



Ailelerin Bitkisel Yağ Tüketimleri Üzerine Bir Araştırma: Samsun İli Örneği

Orhan GÜNDÜZ¹

Kemal ESENGÜN²

¹ Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, 55139, Samsun

² Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, 70100, Karaman

Özet

Bu çalışmada, Samsun ilinde yaşayan 150 aileden anketlerle elde edilen veriler kullanılarak bitkisel yağ tüketiminin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Aileler harcanabilir gelirlerine göre 5 gruba ayrılarak analizler yapılmıştır. İncelenen aileler ortalama 4 kişiden oluşmakta ve 1600TL/ay gelire sahiptir. Aileler, gelirlerinin yaklaşık %20'sini gıda harcamalarında kullanmaktadır. En düşük gelir grubunda yer alan aileler toplam gelirin %8'ini almakta iken, en yüksek gelir grubundakiler %38'ini almaktadırlar. Araştırma alanı için Gini katsayısı 0.29 olarak hesaplanmıştır. İncelenen ailelerde yıllık kişi başına bitkisel yağ tüketimi 18 kg'dır. Bu ailelerde en fazla ayçiçeği olmak üzere zeytinyağı ve mısır yağı tüketilmektedir. Tüketim tercihlerinde ürünün sağlıklı olması yanında fiyatı da önemli rol oynamaktadır. Aileler, ayçiçeği yağını çoğunlukla yemek yapmak için kullanırken, zeytinyağını salata yapmak için kullanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Bitkisel yağ, tüketim, aile, gelir, Samsun.

A Research on the Vegetable Oil Consumption of Households: A Case of Samsun Province

Abstract

In the study was aimed to evaluate of vegetable oil consumption of 150 households in the Samsun province by using household food consumption survey data. The households were evaluated into the 5 groups compared with the income levels. Research results showed that the average households consisted of 4 individuals and average household income was 1600 TL month-1. Research results also showed that the households spend 20% of their total income on food. The households in the lowest income group had 8% of total income, while the households in the higher income group had 38%. Gini coefficient was estimated to be 0.29 for surveyed households. Annually vegetable oil consumption per capita was 18 kg in the sample households. The households' majority consumed the sunflower oil, olive oil and maize oil. Healthy and price of vegetable oil were important factors on the consumption choice for the households. Sunflower oil was used for cooking in the households, while olive oil was used for salad make.

Key words: Vegetable oil, consumption, household, income, Samsun.

1. Giriş

Günümüzde ekonomik faaliyetlerin esas amaçlarından biri, insanların yeterli ve dengeli beslenmelerini sağlamaktır. Dengeli beslenmede karbonhidratlar, proteinler ve yağlar önemli rol oynamaktadır. İnsanlar yağ ihtiyaçlarını bitkisel ve hayvansal kaynaklı gıdalardan temin edebilmektedir. Özellikle doymuş yağ oranlarının düşük olması, hücre yapısı için gerekli olan serbest yağ asitlerini içermesi ve insan vücudunda A, D, E, K gibi yağda eriyen vitaminleri çözmesi gibi özellikleriyle bitkisel yağlar, insan sağlığına katkıları ve yüksek besin değerine sahip olmaları bakımından ayrı bir yere sahiptir.

Yetişkin bir insanın dengeli beslenme adına yılda yaklaşık 24 kg yağ tüketmesi gerekmektedir (Onurlubaş ve Kızılaslan, 2007:4). Türkiye'de kişi başına 19 kg/yıl yağ tüketimi yapılmakta olup (Çabukel ve ark., 2009:9), bu durum standartların altında yağ tüketildiğini göstermektedir.

Son yıllarda gıda güvenliği konusunda tüketici bilincinin artmasıyla birlikte, bitkisel kökenli yağların tüketiminde davranış değişiklikleri göze çarpmaktadır.

Özellikle gelir düzeyine bağlı olarak tüketiciler, sağlıklı ve güvenilir olduklarına inandıkları yağları tercih etmeye başlamışlardır. Tüketici bilincinin artmasına paralel olarak gıda güvenliği konusunda yasal düzenlemeler çok hızlı bir şekilde gerçekleştirilmiş ve bu durum bitkisel yağ sektöründe faaliyet gösteren firmalar arasında yoğun rekabetin yaşanmasına neden olmuştur.

Türkiye'de ayçiçeği, zeytin, mısır başta olmak üzere çok çeşitli bitkisel yağ üretimi ve tüketimi gerçekleştirilmektedir. Her bir yağ çeşidine ait çok sayıda marka piyasada tutunmaya ve pazar payını arttırmaya çalışmaktadır. Bu çabaların neticesinde tüketicinin daha sağlıklı, hijyenik, kaliteli ve güvenilir ürünlere ulaşması daha da kolay olmaktadır.

Firmaların sunduğu ürünlerin tüketiciler tarafından değerlendirilmeye alınmasında tüketicinin gerek bireysel gerekse de ailesine ait sosyal, ekonomik ve kültürel özellikler etkili olmaktadır. Tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen bu özelliklerin firmalar tarafından bilinmesi ürünün pazarlanmasını oldukça kolaylaştırmaktadır.

Samsun, gelişen ekonomisi ve büyüyen nüfusu ile Karadeniz bölgesinin ve Türkiye'nin büyük şehirlerinden birisidir. Artan nüfusla birlikte, diğer gıdalar gibi, bitkisel yağ ihtiyacı sürekli artmaktadır.

Tüketicilerin bitkisel yağ satın alma davranışlarına yönelik araştırmaların yapılması ve bu araştırma sonuçlarından yararlanılması, firmaların yoğun rekabet ortamında nüfusun yağ talebini karşılamaında rakip firmalara göreli üstünlük sağlamasına yardımcı olacaktır.

Bu nedenle bu araştırmada, gelir grupları baz alınarak bitkisel yağ tüketiminde ailelerin satın alma davranışlarının tespiti, tüketicilerin tercih ettiği bitkisel yağlar, tercih edilen bitkisel yağ markalarının tespiti, tüketicilerin bitkisel yağ satın alırken önem gösterdiği hususların belirlenmesi amaçlanmıştır.

2. Materyal ve Metod

Araştırmanın materyalini, Samsun ili merkezinde yaşayan 150 aileden yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak toplanan anket verileri oluşturmaktadır. Veriler 2010 yılına ait olup, örnek hacmi aşağıdaki eşitlik yardımıyla belirlenmiştir (Akbay ve ark., 2007:906, Collins, 1986'dan).

$$n = (t^2 * p * q) / E^2$$

Burada n; örnek hacmi, t; %95 güven aralığındaki t değeri (1.96), p; olayın olma olasılığı (0.5), q; 1-p, E; izin verilen hata payını (0.08) göstermektedir.

Ailelerin bitkisel yağ tüketiminde satın alma ve tüketim durumunu inceleyebilmek için, ailelerin aylık harcanabilir geliri 5 farklı gruba ayrılmıştır. Hanelerin aylık harcanabilir geliri hesaplanırken, aile bireyleri tarafından elde edilen toplam gelirler dikkate alınmıştır. Buna göre, incelenen ailelerin elde ettiği toplam gelir küçükten büyüğe doğru sıralanmış ve hanelerden 5 eşit %20'lik gruplar oluşturulmuştur (Akbay ve Boz, 2005:124). Toplam aile sayısı 5 eşit gruba ayrıldıktan sonra, her bir gruba 30 aile düşmüştür.

İncelenen ailelerin gelir grupları itibarıyla toplam gelirden almış oldukları payların eşit dağıtılıp dağıtılmadığını anlayabilmek için Lorenz eğrisi oluşturulmuş (Lorenz, 1905:216), buradan hareketle aşağıdaki eşitlik kullanılarak Gini katsayısı hesaplanmıştır (Slack ve Rodrigue, 2010:1).

$$G = 1 - \sum_{i=0}^N (\sigma Y_{i-1} + \sigma Y_i) (\sigma X_{i-1} - \sigma X_i)$$

G; gini katsayısı, N; birim sayısı, Y_i ; i. gelir grubunun toplam gelir grubuna oranı, X_i ; i. grubun toplam gruba oranı, σY ; birikimli gelir grubu, σY ; birikimli grup oranını göstermektedir.

Gelir grupları arasında, bitkisel yağ tüketimine yönelik davranışlar bakımından farklılıklar gösterilip gösterilmediği istatistiksel olarak SPSS paket programı kullanılarak test edilmiştir. Homojen dağılım gösteren değişkenlere "tek yönlü varyans analizi (One way ANOVA)", heterojen dağılım gösterenlere Kruskal-Wallis uygulanmıştır. Gruplar arası farklılıklar Duncan test ile saptanmıştır.

Araştırma sonuçları tablolarda özetlendirilmiş ve frekans ve yüzde değerlerle yorumlanmıştır.

3. Araştırma Bulguları

Araştırmanın yapıldığı ailelerin sosyo-ekonomik durumu incelendiğinde ailelerin, sayıları 1 ile 8 arasında değişen ve ortalama 3.95 kişiden oluştuğu, bu nüfusun %61'ini 15-49 yaş arasındaki kişilerin oluşturduğu tespit edilmiştir. Ailelerin %12'si 1 veya 2 kişiden, %63'ü 3 veya 4 kişiden ve %25'i 5 veya daha fazla kişiden oluşmaktadır. Ailelerde, aile reisi ortalama 44 yaşında ve 10 yıllık eğitime sahip olup, tamamına yakını gelir getiren bir işte çalışırken, aile reisinin eşleri 40 yaşında, ortaokul düzeyinde eğitime sahip oldukları ve %38'inin çalıştıkları belirlenmiştir. I. gelir grubunda yer alan ailelerde annelerin %7'si çalışmakta iken, en yüksek gelir grubunda yer alan ailelerde annelerin yaklaşık %83'ü çalışmaktadır. Yine en düşük gelir grubunda yer alan ailelerde anneler ilkökul düzeyinde eğitime sahipken, en yüksek gelir grubundaki ailelerde ise lise düzeyinde eğitime sahiptirler.

İncelenen ailelerin gelirleri ve gıda harcamaları belirlenerek Çizelge 1'de verilmiştir. Aileler ortalama 1600 TL/ay gelire sahip olup, bunun yaklaşık %20'sini mutfak harcamalarında kullanmaktadırlar. I. gelir grubunda yer alan aileler toplam gelirin yaklaşık %8'ini almakta, buna karşılık en yüksek gelir grubunda yer alan aileler %38'ini almaktadırlar. Gelir dağılımı itibarıyla gruplar arası farklılıkların olduğu istatistiksel olarak

Çizelge 1. Ailelerin gelir grupları itibarıyla dağılımı ve gelir dağılımı

Gelir grupları	Anket yapılan hane sayısı	Oran (%)	Ortalama Gelir (TL/ay)*	Toplam gelirden aldığı pay (%)	Ortalama Gıda Harcaması (TL/Ay)	Gıda Harcamasının Gelir İçerisindeki Oranı(%)
I.Gelir Grubu ^a	30	20	611,00	7,75	172,33	28,20
II. Gelir Grubu ^b	30	20	973,27	12,35	295,00	30,31
III. Gelir Grubu ^c	30	20	1430,00	18,14	313,33	21,91
IV. Gelir Grubu ^d	30	20	1868,50	23,71	348,33	18,64
V.Gelir Grubu ^e	30	20	2998,33	38,05	473,33	15,79
Genel	150	100	1576,22	100,00	320,47	20,33
Gini Katsayısı				0,29		

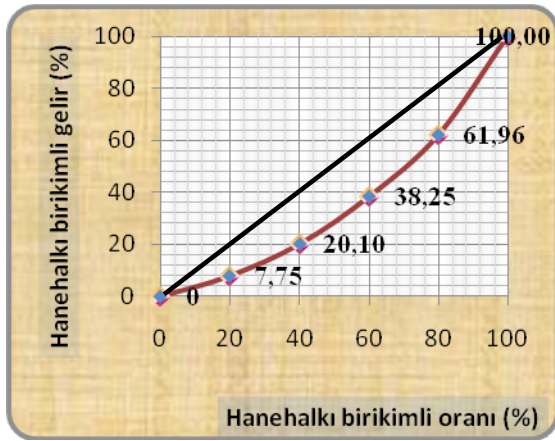
* 0.001 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

^{a, b, c, d, ve e} Duncan testi neticesinde farklılık gösteren grupları ifade etmektedir.

Kruskall Wallis yöntemi ile test edilmiştir ($\chi^2:144.31$, $p<0.001$). Gelir dağılımının eşit olup olmadığını gösteren en önemli kriterlerden Gini katsayısı incelenen aileler için 0.29 olarak hesaplanmıştır.

Türkiye’de Gini katsayısının 2008 yılı itibarıyla 0.41, Batı Karadeniz bölgesi için 0.37 olarak tahmin edilmiştir (TÜİK, 2010). İncelenen ailelerin gelir dağılımı Türkiye ve Batı Karadeniz bölgesi dikkate alındığında daha eşit bir şekilde oluştuğu görülmektedir. Örneğin Türkiye’de 2008 yılı itibarıyla en yüksek gelire sahip olan %20’lik kesim toplam gelirin %44.2’sini alırken (TÜİK, 2010), incelenen ailelerde bu oran %38’dir.

İncelenen ailelerin gelir grupları itibarıyla toplam gelirden almış oldukları payları gösteren Lorenz eğrisi Şekil 1’de verilmiştir. Şekilden’de izleneceği üzere Lorenz eğrisi mutlak eşitlik doğrusuna yakın sayılabilecek bir seyir izlemektedir.



Şekil 1. Hanehalkı gelir oranına ait Lorenz diyagramı

Çizelge 2. İncelenen ailelerde kullanılan aylık bitkisel yağ miktarı

Gelir grupları	Satın alma sıklığı	Tüketilen Bitkisel Yağ Miktarları (lt/yıl)*	Kişi Başı Tüketilen Bitkisel Yağ Miktarı (lt/yıl)
I.Gelir Grubu	Ayda 1	75,84	17,93
II. Gelir Grubu	Ayda 1	66,60	16,36
III. Gelir Grubu	Ayda 1	71,64	17,60
IV. Gelir Grubu	Ayda 1	72,00	19,46
V.Gelir Grubu	2 Ayda 1	64,44	17,42
GENEL	Ayda 1	70,08	17,74

* istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.

Çizelge 3. İncelenen ailelerde kullanılan bitkisel yağlar

Gelir grupları	Frekans				
	Ayçiçeği	Zeytinyağı	Mısır	Fındık Yağı	Kanola
I.Gelir Grubu	24	14	7	1	0
II.Gelir Grubu	21	16	12	1	2
III.Gelir Grubu	23	20	10	2	3
IV.Gelir Grubu	25	23	11	3	0
V.Gelir Grubu	18	18	9	1	8
GENEL	111	91	49	8	13

Ailelerin gıda harcaması içerisinde önemli yer tutan kalemlerden birisi de bitkisel yağ harcamalarıdır. İncelenen aileler, ayda ortalama bir kez bitkisel yağ satın almakta, hane başına yıllık ortalama 70 litre bitkisel yağ tüketmektedir. Ayrıca kişi başına tüketilen bitkisel yağ miktarı ortalama olarak yaklaşık 18 lt/yıl olup, Türkiye ortalamasına yakın bir değerdedir (Çizelge 2). Azabağaoğlu ve ark. (2003:110), araştırmalarında İstanbul ilinde kişi başına bitkisel yağ tüketiminin yıllık 18.39 kg olduğunu tespit etmişlerdir. Gelir grupları itibarıyla incelendiğinde, ailelerin birbirine yakın miktarlarda bitkisel yağ tükettiği belirlenmiş ve aralarında istatistiksel olarak da farklılık tespit edilmemiştir ($p>0.10$). Şengül (2002:272) ve Akbay (2005:120) çalışmalarında bitkisel ve hayvansal yağların gelir elastikyetlerini pozitif olarak tespit etmiş olup, gelir artışının bitkisel yağ tüketim miktarlarında da nispi artışlara neden olduğunu ortaya koymuşlardır.

İncelenen ailelerde, tüketilen bitkisel yağ çeşitleri ayçiçeği yağı, zeytinyağı, mısır yağı, fındık yağı ve kanola yağıdır. Bitkisel yağ çeşitleri içerisinde, ayçiçeği yağını kullanan ailelerin sayısı diğerlerinden daha fazladır. İncelenen ailelerin %74’ü ayçiçeği yağını kullanmaktadırlar. Gelir grupları içerisinde ise en fazla ayçiçeği yağı tüketen kesim I. ve IV. gelir grubunda yer alan ailelerdir. Ayçiçeği yağından sonra en çok tercih edilen yağ çeşidi %61’lik oran ile zeytinyağıdır. Zeytinyağının en az tercih edildiği kesim ise I.gelir grubunda yer alan ailelerdir (Çizelge 3).

Araştırma sonuçları, ailelerin %66’sının bitkisel yağ tüketiminde birinci tercih olarak ayçiçeği yağını tükettikleri belirlenmiştir. Zeytinyağını birincil tercih olarak tüketen ailelerin oranı ise yaklaşık %13’tür.

Çizelge 4. Ailelerde birincil öncelikli olarak tüketilen bitkisel yağın tercih nedeni

Tercih Nedenleri	Gelir grupları (%)*					GENEL
	I. Gelir Grubu	II. Gelir Grubu	III. Gelir Grubu	IV. Gelir Grubu	V. Gelir Grubu	
Fiyat	13,33	16,67	10,00	13,33	3,33	12,00
Lezzet	20,00	16,67	20,00	20,00	33,33	20,67
Marka	36,67	20,00	16,67	33,33	23,33	26,00
Ambalaj	3,33	0,00	0,00	3,33	0,00	1,33
Sağlık	36,67	60,00	66,67	56,67	73,33	58,67

* Birden fazla neden seçildiğinden toplamlar 100'ü aşmıştır.

Çizelge 5. Ailelerde en çok tüketilen bitkisel yağların kullanım amaçları

Yağ çeşidi	Kullanım amaçları	Gelir grupları (%)*					GENEL
		I.Gelir Grubu	II.Gelir Grubu	III.Gelir Grubu	IV.Gelir Grubu	V.Gelir Grubu	
Ayçiçeği*	Yemek	83,33	100,00	95,65	84,00	83,33	89,19
	Salata	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Kızartma	79,17	42,86	26,09	36,00	16,67	41,44
	Tatlı, pasta v.b.	62,50	42,86	21,74	16,00	5,56	37,33
Zeytinyağı*	Yemek	42,86	6,25	20,00	30,43	16,67	23,08
	Salata	64,29	87,50	90,00	86,97	100,00	84,62
	Kızartma	28,57	12,50	10,00	4,35	5,56	10,99
	Tatlı, pasta v.b.	14,29	0,00	10,00	8,70	5,56	7,69

* Birden fazla neden seçildiğinden toplamlar 100'ü aşmıştır.

* 0.005 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

İncelenen aileler, birincil öncelikli bitkisel yağ tercihlerinde en etkili faktörlerin başında sağlık konusunun geldiğini ifade etmişlerdir. Bitkisel yağı tercih ederken sağlık faktörünü en çok, yüksek gelir grubundaki aileler dikkate almaktadırlar. Sağlık faktörünü marka ve lezzet faktörleri izlemektedir (Çizelge 4).

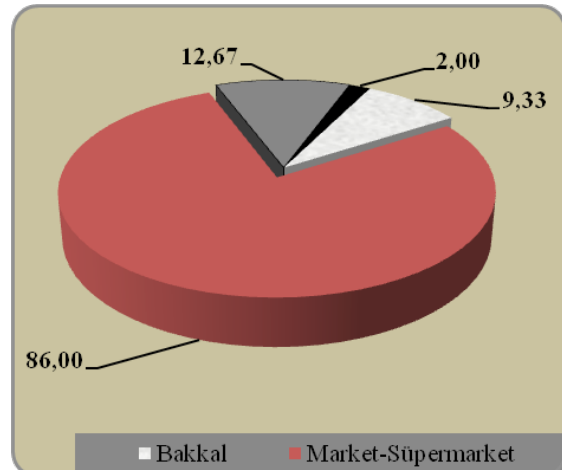
Bitkisel yağ tüketiminde ailelerin farklı davranışlar sergilediği konulardan birisi de ambalajdır. İncelenen ailelerin, 0.5 lt, 1 lt, 2 lt, 5 lt, 10 lt'lik ambalaj çeşitlerinden birini veya bir kaçını birlikte tercih ettikleri tespit edilmiştir. Farklı yağ çeşitleri için farklı ambalajları tercih edebilmektedirler. Örneğin zeytinyağında 2 lt'lik tercih ederken, ayçiçeği yağını 5 lt'lik ambalajlarda tercih edebilmektedirler. Araştırma sonuçları, ailelerin en çok tercih ettikleri ambalaj türünün %72.31'lik oran ile 5 lt'lik ambalaj türü olduğunu ortaya koymuştur. Bunu %8 ile 2 lt'lik ambalaj türü izlemektedir. Yine, ailelerin çoğunluğu ambalaj malzemesi olarak teneke kutuları tercih etmektedirler.

Araştırmada, ailelerce en fazla kullanılan yağ çeşitleri olan ayçiçeği ve zeytinyağının hangi gıdaların hazırlanmasında kullanıldığı belirlenmiş ve Çizelge 5'te verilmiştir.

Ailelerin ayçiçeği yağını en fazla yemek yapmakta kullandıkları, zeytinyağını ise salata yapmak için

kullandıkları tespit edilmiştir. Ailelerin kullandıkları bitkisel yağ çeşitlerinin kullanım amaçları arasındaki farklılığın önemli olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$).

Ankete katılan ailelerin çoğunluğu (%86), Market-süpermarket tarzı alışveriş yerlerinden bitkisel yağ satın aldıklarını belirtmişlerdir (Şekil 2).

Şekil 2. Ailelerin bitkisel yağ satın alma yeri tercihleri

* Birden fazla neden seçildiğinden toplamlar 100'ü aşmıştır.

Mahalle bakkalı ve hipermarketleri tercih eden ailelerin oranı oldukça düşüktür. Mahalle bakkalını tercih etmenin en önemli nedeni yakın ilişkiler ve veresiye imkânının olmasıdır. Hipermarketlerin ise tercih edilmemelerinde en önemli etkenler ulaşım sıkıntısı ve fiyatlarıdır. Bunun yanında satın alma yeri konusunda net davranış göstermeyen tüketiciler farklı yerlerden alışveriş yapmaktadırlar. Ailelerin çok az bir kısmının da kooperatif (Fiskobirlik, Karadenizbirlik) v.b yerlerden bitkisel yağ satın aldıkları belirlenmiştir.

En düşük gelirli ailelerin %27'si bitkisel yağın satın alınma yeri olarak mahalle bakkalını tercih ederken, en yüksek gelire sahip ailelerin yalnızca %3'ü mahalle bakkalını tercih etmektedir.

Bitkisel yağ tüketen ailelerin, alışverişini yaptıkları firmalar incelendiğinde en fazla alışverişin BİM'den (%32) yapıldığı, bunu sırasıyla Makromarket (%21), Carrefour (%9) ve Migros (%4)'un izlediği tespit edilmiştir. En düşük gelir grubundaki ailelerin %57'si BİM'i tercih ederken, en yüksek gelir grubundaki ailelerin %13'ü BİM'i, %37'si Makromarket'i tercih etmektedir.

Araştırmada görüşülen ailelerin sağlıklı, kaliteli, hijyen koşullarına uygun üretilmiş, güvenilirliği sertifikalandırılmış veya organik olarak üretilmiş bir bitkisel yağ çeşidine, piyasada mevcut çeşitlerden daha fazla ödeme konusunda istekli olup olmayacağı incelenmiş ve sonuçları Çizelge 6'da verilmiştir. I., II. ve III. gelir grubunda yer alan aileler birbirine yaklaşan cevaplar vermişlerdir. Bu ailelerin tamamına yakını bu ürün çeşidine %20'de fazla ödeme yapmayacaklarını, önemli bir kesimi de bu üründen tüketmek için fazladan ödeme yapmayacaklarını ifade etmişlerdir. Nispeten daha yüksek gelire sahip aileler ise daha çok %1 ile %10 arasında değişen oranlarda fazladan ödeyebileceklerini ortaya koymuşlardır. Bu sonuç gelir düzeyi arttıkça tüketici bilincinin de arttığını göstermektedir. Gelir grupları itibariyle I., II. ve III. gelir grupları ile IV. ve V. gelir gruplarının davranış farklılığı gösterdikleri istatistiksel olarak ta tespit edilmiştir (p<0.05).

4. Sonuç

Bu araştırmada bitkisel yağ tüketen ailelerin satın alma davranışlarının, tüketim tercihlerinin gelir düzeyleri itibariyle belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla Samsun ili merkezinde yaşayan 150 haneden anketlerle sağlanan veriler analiz edilmiştir. Aileler harcanabilir gelirlerine göre 5 gruba ayrılmıştır.

İncelenen aileler ortalama 3.95 kişiden oluşmakta, aile reislerinin tamamına yakını gelir getiren bir işte çalışmakta, ev hanımlarının ise %38'i çalışmaktadırlar. En yüksek gelir grubunda yer alan ailelerde, annelerin %83'ü çalışmaktadır.

Aileler, ortalama 1600TL/ay gelire sahiptir. En düşük gelir grubunda yer alan aileler, toplam gelirin %8'ini almakta iken, en yüksek gelir grubundakiler %38'ini almaktadırlar. Araştırma alanı için Gini katsayısı 0.29 olarak hesaplanmıştır.

İncelenen ailelerde yıllık kişi başına bitkisel yağ tüketimi 18 kg'dır. Bu ailelerde en fazla ayçiçeği olmak üzere zeytinyağı ve mısır yağı tüketilmektedir. Bitkisel yağ satın alınırken en fazla, sağlıklı olmasına dikkat edilmektedir. 0.5 lt'lik ambalaj içerisinde satılan bitkisel yağlar daha fazla tercih edilmektedir. Aileler, ayçiçeği yağını çoğunlukla yemek yapmak için kullanırken, zeytinyağını salata yapmak için kullanmaktadır. Bitkisel yağların en fazla satın alındığı alışveriş mağazaları Market-süpermarket tarzı yerlerdir. Firma olarak ise BİM'den satın alma işlemi en fazla gerçekleştirilmektedir.

Yüksek gelir gruplarında yer alan aileler, orta ve düşük gelirli ailelere nazaran sağlıklı, güvenilir, sertifikalı bir bitkisel yağ çeşidine extra ödeme yapmakta daha fazla isteklidirler.

İncelenen aileler, önemli oranda bitkisel yağ tüketmektedirler. Tüketim tercihlerinde ürünün sağlıklı olması yanında fiyatı da önemli rol oynamaktadır. Ailelerin çoğu zeytinyağının daha sağlıklı olduğunu, ancak fiyatının yüksekliğinden dolayı sürekli satın alma durumlarının mümkün olmadığını ifade etmektedir. Düşük gelir grubundaki ailelerin, mahalle bakkallarındaki fiyatların market veya hipermarketlerden daha yüksek

Çizelge 6. Güvenilir bitkisel yağa fazladan ödeme isteği

Gelir grupları*	Hiç	% 1-5	% 6-10	% 10-20	% 20 den fazla
I.Gelir Grubu ^a	23,33	33,33	36,67	6,67	0,00
II.Gelir Grubu ^a	16,66	36,67	36,67	10,00	0,00
III.Gelir Grubu ^a	13,33	50,00	26,67	6,67	3,33
IV.Gelir Grubu ^b	13,33	23,33	30,00	23,34	10,00
V.Gelir Grubu ^b	0,00	33,33	26,67	33,33	6,67
Genel ^b	13,33	35,34	31,33	16,00	4,00

* İstatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

^a ve ^b Duncan testi neticesinde farklılık gösteren grupları ifade etmektedir.

olmasına ve diğer alışveriş yerlerine ulaşım imkânlarının kısıtlı olmasına rağmen, veresiye ve yakın ilişkiler nedeniyle buralardan satın almak zorunda oldukları bilinmektedir.

Yukarıda açıklanan sonuçlar, tüketicilerin bitkisel yağ tüketiminde bilinçli davranışlar sergilediklerini ortaya koymasından, bitkisel yağları piyasaya arz eden firmaların yoğun rekabet ortamı ve tüketici tercihlerini dikkate alarak pazarlama stratejileri geliştirmeleri gerekliliğini ortaya koymaktadır. Pazarlamanın temel stratejisi, müşteri odaklı ve müşteri memnuniyetinin devamını sağlayıcı olmalıdır. Modern perakendecilik ilkeleri ve kuralları çerçevesinde pazarlama fonksiyonu yerine getirilmelidir. Kaliteli, sağlıklı ve güvenilir ürün arzı yanında uygun fiyatlı, kolay bulunabilen, rahat ulaşılabilen, ambalajının albenisi yüksek bitkisel yağların tüketicilerin beğenisine sunulması gerekmektedir.

Kaynaklar

- Akbay, C., (2005). Kahramanmaraş'ta Hanehalklarının Gıda Tüketim Talebi Ekonometrik Analizi *KSÜ Fen ve Mühendislik Dergisi* 8(1),114-121.
- Akbay, C. ve Boz, İ., (2005). Kahramanmaraş ta Ailelerin Ev ve Ev Dışı Gıda Tüketim Talebi ve Tüketici Davranışlarının Ekonomik Analizi. *KSÜ Fen Bilimleri Dergisi*, 8(1),122-131.
- Akbay, C., Tiryaki, G.Y., ve Gül, A., (2007). Consumer characteristics influencing fast food consumption in Turkey. *Food Control*, 18 (8),904-913.
- Azabağaoğlu, M.Ö., İnan, İ.H., Gaytancıoğlu, O., ve Unakıtan, G.. (2003). "Tüketicilerin Bitkisel Sıvıyağ ve Margarin Satın Alma Davranışlarının Analizi", Türkiye I. Yağlı Tohumlar, Bitkisel Yağlar ve Teknolojileri Sempozyumu, 22-23 Mayıs, İstanbul, TEAE Yayın No:107, 103-113,
- Collins, M., (1986). Sampling. (Editors: Worcester, R.M. & Downham, J.), Consumer Market Research Handbook, London: McGraw-Hill.
- Çabukel B.,Gönül K.,Yalçınkaya T., ve Mısır, E., (2009). Türkiye'de Bitkisel Yağ Sektörü ve Alternatif Bir Çözüm: Kanola Yağı, www.ituemk.org/dosyalar/2009_1.pdf, (erişim:01.07.2010).
- Lorenz, M.O. (1905). Methods of measuring concentration of wealth. Publications of the American Statistical Association 9:209-219.
- Onurlubaş, H., ve Kızılaslan, H., (2007). Türkiye'de Bitkisel Yağ Sanayindeki Gelişmeler ve Geleceğe Yönelik Beklentiler. Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü yayınları No:157, 59 s., Ankara.
- Slack, B., and Rodrigue, J.P., (2010). "Gini coefficient" <http://people.hofstra.edu/geotrans/eng/ch4en/meth4en/ch4m1en.html> (erişim: 17.08.2010)
- Şengül, S., (2002). Türkiye'de kentsel ve kırsal kesimde gelir gruplarına göre gıda talebi. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 21 (1), 257-282.
- TÜİK, (2010). Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırması, Türkiye İstatistik Kurumu, sayı:134, Ankara