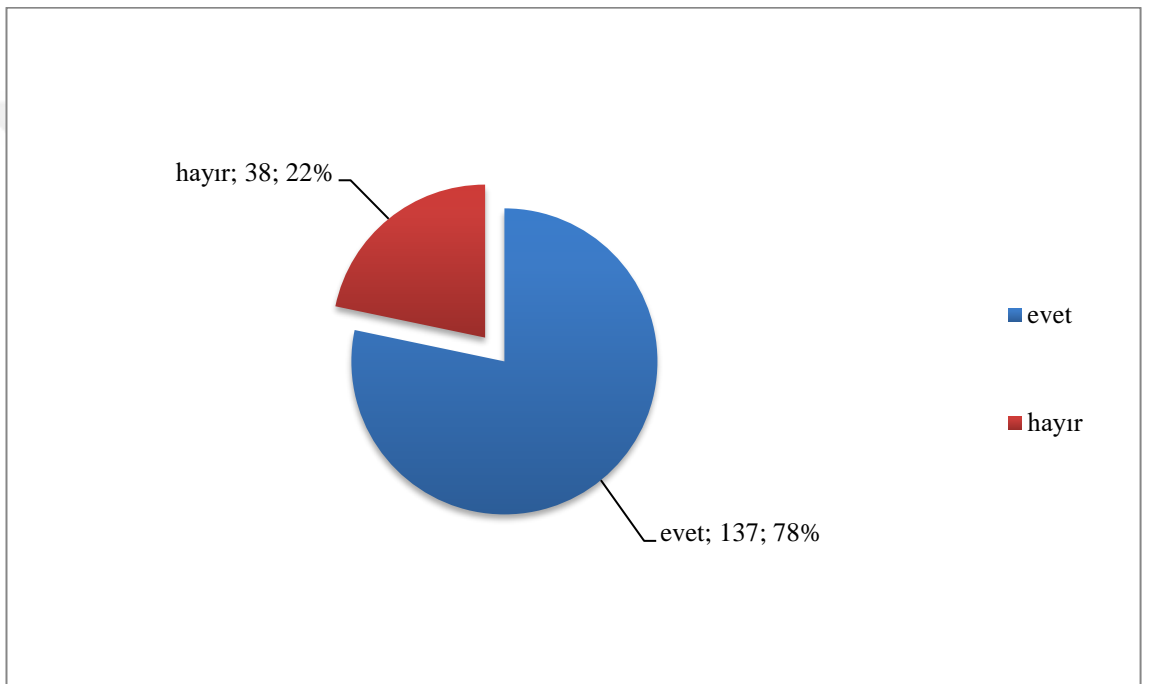
Anket verilerine göre büfecilerin %5,1'inin (9) meslekleri ile ilgili çıkan yayınları ve kanunları takip etmedikleri, %64,6'sının (113) TV'den, %10,3'ünün (18) günlük gazetelerden, %1,1'inin (2) resmi gazetelerden, %18,9'unun (33) ise söylentilerden takip ettiği belirlenmiştir. Büfecilerin İHE ile ilgili gelişmeleri takip etme durumuna ait dağılım Şekil 4.37' de belirtilmiştir. Sorumlu büfeciliğin yaygınlaştırılması için İHE'nin hizmet içi eğitime yön vermesi gerekmektedir.



Şekil 4. 37. Büfecilerin İHE ile ilgili gelişmeleri takip etme durumu

#### 4.3.8. Büfecilerin büfe işletmeciliği ile ilgili eğitim alma durumu

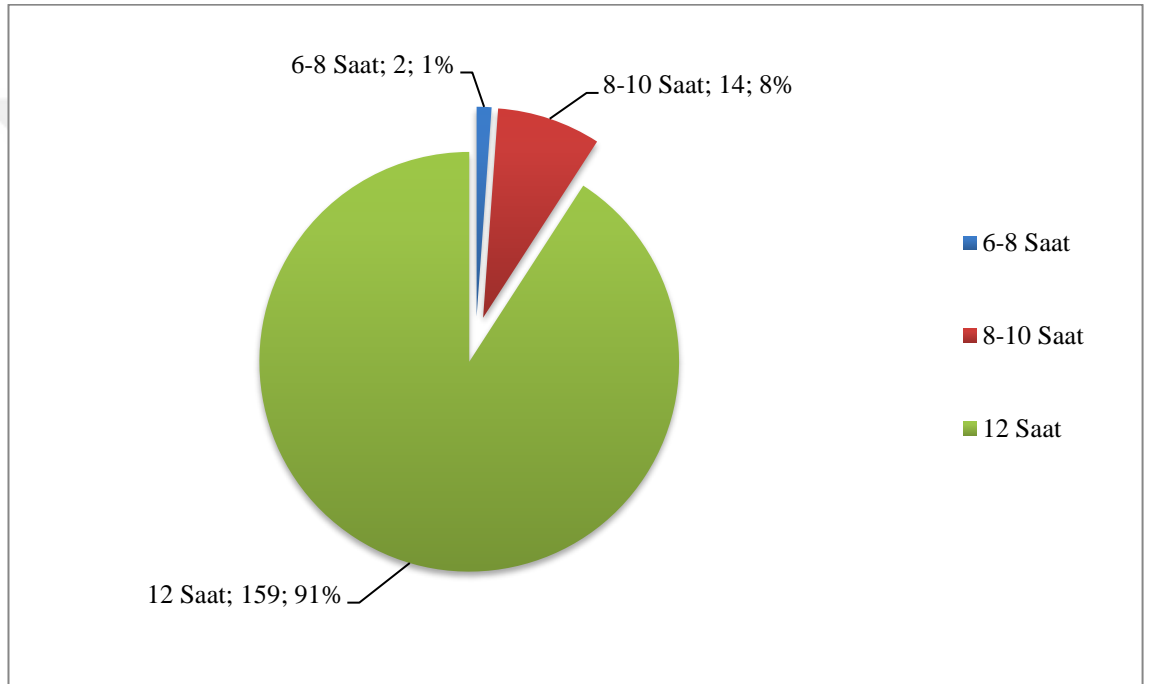
Anket verilerine göre büfecilerin %73,3'  (137) büfe işletmeciliği ile ilgili eğitim aldıklarını belirtirken %21,7'si (38) eğitim almadıklarını belirtmişlerdir. Büfecilerin hizmet içi eğitilmeye alınıp alınmaması durumuna ait dağılım Şekil 4.38' de belirtilmiştir.



Şekil 4.38. Büfecilerin büfe işletmeciliği ile ilgili eğitim alma durumu

#### 4.3.9. Büfecilerin günlük çalışma süreleri

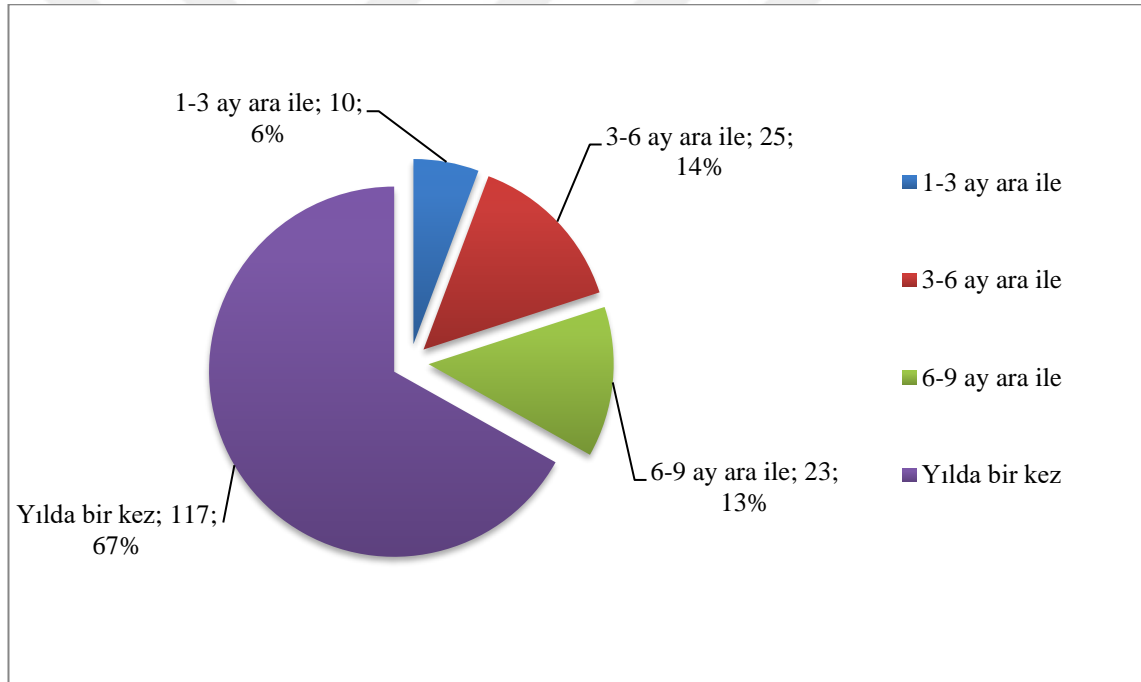
Anket verilerine göre büfecilerin %1,1'i (2) günde 6-8 saat arası, %8'i (14) 8-10 saat arası, %90,9'u (159) ise 12 saat çalıştıkları belirlenmiştir. Büfecilerin günlük çalışma süre dağılımına ait durum Şekil 4.39' da belirtilmiştir. İş kapasitesi ve yoğunluğuna göre çalışma saatleri gerekirse vardiyalı olarak ta düzenlenebilir.



Şekil 4.39. Büfecilerin günlük çalışma süreleri

#### 4.3.10. Büfecilerin sağlık kontrollerini yaptırma sıklığı

Anket verilerine göre büfecilerin %5,7'si (10) 1-3 ay ara ile sağlık kontrollerini yaptığı belirlenmiştir. %14,3'ü (25) 3-6 ay ara ile %13,1'i (23) 6-9 ay ara ile sağlık kontrollerini yaptığı belirlenirken büfecilerin büyük kısmı %66,9'u (117) yılda bir kez sağlık kontrollerini yaptığını belirtmektedir. Büfecilerin ne sıklıkta sağlık kontrollerini yaptırma durumuna ait dağılım Şekil 4.40' da belirtilmiştir. Yasal zorunluluk olarak aksatılmaması gereken ve firmaya olan güvenin sarsılmaması bakımından ihmal edilmemesi gereken bir husustur.



Şekil 4.40. Büfecilerin ne sıklıkta sağlık kontrollerini yaptırma durumu



#### 4.3.11. Büfecilerin en çok hangi ekmeklerden satış yaptıklarının durumu

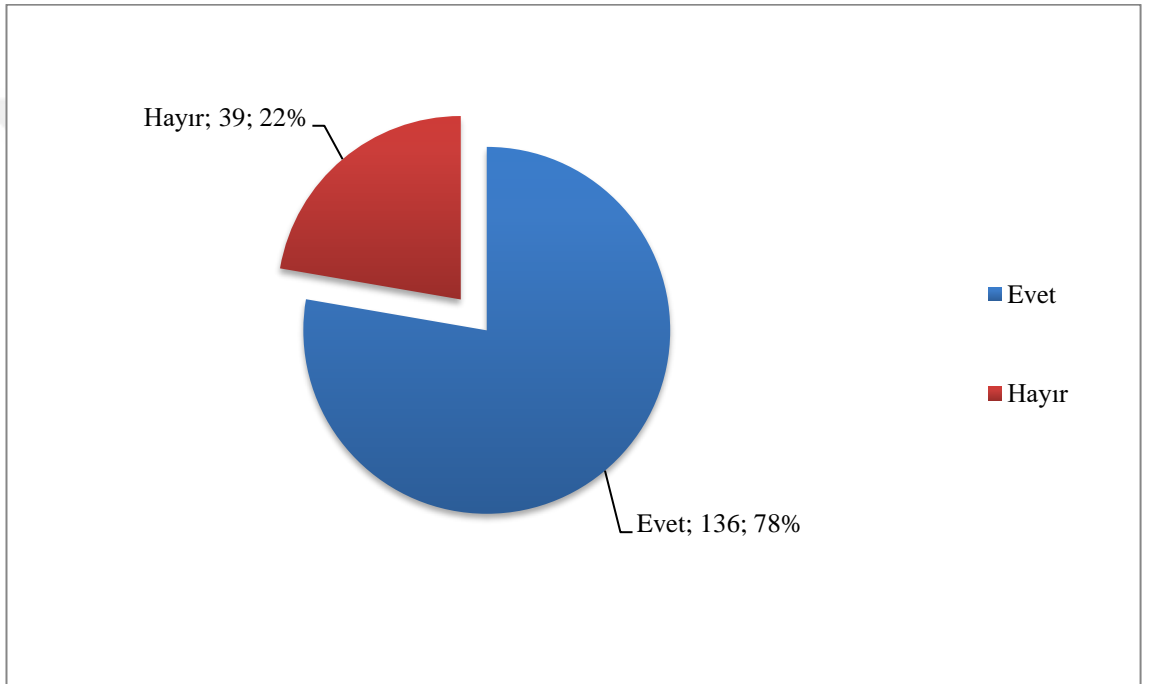
Anket verilerine göre büfecilerin %88,6'sı normal ekmekten, %84,6'sı tam buğday ekmekten, %7,4'ü pideden, %30,3'ü kepekli ekmekten, %37,1'i çavdarlı ekmekten, %14,3'ü sandviçten, %9,7'si Light ekmekten, %30,3'ü tost ekmekten, %24'ü tuzsuz ekmekten, %26,3'ü Akdeniz sade ekmekten, %11,4'ü hamburger ekmekten, %41,7'si altın çörek ekmekten, %20,6'sı galeta ekmekten, %19,4'ü grisini ekmekten, %8,6'sı diğer ekmeklerden daha çok satış yaptığını belirtmiştir. Büfecilerin İHE'nin en çok hangi ekmeklerinden satış yaptığını gösteren veriler Çizelge 4.18' de verilmiştir. Normal ekmek tüketiminin daha fazla oluşu tüketicilerin alışkanlığından kaynaklanma birlikte diğerlerine göre daha çok tercih edilmesinin asıl sebebi doyurucu olmasıdır. Kepekli, çavdar, sandviç ve diğer ekmek türlerinin tat oranlarının düşük olmasından dolayı tercih edilmediği, farklı tatlar arama içerisine girilmediği, yeni tatlara önyargının oluşu ekmek tercihinde normal ekmeği zirvede tutmaktadır. Özellikle zayıflamak için tercih edilen kepek ve çavdar ekmeklerinin daha tatsız olmasından dolayı normal yaşantıda az tercih edilmektedir.

**Çizelge 4.18.** Büfecilerin İHE'nin en çok hangi ekmeklerinden satış yapma durumu (Bu soruda büfeciler birden fazla seçenek işaretlemişlerdir)

Ekmek Çeşitleri	f	%
Normal Ekmek	155	88,6
Tam Buğday	148	84,6
Pide	13	7,4
Kepekli	53	30,3
Çavdarlı	65	37,1
Sandviç	25	14,3
Light	17	9,7
Tost	53	30,3
Tuzsuz	42	24,0
Akdeniz Sade	46	26,3
Hamburger	20	11,4
Altın Çörek	73	41,7
Galeta	36	20,6
Grisini	34	19,4
Diğer	15	8,6
<b>Toplam</b>	<b>795</b>	<b>454,3</b>

#### 4.3.12. Büfecilerin gün sonunda elinde normal ekmek kalma durumu

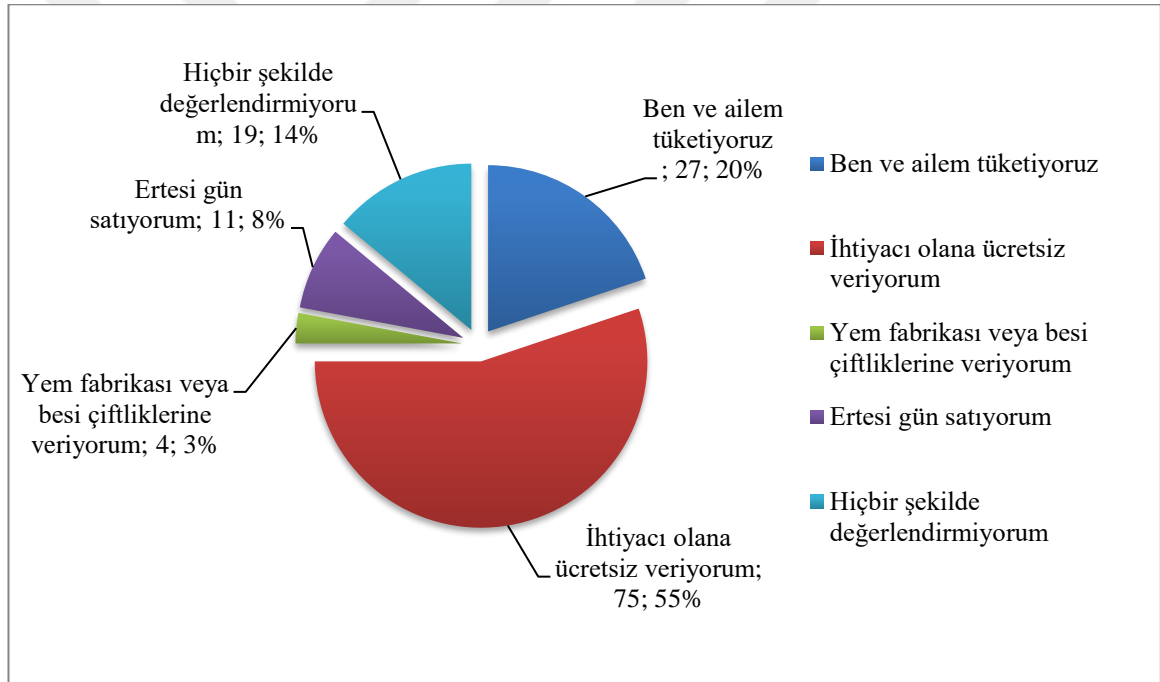
Anket verilerine göre büfecilerin %77,7'sinin (136) gün sonunda elinde normal ekmek kaldığını belirlenmiştir. %22,3'  (39) ise gün sonunda normal ekmek kalmadığını belirtmiştir. Büfecilerin gün sonunda elinde normal ekmek kalma durumuna ait dağılım Şekil 4.41' de belirtilmiştir.



Şekil 4.41. Büfecilerin gün sonunda elinde normal ekmek kalma durumu

#### 4.3.13. Büfecilerin kalan ekmekleri değerlendirme yöntemleri

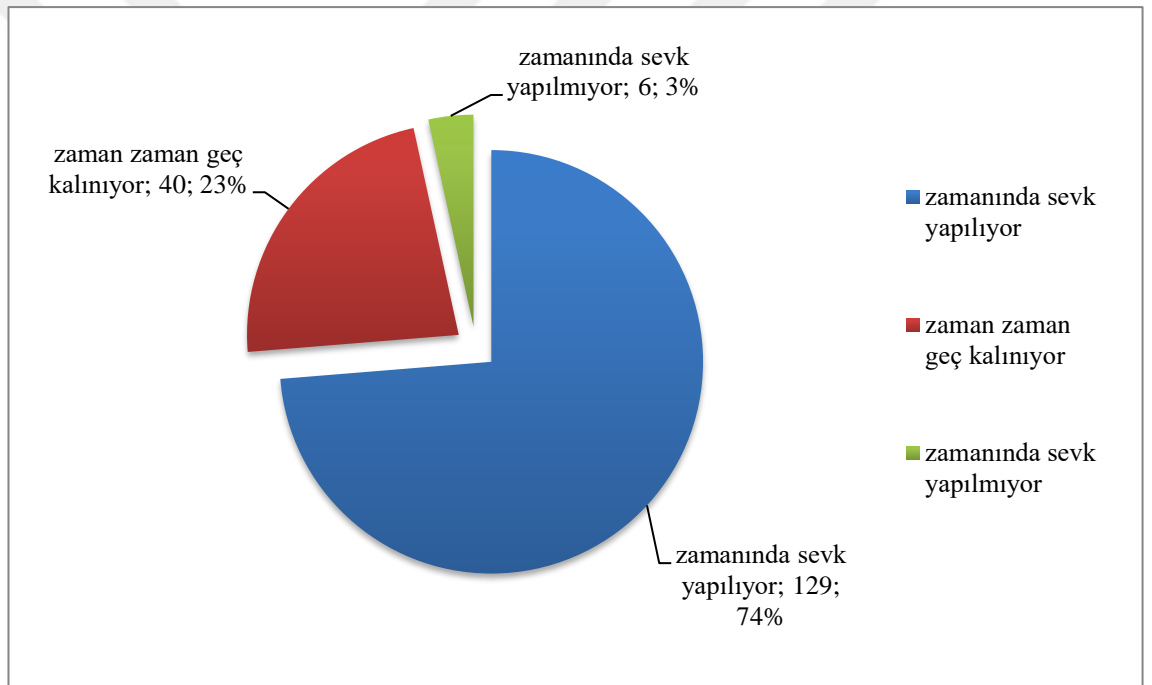
Anket verilerine göre büfecilerin kalan ekmeklerini değerlendirme yöntemlerine bakıldığında %19,9'u (27) kendisinin ve ailesinin tükettiğini belirtmiştir. %55,1'i (75) ihtiyacı olanlara ücretsiz vermekte, %2,9'u (4) yem fabrikalarına-besi çiftliklerine vermekte, %8,1'i (11) ertesi gün tekrar satışa sunmakta, %14'ü (19) hiçbir şekilde değerlendirmemektedir. Büfecilerin kalan ekmekleri değerlendirme yöntemlerine ait dağılım Şekil 4.42' de belirtilmiştir. Bu konuda mutlaka eğitimler verilerek toplum savurganlık hususunda bilinçlendirilmelidir bu periyodik olarak tekrarlanmalıdır.



Şekil 4.42. Büfecilerin kalan ekmekleri değerlendirme durumu

#### 4.3.14. BÜFECİLERİN İHE'NİN ÜRÜN SEVKİYATI BAKIMINDAN DÜŞÜNCELERİ

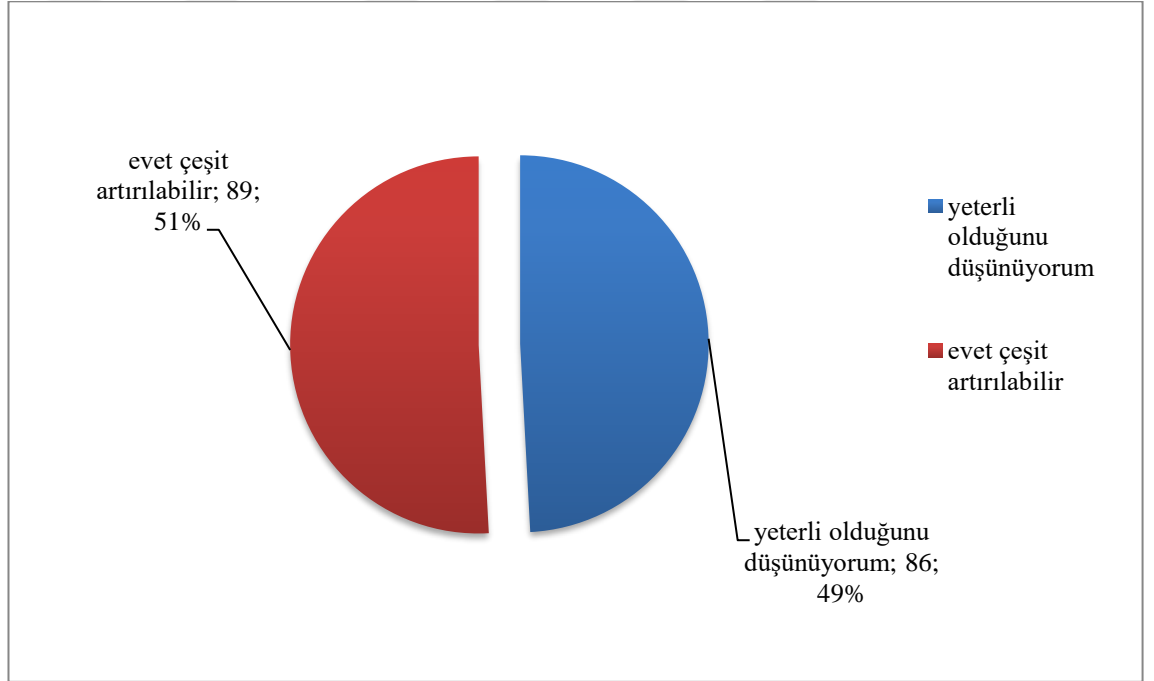
Anket verilerine göre büfecilerin %73,7'si (129) İHE'nin ekmek sevkiyatını zamanında yaptığını belirtmiştir. %22,9'u (40) zaman zaman geç kaldığını ve %3,4'ü (6) zamanında sevk yapılmadığını belirtmiştir. Büfecilerin İHE' den ürün sevkiyatı bakımında düşüncelerini gösteren dağılım Şekil 4.43' te belirtilmiştir. İHE'nin ürün sevkiyatının geç kalmaması için araç filosu artırılabilir ve kaliteli dağıtım için deneyimli şoför alımı yapılabilir.



Şekil 4.43. Büfecilerin İHE'nin ürün sevkiyatı bakımında düşünceleri

#### 4.3.15. Büfecilerin  r n  eitliliği bakımından düşünceleri

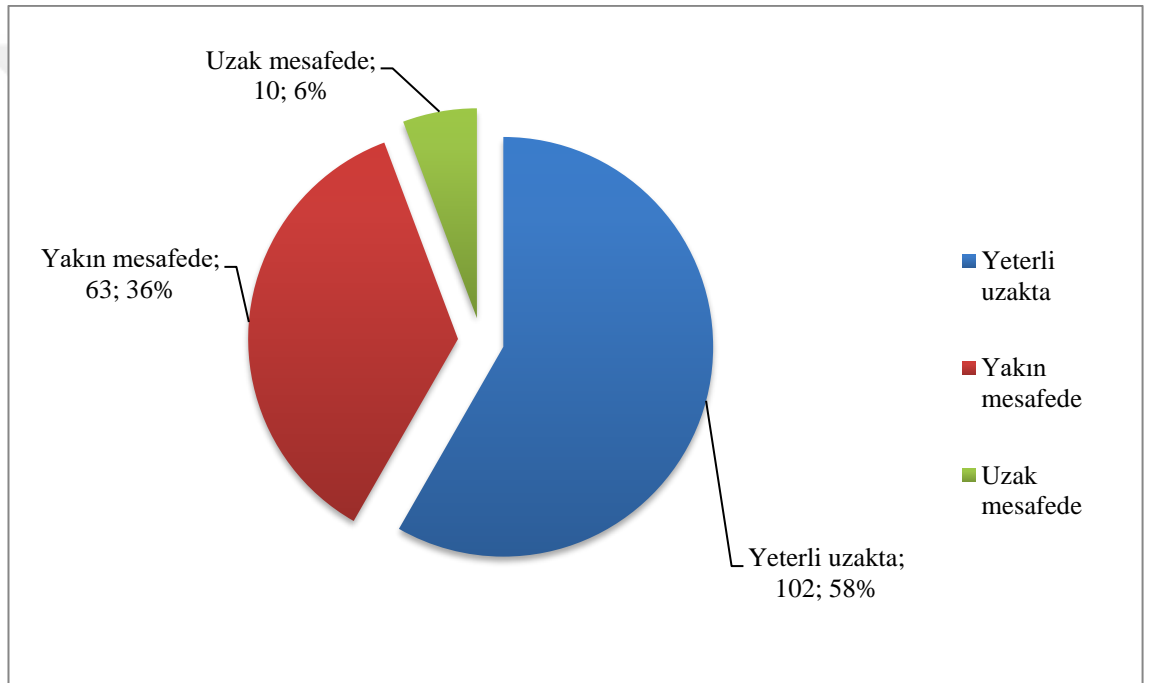
Anket verilerine göre büfecilerin %49,1'i (86) İHE'nin ürün  eitliliğinin yeterli olduğunu düşünmekte, %50,9'u (89) ise  eitliliği yeterli bulmayıp ürünlerin artırılmasını düşünmektedirler. Büfecilerin  r n  eitliliği bakımından düşünce durumuna ait dağılım Şekil 4.44' de belirtilmiştir. Yeni  r nlerin tanıtımı yapılmalı ve tanıtılan ürünün halk tarafına belli süreliğine indirimli faydalandırılmalıdır ve ya tanıtılan ürünlerin denenmesi için ücretsiz dağıtılmalıdır. Aynı zamanda müşteri memnuniyetini arttırmak için halkın talepleri doğrultusunda üretime y n verilmelidir.



**Şekil 4.44.** Büfecilerin  r n  eitliliği bakımından düşünceleri

#### 4.3.16. Büfecilerin İHE büfelerinin birbirine olan mesafeleri hakkında ki düşünceleri

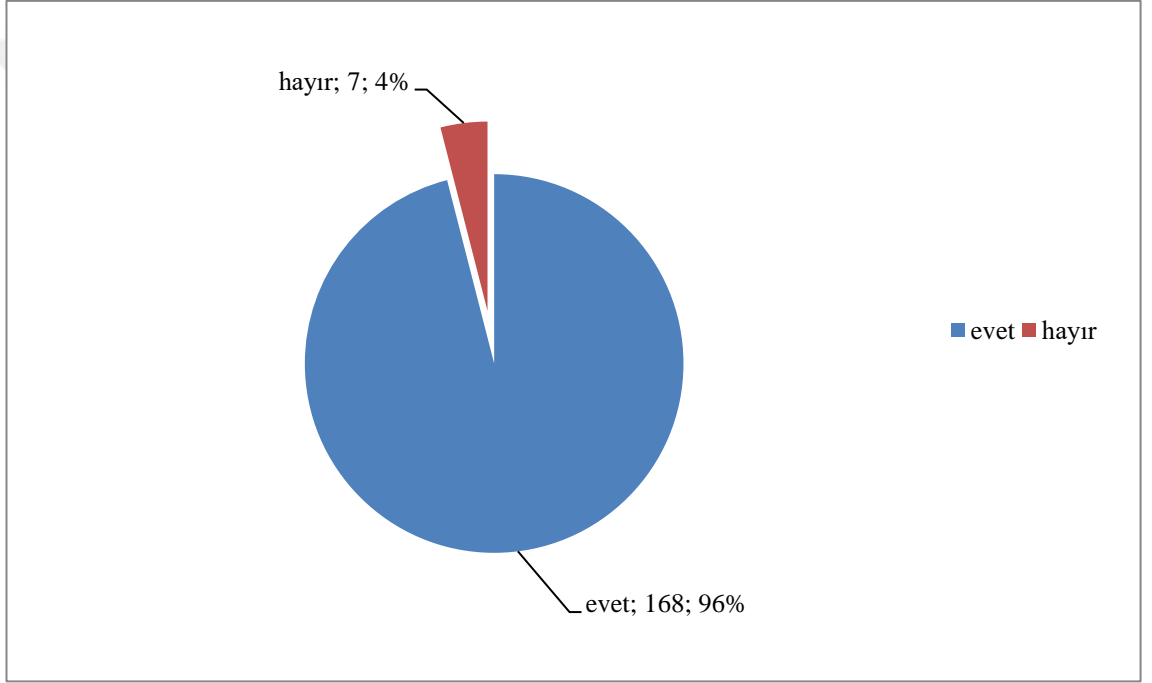
Anket verilerine göre büfecilerin %58,3'ü (102) büfe mesafelerinin yeterli uzaklıkta olduğunu belirtmiştir. %36'sı (63) yakın mesafede olduğunu, %5,7'si (10) ise uzak mesafede olduğunu belirtmiştir. Büfecilerin, İHE büfelerinin birbirine olan mesafeleri hakkında ne düşündüklerine ait durum Şekil 4.45' te belirtilmiştir.



**Şekil 4.45.** Büfecilerin İHE büfelerinin birbirine olan mesafeleri hakkında ki düşünceleri

#### 4.3.17. Büfecilerin Alo 153 beyaz masa hattının ne işe yaradığını biliyor olma durumu

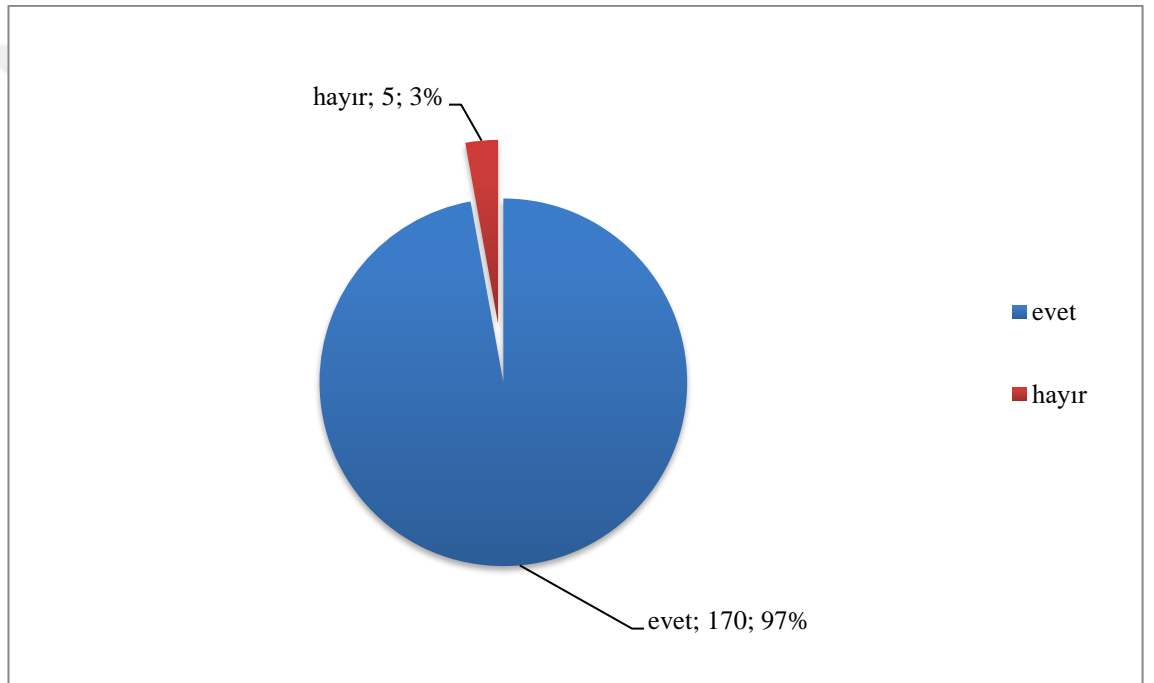
Anket verilerine göre büfecilerin %96'sı (168) ALO 153 Beyaz Masa hattının ne işe yaradığını bildiğini belirtirken, %4'  (7) bilmediğini belirtmiştir. Büfecilerin ALO 153 Beyaz Masa hattının ne işe yaradığını biliyor olma durumuna ait dağılım Şekil 4.46' de belirtilmiştir.



**Şekil 4.46.** Büfecilerin ALO 153 Beyaz Masa hattının ne işe yaradığını biliyor olma durumu

#### 4.3.18. Büfecilere müşterilerin ürünler için özel isteklerini veya Şikâyetlerini söyleme durumu

Anket verilerine göre büfecilerin %97,1'i (170) müşterilerin ürünler için özel isteklerini veya Şikâyetlerini kendilerine söylediğini belirtirken, %2,9'u (5) söylemediğini belirtmiştir. Büfecilere müşterilerin ürünler için özel isteklerini veya Şikâyetlerini söyleme durumuna ait dağılım Şekil 4.47' de belirtilmiştir.



**Şekil 4.47.** Büfecilere müşterilerin ürünler için özel isteklerini veya Şikâyetlerini söyleme durumu



#### 4.3.19. Büfecilere söylenen istekler veya şikâyetler

Anket verilerine göre büfecilere söylenen istek veya şikâyetlere bakıldığında %50,6'sı daha fazla çeşit ürün, %24,1'i daha yüksek gramajlı ekmek, %3,5'i daha düşük gramajlı ekmek, %1,2'si daha tuzlu ekmek, %10'u az tuzlu ekmek, %8,2'si büfenin daha yakın olmasını, %52,9'u ekmeğin bayat olduğunu, %18,8'i ekmekten yabancı madde çıktığını, %7,6'sı ekmekte yabancı koku olduğunu, %21,2'si ekmeğin tadında değişiklik olduğunu belirtmiştir. Büfecilerin %24,1'i diğer seçeneği işaretlemiştir. Büfecilere söylenen istek ve şikâyet dağılımı Çizelge 4.19' da verilmiştir. Bu hususta gelen şikâyetleri anlayışla karşılanmalıdır. Ürün çeşitliliği bakımından İHE durum değerlendirmesi yaparak, satışlarını şikâyetler ve öneriler doğrultusunda düzenlemeli halkın istek ve arzularına hitap edecek şekilde bir program izlemelidir.

**Çizelge 4.19.** Büfecilere söylenen istekler veya şikâyetler (Bu soruda büfeciler birden fazla seçenek işaretlemiştir)

<b>İstek Ve Şikâyetler</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Daha fazla çeşit ürün	86	50,6
Daha yüksek gramaj ekmek	41	24,1
Daha düşük gramaj ekmek	6	3,5
Daha tuzlu ekmek	2	1,2
Az tuzlu ekmek	17	10,0
Büfe daha yakın olsun	14	8,2
Ekmek bayattı	90	52,9
Ekmekten yabancı madde çıktı	32	18,8
Ekmekte koku vardı	13	7,6
Ekmeğin tadında değişiklik vardı	36	21,2
Diğer	41	24,1
<b>Toplam</b>	<b>378</b>	<b>222,4</b>

#### 4.3.20. Büfecilerin İHE' den veya İBB' den beklentileri

Anket verilerine göre büfecilerin İHE 'den veya İBB' den beklentilerine bakıldığında %79,4'ü kar marjının az olduğunu, %1,7'si ekmek sayısının az olduğunu, %6,3'ü ekmek sayısının fazla olduğunu, %49,7'si normal ekmeğin geri iade edilebilmesini, %70,3'ü ek gelir için büfede farklı ürünlerinde satılabilmesini, %41,1'i İHE'nin reklam panolarının geliştirilmesini, %26,9'u kaldırım işgal fiyatlarının düşürülmesini işaretleyerek fikirlerini bu yönde belirtmişlerdir. Büfecilerin İHE' den veya İBB' den beklentileri Çizelge 4.20' de verilmiştir.

**Çizelge 4.20.** Büfecilerin İHE' den veya İBB' den beklentileri(Bu soruda büfeciler birden fazla seçenek işaretlemişlerdir)

<b>İHE' den ve İBB' den Beklentileri</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Kar marjı az	139	79,4
Ekmek sayısı az	3	1,7
Ekmek sayısı fazla	11	6,3
Normal ekmek geri iade edilebilsin	87	49,7
Ek gelir için büfede farklı ürünleri de satabilelim	123	70,3
İHE'nin reklam panoları geliştirilsin	72	41,1
Kaldırım işgal fiyatları düşürülsün	47	26,9
<b>Toplam</b>	<b>482</b>	<b>275,4</b>

## 5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Anket sonuçlarına göre elde edilen verilere bakıldığında 825 kişinin 266'sının erkek 559'unun kadın olduğu görülmektedir. Bu da ekmek alımına genelde kadınların gittiğini anlaşılmaktadır. Ev hanımı katılımcı sayısını göz önüne aldığımızda bu durum normal görülmektedir.

Yaş dağılım durumuna bakıldığında ise, genelde öğrenci kesimi olan 15-18 yaş grubu kişiler ekmek alımına gelenlerin sadece %8,5'lik bir kısmının oluşturmaktadır. Ekmek alımını en fazla 31-40 yaş arası (%58,3) kişiler yapmaktadır. İş dönüşü evlerine ekmek alan kişiler olduğu düşünülmektedir. 51 yaş ve üzeri olan kişiler ise ekmek alımına gelen en az grubu (%2,9'u) oluşturmaktadır. Bu grupta yer alanların genelde emekli ve yalnız eşi ile yaşayan kişilerdir bu sebepten dolayı kendi ekmeklerini kendileri almaktadırlar.

Tüketicilerin eğitim düzeyine bakıldığında, okuma yazma bilmeyenlerin (%0,2) iki kişi dahi olması güzel bir durum değildir. Ankete katılanların büyük kısmının (%29,6) lise mezunu, %22,9'u ki ilköğretim mezunudur. İHE'yi tercih eden lisansüstü kişiler ise %2,4'tür. Genel olarak İHE'yi tercih edenlerin eğitim düzeyleri ileri olmayan kişiler olduğu görüşmüştür. Bu nedenden dolayı gelir düzeyi düşük olan kesimin İHE'yi tercih ettiği de söylenebilir.

Tüketicilerin meslek dağılımlarını bakıldığında 64 memur, 74 işçi, 74 serbest meslek, 27 emekli, 416 ev hanımı ve 83 öğrenci olarak belirlenmiştir. 87 kişi bu meslekler dışındaki diğer seçeneğini işaretlemiştir. Bu kişiler genel olarak ücretli öğretmen, küçük esnaf gibi mesleklerindedir. Genel müşterilerin meslekleri düşük gelirli olan işçi grubudur. Burada da İHE'nin aile ekonomik yapısına yaptığı destekten dolayı tercih edildiği düşünülmektedir.

Tüketicilerin gelir dağılımına baktığında en az gelirin 750-1250 TL arası %12 olduğu görülmektedir. En fazla gelir düzeyi 2751 TL ve üzeri %8,7'dir. Tüketicilerin büyük kısmı (45,9) gelir düzeyi olarak 1251-2000 TL aralığını belirtmiştir. Sosyo-ekonomik durumu iyi olmayan kişiler genelde besin ihtiyacını ekmek ile karşıladığı görülmüştür. Bu durum kişilerin daha ucuz ekmek alma eğilimini de artırmıştır. İHE'nin genel müşteri profilini oluşturan kişilerin sosyo-ekonomi durumu iyi olmayan kişiler olduğu görülmektedir.

Bu sonuçlara bakılarak tüketicilerin büyük kısmının gelir düzeyine göre ekmeğini İstanbul Halk Ekmek'ten temin ettiğini söylemek mümkündür. Tabii bunların yanı sıra İHE'yi tercih etme sebebi olarak ta ekmeğin güvenli, sağlıklı ve hijyenik koşullarda üretildiğini söylemek mümkündür. Çünkü gelir düzeyi ve eğitim düzeyi yüksek ailelerin de halk ekmeği tercih ettiği görülmektedir. Bu da insanların ekmeğini tercih ederken ön planda tuttıkları sağlıklı, hijyenik ve güven veren firmadan ekmeğini temin ettiğini göstermektedir. İHE'nin sadece ekonomi yetersizliği yaşayan ailelere değil tüm halka hitap etmesi için gerekli önlemler alınıp çalışmalarını bu yönde ilerletmelidir.

Ankete katılan tüketicilerin aile birey sayısı dağılımına bakıldığında en fazla %48,6 ile ailelerin 3-4 kişilik aileler oldukları görülmektedir. İkinci sırada ise %44,8 ile ailelerin 5-6 kişi oldukları görülmektedir. Bu durumda İHE'yi tercih edenlerin aile sayılarının 3-6 kişi arasında değiştiğini söylemek mümkündür. Aile birey sayısındaki artış insanların ekmek ile doymasına ve bu ekmeklerde de ucuz olanı tercih etmeye yönlendirmiştir.

Katılımcıların İstanbul'da ikamet ettikleri süreye bakıldığında 11 veya üzeri yıl ikamet ettiklerini belirtenlerin %87,8'lik kısmı olduğu görülmektedir. Bu durum yerli halkın İHE'yi daha çok tercih ettiğini göstermektedir. İstanbul'a yeni ikamet edenlerin ise İHE'yi henüz tanımadığı veya tercih etmediği görülmektedir. Bu güvensizlik ve ya bilinmezlik İHE'nin müşteri kitlesinin artmasını yavaşlatmaktadır.

Tüketicilerin İstanbul'dan önceki ikamet yerlerine bakıldığında il merkezinden gelenler %46 ve köyden gelen %32 olarak belirlenmiştir. Bu soru dağılımı ile katılımcıların

profil analizleri ve yaşam standartları görülmektedir. İHE'nin ekmeğin çeşitliliğinden ötürü insanların eski alışkanlıklarını devam ettirebildiği ve İHE' den ekmeğin alımı yaptığı düşünülmektedir.

Katılımcıların ekmeğin tüketimi alışkanlıklarını ortaya koyacak sorular yöneltilmiş ve bu sonuçlar da görülmüştür ki, tüketicilerin %60'ının günlük olarak evlerine aldıkları ekmeğin sayısı 2-3 adettir. Kişi sayısı ile orantılı olan ekmeğin alım sayısı genelde 2-5 adet arasında olduğu görülmektedir.

Tüketicilerin bir öğünde tükettikleri ekmeğin miktarları sorulduğunda büyük çoğunluğun (%49) yarım ve bir tam ekmeğin tükettiği görülmektedir. Bu durum kişinin bir öğünde alması gereken besin miktarının daha çok ekmeğinden karşılandığı görülmektedir. Burada da kişinin sosyo-ekonomi durumunun etkin rol oynadığı düşünülmektedir.

Tüketicilerin ekmeğini sofraya sunuş tarzlarına bakıldığında ince dilim halinde sunanların %30, bölünmüş büyük parçalar halinde sunanların ise %29 olduğu görülmektedir. Ekmeğin israfını önlemek adına ve bayatlamayı yavaşlata bilmek adına ince dilimli ekmeğin tüketimi daha uygun olduğu düşünülmektedir. Birey yiyeceği kadar ekmeğin dilimi sofrasına koyması ekmeğin israfını önlemede büyük bir rol oynamaktadır.

Tüketicilerin alışkanlıklarına yönelik günlük yemek menülerine göre ekmeğin miktarı değişiyor mu, diye sorulduğunda buna evet cevabı verenlerin %85'lik kısım olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre tüketicilerin ekmeğini önceki yıllarda yapılan araştırma ve anket sonuçlarına göre temel gıda olarak görmekten uzaklaşmaya başladığını ve ekmeğini ek gıda olarak görmeye başladıklarını söyleyebilmek mümkündür. %15'lik kısım ise ekmeğinden vazgeçmeyen, alışkanlık haline getirilen bir gıda olarak gördüklerini belirtmişlerdir.

Ankete katılan tüketicilere İHE de satılan unlu mamul çeşitlerinin bilinirlik durumu sorulduğunda çoklu yanıt seçenekleriyle cevap verilmiştir. Sonuçlara göre normal ekmeğinin %84 oranında bilindiği, buna yakın değerlerde (%83,4) tam buğday ekmeğinin de

bilinirliği görülmektedir. Bunların yanı sıra İHE çeşitlerinin bilinirliğini takip eden kepekli ekmeğ, çavdarlı ekmeğ, sandviç, tost ekmeği, galeta gibi ekmeğ çeşitlerinin de çok fazla bilindiği görülmektedir. Fakat sorulan bir diğer sorunun verilerine bakıldığında bu durum bilinirlik düzeyi yüksek olan çeşitlerin yeterince tüketim yapılmadığı görülmüştür. Ne tür ekmeğ tüketiyorsunuz cevabına çokluğu yanıt ile verilen cevaplara bakıldığında tam buğday ekmeği %57, kepekli ekmeği %40, Çavdarlı ekmeği %35, tost ekmeği %27 ve büyük çoğunluğunu oluşturan normal ekmeğin %73,6 kişi tarafından tüketildiği görülmektedir. Bu durum gösteriyor ki ekmeğ çeşitliliğinin bilinirlik durumu, tüketim tercihine yönlendirilmemiştir. İHE'nin ekmeğ çeşitliliğinin bilinirliği her ne kadar fazla olsa da tüketiciler gerek fiyattan ötürü gerek damak tadından gerekse alışkanlığından dolayı normal ekmeğten vazgeçememiş ve tüketimde normal ekmeği tercih ettiği görülmüştür. Bu durum tüketicilerin ekmeğin besin değerine, kendisine daha uygun ekmeğ gibi düşüncelerden ziyade alışkanlıklarına yönelik tüketim yaptığı görülmüştür. Bu konuda tüketicilerin daha bilinçli daha sağlıklarını düşünerek daha düşünceli davranarak ekmeğ tüketimini tercih etmeleri gerekmektedir.

Tüketicilerin tükettiği ekmeği neden tercih ettikleri sorulduğunda ortaya çeşitli cevaplar çıkmıştır. Bunlardan ön planda olanlar besin değer, alışkanlık, tat ve lezzete önem vermek olarak görülmektedir. Bu durum insanların fiyattan daha önce alışkanlıklarına, ekmeğin besin değerine ve damak zevkine ne kadar önem verdiğini göstermektedir. Besin değer ve sağlık açısından daha faydalı olan tam buğday ekmeği ve kepek ekmeğinin tüketiciler tarafından fazla tercih edilmediği de yapılan incelemeler sonucunda görülmektedir. Toplum olarak sıcak ve taze ekmeği tüketme alışkanlığı burada da bir kez daha görülmüştür. Halkımızın daha sağlıklı beslenebilmesi adına, tam buğday ekmeği, kepek ekmeği gibi besin değer yüksek olan ekmeğler hakkında ilgili kurumlar tarafından televizyon, radyo, gazete gibi basın yayın organları aracılığı ile yapılacak bilgilendirmeler neticesinde, toplumumuz ekmeğ tüketiminde daha bilinçli davranacaktır.

Anket katılımcılarına neden halk ekmeği tercih ettikleri sorulduğunda yine geniş bir yelpaze ile karşılaşılmıştır. Yoğun olarak verilen cevap kaliteli, fiyatından ötürü, besleyici olması ve hijyenik şartlarda üretim yapıldığına olan inanç görülmektedir. Bunların yanı sıra lezzetli ve ürünün taze olması da ön planda tutulan tercihlerdir. Bu durum şunu gösteriyor ki insanlar ekmeği tercih ederken tek bir şeye bağlı kalmayıp farklı çeşitlerde farklı tercihlerden dolayı ekmeği tercih ediyorlar.

Anket sorularında tüketicilerin alışkanlıklarını gösteren bir diğer soru da tüketicilerin evde ekmeğini nasıl muhafaza ettikleri sorusudur. Verilen cevapların büyük bir kısmı (%65) naylon poşet olduğu görülmektedir ki bu da ekmeği saklama şartlarının nasıl olması gerektiğinin tam bilinmediğini ve bir eğitim uygulamasının yapılması gereğini ortaya koymaktadır.

Ankete katılan tüketicilerin günlük ekmeği israfı yapıp yapmadıklarına bakıldığında zaman zaman da olsa israf yapıldığını belirten 318 kişi (%38,5) olduğu görülmektedir. Bu durum tüketicilerin aldığı ekmeğe aslında ne kadar değer verdiğini göstermektedir. Zaman zaman dahi olsa ekmeği israfından kaçınılması gerekmektedir. Sık sık değil zaman zaman ibaresi tüketicilerin kendilerini haklı veya mazur göstermemektedir. Bu konu hakkında insanların hiçbir şekilde hiçbir mazeret öne sürmemesi gerekmektedir. Ekmeği israfına bakıldığında küçük hatta belki önemsenmeyecek bir durum olarak algılanabilir. Fakat geniş kitleler ele alındığında, veriler Türkiye geneline yayıldığında bu oran korkunç bir sayıya ulaşmaktadır. İnsanların yaptığı israfın maddi manevi zararı fazlasıyla bulunmaktadır. Yapılan her türlü araştırmalarda ekmeği israfının aya, yıla vurulduğunda tonlarca israf, milyarlarca para israfı ve bunun karşılığında emek israfı görülmektedir. İnsanlarımızın daha bilinçli daha topluma yararlı daha ülkesine yararlı tüketici olmaları için gereken tüm önlemler alınmalıdır. Bilgilendirmek için broşürler ile el ilanları ile gazetelerde dergilerde TV’ de ve sosyal medyada tüketicilere ulaşarak yapılan israfın ne boyutlara ulaşabileceğinin farkındalığına dikkat çekilmelidir. Böylece insanların vicdanını susturmak için zaman zaman ibaresini kullanarak görmezlikten geldikleri israf boyutunun; ne kadar önemli olduğunu ve gelir düzeyi düşük başka kesimlerde bu israf edilen miktarın o insanların ne kadar büyük ihtiyaçlarını

karşılıyacağıının gösterilmesi gerekir. Çünkü insan elindeki ekmeğin kıymetini bilmemekte ve yaptığı israfın boyutunu düşünmemektedir. Bu durum ekmeğin ucuz olmasından dolayı kaynaklandığı düşünülmektedir. Daha bilinçli tüketici için çalışmalar yapılmalıdır.

Katılımcıların yaptığı bu israfın miktarı sorulduğunda en fazla 224 kişinin (%70) çeyrek ekmeğe veya daha azını israf ediyorum seçeneğini işaretlediği görülmektedir. İkinci sırada ise %22 ile çeyrek yarı ekmeğe arası cevabı verilmiştir. İnsanlarımızın yaptığı israfın toplamda ne kadar büyük boyutlarda bir zarara neden olduğu gösterilmelidir. Bütün tüketicilere bunun ne boyutlara ulaşabileceği yıl boyunca yapılacak sürekli eğitim ve bilgilendirme toplantılarıyla gösterilmelidir. İnsanlar bilinçsizliğinin arkasına sığınarak israfı görmezlikten gelmemelidirler.

Katılımcıların tükettikleri ekmeğin bayatlamış olduğunu ne zaman kabul ettikleri sorulduğunda büyük çoğunluğunun (%47,9) sertleşmiş ve iç ufalanmışsa bayatlamıştır düşüncesinin hâkim olduğu görülmüştür. Bir diğer bayatlamış ekmeği kabul eden grup ise 107 kişi yani %13'lik bir kısmı oluşturan cevap, alındığı gün tüketilmemişse olarak görülmektedir. Bu durum israfın en büyük sebeplerinden biri olabilir. Çünkü alındığı gün tüketilmeyen ekmeğe bayatlamıştır, düşüncesi onu israfı zemin hazırlamış olmaktadır. Bu konuda tüketiciler ekmeğini nasıl muhafaza edeceğini, kaç gün de tüketebileceğini, kaç tane alması gerektiğini düşünmeli ve bilinçli olarak ekmeğe satın almalıdır.

Ankette, bayat ekmeği nasıl değerlendirirsiniz sorusuna 825 kişinin tamamı cevap vermiştir. Bu durum insanların ekmeği değerlendirme çabası içerisinde olduğunu göstermektedir. Her ne kadar israf yapıyorum denilse de aslında israf yapılmadan da kurtulabilir bir ekmeğe mevcudiyetinin olduğunu göstergesidir. Tüketicilerin ekmeği israf etmeden önce kesinlikle ekmeği gıda olarak geri kazandırmak için çeşitli yöntemlere başvurması gerekmektedir. Anket sonuçlarına bakıldığında büyük çoğunluğun (%33,5) hayvanlara vererek ekmeği geri kazanıyorum demeleri onların israf etmediği düşüncesinin de olduklarını göstermektedir. Bu da bir yanıttır ki gıda olarak



insan için üretilen ekmeğin hayvanlara yem olarak verilmesi de kesinlikle israftır. Bunun bilincinde olmayan maalesef birçok kişinin olduğunu söylemek mümkündür. Bilinçsizce yapılan bu israfın bir an önce farkına varılmalıdır. Bunların yanı sıra ekmeği bayatlamaya imkân vermeden derin dondurucuda muhafaza eden tüketicilerin ve galeta unu olarak ve yemek yapımında kullanarak değerlendiren tüketicilerin varlığı umut vermektedir.

Tüketicilerin ekmek israfına sebep olan nedenler hakkındaki düşüncelerine bakıldığında, büyük kısmı (%51,6) ihtiyaçtan fazla ekmek alınması cevabını vermiştir. İkinci sırada ise bayat ekmeğin yeniden değerlendirilememesi cevabını vermiştir. Ekmek fiyatının ucuz olmasını söyleyen sadece üç kişidir. Bu durum dikkat çeken bir konudur. İnsanların ekmeğin ucuz olmasından dolayı şikâyetlerinin olmadığını bu durumun bir israf sebebi olarak görülmemesi gerektiğini düşünmektedir. Bir diğer dikkat çeken kısım ise ambalajlı ekmek satışının olmaması görülmektedir. Ambalajlı ekmek satışının olmasıyla ekmeklerin daha uzun süre kullanmasını, saklamasını sağlamaktadır. Ayrıca katılımcılar ambalajlı ekmeğin hijyen bakımından daha iyi bir şekilde sunulacağını düşünmektedir. Buda belli bir kısmın hijyene daha da önem verdiğini göstermektedir.

Tüketicilere yemeklerde ekmek artığı bırakma nedenleri sorulduğunda, büyük çoğunluğu (%29,8) sulu yemek olmaması cevabını vermiştir. Bu durum ekmeği tüketirken aslında ekmeğin ek ürün ve taşıyıcı olarak görüldüğünü göstermektedir. Bir diğer neden olarak ise ekmeğin kilo artışına sebep olması gösterilmektedir. Ekmek bayat diye tüketmeden bırakanların sayısı ise 131 kişidir. Bu durumda %16'lık kısmın ekmek bayat olduğu için tüketim yapmadıkları görülmektedir. Ekmek artığı bırakmıyorum diyenler ise sadece %23'lük kısmı oluşturmaktadır.

Katılımcılara İHE'nin hijyenik koşullarda ekmek üretimi yapıp yapmadıklarına olan güvenleri sorulduğunda %87 kişinin evet İHE'nin ekmek üretimini hijyenik koşullarda yaptığını düşünüyorum cevabını verdiği görülmüştür. Hayır diyen ise sadece %4,4'lük kısım. Fikrim yok diyenler %8,8'lik kısmı oluşturmaktadır. Bu durum büyük

çoğunluğun İstanbul Halk Ekmek'e güvendiği için halk ekmekten tüketim yaparken %13'lük kısmın güvenmediği halde halk ekmekten farklı sebeplerden dolayı tüketim yaptığı görülmektedir.

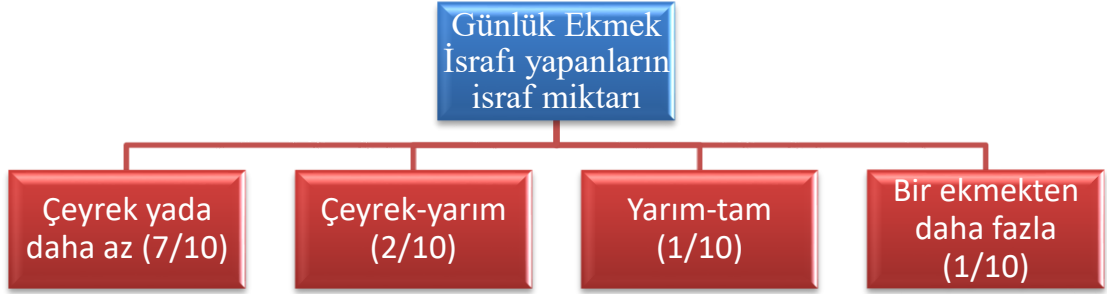
Tüketicilere ülkemizin ekmek tüketim miktarının diğer ülkelere göre daha yüksek olmasının nedeni sorulduğunda büyük çoğunluğu (%35,8) ekmeğin doyuruculuğunun yüksek olduğundan dolayı olduğunu düşündükleri belirtmişlerdir. Ekmek aynı zamanda bir hayat kurtarıcı rolü oynamaktadır. Sosyo-ekonomi durumu iyi olmayan kişilerin özellikle ekmek alışkanlıkları mecburiyet karşısında oluştuğu düşünülmektedir.

Anket soruların bu kısmında tüketicilerin genel özellikleri, tüketim alışkanlıkları, israf boyutu, İHE' ye olan güven durumu, İHE' yi tercih sebepleri, tüketilen ekmek çeşitleri gibi sorularla tüketicilerin profilleri oluşturulmuştur. Genel olarak İHE müşterisi, eğitim düzeyi düşük, gelir seviyesi az, sosyo-ekonomi durumu olmayan kişiler olduğu görülmektedir. İHE'nin güven vermesi bir diğer kitleyi oluşturmaktadır, fakat bu kitle yeterli düzeyde değildir. Bireylerin ekmeklerini aldıkları yeri tercih etme sebeplerinin en başında fiyat olduğu görülmüştür. İstanbul'da ki yaşam standartları da göz önüne alındığında insanların ucuzu tercih etmesi normal görülmektedir.

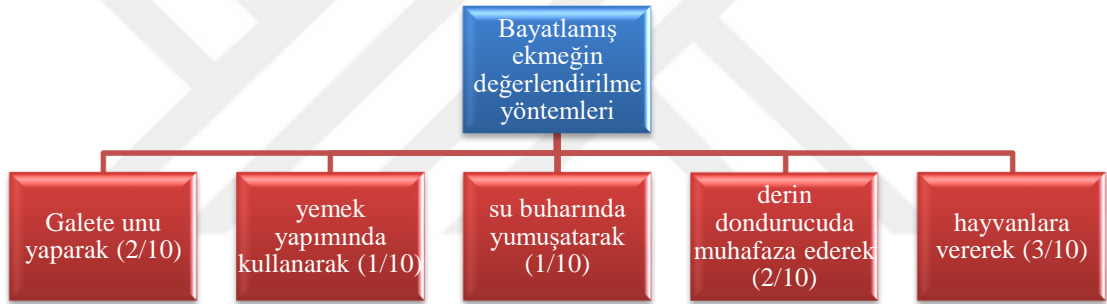
İHE müşteri profili ve tüketim alışkanlıkları akış şemaları;



**Şekil 5.1.** Ekmek alımına gelen kişinin cinsiyeti ve ekmek israf dağılımı



Şekil 5.2. Günlük ekmek israfı yapanların günlük israf dağılımı



Şekil 5.3. Bayatlamış ekmeğin değerlendirilme dağılımı



Şekil 5.4. Ekmeği muhafaza etme yöntemleri

İstanbul Halk Ekmek tüketicileri ile yapılan anketin sonuçlarına bakıldığında tüketicilerin cinsiyetine göre bir öğünde tükettikleri ekmek miktarı arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Erkeklerde en fazla %28,6 ile yarım ekmek tüketildiği görülmektedir. Kadınların ise %26,1 ile yarım ekmek tükettiği görülmektedir. En az tüketim oranlarına baktığımızda ise erkeklerde %4,9 ile bir dilim ekmek, kadınlarda ise iki veya daha fazla ekmek tüketimi ile %6,8 oranında olduğu görülmektedir. Erkekler gün içinde daha çok çalıştığı için enerji ihtiyacını daha çok ihtiyaç duyar bu sebepten ötürü ekmek tüketiminin daha çok olduğu düşünülmektedir. Kadınların ise enerji ihtiyacına daha az ihtiyacı olması genelde evde ev hanımlığı yapıyor olmalarından veya kilo almamak içinde tüketiminin daha az seviyede tutulmuş olduğu düşünülmektedir.

Yaş ile ekmek tüketimi arasında ilişkiye bakıldığında aralarında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Çalışma yaşı olarak görülen 31-40 yaş grubunda bir öğünde ki ekmek tüketiminin daha fazla olduğu görülmektedir. Bireylerin yaşları ilerledikçe ekmek tüketim miktarlarının arttığı görülmüştür.

Tüketicilerin eğitim durumu ile bir öğünde tükettikleri ekmek miktarı arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bireylerin gelir düzeylerine baktığımızda ise gelir düzeyi düşük olan bireylerin bir öğünde yaklaşık bir bütün ekmek tükettiği gözlemlenirken, gelir düzeyinin yükselmesi ile birlikte ekmek tüketim miktarında azalma olduğu görülmüştür. Gelir seviyesinin eğitim düzeyi ile paralel bir artış gösterdiğini düşündüğümüzde, gelir düzeyi yüksek olan bireylerin sofralarında daha çok çeşit sunabilme imkânlarının bulunması daha az ekmek tüketmelerine sebep olmuştur.

Tüketicilerin meslek dağılımı ile bir öğünde tüketilen ekmek miktarı arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Memur grubunda yer alan kişilerin %46,8 oranda bir öğünde yarım ve bir tam ekmek tükettiği, serbest meslek ve işçi grubunda yer alan kişilerin ise daha büyük kısmının (%51,4) bir öğünde yarım ve bir tam ekmek tükettiği görülmüştür. Memur grubunda yer alan bireylerin çoğunluğunun bir öğünde yarım ekmek tükettiği, işçi ve serbest meslek grubunda yer alan bireylerin ise çoğunluğunun bir öğünde bir bütün ekmek tüketmekte olduğu görülmüştür. Bunun da iş hayatları

fiziksel aktivitelerine bağlı olan işçiler ile serbest meslek grubunda yer alan bireylerin işlerinde sarf etmiş oldukları enerji miktarına paralel olarak daha fazla ekmek tükettikleri görölmüştür.

Tüketicilerin gelir düzeyleri ile bir öğündü tükettikleri ekmek miktarı arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Gelir düzeyi düşük olan ailelerde bir öğünde yaklaşık 1-2 bütün ekmek tükettiği görölürken, gelir düzeyi yüksek ailelerde bu durum ekmek tüketim miktarının genel de yarım ekmek olduğu görölmüştür. Gelir durumu eğitim düzeyi ile doğru orantılı bir artış gösterdiği düşünöldüğünde, gelir düzeyi yüksek olan ailelerin sofralarında daha fazla çeşit yemek sunabiliyor olması daha az ekmek tüketmelerine sebep olduğu düşünölmektedir.

Ailedeki birey sayısı ile eve alınan ekmek sayısı arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Ailedeki kişi sayısı artışına paralel olarak günlük eve alınan ekmek miktarında da artış olduğu görölmektedir.

Tüketicilerin cinsiyeti ile ekmek israf arasında, yaşları ile ekmek israfı arasında, eğitim düzeyi ile ekmek israf arasında, meslekleri ile ekmek israf arasında, gelir düzeyi ile ekmek israf arasında ve aile birey sayısı ile ekmek israf arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı tespit edilmiştir.

Katılımcıların günlük evlerine alınan ekmek sayısı ile ekmek israfı arasında anlamlı bir ilişkinin bulunduğu tespit edilmiştir. Eve alınan ekmeğin çok olmasından ziyade ekmeğe verilen değer azlığından ötürü ekmek israfının yapıldığı görölmektedir. Oran artışına bakıldığında ekmek sayısı artıkça israf miktarında artış görölmektedir. Tüketicilerin daha bilinçli olup tüketecekleri kadar ekmek almaları gerekmektedir. İsraf için zemin hazırlanmamalıdır.

İHE büfecileri ile yapılan anket çalışmaları sonucunda verilere baktığımızda büfecilerin büyük kısmının (%65,1) erkekler olduğu görölmektedir. Büfecilerin genelinin erkek olduğu görölmektedir.

Büfecilerin yaş dağılımını bakıldığında en az 19-30 yaş grubunda sadece 6 kişinin olduğu en fazla olarak ise 51 yaş üstü 86 kişinin olduğu görülmüştür. Bu durumda genel olarak emekli kesimin daha çok bu işi yaptıkları görülmüştür. Yalnız genç kesimin de bu işi yapıyor olmaları büfeciliğin tercih edilebilir bir meslek olduğunu göstermektedir.

Büfecilerin eğitim durumuna bakıldığında büyük kısmın (%37,7) lise mezunu olduğu görülmektedir. Bu orana yakın kısmın (%34,9) ilköğretim mezunu olduğu görülmektedir. Büfecilerin büyük kısmı eğitim seviyelerinden ötürü bu işi yaptıklarını göstermektedir. Düşük eğitim seviyesinde olan kişilerin iş bulma imkânlarından birisi de büfecilik demek mümkündür.

Büfecilerin aylık gelir dağılımına bakıldığında büyük kısmın (%86,3) asgari ücret ve asgari ücretten daha fazla gelir sağladığı görülmektedir. Büfecilerin eğitim durumları da göz önüne alındığında sağlanan gelirin uygun olduğu düşünülmektedir.

Büfecilerin İstanbul'da ikamet sürelerine bakıldığında büyük kısmın (%93,1) 11 yıl veya üstü ikamet etmekte olduğu görülmektedir. Büfecilerin uzun yıllar İstanbul'da yaşadıkları görülmüştür.

Büfecilerin meslek süresi dağılımına bakıldığında en fazla (%29,7) 1-4 yıl arası olduğu görülmüştür. İkinci sırada (%28) ise 11 yıl ve üstü olduğu görülmektedir. Bu durum gösteriyor ki büfecilik işletmesinde çalışanlar uzun yıllar bu işi severekte yapabilirler. Aynı zamanda 1-4 yıl arası çalışmanın fazla olması büfe sayısındaki yeni artışlardan kaynaklandığı düşünülmektedir. Büfecilik iyi bir iş imkânı sunduğu için bu meslek artırılabilir.

Büfecilerin İHE'ye güven durumuna bakıldığında sadece %1'lik kısım güvenmediğini %4'lük kısım ise fikrinin olmadığını söyleyerek tarafsız kalmıştır. Geri kalan %95'lik kısım ise güvendiklerini belirtmiştir. Bu durumda İHE'nin çalışanlarına güven verdiğini ve büfecilerin memnuniyetini sağladığı görülmüştür.

Büfecilerin yaptığı işi sevip sevmeme durumuna bakıldığında %2'lik kısım yaptığı işi sevmediğini ve %10'luk kısım ise kararsız bir durumda olduğunu belirttiği görülmüştür. %92'lik kısım ise büfecilik yapmaktan memnun, işini severek yaptığını söylemektedirler.

Büfecilerin İstanbul Halk Ekmek ile ilgili gelişmeleri takip etme durumu sorulduğunda genel olarak TV den takip etikleri görülmüştür. İkinci olarak ise söylentiler dikkate alınmıştır. Bu durumda büfecilerin İHE' ye olan güveninden kaynaklı veya araştırma isteği olmayışından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Büfecilerin büfe işletmeciliği ile ilgili eğitim alma durumuna baktığımızda büyük kısmın eğitim aldığı görülmüştür. Bu eğitimi İHE kendi çalışanlarına zaten sunmaktadır.

Büfecilerin günlük çalışma saatleri sorulduğunda 6-8 saat çalışan kişi sayısı yalnızca 2, en fazla kısım ise 12 saat (%90) çalışanların olduğu belirlenmiştir. Anket çalışmasında dipnot eklemiş bazı büfeciler 12 saati de zaman zaman aştıklarını belirtmektedirler. Özellikle yaz aylarında zaman esnekliğine uğradığını belirtmişlerdir. Çalışma saatlerinde bazen de elinde fazla ekme kaldığını da çalışma saatlerini artırarak kalan ekmeğin o gün içerisinde satılmasına imkân sunmaktadırlar. Yine de insan sağlığı için çalışma saatleri 12 saati geçmemelidir.

Büfecilerin ne sıklıkta sağlık kontrolü yaptırdukları sorulduğunda büyük kısmın (%67) yılda bir kez yaptıklarını söylediği görülmektedir. Bu durum İHE tarafından denetlenmektedir.

Büfecilerin İHE'nin en çok hangi ekmeğlerden satış yapıyorsunuz, sorusuna çoklu seçenek işaretleyerek cevap vermeleri istenmiş bunun sonucunda %88,5 oranında normal ekmeğin ve bunu takip eden %84,6 oranında tam buğday ekmeğin daha çok satış yaptığı görülmektedir. En az satış yapan ise pide ekmeği %7,4'tür. Bu durumda

halkımızın damak tadından vazgeçmediğini ve besin değerini önemsemeden da normal ekmeklere yöneldiğini görülmektedir.

Büfecilerin gün sonunda elinde normal ekmeğin kalıp kalmadığı sorulduğunda büyük kısmı (%77,7) ekmeğin kaldığını belirtmiştir. Bunun sebebi olarak da istenilenden daha fazla normal ekmeğin büfecilere getiriliyor olmasından kaynaklandığını dile getirilmiştir.

Büfecilerin bu kalan ekmekleri nasıl değerlendirildikleri sorulduğunda hiçbir şekilde değerlendiremeyen sadece %14'tür. Bu durum ekmeğin israfının yapıldığını göstermektedir. Büyük kısmı ise ihtiyacı olana ücretsiz verdiklerini belirtmiştir. Ertesi gün satıyorum diğerler ise %8'lik bir dilim oluşturmaktadır. Yalnız normal ekmeğin bir sonraki gün satılmaması gerektiğini İHE belirtmektedir. İstenilenden fazla getirilene ekmekten dolayı bu durumla karşılaşıldığı düşünülmektedir. Büfeci zarar etmemek için ya fazla mesai yapması gerektiğini ya da ertesi gün satışını yapması gerektiğini savunmaktadır. Bu durum yaşanmaması için İHE'nin büfecilerin talep ettiği kadar ekmeğin teslimi yapması gerekmektedir.

Büfecilerin İHE'nin ürün sevkiyatı bakımından düşünceleri nedir diye sorulduğunda büyük kısmın ürün sevkiyatının zamanının da sevk yapıldığını söylediği görülmektedir. Bu durum İHE'nin genel olarak işinde özverili olduğunu göstermektedir.

Büfecilerin ürün çeşitliliği bakımından düşünceleri sorulduğunda yaklaşık yarı yarıya fikir ayrılığı görülmüştür. Bu durumda tüketicilerin taleplerine göre çeşitliliğinin artırılabilceği düşünülmektedir.

Büfecilerin İHE büfelerinin birbirine olan mesafeleri hakkındaki düşünceleri sorulduğunda büyük kısmın (%58,3) yeterli uzaklıkta olduğu düşüncesinde olduğu görülmektedir. Yakın olduğunu düşünen ise %36'lık kısım olduğu belirlenmiştir. Büfelerin yeterli uzaklıkta olduğu ve halka kolay ulaşım sağlandığı düşünülmektedir. Bazı büfeciler için ise bu yakınlık pek de hoş olmayan bir durum olarak görülmekte



yalnız İHE'nin İstanbul halkına daha yakın daha kolay ulaşım sağlamak için bu şekilde yakın mesafe bırakıldığı düşünülmektedir.

Büfecilerin Alo 153 beyaz masa hattının ne işe yaradığını biliyor musunuz diye sorulduğunda büyük çoğunluk (%96) bildiğini belirtmiştir. Bu durum büfecilerin müşterilerin şikâyetleri için nereye yönlendirmesi gerektiğini bildiğini göstermektedir.

Büfecilere müşterilerin ürün için özel isteklerini veya şikâyetlerini söylüyorlar mı diye sorulduğunda büyük kısmın (%97) evet yanıtı verdiği görülmüştür. Bu durum tüketicilerin gerekli yere şikâyetini bildirmediği ve bunu daha basit yoldan büfeciler aracılığıyla şikâyetlerini beyan ettiği görülmektedir. Büfeciler bu şikâyetleri imkânları elverdiğince İHE 'ye ulaştırmaya çalıştıklarını belirtmişlerdir. Yalnız istenilen durum Alo 153 beyaz masayı arayarak şikâyet, memnuniyet, istek veya arzularını yetkili kişilere bildirmeleri gerekmektedir. İHE'nin şikâyet hattını daha etkin kullanılması için tanıtımlar yapması gerektiği düşünülmektedir.

Büfecilere söylenen istekler veya şikâyetler nelerdir diye sorulduğunda çoklu yanıt ile cevap verilmiştir. Sonuçlara bakıldığında en fazla (%52,9) ekmeğin bayat olduğu şikâyeti olduğu görülmüştür. Bu durumun dünden kalan ekmeklerin o gün içerisinde satıldığından kaynaklandığı düşünülmektedir. Çünkü İstanbul Halk Ekmek istenilen ekmekten daha fazla normal ekmek getirerek büfeciye vermekte ve bu durumdan dolayı büfeci gün içerisinde ekmeklerinin satamayınca israf veya zarar yapmamak için sonraki gün satış yaptığı düşünülmektedir. Böyle olduğunda da ekmek bayattı şikâyeti artmaktadır. Bunu takiben yakın (%50,6) oranda daha fazla çeşit ürün istediklerini dile getirmişlerdir. Büfeciler dipnot olarak istenilen ürünleri belirtmiştir. Belirtilen ürünler ise simit, poğaçaya tarzı ve su içecek tarzı ürünler olduğu belirtilmiştir.

Büfecilerin İHE' den veya İBB'nden beklentileri sorulduğunda çoklu yanıt olarak cevap verilmiştir. Sonuçlarında en yüksek %79,4 oranında kar marjının az olduğu görülmektedir. İkinci olarak ise %70,3 oranında ek gelir için büfede farklı ürünlerde satılmasının istendiği görülmüştür. Aynı zamanda İBB'nden de beklenti olarak kaldırım

işgal fiyatlarının düşürülmesi isteyen %27'lik bir kısım olduğu belirlenmiştir. İHE'nin büfelerde farklı ürünler satışına izin vermesi gerektiği düşünülmektedir.

Önerileri toplarsak ekmekçilik sektörünün en büyük sorunlarından biri israftır. Ülkemizde günde 120 milyon ekmeğin %10'luk kısmı yani 12 milyon ekmeğin israf edildiği çeşitli araştırmalarda belirtilmiştir. Ekmeğe her yıl 7 milyar dolar para ödenmektedir. Bu durumda israfın ekonomik büyüklüğü yılda 700 milyon doları bulmaktadır. Ekmek israfı yalnız bugünün sorunu olmayıp, geçmişten bu günümüze kadar devam etmektedir. Ekmek israfını önlemek için yapılan küçük önlemler dahi ülkemizin ekonomisine katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Önlem olarak ihtiyaçtan fazla ekmek almayarak, ekmeklerin tüketilecek kadar dilimlenerek israf azaltılacaktır. Bayatlamış veya kurumuş ekmekler; ekmek kızartma makinesinde, fırında veya su buharında yumuşatarak uygun hale getirilebilir ve bunun gibi değerlendirme yolları kullanılarak israf edilmemiş olmaktadır. Aynı zamanda bayat ekmekler, kurutulmuş ekmek içi şeklinde veya galeta unu olarak yemeklerde kullanılabilir. Bütün bunların yapılabilmesi için tüketicilerin bilinçlenmesiyle gerçekleşebilecektir. İsrafın önlenmesi için yapılacakların başında ilköğretim düzeyinden başlayarak çocukların bilinçlendirilmesi gibi etkinliklerle gelecek nesillerin israf yapmasının önüne geçilebilir.

Yerel işletmeler yani belediye iştirakleri ile kurulan şirketler, faaliyetlerinde fazla kar amacı gütmeyen kuruluşlardır. Yerel işletmeler, alt yapı ve üst yapı hizmetleri dışında, bazı temel ihtiyaçlarını karşılamak için, kâr amacı gütmeyen, kaliteli ve uygun bir fiyatla satışa sunmaktadır. Böylece, piyasada aşırı fiyat artışlarını önlenmiş olmakta ve denge oluşturulabilmektedir. Bu durumda temel gıdalardan biri olan ekmek, yerel işletmeler tarafından Halk Ekmek ismi ile üretilerek halka sunulmaktadır. İHE, uygun fiyatlı ve kaliteli ekmek üretmesinin yanı sıra ekmek israfının da minimuma indirilmesinde önemli bir çözüm yolu olabileceğinden desteklenmelidir. Ülkemizde yerel işletmelerden olan İHE'ye tüketiciler gün geçtikçe daha fazla ilgi göstermektedir. İHE işletmeleri, ekmek üretiminde son teknolojileri takip etmekte ve üretimlerinde kullanarak hijyenik, ucuz ve kaliteli olarak büyük hacimli üretim yapmaktadırlar. İHE işletmeleri aynı zamanda pazarda ekmek fiyatlarının aşırı yükselmesinin de önüne

geçerek tüketicilerin lehine bir denge oluşturmuş olmaktadır. İHE işletmeleri ürün ve ürün çeşitliliği, müşteri kitlesi açısından diğer ekmek işletmelerine göre önemli farklılıklar göstermektedir. İHE işletmelerin müşteri genellikle gelir düzeyi düşük tüketicilerdendir.

İHE müşterilerinin ekmek israfına bakıldığında 10 kişiden 3 kişinin israf yaptığı görülmektedir. İHE ucuz ekmek satışı yaparak insanların ekmeğe verdiği değer düşüğünü göstermektedir. Gelir düzeyi düşük olan aileler ekmeğe fazla yönelimden dolayı israfı göz ardı ederken, gelir düzeyi yüksek ailelerin ise ekmeğe değer vermediğinden kaynaklandığı düşünülmektedir. İHE bu ekmek israfının önüne geçebilecek çalışmalar yapmalıdır.

İHE, kaliteli üretimini ilerletmek ve geliştirmek için; ürünlerinde kalite çalışmaları, kalite güvence sistemi, EN ISO 9001 kalite yönetim sistemi, dış payda analizi ve iç payda analizi, iç kontrol ve iç güvence sistemi, strateji planı yapmalıdır. Aynı zamanda Ar-Ge çalışmaları artırmalı, faaliyetlerinde sosyo-ekonomi denge belirlenmelidir. Ar-Ge faaliyetlerinde üretim, bölüşüm, dağıtım, tüketim, geri dönüşüm şeklinde sınıflandırılmalıdır.

Ancak, diğer işletmelerin başarılı olmaları ve piyasadaki varlığını devam ettirmeleri, büyüyüp gelişebilmeleri, müşterilerinin özelliklerini tespit ederek bu özelliklere göre çeşitli stratejiler belirleyip uygulamak ve gelişen şartlara göre mevcut stratejilerini düzenlemeleri ile mümkündür.

**KAYNAKLAR**

- Açan, B., 2007. Kolayda Mallarda Müşteri Profili Ve Tüketim Tercihleri. İstanbul Halk Ekmek Müşterilerine Yönelik Bir Araştırma. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 21 Sayı: 2. İstanbul
- Anonim, 2006. Sağlıklı Beslenme ve Gıda İsrافی
- Anonim, 2013. <http://www.ekmekisrafetme.com> TMO ( Şubat, 2013) Türkiye’de Ekmek İsrافی Araştırması
- Anonim, 2018. <http://www.resmigazete.gov.tr>. Türk Gıda Kodeksi Ekmek ve Ekmek Çeşitleri Tebliği (12.05.2018)
- Anonim, 2018a. <http://www.ihe.istanbul/s/kurulus-24>. (15.01.2018)
- Anonim, 2018b. <http://www.ihe.istanbul/s/kalite-politikasi-13>. (15.01.2018)
- Anonim, 2018c. <http://www.ihe.istanbul/s/kalite-politikasi-13>. (17.01.2018)
- Anonim, 2018d. <http://www.ihe.istanbul/s/kalite-belgeleri-14>. (17.01.2018)
- Anonim, 2018e. <http://www.ihe.istanbul/s/ar-ge-29>. (24.01.2018)
- Anonim, 2018f. <http://www.ihe.istanbul/urunlerimiz>. (24.01.2018)
- Anonim, 2018g. <http://www.ihe.istanbul/urunfiyatlistesi>. (25.01.2018)
- Anonim, 2018h. <http://www.ihe.istanbul/fabrikalarimiz>. (27.01.2018)
- Aydın, F ., 2011 "Ekmekte Bayatlama ve Geciktirilmesi İçin Dikkat Edilecek Hususlar/ Important Points For Bread Staling and Its Delaying". Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi 39
- Boyacıoğlu, H., 2011. Dünya’da ve Türkiye’de Ekmek ve Tam Buğday Ekmeği Tüketimi. [http://www.dorukgoup.com.tr/assets/14\\_03\\_20123317.pdf](http://www.dorukgoup.com.tr/assets/14_03_20123317.pdf)
- Ekmekçi Bal, Z., Sayılı M., Gözener, B., 2013. Tokat İli Merkez İlçede Ailelerin Ekmek Tüketimleri Üzerine Bir Araştırma. Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Dergisi. Tokat
- Elgün, A., Ertugay, Z., 2002. Tahıl İşleme Teknolojisi. Atatürk Üniversitesi Yayınları No:718,201-344 s, Erzurum
- Fessas, D. and Schiraldi, A., 1998. Texture and staling of wheat bread crumb: effects of water extractable proteins and pentosans. *Termochimica Acta*, 323, 17–26.
- Gerçekaslan, K. E., Kotancılar, H. G., Karaoğlu, M. M., Ertugay, M. F., 2008. Ekmek Bayatlaması ve Bayatlama Derecesini Ölçmede Kullanılan Yöntemler:II. Gıda/The Journal of Food Dergisi, Cilt:33 Sayı: 1. Ankara
- Güneyli, U., 1977. Ankara-Çubuk ilçe Merkezi ve Köylerinde Ailelerin Beslenme Durumlarını Saptamada Uygulanan Değişik Araştırma Yöntemlerinin Değerlendirilmesi. ( Doçentlik Tezi ) H.Ü.Sağlık Teknolojisi Yüksek Okulu Beslenme Diyetetik Bölümü. Ankara
- Kesen, N., 2005.[http://www.izto.org.tr/portals/0/iztogenel/dokumanlar/ab\\_ulkelerinde\\_ekmek\\_uretimi\\_25.06.2012%2012-56-46.pdf](http://www.izto.org.tr/portals/0/iztogenel/dokumanlar/ab_ulkelerinde_ekmek_uretimi_25.06.2012%2012-56-46.pdf) AB Ülkelerinde Ekmek Sektörü Ve Dondurulmuş Ekmek Uygulamaları
- Köksal, C. D., 2007. Ekmek Üretim işletmelerinin Etkinliklerinin Değerlendirilmesi. Batı Akdeniz Bölgesinde Bir Uygulama, 8. Türkiye Ekonometri ve İstatistik Kongresi, 24-25 Mayıs 2007, İnönü Üniversitesi. Malatya.
- Matz, S. A., 1995. The chemistry and technology of cereals as food and feed (pp. 1–2). AVI Books.

- Odabaşı, Y., 2009. Anket Yöntemi. <http://www.aof.anadolu.edu.tr/kitap/IOLTP/2294/unite05.pdf>
- Örer, N., 1975. Ankara'da Ekmek Tüketimi ve Zayıfatı. H.Ü. Sağlık Bilimleri Fakültesi. Ankara.
- Öten, M., Ünsal, S., 2006. Şanlıurfa Yöresine Özgü Tırnaklı ve Açık Ekmeklerin Bazı Kimyasal Özelliklerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 10 (3/4):57,62.
- Özer, S.M., 1998. Kepekli Ekmeklerin Bazı Niteliklerinin İncelenmesi ve Kalitelerinin İyileştirilmesi Olanakları. (Doktora Tezi) Çukurova Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü. Adana.
- Parker, R., Ring, S. G., 2001. Aspects of the Physical Chemistry of Starch . Journal of Cereal Science 34, 1 1-17.
- Tanık, O., 2006 Ekmek Üretiminde Kalite Uygulamaları ve Müşteri Memnuniyet Dinamiklerinin Belirlenmesi (Y. Lisans Tezi), Namık Kemal Üniversitesi, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Tekirdağ.
- Tönük, B., Gültürk, H., 1984. Gıda Tüketimi ve Beslenme Araştırması. Tarım ve Orman Köy İşleri Bakanlığı/UNICEF. Ankara.
- Ünal, S., 2007. Ekmekte Maliyet Unsurları. Ege Üni. Müh. Fak. Gıda Müh. Bölümü İzmir
- Yıldız, Ş., 2010. Sivas İlinde Ekmek Tüketim Alışkanlıkları ve Tüketici Dinamiklerinin Belirlenmesi (Yüksek Lisans Tezi ) Atatürk Üniversitesi, Ziraat Fakültesi. Erzurum
- Yılmaz, İ., 1983. İzmir İli Bornova İlçesinin Sosyo Ekonomik ve Kültürel Düzeyleri Farklı Olan Ailelerinde Ekmek Tüketimi Atımı ve Artan Ekmeklerin Değerlendirilme Durumları Üzerine Bir Araştırma. H. Ü. Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Whitehurst, R. J., 2004. Editor, Emulsifiers in Food Technology, Blackwell, Oxford. 110p.
- World Health Organization (W.H.O.), 2004. <http://www.who.int/health-statistics> (24.03.2018)

## ÖZGEÇMİŞ

1993 yılında Trabzon’da doğdu. İlkokulu İstanbul/Turgut Reis İlköğretim Okulunda ve lise eğitimini İstanbul/Gediktaş Lisesi Fen Bilimleri bölümünde tamamladı. 2011-2015 yılları arasında Erzurum/Atatürk Üniversitesi Gıda Mühendisliği bölümünde lisans eğitimini tamamladı. Lisans eğitimi sırasında 2014 yılında Aslan Çikolata fabrikasında staj yaptı. 2016 yılında Erzurum/Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Gıda Mühendisliği bölümünde yüksek lisans eğitimine başladı. Bekâr ve İstanbul’da ailesiyle yaşamaktadır.