

**KARAMAN İLİ KENTSEL ALANINDA TÜKETİCİLERİN
BULGUR TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI VE BUNU
ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE
BİR ARAŞTIRMA**

Merve ÖZBAY

Yüksek Lisans Tezi

Biyoloji Anabilim Dalı

Prof. Dr. Mehmet KARATAŞ

Haziran-2014

**T.C.
KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**KARAMAN İLİ KENTSEL ALANINDA TÜKETİCİLERİN
BULGURTÜKETİM ALIŞKANLIKLARI VE BUNU ETKİLEYEN
FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Merve ÖZBAY

Anabilim Dalı : Biyoloji

Programı : Yüksek Lisans

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Mehmet KARATAŞ

KARAMAN-2014

TEZ ONAYI

Merve ÖZBAY tarafından hazırlanan “**Karaman İli Kentsel Alanında Tüketicilerin Bulgur Tüketim Alışkanlıkları ve Bunu Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma**” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği ile Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü **Biyoloji** Anabilim Dalı’nda **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

Danışman : Prof. Dr. Mehmet KARATAŞ

Jüri Üyeleri
İmza:

X X X X

Tez Savunma Tarihi :

Yukarıdaki sonucu onaylarım

Prof. Dr. Fevzi KILIÇEL
Enstitü Müdürü

TEZ BİLDİRİMİ

Yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, tezin içerdiği yenilik ve sonuçların başka bir yerden alınmadığını, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

Merve ÖZBAY

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

KARAMAN İLİ KENTSEL ALANINDA TÜKETİCİLERİN BULGUR TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI VE BUNU ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Merve ÖZBAY

**Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü
Biyoloji Anabilim Dalı**

**Danışman: Prof. Dr. Mehmet KARATAŞ
Ekim, 2014, 89 sayfa**

Çalışmada Karaman ilinde bulgur tüketim yöntemleri araştırılmış ve Karaman ili kentsel alanında hane halkının bulgur tüketim alışkanlıkları ve bu bulgur tüketim alışkanlıklarını etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla anket çalışması yapılmıştır. Bu amaçla Karaman ili kentsel alanda yaşayan hane halkı ile yüz yüze görüşülmek suretiyle 291 hane halkına anket uygulanmıştır. Ankette tüketicilere bulgur tüketim tercihleri, bulgur alırken dikkat ettikleri hususlar, bulgurun beslenme ve sağlık açısından önem durumları, bulgur tüketim aralıkları, bulgur temin yerleri, bulgur tüketim yöntemleri, bulgurun mevsimsel tüketim farklılıkları, bulgur tüketimini etkileyen konularda sorular yöneltilmiştir. Bu soruların aynı zamanda demografik özelliklerle karşılaştırılması yapılmıştır. Anketi değerlendirirken frekans tabloları, yüzde hesaplamaları, grafiklerden, Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ve değişkenler arasındaki ilişkiyi ölçmek için X^2 (Chi-square) tekniğinden yararlanılmıştır. Değerleme sonucunda, ankete katılanların bulgur satın alırken öncelikle son kullanma tarihine, markasına, görünümüne ve fiyatına dikkat ettikleri, bulguru sevdikleri ve damak tadına uygun olduğu için tükettikleri, bulgurun beslenme ve sağlık açısından önemi pek bilinmemekle birlikte merkezde yaşayan ve gelir durumu iyi olanların bu konuda bilgi sahibi oldukları ortaya çıkmıştır. Ayrıca katılımcılar ailede bulgur alma kararını babaların verdiğini, gelir durumunun bulgur tüketimini etkilemediğini, bulgur tüketiminde mevsimsel farklılıkların olduğunu ve reklamın bulgur tüketimini artıracığını belirtmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Bulgur, Karaman, Tüketici, Üretici, Tüketim

ABSTRACT

Ms Thesis

A STUDY ON BULGHUR CONSUMING HABITS OF CONSUMERS IN URBAN AREAS OF KARAMAN AND IDENTIFYING THE FACTORS THAT EFFECT THIS.

Merve ÖZBAY

**Karamanoğlu Mehmetbey Üniversity
Graduate School of Natural and Applied Sciences
Department of Biology**

**Supervisor: Prof. Dr. Mehmet KARATAŞ
October, 2014, 89 pages**

In this study, bulghur consumption methods in Karaman were investigated and a survey was conducted to reveal bulghur consumption habits of households in urban areas of Karaman and the factors that affect these consumption patterns. For this purpose, the survey was administered to 291 households by direct meeting with households living in urban areas of Karaman. Questions regarding bulghur consumption preferences, considerations taken into account when buying bulghur, importance of bulghur for nutrition and health, intervals between bulghur consumption, bulghur procurement places, bulghur consumption methods, interval between seasonal consumption of bulghur and factors affecting bulghur consumption were asked to the consumers in the survey. At the same time, these questions were also compared by considering demographic characteristics. Frequency tables, percentage, graphics, One-Way Analysis of Variance (ANOVA) and X^2 (Chi-square) technique for measuring relationship between variables were used for assessing the survey data. Expiry date, brand, display and price were the important factors paid by consumers prior to buy, liking and consumption due to appropriate taste, unawareness about Bulgur's importance on nutrition and health but known by those who lived in the city centre with high income has been found as a result of the survey. Furthermore, decision of buying bulghur in the family by father, no effects of income on consumption, seasonal differences in bulghur consumption and increased bulghur consumption by advertisements were also specified.

Keywords: Bulghur, Consumer, Consumption, Karaman, Producer

ÖNSÖZ

Bu çalışma bir yüksek lisans tez çalışmasıdır.

Dünyada özellikle Anadolu'da bulgur önemli bir tüketim alanı oluşturmaktadır. Bu tez çalışmasında bulgurun genel özelliklerinden, çeşitli istatistiklerden, üretim teknolojilerinden oluşan literatür taraması yapılmış ve devamında Karaman ili kentsel alanında tüketicilerin bulgur tüketim alışkanlıkları ve bunu etkileyen faktörlerin belirlenmesi üzerine bir anket çalışması yapılmıştır.

Karaman ili kentsel alanında yaşayan hane halkı ile yüz yüze görüşmek suretiyle ankete katılmak isteyen istekliler dikkate alınarak 291 ayrı hane büyüğüne anket uygulanmıştır. Çalışma Karaman ili kentsel alanı gelir ve öğrenim durumu da dikkate alınarak bütünü temsil edecek şekilde yapılmaya çalışılmış. Ankette, tüketicilerin cinsiyeti, yaşı, öğrenim durumu, mesleği, evdeki birey sayısı ve gelir durumu gibi genel sorularla birlikte, farklı yöntemlerle elde edilen bulgur tüketimine yönelik sorular da yer almıştır.

Hazırlamış olduğum tezimde benden yardımlarını esirgemeyen danışman hocam Prof. Dr. Mehmet KARATAŞ'a, yine yardımlarını esirgemeyen hocam Allah rahmet eylesin 28.09.2014 tarihinde vefat eden Prof. Dr. Kemal ESENGÜN'e ve diğer bütün hocalarıma, biricik babama, hep beni destekleyen ve yardımcı olan sevgili eşim Ali ÖZBAY'a teşekkür ederim.

Merve ÖZBAY
Ekim, 2014

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖZET	i
ABSTRACT	ii
ÖNSÖZ	iii
İÇİNDEKİLER	iv
ÇİZELGELER DİZİNİ	vii
ŞEKİLLER DİZİNİ	ix
SİMGELER VE KISALTMALAR	x
1. GİRİŞ	1
1.1. Tarihte Bulgur	2
1.2. Dünya’da ve Türkiye’de Bulgur Sanayinin Durumu	3
1.3. Bulgurun Beslenme ve Sağlık Açısından Önemi.....	7
1.4. Bulgur Çeşitleri ve Bulgurun Tane İrilikleri	8
1.5. Bulgurun Fiziksel, Kimyasal ve Duyusal Özellikleri	9
1.6. Türkiye’de Bulgur Üretim Yöntemleri	10
1.7. Bulgur Üretim Teknolojisi	14
1.8. Karaman İlinde Bulgur Tüketim Yöntemleri	16
2. KURAMSAL TEMELLER VE KAYNAK ARAŞTIRMASI	19
3. MATERYAL VE YÖNTEM	28
3.1. Materyal.....	28
3.2. Yöntem.....	29
4. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA	31
4.1. Tüketicilerin Demografik Özellikleri	32
4.2. Tüketicilerin Bulgur Tüketim Alışkanlıklarına İlişkin Bulgular	35
4.2.1. Tüketicilerin Bulgur Alırken Öncelikle Dikkat Ettikleri Hususlar	35
4.2.2. Tüketicilerin Bulgur Tercihindeki Temel Etkenler	36
4.2.3. Evde Bulgur Alma Kararını Kim Verir?	39
4.2.4. Bulgurun Beslenme ve Sağlık Açısından Önem Durumları	40
4.2.5. Tüketicilerin Bulgur Tüketim Aralıkları	42
4.2.6. Tüketicilerin Bulgur Temin Ettikleri Yerin Hijyen Durumu Hakkındaki Fikirleri	44

4.2.7. Tüketicilerin Tüketim Tercihleri	44
4.2.8. Tüketicilerin Bulgur Temin Yerleri	45
4.2.9. Reklam Kampanyalarının Bulgur Tüketimine Etkisi	46
4.2.10. Arkadaş, Komşu ve İş Çevresinin Bulgur Tüketimine Etkisi	47
4.2.11. Gelir Durumunun Bulgur Tüketimine Etkisi	47
4.2.12. Bulgur Tüketiminin Mevsimsel Farklılıkları	48
4.2.13. Tüketicilerin Bulgur Tüketim Yöntemleri	48
4.2.14. Tüketiciler Açısından Bulgurun Fiyat Durumu	50
4.2.15. Tüketicilerin Bulguru Sevmedikleri İçin Tüketmeme Durumları	50
4.2.16. Karaman İlinin Bulgur Üretim Merkezi Olmasının Tüketim Üzerindeki Etkisi	51
4.2.17. Tüketicilerin Bulgur Yerine İkame Ürün Tercih Etme Eğilimleri	51
4.2.18. Fabrikada Üretilen Bulgurun Kalite Durumu	53
4.2.19. Tüketicilerin Yeni Ürün ve Markaları da Deneme Eğilimleri	53
4.2.20. Tüketicilerin Genellikle Alıştığı ve Güvendiği Bulguru Tercih Etme Durumu	54
4.3. Tüketicilerin Bulgur Tüketimini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi	54
4.3.1. Tüketicilerin Öğrenim Durumu Değişkenine Göre Bulgurun Beslenme ve Sağlık Açısından Önemi Algilama Farklılıklarına İlişkin Analiz	54
4.3.2. Tüketicilerin Gelir Durumu Değişkenine Göre Bulgurun Beslenme ve Sağlık Açısından Önemi Algilama Farklılıklarına İlişkin Analiz	55
4.3.3. Tüketicilerin Gelir Durumu Değişkenine Göre Bulgur Tüketim Tercihlerinin Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz	56
4.3.4. Tüketicilerin Yaş Değişkenine Göre Bulgur Tüketim Tercihlerinin Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz	56
4.3.5. Tüketicilerin Öğrenim Durumu Değişkenine Göre Bulgur Tüketim Tercihlerinin Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz	57
4.3.6. Tüketicilerin Gelir Durumu Değişkenine Göre Bulgurun Tüketim Aralıklarının Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz	58
4.3.7. Birey Sayısı Değişkenine Göre Bulgurun Tüketim Aralıklarının Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz	58
4.3.8. Tüketicilerin Gelir Durumu Değişkenine Göre Bulgur Fiyatını Pahalı Bulmalarının Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz	59
4.3.9. Gelir Durumu Değişkenine Göre Gıda Harcama Oranlarının Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz	61
4.3.10. Karaman İli Kentsel Alanda, Yerleşim Durumuna Göre Belirlenen Bölgeler Arası Bulgur Tercihinin Gelir Durumuna Göre Farklılıklarına İlişkin Analiz	63

4.3.11. Karaman İli Kentsel Alanda, Yerleşim Durumuna Göre Belirlenen Bölgeler Arası Bulgurun Beslenme ve Sağlık Açısından Önem Durumlarının Gelir Durumuna Göre Farklılıklarına İlişkin Analiz	65
4.3.12. Tüketicilerin Yaş Değişkenine Göre Tüketim Aralıklarının Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz	67
4.3.13. Tüketicilerin Öğrenim Durumu Değişkenine Göre Tüketim Aralıklarının Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz	69
4.3.14. Tüketicilerin Gelir Durumu Değişkenine Göre Bulguru Kendilerinin Üretmesinin Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz	71
4.3.15. Tüketicilerin Meslek Değişkenine Göre Tüketim Yöntemlerinin Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz	72
4.3.16. Tüketicilerin Cinsiyet Değişkenine Göre Bulgur Tüketim Nedenlerinin Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz	73
4.3.17. Tüketicilerin Gelir Durumu Değişkenine Göre Reklamın Bulgur Tüketimini Arttırması Konusundaki Görüşlerin Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz	73
4.3.18. Tüketicilerin Gelir Durumu Değişkenine Göre Yeni Ürün ve Markalar Denemek İstemeleri Konusundaki Görüşlerin Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz	75
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	77
6. KAYNAKLAR	82
EKLER	87
EK-1 ANKET FORMU	87
ÖZGEÇMİŞ	89

ÇİZELGELER DİZİNİ

<u>Çizelge</u>	<u>Sayfa</u>
Çizelge 1.1 : Türkiye'deki un, yem, makarna, bulgur, bisküvi, irmik, çeltik ve nişasta fabrikalarının son durumu (2012 yılı)	4
Çizelge 1.2 : Türkiye'de bulgurun yıllara göre üretim bilgileri	5
Çizelge 1.3 : 2009-2012 yılları Türkiye mamül madde ihracatı	5
Çizelge 1.4 : 2005-2010 yılları bulgurun ülkelere göre ithalat-ihracat bilgileri	6
Çizelge 1.5 : Bulgurun tane irilikleri	8
Çizelge 1.6 : Bulgurun fiziksel ve kimyasal özellikleri	10
Çizelge 1.7 : Bulgurdan yapılan çorbalar	17
Çizelge 1.8 : Bulgurlu köfteler	17
Çizelge 1.9 : Bulgurlu pilavlar	17
Çizelge 4.1 : Bütün sorular için tanımlayıcı istatistikler	31
Çizelge 4.2 : Tüketicilerin cinsiyet dağılımı	33
Çizelge 4.3 : Tüketicilerin yaşlarının dağılımı	33
Çizelge 4.4 : Tüketicilerin öğrenim durumu dağılımı	33
Çizelge 4.5 : Tüketicilerin meslek dağılımı	34
Çizelge 4.6 : Tüketicilerin birlikte yaşadığı ailedeki (evdeki) birey sayısının dağılımı	34
Çizelge 4.7 : Tüketicilerin gelir durumu dağılımı	34
Çizelge 4.8 : Tüketiciler gelirlerinin yüzde kaçını gıda harcamalarında kullandıklarına ilişkin dağılımı	35
Çizelge 4.9 : Tüketicilerin bulgur alırken öncelikle dikkat ettikleri hususların dağılımı	36
Çizelge 4.10 : Tüketicilerin bulgur tercihindeki temel etkenlerin durumu	38
Çizelge 4.11 : Evde bulgur alma kararını kim verir?.....	39
Çizelge 4.12 : Bulgurun beslenme ve sağlık açısından önem durumları	41
Çizelge 4.13 : Tüketicilerin bulgur tüketim aralıkları durumu	43
Çizelge 4.14 : Tüketicilerin bulgur temin ettikleri yerin hijyenikliği hakkındaki fikir durumları	44
Çizelge 4.15 : Tüketicilerin bulgur tüketim tercih durumu	45
Çizelge 4.16 : Tüketicilerin bulgur temin yerleri durumu	46
Çizelge 4.17 : Reklam kampanyalarının bulgur tüketimine etkisi	47
Çizelge 4.18 : Arkadaş, komşu ve iş çevresinin bulgur tüketimine etki durumu	47
Çizelge 4.19 : Gelir durumunun bulgur tüketimine etki durumu	48
Çizelge 4.20 : Bulgur tüketiminin mevsimsel farklılık durumu	48
Çizelge 4.21 : Bulgur tüketimi yöntemleri durumu	49
Çizelge 4.22 : Tüketiciler açısından bulgurun fiyat durumu	66
Çizelge 4.23 : Tüketicilerin bulguru sevmedikleri için tüketmeme durumu	50
Çizelge 4.24 : Karaman ilinin bulgur üretim merkezi olmasının tüketim üzerine etki durumu	51
Çizelge 4.25 : Tüketicilerin bulgur yerine ikame ürün tercih etme durumları	52
Çizelge 4.26 : Fabrikada üretilen bulgurun kalite durumu	53
Çizelge 4.27 : Tüketicilerin yeni ürün ve markaları da deneme eğilimleri	53
Çizelge 4.28 : Tüketicilerin genellikle alıştığı ve güvendiği bulguru tercih etme durumu	54

Çizelge 4.29 : Tüketicilerin öğrenim durumu ile beslenme ve sağlık açısından önem durumları değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler	55
Çizelge 4.30 : Tüketicilerin gelir durumu ile beslenme ve sağlık açısından önem durumları değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler	56
Çizelge 4.31 : Tüketicilerin gelir durumu ile bulgur tüketim tercihlerinin değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler	56
Çizelge 4.32 : Tüketicilerin yaş ile bulgur tüketim tercihlerinin değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler	57
Çizelge 4.33 : Tüketicilerin öğrenim durumu ile bulgur tüketim tercihleri değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler	57
Çizelge 4.34 : Tüketicilerin gelir durumu ile bulgur tüketim aralıkları değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler	58
Çizelge 4.35 : Birey sayısı ile bulgur tüketim aralıkları değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler	59
Çizelge 4.36 : Gelir durumu ile bulgurun fiyatını pahalı buluyorum değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler	59
Çizelge 4.37 : Gelir durumu ile bulgurun fiyatını pahalı buluyorum değişkenlerine ilişkin crosstab	60
Çizelge 4.38 : Gelir durumu ile gıda harcama oranları değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler	62
Çizelge 4.39 : Gelir durumu ile gelirinizin yaklaşık yüzde kaçını gıda harcamasında kullanıyorsunuz değişkenlerine ilişkin crosstab	62
Çizelge 4.40 : Yerleşim durumuna göre belirlenen bölgeler arası bulgur tercihinin gelir durumuna göre farklılıklarına ilişkin tanımlayıcı istatistikler ...	64
Çizelge 4.41 : Yerleşim durumlarına göre belirlenen bölgeler arası bulgurun Beslenme ve sağlık açısında önem durumlarının gelir durumuna göre farklılıklarına ilişkin tanımlayıcı istatistikler	66
Çizelge 4.42 : Tüketicilerin yaş değişkenine göre tüketim aralıklarının farklılık gösterip göstermediğine ilişkin tanımlayıcı istatistikler	68
Çizelge 4.43 : Tüketicilerin öğrenim durumu değişkenine göre tüketim aralıklarının farklılık gösterip göstermediğine ilişkin tanımlayıcı istatistikler	70
Çizelge 4.44 : Gelir durumu ile bulguru kendilerinin üretmesi değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler	71
Çizelge 4.45 : Gelir durumunuz ile bulguru kendimiz üretiyoruz değişkenlerine ilişkin crosstab	71
Çizelge 4.46 : Meslek ile bulgur tüketim yöntemleri değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler	73
Çizelge 4.47 : Tüketicilerin cinsiyetleri ile bulgur tüketim nedenleri değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler	73
Çizelge 4.48 : Tüketicilerin gelir durumlarıyla reklamın bulgur tüketimini arttırması değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler	74
Çizelge 4.49 : Gelir durumu ile reklamlar bulgur tüketimini artırır değişkenlerine ilişkin crosstab	74
Çizelge 4.50 : Tüketicilerin gelir durumu ile yeni ürün ve markalar denemek istemesi değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler	76
Çizelge 4.51 : Gelir durumu ile yeni ürün ve markaları denemek isterim değişkenlerine ilişkin crosstab	76

ŞEKİLLER DİZİNİ

<u>Sekil</u>	<u>Sayfa</u>
Şekil 1.1 : Antep ve Karaman tipi bulgur üretimlerine ait akım şemaları	13
Şekil 1.2 : Bulgur oluşum süreci	14
Şekil 4.1 : Gelir durumu ile bulgurun fiyatını pahalı buluyorum değişkenlerine ilişkin	60
Şekil 4.2 : Gelir durumu ile gelirinizin yüzde kaçını gıda harcamasında kullanıyorsunuz ilişkisi	63
Şekil 4.3 : Gelir durumu ile bulguru kendilerinin üretmesi arasındaki ilişkisi	72
Şekil 4.4 : Gelir durumu ile reklamlar bulgur tüketimini artırır değişkenleri arasındaki ilişki	75

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

Simgeler

%
°
Mn
Ca
Fe
Cu
Zn
Mg
P
TL
\$
C
B

Açıklama

Yüzde
Derece
Mangan
Kalsiyum
Demir
Bakır
Çinko
Magnezyum
Fosfor
Türk Lirası
Dolar
Santigrat
Beta

Kısaltmalar

mg
kcal
Kg
g
mm
cm

Açıklama

Miligram
Kilokalori
Kilogram
Gram
Milimetre
Santimetre

1. GİRİŞ

Artan nüfus, ekonomik gelişme, teknolojik yenilikler ve yaşam standartları, beslenmede kullanılan kaynakların daha verimli bir seviyeye çıkarılması ve değerlendirilmesini zorunlu kılmaktadır. Ulusal, bölgesel ve sektörel bazda karar vericiler tarafından bu konular planlanmalı ve politikalar oluşturulmalıdır (Cankurt ve ark. , 2010). Türkiye’de çoğunlukla bitkisel kökenli gıdalarla beslenme hakim olup, gıda tüketiminde tahıl ve tahıl ürünleri ilk sırada yer almaktadır (Anonim, 2011).

Ülkemiz ve bölgemizde dengeli, yeterli ve sağlıklı beslenmenin sağlanabilmesi için tahıl ve tahıl ürünlerinin daha fazla tüketilmesinin sağlanması, verimli ve sağlıklı bir düzeye getirilmesi ve değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu durum tahıl ve tahıl ürünlerinin üretim ve tüketiminin artırılmasını zorunlu kıldığı gibi, tüketicilerin gelir seviyesinin artırılmasını ve bilinçli tüketim alışkanlıklarının kazandırılmasını da zorunlu kılar. Bu açıdan dengeli bir beslenmenin nasıl olacağı konusunda bireylerin tüketim alışkanlıklarının belirlenmesiyle daha isabetli sonuçlar alınabilecektir (Karakaş, 2010 ; Nalinci, 2013).

Tüketici alışkanlıkları ve tüketici alışkanlıklarını etkileyen faktörler pazarlama faaliyetlerini ve satışı artırıcı çabalara yön veren başlıca faktörlerdir. Bir mal ve hizmeti iyi bir şekilde sunmak için, tüketiciyi etkileyen faktörleri göz önünde bulundurmamak, tüketim amacıyla satın alma kararına etki eden faktörleri iyi bilmek ve tüketici satın alma karar sürecini iyi analiz edebilmek, hem sektörün gelişmesine hem de tüketicilerin tatminine olanak sağlar (Kızılaslan ve Kızılaslan, 2008).

Yaklaşık 4000 yıllık geçmişe sahip olan dünyada ilk işlenen gıda maddeleri arasında yer alan ve eski Hitit ve Babillerden beri insan gıdası olarak kullanılan bir tahıl ürünü olan bulguru bu açıdan ele alacak olursak, tüketimini yaygınlaştırmak için üretimini arttırmaya yönelik çabaların yanında, bulgur tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi ve bunlara uygun stratejilerinin uygulanması da büyük önem arz etmektedir (Türksoy ve Özkaya, 2004; Yılmaz, 2012). Bir toplumun veya bir bölgenin gıda talebi tüketim alışkanlıkları; ürünlerin kalitesine, fiyat ve hijyen özelliklerine, tüketicilerin eğitim, gelir düzeyi vb. sosyoekonomik özelliklerindeki farklılıklara, bunun yanı sıra cinsiyet, yaş, aktivite durumu, besin ile ilgili bilgi ve deneyimler gibi faktörlere bağlı değişebilmekte ve kompleks bir yapıya sahip olabilmektedir (Şengül, 2004).

Yukarıdaki sayılan nedenlerden dolayı böyle bir çalışma Karaman ili kentsel alanında hane halkının bulgur tüketim alışkanlıkları ve bulgur tüketim alışkanlıklarını etkileyen faktörleri ortaya koymak amacıyla yapılması bakımından önem arz etmektedir. Bu çalışmada elde edilen sonuçlardan çıkarılacak önerilerin Karaman ili bulgur tüketimine, pazarlamasına, tercih edilirlğine ve sağlık açısından ne derece önemli olduğunun ortaya konulmasına ve farkındalık oluşmasına katkıda bulunması beklenmektedir. Araştırmada elde edilen sosyoekonomik bulguların ildeki bulgur üreticileri ve pazarlamacıları tarafından değerlendirilerek bir bütün halinde sorunların çözümüne yönelik girişim ve düzenlemeler de kullanılacaktır. Aynı zamanda Türkiye’de ve Karaman’da tüketilen bulguların yeterli ve dengeli beslenmede sağlık açısından yerinin ve öneminin anlatılması adına etkili olabileceği söylenebilir.

1.1. Tarihte Bulgur

Dünyada ilk işlenen gıda maddelerinden biri olan bulgur, Moğol İmparatoru Cengiz Han’ın seferlerinde ordu erzakları arasında yer almaktaydı. M.Ö. 2800’de Çin İmparatoru Shen Nung, bulgurun ana maddesi olan buğdayı; pirinç, darı, arpa ve soya fasulyesiyle birlikte beş kutsal bitkiden biri olarak belirlemiştir. Hıristiyanların kutsal kitabı İncil’de; eski Babil, Hitit ve İbrani halklarının 4 bin yıl önce, Mısırlıların ve Doğu Akdeniz’de kurulu diğer uygarlıkların da M.Ö. 1000 yılında pişirilip kurutulmuş buğdayı kullandıklarını göstermektedir (Bayram ve Öner, 2004; Bayram ve ark., 2010). Tarihte bulgur çeşitli isimlerle anılmıştır. Romalılar “cereali”, İsrailoğulları “dagan”, diğer Ortadoğu halkları da “arisah” olarak adlandırmışlardır. İncil araştırmacılarına göre bulgur, yarı kaynatılıp güneşte kurutulmuş buğdaydan elde edilen ve “burghul” “burghoul”, “balgour”, “boulgur” gibi çeşitli şekillerde yazılan gıda maddesidir. Bulgurun, kendisi gibi adı da binlerce yıl öncesinden bugüne kadar gelmektedir. Birçok Batı dilinde de bulgur, Ortadoğu halklarının kullandığı şekliyle yani “bulgur” olarak geçmektedir. Arapça telaffuzdan dolayı, arap ülkelerinde “burgul” olarak adlandırılır. Ermeni yemek kültüründe bulgurdan yapılan pilava altın pilav denilir. Yine bazı bölgelerde bulgur, “ala, birghil, pourgoun” olarak da bilinmektedir. Anadolu ve Mezopotamya’da doğup dünyaya yayılan bulgur, evrensel bir damak tadı olma yolundadır (Bayram ve Öner, 2004).

Karaman’da ilk bulgurculuğu 1. Dünya Savaşı’nda ordu ihtiyacını karşılamak amacıyla Rıza Küçüköğlü tarafından başlanmıştır. Türkiye’ de başlıca bulgur üretimi,

1990 yılı itibari ile sırasıyla en yüksek Karaman ve Gaziantep, daha sonra İçel ve orum'da gerçekleşmiştir (Bayram ve ark., 1996).

1.2. Dünya'da ve Türkiye'de Bulgur Sanayinin Durumu

Günümüzde bulgur modern toplumlar tarafından yeniden keşfedilmeye başlayan ilginç bir ürün durumuna gelmektedir. Öyle ki, son yıllarda bulguru konusunda yapılan bilimsel çalışmaların sayısının artmaya başlaması ile birlikte günümüz tüketim ürünlerinin içinde yer almasını kolaylaştırmıştır. Bulgurun yurt içi ve yurt dışı üretim değerlerine bakıldığında, yaklaşık olarak Türkiye'de irili ufaklı 500 tane bulgur iőletmesi bulunmakla birlikte, üretim 1.000.000 ton civarındadır ve her yıl %1,5-2,5 aralığında artmaktadır. Tüketime bakıldığında yıllık kiő başına 12 kg'mı bulan bulgur tüketimi, Doğu ve Güneydoğu bölgelerinde 25-30 kg'a çıkarken, batı bölgelerinde 7-10 kg civarındadır. Bu üretim ve tüketim değerlerine bakıldığında, üretim değeri makarna üretiminin 2,5 katı, yerli pirinç üretiminin 5,5 katı kadardır. Tüketim olarak ise, yaklaşık olarak makarna tüketiminin 2,86 katı, pirinç tüketiminin ise 1,72 katıdır (Savaş, 2010).

Son yıllarda yurt dıőında da bulgur üretimi yapılmaktadır. (Amerika ve Kanada'da toplam bulgur fabrikası sayısı 20 civarındadır) Amerika'da yıllık bulgur üretimi 250.000 ton dur. Bulgur, AB ülkelerinde genellikle Arap, Yunan, Ermeni ve Türk kökenli toplumlar tarafından bilinmekte ve tüketilmektedir. Resmi kayıtlara göre en büyük bulgur sağlayıcı ülke Türkiye'dir. Türkiye ile birlikte Fransa'da 1, İsveç'te 1 ve Yunanistan'da 3-4 tane bulgur üreticisi bulunmaktadır. Avrupa'daki üreticilerin yıllık üretim değerleri ortalama 2-3 bin ton civarındadır. Kalite ve kabul edilebilirlik sorunlarından dolayı satış değerleri düşüktür. Son beş yıldır Arap ve Avrupa ülkelerinde fabrikalar kurulmuştur (Bayram ve ark., 1996; Bayram, 2010; Bayram ve ark., 2010).

Dünya'nın temel sorunlarından olan açlık ve açlık çeken ülkelerin doyurulmasında da 1 kcal enerjinin en ucuza elde edildiği bulgur stratejik önemini artırmaktadır. Bugün bakıldığında; Birleşmiş Milletler, Dünya Gıda Örgütü ve ülkesel bazlı yardım paketlerinde bulgur tüketiminde önemli artışlar görüldüğü dikkati çekmektedir. Her bir kurumun yaklaşık yıllık bulgur yardım miktarı 80.000 ton ve toplamda da ortalama 200 bin ton civarındadır. Bu miktar orta boyutta çalışan yaklaşık 100 adet bulgur fabrikası ile ancak karşılayabilecek kadar büyük bir miktardadır. Bu talebi özellikle Amerikalı ve Türk bulgur őirketleri karşılamaktadır. Fakat Türk bulgur firmalarının Birleşmiş Milletlerinin ihalelerine bazen direkt olarak katılmamalarından dolayı, aracı firmaların

vasıtası ile bulguru teslim etmektedirler. Gıda yardım kurumlarının bulguru seçmesindeki temel kıstas ise, bulgurun besleyiciliği, uzun raf ömrü, mikrobiyolojik ve zararlılara karşı dayanımı, hızlı hazırlanabilmesi, birim kalori bazında ucuz olması ve diğer ürünlerle karıştırılarak yenilebilmesidir (Bayram, 2010).

2004 yılında Türkiye'ye bulguru araştırmak için gelen Vicky Solah ve araştırma ekibinin (D. Kerr, G. B. Crosbie, S. Siryani), 2007 yılı içinde yaptıkları araştırmaya göre, bulgur çok önemli bir diyet maddesi olarak da kullanılabilir. Çalışmada elde edilen sonuçlar, bulgurun pirinçle kıyaslandığı zaman, yüksek seviyede tokluk hissi verdiği için uzun süre yemek yeme hissini azalttığı ispatlanmıştır. Çalışmada yaşları 18 ile 50 arasında değişen kadın ve erkeklerden oluşan denek grubu kullanılmış ve deneklere öğünlerde pirinç ve bulgurdan oluşan yemekler verilmiştir. Yapılan çalışma bulgurun açlığı 1-1,5 saat civarında geciktirdiği tespit edilmiştir.

Son on yılın verilerine bakıldığında sadece Dünya Gıda Programı dahilinde, yıllık 60-80 bin ton bulgur, Hindistan, Liberya, Haiti, Sierra Leone, Sudan, Dominik Cumhuriyeti, Senegal, Gana, Algeria, Zambia, Moritanya, Gambia gibi ülkelere gönderilmektedir (Bayram ve ark., 2010).

Çizelge 1.1. Türkiye'deki un, yem, makarna, bulgur, bisküvi, irmik, çeltik ve nişasta fabrikalarının son durumu (2012 yılı) (Anonim, 2012a)

Fabrikalar	Fabrika Sayısı (Faal)	Yıllık Kapasite (Ton)		Kapasite Kullanım Oranı (%)
		Kurulu Kapasite (Ton/Yıl)	Fiili Kapasite (Ton/Yıl)	
Buğday Unu	734	36.512.766	18.196.888	50
Yem	429	28.428.638	16.115.054	57
Makarna	24	1.825.522	1.187.424	65
Bulgur	90	1.253.882	721.559	58
Bisküvi	33	1.665.817	1.035.200	62
İrmik	13	574.912	417.937	73
Çeltik	130	3.272.631	1.100.428	34
Nişasta	6	1.306.600	915.600	70

Çizelge 1.2. Türkiye’de bulgurun yıllara göre üretim bilgileri (Anonim, 2012b)

	2008	2009	2010	2011	2012
Girişim Sayısı	14	15	21	39	37
Üretim Miktarı(kg)	91.939.799	135.308.155	189.014.215	222.210.206	277.545.076
Üretim Değeri(TL)	102.565.021	132.382.336	170.997.405	211.386.824	301.083.956
Satış Miktarı(kg)	88.973.570	134.552.400	168.326.780	209.477.519	268.410.871
Satış Değeri(TL)	99.634.997	128.306.980	154.087.807	197.528.500	291.469.954

Çizelge 1.3. 2009-2012 yılları Türkiye mamül madde ihracatı (Anonim, 2012a)

Ürünler	2009		2010		2011		2012	
	Miktar (Ton)	Değer (Bin \$)	Miktar (Bin Ton)	Değer (Bin \$)	Miktar (Bin Ton)	Değer (Bin \$)	Miktar (Bin Ton)	Değer (Bin \$)
Un	1.805.866	581.039	1.836.295	596.282	1.984.515	891.744	1.994.404	841.373
Makarna	213.506	149.423	297.280	185.888	404.040	285.261	506.164	358.227
Bulgur	115.227	63.209	160.649	80.025	122.443	70.297	123.005	69.746
İrmik	21.857	10.754	49.349	20.283	49.058	26.152	27.587	14.577
Bisküvi	206.468	416.532	245.659	487.236	284.839	621.451	316.370	739.132
Buğday Karşılığı	3.189.774		3.515.758		3.872.466		4.048.027	
Genel Toplam	2.362.924	1.220.958	2.589.233	1.369.714	2.844.895	1.894.905	2.967.531	2.023.056

Çizelge 1.4. 2005-2010 yılları bulgurun ülkelere göre ithalat-ihracat bilgileri (Anonim, 2010a; Babadoğan 2010)

Yıl	Istpoz	Istpoz Adı	Ülke Adı	Ölçü Adı	İhracat Miktarı	İthalat Miktarı
2005	190430000000	Bulgur	A.B.D.	KG	603.537	0
			Almanya		5.111.615	0
			Avustralya		691.473	0
			Belçika		1.458.225	3.000
			Irak		12.391.199	0
			Fransa		441.285	0
			Suudi Arabistan		3.709.904	0
			A.B.D.		646.107	0
2006	190430000000	Bulgur	Almanya	KG	5.871.528	0
			Avustralya		902.300	20.750
			Belçika		607.501	0
			Irak		16.152.114	0
			Fransa		565.367	0
			Suudi Arabistan		4.583.277	0
			A.B.D.		740.741	0
			Almanya		8.711.345	18.000
2007	190430000000	Bulgur	Avustralya	KG	730.386	0
			Belçika		834.773	0
			Irak		21.587.171	55.750
			Fransa		1.224.639	7.850
			Suudi Arabistan		913.527	0
			A.B.D.		688.895	0
			Almanya		8.379.396	3.030
			Avustralya		789.177	0
2008	190430000000	Bulgur	Belçika	KG	550.156	0
			Irak		21.443.876	53.000
			Fransa		1.383.874	0
			Suudi Arabistan		1.882.190	14.400
			A.B.D.		908.239	0
			Almanya		11.669.653	0
			Avustralya		1.017.551	19.050
			Belçika		3.148.659	0
2009	190430000000	Bulgur	Irak	KG	53.119.673	0
			Fransa		2.180.878	524.600
			Suudi Arabistan		4.702.513	0
			A.B.D.		1.398.483	0
			Almanya		12.410.367	224.186
			Avustralya		862.592	0
			Belçika		6.514.173	0
			Irak		63.596.092	18.000
2010	190430000000	Bulgur	Fransa	KG	2.948.675	0
			Suudi Arabistan		3.790.739	0
			Irak		63.596.092	18.000
			Fransa		2.948.675	0

1.3. Bulgurun Beslenme ve Sağlık Açısından Önemi

- Bulgur kandaki yağları düşürücü yönü olduğu bilinen posa/lif bakımından oldukça zengin bir gıdadır. Oldukça yüksek miktarda lif içermesi bulguru bağırsak çalışmasında önemli bir pozisyona getirmiştir. Liflerin ayrıca tok tutucu bir özelliğe sahip olması, bulgura kilo kontrolünde de önemli bir rol yüklemiştir. Dünya Sağlık Örgütünün belirttiği üzere günde 25-30 gr. civarında lif ihtiyacımız bulunmaktadır. Bu ihtiyacımızı da bir tabak bulgurla çok rahat şekilde karşılayabiliriz.
- Bulgurda bulunan B1 vitaminleri, sinir ve sindirim sisteminde önemli rol oynamaktadır. Ayrıca bu vitaminin, beriberi hastalığının önlenmesinde düzenli tüketilmesi gerekmektedir.
- İçerdiği folik asitten dolayı, çocuk ve hamile kadınlar için çok önemli bir gıda maddesidir. Hamile annelerin bebeklerinin zekâ seviyesini ilerletme de oldukça gereklidir.
- Doymamış yağa sahiptir ve toplam yağ oranı düşük olduğu için sağlıklı bir besin maddesidir.
- Kolesterol içermez.
- Yüksek mineral ve selülozdan dolayı besin emilimini hızlandırır, kabızlığı engeller ve bağırsak kanserini önler.
- Bakliyatlarla karıştırıldığında dünyadaki en önemli besin kaynağı durumuna gelmektedir.
- Radyasyonu emmez ve radyasyona karşı dayanıklıdır. Bu nedenle bazı ülkelerde nükleer savaşlara karşı, askeri ve sivil amaçlar için stokta tutulan ürünlerdendir.
- Pişirme işlemi esnasında tanenin ruşeymin kısmında bulunan besin maddeleri tane içerisine nüfuz ettiğinden besin değeri diğer ürünlerden (ekmek, makarna) daha yüksektir.
- Bulgurun glisemik endeksini düşük olması sebebiyle, bulgur uzun süre tok tutar, kana yavaş karıştığı içinde diyetlerde kullanılabilir bir üründür. Şeker hastalarına da tavsiye edilir.
- Ayrıca salatalarda, sıcak ve soğuk yemeklerde kullanılan bir malzeme olması nedeniyle çeşitlilik sunan bir yiyecektir (Bayram ve ark. 2010; Türksoy ve Özkaya, 2004; Dönmez ve ark., 2004).

1.4. Bulgur Çeşitleri ve Bulgurun Tane İrilikleri

İşleniş şekline göre pilavlık ve köftelik olmak üzere ikiye ayrılır.

Pilavlık bulgurlar tane iriliğine göre;

- Pilavlık tane bulgur
- İri pilavlık bulgur
- Pilavlık bulgur
- İnce pilavlık bulgur olmak üzere dörde ayrılır.

Köftelik bulgurlar tane iriliğine göre;

- Köftelik iri bulgur
- Köftelik ince bulgur (çiğ köftelik) olmak üzere iki çeşide ayrılır.

Bulgurlar özelliklerine göre;

- Sade bulgur
- Çeşnili bulgur
- Esmer bulgur olmak üzere üç çeşide ayrılır (Anonim, 2009).

Çizelge 1.5. Bulgurun tane irilikleri (Anonim, 2010c)

Özellikler	Değer					
	Pilavlık Bulgurlar				Köftelik Bulgurlar	
	Tane Bulgur	İri Pilavlık	Pilavlık	İnce Pilavlık	Köftelik	İnce Köftelik
3,50 mm'lik yuvarlak delikli elek altına geçen kısım % (m/m)		En az %80				
3,00 mm'lik yuvarlak delikli elek altına geçen kısım % (m/m)			En az % 80			
2,80 mm'lik yuvarlak delikli elek altına geçen kısım % (m/m)	En çok %10					
2,50 mm'lik yuvarlak delikli elek altına geçen kısım % (m/m)				En az %80	En az %90	
2,00 mm'lik yuvarlak delikli elek altına geçen kısım % (m/m)		En çok %10				
1,60 mm'lik yuvarlak delikli elek altına geçen kısım % (m/m)			En çok % 10	En çok % 20		En az % 80
0,50 mm'lik yuvarlak delikli elek altına geçen kısım % (m/m)	En çok % 0,5	En çok % 0,5	En çok %0,5	En çok % 1	En çok %2	En çok %2

1.5. Bulgurun Fiziksel, Kimyasal ve Duyusal Özellikleri

Bulgurun duyusal özellikleri;

- Bulgur kendine has renk, tat ve kokuda olmalı,
- Acılaşmış, ekşimiş, kokuşmuş, küflenmiş olmamalı,
- Yabancı bir tat ve koku ihtiva etmemeli,
- Bulgur taneleri sağlam bir örnek görünüş ve yapıda olmalı,
- Yabancı madde içermemelidir (Anonim, 2009).

Karbonhidrat değeri yüksek, protein değeri düşüktür.

Piştirme ve kurutma işlemlerinden dolayı, küf oluşumuna karşı dayanıklıdır ve raf ömrü diğer ürünlerden daha uzundur (Çoksöyler ve ark., 1993).

Çizelge 1.6. Bulgurun fiziksel ve kimyasal özellikleri (Anonim, 2010c)

Özellikler	Değer					
	Pilavlık Bulgur	Çeşnili Bulgur	Esmer Bulgur	Köftelik Bulgur	Çeşnili Bulgur	Esmer Bulgur
Kusurlu tane						
Beyazlı bulgur tanesi, % (m/m), en çok	1	1	1	1	1	1
Kızıl bulgur tanesi, % (m/m), en çok	1	1	Aranmaz	1	1	Aranmaz
Bozuk tane, % (m/m), en çok	Bulunmalıdır	Bulunmamalıdır	Bulunmamalıdır	Bulunmalıdır	Bulunmalıdır	Bulunmamalıdır
Toplam yabancı madde % (m/m), en çok	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Taş, kum gibi inorganik maddeler % (m/m), en çok	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Rutubet, % (m/m), en çok	13	13	13	13	13	13
Toplam kül*, % (m/m), en çok	2,0	2,5	2,0	2,0	2,5	2,0
Suya geçen madde*, % (m/m), en çok	10	12	10	Aranmaz	Aranmaz	Aranmaz
Protein*, % (m/m), en az	11	11	11	11	11	11

* Değerler kuru madde üzerinden verilmiştir.

1.6. Türkiye’de Bulgur Üretim Yöntemleri

Memleketimizde bulgur; köylerde, imalathanelerde ve fabrikalarda üretilmektedir. Üretim hepsinde de aynı esasa göre yapılmaktadır. Aralarındaki fark, kullanılan ekipman ve üretim kapasitesinden meydana gelmektedir (Elgün ve ark., 2007).

Köylerde Bulgur Üretimi

Evlerde kullanılan sistemde, yaklaşık iki misli su ile 1-2 saat civarında pişirilen buğday, güneş altına serilerek kurutulur.

Kurutulan pişmiş buğdayın, taş dibek, ağaç tokmak veya değirmenlerde kabukları soyulur ve değirmenlerde kırılır. Sonra kepeği savrulur ve son ürün bulgur elde edilir. Bulgurlar değirmenlerde kırımdan sonra eleme ile veya daha sonra kalburlar kullanılan iri taneler pilavlık ince taneler ise köftelik diye ayrılır (Elgün ve ark., 2007).

İmalathanelerde Bulgur Üretimi

Bu tip işletmelerde buğday öncelikle; toz, toprak ve diğer yabancı maddelerinden temizlenir. Daha sonra özel yapılmış, fuel oil ile pişirme sağlayan kazanlarda pişirilir. Pişirme sırasında eklenen su ve pişirme zamanı en önemli unsuru teşkil etmektedir. Pişirme kazana eklenen suyun, tamamının emilip, nişastanın bütünüyle jelatinize olmasına kadar devam eder. Jelatinizasyonun tamamlanmış olması, buğday içerisinde hiçbir beyaz nokta bulunmamasından anlaşılır (Elgün ve ark., 2007).

Kurutma, özel sahalarda güneş altında, tamamıyla dış etkenlere açık bir şekilde yapılır. Kurutma sonunda bulgurlar kabuğu soyulup istenilen irilikte kırılarak; elekler yardımıyla sınıflandırılır (Elgün ve ark., 2007).

Fabrikasyon Bulgur Üretimi

Fabrikasyon üretiminin diğerlerinden farkı, pişirme ve kurutma sistemlerinden kaynaklanmaktadır. Fabrikasyon sistemi bulgur üretimi de kurutmadan sonraki kabuk soyma, tavlama ve kırma sistemine göre Antep tipi, Karaman tipi ve Bumas tipi olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır (Elgün ve ark., 2007).

Antep Tipi Bulgur Üretimi

Bu üretim metodunda kaynatma ve pişirme son yıllarda basınçlı cebri ısıtmalı pişirme kazanlarında yapılmaktadır. Pişmiş olan buğday sergi diye tabir edilen açıkta beton zeminler üzerinde güneş enerjisi yardımıyla veya kurutma kulesinde yapılmaktadır. Kurutma kulesinde ısı kaynağı olarak termoblokta üretilen kuru sıcak hava veya buhar kazanlarında üretilen basınçlı buharın radyatörlerden geçirilmesi ile üretilmektedir. Kurutma kulesinde tane nemi % 10 seviyesine kadar düşürülür. Kurumuş olan tanenin kabuğu (kepek) kuru soyma makinaları yardımı ile tane üzerinden alınırken, valsler

yardımı ile de soyulmuş taneler kırılmaktadır. Kırma işleminden sonraki aşamalar diğer sistemlerle aynıdır (Elgün ve ark., 2007).

Karaman Tipi Bulgur Üretimi

Bu üretim metodu ise, kurutma işleminden sonra uygulanan kabuk soyma ve tavlama, kırma işlemi ile diğer üretim tiplerinden ayrılmaktadır. Karaman tipinin en bariz özelliği tanenin yüksek nemli olarak kabuk soyma ve kırma işlemlerine tabi tutulmasıdır. Tane kurutma kulesinde % 12-14 neme kadar kurutulur. Kurutmada çıkan taneler dik yıkama makinesinden geçirilerek tanenin kabuğunun kabartılması ve nem içeriğinin yükseltilmesi sağlanır. Yıkama makinası çıkışında tane % 16-18 neme ulaşır. Nemli taneler tav silolarında 4-12 saat arasında dinlendirilir. Bu sayede kırılğan ve sert olan tane yapısına yumuşak, elastiki bir yapı kazandırılmış olur. Bu yapı sayesinde bulgur istenildiği gibi mekanik sıkıştırma işlemine tabi tutulabilir. Dinlenme ile verilen tavın taneye homojen dağılımı sağlanmış olur. Dinlenmiş olan bulgura tekrar tav helezonlarında kabuk tavı verilerek taş değirmenlere gönderilir. Bulgur taş değirmenlerde yatay çalışan 2 taş arasında sıkıştırılarak ısınması, sürtünmenin etkisi ile kabuk ve aleuron tabakasının taneden tamamen uzaklaştırılması sağlanır. Son yıllarda taş değirmenlerin kapasitesinin düşük, elektrik sarfiyatının yüksek olması, değirmen taşlarının dişeme zorlukları gibi olumsuzluklarından dolayı kullanımından vazgeçilmeye başlanmıştır. Soyma ve kırma ünitelerinde taş değirmenlerin yerini zımpara taşı kullanılmayan, tamamen gıdaya uygun metalden üretilen diskli kırıcı değirmenler almıştır. Bu değirmenlerde kapasite taş değirmenin en az 3-4 katı, elektrik sarfiyatı ise % 35 daha düşüktür. Bu makinelerden çıkan bulgurlar tarardan geçirilip kepeği ayrıldıktan sonra tekrar tav helezonlarında tavlano parlatma makinelerine gönderilmektedir. Parlatma makinelerinde tane nemli olarak mekanik sıkıştırmaya tabi tutularak tane rengi tüketicinin talep ettiği açık sarıya dönmesi sağlanmış olur. Parlatmadan çıkan üründe % 25-28 oranında nem vardır. Nemli taneler ince kurutma kulesinden geçirilerek nem oranı % 11 civarına düşürülür. Karaman tipi veya mekanik sıkıştırma ile yapılan parlatma (sarartma) işlemi sonucunda tane bir nevi ikinci bir kurutma işlemine tabi tutulduğundan dolayı tanenin yapısında değişiklikler olmaktadır. Ayrıca tanede endosperme kadar olan tabakalar uzaklaştırıldığından dolayı tanenin besin değerlerinde ciddi bir düşüş yaşanmaktadır. İnce kurutmada sonraki aşamalar diğer üretim tipleri aynıdır (Elgün ve ark., 2007).

Antep Tipi Bulgur Üretimi

Ön
Temizleme

Pişme

Kurutma

Kabuk
Soyma

Kırma

Karaman Tipi Bulgur Üretimi

Ön
Temizleme

Pişme

Kurutma

Tavlama

Kabuk
Soyma

Kurutma

Kırma

Şekil 1.1. Antep ve Karaman tipi bulgur üretimlerine ait akım şemaları (Tacer, 2008)

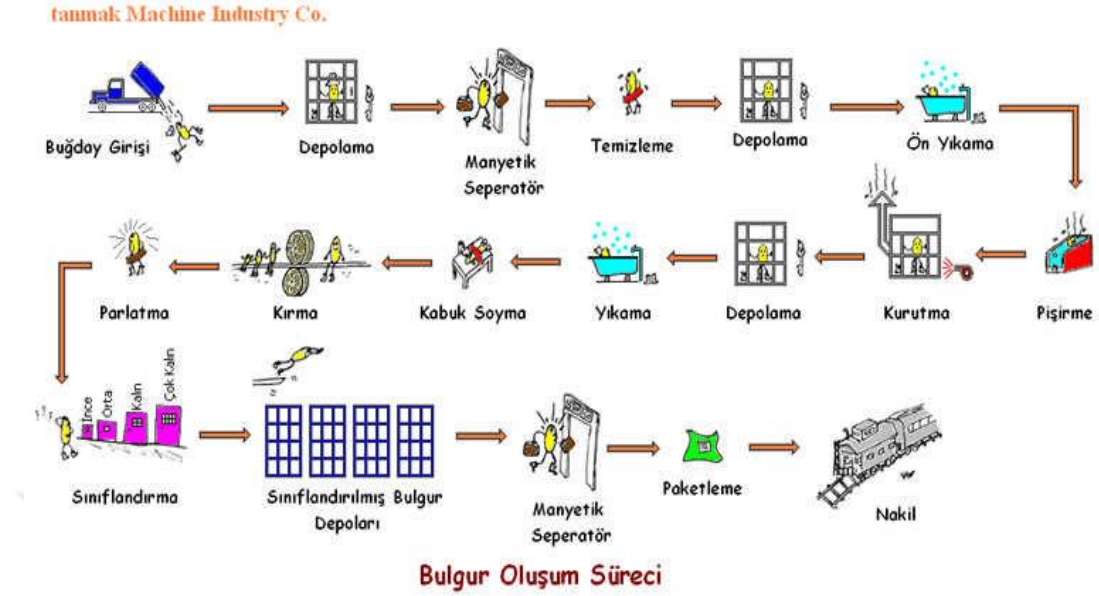
Antep tipi üretim sisteminde ön temizlikten geçirilen buğday, pişirilip kurutulduktan sonra diskli veya çekiçli değirmenlerde kırılmaktadır. İkinci sistem olan Karaman (Mut) tipi üretim sisteminde ise bulgur kurutulduktan sonra tavlama ve daha sonra taş değirmenlerde hem kabuğu soyulmakta hem de kırılmaktadır. Antep tipi üretim ile Karaman tipi üretim arasındaki en önemli fark bulgurun kırılması aşamasında meydana gelmektedir.

Karaman tipi üretimde renk ve şekil daha düzgündür, ancak maliyet biraz daha yüksektir. Bu tip üretim sisteminde tavlama yapıyor olması ileriki aşamalardaki kurutma işleminin önemini arttırmaktadır (Tacer, 2008).

Bumas Tipi Bulgur Üretimi

Bu üretim tipi diğer iki üretim metodunun birleşiminden oluşmaktadır (Elgün ve ark., 2007).

1.7. Bulgur Üretim Teknolojisi



Şekil 1.2. Bulgur oluşum süreci (Anonim, 2009)

Buğdayı Kaynatma

Buğday birçok aşamadan geçtikten sonra besin değeri yüksek olan bulgur imal edilmiş olur. Kaynatma aşaması, besin değerinin kaybolmaması açısından en çok dikkat edilmesi gereken unsurlardan biridir (Anonim, 2009). Bundan dolayı bulgurun üretilmesinde kullanılan teknoloji ve uygulanan yöntemlerin başında buğdayın usulüne uygun olarak kaynatılmasından geçmektedir. Buğdayın kaynatılma öncesinde ki proses dikkate alındığında; öncelikli olarak buğday temizlenmeli ve yıkanmalı, ıslatılmalı, kaynatılmalı, dinlendirilmeli ve süzülmalıdır.

Su miktarı ve buğday miktarı ayarlanan buğday, kaynatma kazanlarına aktarılır. Pişirme işlemi isteğe bağlı olarak kazanın içerisine döşenen serpantinlerden geçen kızgın buhar vasıtası ile veya brülörden sağlanan sıcak hava ile yapılabilir.

Bulgur yapımında kullanılacak buğdayın pişirme sıcaklığı ve pişirme süresi ayarlanır ve kontrol edilir. Kaynatma genelde 100–110 °C’de yapılır. Kaynatma derecesi de pişirme süresini etkiler. Kaynatma süresi de buğdayın cinsine göre değişir. Doğu buğdayı sert bir buğday cinsi olduğundan kaynatma süresi Konya buğdayına göre daha uzundur. Kaynamış yani pişmiş buğday tüm tane bulgur niteliği taşır. Kaynatma sonucu şişen ve yumuşayan buğdaya “hedik” denir (Anonim, 2014b).

Piştirme bulgurun kalitesini etkileyen en önemli işlem basamağıdır. Bu nedenle şu işlemlere dikkat edilmelidir; (Anonim, 2009)

- Buğdayın pişmesi sırasında nişasta tamamen jelatinleşmeli ancak buğday danesi dağılmamalı ve nişasta açığa çıkmamalıdır. Bunun için buğday çok kuvvetli ateşte pişirilmelidir.
- Pişmenin tam olması gerekir. Dane ortadan kesildiğinde beyazlık kalmamalıdır.
- Pişen buğdayda topaklaşma, yapışma, dağılma, renkte koyulaşma (yanma) olmamalıdır.

Piştirme için ilave edilen su miktarı iyi ayarlanmalıdır. Öyle ki; buğdayın pişmesi ve nişastanın jelatinleşmesi tam olmalı, buğdayın içerisinde beyaz nokta kalmamalı ve kazandaki su buğday tarafından tamamen emilmelidir (Anonim, 2009).

Buğdayı Kurutma

Kaynatılmış buğdayın içindeki suyu uzaklaştırmak için yapılan işlemdir. Kurutmada, hediğin yani pişen buğday danesinin su oranını (nemini) % 10 civarına indirmek amaçlanır (Ercan, 1986).

Kurutmada ürün önce soğutma tamburuna gönderilir. Soğutma tamburu; kaynatma kazanından çıkan buğdayın ön kurutması ve soğutulmasının yapıldığı döner çalın paletli bir makinedir. Tamburun içindeki paletler hem pişmiş buğdayın birbirine yapışmasını önler hem de ürün tamburun çıkış oluğuna doğru hareket eder. Soğutulan ürün kurutma kulesine gönderilir. Kule, dikey konumda ve kesintisiz çalışır. İçinde hava kanalları vardır. Gerekli olan sıcak hava, buhar kazanından veya kuru ve sıcak hava üreten termobloklarla sağlanır. Hava kanallarının ortasındaki boşlukta sıcak hava dolaşımı olurken ürün yukarıdan aşağıya doğru akar. Kanalın altındaki boşluktan çıkan sıcak hava da danelerin arasından sızarak yukarı doğru yükselmeye çalışır. Sıcak havayla temas eden buğday taneleri ısınarak suyunu havaya bırakır. Havada suyu alarak soğumaya başlar ve doyma noktasına gelir. Nemli hava yan taraflardaki boşluklardan fanlarla dışarı atılır. Kurutmada hava sıcaklığı ayarlanarak ürünün hiç bozulmadan optimal ve eşit derecede kuruması sağlanır.

Kurutma kulelerindeki kanallar peteklerden oluşmaktadır. Örneğin, kurutma kulesi sekiz petektir. Isı değerleri yukarıdan aşağıya doğru azalmaktadır. Giriş sıcaklığı 125 °C, ikinci petek 120 °C, üçüncü petek 115 °C, dördüncü petek 110 °C, altıncı petek 100 °C, yedinci petek 90 °C, sekizinci petek 65–70 °C arasında ayarlanır (Anonim, 2009).

Kırma

Kurutma işleminden sonra gelen aşama, tüm buğdayın kabuk soyma işleminden sonra kırılmasıdır. Tüm bulgur kabuk soymaya gönderilmeden önce yıkama makinesinde yıkanır. Bulgur hafif yıkanmalıdır. Çok yıkanmamasına ve yumuşamamasına önemle dikkat edilmelidir. Bulgur, kabuk soyma kolay olsun diye nemlendirilmelidir. Kabuk soyumunda zımpara ayarları ve kabuk soyucu ayarları dikkatli yapılmalıdır.

Kurutularak nem oranı düşürülmüş buğday kırılmak üzere çeşitli değirmenlere aktarılır. Kabuğu soyulmuş tüm bulgur değirmen vasıtasıyla kırılır. Bulgur kırmada taş, disk veya vals tipi değirmen kullanılabilir. Bu makineler farklılık gösterebilir. Ancak hepsinde amaç aynıdır. Bulgur kırma makinesinin işlevi tam olan bulgur tanesini çeşitli boyutlara ayırmaktır. Bulgur kırma makinesi tam buğdayı pilavlık, orta pilavlık, ince (simit) bulgur vb. boyutlarına ayırır (Ercan, 1986; Anonim, 2010b).

Kırma aşamasından sonra bulgura parlatma işlemi uygulanır. Un eleğine gelen kırık bulgurun kırılma esnasında oluşan unları alınır ve parlatıcıya gönderilir. Parlatıcıda kırılmış olan bulgur parlatılır ve tekrar un eleğine gönderilir (Anonim, 2010b).

Bulguru Kalibre Etme

Kalibrasyon, ürünlerin ticari amaçla kalitesini iyileştirip sınıflandırmak ve derecelendirmek suretiyle standart gruplar elde etmek üzere yapılan çalışmadır. Sınıflandırma eleğinde bulgur çeşitli sınıflara ayrılır. Bunlar genellikle tam bulgur, pilavlık bulgur, orta pilavlık bulgur, ince bulgur (simit), çiğ köftelik bulgurdur (Anonim, 2010b).

Kalibre sistemlerinde çeşitli elekler mevcuttur. Her eleğin kalibre numarası vardır. Ürünün istenilen boyutuna göre elek numaraları değiştirilir. Kırılmış olan bulgur taneleri eleklerde çeşitli boyutlara ayrılır. Örneğin pilavlık bulgur için elek numarası büyük olurken ince (simit) bulgurda elek numarası küçük olur. Kalibre edilen bulgurlar silolalanır ve sorteksleme işlemine tabi tutularak paketlenir.

1.8. Karaman İlinde Bulgur Tüketim Yöntemleri

Türk halkının beslenme durumuna bakıldığında Türkiye’de temel besin ekmek ve diğer tahıl ürünleridir (Güzey, 2012). Tahıl ürünlerinden olan bulgur, Türkiye’nin İç Anadolu yöresinde; çorba, pilav, köfte, sarma ve dolma yapımında kullanılmaktadır (Hayta, M., 2001). Anadolu’da bulgurdan hazırlanan yaklaşık 25 çeşit yemek bulunmaktadır

(Bilgiçli ve Türker, 2011). Karaman’da İç Anadolu bölgesinde yer alan bir ilimiz olduğu için bulgur, aşağıdaki yöntemlerle tüketilmektedir.

Bulgurdan Yapılan Çorbalar

Bulgurdan yapılan çorbaların başlıcaları Çizelge 1.7’de gösterilmiştir.

Çizelge 1.7. Bulgurdan yapılan çorbalar

Çorba	Genel İçeriği
Bulgur Çorbası	Bulgur, yağ, soğan, domates, yeşil biber
Sütlü Çorba	Bulgur, yeşil biber, dereotu, nane, süt
Ayrırlı Çorba	Bulgur, pancar yaprağı, ayran
Topalak Çorbası	Bulgur, et, nohut, domates, soğan, salça

Bulgurdan Yapılan Köfteler

Bulgurla yapılan köfteler Çizelge 1.8’de gösterilmiştir.

Çizelge 1.8. Bulgurlu köfteler

Köfte	Genel İçeriği
Analı-Kızılı	Bulgur, et, nohut, soğan, salça, limon suyu, nane, baharat
Sarımsaklı Köfte	Bulgur, sıvı yağ, un, sarımsak, maydanoz, salça, baharat
Yoğurtlu Köfte	Bulgur, sıvı yağ, yoğurt, salça, nane, sarımsak
Topalak (Etli)	Bulgur, et, soğan, maydanoz, nane, baharat
Topalak (Patatesli)	Bulgur, patates, kavurma, soğan, maydanoz, nane
Mercimek Köftesi	Bulgur, mercimek, soğan, sıvı yağ, salça, maydanoz, nane
Köfteli Yahni	Bulgur, et, soğan, yoğurt, nane, sarımsak

Bulgurdan Yapılan Pilavlar

İç Anadolu yöresinde sık pişirilen bulgurlu pilavlar Çizelge 1.9’da gösterilmiştir.

Çizelge 1.9. Bulgurlu pilavlar

Pilav	Genel İçeriği
Bulgur Pilavı	Bulgur, tereyağı, domates, soğan, yeşil biber
Meyhane Pilavı	Bulgur, kıyma, soğan, domates, yeşil biber
Nohutlu Bulgur Pilavı	Bulgur, nohut, soğan, domates, yeşil biber, tereyağı veya margarin
Mercimekli Bulgur Pilavı	Bulgur, yeşil mercimek, soğan, domates, yeşil biber, tereyağı veya margarin veya zeytinyağı
Şehriyeli Bulgur Pilavı	Bulgur, şehriye, tereyağı veya margarin

Yukarıdaki pilavlara ilave olarak kısır ve batırık İç Anadolu yöresinin önemli salatalarındandır. Kısırda, bulgurla birlikte zeytinyağı kullanılırken, batırıkta da ceviz, susam, yer fıstığı, kendir tohumu gibi yağ oranı yüksek besinler kullanılır. Batırık, İç Anadolu Bölgesinin dağlık kesiminde yer alan Ermenek halkının neredeyse her gün yediği bir salata dır.

Ermenek'te eskiden ince dövülmüş etle yapılan, "etli batırık", etsizi "deli batırık" olarak bilinirdi. Günümüzde etli batırık fazla yapılmamaktadır. Batırık yapımında, önce köftelik bulgurun içine bolca ergin domates doğranarak iyice yoğrulur. Kış mevsiminde domates yerine kurutulmuş toz haline getirilen domates kurusu biraz su ile bir-iki dakika kaynatılarak kullanılır. Domatesin suyu ile yumuşayıp kabaran bulgurun içine ince doğranmış kuru ve yeşil soğan, maydanoz, nane, fesleğen, dövülmüş ceviz, kırmızı biber ve tuz konarak iyice karıştırılır. Ceviz yerine kavrulmuş-dövülmüş susam, yer fıstığı, kendir tohumu veya birkaçı bir arada kullanılabilir. Karaman'da tahin de katılır. Batırık sulu ve sıkma olmak üzere iki türlü tüketilir. Batırık hamuru su katılıp karıştırılarak koyu çorba kıvamına getirilir. Haşlanmış asma yaprağı, haşlanmış lahana, dilimlenmiş salatalık ve domates gibi sebzelerle birlikte yenir. Bu sebzelerden birer parça batırığa konur ve kaşıkla alınır. Batırık ismi tüketim şeklinden kaynaklanmıştır. İstendiğinde batırık hamuru sıkma köfteler haline getirilerek sözü edilen sebzelerle veya marulla birlikte yenir. Özel gün sofralarında önce bir kepçe sulu batırık servis edilir, sonra diğer yemekler sofraya getirilir. Diğer günlerde batırık genellikle öğle öğününde tek kap yemek olarak tüketilir (Baysal, 1996).

2. KURAMSAL TEMELLER VE KAYNAK ARAŞTIRMASI

Buğday, pirinç, arpa, darı, çavdar, mısır, sorgum ve hububatlar, “Poaceae” olarak sınıflandırılan ot familyasına dahildir. Buğday şüphesiz hububat çeşitleri arasında en önemli yere sahip olup; Anadolu, Orta Doğu ve Doğu Akdeniz bölgelerinde bulunan yabani otlardan doğmuş ve bu topraklardan dünyaya yayılmıştır. Milattan önce 10.000–15.000 yılları arasında ilk kez Orta Anadolu, Mezopotamya ve Mısır’a kadar olan bölgeyi içine alan Akdeniz kıyılarında ıslah edilen buğday, arpa ve baklagil gibi diğer ürünlerle birlikte insanların yerleşik hayata geçişlerine yol açmıştır. Böylelikle insanlar avcı-toplayıcı yaşam biçiminden tarım yaşamına geçmişlerdir (Bayram ve Öner, 2004; Tacer, 2008).

Buğday, giderek tüm dünyaya yayılmış ve dünyada da en çok üretilen, tüketilen ve ticareti yapılan tarım ürünüdür. Özellikle gelişmekte olan ülkeler için buğday beslenmede çok önemli bir yere sahiptir. Bu önem; bozulmalara karşı dayanıklılığı yanında depolanması ve taşınması kolay bir ürün olması, besinsel profilinin iyi olması ve temel gıda maddesi olan ekmeğin yanında birçok farklı hububat ürününün de hammaddesi olmasından kaynaklanmaktadır (Tacer, 2008).

Yaklaşık 4000 yıllık geçmişe sahip olan dünyada ilk işlenen gıda maddeleri arasında yer alan bulgur, eski Hitit ve Babillilerden beri insan gıdası olarak kullanılan bir tahıl ürünüdür. Tarih boyunca farklı kültürler tarafından değişik isimlerle adlandırılan bulgur, günümüzde de ‘bulgur’ (Kuzey Amerika), ‘burghul’ (Ortadoğu ve Kuzey Afrika) ve ‘burgul’ (Arap Ülkeleri) gibi farklı adlarla bilinmektedir (Türksoy ve Özkaya, 2004).

Bulgur, Buğdayların (*Triticum durum*, *Triticum aestivum*, *Triticum monococcum*, *Triticum dicoccon*) tekniğine uygun olarak temizlenmesi, pişirilmesi, kurutulması ve istendiğinde kabuğundan ayrılarak kırılması ile elde edilen üründür (Anonim, 2010c).

Bulgur buğdaydan yapılan geleneksel bir Anadolu yiyeceği olup tahıl grubundan sayılmakta ve beslenme piramidinin tabanında yer almaktadır. Bulgur önemli ve ekonomik bir karbonhidrat kaynağıdır (Türksoy ve Özkaya, 2004; Ercan, 1986).

Bulgur üretim tarihi bir hayli eskiye dayanan ve günümüzde de sevilerek çok miktarda tüketilen, besin değeri yüksek geleneksel bir gıdamızdır. Günümüzde bulgur Amerika’da da buğdaylarını değerlendirmek ve gıda sıkıntısı içinde bulunan Ortadoğu ve Asya ülkelerine yardım amacıyla üretilmektedir. Çünkü bulgur buğdaya nazaran sıcak ve rutubetli iklim koşullarında bozulmadan daha fazla dayanmaktadır. Buna

ilaveten bulgur, fizyolojik değer itibariyle buğdaydan üstün ve pişirilmesi kolaydır (Türksoy ve Özkaya, 2004; Bayram ve ark., 1996). Bulgurun günümüz teknolojisine uygun koşullarda ve endüstriyel ölçülerde üretilmeye başlanması ile besin değeri yüksek ve kalitece üstün ürünler elde edildiği görülmektedir. Bu nedenle üretimde yeni teknolojilerin kullanılması ve mevcut teknolojilerin geliştirilmesi ürünün kalitesini ve dolayısıyla dış satım olanağını artıracaktır (Ercan, 1986).

Ülkemizde durum buğdayları bulgur yapımında üstün tutulmaktadır. Bu buğday sert bir buğday türüdür ve bulgurun parlak yapılı olmasını sağlar (Bayram ve ark., 2002; Koca ve Anıl, 1996). Bulgur yapmaya elverişli başlıca durum çeşitleri; şahman, karakılıçık, kundura, çakmak 79 vb. dir. Ayrıca bu buğdaylarda dönmeli tane miktarının az olmasına da önem gösterilmelidir (Anonim, 2009). Durum buğdayı bulunamadığı takdirde ekmeklik buğdaylarda bulgur yapımında kullanılabilir. Ancak buğdayın sert, ekmeklik buğday ve beyaz renkli olması önemlidir (Anonim, 2009). Eğer buğday yumuşak özellikli ise imalat sırasında ve evde kaynatılırken lapalaşma meydana gelir. Diğer yandan görünüşü mat bir yapıda olur ve tat da olumsuz yönde etkilenir (Anonim, 2009).

Özkaya ve ark. (1993)'nin araştırmasında dört durum ve bir ekmeklik buğday çeşidi materyal olarak kullanılmış ve bunlardan iki farklı pişirme (otoklavda veya etüvde) ve iki farklı kurutma yöntemi (ince tabaka halinde güneşte veya etüvde) uygulanarak bulgurlar yapılmıştır. Buğday örneklerinin bulgura işlenmesi sırasında kül miktarları önemli derecede ($p>0,05$) düşmüş protein miktarları ise değişmemiştir. Bulgura işleme sırasında örneklerin riboflavin ve tiamin miktarındaki düşme önemli bulunmuş; riboflavin miktarına daha çok kurutma yöntemi, tiamin miktarına ise pişirme yöntemi etkili olmuştur. Buğdayların bulgura işlenmesi ile Fe, Cu ve Zn miktarında önemli bir değişme olmamış Mn, Ca ve Mg oranlarında ise önemli oranda düşme görülmüştür ($p>0,05$). Bulgura işleme ile elektroforegramlarda protein bantlarının relatif intensitelerinde azalma gözlenmiş olup, bu azalma değişik relatif intensite bölgelerinde farklı çıkmıştır. Örnekler polarize ışık altında mikroskopta incelendiğinde, bulgurlarda pişme tam olarak sağlandığı halde, nişasta granüllerinin bazılarında "birefringence" özelliğinin kaybolmadığı yani jelatinizasyonun tam olmadığı saptanmıştır.

Koca ve Anıl (1996a)'ın araştırmasında, geleneksel yöntemle pişirilen bulgurlarda kül ve protein miktarı ile genel kabul edilebilirlik değerleri daha yüksek bulunurken otoklav-1 (110 °C' da 0,4 Atü' de 15 dakika) yöntemi ile pişirilenlerde kül miktarı,

otoklav-2 (121 °C' da 1,1 Atü' de 5 dakika) yöntemiyle pişirilenlerde ise protein, ham yağ ve toplam bulgur verimi daha yüksek olarak belirlenmiştir.

Koca ve Anıl (1996b)'ın bir başka çalışmasında ise geleneksel ve iki farklı seviyede otoklavda pişirme yöntemleri, 50 ve 70 °C kurutma sıcaklıklarının bulgurların bazı fiziksel, kimyasal ve duyu kalitesi üzerine etkileri araştırılmıştır. Elde edilen istatistiksel bulguların analizler sonucu önemli bulunanları aşağıda verilmiştir (P<0,05 ve P<0,01).

Kül miktarı geleneksel yöntemle pişirilen bulgurlarda, yağ miktarı otoklav-2 yöntemi ile pişirilen, nişasta miktarı ise geleneksel ve otoklav-1 yöntemiyle pişirilen bulgurlarda daha yüksek bulunmuştur. 50 °C'da kurutulan bulgurlarda hektolitreye ağırlığı, 70 °C'da kurutulan bulgurlarda ise köftelik bulgur verimi ve yağ miktarı daha yüksek olarak belirlenmiştir.

Özboy ve Köksel (1998)'in çalışmasında bulgur buğdayların protein, kül, β-karoten ve Lovibond kolorimetre ile belirlenen R (kırmızılık), Y (sarılık), O (opaklık) değerlerinde meydana getirdiği değişiklikler incelenmiştir. Araştırmada 29 adet saf buğday örneği (23 adet durum ve 6 adet ekmeklik) kullanılmıştır. Buğdaydan bulgura geçerken protein miktarında bir değişiklik meydana gelmemiş, kül miktarında ise önemsiz derecede bir azalma tespit edilmiştir. Buğdayın bulgura dönüştürülmesi ile β-karoten miktarında düşüş olduğu saptanmıştır. Lovibond kolorimetre ile tespit edilen R, Y, O değerlerinde de bir azalma olmuştur. Bu çalışmada makarnalık ve ekmeklik buğdaylarla, onlardan hazırlanan bulgurlara ait protein, β-karoten ve kül değerleri (p<0,01) arasında önemli ilişki olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, buğday unu, buğday kırması ve bulgura ait kül değerleri ile Lovibond kolorimetre ile belirlenen R ve Y değerleri arasında önemli düzeyde negatif bir ilişki olduğu belirlenmiştir (p<0,05).

Yücecan (1999), "Besin Tüketimindeki Değişimler ve Yeni Eğilimler" isimli çalışmasında, bir toplumun beslenme eğilimleri ve besin tüketimindeki değişimleri etkileyen bir çok etmenin varlığından bahsetmiştir. Nüfus artışı, yapısı ve yerleşim özelliklerindeki büyük değişmelerin, beslenme ve besin tüketimindeki eğilim ve değişmelerle yakından ilişkili olduğunu tespit etmiştir. Sosyo-ekonomik gelişmeler ve yapıdaki değişikliklerin kaçınılmaz olarak beslenme tarzlarına yansıtacağını belirlemiştir.

Bayram (2000) ve Öner (2002) çalışmalarında, yaklaşık 4000 yıllık geçmişe sahip olan ve dünyada ilk işlenen gıda maddeleri arasında yer alan bulgur, Hitit ve Babillilerden

beri insan gıdası olarak kullanılan bir tahıl ürünüdür. Tarih boyunca farklı kültürler tarafından değişik isimlerle adlandırılan bulgur; Arap ülkelerinde “burgul”, Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerinde “burghul” ve Kuzey Amerika ülkelerinde ise “bulgur” gibi farklı isimlerde bilinmektedir.

Özçiçek (2003), Adana ilinde üç yüz iki aile ile yaptığı çalışmada, alınan kalorinin % 83’ünün bitkisel, % 17’sin hayvansal kaynaklı olduğu tespit edilmiştir. Ürün tüketimini etkileyen başlıca faktörlerin ebeveynin eğitim düzeyi ve statüsü ile hane halkı genişliği olarak belirtilen çalışmada, tüketicinin satın alma kararlarını etkileyen başlıca faktörler arasında; fiyat, marka, promosyon ve içeriğin etkili olduğu tespit edilmiştir.

Bayram ve ark. (2004) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada, bulgur üretimi sırasında belirlenen pişme süresinin ve sıcaklığının buğday tanesinin kırılması ve boyutları üzerine etkisi incelenmiştir. Çalışmada, elips şeklinde kabul edilen buğday tanesinin 87, 92 ve 97°C’de 140 dakika pişirildiğinde boyutlarında, kırılmasında ve hacminde meydana gelen değişiklikler modellenmiş ve sıcaklığın bu parametreler üzerindeki etkisinin önemli olduğu kanıtlanmıştır.

Bayram (2005) diğer bir araştırmasında bulgurun üretim sırasındaki pişme aşamasını modellemeye çalışmış ve bu amaçla atmosferik koşullarda özel bir pişirme sistemi tasarlanmıştır. Jelatinizasyon derecesinin ölçümünde merkezi kesme, ışık tutma ve amiloz/iyot oranının esas alındığı çalışmada bu metotlarla belirlenen veriler en iyi Sigmoid, Chapman ve Gomperts gibi lineer olmayan modellerle açıklanabilmiştir. Çalışmasında sıcaklığın bulgur üretimi sırasında uygulanan ince tabakalı kurutma işlemi üzerindeki etkisi modellenmiştir. Araştırmada 40, 50 ve 60°C sıcaklıktaki kurutma havası kullanılarak işlemin modellenmesinde yarı-teorik ve ampirik modeller kullanılmıştır. Kurutma havasının hızının tüm deneylerde sabit tutulduğu ve ortamdaki bağıl nemin her deney öncesinde ve sonrasında ölçüldüğü araştırmanın sonuçlarına göre, sıcaklığın bulgurun kuruma davranışı üzerindeki etkisi önemli bulunmuştur. Ayrıca, çalışma sonuçlarına göre, kurutma işleminin davranışının en uygun olduğu modelin, lineer sıcaklığa bağlı iki terimli model olduğu belirtilmiştir.

Akbay ve Boz’un (2005), “Kahramanmaraş’ta Ailelerin Ev ve Ev Dışı Gıda Tüketim Talebi ve Tüketici Davranışlarının Ekonomik Analizi” konulu çalışmasında, Kahramanmaraş ili kentsel alanda yaşayan 240 aile ile anket yapılmıştır. Araştırmada ailelerin gıda harcamalarının toplam gelirlerinin % 28.6’sını karşıladığı ve bu rakamın 1994 yılında da % 25.2 olarak bulunduğu belirtilmiştir. Çalışmada, Kahramanmaraş’ta

yaşayan ailelerin gelir düzeyi arttıkça, ailelerin gıda harcama miktarı mutlak olarak artmasına rağmen, oransal olarak azalmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre, en düşük gelir grubunda bulunan aileler toplam ailelerin % 20'sini teşkil ettiği halde, toplam gıda tüketiminin sadece % 6.9'unu harcamaktadır. Buna rağmen en yüksek gelir grubu ise toplam gıda tüketim harcamalarının ortalama % 35.3'ünü harcamaktadır.

Demirel ve Yoldaş (2005), “Yeni Ekonomide Tüketici Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörler” isimli çalışmada; toplumda bilinçli tüketici gittikçe artmasının tüketici davranışları kavramının önemini gittikçe arttırdığını belirtmişlerdir. Tüketici davranışlarının kişilerin ihtiyaçlarını gidermek amacıyla satın aldıkları mal ve hizmetleri neden, nasıl ve ne zaman aldıklarını gösterdiğini, tüketici davranışlarının tam olarak belirlenmesinin, tüketici ihtiyaç ve isteklerinin yönünün de doğru olarak saptanmasının sağladığını vurgulamaktadırlar.

Özgül ve Aksulu (2006). “Ambalajlı Gıda Ürünlerinde Tüketicilerin Etiket Duyarlılığındaki Değişimler” üzerine yaptığı çalışmada, işletmelerin ürün konusunda verdikleri bilgilerin tüketicileri koruma, tüketicilerin karar verme süreçlerine etkileri ve işletmeler arası rekabet açısından önemli olduğunu tespit etmişlerdir. Bu bilgi aktarımının en önemli ve en yaygın biçimi olan etiketlerin, ürün bileşimi, fiyatı, son kullanma tarihi, kullanma süresi, menşei ve özellikle son yıllarda gıda ürünlerinin etiketinde yer alan besleyicilik değerine ilişkin değerli bilgiler taşıması nedeniyle tüketicilerin sağlıklı ve bilinçli seçim yapmasını kolaylaştırdığını belirtmişlerdir.

Solah ve ark. (2007) tarafından yapılan çalışmada ise değişik bulgur çeşitleri ve yüksek amiloz içeriğine sahip pirinç, 22 panelist tarafından tüketildikten sonra, panelistlerin tokluk durumları incelenmiştir. Çalışmada, üretim sırasında suda kaynatılarak üretilen Avustralya bulguru, buharda bekletilerek üretilen Avustralya bulguru, Türk bulguru ve yüksek amiloz içeren pirincin tokluk üzerindeki etkisi ortalama tokluk indeksi puanları, görsel benzerlik skalaları ve “şu anda ne kadar aç hissediyorsunuz?” sorusuna ait eğri altındaki alan esas alınarak incelenmiştir. Panelistlerin değerlendirmelerini, panelden önce ve sonra belirli aralıklarla gerçekleştirdiği araştırmanın sonunda, kaynatılarak veya buharda üretilen bulgurun yüksek amiloza sahip pirince göre daha doyurucu olduğu görülmüştür. Solah ve arkadaşları “Measurement of Satiety of Wheat-Based Bulgur by Intervention and Sensory Evaluation” konulu bu çalışmasında yaşları 18 ile 50 arasında değişen bir denek gurubuna öğünlerinde pirinç ve bulgurdan oluşan yemekler verildiği, bulgurun açlığı bir ile bir buçuk saat civarında geciktirdiği tespit edilmiştir. Ayrıca

deneylerde içinde pirinç olan yemeklerden yiyen bir erkek deneğin 1022 kcal (insan vücudunun kullandığı enerji), bulgurlu yemeklerden yiyende ise 909 kcal aldığı görülmüştür. Kadın deneklerde pirinçle beslenende 755 kcal ve bulgurla beslenende ise 550 kcal'lık bir enerji aldığı tespit edilmiştir. Bu bulgular, bulgurun halkın zannettiği gibi kilo yapan bir besin maddesi olmadığını aksine diyetlerde sağlıklı bir şekilde vücudun ihtiyacını karşılayarak düzenli kilo verilmesini sağladığını ortaya koymuştur.

Tacer (2008), "Bulgurun Fonksiyonel Özelliklerinin Belirlenmesi" konulu yüksek lisans tez çalışması kapsamında bulgurun bazı fonksiyonel özellikleri incelenmiştir. Bu amaçla yurt genelinde satılmakta olan beş farklı bulgur örneği ile çalışılmıştır. Belirlenen fonksiyonel özellikler arasında toplam dirençli nişasta, toplam diyet lifi, sindirilebilirlik ve glisemik indeks ile toplam fenolik madde, örneklerin fenolik madde profilleri, toplam antioksidan aktivite ve toplam flavonoid miktarları bulunmaktadır. Çalışmada kullanılan bulgur örneklerinin toplam fenolik madde, toplam antioksidan aktivitesi tayinleri ile toplam flavonoid ve karotenoid deneylerinde kullanılmak üzere ekstraktlar hazırlanmıştır. Uygun çözen sistemlerinin hazırlanmasında literatürdeki çalışmalar esas alınarak ekstraksiyon için % 1 HCl içeren 80:20 metanol:su karışımı kullanılmıştır. Çalışmanın ilk aşamasında örneklere temel kompozisyon analizleri uygulanmıştır. Bu aşamada belirlenen toplam nem miktarları % 11,1-% 13,4 arasında değişmekte ve ortalama % 12,4 iken, kül miktarları kuru maddede % 0,86-% 1,37 ve ortalama % 1,17'dir. Örneklerin toplam protein miktarlarının % 10,3-% 12,8 arasında olduğu belirlenmiştir. Toplam nişasta miktarı enzimatik yöntem ile belirlenmiştir. Değerlerin kuru madde için % 63,4 ile % 78,2 arasında bulunduğu belirlenmiştir. Çalışma kapsamında hububatlar için önemli birer bileşen olan toplam dirençli nişasta miktarları da enzimatik olarak belirlenmiştir. Örneklerdeki toplam dirençli nişasta miktarı % 1,9- % 3,0 arasında değişmektedir. Tüm örnekler için ise ortalama dirençli nişasta miktarı % 2,5'tir. Glisemik tepkinin birer göstergesi olarak sayılan nişasta sindirilebilirlik indeksi değerleri ile hızla kullanılabilen glikoz değerleri örnekler için sırasıyla % 25- 35 arasında ve % 20-28 arasındadır. Bulgur örneklerinin toplam diyet lifi miktarları ise en az % 6,5, en fazla ise % 9,7'dir. Örneklerin toplam fenolik madde içerikleri Folin-Ciocalteu yöntemi kullanılarak belirlenmiş ve değerler mg Gallik asit/100 g kuru madde olarak ifade edilmiştir. Analiz sonunda örnekler için belirlenen değerlerin en düşük 48,67-67,58 mg Gallik asit/100 g kuru madde olarak hesaplanmıştır. Tüm örnekler için ise toplam fenol miktarı ortalama 60,80 mg Gallik

asit/100 g kuru maddedir. Toplam antioksidan aktivitesi DPPH ve ABTS yöntemleri kullanılarak tayin edilmiştir. Her iki yöntem de pek çok gıda maddesinin antioksidan aktivitesinin belirlenmesinde sıklıkla kullanılmaktadır. Ekstraktlar içim % DPPH yakalama aktivitesinin en düşük % 18,59, en yüksek ise % 26,43 olduğu, antioksidan aktivitesi ortalama değerinin ise % 22,17 olduğu görülmektedir. Örneklerin ABTS yöntemi ile hesaplanan toplam antioksidan aktiviteleri $\mu\text{mol TEAC/ 100 g}$ kuru madde olarak ifade edilmiştir. Buna göre örneklerin toplam antioksidan aktiviteleri ortalama 563,52 $\mu\text{mol TEAC/ 100 g}$ kuru maddedir. Değerler 431,74 $\mu\text{mol TEAC/ 100 g}$ kuru madde ile 623,58 $\mu\text{mol TEAC/ 100 g}$ kuru madde aralığındadır. Bulgur örneklerinin fenolik madde profilleri incelendiğinde ise, ferulik asit, gallik asit, 3,4 hidroksi benzoik asit, epikatesin ve kafeik asit varlığının tüm örneklerde tespit edildiği görülmektedir. Gerçekleştirilen tüm deneylerde sonuçlar kuru madde cinsinden ifade edilmiştir.

Çalışma sonunda, yüksek dirençli nişasta miktarı, diyet lifi ve bileşimindeki antioksidan maddeler birlikte değerlendirildiğinde bulgurun hububatlar arasında fonksiyonel bir gıda maddesi olarak önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir.

Çalışmasında ayrıca tüketiciler açısından bulgur üretiminde oldukça önem taşıyan proses basamaklarının dirençli nişasta miktarı üzerinde olumlu bir etki yarattığı ve diyet lifi seviyeleri ile glisemik tepki de göz önüne alındığında özellikle buğday unu, buğday ununun kullanıldığı ekme benzeri ürünler ve pirinçle karşılaştırıldığında, bulgurun oldukça sağlıklı bir karbonhidrat kaynağı olduğu ve oluşturduğu düşük glisemik tepkiler ile hiperglisemi ve obezite başta olmak üzere pek çok hastalığa karşı, beslenmede sıkça tüketilmesi gereken bir gıda maddesi olarak önem taşıdığı belirtilmiştir.

Kızılarşlan ve Kızılarşlan'ın (2008), "Tüketicilerin Satın Aldıkları Gıda Maddeleri ile İlgili Bilgi Düzeyleri ve Tutumları (Tokat İli Örneği)" konulu araştırmada, Tokat ili merkez ilçede 277 aileye anket yapılmıştır. Çalışmada tüketici boyutu ele alınarak satın alma tutum ve bilgi düzeyi belirlenmiştir. Ortaya çıkan verilerden hareketle; Tokat ilindeki tüketicilerin gıda ürünleri satın alırken besin değeri, ambalaj, marka, besleyicilik, doyuruculuk, üretim ve son kullanma tarihi, üretim ve satış yeri hijyeni, sağlıklı olma faktörlerini öncelikle göz önünde bulundurdıkları saptanmıştır.

Bayram ve ark. (2010), "Dünya'da ve Türkiye'de Bulgur Sanayinin Durumu, Üretim Teknolojisindeki Gelişmeler ve Sorunları-Çözüm Önerileri" konulu çalışmada, Türkiye'de irili ufaklı yaklaşık 500 adet bulgur fabrikası bulunduğu, 1.000.000 ton civarında üretim yaptıkları ve her yıl % 1.5-2.5 aralığında bir artış gösterdikleri

belirtilmiştir. Buna karşın tüketime bakıldığında yıllık kişi başına 12 kg'mı bulan bulgur tüketimi, Doğu ve Güneydoğu bölgelerinde 25-30 kg'a çıkarken, batı bölgelerinde 7-10 kg civarında olduğu belirlenmiştir.

Kemahlıoğlu ve Demirağ'ın (2010), "İzmir Piyasasında Tüketime Sunulan Bazı Bulgurların Türk Gıda Kodeksi Bulgur Tebliği ile Türk Standartları Enstitüsü Bulgur Standartı'na Uyumlarının Karşılaştırması" konulu çalışmasında, İzmir piyasasında satışa sunulan bulgurlarda, iki tekrarlı olacak şekilde (iki farklı zamanda) 8 farklı firmaya ait 8 adet pilavlık (sade) ve 8 adet köftelik (sade) bulgur olmak üzere 32 adet örnek temin edilmiştir. Örneklerin fiziksel ve kimyasal analiz sonuçlarının hem TS 2284 Bulgur Standartı'nda verilen değerlere hem de TGK Bulgur Tebliği'nde gösterilen değerlere uygun olduğu görülmüştür. Bu değerlerden sadece suya geçen madde itibarı ile pilavlık bulgur örnek sonuçlarının en çok % 10'luk sınır değerinden yüksek olduğu görülmüştür. Bu durum ağırlıklı olarak eleme işleminin yeterli olmadığından veya kullanılan buğdayların yarı sert nitelikte olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Söz konusu analiz verilerine uygulanan varyans analizi sonuçlarına göre örneklerin birbirinden farklı olduğu görülmektedir ($p < 0.05$). Bu durum Türkiye'de bulgur üretiminde kullanılan buğdayların yeteri kadar standardize edilmediğini düşündürmektedir.

Polat (2010), "AB Uyum Sürecinde Şanlıurfa İli Bulgur Sanayinin Mevcut Durumu ve Geleceğe Yönelik Beklentileri Üzerine Bir Araştırma" konulu yüksek lisans çalışmasında, Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren sanayi ve ticaret odasına kayıtlı bulgur fabrikalarının % 93'ü Gaziantep tipi bulgur ürettiklerini, Karaman ve Gaziantep gibi kendi aralarında örgütlü bir yapı oluşturamadıklarını tespit etmiştir. Şanlıurfa'daki işletmelerin ancak % 36'sı ISO 22000 belgesine sahip olduğunu bu nedenle AB'ye uyumlu olmadıkları için ürünlerini iç pazarda tüketicilere sundukları görülmüştür.

Yılmaz (2012), "Siyah ve Durum Buğdayların Bulgura İşlenmesinde Bulgur Kalitesi, Biyoaktif Bileşenler ve Antioksidan Aktivitedeki Değişmeler" konulu yüksek lisans tezinde, genel kabul edilebilirlik puanları değerlendirildiğinde, genel bulgur algısına farklı renk ve kısmen farklı aromaya sahip olan siyez bulguruna tüketicinin alışmakta zorluk çekmeyeceği ve tüketilebilirlik açısından siyez bulgurunun daha üstün özelliklere sahip olduğu belirtilmiştir.

MEVKA'nın TR52 Düzey 2. Bölgesi (Konya-Karaman-2013) 2023 Vizyon Raporunda, Karaman ilinde "un ve bulgur" imalat sektöründe toplam 28 adet faaliyet

gerçekleştirilirken 1339 kişi istihdam edilmektedir. İldeki üretim kapasitesi içerisinde ciddi bir bulgur üretimi gerçekleştirildiği, Türkiye’de bulgur üretim kapasitesinin % 29’luk kısmı Karaman’da bulunduğu belirlenmiştir.



3. MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. Materyal

Çalışmanın ana materyalini Karaman ili kentsel alanında ikamet eden tüketicilerden elde edilen birincil veriler oluşturmaktadır. Veriler, yüz yüze anket yoluyla derlenmiştir. Çalışma Karaman ili kentsel alanında yerleşim durumlarına göre ayrılan altı ayrı bölgedeki mahalle guruplarında yaşayan toplam 291 aileden oluşmaktadır. Çalışmanın yürütüldüğü Karaman ili, İç Anadolu bölgesinin güney doğusunda yer almaktadır.

Bu tez çalışması Karaman ili kentsel alanında yaşayan hane halkı ile yüz yüze görüşülmek suretiyle ankete katılmak isteyen istekliler dikkate alınarak 291 ayrı hane büyüğüne anket uygulanmıştır. Çalışma Karaman ili kentsel alanı gelir ve öğrenim durumu da dikkate alınarak bütünü temsil edecek şekilde yapılmaya çalışılmıştır. Ankette, tüketicilerin cinsiyeti, yaşı, öğrenim durumu, mesleği, evdeki birey sayısı ve gelir durumu gibi genel sorularla birlikte, farklı yöntemlerle elde edilen bulgur tüketimine yönelik sorular yer almaktadır. Anket çalışmasının Karaman merkezde yaşayan aileleri eşit temsil etmesi amacıyla yerleşim durumları dikkate alınarak mahalleler altı guruba ayrılmıştır. Birinci gurupta il merkezinde yer alan Mansurdede, Kirişçi, Tahsin Ünal, Alishahane, Külhan ve Fenari mahalleleri, ikinci gurupta il merkez mahallelerine bitişik Hacı Celal, Rauf Denктаş, Nefise Sultan, Valide Sultan, Alacasuluk ve Hisar mahalleleri, üçüncü gurupta merkez dışındaki il çevresinde yer alan Şeyh Şamil, Elmaşehir, Atatürk, Larende, Sümer, Yenişehir, Piri Reis, Cumhuriyet, Hamidiye, Bahçelievler, Osmangazi, Zembilli Ali Efendi, Kırbağı ve Yenimahalle mahalleleri, dördüncü gurupta yunuskentte bulunan Yeşilada, Koçakdede, Tapucuk, Sakabaşı, Karamanoğlu Mehmetbey, İbrahim Hakkı Konyalı, Hürriyet, Ahmet Yesevi, Mümine Hatun ve Mehmet Akif Ersoy mahalleleri, beşinci gurupta doğukışla ve toki evlerinin yer aldığı Taptuk Emre, Gevher Hatun, Şeyh Edebalı, Elmaşehir ve Beyazkent mahalleleri ve altıncı gurupta Karaman'ın en eski yerleşim yerleri olan Çeltek, İmaret, Gazi Dükkan, Sekiçeşme, Mansurdede ve Siyahser mahalleleri yer almıştır. Bu altı bölgeye eşit anket uygulanmaya çalışılmıştır. Anket uygulaması 2014 yılının Mart ayının başında başlamış ve Nisan ayı sonunda bitirilmiştir. Ankete sadece aileler dahil edilmiştir.

Araştırma ikincil verilerle desteklenmiş, konu ile ilgili daha önce yapılmış tezler, makaleler ve araştırma raporlarından yararlanılmıştır.

3.2. Yöntem

Araştırmada anket yöntemi kullanılmıştır. Anket, Karaman ili kentsel alanında tüketicilerin bulgur tüketim alışkanlıkları ve bunu etkileyen faktörleri belirlemek üzere hazırlanmış ve 52 sorudan oluşmaktadır (Ek-1).

Araştırmada tespit edilen amaçlar yönünde belirlenen grubun bütünü ana kitleyi, ana kitleyi temsil eden ve ana kitleden rastgele seçilen gruplar ise örnekleme oluşturur. Araştırmada örnekleme yöntemlerinden biri olan ihtimalli örnekleme yöntemi seçilmiştir. İhtimalli örneklemede ana kitlenin sınırları bellidir ve bu sınırlar içinde ana kitle değerini içeren güven aralığını hesaplamak mümkündür. Bu da ana kitle hakkında yorum yapma imkanı sağlamaktadır. Örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında ana kitlenin belli olduğu durumdaki formül aşağıda verilmiştir (Yıldız Akgümüş, 2010).

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

n: Örnekleme alınacak insan sayısı

N: Ana kitledeki insan sayısı

z: Belirli bir anlamlılık düzeyinde z tablosu değeri

p: Araştırılan olayın gerçekleşme olasılığı

q: Araştırılan olayın gerçekleşmeme olasılığı

d: Araştırılan olayın görülme sıklığına göre kabul edilen-/+ örnekleme hatası

Hedef kitledeki kişi sayısı, 2011 nüfus sayımına göre Karaman ili merkez nüfusu 144.178'dir. Bu ana kitle için örneklem hatası 0,05 ve % 95 güven aralığında z değeri 1,96'dır. İncelenen olayın gerçekleşme olasılığı ile gerçekleşmeme olasılığı p=0,8 ve q=0,2 değerleri alınmıştır.

$$n = \frac{144178 \cdot [1,96]^2 \cdot 0,8 \cdot 0,2}{(144178 - 1) \cdot (0,5)^2 + (1,96)^2 \cdot 0,8 \cdot 0,2} \cong 246$$

örnekleme oluşturmaktadır.

Buna göre, 246 kişinin yetecek olmasına rağmen, ana kitleyi daha iyi ifade edebilmek amacıyla, anket sayısı mümkün olduğunca yükseltilmeye çalışılmış ve bu rakam 291 adete ulaşmıştır.

Anket çalışması ile elde edilen verilerin analizinde frekans tabloları, yüzde hesaplamaları, grafiklerden, Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ve değişkenler arasındaki ilişkiyi ölçmek için X^2 (Chi-square) tekniğinden yararlanılmıştır.

Tüketicilerden elde edilen veriler bilgisayara girilmeden önce kontrol edilmiştir. Ek-1’de örneği bulunan ölçek maddelerinin puanlaması Likert tipi 5’li derecelendirmeyle yapılmış olup, veriler SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiştir (Kinnear and Gray, 1994).



4. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA

Bilimsel araştırmalarda verilerin güvenilirliği çalışmanın ilk şartı ve veri toplama aracının güvenilirliğinin göstergesi olduğu için her şeyden önce anket güvenilirlik testine tabi tutulmuştur. Güvenilirlik analizi değeri Cronbach's Alpha = 0.82 değeri bulunmuştur. Alpha katsayısı 0.00 ile 1.00 arasında bir değer almıştır. Değer 1'e yaklaştıkça verilerin güvenilirliği artmaktadır. Bu durumda ölçeğin güvenilirliğinin yeterli ve kabul düzeyinin üstünde ve güvenilir olduğu sonucuna varılmıştır. Demografik özellikler hariç bütün sorular için tamamlayıcı istatistik çizelgesi Çizelge 4.1'de gösterilmiştir.

Çizelge 4.1. Bütün sorular için tanımlayıcı istatistikler

Sorular		Ortalama	Standart Sapma
8- Bulgur alırken üretim ve son kullanma tarihine dikkat ederim.	291	4,17	1,058
9- Bulgur alırken markasına dikkat ederim.	291	4,09	1,071
10- Bulgur alırken görünümüne dikkat ederim.	291	3,98	1,075
11- Bulgur satın alırken öncelikle fiyatına bakarım.	291	4,19	1,011
12- Bulguru ambalajlı almayı tercih ederim.	291	3,15	1,385
13- Bulguru damak tadına uygun olduğu için tercih ediyorum.	291	4,07	1,005
14- Bulguru besleyici olduğu için tercih ediyorum.	291	3,51	1,244
15- Bulguru evde uzun süre bozulmadan kaldığı için tercih ediyorum.	291	3,41	1,145
16- Bulguru mikrobiyolojik zararlılara karşı dayanıklı olduğu için tercih ediyorum.	291	3,22	1,237
17- Bulguru hızlı piştiği için tercih ediyorum.	291	2,68	1,258
18- Bulguru ucuz olduğu için tercih ediyorum.	291	4,15	,885
19- Bizim evde bulguru satın alma kararını annem verir.	291	2,51	1,244
20- Bizim evde bulguru satın alma kararını babam verir.	291	3,92	1,102
21- Bulguru beslenme ve sağlık açısından posa/lif bakımından zengin olduğu için tercih ediyorum.	291	3,53	1,041
22- Bulguru içinde B1 vitamini bulunduğu için tercih ediyorum.	291	3,30	,989
23- Bulguru folik asit içerdiği için tercih ediyorum.	291	3,48	,962
24- Bulguru, doymamış yağa sahip olduğu için tercih ediyorum.	291	3,61	1,100
25- Bulguru, kolesterol içermediği için tercih ediyorum.	291	2,54	1,121
26- Bulguru her gün tüketiyorum.	291	3,33	1,232

Çizelge 4.1. Bütün sorular için tanımlayıcı istatistikler (devam)

27- Bulguru haftada bir gün tüketiyorum.	291	2,72	1,210
28- Bulguru on beş günde bir tüketiyorum.	291	2,35	1,218
29- Bulguru ayda bir tüketiyorum.	291	3,90	1,015
30- Bulguru aldığımız yerlerin hijyenik olduğunu düşünüyorum.	291	3,62	1,195
31- Bulgurdan yapılan yemekleri çok sevdiğim için tüketiyorum.	291	3,63	1,142
32- Bulgura alışkın olduğumuz için tüketiyorum.	291	4,00	1,017
33- Bulguru sağlıklı olduğu için tüketiyorum.	291	2,84	1,532
34- Bulguru kendimiz üretiyoruz.	291	3,55	,996
35- Bulguru bakkal, market veya süpermarketten alıyorum.	291	2,58	1,170
36- Süpermarketin kendi bulgur markalarını kesinlikle tercih ederim	291	3,39	1,140
37- Reklamlar bulgur tüketimini artırır.	291	3,24	1,244
38- Arkadaş, komşu ve iş çevresi bulgur tüketiminde etkilidir.	291	3,22	1,171
39- Gelir düzeyinin düşük olması bulgur tüketimini artırır.	291	3,07	1,185
40- Bulgurun mevsimsel tüketimi farklıdır.	291	3,32	1,269
41- Bulguru genellikle pilav olarak tüketiyorum.	291	3,78	1,038
42- Bulguru genellikle çorba olarak tüketiyorum.	291	2,74	1,100
43- Bulguru genellikle batırık, dolma, köfte, kısır ve sarmalarda kullanıyorum.	291	3,84	1,041
44- Bulgurun fiyatını pahalı buluyorum.	291	2,79	1,160
45- Bulguru sevmediğim için tüketmiyorum.	291	2,17	1,288
46- Yaşadığım bölgenin bulgur üretim merkezi olması tüketimim üzerinde etkilidir	291	3,19	1,237
47- Bulgur yerine genellikle makarna tüketiyoruz.	291	2,13	,975
48- Bulgur yerine genellikle pirinç tüketiyoruz.	291	2,34	1,076
49- Bulgur yerine genellikle erişte tüketiyoruz.	291	2,13	,938
50- Fabrikada üretilen bulgur daha kalitelidir.	291	2,81	1,090
51- Yeni ürün ve markaları denemek isterim	291	3,25	1,065
52- Genellikle alıştığım ve güvendiğim bulguru alırım	291	4,24	,868

4.1. Tüketicilerin Demografik Özellikleri

Karaman ili kentsel alanda yaşayan ve araştırmaya katılan 291 kişinin demografik özellikleri ile ilgili sonuçlar aşağıdaki çizelgede verilmiştir.

Çizelge 4.2. Tüketicilerin cinsiyet dağılımı

Tüketicilerin Cinsiyet Dağılımı	Frekans	Yüzde (%)
Erkek	142	48,8
Bayan	149	51,2
Toplam	291	100

Karaman’da araştırmaya katılan kişilerin, % 48,8’i erkek ve % 51,2’si bayandır. Cinsiyet açısından oranlar birbirine çok yakındır. Bayanların 7 kişi fazla çıkması anketin gündüz aileler birebir yüz yüze yapıldığı için çoğunlukla bayanların evde bulunmasından kaynaklanmaktadır.

Çizelge 4.3. Tüketicilerin yaşlarının dağılımı

Tüketicilerin Yaşları Dağılımı	Frekans	Yüzde (%)
18-23	24	8,2
24-30	74	25,4
31-40	107	36,8
41-50	43	14,8
51 ve yukarı	43	14,8
Toplam	291	100

Araştırmaya katılanların % 8,2’si 18-23 yaş arası, % 25,4’ü 24-30 yaş arası, % 36,8’i 31-40 yaş arası, % 14,8’i 41-50 yaş arası ve % 14,8’i 51 ve yukarı yaşta olanları göstermektedir. Araştırmaya katılanların büyük bir oranı orta yaşta bulunmaktadır.

Çizelge 4.4. Tüketicilerin öğrenim durumu dağılımı

Tüketicilerin Öğrenim Durumu	Frekans	Yüzde (%)
Okuryazar	14	4,8
İlköğretim	73	25,1
Ortaöğretim	33	11,3
Lise	80	27,6
Üniversite	83	28,5
Lisansüstü	8	2,7
Toplam	291	100

Ankete katılan tüketicilerin % 4,8’i okuryazar, % 25,1’i ilköğretim, % 11,3’ü ortaöğretim, % 27,6’sı lise, % 28,5’i üniversite ve % 2,7’si lisansüstü mezundur.

Çizelge 4.5. Tüketicilerin meslek dağılımı

Tüketicilerin Meslek Dağılımı	Frekans	Yüzde (%)
Serbest	77	26,5
Memur	81	27,8
İşçi	80	27,5
Esnaf	29	10
Öğrenci	17	5,8
Çiftçi	7	2,4
Toplam	291	100

Ankete katılanların mesleklerine baktığımızda ise, % 26,5'i serbest çalıştıklarını, % 27,8'i memur olduklarını, % 27,5'i işçi olduklarını, % 10'u esnaf olduklarını, % 5,8'i öğrenci olduklarını ve % 2,4'ü de çiftçi olduklarını belirtmişlerdir. Karaman kentsel alanda üniversitenin bulunması nedeniyle % 5,8 ile öğrenci varlığı dikkat çekmektedir.

Çizelge 4.6. Tüketicilerin birlikte yaşadığı ailedeki (evdeki) birey sayısının dağılımı

Tüketicilerin Birlikte Yaşadığı Ailedeki Birey Sayısı	Frekans	Yüzde (%)
1-2	68	23,4
3-4	156	53,6
5-6	64	22
7-8	2	0,7
9' dan fazla	1	0,3
Toplam	291	100

Araştırma sonucu ankete katılanların birlikte yaşadıkları aile içindeki birey sayısı; % 23,4'ünde 1-2 kişi, %53,6'sında 3-4 kişi, % 22'sinde 5-6 kişi, % 0,7'sinde 7-8 kişi ve % 0,3'ünde 9'dan fazla kişiden oluştuğu görülmüştür.

Çizelge 4.7. Tüketicilerin gelir durumu dağılımı

Tüketicilerin Gelir Durumu Dağılımı	Frekans	Yüzde (%)
1000 TL' den az	93	32
1001-2000	115	39,5
2001-3000	50	17,2
3001-4000	19	6,5
4001 TL' den fazla	14	4,8
Toplam	291	100

Araştırmaya katılan 291 kişinin gelir durumuna baktığımızda ise, gelir durumu 1000 TL'den az olan 93 kişi (% 32), 1001-2000 TL arasında olanlar 115 kişi (% 39,5), 2001-3000 TL arasında olanlar 50 kişi (% 17,2), 3001-4000 TL arasında olanlar 19 kişi (% 6,5) ve 4001 TL' den fazla olanlar 14 kişi (% 4,8) olarak belirlenmiştir. Ankete katılanların çoğunluğunu işçi, memur ve serbest meslek sahibi olanlar oluşturduğu için gelir durumu da 2000 TL'nin altında olanların toplam oranı % 71,5 çıkmıştır.

Çizelge 4.8. Tüketiciler gelirlerinin yüzde kaçını gıda harcamalarında kullandıklarına ilişkin dağılımı

Tüketiciler Gelirlerinin Yüzde Kaçını Gıda Harcamalarında Kullandıklarına İlişkin Dağılımı	Frekans	Yüzde (%)
% 10-30	111	38,1
% 30-50	137	47,1
% 50-70	39	13,4
% 70-100	4	1,4
Toplam	291	100

Ankete katılan tüketicilerin yüzde kaç gelirlerinin yüzde kaçını gıda harcamalarında kullandıkları sorusuna ise, % 38,1'i gelirinin % 10-30 arasını, % 47,1'i gelirinin % 30-50 arasını, % 13,4'ü gelirinin % 50-70 arasını ve % 1,4'ü gelirinin % 70-100 arasını gıda harcamalarına ayırdıklarını belirtmişlerdir.

4.2. Tüketicilerin Bulgur Tüketim Alışkanlıklarına İlişkin Bulgular

4.2.1. Tüketicilerin Bulgur Alırken Öncelikle Dikkat Ettikleri Hususlar

Araştırma sonuçlarına göre tüketicilerin “Bulgur alırken üretim ve son kullanma tarihine dikkat ederim” ifadesine olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 82,5 olurken, olumsuz cevap verenlerin toplam oranı % 9,9'da ve kararsız kalanların oranı da % 7,6'da kalmıştır. Bu da göstermektedir ki tüketiciler gıda maddeleri satın alırken son kullanma tarihlerine bakmayı alışkanlık haline getirdiklerini göstermektedir.

Ankete yer alan “Bulgur alırken markasına dikkat ederim” ifadesine olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 82,5 olurken, olumsuz cevap verenlerin toplam oranı % 12'de kalmıştır ve kararsız kalanların oranı da % 5,5 olarak bulunmuştur. “Bulgur alırken görünümüne dikkat ederim” ifadesine olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 78 olurken, olumsuz cevap verenlerin toplam oranı % 12 ve kararsızların oranı % 10 olarak bulunmuştur. “Bulgur satın alırken öncelikle fiyatına bakarım” ifadesine olumlu

cevap verenlerin toplam oranı % 83,2 olurken, olumsuz cevap verenlerin toplam oranı % 8,6 ve kararsızların oranı % 8,2 olarak bulunmuştur.

Çizelge 4.9. Tüketicilerin bulgur alırken öncelikle dikkat ettikleri hususların dağılımı

		Frekans	Yüzde (%)
8- Bulgur alırken üretim ve son kullanma tarihine dikkat ederim	Kesinlikle Katılmıyorum	11	3,7
	Katılmıyorum	18	6,2
	Kararsızım	22	7,6
	Katılıyorum	100	34,4
	Kesinlikle Katılıyorum	140	48,1
	Toplam	291	100
9- Bulgur alırken markasına dikkat ederim	Kesinlikle Katılmıyorum	11	3,8
	Katılmıyorum	24	8,2
	Kararsızım	16	5,5
	Katılıyorum	116	39,9
	Kesinlikle Katılıyorum	124	42,6
	Toplam	291	100
10- Bulgur alırken görünümüne dikkat ederim	Kesinlikle Katılmıyorum	12	4,1
	Katılmıyorum	23	7,9
	Kararsızım	29	10
	Katılıyorum	121	41,6
	Kesinlikle Katılıyorum	106	36,4
	Toplam	291	100
11- Bulgur satın alırken öncelikle fiyatına bakarım	Kesinlikle Katılmıyorum	9	3,1
	Katılmıyorum	16	5,5
	Kararsızım	24	8,2
	Katılıyorum	104	35,7
	Kesinlikle Katılıyorum	138	47,5
	Toplam	291	100

Tüm bu bulgular sonucunda diyebiliriz ki, bulgur tüketicileri bilinçli tüketicilerdir. Bulgur satın alırken son kullanma tarihine, markasına, görünümüne öncelikle fiyatına dikkat etmektedirler.

4.2.2. Tüketicilerin Bulgur Tercihindeki Temel Etkenler

Ankette tüketicilere konuyla ilgili “Bulguru ambalajlı almayı tercih ederim” sorusu sorulmuş. Bu soruya katılanların % 47,8’i olumlu cevap vermiş ve % 40,5’i olumsuz cevap verirken % 11,7’si kararsız kalmıştır. “Bulguru damak tadına uygun olduğu için

tercih ediyorum” ifadesini tüketicilerin % 82,2’si olumlu bulmuş ve % 8,9’u olumsuz cevap verirken % 8,9’u kararsız kalmıştır. “Bulguru besleyici olduğu için tercih ediyorum” ifadesini tüketicilerin toplam % 61,5’i olumlu bulmuş ve % 25,8’i olumsuz bulurken % 12,7’si kararsız kalmıştır. “Bulguru evde uzun süre bozulmadan kaldığı için tercih ediyorum” ifadesini toplam % 52,6’sı olumlu bulmuş ve % 24’ü olumsuz bulurken % 23,4’ü kararsız kalmıştır. “Bulguru mikrobiyolojik zararlılara karşı dayanıklı olduğu için tercih ediyorum” ifadesini toplamda % 50,9’u olumlu bulurken % 34,3’ü olumsuz bulmuştur. Katılanların % 14,8’i de kararsız kalmıştır. “Bulguru hızlı piştiği için tercih ediyorum” ifadesini toplamda % 30,6’sı olumlu bulurken % 52,9’u olumsuz bulmuştur. Tüketicilerin % 16,5’i de kararsız kalmıştır. “Bulguru ucuz olduğu için tercih ediyorum” ifadesini tüketicilerin toplam % 79,7’si olumlu bulurken % 5,2’si olumsuz bulmuştur. Katılanların % 15,1’i de kararsız kalmıştır.

Çizelge 4.10. Tüketicilerin bulgur tercihindeki temel etkenlerin durumu

		Frekans	Yüzde (%)
12- Bulguru ambalajlı almayı tercih ederim	Kesinlikle Katılmıyorum	40	13,7
	Katılmıyorum	78	26,8
	Kararsızım	34	11,7
	Katılıyorum	77	26,5
	Kesinlikle Katılıyorum	62	21,3
	Toplam	291	100
13- Bulguru damak tadıma uygun olduğu için tercih ediyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	11	3,7
	Katılmıyorum	15	5,2
	Kararsızım	26	8,9
	Katılıyorum	130	44,7
	Kesinlikle Katılıyorum	109	37,5
	Toplam	291	100
14- Bulguru besleyici olduğu için tercih ediyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	23	7,9
	Katılmıyorum	52	17,9
	Kararsızım	37	12,7
	Katılıyorum	112	38,5
	Kesinlikle Katılıyorum	67	23
	Toplam	291	100
15- Bulguru evde uzun süre bozulmadığı için tercih ediyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	16	5,5
	Katılmıyorum	54	18,5
	Kararsızım	68	23,4
	Katılıyorum	100	34,4
	Kesinlikle Katılıyorum	53	18,2
	Toplam	291	100
16- Bulguru mikrobiyolojik zararlılara karşı dayanıklı olduğu için tercih ediyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	27	9,2
	Katılmıyorum	73	25,1
	Kararsızım	43	14,8
	Katılıyorum	105	36,1
	Kesinlikle Katılıyorum	43	14,8
	Toplam	291	100
17- Bulguru hızlı piştiği için tercih ediyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	55	18,9
	Katılmıyorum	99	34
	Kararsızım	48	16,5
	Katılıyorum	62	21,3
	Kesinlikle Katılıyorum	27	9,3
	Toplam	291	100
18- Bulguru ucuz olduğu için tercih ediyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	2	0,7
	Katılmıyorum	13	4,5
	Kararsızım	44	15,1
	Katılıyorum	112	38,5
	Kesinlikle Katılıyorum	120	41,2
	Toplam	291	100

Bütün bu ifadelerden sonra tüketiciler bulguru büyük bir oranda damak tadına uygun, besleyici ve ucuz olduğu için tercih etmiştir. Ankete katılanların yarısından az fazlası da bulgurun uzun süre bozulmadan kaldığı mikrobiyolojik zararlara karşı uzun süre dayandığı için tercih etmiştir. Fakat bunun yanında bulgurun hızlı pişmesi tüketicilerin tercih nedeni olmadığı olumsuz cevapların yarıdan fazla olmasından anlaşılmıştır. Sonuç olarak tüketiciler bulguru severek ve damak tadına uygun olduğu için tercih etmektedirler. Ayrıca fiyatını da uygun bulmaktadırlar. Hızlı pişmesini de hiç dikkate almadıkları görülmektedirler.

4.2.3. Evde Bulgur Alma Kararını Kim Verir?

Bulgur tüketicilerine evde bulgur alma kararını kimin verdiğiyle ilgili sorulan 13'üncü sorudaki "Bizim evde bulguru satın alma kararını annem verir" ifadesine olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 24,4 olurken olumsuz cevap verenlerin toplam oranı % 60,1 olmuştur. Tüketicilerin % 15,5'i de kararsız kalmıştır. 14'üncü sorudaki "Bizim evde bulgur satın alma kararını babam verir" ifadesine olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 77 olurken olumsuz cevap verenlerin oranı % 13 olmuştur. Tüketicilerin % 10'u da kararsız kalmıştır.

Çizelge 4.11. Evde bulgur alma kararını kim verir?

		Frekans	Yüzde (%)
19- Bizim evde bulgur satın alma kararını annem verir	Kesinlikle Katılmıyorum	65	22,3
	Katılmıyorum	110	37,8
	Kararsızım	45	15,5
	Katılıyorum	45	15,5
	Kesinlikle Katılıyorum	26	8,9
	Toplam	291	100
20- Bizim evde bulgur satın alma kararını babam verir	Kesinlikle Katılmıyorum	15	5,2
	Katılmıyorum	23	7,8
	Kararsızım	29	10
	Katılıyorum	126	43,3
	Kesinlikle Katılıyorum	98	33,7
	Toplam	291	100

Bu iki soru sonucunda, Karaman ili kentsel alanda bulgur tüketicilerinin evlerinde bulgur satın alma kararını babanın verdiğini söyleyebiliriz. Evlerde alış verişi annelerin yaptığı söylene de bunun aksine bulgurun satın alma kararını üstün bir oranda

babaların verdiği ortaya çıkmıştır. Bunun bir nedeni de Karaman'ın bir tarım kenti olması ve aynı zamanda bulgurun üretim merkezlerinden birisi olmasından kaynaklı olarak babaların karar verdiği sonucuna varabiliriz.

4.2.4. Bulgurun Beslenme ve Sağlık Açısından Önem Durumları

Bulgurun beslenme ve sağlık açısından önemiyle ilgili tüketicilere “Bulguru, beslenme ve sağlık açısından posa/lif bakımından zengin olduğu için tercih ediyorum” sorusu sorulmuş olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 54,7 olurken olumsuz cevap verenlerin toplam oranı % 16,2 olmuştur. Soruya % 29,2'si de kararsızım cevabını vermiştir. “Bulguru, içinde B1 vitamini bulunduğu için tercih ediyorum” sorusuna olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 41,2 olurken olumsuz cevap verenlerin toplam oranı % 16,9 olmuştur. Tüketicilerin % 41,9'u da kararsız kalmışlardır. “Bulguru, folik asit içerdiği için tercih ediyorum” sorusuna olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 51,2 olurken olumsuz cevap verenlerin toplam oranı % 14,4 olmuştur. Tüketicilerin % 34,4'ü de kararsız kalmıştır. “Bulguru, doymamış yağa sahip olduğu için tercih ediyorum” ifadesine olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 61,9 olurken olumsuz cevap verenlerin toplam oranı % 15,8 olmuştur. Tüketicilerin % 22,3'ü de kararsız kalmıştır. “Bulguru, kolesterol içermediği için tercih ediyorum” ifadesine olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 23 olurken olumsuz cevap verenlerin toplam oranı % 59,8 olmuştur. Tüketicilerin % 17,2'si de kararsız kalmıştır.

Çizelge 4.12. Bulgurun beslenme ve sağlık açısından önem durumları

		Frekans	Yüzde (%)
21- Bulguru, beslenme ve sağlık açısından posa/lif bakımından zengin olduğu için tercih ediyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	11	3,8
	Katılmıyorum	36	12,4
	Kararsızım	85	29,2
	Katılıyorum	107	36,8
	Kesinlikle Katılıyorum	52	17,9
	Toplam	291	100
22- Bulguru, içinde B1 vitamini bulunduğu için tercih ediyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	15	5,2
	Katılmıyorum	34	11,7
	Kararsızım	122	41,9
	Katılıyorum	88	30,2
	Kesinlikle Katılıyorum	32	11
	Toplam	291	100
23- Bulguru, folik asit içerdiği için tercih ediyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	8	2,7
	Katılmıyorum	34	11,7
	Kararsızım	100	34,4
	Katılıyorum	109	37,5
	Kesinlikle Katılıyorum	40	13,7
	Toplam	291	100
24- Bulguru, doymamış yağa sahip olduğu için tercih ediyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	17	5,8
	Katılmıyorum	29	10
	Kararsızım	65	22,3
	Katılıyorum	119	40,9
	Kesinlikle Katılıyorum	61	21
	Toplam	291	100
25- Bulguru, kolesterol içermediği için tercih ediyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	45	15,5
	Katılmıyorum	129	44,3
	Kararsızım	50	17,2
	Katılıyorum	50	17,2
	Kesinlikle Katılıyorum	17	5,8
	Toplam	291	100

Bütün bu sorulardan tüketicilerin bulgurun beslenme ve sağlık açısından önemiyle ilgili çıkarılabilecek sonuç ise, tüketicilerin bulgurun beslenme ve sağlık açısından yararları hakkında çok fazla bilgilerinin olmadığı anlaşılmaktadır. Birinci soruya % 54,7 olumlu cevap verilse de % 29,2 kararsız cevap verilmiştir. İkinci soruya olumlu cevap verenler

% 41,2 olurken % 41,9' u kararsız cevap vermişlerdir. Üçüncü soruya olumlu cevap verenler % 51,2 olurken % 34,4' ü kararsız cevap vermişlerdir. Dördüncü soruya olumlu cevap verenler % 61,9 olurken % 22,3' ü kararsız cevap vermişlerdir. Son olarak beşinci soruya olumlu cevap verenler % 23 olurken % 59,8' i olumsuz cevap vermişlerdir. Genelde diğer sorulara göre bu sorularda kararsızlık oranları yüksek çıkmıştır. Tüketicilerin bulgurun beslenme ve sağlık açısından önemiyle ilgili bilgileri fazla olmadığı için kararsız kalmışlardır. Sadece beşinci soruda olumsuzluk oranı yüksek çıktığından tüketicilerin bulgurun kolesterol içermediği konusunda çok az bilgilerinin olduğu anlaşılmaktadır.

4.2.5. Tüketicilerin Bulgur Tüketim Aralıkları

Karaman ili kentsel alanda bulgur tüketim aralıkları ile ilgili “Bulguru her gün tüketiyorum” ifadesine ankete katılanların % 52,9'u olumlu cevap verirken % 30,6'sı olumsuz cevap vermiştir. Katılanların % 16,5'i de kararsız kaldıklarını belirtmişlerdir. “Bulguru haftada bir gün tüketiyorum” ifadesine ankete katılanların % 33,7'si olumlu cevap verirken % 50,8'i olumsuz cevap vermiştir. Katılanların % 15,5'i de kararsız kaldıklarını belirtmişlerdir. “Bulguru on beş günde bir tüketiyorum” ifadesine ankete katılanların % 21,7'si olumlu cevap verirken % 64,6'sı olumsuz cevap vermişlerdir. Katılanların % 13,7'si kararsız kaldıklarını belirtmişlerdir. “Bulguru ayda bir tüketiyorum” ifadesine ankete katılanların % 74,7'si olumlu cevap verirken % 11,6'sı olumsuz cevap vermişlerdir. Katılanların % 13,7'si kararsız kaldıklarını belirtmişlerdir.

Çizelge 4.13. Tüketicilerin bulgur tüketim aralıkları durumu

		Frekans	Yüzde (%)
26- Bulguru her gün tüketiyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	23	7,9
	Katılmıyorum	66	22,7
	Kararsızım	48	16,5
	Katılıyorum	101	34,7
	Kesinlikle Katılıyorum	53	18,2
	Toplam	291	100
27- Bulguru haftada bir gün tüketiyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	49	16,8
	Katılmıyorum	99	34
	Kararsızım	45	15,5
	Katılıyorum	80	27,5
	Kesinlikle Katılıyorum	18	6,2
	Toplam	291	100
28- Bulguru on beş günde bir tüketiyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	83	28,5
	Katılmıyorum	105	36,1
	Kararsızım	40	13,7
	Katılıyorum	45	15,5
	Kesinlikle Katılıyorum	18	6,2
	Toplam	291	100
29- Bulguru ayda bir tüketiyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	8	2,7
	Katılmıyorum	26	8,9
	Kararsızım	40	13,7
	Katılıyorum	131	45
	Kesinlikle Katılıyorum	86	29,7
	Toplam	291	100

Bulgur tüketicilerinin tüketim aralıklarıyla ilgili sorulan bu dört sorudan çıkarılan sonuç, her şeyden önce her gün bulgur tüketimi ankete katılanların yarısından fazlası tarafından kabul edilmiştir. Demek ki bulgur yaygın bir şekilde tüketilmektedir. Bunun yanında haftada ve on beş günde bir tüketimi yaygın değildir. Uygun görmeyenlerin oranı yüksek çıkmıştır. Fakat ayda bir tüketenlerin oranı da fazla çıkmıştır. Buradan tüketiciler bulguru her gün tüketemeseler bile ayda bir kesin tüketiyorlar sonucunu çıkarabiliriz.

4.2.6. Tüketicilerin Bulgur Temin Ettikleri Yerin Hijyen Durumu Hakkındaki Fikirleri

Bulgur tüketicilerine konuyla ilgili sorulan “Bulguru aldığımız yerlerin hijyenik olduğunu düşünüyorum” sorusuna olumlu bulanların toplam oranı % 65,3 olumsuz bulanların toplam oranı % 21 olmuştur. Bulgur tüketicilerinin % 13,7’si de kararsız kalmışlardır.

Çizelge 4.14. Tüketicilerin bulgur temin ettikleri yerin hijyenikliği hakkındaki fikir durumları

		Frekans	Yüzde (%)
30- Bulguru aldığımız yerlerin hijyenik olduğunu düşünüyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	20	6,9
	Katılmıyorum	41	14,1
	Kararsızım	40	13,7
	Katılıyorum	118	40,6
	Kesinlikle Katılıyorum	72	24,7
	Toplam	291	100

Karaman ili kentsel alanda yaşayan bulgur tüketicilerinin büyük bir bölümü bulgur aldıkları yerlerin hijyenik olduğunu inanmaktadır. Diğer gıda ürünlerinin bozulma olasılıkları bulgura göre yüksek olduğu düşünülürse olumsuz görüş bildirenlerin oranı da azımsanmayacak derecede çıkmıştır.

4.2.7. Tüketicilerin Tüketim Tercihleri

Araştırmada tüketicilerin tüketim tercihleri ile ilgili kendilerine üç soru yöneltilmiştir. Bunlardan “Bulgurdan yapılan yemekleri çok sevdiğim için tüketiyorum” ifadesini toplam % 68,7’si olumlu bulurken % 22,3’ü olumsuz bulmaktadır. Tüketicilerin % 8,9’u kararsız kalmışlardır. “Bulgura alışkın olduğumuz için tüketiyorum” ifadesini toplam % 79,8’i olumlu bulurken % 10,9’u olumsuz bulmaktadır. Tüketicilerin % 9,3’ü kararsız kalmışlardır. “Bulguru sağlıklı olduğu için tüketiyorum” ifadesini toplam % 42,2’si olumlu bulurken % 49,9’u olumsuz bulmaktadır. Tüketicilerin % 7,9’u kararsız kalmışlardır.

Çizelge 4.15. Tüketicilerin bulgur tüketim tercih durumu

		Frekans	Yüzde (%)
31- Bulgurdan yapılan yemekleri çok sevdiğim için tüketiyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	14	4,8
	Katılmıyorum	51	17,5
	Kararsızım	26	8,9
	Katılıyorum	138	47,4
	Kesinlikle Katılıyorum	62	21,4
	Toplam	291	100
32- Bulgura alışkın olduğumuz için tüketiyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	9	3,1
	Katılmıyorum	23	7,8
	Kararsızım	27	9,3
	Katılıyorum	132	45,4
	Kesinlikle Katılıyorum	100	34,4
	Toplam	291	100
33- Bulguru sağlıklı olduğu için tüketiyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	82	28,3
	Katılmıyorum	63	21,6
	Kararsızım	23	7,9
	Katılıyorum	65	22,3
	Kesinlikle Katılıyorum	58	19,9
	Toplam	291	100

Ankete katılanlar bulguru çok sevdikleri için tükettiklerini, fakat bulgura alışkın oldukları için daha fazla oranda tükettiklerini belirtmişlerdir. Bu durumda diyebiliriz ki; Karaman ili kentsel alanda insanlar alışkın oldukları için bulguru sıklıkla tüketmektedirler. Bunun yanında 4.2.4.' de belirttiğimiz gibi insanlar bulguru sağlıklı beslenmenin bir aracı olarak değil karın doyurmak için tüketmektedirler. Burada da görülmüştür ki bulguru sağlıklı olduğu için tüketenlerin oranı tüketmeyenlerden az çıkmıştır.

4.2.8. Tüketicilerin Bulgur Temin Yerleri

Ankete katılan tüketicilere bulgur temin yerleriyle ilgili kendilerine üç soru sorulmuştur. Bunlardan birincisinde “Bulguru kendimiz üretiyoruz” ifadesine olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 57 olurken olumsuz cevap verenlerin toplam oranı % 13,8 olmuştur. Kararsız kalanların oranı ise % 29,2’de kalmıştır. İkincisinde “Bulguru bakkal, market veya süpermarketten alıyorum” ifadesine olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 23,1 olurken olumsuz cevap verenlerin toplam oranı % 52,5 olmuştur.

Kararsız kalanların oranı ise % 24,4’de kalmıştır. Üçüncüsünde “Süpermarketin kendi bulgur markalarını kesinlikle tercih ederim” ifadesine olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 50,5’ i olurken olumsuz cevap verenlerin toplam oranı % 23 olmuştur. Kararsız kalanların oranı ise % 26,5’te kalmıştır.

Çizelge 4.16. Tüketicilerin bulgur temin yerleri durumu

		Frekans	Yüzde (%)
34-Bulguru kendimiz üretiyoruz	Kesinlikle Katılmıyorum	11	3,8
	Katılmıyorum	29	10
	Kararsızım	85	29,2
	Katılıyorum	120	41,2
	Kesinlikle Katılıyorum	46	15,8
	Toplam	291	100
35-Bulguru bakkal, market veya süpermarketten alıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	56	19,2
	Katılmıyorum	97	33,3
	Kararsızım	71	24,4
	Katılıyorum	47	16,2
	Kesinlikle Katılıyorum	20	6,9
	Toplam	291	100
36- Süpermarketin kendi bulgur markalarını kesinlikle tercih ederim.	Kesinlikle Katılmıyorum	18	6,2
	Katılmıyorum	49	16,8
	Kararsızım	77	26,5
	Katılıyorum	96	33
	Kesinlikle Katılıyorum	51	17,5
	Toplam	291	100

Karaman ili kentsel alanda yaşayanlar bulguru ya kendileri üretmekte ya da yakınları tarafından üretilen bulgurları tercih etmektedirler. Bilindiği gibi Karaman bir tarım kentidir. Onun için de bulguru bakkal, market veya süpermarketten alanların oranı çok düşük çıkmıştır. Fakat bulguru süpermarketten alanların yarısı süpermarketin kendi bulgur markalarını olumlu bulmuşlardır.

4.2.9. Reklam Kampanyalarının Bulgur Tüketimine Etkisi

Araştırmaya katılan tüketicilere “Reklamlar bulgur tüketimini artırır” sorusu sorulmuş, bu soruya % 50,9’u olumlu bulurken % 32,6’sı olumsuz bulmuştur. Katılanların % 16,5’i de kararsız kalmışlardır. Bu da göstermektedir ki katılımcılar reklamın tüketimi arttıracığını belirtmişlerdir.

Çizelge 4.17. Reklam kampanyalarının bulgur tüketimine etkisi

		Frekans	Yüzde (%)
37- Reklamlar bulgur tüketimini artırır	Kesinlikle Katılmıyorum	29	10
	Katılmıyorum	66	22,6
	Kararsızım	48	16,5
	Katılıyorum	103	35,4
	Kesinlikle Katılıyorum	45	15,5
	Toplam	291	100

4.2.10. Arkadaş, Komşu ve İş Çevresinin Bulgur Tüketimine Etkisi

Karaman ili kentsel alanda yaşayanlara “Arkadaş, komşu ve iş çevresi bulgur tüketiminde etkilidir” sorusu sorulmuş bu soruyu toplam % 48,8’i olumlu bulurken % 29,9’u olumsuz bulmuşlardır. % 21,3’ü de kararsız kalmışlardır. Bu da bize ankete katılan tüketicilerin yarıya yakını arkadaşların, komşuların ve iş arkadaşlarının bulgur tüketiminde etkili olduğunu belirtmişlerdir. Yüksek çıkmamasının nedeni daha öncede belirttiğimiz gibi Karaman’ın tarım bölgesi olması ve tüketicilerin kendi bulgurunu kendileri üretmeleri veya yakınlarından temin etmelerinden kaynaklandığı sonucuna varabiliriz.

Çizelge 4.18. Arkadaş, komşu ve iş çevresinin bulgur tüketimine etki durumu

		Frekans	Yüzde (%)
38- Arkadaş, komşu ve iş çevresinin bulgur tüketimine etki durumu	Kesinlikle Katılmıyorum	26	8,9
	Katılmıyorum	61	21
	Kararsızım	62	21,3
	Katılıyorum	107	36,8
	Kesinlikle Katılıyorum	35	12
	Toplam	291	100

4.2.11. Gelir Durumunun Bulgur Tüketimine Etkisi

Ankete katılan katılımcılara “Gelir düzeyinin düşük olması bulgur tüketimini artırır” sorusu sorulmuştur. Bu soruya katılımcıların toplam % 44,3’ü olumlu cevap verirken % 35,4’ü olumsuz cevap vermiştir. Katılımcıların % 20,3’ü de kararsız kalmıştır. Karaman ili kentsel alanda yaşayan tüketiciler yüksek bir oranda alışkın oldukları için bulguru tükettikleri sonucundan hareket ederek bulguru kendileri ürettiği sonucunu da katarsak insanların geliri düşükte olsa yüksekte olsa bulguru tüketmektedirler sonucuna

varabiliriz. Bu soruda da görüleceği üzere gelir durumunun düşük olması bulgur tüketimini çok artırmamaktadır. Oranlar birbirine yakın olduğu gibi kararsızların oranı da % 20,3 çıkmıştır.

Çizelge 4.19. Gelir durumunun bulgur tüketimine etki durumu

		Frekans	Yüzde (%)
39- Gelir düzeyinin düşük olması bulgur tüketimini artırır	Kesinlikle Katılmıyorum	32	11
	Katılmıyorum	71	24,4
	Kararsızım	59	20,3
	Katılıyorum	102	35
	Kesinlikle Katılıyorum	27	9,3
	Toplam	291	100

4.2.12. Bulgur Tüketiminin Mevsimsel Farklılıkları

Bulgurun mevsimsel tüketim farklılığının bulunup bulunmadığını ölçmek için tüketicilere “Bulgurun mevsimsel tüketimi farklıdır” sorusu yöneltilmiştir. Tüketicilerin % 52,6’sı tüketimde mevsimsel farklılık var derken % 32,6’sı da yoktur katılmıyorum veya kesinlikle katılmıyorum demişlerdir. Ayrıca % 14,8’i de kararsız kaldıklarını ifade etmişlerdir. Buradan da şu sonuca ulaşabiliriz, özellikle meyve ve sebzelerin bol bulunduğu mevsimlerde bulgur tüketimi azaldığı, diğer mevsimlerde çoğaldığı sonucuna varabiliriz. Çünkü katılanların % 52,6’sı farklılık bulunmaktadır demişlerdir.

Çizelge 4.20. Bulgur tüketiminin mevsimsel farklılık durumu

		Frekans	Yüzde (%)
40- Bulgurun mevsimsel tüketimi farklıdır	Kesinlikle Katılmıyorum	24	8,2
	Katılmıyorum	71	24,4
	Kararsızım	43	14,8
	Katılıyorum	94	32,3
	Kesinlikle Katılıyorum	59	20,3
	Toplam	291	100

4.2.13. Tüketicilerin Bulgur Tüketim Yöntemleri

Araştırmada tüketicilerin bulgur tüketim yöntemleriyle ilgili üç soru yöneltilmiştir. Bunlardan birincisinde “Bulguru genellikle pilav olarak tüketiyorum” sorusuna olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 78,6 olurken olumsuz cevap verenlerin oranı % 14,8 olmuştur. Kararsız olanların oranı ise % 8,6 olmuştur. İkincisinde “Bulguru genellikle

“çorba olarak tüketiyorum” sorusuna olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 27,5 olurken olumsuz cevap verenlerin toplam oranı % 47,4 olmuştur. Kararsız kalanların oranı % 25,1 olarak bulunmuştur. Üçüncüsünde “Bulguru genellikle batırık, dolma, köfte, kısır ve sarmalarda kullanıyorum” sorusuna olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 73,2 olurken olumsuz cevap verenlerin oranı % 11,7 olmuştur. Kararsız kalanların oranı % 15,1 olarak bulunmuştur.

Çizelge 4.21. Bulgur tüketimi yöntemleri durumu

		Frekans	Yüzde (%)
41- Bulguru genellikle pilav olarak tüketiyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	14	4,8
	Katılmıyorum	29	10
	Kararsızım	25	8,6
	Katılıyorum	163	56
	Kesinlikle Katılıyorum	60	20,6
	Toplam	291	100
42- Bulguru genellikle çorba olarak tüketiyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	35	12
	Katılmıyorum	103	35,4
	Kararsızım	73	25,1
	Katılıyorum	64	22
	Kesinlikle Katılıyorum	16	5,5
	Toplam	291	100
43- Bulguru genellikle batırık, dolma, köfte, kısır ve sarmalarda kullanıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	13	4,5
	Katılmıyorum	21	7,2
	Kararsızım	44	15,1
	Katılıyorum	136	46,7
	Kesinlikle Katılıyorum	77	26,5
	Toplam	291	100

Tüketicilerin bulgur tüketim yöntemleri incelendiğinde, Karaman ili kentsel alanda yaşayan insanlar bulguru çoğunlukla pilav, batırık, dolma, köfte, kısır ve sarmalarda kullanmaktadır. Fakat bulguru çorba yaparak kullanma alışkanlığı bulunmamaktadır. Karaman’ın yemek kültürü de incelendiğinde bulgurdan yapılan çorba kültürünün gelişmediği görülmüştür. Eskiden beri öncelikle bulgur pilavı yaygın olarak tüketilmektedir. Batırık yaygın olarak bilinmekte ve yine bunun yanında kısır, köfte, dolma ve sarma fazlaca kullanılmaktadır.

4.2.14. Tüketiciler Açısından Bulgurun Fiyat Durumu

Tüketicilere “Bulgurun fiyatını pahalı buluyorum” sorusu sorularak bulgurun fiyat durumu hakkında kendilerinin düşünceleri ölçülmeye çalışılmıştır. Soruya olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 25,8 olurken olumsuz cevap verenlerin toplam oranı % 43,6 olarak bulunmuştur. Kararsız kalanların oranı ise % 30,6 olmuştur. Bu durumda göstermektedir ki, bulgur fiyatı yüksek olan bir gıda maddesi değildir. Hatta öyle sonuç çıkmış ki kararsızların oranı pahalı bulanların oranından yüksek çıkmıştır. 4.2.2’de bulgurun ucuz olduğu için tercih edilirliliği toplamda % 79,7 çıktığı sonucundan hareketle, tüketiciler bulguru ucuz olduğunu kesin kabul etmişler ve bu soruda da pahalı olmadığını belirtmişlerdir. Her iki soruda da tüketiciler bulguru fiyat açısından ucuz bir gıda maddesi olarak kabul etmişlerdir.

Çizelge 4.22. Tüketiciler açısından bulgurun fiyat durumu

		Frekans	Yüzde (%)
44- Bulgurun fiyatını pahalı buluyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	38	13,1
	Katılmıyorum	89	30,5
	Kararsızım	89	30,6
	Katılıyorum	46	15,8
	Kesinlikle Katılıyorum	29	10
	Toplam	291	100

4.2.15. Tüketicilerin Bulguru Sevmedikleri İçin Tüketmeme Durumları

Araştırmaya katılan bulgur tüketicileri “Bulguru sevmediğim için tüketmiyorum” ifadesine olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 17,5 olurken olumsuz cevap verenlerin toplam oranı % 71,5 olmuştur. Kararsızların oranı ise % 11 çıkmıştır. Daha önceki sorularda da sıklıkla değinildiği üzere Karaman ili kentsel alanda bulgur sevilerek tüketilmektedir. Bu soruda da görüleceği üzere kesinlikle katılmıyorum ifadesi % 38,8 ile en yüksek çıkmıştır. Bu da göstermektedir ki katılımcılar bulguru severek tüketmektedirler.

Çizelge 4.23. Tüketicilerin bulguru sevmedikleri için tüketmeme durumu

		Frekans	Yüzde (%)
45- Bulguru sevmediğim için tüketmiyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	113	38,8
	Katılmıyorum	95	32,7
	Kararsızım	32	11
	Katılıyorum	23	7,9
	Kesinlikle Katılıyorum	28	9,6
	Toplam	291	100

4.2.16. Karaman İlinin Bulgur Üretim Merkezi Olmasının Tüketim Üzerindeki Etkisi

Karaman ili her şeyden önce Türkiye'nin bulgur üretiminin % 29'unu karşılayan bir bulgur üretim merkezidir. Bu nedenle katılımcılara konuyla ilgili “Yaşadığım bölgenin bulgur üretim merkezi olması tüketimim üzerinde etkilidir” sorusu sorulmuş olup soruya olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 49,5 olurken olumsuz cevap verenlerin toplam oranı % 32,3 çıkmıştır. Kararsızların oranı ise % 18,2 olarak bulunmuştur. Bulgur üretim merkezlerinden biri olan Karaman'da yaşayanların tükettikleri bulgur üzerinde merkez olmanın bir etkisinin olduğu, fakat oranlardan da görüleceği üzere bu etkinin fazla olmadığı görülmüştür.

Çizelge 4.24. Karaman ilinin bulgur üretim merkezi olmasının tüketim üzerine etki durumu

		Frekans	Yüzde (%)
46- Yaşadığım bölgenin bulgur üretim merkezi olması tüketimim üzerinde etkilidir	Kesinlikle Katılmıyorum	34	11,7
	Katılmıyorum	60	20,6
	Kararsızım	53	18,2
	Katılıyorum	106	36,4
	Kesinlikle Katılıyorum	38	13,1
	Toplam	291	100

4.2.17. Tüketicilerin Bulgur Yerine İkame Ürün Tercih Etme Eğilimleri

Tüketicilerin bulgur yerine veya bulgura benzer ürünlerden hangisini tercih ettiklerini belirlemek üzere konuyla ilgili üç soru yöneltilmiştir. Bunlardan ilkinde “Bulgur yerine genellikle makarna tüketiyoruz” sorusu sorulmuş, bu soruya olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 11,4 olurken olumsuz cevap verenlerin oranı % 71,8 olmuştur. Bu soruya kararsızım cevabı verenlerin oranı ise % 16,8 olmuştur. Aynı konuyla ilgili

ikincisinde sorulan “Bulgur yerine genellikle pirinç tüketiyoruz” sorusuna olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 16,5 olurken olumsuz cevap verenlerin toplam oranı % 61,5 olmuştur. Kararsızım cevabı verenlerin oranı ise % 22 çıkmıştır. Üçüncüsünde sorulan “Bulgur yerine genellikle erişte tüketiyoruz” sorusuna olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 8,2 olurken olumsuz cevap verenlerin toplam oranı % 70,5 olmuştur. Kararsızım cevabı verenlerin oranı ise % 21,3 olarak bulunmuştur.

Çizelge 4.25. Tüketicilerin bulgur yerine ikame ürün tercih etme durumları

		Frekans	Yüzde (%)
47- Bulgur yerine genellikle makarna tüketiyoruz	Kesinlikle Katılmıyorum	80	27,5
	Katılmıyorum	129	44,3
	Kararsızım	49	16,8
	Katılıyorum	29	10
	Kesinlikle Katılıyorum	4	1,4
	Toplam	291	100
48- Bulgur yerine genellikle pirinç tüketiyoruz	Kesinlikle Katılmıyorum	69	23,7
	Katılmıyorum	110	37,8
	Kararsızım	64	22
	Katılıyorum	39	13,4
	Kesinlikle Katılıyorum	9	3,1
	Toplam	291	100
49- Bulgur yerine genellikle erişte tüketiyoruz	Kesinlikle Katılmıyorum	77	26,5
	Katılmıyorum	128	44
	Kararsızım	62	21,3
	Katılıyorum	19	6,5
	Kesinlikle Katılıyorum	5	1,7
	Toplam	291	100

Tüketiciler bu üç soruda her şeyden önce makarna, pirinç ve erişte bulgurun ikamesi olamaz. Biz bulguru sevdiğimiz ve alışkın olduğumuz için tüketiyoruz. Makarna, pirinç ve erişte de tüketiyoruz. Bunların tüketimi bulgurdan farklı tutmak gerektiğini belirtmişlerdir. Her üç soruda da olumsuz bulanların oranı yüksek çıkmıştır. Makarna, pirinç ve eriştenin bölgede tüketilmesine ve bir tahıl ürünü olmasına karşın bulgurun yerini alması veya bulgur yerine kullanılmasının mümkün olmadığı ortaya çıkmıştır.

4.2.18. Fabrikada Üretilen Bulgurun Kalite Durumu

Tüketicilere konuyla ilgili sorulan “Fabrikada üretilen bulgur daha kalitelidir” sorusuna % 5,2’si kesinlikle katılıyorum, % 21,6’sı katılıyorum, % 36,8’i kararsızım, % 22 katılmıyorum ve % 14,4’ü kesinlikle katılmıyorum cevabı vermişlerdir. Bu da göstermektedir ki, tüketiciler çoğunlukla bulguru kendisi ürettiği için kararsızım yüksel çıkmıştır. Ama yine de çok az bir oranda fabrikada üretilen bulguru daha kaliteli bulmaktadırlar.

Çizelge 4.26. Fabrikada üretilen bulgurun kalite durumu

		Frekans	Yüzde (%)
50- Fabrikada üretilen bulgur daha kalitelidir	Kesinlikle Katılmıyorum	42	14,4
	Katılmıyorum	64	22
	Kararsızım	107	36,8
	Katılıyorum	63	21,6
	Kesinlikle Katılıyorum	15	5,2
	Toplam	291	100

4.2.19. Tüketicilerin Yeni Ürün ve Markaları da Deneme Eğilimleri

Tüketicilere konuyla ilgili sorulan “Yeni ürün ve markaları denemek isterim” sorusuna olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 44 olurken olumsuz cevap verenlerin toplam oranı % 23 olmuştur. Kararsızım diyenlerin oranı da % 33 çıkmıştır. Sonuçlardan hareketle tüketiciler bulgurdan vazgeçmek istememektedirler. Çünkü beş seçenek içinde en yüksek kararsızım seçeneği işaretlenmiştir. Tüketiciler az da olsa yeni ürün ve markaları denemek istediklerini belirtmişlerdir.

Çizelge 4.27. Tüketicilerin yeni ürün ve markaları da deneme eğilimleri

		Frekans	Yüzde (%)
51- Yeni ürün ve markaları denemek isterim	Kesinlikle Katılmıyorum	19	6,5
	Katılmıyorum	48	16,5
	Kararsızım	96	33
	Katılıyorum	96	33
	Kesinlikle Katılıyorum	32	11
	Toplam	291	100

4.2.20. Tüketicilerin Genellikle Alıştığı ve Güvendiği Bulguru Tercih Etme Durumu

Tüketiciler bu konuyla ilgili kendilerine sorulan “Genellikle alıştığım ve güvendiğim bulguru alırım” sorusuna olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 87,2 olurken olumsuz cevap verenlerin toplam oranı ise % 5,9 olarak bulunmuştur. Kararsızım cevabı verenlerin oranı ise % 6,9 çıkmıştır. Anket sonucundan da anlaşılacağı üzere katılımcılar kesinlikle alıştığım ve güvendiğim bulguru tercih ederim demişlerdir. Soruya kesinlikle katılıyorum ifadesiyle katılıyorum ifadesi aynı oranda ve % 43,6 ile yüksek çıkmışlardır. Buradan bulgur tüketicileri tükettikleri bulgurdan çok memnun oldukları sonucu çıkarılabilir. Ayrıca yeni ürün ve markaları denemek istememeleri ve kararsız kalmaları, alıştıkları ve güvendikleri bulguru tüketmek istemelerinden kaynaklandığını söyleyebiliriz.

Çizelge 4.28. Tüketicilerin genellikle alıştığı ve güvendiği bulguru tercih etme durumu

		Frekans	Yüzde (%)
52- Genellikle alıştığım ve güvendiğim bulguru alırım	Kesinlikle Katılmıyorum	4	1,4
	Katılmıyorum	13	4,5
	Kararsızım	20	6,9
	Katılıyorum	127	43,6
	Kesinlikle Katılıyorum	127	43,6
	Toplam	291	100

4.3. Tüketicilerin Bulgur Tüketimini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi

4.3.1. Tüketicilerin Öğrenim Durumu Değişkenine Göre Bulgurun Beslenme ve Sağlık Açısından Önemi Alglama Farklılıklarına İlişkin Analiz

Ankette bulgurun beslenme ve sağlık açısından önem durumlarıyla ilgili beş soru bulunmaktadır. Bu soruların öğrenim durumlarına göre toplam oranlarına bakıldığında, okuryazar durumda olanların, bulgurun beslenme ve sağlık açısından hangi faydalarının olduğunu bilmedikleri % 13,71’lik en küçük ortalama dan anlaşılmaktadır. İlköğretim mezunları okuryazarların tersine % 16,86’lık ortalama yla bulgurun beslenme ve sağlık açısından önemini bildikleri anlaşılmaktadır. Ortaokul mezunları da % 15,21 ortalama da kalmışlardır. Lise mezunları % 16,51, üniversite mezunları % 16,59 ve lisansüstü mezunları % 16,88 ortalama yla bulgurun beslenme ve sağlık açısından önemini bildikleri görülmektedir. Katılımcıların bulgurun beslenme ve sağlık açısından önem

durumunun öğrenim durumuna göre farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak ilköğretim mezunları hariç öğrenim durumu arttıkça bulgurun beslenme ve sağlık açısından öneminin daha çok farkında olduğu sonucuna varabiliriz ($p<0,05$).

Çizelge 4.29. Tüketicilerin öğrenim durumu ile beslenme ve sağlık açısından önem durumları değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Öğrenim Durumu	N	Ortalama	Standart Sapma
Okuryazar	14	13,71	3,911
İlköğretim	73	16,86	3,461
Ortaöğretim	33	15,21	4,029
Lise	80	16,51	3,475
Üniversite	83	16,95	3,540
Lisansüstü	8	16,88	4,257
Toplam	291	16,45	3,658

P=0,013

4.3.2 Tüketicilerin Gelir Durumu Değişkenine Göre Bulgurun Beslenme ve Sağlık Açısından Önemini Algılama Farklılıklarına İlişkin Analiz

Tüketicilerin bulgurun beslenme ve sağlık açısından öneminin farkında olup olmadığının gelir durumu değişkenine göre farklılık gösterip göstermediği durumu incelendiğinde, 1000 TL'nin altında geliri olanların bulgurun beslenme ve sağlık açısından önemiyle en az ilgilendikleri ortalama değerinin de düşük olmasından anlaşılmıştır. Bunun yanında bulgurun beslenme ve sağlık açısından önemini en iyi bilen ve buna göre hareket eden gelir durumu da Çizelge 4.30'dan anlaşılacağı üzere gelir düzeyi 3001-4000 TL arası olanlar diyebiliriz. Ancak genel olarak tüketicilerin gelir durumu değişkenine göre bulgurun beslenme ve sağlık açısından öneminin algılanmasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$).

Çizelge 4.30. Tüketicilerin gelir durumu ile beslenme ve sağlık açısından önem durumları değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Gelir Durumu	N	Ortalama	Standart Sapma
1000 TL'den az	93	15,99	3,775
1001-2000	115	16,57	3,927
2001-3000	50	16,14	2,914
3001-4000	19	18,47	3,405
4001 TL'den fazla	14	17,00	2,449
Toplam	291	16,45	3,658

P=0,088

4.3.3. Tüketicilerin Gelir Durumu Değişkenine Göre Bulgur Tüketim Tercihlerinin Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz

Tüketicilere bulgur tüketim tercihleriyle ilgili yedi soru sorulmuştur. Bu soruların gelir durumlarına göre toplam oranlarına bakıldığında, 1000 TL' den az geliri olan tüketicilerin bulguru daha çok tercih ettikleri görülmektedir. Çizelge 4.31'e bakıldığında gelir durumu arttıkça tüketicilerin bulgur tercihi de azalmaktadır. Ancak genel olarak tüketicilerin gelir durumlarıyla bulgurun tüketim tercihleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$).

Çizelge 4.31. Tüketicilerin gelir durumu ile bulgur tüketim tercihlerinin değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Gelir Durumu	N	Ortalama	Standart Sapma
1000 TL'den az	93	24,56	5,520
1001-2000	115	24,33	4,904
2001-3000	50	23,64	4,457
3001-4000	19	23,42	4,611
4001 TL'den fazla	14	23,57	5,258
Toplam	291	24,19	5,019

P=0,765

4.3.4. Tüketicilerin Yaş Değişkenine Göre Bulgur Tüketim Tercihlerinin Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz

Anket çalışması sonucunda elde edilen verilerin analizi ile oluşturulan tüketicilerin yaşlarıyla bulgur tüketimi tercihleri arasında farklılık olup olmadığına bakıldığında, ortalaması en yüksek olan 51 ve yukarı yaştaki tüketicilerin bulgur tüketimi tercihlerine dikkat ettikleri görülmektedir. Çizelge 4.32'den de anlaşılacağı üzere ortalaması en

düşük olan 24-30 yaş arası tüketicilerin bulgur tüketimi tercihlerine en az dikkat ettikleri anlaşılmıştır. Ancak Tüketicilerin genel olarak yaşlarıyla bulgur tüketimi tercihleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı anlaşılmıştır ($p>0,05$).

Çizelge 4.32. Tüketicilerin yaş ile bulgur tüketim tercihlerinin değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Yaş	N	Ortalama	Standart Sapma
18-23	24	24,25	5,285
24-30	74	23,14	5,211
31-40	107	24,53	4,699
41-50	43	24,35	5,268
51 ve yukarı	43	24,95	5,009
Toplam	291	24,19	5,019

$P=0,309$

4.3.5. Tüketicilerin Öğrenim Durumu Değişkenine Göre Bulgur Tüketim Tercihlerinin Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz

Araştırma sonuçlarına göre tüketicilerin öğrenim durumlarıyla bulgur tüketimi tercihleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır ($p<0,05$). Bulgurun beslenme ve sağlık açısından önem durumunda olduğu gibi burada da okuryazar olanların bulgur tüketimi tercihlerine en düşük oranda dikkat etmedikleri görülmüştür. Çizelge 4.33'den de anlaşılacağı üzere bulgur tüketimi tercihlerine en dikkat edenler en yüksek oranda ilköğretim mezunları olmuştur. Sırasıyla lise, ortaokul, üniversite ve lisansüstü mezunları bulgur alırken tüketim tercihlerine dikkat etmişlerdir.

Çizelge 4.33. Tüketicilerin öğrenim durumu ile bulgur tüketim tercihleri değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Öğrenim Durumu	N	Ortalama	Standart Sapma
Okuryazar	14	20,36	4,684
İlköğretim	73	26,04	5,171
Ortaöğretim	33	24,61	5,000
Lise	80	23,81	4,444
Üniversite	83	23,52	5,069
Lisansüstü	8	23,00	3,928
Toplam	291	24,19	5,019

$P=0,001$

4.3.6. Tüketicilerin Gelir Durumu Değişkenine Göre Bulgur Tüketim Aralıklarının Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz

Tüketicilere bulgurun tüketim aralıklarıyla ilgili dört soru sorulmuştur. Bu soruların tüketicilerin gelir durumlarına göre toplam oranlarına bakıldığında, geliri 4001 TL'den fazla olan tüketicilerin bulguru her gün, haftada, on beş günde veya ayda bir tüketimiyle ilgili farklı cevaplar verildiği bu nedenle de ortalaması en düşük çıktığı görülmüştür. Ortalaması en yüksek çıkan ise geliri 3001-4000 TL arası olan tüketiciler olmuştur. Ancak genel olarak katılımcıların gelir durumlarıyla bulgurun tüketim aralıkları arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$).

Çizelge 4.34. Tüketicilerin gelir durumu ile bulgur tüketim aralıkları değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Gelir Durumu	N	Ortalama	Standart Sapma
1000 TL'den az	93	12,20	2,780
1001-2000	115	12,30	2,652
2001-3000	50	12,28	2,507
3001-4000	19	13,00	2,708
4001 TL'den fazla	14	11,93	1,269
Toplam	291	12,29	2,617

P=0,781

4.3.7. Birey Sayısı Değişkenine Göre Bulgur Tüketim Aralıklarının Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz

Tüketicilere yönelik yapılan anket çalışması sonucunda, ailede yaşayan birey sayısı 7-8 kişi olan iki ailenin bulgur tüketim aralıkları yüksek çıkmıştır. Ailede birey sayısı 9'dan fazla olan bir tüketici olması nedeniyle ortalaması en düşük çıkmıştır. Bu iki değerlemede tüketici sayısı az olduğu için sağlıklı sonuç vermemiştir. Birey sayısı 5-6 olan ailelerin bulgur tüketim aralıkları en anlamlı çıkmış. Daha sonra sırasıyla birey sayısı 3-4 olanlar ve arkasından birey sayısı 1-2 olanlar gelmektedir. Ancak genel olarak birey sayısı ile bulgurun tüketim aralıkları arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$).

Çizelge 4.35. Birey sayısı ile bulgur tüketim aralıkları değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Birey Sayısı	N	Ortalama	Standart Sapma
1-2	68	12,47	2,347
3-4	156	12,48	2,648
5-6	64	11,61	2,752
7-8	2	14,50	,707
9' dan fazla	1	10,00	.
Toplam	291	12,29	2,617

P=0,103

4.3.8. Tüketicilerin Gelir Durumu Değişkenine Göre Bulgur Fiyatını Pahalı Bulmalarının Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz

Çizelge 4.36'ya göre geliri 4001 TL' den fazla olan tüketicilerin ortalamasına baktığımızda bulgurun fiyatını pahalı bulunmadığı ve yine Çizelge 4.37'ye bakıldığında ise geliri 4001 TL' den fazla olan tüketicilerin yüzdesinin en düşük olması da gelirin arttıkça bulgurun fiyatının önemsenmediğini göstermektedir. Ancak genel olarak katılımcıların "Bulgurun fiyatını pahalı buluyorum" sorusuna verdikleri cevabın gelir durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$).

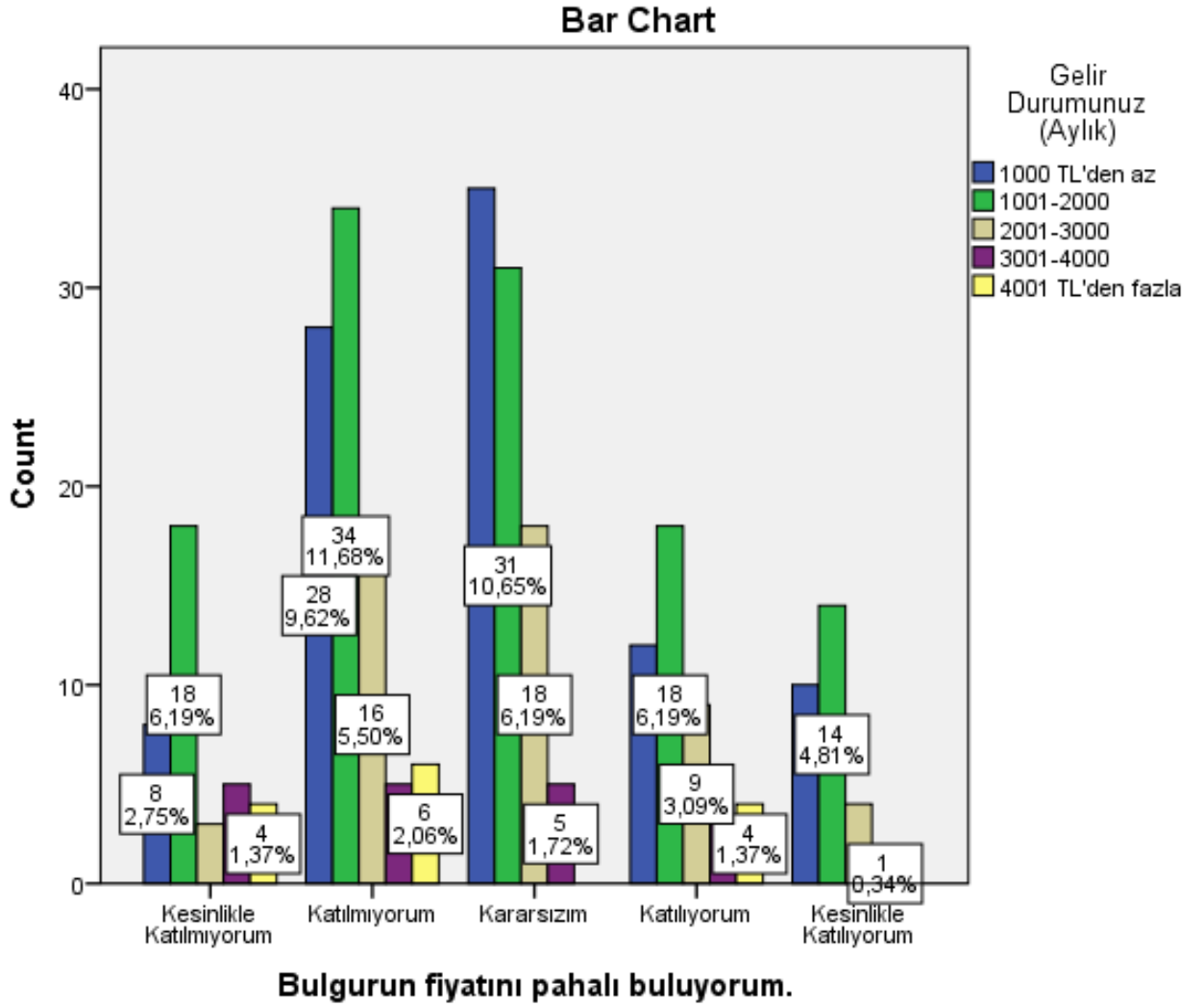
Çizelge 4.36. Gelir durumu ile bulgurun fiyatını pahalı buluyorum değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Gelir Durumu	N	Ortalama	Standart Sapma
1000 TL'den az	93	2,87	1,096
1001-2000	115	2,79	1,239
2001-3000	50	2,90	1,035
3001-4000	19	2,47	1,219
4001 TL'den fazla	14	2,29	1,204
Toplam	291	2,79	1,160

P=0,292

Çizelge 4.37. Gelir durumu ile bulgurun fiyatını pahalı buluyorum değişkenlerine ilişkin crosstab

			Gelir Durumunuz (Aylık)					Toplam	
			1000 TL'den az	1001-2000	2001-3000	3001-4000	4001 TL'den fazla		
Bulgurun fiyatını pahalı buluyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum	Sayı	8	18	3	5	4	38	
		%	8,6	15,7	6,0	26,3	28,6	13,1	
	Katılmıyorum	Sayı	28	34	16	5	6	89	
		%	30,1	29,6	32,0	26,3	42,9	30,6	
	Kararsızım	Sayı	35	31	18	5	0	89	
		%	37,6	27,0	36,0	26,3	,0	30,6	
	Katılıyorum	Sayı	12	18	9	3	4	46	
		%	12,9	15,7	18,0	15,8	28,6	15,8	
	Kesinlikle Katılıyorum	Sayı	10	14	4	1	0	29	
		%	10,8	12,2	8,0	5,3	,0	10,0	
	Toplam		Sayı	93	115	50	19	14	291
			%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0



Şekil 4.1. Gelir durumu ile bulgurun fiyatını pahalı buluyorum değişkenlerine ilişkin

4.3.9. Tüketicilerin Gelir Durumu Değişkenine Göre Gıda Harcama Oranlarının Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz

Tüketicilerin gelir durumlarıyla gıda harcama oranı arasında anlamlı bir farklılık bulunduğu tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Gıda harcama oranı en düşük çıkan gelir gurubu 4001 TL' den fazla olan tüketiciler olmuştur. Çünkü gelir durumu fazla olduğundan gıda harcamasına ayırdıkları oranda düşük olmaktadır. Bunun yanında 1000 TL'nin altında geliri olanlarda geliri düşük olduğu için gıda harcamasına gelirlerinden daha az oran ayırmaktadırlar. Gelirlerinden gıda harcamasına en yüksek oranı ayıran gelir gurupları 1001-2000 TL arası olanlar çıkmıştır. Diğer gelir gurupları da buna yakın bulunmuştur.

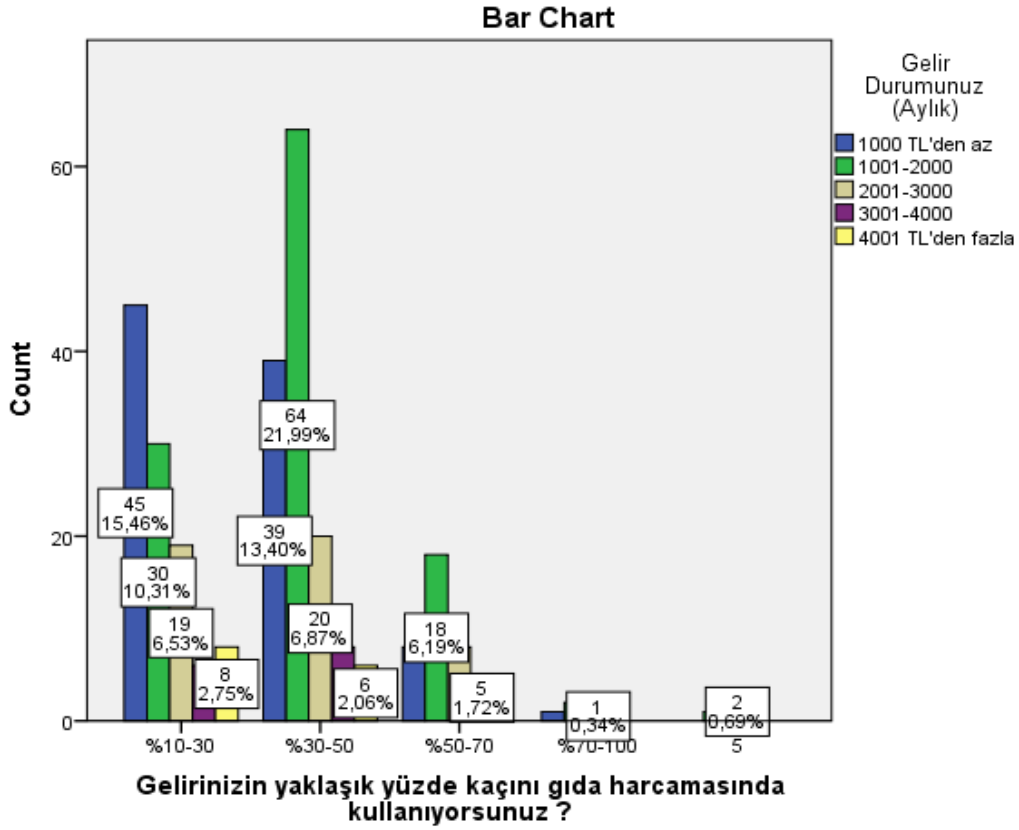
Çizelge 4.38. Gelir durumu ile gıda harcama oranları değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Gelir Durumu	N	Ortalama	Standart Sapma
1000 TL'den az	93	1,62	,690
1001-2000	115	1,96	,754
2001-3000	50	1,94	,998
3001-4000	19	1,95	,780
4001 TL'den fazla	14	1,43	,514
Toplam	291	1,82	,789

P=0,06

Çizelge 4.39. Gelir durumu ile gelirinizin yaklaşık yüzde kaçını gıda harcamasında kullanıyorsunuz değişkenlerine ilişkin crosstab

		Gelir Durumunuz (Aylık)					Toplam
		1000 TL'den az	1001-2000	2001-3000	3001-4000	4001 TL'den fazla	
Gelirinizin yaklaşık yüzde kaçını gıda harcamasında kullanıyorsunuz ?	% 10-30	45	30	20	6	8	109
	% 30-50	39	65	21	8	6	139
	% 50-70	8	18	8	5	0	39
	% 70-100	1	2	1	0	0	4
Toplam		93	115	50	19	14	291



Şekil 4.2. Gelir durumu ile gelirinizin yüzde kaçını gıda harcamasında kullanıyorsunuz? ilişkisi

4.3.10. Karaman İli Kentsel Alanda, Yerleşim Durumuna Göre Belirlenen Bölgeler Arası Bulgur Tercihinin Gelir Durumuna Göre Farklılıklarına İlişkin Analiz

Anket çalışmasına başlamadan önce Karaman ili kentsel alanını altı bölgeye ayırarak bu bölgelerde yer alan mahallelere daha öncede değindiğimiz gibi anket uygulanmıştır. Bu bölgeler arası bulgur tercihinin gelir durumuna göre farklılık gösterip göstermediğine baktığımızda aralarında anlamlı bir farklılık bulunduğu tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Bölgeler arası bulgur tercihinin gelir durumuna göre farklılıklarına ilişkin Çizelge 4.40'daki ortalamalara bakıldığında, doğukışla bölgesinde yer alan mahallelerde yaşayanların gelir durumlarına göre bulguru tercih etme oranı en düşük çıkmıştır. Bu da göstermiştir ki doğukışla bölgesinde yaşayanların bulguru tercih ederken ambalajına, damak tadına, besleyiciliğine, evde uzun süre muhafaza edilmesine, mikrobiyolojik zararlılara karşı dayanıklı olmasına, hızlı pişmesine ve ucuz olmasına pek dikkat etmedikleri ortaya çıkmıştır. Yunuskent bölgesindeki mahallelerde yaşayanların bulgur tercihinin gelir durumuna göre oranı en yüksek bölge çıkmıştır.

Çizelge 4.40. Yerleşim durumuna göre belirlenen bölgeler arası bulgur tercihinin gelir durumuna göre farklılıklarına ilişkin tanımlayıcı istatistikler

	Gelir Durumunuz	Ortalama	Standart Sapma
Merkez2 mahalleleri bulgur tercihi	1000 TL'den az	18,92	5,090
	1001-2000	21,64	5,153
	2001-3000	19,75	2,121
	3001-4000	19,00	4,183
	4001 TL'den fazla	21,20	5,630
	Toplam	20,18	4,643
Cevre mahalleleri bulgur tercihi	1000 TL'den az	22,62	4,556
	1001-2000	23,00	3,508
	2001-3000	23,13	1,885
	3001-4000	17,20	3,114
	4001 TL'den fazla	23,80	3,633
	Toplam	22,36	3,932
Dogukışta mahalleleri bulgur tercihi	1000 TL'den az	17,85	3,387
	1001-2000	18,71	5,594
	2001-3000	16,13	4,454
	3001-4000	23,00	2,121
	4001 TL'den fazla	21,00	3,808
	Toplam	18,73	4,624
Eski Karaman mahalleleri bulgur tercihi	1000 TL'den az	19,62	6,265
	1001-2000	20,50	5,346
	2001-3000	20,50	5,127
	3001-4000	20,60	6,580
	4001 TL'den fazla	19,40	5,941
	Toplam	20,13	5,542
merkez1 mahalleleri bulgur tercihi	1000 TL'den az	23,31	3,425
	1001-2000	20,36	4,088
	2001-3000	19,63	3,292
	3001-4000	22,80	3,962
	4001 TL'den fazla	19,80	3,421
	Toplam	21,29	3,853
Yunuskent mahalleleri bulgur tercihi	1000 TL'den az	21,38	3,404
	1001-2000	22,36	4,733
	2001-3000	21,25	6,018
	3001-4000	22,60	2,793
	4001 TL'den fazla	22,80	5,450
	Toplam	21,96	4,395

P=0,000

4.3.11. Karaman İli Kentsel Alanda, Yerleşim Durumuna Göre Belirlenen Bölgeler Arası Bulgurun Beslenme ve Sağlık Açısından Önem Durumlarının Gelir Durumuna Göre Farklılıklarına İlişkin Analiz

Yerleşim durumuna göre tüketicilerin bölgeler arası bulgurun beslenme ve sağlık açısından önem durumlarının gelir durumuna göre farklılık gösterip göstermediğine bakıldığında aralarında anlamlı bir farklılık bulunduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Eski Karaman mahallerinde yaşayanların ortalaması en düşük çıkmıştır. Bu bölgenin hem gelir durumlarının düşük olması hem de bulguru beslenme ve sağlık açısından, bulgurun posa/lif bakımından zengin olduğundan, içeriğinde B1 vitamini bulunduğundan, folik asit içerdiğinden, doymamış yağa sahip olduğundan ve kolesterol içermediği konularında bilgisi olmadığı ortaya çıkmıştır. Araştırmada Çizelge 4.41’de de görüleceği üzere ortalaması en yüksek çıkan bölge ikinci merkezde yer alan mahalleler olmuştur. Merkezde yaşayanlar ve gelir durumu iyi olanların bulgurun beslenme ve sağlık açısından önemini bildiklerini söyleyebiliriz.

Çizelge 4.41. Yerleşim durumlarına göre belirlenen bölgeler arası bulgurun beslenme ve sağlık açısında önem durumlarının gelir durumuna göre farklılıklarına ilişkin tanımlayıcı istatistikler

	Gelir Durumunuz (Aylık)	Ortalama	Standart Sapma
Merkez2 mahalleleri bulgurun beslenme ve sağlık açısından önemi	1000 TL'den az	16,69	4,404
	1001-2000	20,21	2,636
	2001-3000	18,75	3,151
	3001-4000	21,00	3,082
	4001 TL'den fazla	19,60	3,647
	Toplam	18,96	3,680
Çevre mahalleleri bulgurun beslenme ve sağlık açısından önemi	1000 TL'den az	18,15	2,544
	1001-2000	19,00	3,162
	2001-3000	20,00	1,512
	3001-4000	16,20	1,924
	4001 TL'den fazla	21,00	2,345
	Toplam	18,84	2,763
Dogukışa mahalleleri bulgurun beslenme ve sağlık açısından önemi	1000 TL'den az	19,54	2,222
	1001-2000	17,00	2,717
	2001-3000	16,88	5,463
	3001-4000	21,00	3,082
	4001 TL'den fazla	17,60	7,668
	Toplam	18,22	4,089
Eski Karaman mah. Bulgurun beslenme ve sağlık açısından önemi	1000 TL'den az	16,08	4,112
	1001-2000	16,00	4,243
	2001-3000	17,25	4,683
	3001-4000	17,20	4,550
	4001 TL'den fazla	15,60	6,229
	Toplam	16,33	4,380
Merkez1 mahalleleri bulgurun beslenme ve sağlık açısından önemi	1000 TL'den az	18,54	2,787
	1001-2000	18,79	3,926
	2001-3000	18,38	4,596
	3001-4000	17,80	1,924
	4001 TL'den fazla	18,20	3,633
	Toplam	18,47	3,415
Yunuskent mahalleleri bulgurun beslenme ve sağlık açısından önemi	1000 TL'den az	17,15	2,230
	1001-2000	17,93	3,710
	2001-3000	19,00	1,852
	3001-4000	17,80	3,347
	4001 TL'den fazla	15,40	3,647
	Toplam	17,60	3,033

P=0,000

4.3.12. Tüketicilerin Yaş Değişkenine Göre Tüketim Aralıklarının Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz

Tüketicilere bulgur tüketim aralıklarıyla ilgili dört soru sorulmuştur. Bu soruların tüketicilerin yaşlarıyla ilişkisinde her gün bulgur tüketim oranı genelde yüksek çıkmakla birlikte, 31-40 yaş arasındakilerde olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 62.8 ile en yüksek çıkmıştır. Haftada bir gün bulgur tüketiminde bütün yaş gurupları toplamda % 50.8 oranla olumsuz cevap vermişlerdir. On beş günde bir bulgur tüketiminde yine bütün yaş gurupları % 64.6 oranla olumsuz cevap vermişlerdir. Ayda bir bulgur tüketiminde bütün yaş gurupları yüksek bir oranda olumlu cevap vermişlerdir. Yaş guruplarının toplam oranı % 74.6 çıkmıştır. Haftada bir ve on beş günde bir tüketiyorum seçeneğine olumlu cevap verenlerin yaşlarına göre toplam oranları hepsinde düşük bulunmuştur. Her gün ve ayda bir bulgur tüketiyorum seçeneklerinde yaşlarına göre olumlu cevap verenlerin toplam oranı yüksek çıkmıştır. Bu da göstermektedir ki, Karaman ili kentsel alanda yaşayan tüketiciler yaşları ne olursa olsun bulguru her gün tüketmeye çalışmaktadırlar. Anket sonuçlarına göre buradan tüketiciler her gün olmazsa bile kesinlikle ayda bir bulguru tükettikleri sonucuna varabiliriz. Ancak genel olarak katılımcıların bulgur tüketim aralıklarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$).

Çizelge 4.42. Tüketicilerin yaş değişkenine göre tüketim aralıklarının farklılık gösterip göstermediğine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

			Yaşınız					Toplam
			18-23	24-30	31-40	41-50	51 ve yukarı	
Bulguru her gün tüketiyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum	Sayı	2	6	5	5	5	23
		%	8,3	8,1	4,7	11,6	11,6	7,9
	Katılmıyorum	Sayı	5	16	22	8	15	66
		%	20,8	21,6	20,6	18,6	34,9	22,7
	Kararsızım	Sayı	7	15	13	8	5	48
		%	29,2	20,3	12,1	18,6	11,6	16,5
Katlıyorum	Sayı	7	23	48	15	8	101	
	%	29,2	31,1	44,9	34,9	18,6	34,7	
Kesinlikle Katlıyorum	Sayı	3	14	19	7	10	53	
	%	12,5	18,9	17,8	16,3	23,3	18,2	
Toplam		Sayı	24	74	107	43	43	291
		%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Bulguru haftada bir gün tüketiyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum	Sayı	3	10	17	13	6	49
		%	12,5	13,5	15,9	30,2	14,0	16,8
	Katılmıyorum	Sayı	6	18	48	12	15	99
		%	25,0	24,3	44,9	27,9	34,9	34,0
	Kararsızım	Sayı	7	11	15	3	9	45
		%	29,2	14,9	14,0	7,0	20,9	15,5
Katlıyorum	Sayı	8	27	22	13	10	80	
	%	33,3	36,5	20,6	30,2	23,3	27,5	
Kesinlikle Katlıyorum	Sayı	0	8	5	2	3	18	
	%	,0	10,8	4,7	4,7	7,0	6,2	
Toplam		Sayı	24	74	107	43	43	291
		%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Bulguru on beş günde bir tüketiyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum	Sayı	6	16	34	16	11	83
		%	25,0	21,6	31,8	37,2	25,6	28,5
	Katılmıyorum	Sayı	5	23	45	12	20	105
		%	20,8	31,1	42,1	27,9	46,5	36,1
	Kararsızım	Sayı	6	10	16	4	4	40
		%	25,0	13,5	15,0	9,3	9,3	13,7
Katlıyorum	Sayı	7	16	11	6	5	45	
	%	29,2	21,6	10,3	14,0	11,6	15,5	
Kesinlikle Katlıyorum	Sayı	0	9	1	5	3	18	
	%	,0	12,2	,9	11,6	7,0	6,2	
Toplam		Sayı	24	74	107	43	43	291
		%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Bulguru ayda bir tüketiyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum	Sayı	1	2	3	1	1	8
		%	4,2	2,7	2,8	2,3	2,3	2,7
	Katılmıyorum	Sayı	4	7	6	6	3	26
		%	16,7	9,5	5,6	14,0	7,0	8,9
	Kararsızım	Sayı	3	15	15	0	7	40
		%	12,5	20,3	14,0	,0	16,3	13,7
Katlıyorum	Sayı	12	32	43	22	22	131	
	%	50,0	43,2	40,2	51,2	51,2	45,0	
Kesinlikle Katlıyorum	Sayı	4	18	40	14	10	86	
	%	16,7	24,3	37,4	32,6	23,3	29,6	
Toplam		Sayı	24	74	107	43	43	291
		%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

P=0,296

4.3.13. Tüketicilerin Öğrenim Durumu Değişkenine Göre Tüketim Aralıklarının Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz

Anket çalışması sonucunda tüketicilerin öğrenim durumlarıyla tüketim aralıkları arasında, okuryazar olanlarda her gün bulgur tüketimine olumsuz cevap verenlerin toplam oranı yüksek çıkarken, lisansüstü mezunlarda olumlu cevap verenlerin toplam oranı yüksek çıkmıştır. Her gün bulgur tüketiminde okuryazar ve ortaöğretim mezunları hariç diğerlerinde yüksek çıkmıştır. Öğrenim durumlarına göre toplamda da olumlu cevap verenlerin oranı % 52.9 çıkmıştır. Haftada bir gün bulgur tüketimine olumsuz cevap verenlerin toplam oranı lisansüstü mezunlarda yüksek çıkarken, olumlu cevap verenlerin toplam oranı okuryazarlarda yüksek çıkmıştır. Öğrenim durumlarına göre haftada bir bulgur tüketiminde genelde % 50.8 olumsuz bir oran çıkmıştır. On beş günde bir bulgur tüketimine olumsuz cevap verenlerin toplam oranı lisansüstü mezunlarda yüksek çıkarken, olumlu cevap verenlerin toplam oranı ortaöğretim mezunlarında diğerlerine göre yüksek çıkmıştır. Burada da öğrenim durumlarına göre olumsuz cevap verenlerin toplam oranı % 64.6 çıkmıştır. Ayda bir bulgur tüketimine olumlu cevap verenlerin toplam oranı ortaöğretim mezunlarında yüksek çıkarken, olumsuz cevap verenlerin toplam oranı bütün mezunlarda düşük çıkmıştır. Bu değerlendirmede okuryazar ve ortaöğretim mezunları hariç diğerleri bulgurun her gün tüketimini istemektedirler. Okuryazar ve ortaöğretim mezunları hariç diğerleri bulgurun haftada bir tüketimini istemektedirler. Çizelge 4.43'den de anlaşılacağı üzere, bütün öğrenim durumları on beş günde bir bulguru tüketmek istememektedirler ve ayda birde kesinlikle tüketmeyi düşünmektedirler. Anket sonuçlarına göre, okuryazar ve ortaöğretim mezunları her gün bulguru tüketmesek bile haftada bir hiç olmazsa ayda bir tüketilmesi gerektiğini ortaya koymuşlardır. Diğer öğrenim durumundaki tüketiciler ise, bulgurun her gün tüketilmesi gerektiğini ama hiç olmazsa ayda bir kesinlikle tüketilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Ancak genel olarak katılımcıların bulgur tüketim aralıklarının öğrenim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$).

Çizelge 4.43. Tüketicilerin öğrenim durumu değişkenine göre tüketim aralıklarının farklılık gösterip göstermediğine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

			Öğrenim Durumunuz						Toplam
			Okuryazar	İlköğretim	Ortaöğretim	Lise	Üniversite	Lisansüstü	
Bulguru her gün tüketiyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum	Sayı	1	13	2	4	3	0	23
		%	7,1	17,8	6,1	5,0	3,6	,0	7,9
	Katılmıyorum	Sayı	7	14	13	16	16	0	66
		%	50,0	19,2	39,4	20,0	19,3	,0	22,7
	Kararsızım	Sayı	4	9	6	10	18	1	48
		%	28,6	12,3	18,2	12,5	21,7	12,5	16,5
	Katılıyorum	Sayı	1	25	6	38	28	3	101
		%	7,1	34,2	18,2	47,5	33,7	37,5	34,7
	Kesinlikle Katılıyorum	Sayı	1	12	6	12	18	4	53
		%	7,1	16,4	18,2	15,0	21,7	50,0	18,2
Toplam		Sayı	14	73	33	80	83	8	291
		%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Bulguru haftada bir gün tüketiyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum	Sayı	2	16	6	14	7	4	49
		%	14,3	21,9	18,2	17,5	8,4	50,0	16,8
	Katılmıyorum	Sayı	4	23	7	34	27	4	99
		%	28,6	31,5	21,2	42,5	32,5	50,0	34,0
	Kararsızım	Sayı	0	14	4	10	17	0	45
		%	,0	19,2	12,1	12,5	20,5	,0	15,5
	Katılıyorum	Sayı	7	17	15	15	26	0	80
		%	50,0	23,3	45,5	18,8	31,3	,0	27,5
	Kesinlikle Katılıyorum	Sayı	1	3	1	7	6	0	18
		%	7,1	4,1	3,0	8,8	7,2	,0	6,2
Toplam		Sayı	14	73	33	80	83	8	291
		%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Bulguru on beş günde bir tüketiyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum	Sayı	5	23	11	21	19	4	83
		%	35,7	31,5	33,3	26,3	22,9	50,0	28,5
	Katılmıyorum	Sayı	5	26	5	32	34	3	105
		%	35,7	35,6	15,2	40,0	41,0	37,5	36,1
	Kararsızım	Sayı	1	9	7	12	11	0	40
		%	7,1	12,3	21,2	15,0	13,3	,0	13,7
	Katılıyorum	Sayı	1	12	6	11	14	1	45
		%	7,1	16,4	18,2	13,8	16,9	12,5	15,5
	Kesinlikle Katılıyorum	Sayı	2	3	4	4	5	0	18
		%	14,3	4,1	12,1	5,0	6,0	,0	6,2
Toplam		Sayı	14	73	33	80	83	8	291
		%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Bulguru ayda bir tüketiyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum	Sayı	1	2	0	2	1	2	8
		%	7,1	2,7	,0	2,5	1,2	25,0	2,7
	Katılmıyorum	Sayı	2	4	2	13	5	0	26
		%	14,3	5,5	6,1	16,3	6,0	,0	8,9
	Kararsızım	Sayı	2	10	5	7	16	0	40
		%	14,3	13,7	15,2	8,8	19,3	,0	13,7
	Katılıyorum	Sayı	8	29	16	36	38	4	131
		%	57,1	39,7	48,5	45,0	45,8	50,0	45,0
	Kesinlikle Katılıyorum	Sayı	1	28	10	22	23	2	86
		%	7,1	38,4	30,3	27,5	27,7	25,0	29,6
Toplam		Sayı	14	73	33	80	83	8	291
		%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

P=0,138

4.3.14. Tüketicilerin Gelir Durumu Değişkenine Göre Bulguru Kendilerinin Üretmesinin Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz

Tüketicilere “Bulguru kendimiz üretiyoruz” sorusu sorulmuş bu soruya cevap verenler ile tüketicilerin gelir durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$). Çizelge 4.44’e bakıldığında gelir durumlarına göre en düşüğü 3,46 ortalama bulunmuştur. Diğer gelir durumlarının bulguru kendisinin üretmesiyle ilgili ortalamaları yüksek çıkmıştır. Bu da bize bütün gelir grupları yüksek oranda bulguru kendileri üretiyor sonucuna ulaştırmaktadır. Karaman bir tarım ve tahıl üretim merkezi olması nedeniyle bu sonucun normal olduğunu söyleyebiliriz.

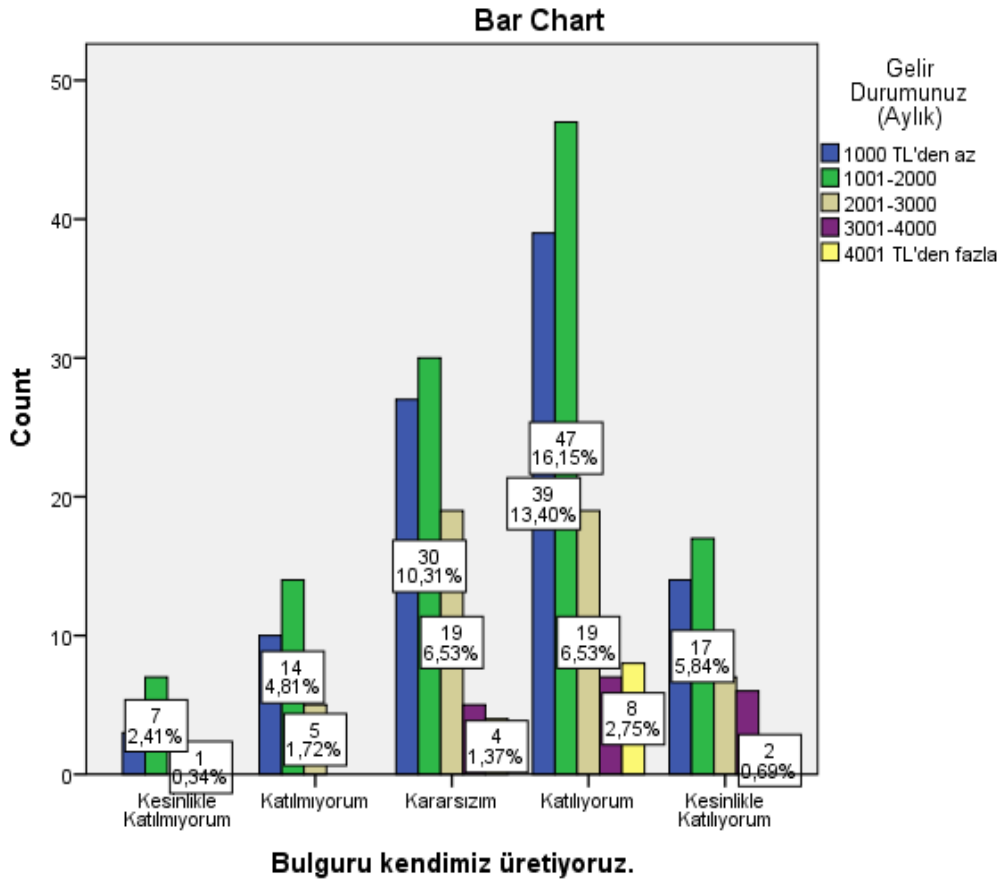
Çizelge 4.44. Gelir durumu ile bulguru kendilerinin üretmesi değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Gelir Durumu	N	Ortalama	Standart Sapma
1000 TL'den az	93	3,55	,984
1001-2000	115	3,46	1,078
2001-3000	50	3,56	,861
3001-4000	19	3,89	1,049
4001 TL'den fazla	14	3,86	,663
Toplam	291	3,55	,996

P=0,341

Çizelge 4.45. Gelir durumunuz ile bulguru kendimiz üretiyoruz değişkenlerine ilişkin crosstab

		Gelir Durumunuz (Aylık)					Toplam	
		1000 TL'den az	1001-2000	2001-3000	3001-4000	4001 TL'den fazla		
Bulguru kendimiz üretiyoruz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Sayı	3	7	0	1	0	11
		%	27,3	63,6	0,0	9,1	0,0	100,0
	Katılmıyorum	Sayı	10	14	5	0	0	29
		%	34,5	48,3	17,2	0,0	0,0	100,0
	Kararsızım	Sayı	27	30	19	5	4	85
		%	31,8	35,3	22,4	5,9	4,7	100,0
	Katılıyorum	Sayı	39	47	19	7	8	120
		%	32,5	39,2	15,8	5,8	6,7	100,0
	Kesinlikle Katılıyorum	Sayı	14	17	7	6	2	46
		%	30,4	37,0	15,2	13,0	4,3	100,0
Toplam		Sayı	93	115	50	19	14	291
		%	32,0	39,5	17,2	6,5	4,8	100,0



Şekil 4.3. Gelir durumu ile bulguru kendilerinin üretmesi arasındaki ilişkisi

4.3.15. Tüketicilerin Meslek Değişkenine Göre Bulgur Tüketim Yöntemlerinin Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz

Tüketim yöntemleri ile ilgili tüketicilere üç soru sorulmuştur. Bu sorularla tüketicilerin meslekleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$). Bulgurun tüketim yöntemleriyle ilgili daha önce bu üç sorunun değerlendirmesinde, Karaman ili kentsel alanda bulguru pilav, batırık, dolma, köfte, kısır ve sarmalarda kullandıkları çorba olarak kullanmadıklarını belirtmiştik. Buradan hareketle çizelge 4.46'da görüleceği üzere, sadece çiftçiler hariç diğerleri yukarıdaki açıklamamız doğrultusunda bulguru değişik yöntemlerle tüketmektedirler. Çiftçiler üretici kesim olmalarına karşın bulgurun tüketiminde değişik yöntemleri ya bilmediklerinden ya da alışkın olmadıklarından dolayı denemedikleri ortaya çıkmıştır.

Çizelge 4.46. Meslek ile bulgur tüketim yöntemleri değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Meslekler	N	Ortalama	Standart Sapma
Serbest	77	10,32	2,297
Memur	81	10,07	1,808
İşçi	80	10,64	1,950
Esnaf	29	10,79	1,473
Öğrenci	17	10,29	1,649
Çiftçi	7	8,71	3,546
Toplam	291	10,35	2,017

P=0,101

4.3.16. Tüketicilerin Cinsiyet Değişkenine Göre Bulgur Tüketim Nedenlerinin Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz

Bulgurun tüketim nedenleriyle ilgili tüketicilere üç soru sorulmuştur. Bu sorularda tüketicilerin cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$). Ankete katılan 149 bayan ve 142 bay da Çizelge 4.47'den de anlaşılacağı üzere aynı yüksek oranda bulgurdan yapılan yemekleri çok sevdiklerini, bulgura alışkın oldukları ve bulguru sağlıklı olduğu için tükettiklerini belirtmişlerdir.

Çizelge 4.47. Tüketicilerin cinsiyetleri ile bulgur tüketim nedenleri değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Cinsiyet	N	Ortalama	Standart Sapma
Bayan	149	10,47	2,690
Bay	142	10,47	2,402
Toplam	291	10,47	2,549

P=0,995

4.3.17. Tüketicilerin Gelir Durumu Değişkenine Göre Reklamın Bulgur Tüketimini Arttırması Konusundaki Görüşlerinin Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz

Tüketicilerin gelir durumlarıyla reklamın bulgur tüketimini arttırması arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$). Araştırmada yapılan analiz sonucunda 3001-4000 TL gelir durumu arasındaki tüketiciler reklamın bulgur tüketimini çok az arttıracağını savunurken, diğer gelir grupları reklamın gelir durumunu kesinlikle arttıracağını savunmuşlardır.

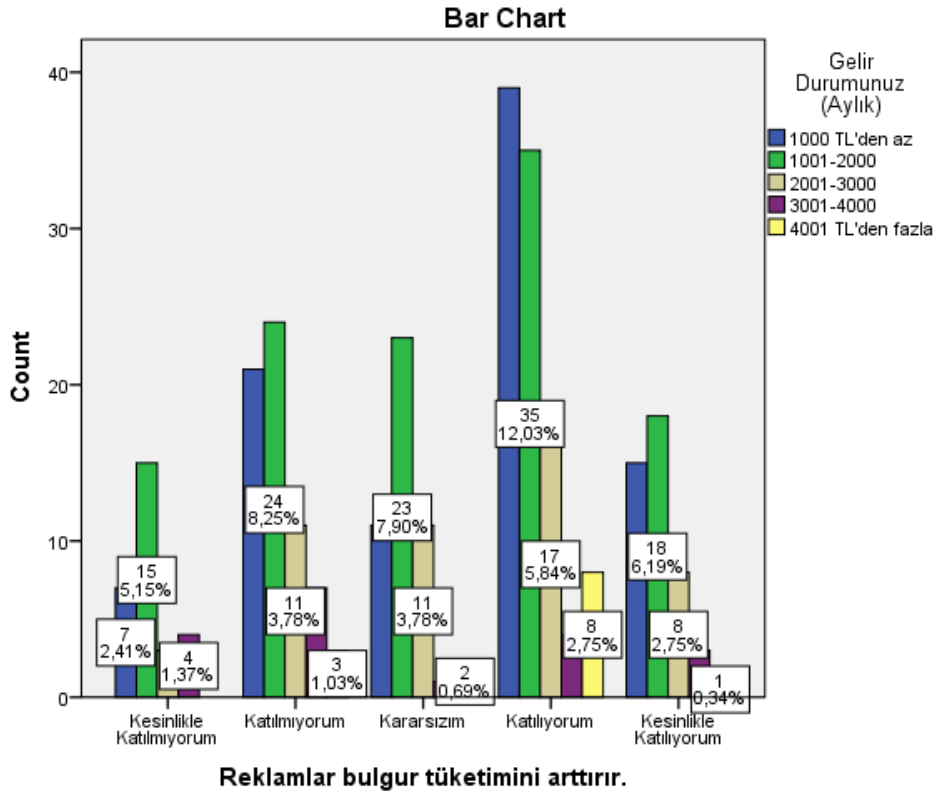
Çizelge 4.48. Tüketicilerin gelir durumlarıyla reklamın bulgur tüketimini arttırması değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Gelir Durumu	N	Ortalama	Standart Sapma
1000 TL'den az	93	3,37	1,214
1001-2000	115	3,15	1,286
2001-3000	50	3,32	1,168
3001-4000	19	2,74	1,447
4001 TL'den fazla	14	3,50	,941
Toplam	291	3,24	1,244

P=0,240

Çizelge 4.49. Gelir durumu ile reklamlar bulgur tüketimini artırır değişkenlerine ilişkin crosstab

			Gelir Durumunuz (Aylık)					Toplam	
			1000 TL'den az	1001-2000	2001-3000	3001-4000	4001 TL'den fazla		
Reklamlar bulgur tüketimini arttırır.	Kesinlikle Katılmıyorum	Sayı	7	15	3	4	0	29	
		%	24,1	51,7	10,3	13,8	0,0	100,0	
	Katılmıyorum	Sayı	21	24	11	7	3	66	
		%	31,8	36,4	16,7	10,6	4,5	100,0	
	Kararsızım	Sayı	11	23	11	1	2	48	
		%	22,9	47,9	22,9	2,1	4,2	100,0	
	Katılıyorum	Sayı	39	35	17	4	8	103	
		%	37,9	34,0	16,5	3,9	7,8	100,0	
	Kesinlikle Katılıyorum	Sayı	15	18	8	3	1	45	
		%	33,3	40,0	17,8	6,7	2,2	100,0	
	Toplam		Sayı	93	115	50	19	14	291
			%	32,0	39,5	17,2	6,5	4,8	100,0



Şekil 4.4. Gelir durumu ile reklamlar bulgur tüketimini artırır değişkenleri arasındaki ilişki

4.3.18. Tüketicilerin Gelir Durumu Değişkenine Göre Yeni Ürün ve Markalar Denemek İstemeleri Konusundaki Görüşlerinin Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Analiz

Tüketicilerin gelir durumu değişkenine göre yeni ürün ve markalar denemek istemeleri hakkında görüşleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$). Yapılan analizler sonucunda, gelir durumu 3001-4000 TL ile 4001 TL' den fazla olan tüketiciler eşit oranda ve yeni ürün ve markaları denemede az istekli oldukları ve diğer gelir gruplarının bunlardan biraz fazla istekli oldukları gözlenmiştir. Sonuç olarak bütün gelir grupları yeni ürün ve markaları denemek istedikleri söylenebilir.

Çizelge 4.50. Tüketicilerin gelir durumu ile yeni ürün ve markalar denemek istemesi değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Gelir Durumu	N	Ortalama	Standart Sapma
1000 TL'den az	93	3,18	1,093
1001-2000	115	3,38	,996
2001-3000	50	3,26	1,121
3001-4000	19	3,00	1,333
4001 TL'den fazla	14	3,00	,784
Toplam	291	3,25	1,065

P=0,412

Çizelge 4.51. Gelir durumu ile yeni ürün ve markaları denemek isterim değişkenlerine ilişkin crosstab

			Gelir Durumunuz (Aylık)					Toplam
			1000 TL'den az	1001-2000	2001-3000	3001-4000	4001 TL'den fazla	
Yeni ürün ve markaları denemek isterim	Kesinlikle Katılmıyorum	Sayı	6	6	4	3	0	19
		%	31,6	31,6	21,1	15,8	0,0	100,0
	Katılmıyorum	Sayı	20	12	8	4	4	48
		%	41,7	25,0	16,7	8,3	8,3	100,0
	Kararsızım	Sayı	28	42	15	5	6	96
		%	29,2	43,8	15,6	5,2	6,3	100,0
	Katılıyorum	Sayı	29	42	17	4	4	96
		%	30,2	43,8	17,7	4,2	4,2	100,0
	Kesinlikle Katılıyorum	Sayı	10	13	6	3	0	32
		%	31,3	40,6	18,8	9,4	0,0	100,0
	Toplam	Sayı	93	115	50	19	14	291
		%	32,0	39,5	17,2	6,5	4,8	100,0

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde bulgur, modern toplumlar tarafından yeniden keşfedilmeye başlayan ilgi gören bir ürün konumuna gelmektedir. Anadolu kültüründe de derin bir yer edinmiştir. Son yıllarda bulgur konusunda yapılan bilimsel çalışmaların sayısının artması da bulgura yönelişi artırmaktadır.

Türkiye’de üretilen bulgur, yurtdışında üretilen bulgurlara göre oldukça yüksek kaliteye sahip durumdadır. Bu sebeple, yurtdışına bulgur teknolojisi Türkiye’den transfer edilmiştir. Türkiye’nin bulgur konusunda ki bu konumu oldukça önemlidir. Bu konum bulgur sektörünü yeniliklere, gelişmelere ve araştırmalara açık önemli bir sektör haline getirmiştir.

Bu sektörde ülkemizde % 29’luk üretim payıyla Karaman ili de söz sahibi olduğu gibi önemli bir merkezdir. Bu nedenle, Karaman’da halkın bulgur tüketim alışkanlıkları ve bu alışkanlıklarını etkileyen faktörleri araştırmak amacıyla 291 aileye yüz yüze anket uygulanmıştır. Karaman ili kentsel alanda yaşayan ailelerden ankete 142 erkek ve 149 bayan katılmışlardır.

Tüketicilerin demografik özelliklerine bakıldığında, genelde orta yaştaki aile bireylerinin ankete katıldıkları görülmüştür. Katılanların genelde memur ve işçi oldukları ve sırasıyla üniversite, lise ve ilköğretim mezunlarının fazla olduğu belirlenmiştir. Aynı zamanda ailedeki birey sayısı en fazla 3-4 kişi ve sonrasında 1-2 kişi çıkmıştır. Ailelerin gelir durumu dikkate alındığında ankete katılanların % 39,5’i 1001-2000 TL arası ve % 32’si de 1000 TL’den aşağı gelir düzeyine sahip oldukları görülmektedir. Bu da göstermektedir ki, Karaman bir gıda sanayi kentidir. Sanayide çalışanlar genelde orta yaş ve gelir durumu da düşüktür. Aynı zamanda üniversitenin bulunması nedeniyle de memur kentidir.

Karaman ili kentsel alanda yaşayan aileler genelde sanayide fabrikalarında çalıştıkları için gelirlerinin % 30-50 arasını gıda harcamalarına ayıranların oranı % 47,1 ve gelirlerinin % 10-30 arasını ayıranların oranı da % 38,1 çıkmıştır.

Tüketicilerin bulgur alırken üretim ve son kullanma tarihlerine, markasına, görünümüne ve öncelikle fiyatına ortalama % 82’nin üzerinde bir oranda dikkat ettikleri ortaya çıkmıştır. Türkiye’de değişen teknolojik yenilikler, alışveriş merkezlerinin çok olması ve ürün çeşitliliğinin bol bulunması neticesinde tüketicilerin artık bilinçli tüketiciler haline geldiği söylenebilir.

Bulgurun tercihindeki temel nedenlerle ilgili sorulan yedi soruda en fazla olumlu cevap alan % 82,2 ile “Bulguru damak tadına uygun olduğu için tercih ediyorum” ifadesi çıkmıştır. Ondan sonra % 79,7 ile “Bulguru ucuz olduğu için tercih ediyorum” ifadesi, % 61,5 ile “Bulguru besleyici olduğu için tercih ediyorum” ifadesi, % 52,6 ile “Bulguru evde uzun süre bozulmadan kaldığı için tercih ediyorum” ifadesi takip etmiştir. Tüketicilerin % 30,6’sı “Bulguru hızlı piştiği için tercih ediyorum” demişlerdir. Tüketiciler bulguru damak tadına uygun, fiyatı ucuz, besleyici, evde uzun süre bozulmadan kaldığı ve mikrobiyolojik zararlılara karşı dayanıklı olduğu için tercih etmektedirler. Fakat ankete katılanların “Bulguru ambalajlı almayı tercih ederim” ifadesine % 47,8’ inin nedeni tüketicilerin, bulguru genellikle kendileri üretmelerindedir. Dolayısıyla ankete katılanlar özellikle bulgurun ambalajlı olmasına dikkat ederim ve bulgurun hızlı pişmesine de dikkat ederim sorusuna daha az katıldıkları görülmektedir.

Ayrıca tüketicilerin yaş, öğrenim durumu ve gelir durumlarıyla bulgur tüketim tercihlerinin farklılık gösterip göstermediği araştırılmış. Araştırma sonucunda geliri 1000 TL’ den az olanlar ile yaşı 51 ve yukarı olan tüketiciler bulguru daha çok tercih ettikleri belirlenmiş. Okuryazar olanlar bulgur tüketim tercihlerine en düşük oranda dikkat ettikleri ilkokul mezunlarının da en yüksek oranda dikkat ettikleri ortaya çıkmıştır. Bu durum eğitim düzeyinin bulgur tercihinde önemli bir etken olmadığını göstermektedir.

Karaman ili kentsel alanda evde bulgur alma kararını % 77 oranla babanın verdiği belirlenmiştir. Karaman’ın bir tarım bölgesinde yer alması ve özellikle tahıl üretimini halkın kendisinin ürettiği olmasından dolayı, bulguru da aileler kendileri ya üretmekte ya da akrabalarından temin etmektedirler. Bu nedenle de bulgur satın alma kararını evde baba vermektedir.

Tüketicilere bulgurun beslenme ve sağlık açısından önemiyle ilgili beş soru sorulmuştur. Diğer sorulara göre bu sorulara kararsızım cevabı veren katılımcıların oranı yüksek çıkmıştır. Aynı zamanda olumlu cevap verenlerin oranı % 41,2 ile % 61,9 arası çıkmıştır. Bir tek “Bulguru kolesterol içermediği için tercih ediyorum” ifadesine olumlu cevap verenlerin toplam oranı % 23 çıkmıştır. Bu da göstermektedir ki, tüketiciler bulgurun beslenme ve sağlık açısından önemine ilişkin bilgileri fazla olmadığı gibi bulgurun kolesterol içermediği konusunda da çok az bilgileri bulunmaktadır. Ayrıca katılımcıların gelir ve öğrenim durumlarıyla bulgurun beslenme

ve sağlık açısından önem durumu karşılaştırılmasında ilköğretim mezunları hariç öğrenim durumu arttıça bulgurun beslenme ve sağlık açısından öneminin daha çok farkına varıldığı söylenebilir. Okuryazar ve geliri 1000 TL'nin altında olan tüketiciler bulgurun beslenme ve sağlık açısından önemiyle en az ilgilendikleri görülmüştür.

Tüketicilere bulguru her gün, haftada bir, on beş günde bir veya ayda bir tkettiğiyle ilgili sorular sorulmuştur. Katılımcılar bulguru her gün tüketiyorum sorusuna % 52,9'u olumlu cevap verirken, haftada bir gün tüketiyorum sorusuna % 33,7'si olumlu cevap vermiş, on beş günde bir tüketiyorum sorusuna % 21,7'si olumlu cevap vermiş ve ayda bir tüketiyorum sorusuna da % 74,7'si olumlu cevap vermişlerdir. Demek ki, tüketiciler bulgurun her gün tüketiminden yana fakat hiç olmazsa da ayda bir tüketimini istemektedirler.

Araştırmada tüketiciler büyük bir oranda bulgur aldıkları yerlerin hijyenik olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca % 79,8'i alışkın oldukları için tükettiklerini ve % 68,7'si de bulgurdan yapılan yemekleri çok sevdikleri için tükettiklerini söylemişlerdir. Fakat % 42,2'si sağlıklı olduğu için tükettiklerini belirtmişlerdir. Tüketiciler beslenme ve sağlık açısından bulgurun önem durumunu fazla bilmemekle birlikte alışkın oldukları ve çok sevdikleri için bulguru tüketmektedirler.

Karaman'ın bir tarım ve tahıl kenti olması nedeniyle tüketicilerin % 57'si bulguru kendimiz üretiyoruz ve % 23,1'i de bulguru bakkal, market ve süpermarketten alıyoruz demişlerdir. Ayrıca araştırmada bütün gelir grupları bulguru yüksek bir oranda kendileri ürettiklerini belirtmişlerdir. Karaman'ın bir tarım ve tahıl üretim merkezi olması nedeniyle bu sonucun normal olduğu söylenebilir.

Karaman ili kentsel alanda yaşayan tüketiciler bulguru % 78,6'lık oranla pilav olarak tüketmekte, % 73,2'lik oranla batırık, dolma, köfte, kısır ve sarmalarda kullanmaktadırlar. Fakat bulguru çorba olarak % 27,5 oranla tüketmektedirler. Karaman ili kentsel alanda yaşayan tüketiciler bulguru çorba olarak tketmemekte daha çok pilav, batırık, dolma, köfte, kısır ve sarmalarda tüketmektedirler. Tüketicilerin meslek değişkenine göre tüketim yöntemlerine bakıldığında, çiftçiler hariç diğer meslek grupları bulguru değişik yöntemlerle tüketmektedirler. Çiftçiler retici kesim olmalarına karşın bulgurun tüketiminde değişik yöntemleri ya bilmediklerinden ya da alışkın olmadıklarından denemedikleri ortaya çıkmıştır.

Tüketicilerin "Genellikle alıştığım ve güvendiğim bulguru alırım" sorusuna % 87,2'si olumlu cevap vermişlerdir. Anket sorusundan da anlaşılacağı üzere, tüketiciler

tükettikleri bulgurdan çok memnundurlar. Ayrıca yeni ürün ve markaları denemek istedikleriyle ilgili soruya çok az istekli olup kararsız kalmaları bunun en büyük göstergesidir.

Tüketicilerin gelir durumuna göre bulgurun fiyatı pahalı bulunmamıştır. Genelde gelir durumu arttıkça bulgurun fiyatının dikkate alınmadığı görülmüştür.

Tüketicilerin gelir durumuna göre gıda harcamasına en fazla oranı ayıran 1001-2000 TL arası geliri olanlar çıkmıştır. Geliri 4001'den fazla çıkanlar ile 1000 TL'nin altında olanlar düşük çıkmıştır. 1000 TL'nin altında geliri olanlar geliri az olduğu için gelirinin çok azını gıdaya ayırabilmekte, geliri 4001 TL'nin üzerinde olanlar da geliri yüksek olduğu için gıda harcama oranı düşük kalmaktadır.

Sağlıklı bir toplum olmada ve yetiştirmede, kaliteli ve dengeli bir beslenme önemlidir. Bundan dolayı etkin yayın ve eğitim programlarıyla tüketicilerin sağlıklı ve bilinçli beslenmeye yönlendirilmesi gerekmektedir.

Bulgur tüketimini yeterli miktarlara çıkararak, daha sağlıklı nesiller yetiştirebilmek için; bulgur ürün piyasalarını düzenleyici ve tüketimi teşvik edici tedbirlerin alınması gerekmektedir.

Bulgur sektöründeki karar vericilerin oluşturacağı ve uygulayacağı strateji ve politikaların tutarlı olabilmesi için, politikaya konu olan bulgur sektörünün çok iyi bilinmesi gerekmektedir. Üretim faaliyetlerinin gerçekleşmesinde tüketici taleplerinin ve düşüncelerinin göz önünde bulundurulması gerektiği, aksi halde büyük kaynak ve zaman ayrılarak uygulanan politikaların yerine ulaşamayacağı düşünülmektedir.

Bulgur sanayinin geleceği için özellikle bulgur tüketicilerine bulgurun beslenme ve sağlık açısından posa/lif bakımından zengin olduğu, içinde B1 vitamini bulunduğu, folik asit içerdiği, doymamış yağa sahip olduğu ve kolesterol içermediği konularında bilgiler verilmelidir. Toplumun bu konularda bilinçlenmesi sağlanmalı ve toplumda bulgur tüketimi konusunda farkındalığın artırılmasına yönelik çalışmalar gerçekleştirilmelidir.

Bulgur sanayinin belirli yere gelmesi ve Dünya pazarlarında hak ettiği yeri alabilmesi için ilkel ve eski metotlarla hijyenik olmayan şekilde insan sağlığına zararlı ve sağlık açısından iyi olmayan metotlarda bulgur üretimine son verilmelidir.

Karaman ili kentsel alanda yaşayan tüketicilerin tüketim alışkanlıkları ve bunu etkileyen faktörlerin belirlenmesi amacıyla bu çalışma yapılmıştır. Bu çalışmanın özellikle bulgur üretimi yapan sektörler için üretim-pazarlama-tüketim zincirinin geliştirilmesinde,

firmaların pazarlama ve üretim stratejilerinin ve hedef kitlelerin belirlenmesinde önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.



6. KAYNAKLAR

- Akbay, C. ve Boz, İ., 2005. Kahramanmaraş' ta Ailelerin Ev ve Ev Dışı Gıda Tüketim Talebi ve Tüketici Davranışlarının Ekonomik Analizi. *KSÜ Fen ve Mühendislik Dergisi* 8 (1), s. 122-131.
- Anıl, M., 1994. Bulgur Yapımında Farklı Buğday Çeşitleri, Pişirme Yöntemleri ve Kurutma Sıcaklıklarının Ürün Kalitesi Üzerine Etkisi. *Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Samsun.*
- Anonim, 2009. T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi Gıda Teknolojisi Bulgur Üretimi-1. Ankara, s. 3-20.
- Anonim, 2010a. İhracatçı Birlikleri Verileri.
- Anonim, 2010b. T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi Gıda Teknolojisi Bulgur Üretimi-2. Ankara, s. 3-24.
- Anonim, 2010c. Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği Bulgur Tebliği, No: 2010/34, Ankara.
- Anonim, 2012a. Toprak Mahsulleri Ofisi Genel Müdürlüğü Hububat Raporu 2012. Ankara.
- Anonim, 2012b. Türkiye İstatistik Kurumu 2012 Yılı Sanayi Ürünleri Yıllık Üretim ve Satış İstatistikleri. http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=773.
- Anonim, 2014a. Mevka TR52 Düzey 2. Bölgesi (Konya-Karaman) 2023 Vizyon Raporu.
- Anonim, 2014b. tr.wikipedia.org.
- Babadoğan, G., 2010. Bulgur. Prime Ministry Undersecretariat for Foreign Trade Export Promotion Centre. s. 1-8.
- Bayram, M., 2000. Bulgur Around the World, *Cereal Foods World*, 45 (2), s. 80-82.
- Bayram, M., 2010. Bulgur Sektör Analizi ve Öngörüler. *Miller Değirmenci Dergisi* Sayı:20, s. 40-53.
- Bayram, M., Kaya, A. ve Öner, M. D., 2002. Soy-Bulgur Üretimi İçin Uygulanacak Olan İslatma İşleminin İncelenmesi. *Hububat Ürünleri Teknolojisi Kongre ve Sergisi 3-4 Ekim 2002*. Gaziantep, s. 629-643.
- Bayram, M., Kaya, A. ve Öner, M. D., 2003. Water Absorption, Leaching and Color Changes During The Soaking for Production of Soy-Bulgur. *Journal of Food Process Engineering* 27, s. 119-141.

- Bayram, M. ve Öner M. D., 2004. 2003' de Bulgur Sektörü-1. *Unlu Mamüller Teknolojisi* 61, s. 23-29.
- Bayram, M., Öner, M. D. ve Kaya, A., 2002. Bulgur Üretiminde Renk Ayıklama (Sorting) Sisteminin Kullanımı. *Hububat Ürünleri Teknolojisi Kongre ve Sergisi 3-4 Ekim 2002*. Gaziantep, s. 189-201.
- Bayram, M., Öner, M. D. ve Kaya, A., 2004. Influence of Soaking on the Dimensions and Colour of Soybean for Bulgur Production. *Journal of Food Engineering* 61. s. 331-339.
- Bayram, M., Öner, M. D. ve Eren, F., 1996. Bulgur Üretiminin Bugünkü Durumu ve Sorunları. *Gıda Teknolojisi Dergisi* Sayı:8, s. 38-45.
- Bayram, M., Öner, M. D. ve Eren, S., 2004. Effect of Cooking Time and Temperature on the Dimensions of Crease of the Wheat Kernel During Bulgur Production, *Journal of Food Engineering* 64, s. 43-51.
- Bayram, M., Tiryakioğlu, A., Kayabaş, S., Duru, İ., Arslan, H., Koçak, E., Altıntaş, S., Baharoğlu, M., Dağyutan, A., Kılınç, İ. ve Balcı, F., 2010. Dünya' da ve Türkiye' de Bulgur Sanayinin Durumu, Üretim Teknolojisindeki Gelişmeler ve Sorunları-Çözüm Önerileri. *Makarnalık Buğday ve Mamülleri Konferansı 17-18 Mayıs 2010*. s. 33-41.
- Baysal, A., 1996. Bulgur: Beslenme ve Sağlık Yönünden Önemi. 2. *Un, Bulgur ve Bisküvi Sempozyumu 28-30 Mayıs 1996*. Karaman, s. 23-30.
- Bilgiçli, N. ve Türker, S., 2011. Sağlıklı Beslenme Açısından Yükselen Değer: Bulgur. *1. Ulusal Helal ve Sağlıklı Gıda Kongresi 19-20 Kasım 2011*. Ankara, s. 194-195.
- Cankurt, M., Miran, B. ve Şahin, A., 2010. Sığır Eti Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: İzmir İli Örneği. *Hayvansal Üretim Dergisi* 51 (2), s. 16-23.
- Çoksöyler, N., Özkaya, Ş. ve Boncuk, H., 1993. Bulgurda Aflatoksin Oluşma İmkânının İncelenmesi I. *Gıda* 18 (2). s. 89-95.
- Demirel, Y. ve Yoldaş, M. A., 2005. Yeni Ekonomide Tüketici Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörler. *Pazarlama Dünyası Dergisi* 3, s. 60-64.
- Dönmez, E., Salantur, A., Yazar, S., Akar, T. ve Yıldırım, Y., 2004. Ülkemizde Bulgurun Yeri ve Bulgurluk Çeşit Geliştirme. *Tarla Bitkileri Merkez Araştırma Enstitüsü Dergisi*, s. 71-75.
- Elgün, A., Ertugay, Z. ve Certel M., 1990. Corn Bulgur: Effects of Corn Maturation Stage and Cooking Form on Bulgur-Making Parameters and Physical and Chemical Properties of Bulgur Products. *American Association of Cereal Chemists* 67(1), s. 1-6.

- Elgün, A., Türker, S. ve Bilgiçli, N., 2007. Tahıl Ürünleri Teknolojisi. Konya, s. 141-144.
- Ercan, R., 1986. Bulgur İşleme Tekniği ve Kimyasal Bileşimi. *Gıda* 11(6), s. 319-321.
- Ertaş, N. ve Türker, S., 2011. Bulgur Processes Increase Nutrition Value: Possible Role in In-vitro Protein Digestability, Phytic Acid, Trypsin Inhibitor Activity and Mineral Bioavailability. *J Food Sci Technol*. DOI 10.1007/s13197-012-0638-7.
- Güzey, H., 2012. Hatay İli Merkezinde Yaşayan Halkın Et Tüketimi Alışkanlıkları. *Yüksek Lisans Tezi, Mustafa Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, Hatay.
- Hayta, M., 2001. *Journal of Food Science* Vol:67 Nr: 6, s. 2241-2244.
- Karakaş, G., 2010. Tokat İli Kentsel Alanda Et ve Et Ürünleri Tüketiminde Tüketici Kararlarını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi*, Tokat.
- Kemahlıoğlu, K. ve Demirağ, K., 2010. İzmir Piyasasında Sunulan Bazı Bulgurların Türk Gıda Kodeksi Bulgur Tebliği ile Türk Standartları Enstitüsü Bulgur Standardı'na Uyumlarının Karşılaştırılması. *Akademik Gıda* 8 (4), s. 29-34.
- Kızılaslan, N. ve Kızılaslan, H., 2008. Tüketicilerin Satın Aldıkları Gıda Maddeleri ile İlgili Bilgi Düzeyleri ve Tutumları (Tokat İli Örneği). *U. Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi* 22 (2), s. 67-74.
- Kinncar, P. R. ve Gray, C. D., 1994. SPSS For Windows. *Department of Psychology Univ. Of Aberdeen*, UK.
- Koca, A. F. ve Anıl, M., 1996a. Farklı Buğday Çeşitleri ve Pişirme Yöntemlerinin Bulgur Kalitesine Etkisi, *Gıda* 21(5), s. 369-374.
- Koca, A. F. ve Anıl, M., 1996b. Farklı Pişirme Yöntemleri ve Kurutma Sıcaklıklarının Bulgur Kalitesine Etkileri, *O. M. Ü. Z. F. Dergisi* 11(2), s. 163-172.
- Köksel, H., Edney, M. J. ve Özkaya, B., 1999. Barley Bulgur: Effect of Processing and Cooking on Chemical Composition, *Journal of Cereal Science* 29, s. 185-190.
- Nalinci, S., 2013. Amasya İli Merkez İlçedeki Hanehalkının Et Tüketim Alışkanlıkları ve Et Tüketimini Etkileyen Faktörler. *Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, Tokat.
- Öner, M. D., 2002. Bulgur Sanayi, Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Hububat 2002. Hububat Ürünleri Teknolojisi Kongre ve Sergisi*. Gaziantep, s. 39-48.
- Özboy, Ö. ve Köksel, H., 1998. Bulgur Üretiminde Buğdayların Bazı Kimyasal Özelliklerinde Meydana Getirdiği Değişiklikler. *Gıda* 23(6), s. 449-457.

- Özçiçek, C., 2003. Tüketicilerin İşlenmiş Gıda Ürünlerinde Kalite Tercihleri, Sağlık Riskine Karşı Tutumları ve Besin Bileşimi Konusunda Bilgi Düzeyleri (Adana Örneği). *Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, Yay. No: 105*, S. 101, Ankara.
- Özgül, E. ve Aksulu, İ., 2006. Ambalajlı Gıda Ürünlerinde Tüketicilerin Etiket Duyarlılığındaki Değişimler. *Ege Akademik Bakış Dergisi* 6 (1), s. 1-10.
- Özkaya, B., Köksel, H. ve Özkaya, H., 1993. Bazı Buğday Çeşitlerinden Farklı Yöntemlerle Üretilen Bulgurların Bazı Vitamin ve Mineral İçerikleri İle Proteinlerinin Elektroforetik ve Nişastalarının “Birefringence” Özellikleri Üzerine Araştırmalar. *Tarla Bitkileri Merkez Araştırma Enstitüsü Dergisi* 2(4), s. 35-56.
- Özkaya, B., Özkaya, H., Eren, N., Ünsal, A.S. ve Köksel, H., 1999. Effects of Wheat Maturation Stage and Cooking Method on Physical Chemical Properties of Firiks, *Food Chemistry* 66, s. 97-102.
- Özkaya, B., Özkaya, H. ve Köksel, H., 1998. Phytic Acid Contents of Bulgurs Produced by Traditional and Laboratory Methods. *Getreide Mehl und Brot* 52 (1998, 3, Seite s. 182-184).
- Özkaya, H., Özkaya, B., Bayrak, H. ve Gökpınar, F., 2004. Bulgurun Fitik Asit İçeriğine Prosesin Etkisi. *Geleneksel Gıdalar Sempozyumu Bildiriler Kitabı Eylül 2004*, Van, s. 54-59.
- Polat, C., 2010. AB Uyum Sürecinde Şanlıurfa İli Bulgur Sanayinin Mevcut Durumu ve Geleceğe Yönelik Beklentileri Üzerine Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi, Harran Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*. Şanlıurfa.
- Savaş, K., 2010. Kızılötesi Uygulamasının Bulgur Üretiminde Kullanımı ve Bulgur Kalitesine Etkisi. *Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, Ankara.
- Solah, V. A., Fenton, H., Kerr, D., Crosbie, G. B., ve Siryani, S., 2007. Measurement of Satiety of Wheat-based Bulgur by Intervention and Sensory Evaluation Cereal Foods World 52 (1), s. 15-19.
- Solak, N. ve Yılmaz, A., 1996. Karaman İlinde Üretilen Bulgurlarda Tip Özellikleri. 2. *Un, Bulgur ve Bisküvi Sempozyumu 28-30 Mayıs 1996*. Karaman, s. 179-182.
- Şengül, S.2004. Türkiye’de gelir gruplarına göre gıda talebi. *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 31, s.115-148.
- Tacer, Z., 2008. Bulgurun Fonksiyonel Özelliklerinin Belirlenmesi, *Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*. İstanbul, s. 1-7.
- Türksoy, S. ve Özkaya, B., 2004. Bulgurun Besin Değeri ve Prosesin Bileşim Üzerine Etkileri, *Geleneksel Gıdalar Sempozyumu 23-24 Eylül 2004*. Van, s. 329-333.

Yıldız Akgümüş, Ő., 2010. Sivas İlinde Ekmek Tüketim Alışkanlıkları ve Üretici-Tüketici Dinamiklerinin Belirlenmesi. *Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.*

Yılmaz, V. A., 2012. Siyez (*Triticum monococcum* L.) ve Durum (*Triticum durum*) Buğdayların Bulgura İşlenmesinde Bulgur Kalitesi, Biyoaktif Bileşenler ve Antioksidan Aktivitedeki Değişmeler. *Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Samsun.*

Yücecın, S., 1999. Besin Tüketimindeki Değişimler ve Yeni Eğilimler. *Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı, Yayın No: 23, Ankara, s. 235-242*



EKLER

EK-1 ANKET FORMU

Bu araştırma, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü Biyoloji Anabilim Dalında yürütülmekte olan “KARAMAN İLİ KENTSEL ALANINDA TÜKETİCİLERİN BULGUR TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI VE BUNU ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA” konulu yüksek lisans tezinin uygulama kısmı için tüketicilerin bulgur tüketimi ve bunu etkileyen faktörlerin belirlenmesi üzerine bir araştırmadır. Siz değerli tüketicilerin vereceği samimi cevaplar araştırmanın etkinliğini arttıracaktır. Göstermiş olduğunuz ilgiden dolayı teşekkür ederim.

Merve ÖZBAY

Anketi Dolduran Kişinin Sosyo-Ekonomik Nitelikleri:

1. Cinsiyetiniz : Bayan Bay
2. Yaşınız : 18-23 24-30 31-40 41-50 51 ve yukarı
3. Öğrenim Durumunuz : Okuryazar İlköğretim Ortaöğretim Lise
 Üniversite Lisansüstü
4. Mesleğiniz : Serbest Memur İşçi Esnaf Öğrenci Çiftçi
5. Birlikte yaşadığınız ailedeki (evdeki) birey sayısı ;
 1-2 3-4 5-6 7-8 9'dan fazla
6. Gelir Durumunuz (Aylık)
 1000 TL'den az 1001-2000 2001-3000 3001-4000
 4001 TL'den fazla
7. Gelirinizin yaklaşık yüzde kaçını gıda harcamasında kullanıyorsunuz?
 % 10-30 % 30-50 % 50-70 % 70-100

AŞAĞIDA YER ALAN SORULARI KESİNLİKLE KATILMIYORUM, KATILMIYORUM, KARARSIZIM, KATILIYORUM VE KESİNLİKLE KATILIYORUM ÖLÇEĞİNİ DİKKATE ALARAK CEVAPLANDIRINIZ.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
8.Bulgur alırken üretim ve son kullanma tarihine dikkat ederim.					
9.Bulgur alırken markasına dikkat ederim.					
10.Bulgur alırken görünümüne dikkat ederim.					
11.Bulgur satın alırken öncelikle fiyatına bakarım.					
12.Bulguru ambalajlı almayı tercih ederim.					
13.Bulguru damak tadına uygun olduğu için tercih ediyorum.					
14.Bulguru besleyici olduğu için tercih ediyorum.					
15.Bulguru evde uzun süre bozulmadan kaldığı için tercih ediyorum.					
16.Bulguru mikrobiyolojik zararlılara karşı dayanıklı olduğu için tercih ediyorum.					
17.Bulguru hızlı piştiği için tercih ediyorum.					
18.Bulguru ucuz olduğu için tercih ediyorum.					
19.Bizim evde bulguru satın alma kararını annem verir.					
20. Bizim evde bulguru satın alma kararını babam verir.					
21.Bulguru beslenme ve sağlık açısından posa/lif bakımından zengin olduğu için tercih ediyorum.					
22.Bulguru, içinde B1 vitamini bulunduğu için tercih ediyorum.					
23.Bulguru, folik asit içerdiği için tercih ediyorum.					
24.Bulguru, doymamış yağa sahip olduğu için tercih ediyorum.					
25.Bulguru, kolesterol içermediği için tercih ediyorum.					
26.Bulguru her gün tüketiyorum.					
27.Bulguru haftada bir gün tüketiyorum.					
28.Bulguru on beş günde bir tüketiyorum.					
29.Bulguru ayda bir tüketiyorum.					
30- Bulguru aldığımız yerlerin hijyenik olduğunu düşünüyorum.					
31.Bulgurdan yapılan yemekleri çok sevdiğim için tüketiyorum.					
32.Bulgura alışkın olduğumuz için tüketiyorum.					
33.Bulguru sağlıklı olduğu için tüketiyorum.					
34.Bulguru kendimiz üretiyoruz.					
35.Bulguru bakkal, market veya süpermarketten alıyorum.					
36.Süpermarketin kendi bulgur markalarını kesinlikle tercih ederim					
37.Reklamlar bulgur tüketimini artırır.					
38.Arkadaş, komşu ve iş çevresi bulgur tüketiminde etkilidir.					
39.Gelir düzeyinin düşük olması bulgur tüketimini artırır.					
40.Bulgurun mevsimsel tüketimi farklıdır.					
41.Bulguru genellikle pilav olarak tüketiyorum.					
42.Bulguru genellikle çorba olarak tüketiyorum.					
43.Bulguru genellikle batırık, dolma, köfte, kısır ve sarmalarda kullanıyorum.					
44.Bulgurun fiyatını pahalı buluyorum.					
45.Bulguru sevmediğim için tüketmiyorum.					
46.Yaşadığım bölgenin bulgur üretim merkezi olması tüketimim üzerinde etkilidir					
47.Bulgur yerine genellikle makarna tüketiyoruz.					
48. Bulgur yerine genellikle pirinç tüketiyoruz.					
49. Bulgur yerine genellikle erişte tüketiyoruz.					
50.Fabrikada üretilen bulgur daha kalitelidir.					
51.Yeni ürün ve markaları denemek isterim					
52.Genellikle alıştığım ve güvendiğim bulguru alırım					

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Merve Özbay
Doğum Tarihi ve Yer : 05.09.1988/Altındağ
Medeni Hali : Evli
Yabancı Dili : İngilizce
Telefon : 0530 141 46 56
e-mail : mozbay@ziraatbank.com.tr

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Tarihi
Yüksek Lisans	Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü	Devam
Lisans	Afyon Kocatepe Üniversitesi	2010
Lise	Afyon Kocatepe Anadolu Lisesi	2006

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
T. C. Ziraat Bankası A. Ş.	Karaman	Girişim Müşteri İlişkileri Asistanı