



Alınış tarihi (Received): 16.04.2020
Kabul tarihi (Accepted): 01.10.2020

İstanbul İli Küçükçekmece İlçesinde Tüketicilerin Ambalajlı Ekmek Tüketim Tercihleri

Faruk ADIGÜZEL^{1*}, Nuray KIZILASLAN²

¹Küçükçekmece İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü, 34295 İstanbul, Türkiye

²Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, 60240, Tokat, Türkiye

* Sorumlu yazar: farukadiguzel13@hotmail.com

ÖZET: Bu çalışmada, İstanbul İli Küçükçekmece ilçesinde tüketicilerin ambalajlı ekmeğin tüketim yapısı ve ambalajlı ekmeğin tüketimini etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Veriler, 2018 yılı Kasım-Aralık döneminde 272 tüketiciden anket yoluyla elde edilmiştir. Araştırmada, tüketicilerin %46.31'inin ambalajlı ekmeğin tükettiği belirlenirken daha hijyenik üretim olması (%72.22) en önemli tercih nedenidir. Ambalajlı ekmeğin tüketmeme nedenleri ise en yüksek oranlarla alışkanlık olmaması (%48.63) ve ürünün sıcak olmamasıdır (%34.93). Ambalajlı ekmeğin tüketenlerin %81.75'i en yüksek oranla tam buğday ekmeği tercih ederken ambalajlı ekmeğin tüketmeyenlerin çoğunlukla normal somun ekmeğin (%82.88) tükettikleri bulunmuştur. Kişi başına günlük ekmeğin tüketim miktarı ambalajlı ekmeğin tüketmeyenlerde daha yüksektir. Tüketicilerin İstanbul'da yaşama süresi, öğrenim durumu, aile geliri, ailenin aylık ekmeğin harcaması, organik ekmeğin tüketme durumu ile ambalajlı ekmeğin tüketim durumunun tüketim miktarına etkisi değişkenlerinin ambalajlı ekmeğin tüketim tercihini etkilediği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler – Ambalajlı ekmeğin tüketimi, Khi-kare testi, Küçükçekmece-İstanbul

Packaged Bread Consumption Preferences of Consumers in Kucukcekmece-Istanbul

ABSTRACT: In this study, it is aimed to determine the packaged bread consumption structure of consumers and the factors affecting the consumption of packaged bread in Kucukcekmece-Istanbul. The data are obtained via questionnaire method from 272 consumers in the period of November-December 2018. It is determined the 46.31% of consumers are consume packaged bread and the producing more hygienic (72.22%) is the most important reason for preference. Habit absence (48.63%) and product not hot (34.93%) are the reasons not consume packaged bread. With highest rate, 81.75% of those who consume packaged bread prefer whole wheat bread. Those who not consume packaged bread mostly consume loaf bread (82.88%). Bread consumption amount per capita in one day is higher in those who not consume packaged bread. It is determined the variables which life span in İstanbul, education status, monthly family income, monthly bread expense of family, organic bread consumption and effect on consumption amount of packaged bread consumption are affecting packaged bread consumption preferences.

Keywords – Consumption of packaged bread, Chi-square test, Küçükçekmece-İstanbul

1. Giriş

İnsanoğlunun bilinen en eski ve önemli gıda maddesi olan ekmeğin (Çetin, 2013), insanların ortak tüketim ve temel besin maddelerinin başında yer almaktadır (Matz, 1995). Önemli gıda maddelerinden biri olan ekmeğin lif kaynağı olması yanında (Dölekoğlu ve ark., 2014), basit üretim teknolojisi (Aydın ve Yıldız, 2011), kolay ulaşılabilir, ucuz, besin değeri yüksek ve doyurucu özellikleri olan bir gıda maddesi olması (Elgün ve Ertugay, 1995), kendine has nötr bir aromaya sahip olduğundan diğer gıdalar için iyi bir taşıyıcı özellik

göstermesi (Abdel-Kader, 2000) ve geleneksel beslenme alışkanlığı (Elgün ve Ertugay 2002; Köten ve Ünsal 2006) beslenmenin temelini oluşturmasının başlıca nedenleridir. Ekmek; buğday unu, maya, tuz ve belli oranda su ile karıştırılıp, yoğrulması ve hamurun belli bir süre fermente ettirilip pişirilmesi ile elde edilmekte (Elgün ve Ertugay, 1995) olup, içerdiği yüksek oranda karbonhidrata dayalı enerji sağlayıcı özelliğinin yanı sıra, bileşiminde bulunan protein, mineral madde, vitamin ve düşük yağ içeriği ile beslenmede önemli rol oynamaktadır (Özkaya, 1992). Günlük diyet içerisindeki yerini sosyal, ekonomik ve kültürel yapının tayin etmekte olduğu ekmeğin (Elgün ve Ertugay, 1995; Armero and Collart, 1998) içerdiği gizli tuz oranı ve yüksek karbonhidrat değerleri nedeniyle şeker hastalığı, yüksek tansiyon ve şişmanlık gibi sorunların sıkça görüldüğü günümüzde alışkanlığının azaltılması (Kotancılar ve ark., 1995; Koç, 2015) ve beyaz undan yapılan ekmekten ziyade besleyici ve sağlık koruyucu değeri daha fazla olan tam buğday unundan mayalandırılarak yapılan ekmeğin tüketilmesi önerilmektedir (Yücecan, 2012).

Gıda güvenliği zincirinde en son halkayı oluşturan tüketicilerin bilinçli olması gıda güvenliğini sağlamada önemli faktörlerden biri olarak görülmektedir (Alpuğuz ve ark., 2009). Günümüzde ortaya çıkan pek çok hastalığın beslenme kaynaklı olduğunun ortaya konulmasıyla birlikte; tüketiciler daha sağlıklı ve kaliteli bir yaşama sahip olmak amacı ile beslenme konusunda önlemler almaktadırlar (Dokkum and et al., 2008). Ekmeğin temel bir gıda maddesi olduğu dikkate alındığında artan tüketici bilincinin sonucu olarak tüketiciler farklı ekmek çeşitlerine yönelmiş ve bu durum da ekmek çeşitliliğinin artmasına katkıda bulunurken (Aksoylu ve ark., 2014) tüketicilerin zaman içerisinde değişkenlik gösteren beğeni ve tercihlerine (Tuncer ve ark., 1992) kayıtsız kalamayan ekmek üreten işletmeleri sağlıklı beslenmeye yönelik işlemler yapmaya yönelmişlerdir (Cop ve Doğan, 2009).

Ekmek ile ilgili diğer bir husus ise gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde tüketici kaynaklı israfa konu olan önemli ürünlerin başında gelmesidir (Dölekoğlu ve ark., 2014). Diğer işlenmiş gıdalardan çok daha kısa raf ömrüne sahip bir gıda olan ekmeğin mikrobiyolojik bozulmadan başka, tüketici kabul edilebilirliği açısından kalitedeki gerileme olarak tanımlanan bayatlama ile belirgin duyuşal özelliklerini kaybettiği ve sağlık üzerine zararlı etkisi olmadığı ifade edilmesine rağmen tüketicinin ekmeği reddetmesine neden olduğu bildirilmektedir (Baik and Chinachoti, 2000; Ribotta, 2004). Bu da ekmek israfını ve dolayısıyla ciddi ekonomik kayıpları beraberinde getirmektedir.

Sağlıklı beslenme ihtiyacının karşılanması ve israfın ekonomik kayıplarının azaltılmasına yönelik olarak farklı ekmek çeşitleri üretimi ile ekmeğin ambalajlı hale getirilmesi yardımcı olabilecek yöntemler olarak değerlendirilebilir. Öyle ki, beyaz ekmeğin yanı sıra çavdar, yulaf, tam tahıllı, mısır, kepek gibi çok farklı ekmek çeşitlerinin tüketiciler tarafından tercih edildiği ve ambalajlı ürünlerin de payının artış eğiliminde olduğu ifade edilmektedir (Gencer, 2011). İşlenmemiş taze ürünleri taze halde, işlenmiş ürünleri ise işlem sonrası özelliklerini koruyarak istenilen kalitede tüketiciye ulaştırmak için çeşitli ambalajlar kullanılmaktadır (Üçüncü, 2009). Gıdayı dış etkilerden koruyan, pazarlanmasını ve tüketimini kolaylaştıran metal, cam, kâğıt, plastik gibi özel malzemeden yapılan kap, kılıf ya da sargılara gıda ambalajı (Şahin ve Bayizit, 2008) denilmekte olup, gıdaları koruma fonksiyonunun yanı sıra üzerinde taşıdığı etiket sayesinde gıdanın içeriği, özellikleri ve muhafaza koşulları hakkında tüketiciyi bilgilendirme görevini de yerine getirirken (Üçüncü, 2009), en önemli katkının tüketici sağlığının korunması olduğu ifade edilmektedir (Özgül ve Aksulu, 2006).

Gıda ürünlerinin sağlıklı ve hijyenik olmasının önemsendiği günümüzde ekmeğin dökme olmasından ziyade ambalajlı olarak sunulması gerek üretim ve gerekse tüketim yönünden

önemli bir alternatif olarak düşünülmelidir. Dünyada ve Türkiye’de ekmeğin sağlık ve beslenme üzerine etkileri (Kotancılar ve ark., 1995; Karaoğlu ve Kotancılar, 2001; Prättälä and et al., 2001; Yalvaç ve ark., 2001; Torfadottir and at al., 2012; Yücecan, 2012; Şanlıer, 2013; Ergun, 2014; Hayıt ve Gül, 2015; Baygut ve ark., 2016; Çağrı, 2016) ve tüketicilerin ekmek tüketim yapısı ve tercihleri, ekmeğin ambalajlanması, ekmek israfı ve israf etmede etkili faktörler (Arslan ve Yüksel, 1986; Çivi ve ark., 1993; Gül ve ark., 2003; Worsley, 2003; Açıan, 2007; Aydın ve Yıldız, 2011; Aksoylu ve ark., 2012; Demir ve Kartal, 2012; Dölekoğlu ve ark., 2014; Anonim, 2014; Sandvik and et al., 2014; Ertürk ve ark., 2015; Hanssen and et al., 2015; Guiné and et al., 2016; Nutrition & Food Science, 46(3): 306-320. Eglite and Kunkulberga, 2017; Csapóné Riskó and et al., 2017; Taşcı ve ark., 2017; Østergaard and Hanssen, 2018; İkikat Tümer ve ark., 2019; Svanes and et al., 2019) ile ilgili yapılmış çok sayıda çalışma bulunmasına rağmen, Türkiye’de tüketicilerin ambalajlı ekmek tüketim yapısını ortaya koyan çalışma bulunmaması araştırmayı orijinal kılmaktadır. Bu bağlamda, araştırmada tüketicilerin ambalajlı ekmek tüketim durumu ve tüketiminde etkili faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır.

2. Materyal ve Yöntem

Araştırmanın ana materyalini 2018 yılı Kasım-Aralık döneminde İstanbul İli Küçükçekmece İlçesinde bulunan tüketiciler ile yapılan anketlerden sağlanan veriler oluşturmuştur. Ayrıca, farklı yörelerde yapılmış benzer çalışmalardan araştırmanın ikincil materyali olarak yararlanılmıştır. Anket uygulanacak kişi sayısının tespit edilmesi için öncelikle İstanbul ili Küçükçekmece ilçesi toplam nüfusu resmi kayıtlardan elde edilmiştir. İlçe nüfusunun TÜİK’in Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi verilerine göre 770 317 kişi olduğu rapor edilmiştir (Anonim, 2018). Bu popülasyondan örnek hacminin belirlenmesinde, “Ana Kitle Oranlarına Dayalı Basit Tesadüfi Örneklem Yöntemi” kullanılmıştır (Baş, 2008). Örnek hacminin tespitinde %90 güven sınırları ve %5 hata payı ile çalışılmıştır. Yapılan hesaplama sonucunda örnek hacmi 272 olarak belirlenmiş ve ilçede tesadüfi olarak seçilen tüketiciler ile anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Araştırmada öncelikle tüketicilerin sosyo-ekonomik özellikleri ile ekmek tüketim yapısı ortaya konulmuş olup, sonuçlar ortalama ve yüzde dağılımlar şeklinde sunulmuştur. Daha sonra tüketicilerin sosyo-ekonomik özellikleri (cinsiyet, yaş, memleket, İstanbul’da yaşama süresi, öğrenim durumu, meslekler, medeni hal, eş çalışma durumu, ailedeki birey sayısı, aile geliri, aile gıda harcaması ve aile ekmek harcaması) ve ekmek tüketim yapısı (kişi başına günlük ekmek tüketim miktarı, ekmek fiyatı ve gramajı ile ilgili düşünceler, ambalajlı ekmek tüketme durumunun tüketime etkisi, gereğinden fazla ekmek satın alma durumu, organik ekmek tüketme durumu, en çok ekmek tüketilen öğün ve ambalajlı ekmeği israfı önleme durumu) ile ambalajlı ekmek tüketip tüketmeme durumu arasında ilişki olup olmadığı Khi-kare testi ile analiz edilmiştir (Gujarati, 1995; Mirer, 1995). Ayrıca, araştırmada Khi-kare testi ile ölçülen ilişkilerin anlamlı olduğu durumlarda bu ilişkinin ne oranda güçlü olduğunu test etmek amacı ile kullanılan Kontingenz (Coefficient of Contingency-CC) yani Bağımlılık Katsayısı da hesaplanmıştır (Düzgüneş ve ark., 1983). Araştırmada sadece aralarında istatistiki olarak anlamlı ilişki olduğu tespit edilen değişkenler yorumlanmıştır.

3. Bulgular ve Tartışma

3.1. Tüketicilerin Sosyo-Ekonomik Özellikleri

Ankete katılan tüketicilerin sosyo-ekonomik özelliklerine ilişkin bilgiler Çizelge 1’de verilmiştir.

Çizelge 1. Tüketicilerin sosyo-ekonomik özellikleri
Table 1. Socio-economic characteristics of consumers

Özellikler		Ambalajlı Ekmek Tüketim Durumu					
		Tüketen		Tüketmeyen		Genel	
		Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Cinsiyet	Erkek	76	60.32	83	56.85	159	58.46
	Kadın	50	39.68	63	43.15	113	41.54
Yaş (yıl)	Ortalama	38.37		37.21		37.74	
Memleket	Karadeniz	47	37.30	59	40.41	106	38.97
	Marmara	27	21.43	25	17.12	52	19.12
	İç Anadolu	17	13.50	19	13.01	36	13.23
	Doğu Anadolu	14	11.11	16	10.96	30	11.03
	Güneydoğu A.	13	10.32	15	10.28	28	10.29
	Ege	4	3.17	6	4.11	10	3.68
	Akdeniz	4	3.17	6	4.11	10	3.68
İstanbul'da Ortalama Yaşama Süresi (yıl)		25.21		23.58		24.33	
Öğrenim Durumu	Okur-yazar	0	0.00	1	0.68	1	0.37
	İlkokul	19	15.08	31	21.24	50	18.38
	Ortaokul	15	11.90	25	17.12	40	14.71
	Lise	40	31.75	46	31.51	86	31.62
	Yüksek Okul	17	13.49	5	3.42	22	8.09
	Lisans	24	19.05	26	17.81	50	18.38
	Lisans Üstü	11	8.73	12	8.22	23	8.45
Meslekler	İşçi	47	37.30	60	41.10	107	39.34
	Memur	29	23.02	32	21.92	61	22.42
	Ev Hanımı	14	11.11	24	16.44	38	13.97
	Esnaf	18	14.29	17	11.64	35	12.87
	Serbest Meslek	9	7.14	9	6.16	18	6.62
	Emekli	8	6.35	2	1.37	10	3.68
	Öğrenci	1	0.79	2	1.37	3	1.10
Medeni Hal	Evlü	85	67.46	102	69.86	187	68.75
	Bekâr	41	32.54	44	30.14	85	31.25
Eş Çalışma Durumu	Evet	41	48.24	50	49.02	91	48.66
	Hayır	44	51.76	52	50.98	96	51.34
Ailedeki Ortalama Birey Sayısı (kişi)		3.68		3.79		3.74	
Ailede Çalışan Sayısı (kişi)	Çalışan Yok	6	4.76	0	0.00	6	2.20
	1	53	42.06	76	52.05	129	47.43
	≥ 2	67	53.18	70	47.95	137	50.37
	Ortalama	1.73		1.63		1.67	
Aile Geliri (TL/ay)	0 – 2000	10	7.94	18	12.33	28	10.29
	2001 – 5000	59	46.82	81	55.48	140	51.47
	5001 – 7500	33	26.19	34	23.29	67	24.64
	7501 – +	24	19.05	13	8.90	37	13.60
Aile Gıda Harcaması (TL/ay)	0 – 350	8	6.35	4	2.74	12	4.41
	351 – 750	40	31.75	57	39.04	97	35.66
	751 – 1500	50	39.68	56	38.36	106	38.97
	1501 – +	28	22.22	29	19.86	57	20.96
Aile Ekmek Harcaması (TL/ay)	0 – 50	37	29.37	28	19.18	65	23.90
	51 – 100	48	38.09	58	39.73	106	38.97
	101 – 150	28	22.22	49	33.56	77	28.31
	151 – +	13	10.32	11	7.53	24	8.82

Tüketiciler ambalajlı ekmek tüketim durumu dikkate alınarak iki grup olarak incelenmiştir. Tüketicilerin %58.46'sının erkek olduğu bulunurken bu oran ambalajlı ekmek tüketenlerde %60.32 ile daha yüksek düzeydedir. TÜİK 2018 yılı Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi

verilerine göre araştırma bölgesinde kadın nüfusun erkek nüfusuna yakın ve biraz fazla olduğu rapor edilmiştir. Benzer çalışmalarda ankete katılanların çoğunlukla %55.90'nın erkek (Açan, 2007), %59.30'unun erkek (Aydın ve Yıldız, 2011), %69.33'ünün kadın (Demir ve Kartal, 2012), %54.20'sinin kadın (Aksoylu ve ark., 2014), %50.60'nın kadın (Anonim, 2014), %56.00'sinin kadın (Sandvik and et al., 2014), %50.40'nın kadın (Ertürk ve ark., 2015), %93.00'ünün kadın (Taşçı ve ark., 2017) ve %57.80'inin erkek (İkikat Tümer ve ark., 2019) olduğu tespit edilmiştir. Ambalajlı ekmek tüketen ve tüketmeyen kişilerin yaş ortalamaları birbirine yakın olup, genel ortalama tüketicilerin yaş ortalaması 37.74 yıl olarak hesaplanmıştır. Buradan kişilerin çoğunlukla genç sayılabilecek yaşta oldukları anlaşılmakta olup, bu durum benzer çalışmalarla da benzerlik göstermektedir. Şöyle ki, Açan (2007) çalışmasında görüşülen kişilerin %66.00'sinin en yüksek oranla 25–54 yaş arasında olduğunu bulurken Aydın ve Yıldız (2011) katılımcıların %37.50'sinin en yüksek oranla 31–40 yaş aralığında; Demir ve Kartal (2012) kişilerin yaş ortalamasını yaklaşık olarak 33 yıl; Aksoylu ve ark., (2014) bireylerin %34.00 ile büyük bir kısmının 15–25 yaş arasında; Sandvik and et al., (2014) kişilerin %42.00'sinin 18–44 yaş arasında; Taşçı ve ark., (2017) tüketicilerin yaş ortalamalarını 42.00 yıl ve İkikat Tümer ve ark., (2019) ise kişilerin %48.20'sinin 30–45 yaş arasında ve ortalama yaşlarının 38.09 yıl olduğunu saptamıştır. Kişilerin memleketleri incelendiğinde çoğunlukla Karadeniz (%38.97) ve Marmara (%19.12) bölgelerinden oldukları görülürken tüketici grupları itibarıyla benzer durum söz konusudur. Tüketicilerin yaklaşık çeyrek asırdır (24.33 yıl) İstanbul'da yaşadıkları bulunurken kişilerin yaş ortalamaları dikkate alındığında çoğunlukla çocukluk dönemlerinden bu yana İstanbul'da yaşadıkları sonucuna varılabilir. Yapılan bir çalışmada kişilerin %62.60'nın en yüksek oranla 11 yıl ve daha fazla süredir İstanbul'da ikamet ettiği bulunmuştur (Açan, 2007). Gerek ambalajlı ekmek tüketen gerek tüketmeyen kişilerin en yüksek oranla lise mezunu oldukları tespit edilmiş olup, bu oran ambalajlı ekmek tüketenlerde %31.75 ve tüketmeyen kişilerde %31.51 ile birbirine yakın düzeydedir. Benzer çalışmalarda ankete katılanların en yüksek oranla %59.00'lük okur–yazar, ilköğretim ve ortaokul mezunu (Açan, 2007); %39.50'sinin ön lisans ve lisans mezunu (Aydın ve Yıldız, 2011); yaklaşık %45.00'inin üniversite mezunu (Demir ve Kartal, 2012); %38.40'nın üniversite mezunu (Aksoylu ve ark., 2014); %58.00'inin 10–14 yıl arasında öğrenim gördüğü (Sandvik and et al., 2014); %32.80'inin lise mezunu (Taşçı ve ark., 2017) ve %49.50'sinin 9–12 yıl arasında öğrenim gördüğü (İkikat Tümer ve ark., 2019) belirlenmiştir. Tüketicilerin meslekleri incelendiğinde genel ortalama %39.34 ile işçi ve %22.42 ile memur ağırlıklı bir yapı dikkat çekmekte olup, tüketici grupları itibarıyla da benzer bir durum söz konusudur. Yapılan bir çalışmada kişilerin en yüksek oranla %30.90'nın ev hanımı olduğu (Açan, 2007) belirlenirken Aydın ve Yıldız (2011) çalışmalarında %31.30'unun memur ve İkikat Tümer ve ark., (2019) ise %23.80'inin özel sektör çalışanı olduğunu tespit etmiştir. Genel ortalama tüketicilerin üçte ikisinden fazlası (%68.75) evlidir ve bu oran ambalajlı ekmek tüketen kişilerde diğer gruba göre biraz yüksektir. Benzer çalışmada kişilerin %73.40'nın evli olduğu bulunmuştur (İkikat Tümer ve ark., 2019). İncelenen tüketici grupları itibarıyla ailelerdeki birey sayıları ambalajlı ekmek tüketmeyen kişilerde 3.79 ile daha yüksek olup, ailedeki kişi sayısı genel ortalama 3.74 kişidir. Yapılan çalışmalarda ailelerin Gül ve ark. (2003)'na göre ortalama 4.14, Açan (2007)'a göre 4.76, Aydın ve Yıldız (2011)'a göre %40.75'lik en yüksek oranla 5–6, Anonim (2014)'e göre 3.43, Ertürk ve ark., (2015)'na göre 3.93, Taşçı ve ark. (2017)'na göre %49.20'lik en yüksek oranla 1–3 ve İkikat Tümer ve ark., (2019)'na göre 3.75 kişiden meydana geldikleri bulunmuştur. Genel ortalama ailelerin en yüksek oranla yarısında (%50.37) iki kişi ve daha fazla kişinin çalıştığı tespit edilirken bu durum ambalajlı ekmek tüketen kişilerde %53.18 ile iki ve daha fazla kişi ve tüketmeyen kişilerde %52.05 ile bir kişi olarak saptanmıştır. Ambalajlı ekmek tüketen kişilerde ailede çalışan birey sayısı

ortalamada 1.73 kişi olarak tüketmeyen kişilere göre (1.63 kişi) daha yüksek olup, genel ortalamada ailelerde 1.67 kişinin çalıştığı hesaplanmıştır. Tüketicilerin çoğunlukla 2. gelir grubunda 2001 TL ile 5000 TL arasında bir aylık gelire sahip oldukları belirlenirken ambalajlı ekmek tüketen kişilerde 5000 TL'nin üzerinde gelire sahip olan bireylerin oranı (%45.24) tüketmeyen kişilere göre (%32.19) oldukça yüksek düzeydedir. Benzer çalışmada tüketiciler 5 gelir seviyesinde incelenmiş olup, kişilerin %28.30'luk en yüksek oranla 601 TL ile 1000 TL arasındaki 2. en yüksek geliri grubu olan 4. gelir seviyesindeki kişiler olduğu bulunmuştur (Gül ve ark., 2003). Açı (2007) ise çalışmasında kişileri 6 gelir seviyesinde incelemiş ve %44.20'sinin 251–500 TL arasındaki 2. gelir seviyesinde olduklarını tespit etmişlerdir. Diğer bir çalışmada tüketiciler 5. gelir seviyesine ayrılmış olup, kişilerin en yüksek oranla %32.00'sinin 3. gelir seviyesi olan 1251–2000 TL aylık gelire sahip oldukları saptanmıştır (Aydın ve Yıldız, 2011). Benzer çalışmalarda en yüksek oranla Aksoylu ve ark., (2014)'na göre ailelerin %39.40'ının 3 gelir grubundan ve Ertürk ve ark., (2015)'na göre %50.00'sinin 5 gelir grubundan 1501–3000 TL'lik ortanca gelir grubunda yer aldıkları belirlenmiştir. Taşçı ve ark., (2017) çalışmasında tüketicileri 7. gelir grubunda incelemiş ve kişilerin %33.33'ünün 1001–2000 TL olan 3. gelir grubunda olduklarını tespit etmiştir. Başka bir çalışmada ise tüketiciler 3 gelir grubuna ayrılmış olup, %50.52'sinin 2000–3999 TL'lik 3. Gelir grubunda oldukları bulunmuştur (İkikat Tümer ve ark., 2019). Buradan benzer araştırmalarda kişilerin çoğunlukla orta ve daha alt düzeyde gelir grubundan kişiler olduğu ve yapılan araştırma ile benzerlik gösterdiği sonucuna varılabilir. Tüketicilerin aylık gıda harcamaları incelendiğinde en yüksek oranlarla 751 TL ile 1500 TL arasında gıda harcamalarının olduğu tespit edilmiş olup, bu oran ambalajlı ekmek tüketen kişilerde %39.68 ile tüketmeyen kişilere göre çok az yüksektir. Yapılan bir çalışmada tüketicilerin aylık gıda harcaması ortalama 512.62 TL olarak bulunmuştur (İkikat Tümer ve ark., 2019). Tüketicilerin çoğunluğunun (%38.97) 51 TL ile 100 TL arasında aylık ekmek harcamalarının olduğu tespit edilmiştir. Ambalajlı ekmek tüketen kişilerde 100 TL'den fazla aylık ekmek harcaması tutarının tüketmeyen kişilere oranla yüksek olması ekmek fiyatları, ailedeki kişi sayısı ve günlük kişi başına ekmek tüketim miktarları ile ilişkilendirilebilir. Benzer çalışmada aylık ekmek harcaması 79.90 TL olarak bulunmuştur (Ertürk ve ark., 2015).

3.2. Tüketicilerin Ambalajlı Ekmek Tüketim Özellikleri

Araştırmada tüketicilerin %46.32'sinin ambalajlı ekmek tüketmesine karşın %53.68'inin ambalajlı ekmek tüketmediği tespit edilmiştir. Tüketicilerin ambalajlı ekmeği en yüksek oranlarla %48.63 ile alışkanlık olmaması ve %34.93 ile ürünün sıcak olmaması nedenleri ile tercih etmedikleri belirlenirken damak tadına uygun olmama (%28.08), fiyatının yüksek olması (%28.08), temin edilme zorluğu (%21.23), katkı maddesi bulunduğu düşüncesi (%20.55) ve sağlıklı ürünler olarak görülmemesi (%13.01) ambalajlı ekmeğin diğer önemli tüketilmeme nedenleri olarak bulunmuştur.

Kişilerin ambalajlı ekmek tüketim yapısına ilişkin özellikler Çizelge 2'de verilmiştir. Tüketicilerin en önemli ambalajlı ekmek tüketme nedenleri daha hijyenik üretim olması (%72.22), daha sağlıklı ürünler olması (%42.86), etiket bilgilerinin olması (%32.54) ve saklama kolaylığı (%30.95) olarak bulunmuştur. Ambalajlı ekmek etiketinde dikkat edilen unsurlar incelendiğinde kişilerin %79.37'si en yüksek oranla son tüketim tarihine dikkat ettikleri belirlenirken gıdanın adı (%34.13) ve kalite belgeleri (%32.54) tüketiciler tarafından dikkat edilen diğer önemli özelliklerdir. Ambalajlı gıda satın alınması sırasında dikkat edilen hususların ortaya konulduğu bir araştırmada %60.70'lik en yüksek oranla son kullanma tarihinin en çok dikkat edilen husus olduğu tespit edilmiştir (Alpuğuz ve ark., 2009). Diğer bir çalışmada tüketicilerin %49.25'inin öncelikle ekmeğin ambalajlı olmasını

istedikleri belirlenmiştir (Cop ve Doğan, 2009). Başka bir çalışmada tüketicilerin ekmek alırken öncelikle tat, lezzet, kalite ve yumuşaklığı dikkate aldığı bulunurken besin değeri ve ambalajlı olup olmamasının ise önemsenmediği saptanmıştır (Aydın ve Yıldız, 2011). Benzer bir çalışmada kişilerin %60.00'nin ekmeğin ambalajlı olmasına dikkat etmediği tespit edilmiştir (Aksoylu ve ark., 2014).

Çizelge 2. Tüketicilerin ambalajlı ekmek tüketim yapısı

Table 2. Packaged bread consumption structure of consumers

Ambalajlı Ekmek Tüketimine İlişkin Özellikler		Frekans	%
Tüketme Nedenleri*	Daha hijyenik üretim olması	91	72.22
	Daha sağlıklı ürünler olması	54	42.86
	Etiket bilgilerinin olması	41	32.54
	Saklama kolaylığı	39	30.95
	Daha güvenilir olması	33	26.19
	Çeşit ekmek olması	33	26.19
	Aile bireylerinin tercihi	29	23.02
	İsrafi engelleyici olması	29	23.02
	Damak tadına uygun	26	20.63
	Dayanıklılık	26	20.63
	Markalı ürünler olması	14	11.11
	Uzman tavsiyesi	13	10.32
	Ürün Etiketinde Dikkat Edilen Hususlar*	Son tüketim tarihi	100
Gıdanın adı		43	34.13
Kalite belgeleri		41	32.54
İçindekiler listesi		35	27.78
Gıdanın net miktarı		35	27.78
Muhafaza koşulları		32	25.40
Ürünün menşei		27	21.43
İşletme bilgileri		26	20.63
Ambalajlama firma bilgisi		20	15.87
Şikâyet/danışma hattı		17	13.49
İşletme kayıt numarası		15	11.90
Kullanım talimatı		15	11.90
Alerjen uyarısı		14	11.11
Tüketim Sıklığı	Nadiren	50	39.68
	Sıklıkla	58	46.03
	Her zaman	18	14.29
Tüketim Süresi (yıl)	< 5	45	35.71
	5 – 9	46	36.51
	≥ 10	35	27.78
	Ortalama	6.03	
Tüketim Alışkanlığı Kaynağı*	Aileden	38	30.16
	Tanıdıklardan	37	29.37
	Satıcılar	20	15.87
	Reklam vs.	19	15.08
	Diğer tüketiciler	15	11.90
	Kendi tercihi	9	7.14
En Çok Tüketen Aile Üyeleri	Tüm Aile	62	49.21
	Yetişkinler	43	34.13
	Çocuklar	15	11.90
	Yaşlılar	6	4.76

*Birden çok cevap verildiği için toplam %100'ü geçmektedir.

Tüketicilerin %46.03'ü ambalajlı ekmeği sıklıkla tükettiği tespit edilmiş olup, %39.68'i nadiren ve %14.29'u her zaman tükettiğini ifade etmiştir. Ambalajlı ekmek tüketiciler tarafından ortalama 6.03 yıldır tüketilirken kişilerin %36.51'inin en yüksek oranla 5-9 yıldır

ambalajlı ekmeğin tüketildiği bulunmuştur. Tüketim alışkanlığının kazanılmasında daha çok aile (%30.16) ve tanıdıklar (%29.37) ön plana çıkarken satıcılar (%15.87), ürün reklam ve tanıtımları (%15.08) diğer önemli unsurlardır.

3.3. Tüketicilerin Ekmek Tüketimine İlişkin Özellikleri

Tüketicilerin ekmeğin tüketim yapısına ilişkin bilgiler Çizelge 3'de sunulmuştur. Tüketicilerin çoğunlukla normal somun ekmeğin (%77.21) ve tam buğday ekmeği (%61.03) tercih ettikleri belirlenirken kepekli ekmeğin (%38.97) ve çavdarlı ekmeğin (%37.13) tüketilen diğer önemli ekmeğin çeşitleridir. Ambalajlı ekmeğin tüketen kişilerde tam buğday ekmeği (%81.75) tüketimi ön plana çıkmakta olup, ambalajlı ekmeğin tüketmeyen kişilerde normal somun ekmeğin (%82.88) en çok tercih edilen ekmeğin çeşididir. Gül ve ark. (2003) çalışmalarında en çok tercih edilen ekmeğin çeşidinin %89.55'lik oran ile somun ekmeğin ve %77.32'lik oran ile gözleme olduğunu belirlemiştir. Başka bir çalışmada tüketicilerin pide türü ekmeğe büyük ilgi gösterdikleri bulunmuştur (Aydın ve Yıldız, 2011). Diğer bir çalışmada beyaz ekmeğin dışında tercih edilen diğer ekmeğin çeşitlerinin kepekli ekmeğin (%52.00) ve çavdarlı ekmeğin (%15.00) olduğu saptanmıştır (Demir ve Kartal, 2012). Benzer çalışmada beyaz ekmeğin dışındaki ekmeğin çeşitlerinden en yüksek oranla tam buğday ekmeği (%50.20) ve kepekli ekmeğin (%46.00) tüketildiği tespit edilmiştir (Aksoylu ve ark., 2014). Dölekoğlu ve ark., (2014) ise çalışmalarında tüketicilerin %84.70'inin beyaz ekmeğin ve %9.20'sinin kepekli ekmeğin tükettiğini bulmuşlardır. Diğer bir çalışmada katılımcıların üçte birinin ağırlıklı olarak beyaz ekmeğin tükettiği tespit edilmiştir (Sandvik and et al., 2014). Isparta ilinde yapılan bir çalışmada en çok tüketilen ekmeğin çeşitlerinin Isparta ev ekmeği (%46.20) ve beyaz somun ekmeğin (%31.30) olduğu belirlenmiştir (Ertürk ve ark., 2015). Taşçı ve ark. (2017)'nin çalışmalarında normal beyaz ekmeğin (%68.30) ve tam buğday ekmeğinin (%24.30) en çok tüketilen ekmeğin çeşitleri olduğunu saptanırken diğer bir çalışmada çoğunlukla somun ekmeğin (%68.75) ve pidenin (%12.24) tüketildiği bulunmuştur (İkikat Tümer ve ark., 2019). Ailelerde günlük kişi başına ekmeğin tüketimi genel ortalamada %42.65 ile en yüksek oranla 250–350 gr arasındadır ve günlük kişi başına tüketim 277.73 gr olarak hesaplanmıştır. Ambalajlı ekmeğin tüketen kişilerde bu miktar 269.41 ile ambalajlı ekmeğin tüketmeyen kişilere (284.91) kıyasla düşük düzeydedir. Benzer çalışmalarda günlük kişi başına ekmeğin tüketimi Çivi ve ark. (1993)'na göre 462 gr; Elgün ve Ertugay (1995)'a göre 400 gr; Gül ve ark. (2003)'na göre 233.46 gr; Anonim (2014)'e göre 269 gr; Taşçı ve ark. (2017)'na göre 350 gr ve İkikat Tümer ve ark. (2017)'na göre ise 212 gr olarak hesaplanmıştır. Ayrıca, yapılan bir çalışmada Türkiye'nin kişi başına yıllık ekmeğin tüketiminin 2013 yılı için 104 kg olduğunu bildirilmiştir (Eglite and Kunkulberga, 2017). Yapılan çalışmalar günlük ekmeğin tüketim miktarının yıllar itibariyle azalma eğiliminde olduğu göstermektedir. Tüketiciler çoğunlukla ekmeğin fırından (%59.93) ve market/bakkaldan (%52.94) satın alırken ambalajlı ekmeğin tüketmeyen kişilerde fırından satın alma (%65.75) daha çok tercih edilmektedir. Benzer çalışmada ekmeğini marketten alanların oranı %86.00, kendi yapanların oranı %8.00 ve her iki şekilde temin edenlerin oranı %6.00 olarak bulunmuştur (Çivi ve ark., 1993). Başka bir çalışmada ekmeğin satın alınan yerler en yüksek oranlarla %54.57 ile bakkal, %19.01 ile fırın ve %10.62 ile market olarak tespit edilmiştir (Gül ve ark., 2003). Diğer bir çalışmada tüketicilerin en yüksek oranla ekmeğin bakkal (%40.00) ve marketten (%30.00) satın aldığı belirlenmiştir (Aydın ve Yıldız, 2011). Demir ve Kartal (2012) çalışmalarında kişilerin en yüksek oranlarla %45.00'inin ekmeğin marketten, %24.00'ünün fırından ve %13.00'ünün bakkaldan satın aldığını bulmuşlardır. Manisa ilinde yapılan bir çalışmada tüketicilerin çoğunluğunun ekmeğin fırından (%58.00), bakkaldan (%30.00) ve marketten (%25.60) satın aldıkları tespit edilmiştir (Aksoylu ve ark., 2014). Ertürk ve ark. (2015) ise çalışmalarında ailelerin ekmeğin temin yerinin %64,10 ile fırın, %15.40 ile bakkal ve %14.60 ile market olduğu

bulmuşlardır. Tüketicilerin satın alma yer tercihi nedenleri olarak yakın olması, hijyen dikkat edilmesi, istenilen ekmek çeşitlerini bulabilme, işletmeciyi tanıma, diğer gıdalarla birlikte satın alma kolaylığı, fiyatın uygun olması, aile bireylerinin tercih etmesi ve alışkanlık olması ön plan çıkan hususlardır. Benzer çalışmalarda ekmek satın alma yerinin tercih nedenleri araştırma ile benzerlik göstermekte olup, Gül ve ark., (2003)'na göre tazelik (%39.06) ve mesafe (%31.77); Aydın ve Yıldız (2011)'a göre eve yakınlık (%43.25); Demir ve Kartal (2012)'a göre yakınlık (%34.00) ve birçok ekmek çeşidinin bir arada bulunabilmesi (%23.00) ve Aksoylu ve ark., (2014)'na göre yakınlık (%37.00) ve kaliteli ve temizlik (%30.00) olduğu bulunmuştur. Tüketiciler genel ortalama en yüksek oranla (%58.09) ekmek fiyatlarını normal bulmakta olup, ambalajlı ekmek tüketmeyen kişilerde bu oran %61.64 ile diğer gruba göre yüksek düzeydedir. Ekmek fiyatlarını pahalı bulan kişilerin oranı ise ambalajlı ekmek tüketen grupta diğer gruba göre %43.65 ile daha yüksektir. Gül ve ark., (2003) çalışmalarında tüketicilerin çoğunlukla %47.75'inin, Taşçı ve ark., (2017) ise çoğunlukla %49.20'sinin ekmek fiyatlarını normal olarak değerlendirdiği bulunmuştur. Yapılan bir çalışmada buğday ekmeği seçim faktörleri içerisindeki en önemli faktörün fiyat olduğu tespit edilmiştir (Eglite and Kunkulberga, 2017). Tüketicilerin genel ortalama %61.40'ı ekmek gramajını normal bulmakta olup, bu oran tüketici gruplarında birbirine yakındır. Tüketicilerin yaklaşık üçte biri ise ekmek gramajını düşük bulmaktadır. Benzer bir çalışmada hanelerin %65.20'sinin ekmek gramajından memnun olduğu belirlenmiştir (Anonim, 2014). Tüketicilerin genel ortalama %40.07'sinde ambalajlı ekmek tüketmenin tüketim miktarını azaltacağı düşüncesinin hâkim olduğu bulunurken ambalajlı ekmek tüketen kişilerin %62.70'i diğer gruba göre (%20.55) oldukça yüksek oranda ekmek tüketim miktarını azaltacağı düşünmesi ilgi çekicidir. Tüketicilerin üçte birinden fazlası (%35.29) gereğinden fazla ekmek satın alma durumlarının söz konusunu olduğunu belirtirken bu oran ambalajlı ekmek tüketen kişilerde %38.10 ile daha yüksek orandadır. Tedbir amaçlı fazla satın alma (%64.71), misafir gelme ihtimali (%31.25) ve alışkanlık olması (%26.04) tüketicilerin gereğinden fazla ekmek satın alma nedenleridir. Benzer çalışmada ailelerin %13.80'inin günlük ihtiyaçtan biraz fazla ekmek satın aldığı bulunmuştur (Anonim, 2014). Diğer bir çalışmada kişilerin %89,10'unun ihtiyacından fazla ekmek satın aldığı tespit edilmiştir (Dölekoğlu ve ark., 2014). Başka bir çalışmada ailelerin %37.50'sinin günlük ihtiyaçtan biraz fazla ekmek aldığı bulunmuştur (Ertürk ve ark., 2015). Taşçı ve ark., (2017) ise çalışmalarında tüketecekleri miktardan daha fazla ekmek alan tüketicilerin (%37.20) çoğunlukla evlerinde fazladan ekmek bulundurmaya istediklerini (%76.20) saptamışlardır. Tüketicilerin genel ortalama %26.84'ünün organik ekmek tükettiği bulunurken organik ekmek tüketme durumu ambalajlı ekmek tüketen kişilerde diğer gruba kıyasla (%15.75) oldukça yüksek oranda olduğu (%39.68) tespit edilmiştir. Genel ortalama tüketicilerin %40.07'si en yüksek oranla ekmeği en çok akşam öğününde tüketmekte olup, ambalajlı ekmek tüketen kişilerin %43.65'i sabah ve tüketmeyenlerin ise %42.46'sı akşam tüketmesi ilgi çekicidir. Aksoylu ve ark., (2014)'na göre ekmek en yüksek oranla %48.30 ile kahvaltıda tüketilirken %44.40 ile akşam yemeğinde ve %17.10 ile öğle yemeğinde tüketilmektedir (Aksoylu ve ark., 2014). Diğer bir çalışmada ise ekmeğin %40.30 ile en çok akşam öğününde tüketildiği bulunurken %35.50 ile sabah, %22.00 ile öğle ve %2.10 ile ara öğünlerde tüketildiği bulunmuştur (Anonim, 2014). Tüketicilerin büyük çoğunluğu artan ekmekleri tekrar insan gıdası (%72.79) olarak tüketmektedirler. Başka bir şekilde söylenecek olursa tüketicilerin %27.21'i ekmeği hayvan gıdası olarak tüketim ve çöpe atma şeklinde israf ettikleri tespit edilmiştir. Ekmeğin israf edilme durumu ambalajlı ekmek tüketen kişilerde diğer gruba göre daha düşük düzeydedir.

Çizelge 3. Tüketicilerin ekmek tüketimi yapısı

Table 3. Bread consumption structure of consumers

Özellikler		Ambalajlı Ekmek Tüketim Durumu					
		Tüketen		Tüketmeyen		Genel	
		Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Tüketilen Ekmek Çeşitleri*	Normal somun ekmek	89	70.63	121	82.88	210	77.21
	Tam buğday ekmeği	103	81.75	63	43.15	166	61.03
	Kepekli ekmek	58	46.03	48	32.88	106	38.97
	Çavdarlı ekmek	57	45.24	44	30.14	101	37.13
	Lavaş	30	23.81	45	30.82	75	27.57
	Trabzon ekmeği	23	18.25	36	24.66	59	21.69
	Pide	24	19.05	33	22.60	57	20.96
	Köy ekmeği	26	20.63	31	21.23	57	20.96
	Tandır ekmeği	21	16.67	29	19.86	50	18.38
	Karışık tahıllı ekmek	28	22.22	15	10.27	43	15.81
	Mısırlı ekmek	18	14.29	19	13.01	37	13.60
	Yulaflı ekmek	21	16.67	11	7.53	32	11.76
Kişi Başına Ekmek Tüketimi (gr/gün)	< 250	44	34.92	46	31.51	90	33.09
	250 – 350	58	46.03	58	39.72	116	42.65
	> 351	24	19.05	42	28.77	66	24.26
	Ortalama	269.41		284.91		277.73	
Satın Alma Yer Tercihisi*	Ekmek fırını	67	53.17	96	65.75	163	59.93
	Market/bakkal	68	53.97	76	52.05	144	52.94
	Evde kendisi	40	31.75	42	28.77	82	30.15
	Halk ekmek büfeleri	37	29.37	29	19.86	66	24.26
	Süper/hipermarket	36	28.57	23	15.75	59	21.69
	Organik pazar	14	11.11	2	1.37	16	5.88
	Semt pazarı	4	3.17	1	0.69	5	1.84
Ekmek Fiyatları	Normal	68	53.97	90	61.64	158	58.09
	Pahalı	55	43.65	50	34.25	105	38.60
	Ucuz	3	2.38	6	4.11	9	3.31
Ekmek Gramajı	Normal	78	61.91	89	60.96	167	61.40
	Düşük	39	30.95	50	34.25	89	32.72
	Yüksek	9	7.14	7	4.79	16	5.88
Ambalajlı Ekmek Tüketme Durumu	Tüketim miktarını artırır	16	12.70	14	9.59	30	11.03
	Tüketim miktarını azaltır	79	62.70	30	20.55	109	40.07
	Etkilemez	31	24.60	102	69.86	133	48.90
Fazla Satın Alma Durumu	Evet	48	38.10	48	32.88	96	35.29
	Hayır	78	61.90	98	67.12	176	64.71
Fazla Satın Alma Nedenleri*	Tedbir amaçlı	25	52.08	23	47.92	48	50.00
	Misafir gelebilir	17	35.42	13	27.08	30	31.25
	Alışkanlık	8	16.67	17	35.42	25	26.04
Organik Ekmek Tüketme Durumu	Evet	50	39.68	23	15.75	73	26.84
	Hayır	76	60.32	123	84.25	199	73.16
En Çok Ekmek Tüketilen Öğün	Sabah	55	43.65	48	32.88	103	37.87
	Öğle	24	19.05	36	24.66	60	22.06
	Akşam	47	37.30	62	42.46	109	40.07
Artan Ekmeklerin Değerlendirme Şekli*	Tekrar insan gıdası	94	74.60	104	71.23	198	72.79
	Hayvan gıdası	31	24.60	43	29.45	74	27.21
	Çöpe atma	14	11.11	11	7.53	25	9.19
Ekmek İsrâf Nedenleri*	Fazla satın alma	101	80.16	110	75.34	211	77.57
	Düzensiz tüketim	46	36.51	47	32.19	93	34.19
	Yetersiz tüketici bilinci	55	43.65	36	24.66	91	33.46
	Çabuk bayatlama	29	23.02	37	25.34	66	24.26
	Hane halkı büyüklüğü	20	15.87	16	10.96	36	13.24
	Ucuz olması	16	12.70	15	10.27	31	11.40
Ambalajlı Ekmek İsrâfi Önleme	Evet	88	69.84	42	28.77	130	47.79
	Hayır	38	30.16	104	71.23	142	52.21

Yapılan bir çalışmada israf edilen ekmek miktarı günde ortalama %11.10 olarak hesaplanmış olup, artan ekmeklerin sonraki günlerde değerlendirilmediği ve hayvan yiyeceği olarak satıldığı belirlenmiştir (Arslan ve Yüksel, 1986). Başka bir çalışmada artan ekmekleri değerlendirme şekilleri en yüksek oranlarla %37.60 ile başka bir yiyecek yapma ve %32.70 ile hayvanlara verme olarak bulunmuştur (Çivi ve ark., 1993). Diğer bir çalışmada kişilerin %44.30'unun ekmeği israf ettiği tespit edilmiştir (Aydın ve Yıldız, 2011). Aksoylu ve ark., (2014) çalışmalarında tüketicilerin %23.00'ünün çöpe ekmek attığı bulunurken bayat ekmekleri değerlendirdiğini ifade eden tüketicilerin (%82.00) ekmeği kurutarak (%38.30), yemek yaparak (%24.90), diğer yollarla (%24.30) (tost, çorba yapma, hayvanlara verme) ve buzlukta saklayarak (%16.10) değerlendirdiği bulunmuştur. Benzer çalışmada ailelerin %15.50'inde ekmek israfı yapıldığı belirlenirken tamamen tüketilinceye kadar bir sonraki öğünde tekrar sofraya getirme (%76.70), yiyecek olarak başka şekilde değerlendirme (%47.50) ve hayvanlara verme (%15.50) kalan veya alındığı gün tüketilmeyen ekmekleri değerlendirme şekilleridir (Anonim, 2014). Dölekoğlu ve ark., (2014) çalışmalarında ekmek israf oranını %38.20 olarak hesaplarken bunun %30.10'unu hayvansal besin maddesi olarak değerlendirme %8.10'unu ise çöpe atılmadan kaynakladığı tespit edilmiştir. Aynı çalışmada ihtiyaç fazlası veya bayat ekmeklerin yemek-tatlı yapımı (%40.80) ve hayvansal besin olarak kullanma (%30.10) şeklinde değerlendirildiği bulunmuştur. Diğer bir çalışmada günlük alınan ekmeklerin ortalama %13.61'inin gününde tüketilemeyerek arttığı, %4.73'ünün bayatladığı ve %1.18'inin ise tüketilemeyerek küflendiği saptanırken yine insan gıdası olarak tüketme (%87.80), sokak hayvanlarına verme (%76.30), küçükbaş/büyükbaş hayvan besleyenlere verme (%54.40) ve kendi hayvanlarına verme (%27.20) ve çöpe atma (%8.90) ailelerin bayatlayan ekmekleri değerlendirme şekilleri olarak tespit edilmiştir (Ertürk ve ark., 2015). Yapılan bir çalışmada tüketicilerin bayatlayan ekmekleri tekrar gıda olarak tüketme (%87.70), hayvan beslenmesi amacıyla ekmek toplayan kişilere verme (%10.10) ve çöpe atma (%2.20) şeklinde değerlendirdiği saptanmıştır (Taşçı ve ark., 2017). Benzer bir çalışmada tüketicilerin günlük tükettikleri ekmeğin %9.17'sini israf ettiği bulunmuş olup, artan ekmeklerin ısıtıp/kızartıp yeniden tüketme (%29.43), farklı yemeklerde (köfte vb.) değerlendirme (%23.96) ve hayvanlara yem olarak verme (%14.06) şeklinde değerlendirildiği belirlenmiştir (İkikat Tümer ve ark., 2019). Gereğinden fazla satın alma (%77.57) en önemli ekmek israf nedeni olarak görülürken düzensiz tüketim (%34.19) ve yetersiz tüketici bilinci (%33.46) diğer önemli ekmek israf nedenleridir. Tüketicilerin yarısına yakını (%47.79) ambalajlı ekmek tüketiminin israfı önleyeceğini düşünürken ambalajlı ekmek tüketen kişilerin %69.84'ü, tüketmeyen kişilerin ise %28.77'si israfı önleyeceğini bildirmesi önemlidir. Yapılan bir çalışmada ekmeğin büyük dilimler halinde servisi (%56.70) ve ihtiyaçtan fazla satın alınması (%33.20) en önemli israf nedenleri olarak bulunurken israfı önlemek için çoğunlukla ekmeğin ince dilimlenmiş olarak servis edilmesi (%41.10) ve günlük menüye göre ekmek satın alınması (%29.40) önerilmiştir (Arslan ve Yüksel, 1986). Başka bir çalışmada ekmek israfının önlenmesi için ekmek boyutlarının küçültülmesi gerektiği (%54.00) ifade edilmiştir (Çivi ve ark., 1993). Gül ve ark. (2003)'ün çalışmalarında bayat ekmekten hoşlanmama (%49.43), ihtiyaçtan fazla satın alma (%37.93), alışkanlık (%39.08) ve değerlendirme yöntemini bilmeme (%34.48) en önemli ekmek israfı gerekçeleri olarak bulunurken ekmek israfını azaltma konusundaki en önemli görüşün ihtiyaç kadar satın almak (%63.25) olduğu belirtilmiştir. Şanlıer (2013), ekmeğin israfına neden olan faktörleri gereğinden fazla ekmek satın alma, satın alınan ekmeğin uygun koşullarda saklamama ve kalitesinin düşük olması şeklinde sıralamıştır. Diğer bir çalışmada en önemli ekmek israf nedenleri gereğinden fazla satın alma (%65.00), düzenli tüketilememe (%20.00) ve ekmeğin çabuk bayatlaması (%11.00) olarak tespit edilmiştir (Aksoylu ve ark., 2014). Benzer çalışmada ihtiyaçtan fazla ekmek alınma (%74.20) ve ekmek israfının önlenmesinde

bilgisizlik (%29.20) en önemli ekmek israfı nedenleridir (Anonim, 2014). Başka bir çalışmada diğer tüketici ambalajlama çözümlerinin ekmeğin daha uzun süre taze tutulması ve israfın azaltılması konularında etkili olacağı ifade edilmiştir (Svanes and et al., 2018).

3.4. Tüketicilerin Özellikleri ile Ambalajlı Ekmek Tüketim Durumu Arasındaki İlişkiler

Tüketicilerin özellikleri ile ambalajlı ekmek tüketip tüketmemeleri arasındaki ilişkiyi ortaya koyan Khi-Kare testi sonuçları Çizelge 4 ve 5'te verilmiştir.

Çizelge 4. Tüketicilerin sosyo-ekonomik özellikleri ile ambalajlı ekmek tüketim durumu arasındaki ilişkiler
Table 4. Relationships between socio-economic characteristics of consumers and packaged bread consumption

Özellikler		Ambalajlı Ekmek Tüketim Durumu					
		Tüketen		Tüketmeyen		Genel	
		Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Cinsiyet	Erkek	76	47.80	83	52.20	159	100.00
	Kadın	50	44.25	63	55.75	113	100.00
		$X^2 = 0.335$		$P = 0.563$		$df = 1$	
Yaş (yıl)	≤ 30	39	46.99	44	53.01	83	100.00
	31 – 44	52	42.62	70	57.38	122	100.00
	≥ 45	35	52.24	32	47.76	67	100.00
		$X^2 = 1.629$		$P = 0.443$		$df = 2$	
Memleket	İç Bölgeler	44	46.81	50	53.19	94	100.00
	Kıyı Bölgeler	82	46.07	96	53.93	178	100.00
		$X^2 = 0.014$		$P = 0.907$		$df = 1$	
İstanbul'da Yaşama Süresi (yıl)	< 20	47	49.47	48	50.53	95	100.00
	20 – 30	37	36.27	65	63.73	102	100.00
	≥ 31	42	56.00	33	44.00	75	100.00
		$X^2 = 7.346$		$P = 0.025$		$df = 2$ CC=0.16	
Öğrenim Durumu	İlköğretim	34	37.36	57	62.64	91	100.00
	Ortaöğretim	40	46.51	46	53.49	86	100.00
	Yükseköğretim	52	54.74	43	45.26	95	100.00
		$X^2 = 5.644$		$P = 0.059$		$df = 2$ CC=0.14	
Meslekler	Sabit Ücretli	84	47.19	94	52.81	178	100.00
	Değişken	27	50.94	26	49.06	53	100.00
	Ücretsiz	15	36.59	26	63.41	41	100.00
		$X^2 = 2.073$		$P = 0.355$		$df = 2$	
Medeni Hal	Evli	85	45.45	102	54.55	187	100.00
	Bekâr-Boşanmış	41	48.24	44	51.76	85	100.00
		$X^2 = 0.182$		$P = 0.670$		$df = 1$	
Eş Çalışma Durumu	Evet	41	45.05	50	54.95	91	100.00
	Hayır	44	45.83	52	54.17	96	100.00
		$X^2 = 0.011$		$P = 0.915$		$df = 1$	
Ailedeki Birey Sayısı (kişi)	≤ 3	51	44.35	64	55.65	115	100.00
	4	46	52.27	42	47.73	88	100.00
	≥ 5	29	42.03	40	57.97	69	100.00
		$X^2 = 1.945$		$P = 0.378$		$df = 2$	
Aile Geliri (TL/ay)	0 – 2000	10	35.71	18	64.29	28	100.00
	2001 – 5000	59	42.14	81	57.86	140	100.00
	5001 – 7500	33	49.25	34	50.75	67	100.00
	7501 – +	24	64.86	13	35.14	37	100.00
		$X^2 = 7.599$		$P = 0.055$		$df = 3$ CC=0.16	
Aile Gıda Harcaması (TL/ay)	0 – 350	8	66.67	4	33.33	12	100.00
	351 – 750	40	41.24	57	58.76	97	100.00
	751 – 1500	50	47.17	56	52.83	106	100.00
	1501 – +	28	49.12	29	50.88	57	100.00
		$X^2 = 3.217$		$P = 0.359$		$df = 3$	
Aile Ekmek Harcaması (TL/ay)	0 – 50	37	56.92	28	43.08	65	100.00
	51 – 100	48	45.28	58	54.72	106	100.00
	101 – 150	28	36.36	49	63.64	77	100.00
	151 – +	13	54.17	11	45.83	24	100.00
		$X^2 = 6.649$		$P = 0.084$		$df = 3$ CC=0.15	

Çizelge 4 incelendiğinde İstanbul'da yaşama süreleri ile ambalajlı ekme tüketimleri arasında istatistiksel olarak %5 önem düzeyinde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiş olup, bu değişkenler için hesaplanan bağımlılık katsayısı 0.15'tir. Ambalajlı ekme tüketiminin İstanbul'da 30 yıldan fazla süredir yaşayan kişilerde daha yaygın olduğu bulunmuştur. Tüketicilerin öğrenim durumları ile ambalajlı ekme tüketim durumları arasında %10 önem düzeyinde istatistiksel bir ilişki söz konusudur ve bağımlılık katsayısı 0.14 olarak hesaplanmıştır. Kişilerin öğrenim düzeyleri yükseldikçe ambalajlı ekme tüketiminin arttığı belirlenirken ambalajlı ekme tüketimi en yüksek oranla yükseköğretim mezunu kişilerin tercih ettiği saptanmıştır. Ailede geliri ile ambalajlı ekme tüketimi arasında istatistiksel olarak %10 önem düzeyinde anlamlı bir ilişki bulunmuştur ve bu iki değişken arasındaki ilişki için belirlenen bağımlılık katsayısı 0.16 olarak saptanmıştır. Chi-kare dağılımı, yüksek aile gelirine sahip olmanın ambalajlı ekme tüketme olasılığını artırdığını ortaya koymaktadır. Ailelerin aylık ekme harcaması ile ambalajlı ekme tüketimi arasında istatistiksel olarak %10 önem düzeyinde anlamlı bir ilişkinin varlığı söz konusudur ve bu ilişkiye ait bağımlılık katsayısı 0.15'dir. Ambalajlı ekme tüketimi en yüksek oranla aylık ekme harcaması en düşük olan 0-50 TL'lik grup ile aylık ekme harcaması en yüksek olan 150 TL'den daha fazla harcama yapan kişilerin grup tercih etmektedir. Buna karşın, bireylerin cinsiyeti, yaşı, memleketi, mesleği, medeni hali, eş çalışma durumu, ailedeki birey sayısı, ailenin aylık gıda harcaması ile ambalajlı ekme tüketimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir.

Kişilerin ekme tüketim yapısı ile ambalajlı ekme tüketim durumu arasındaki ilişki Çizelge 5'te ortaya konulmuştur.

Çizelge 5. Tüketicilerin ekme tüketim yapısı ile ambalajlı ekme tüketim durumu arasındaki ilişkiler

Table 5. Relationships between bread consumption structure of consumers and packaged bread consumption

Özellikler		Ambalajlı Ekme Tüketim Durumu					
		Tüketen		Tüketmeyen		Genel	
		Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Kişi Başına Ekme Tüketimi (gr/gün)	< 250	44	48.89	46	51.11	90	100.00
	250 – 350	58	50.00	58	50.00	116	100.00
	> 350	24	36.36	42	63.64	66	100.00
		$X^2 = 3.502$		$P = 0.174$		$df = 2$	
Ekme Fiyatları	Normal	68	43.04	90	56.96	158	100.00
	Pahalı	55	52.38	50	47.62	105	100.00
	Ucuz	3	33.33	6	66.67	9	100.00
		$X^2 = 2.846$		$P = 0.241$		$df = 2$	
Ekme Gramajı	Normal	78	46.71	89	53.29	167	100.00
	Yüksek	9	56.25	7	43.75	16	100.00
	Düşük	39	43.82	50	56.18	89	100.00
		$X^2 = 0.868$		$P = 0.648$		$df = 2$	
Ambalajlı Ekme Tüketme Durumu	Tüketim miktarını artırır	16	53.33	14	46.67	30	100.00
	Tüketim miktarını azaltır	79	72.48	30	27.52	109	100.00
	Etkilemez	31	23.31	102	76.69	133	100.00
		$X^2 = 58.911$		$P = 0.000$		$df = 2$ CC=0.42	
Fazla Satın Alma Durumu	Evet	48	50.00	48	50.00	96	100.00
	Hayır	78	44.32	98	55.68	176	100.00
		$X^2 = 0.806$		$P = 0.369$		$df = 1$	
Organik Ekme Tüketme Durumu	Evet	50	68.49	23	31.51	73	100.00
	Hayır	76	38.19	123	61.81	199	100.00
		$X^2 = 19.723$		$P = 0.000$		$df = 1$ CC=0.26	
En Çok Ekme Tüketilen Öğün	Sabah	55	53.40	48	46.60	103	100.00
	Öğle	24	40.00	36	60.00	60	100.00
	Akşam	47	43.12	62	56.88	109	100.00
		$X^2 = 3.527$		$P = 0.317$		$df = 3$	
Ambalajlı Ekme İsrافی Önleme	Evet	88	67.69	42	32.31	130	100.00
	Hayır	38	26.76	104	73.24	142	100.00
		$X^2 = 45.730$		$P = 0.000$		$df = 1$ CC=0.38	

Çizelge 5 incelendiğinde ambalajlı ekmek tüketmenin tüketim miktarına etkisi ile ambalajlı ekmek tüketim durumu arasında %1 önem düzeyinde istatistiksel olarak ilişki olduğu görülmektedir. Bu ilişkiye ait bağımlılık katsayısı 0.42 olarak hesaplanmış olup, bu iki değişken arasında güçlü bir ilişkinin olduğunu ortaya koymaktadır. Khi-kare testi sonucu ambalajlı ekmek tüketmenin tüketim miktarını azalttığını düşünen kişilerde ambalajlı ekmek tüketme durumunun daha yaygın olduğunu göstermektedir. Tüketicilerin organik ekmek tüketme durumu ile ambalajlı ekmek tüketimi arasında istatistiksel olarak %1 önem düzeyinde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ve bağımlılık katsayısı 0.26 olarak saptanmıştır. Tüketicilerin organik ekmek tüketme durumu arttıkça ambalajlı ekmek tüketme olasılığının arttığı ifade edilebilir. Ambalajlı ekmek tüketiminin israfı önlediğini düşünenlerin oranı arttıkça ambalajlı ekmek tüketme olasılığının yükseldiği tespit edilmiştir. Khi-kare testi sonucu da bu durumu doğrulamakta olup, ambalajlı ekmeğin ekmek israfını önleme durumu ile ambalajlı ekmek tüketimi arasında istatistiksel olarak %1 önem düzeyinde bir ilişki vardır. Bağımlılık katsayısının 0.38 olarak bulunması güçlü bir ilişkinin varlığını göstermektedir. Ancak, kişi başına günlük ekmek tüketimi, ekmek fiyatı ve gramajı hakkındaki düşünceler, ekmeği fazla satın alma durumu ve ekmeğin en çok tüketildiği öğün değişkenlerinin ambalajlı ekmek tüketim durumunu etkilemediği tespit edilmiştir.

4. Sonuç

Türkiye’de ambalajlı ekmek üretim ve tüketiminin son yıllarda artış gösterdiği ifade edilebilir. Yapılan bu araştırma, Türkiye’de tüketicilerin ambalajlı ekmek tüketim tercihleri üzerine yapılmış bir çalışmanın olmaması, İstanbul ili Küçükçekmece ilçesinin yoğun nüfus yapısı ve sosyo-ekonomik özellikleri bakımından farklı tüketici gruplarını bünyesinde barındırması ve ambalajlı ekmek tüketimine yönelik yapılan ilk çalışma olması bakımından önemli bulunmuştur. Araştırmada, tüketicilerin çoğunluğunun erkek, genç sayılabilecek yaşta, memleketleri Karadeniz bölgesinden olan, uzun süredir İstanbul’da yaşayan, lise mezunu, işçi, evli, ortalama 4 kişilik aileden oluşan ve yaklaşık ailede 2 kişinin çalıştığı ve 2001–5000 TL arası aylık gelire sahip bir yapı gösterdikleri belirlenmiştir. Tüketicilerin yaklaşık yarısının ambalajlı ekmek tükettiği bulunurken alışkanlık olmaması ve ürünün sıcak olmaması ambalajlı ekmeğin en önemli tercih edilememesi nedenleridir. Ambalajlı ekmeğin tüketiciler tarafından çoğunlukla daha hijyenik üretim olması, daha sağlıklı ürünler olarak görülmesi, ürünlerde etiket bulunması ve saklama kolaylığı nedenleri ile tercih edildiği görülmektedir. Tüketicilerin etiket üzerinde son tüketim tarihi, gıdanın adı, kalite belgeleri, içindekiler listesi ve gıdanın net miktarını önemsedikleri belirlenirken bu durum tercih nedenlerinden hijyenik üretim ve sağlıklı ürün isteğini doğrular niteliktedir. Ambalajlı ekmeğin çoğunlukla tüm aile tarafından sıklıkla ve 5–9 yıldır tüketildiği bulunmuş olup, tüketim alışkanlığının aileden ve tanıdıklardan kaynaklandığı tespit edilmiştir. Ambalajlı ekmek tüketen kişiler çoğunlukla tam buğday ekmeği tüketirken diğer grubun normal somun ekmeği tercih ettiği bulunmuştur. Kişi başına günlük ekmek tüketim miktarı ambalajlı ekmek tüketenlerde daha düşük seviyede olup, ekmeğin fiyatını pahalı bulanların oranı bu grupta daha yüksek bulunmuştur. Tüketicilerin tamamı ekmeğin gramajını normal bulurken ambalajlı ekmek tüketen kişilerin ambalajlı ekmek tüketiminin kişi başına günlük tüketim miktarını azaltacağını ve ekmek israfı önleyeceğini düşünmeleri dikkat çekicidir. Tüketicilerin sosyo-ekonomik özellikleri ve ekmek tüketim yapısı ile ambalajlı ekmek tüketim durumu arasındaki ilişkinin varlığı Khi-kare testi araştırılmış olup, ambalajlı ekmek tüketim durumunun tüketicilerin İstanbul’da yaşama süresi, öğrenim durumu, aile geliri, ailenin aylık ekmek harcaması, organik ekmek tüketme durumu ve ambalajlı ekmek tüketim durumunun tüketim miktarına etkisi değişkenleri ile ilişkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Bu sonuçlar dikkate alındığında ambalajlı ekmeğin daha sağlıklı, hijyenik ve güvenilir ürünler olarak görülmesi ve ekmeğin israfı ile günlük tüketim miktarını azaltıcı yönde etkileyeceği düşünceleri nedeniyle ambalajlı ekmeğin tüketen ve tüketmeyen kişilerin özelliklerinin ve tercih nedenlerinin, üretim ve tüketimini özendirici desteklerin, uygun fiyat ile üretimini sağlayıcı tedbirlerin, ambalaj malzemesi ve etiket bilgilerinde tüketiciyi bilinçlendirmeyi yönelik çalışmaların konu ile ilgili kamu ve özel birimler tarafından önemsenmesi, belirlenmesi ve uygulanmasının ambalajlı ekmeğin üretim ve tüketimini yaygınlaştırılabileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

5. Kaynaklar

- Abdel-Kader, Z.M., 2000. Enrichment of Egyptian 'Balady' bread. Part 1. Baking studies, physical and sensory evaluation of enrichment with decorticated cracked broadbeans flour (*Vicia faba* L.). *Food/Nahrung* 44 (6): 418-421.
- Açan B., 2007. Kolayda mallarda müşteri profili ve tüketim tercihleri: İstanbul Halk Ekmek müşterilerine yönelik bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* Cilt:21, Sayı:2, Sayfa:261-280.
- Aksoylu, Z., Yeyinli Savlak, N., Yangıç, Ç., Çağındı, Ö., Köse, E., 2014. Manisa il merkezinde bireylerin ekmeğin çeşitlerini tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi. *Gıda*, 39 (3): 147-154, doi: 10.5505/gıda.26818.
- Alpuğuz, G., Erkoç, F., Mutluer, B., Selvi, M., 2009. Gençlerin (14-24 yaş) gıda hijyeni ve ambalajlı gıdaların tüketimi konusundaki bilgi ve davranışlarının incelenmesi. *Türk Hijyen ve Deneysel Biyoloji Dergisi*, 66(3): 107-115.
- Anonim, 2014. Ekmeğin Tüketimiyle İlgili Tutum ve Davranışlar İle Ekmeğin İsrafı ve İsfaf Üzerinde Etkili Olan Faktörler Araştırması, T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı TMO Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Anonim, 2018. TÜİK (<https://biruni.tuik.gov.tr>) [Erişim Tarihi: 30.10.2018]
- Armero, E. and Collart, C., 1998. Crumb firming kinetics of wheat breads with anti-staling additives. *Journal of Cereal Science* 28: 165-174.
- Arslan, P. ve Yüksel, A., 1986. Toplu beslenme yapan kurumlarda ekmeğin tüketimi, atımı ve israfın önlenmesi konusunda alınacak önlemlerle ilgili bir araştırma, *Gıda Dergisi*, Yıl:11, Sayı: 6, Sayfa: 359-362.
- Aydın, F. ve Yıldız, Ş., 2011. Sivas ilinde ekmeğin tüketim alışkanlıkları ve tüketici dinamiklerinin belirlenmesi, *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 42 (2), 165-180, Erzurum.
- Baik, M.Y. and Chinachoti, P., 2000. Moisture redistribution and phase transitions during bread staling, *Cereal Chem.*, 77(4):484-488.
- Baş, T. 2008. Anket. Araştırma Yöntemleri Dizisi: 2, Seçkin Yayıncılık, 5. Baskı, Ankara.
- Baygut, H., Esin, K., Yoldaş, H., Hızlı, H., Göksu Şenöz, M., Garipağaoğlu Denizhan, M., 2016. İstanbul'da yaşayan bir grup yetişkinde tüketilen ekmeğin çeşidi ile BKİ arasındaki ilişkinin belirlenmesi, *H.Ü. Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, Cilt: 3, Ek: 1 Ankara.
- Cop, R. ve Doğan, H., 2009. Ekmeğin üretiminde yeni ürün geliştirme ve tüketici tutumlarıyla ilgili bir uygulama, *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 2009-1, Sayı: 18, Bolu.
- Csapóné Riskó, T., Péntek, Á., Wiwczarowski, T., 2017. Bread Consumption Habits In The Gluten Free Diet. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*. doi: 10.19041/Abstract/2017/3-4/16.
- Çağrı, H., 2016. İsfaf Sorunu: Türkiye'de Ekmeğin İsrafı Sorunu ve Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı (Yüksek Lisans Tezi), Nevşehir.
- Çetin, A., 2013. Ekmeğin ve yeni ekmeğin tebliği, *Balıkesir İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü Dergisi*, Yıl:1, Sayı:1, Sayfa: 23-25, Balıkesir.
- Çivi, H., Gürler, A.Z., Esengün, K., Karkacier, O., 1993. Tokat il merkezinde yaşayan hane halklarının ekmeğin tüketim durumu üzerine bir araştırma. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, Sayı:10, Sayfa:90-96, Tokat.
- Demir, M.K. ve Kartal, H., 2012. Konya ilinde farklı ekmeğin çeşitlerini tüketen bireyler üzerinde yapılan bir anket çalışması, *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, Cilt: 7, No: 3, Sayfa: 59-64.
- Dokkum, W.V., Frolich, W., Saltmarsh, M., Gee, J., 2008. The health effects of bioactive plant components in food: results and opinions of the EU COST 926 action. *Nutrition Bulletin* 33(2): 133-139.
- Dölekoğlu, C.Ö., Giray, F.H., Şahin, A., 2014. Mutfaktan çöpe ekmeğin: Tüketim ve değerlendirme, *Akademik Bakış Dergisi*, İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi, Kırgız-Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sayı: 44, Kırgızistan.

- Düzgüneş, O., Kesici, T., Gürbüz, F., 1983. İstatistik Metodları I. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları: 861, Ders Kitabı: 229, Ankara.
- Eglite, A. and Kunkulberga, D., 2017. Bread choice and consumption trends. Baltic Conference on Food Science and Technology FOODBALT "Food for consumer well-being". Latvia University of Life Sciences and Technologies, 11, 178–182. doi: <http://doi.org/10.22616/foodbalt.2017.005>.
- Elgün, A. ve Ertugay, Z., 1995. Tahıl İşleme Teknolojisi, Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları No:718, Erzurum.
- Elgün, A. ve Ertugay Z., 2002. Tahıl İşleme Teknolojisi. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları No: 297, Ders Kitapları Serisi No: 52, Erzurum, 481s.
- Ergun, R., 2014. Türkiye'ye Özgü Bazı Ekmek Türlerinin Glisemik İndeks Değerlerinin Saptanması, Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü (Yüksek Lisans Tezi), Ankara.
- Ertürk, A., Arslantaş, N., Sarıca, D., Demircan, V., 2015. Isparta ili kentsel alanda ailelerin ekmek tüketimi ve israfı, Akademik Gıda, 13 (4), 291-298.
- Gencer, H., 2011. "İnsan ve Beslenme". TGDF Gıda Kongresi 22-23 Kasım.
- Guiné, R., Matos, M., Henriques, C. and Correia, P. (2016). Preferences and Consumer Habits Related to Bread in the Centre of Portugal. Nutrition & Food Science, 46(3): 306-320.
- Gujarati, D.N., 1995. Basic Econometrics. 3rd Edition, McGraw-Hill, Inc., New York, p. 838.
- Gül, A., Isik, H., Bal, T., Özer, S., 2003. Bread consumption and waste of households in urban area of Adana Province. Electronic Journal of Polish Agricultural Universities, 6(2), 10. Retrieved from <http://www.ejpau.media.pl/volume6/issue2/food/art-10.html>.
- Hanssen, O.J., Østergaard, S., Svanes, E. 2015. Food waste prevention through improved packaging and distribution in the fresh bakery sector, In Proceedings of the IAPRI World Conference, Valencia, Spain, 8–11 June 2015.
- Hayıt, F. ve Gül, H., 2015. Karabuğdayın sağlık açısından önemi ve unlu mamullerde kullanımı, U.Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt:29, Sayı:1, Sayfa:123–131.
- İkikat Tümer, E., Aytop, Y., Yavuz, KB., 2019. Ekmek israf etme durumunun ve israfa etkili faktörlerin belirlenmesi: Kahramanmaraş kent merkezi örneği, Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi, 6(3): 432-439.
- Karaoğlu, M.M. ve Kotancılar H.G., 2001. Tahıl ürünlerinin sağlığımız açısından önemi, Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi 32(2): 101-108.
- Koç, M., 2015. Ekmek yemekte dünya birincisiyiz, Dünya Gıda Dergisi, Sayı:2015-2. www.dunyagida.com.tr
- Kotancılar, G., Çelik, İ., Ertugay, Z., 1995. Ekmeğin besin değeri ve beslenmedeki önemi, Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 26 (3), Erzurum.
- Köten, M. ve Ünsal, S., 2006. Şanlıurfa yöresine özgü tırnaklı ve açık ekmeklerin bazı kimyasal bileşimlerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma, Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 10(3/4): 57-62
- Matz, S.A., 1995. The Chemistry And Technology Of Cereals As Food And Feed (pp. 1–2). AVI Books.
- Mirer, T.W., 1995. Economic Statistics and Econometrics. 3rd Edition, Prentice Hall, Inc., New Jersey, p. 451.
- Özgül, E. ve Aksulu, İ., 2006. Ambalajlı gıda ürünlerinde tüketicilerin etiket duyarlılığındaki değişimler, Ege Akademik Bakış Dergisi, Cilt: 6, Sayı:1, Sayfa: 1-10, Ege Üniversitesi Yayını, İzmir.
- Özkaya, H., 1992. Ekmeğin beslenmedeki önemi ve ekmek türlerinin sağlık açısından farklılıkları, Unlu Mamuller Dünyası, 1(5): 9-15.
- Prättälä, R., Helasoja, V., Mykkänen, H., 2001. The consumption of rye bread and white bread as dimensions of health lifestyles in Finland. Public Health Nutrition 4, 813–819.
- Ribotta, P.D., 2004. The staling of bread. An X-ray Diffraction Study, 218:219-223.
- Sandvik, P., Kihlberg, I., Lindroos, A. K., Marklinder, I., Nydahl, M., 2014. Bread consumption patterns in a Swedish national dietary survey focusing particularly on whole-grain and rye bread, Food and Nutrition Research, 58, 24024. doi: 10.3402/fnr.v58.24024.
- Svanes, E., Østergaard, S., Hanssen, O.J. 2019. Effects of packaging and food waste prevention by consumers on the environmental impact of production and consumption of bread in Norway. Sustainability, 11 (1): 43.
- Şahin, O.İ. ve Bayazit, A.A., 2008. Nanokompozit filmlerin gıda sanayi uygulamaları, Türkiye 10. Gıda Kongresi, 21-23 Mayıs, Erzurum.
- Şanlıer, N., 2013. Tam tahıllar ve sağlık=ekmek, Standard Ekonomik ve Teknik Dergi, Sayfa: 70-75.
- Taşçı, R., Karabak, S., Bolat, M., Acar, O., Şanal, T., Pehlivan, A., Külen, S., Güneş, E., Albayrak, M., 2017. Ankara ilinde ekmekte tüketici tercihleri, Tarla Bitkileri Merkez Araştırma Enstitüsü Dergisi, 26 (1); 75-85, Ankara.
- Torfadottir, J.E., Valdimarsdottir, U.A., Mucci, L., Stampfer, M., Kasperzyk, J.L., Fall, K., Tryggvadottir, L., Aspelund, T., Olafsson, O., Harris, T.B., Jonsson, E., Tulinius, H., Adami, H-O., Gudnason, V.,

- Steingrimsdottir., 2012. Rye bread consumption in early life and reduced risk of advanced prostate cancer. *Cancer Causes Control* 2012, 23, 941–950.
- Tuncer, D., Arpacı, T., Doğan Y.A., Böge, E., Üner, M.M., 1992. Pazarlama, Ankara: Gazi Yayınları, Ankara.
- Üçüncü, M., 2009. Gıdaların Ambalajlanması, Ege Üniversitesi Basımevi. Sayı: 689, İzmir.
- Worsley, A., 2003. The behavioural and demographic contexts of white bread consumption, *British Food Journal*, Vol. 105, No. 10. pp. 695-699.
- Yalvaç, S., Aydın, A., Altay, İ.S., Kavunoğlu, G., 2001. Düşük proteinli, glutensiz “Özel Diyet Nişasta Ekmeği”: Araştırmadan uygulamaya, *Türk Pediatri Arşivi*, 36: 193–198
- Yücecan, S., 2012. Optimal Beslenme. T.C. Sağlık Bakanlığı Türkiye Halk Sağlığı Kurumu, Obezite Diyabet ve Metabolik Hastalıklar Daire Başkanlığı, Yayın No: 726, Ankara.