

KALİTE STANDARTLARI VE şANLIURFA İLİNDEKİ TÜKETİCİLERİN KALİTE STANDARTLARINI ÖNEMSEME DÜZEYLERİ ÜZERİNE BİR ARAşTIRMA

A STUDY ON QUALITY STANDARDS AND THE LEVEL OF IMPORTANCE THAT CONSUMERS ATTACH TO THESE QUALITY STANDARDS IN SANLIURFA PROVINCE

Öğr. Gör. Veysel ASOĞLU
Harran Üniversitesi, Siverek MYO

Okt. Kasım KAYA
Harran Üniversitesi, Suruç MYO

Öğr. Gör. Mehmet Reşit SEVİNÇ
Harran Üniversitesi, Bozova MYO

Öğr. Gör. Gönül SEVİNÇ
Harran Üniversitesi, Suruç MYO

Öz

Her sahada olduğu gibi gıda sanayinde de artan teknoloji kullanımı ile birlikte hızlı gelişmeler yaşanmakta ve üretim teknolojileri devamlı değişmektedir. Gıda tüketicileri açısından çok önemli olan bu gelişmeleri tüketicilerin birebir takip etmesi mümkün olmamaktadır. Bu durumda tüketiciler gıda üreticilerinin tüm üretim safhalarında uymaları gereken yasal mevzuat ve zorunlulukları yerine getirmelerini beklemekte ve de özellikle satın almak istedikleri gıdalarda alınması gerekli kalite güvence sistemlerinin olmasını arzu etmektedir. Bu alışmamızda yasal mevzuatlara da kısaca değinilerek özellikle gıda üreticilerinin sahip olması gerekli kalite güvence sistemleri üzerinde durulmuştur. Bu alışma 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde genel olarak ülkemizde ve dünyada kalite ve standart kavramlarına, gıda sektöründeki kalite güvence sistemlerini incelenmiştir. Son bölüm olan ikinci bölümde ise şanlıurfa'daki gıda tüketicilerinin kalite standartlarını ve genel olarak yasal mevzuat önemseme düzeylerinin ölçümü amacıyla uygulanan anket çalışmasının analizleri yer almaktadır. Bu araştırmanın iki önemli amacı vardır. Birinci amacı tüketicilerin gıda tüketiminde bilinç düzeylerinin artırılması ve kaliteli ve güvenilir ürünlerin tercih edilmesidir. İkinci amaç ise üreticilerin kaliteli ürün üretmelerinin teşvik edilmesidir.

Anahtar Kelimeler: Gıda, Kalite, ISO 22000.

Abstract

As in all fields of commerce, rapid changes are observed in food industry with the advent of advanced technologies and so production technologies constantly evolve. However, it is not possible for all consumers to follow these developments which are so

significant for them. Therefore, consumers can only expect food producers to comply to all laws and legal regulations in every step of the production. They also require these producers to follow quality standards particularly in the food product that they want to buy. In this study, by referring to legislative regulations we focus on quality assurance systems that food producers are required to have. The study has two chapters. The first chapter will cover general quality standard concepts in our country and the world, and the quality assurance systems in food industry. In the second chapter, surveys studying the level of importance that food consumers in Sanliurfa attach to basic legal regulations and quality standards will be analysed. This study has two main goals. It first aims at increasing the level of consumer awareness in food consumption, and so encourages consumers to buy reliable and quality-assured products. It also promotes highly qualified production.

Key Words: Food, Quality, ISO 22000.

1. GİRİŐ

Günümüz dünyasında kalite ve kalite standartları kavramları çağımızın en önemli konu başlıklarından biri haline gelmiştir. Kalite ve kalite standartları birçok sektörde önemli olmasıyla birlikte sağlığı direkt etkilediği için gıda sektöründe daha da büyük önem arz etmektedir. Bu anlamda çalışmada kalite ve kalite standartları kavramı genel olarak irdelenirken aynı zamanda gıda sektöründe de kalite standartları konusu detaylı olarak incelenmeye çalışılmıştır.

Araştırmada temel olarak şanlıurfa'daki tüketicilerin gıdada kalite güvence sistemleri ve gıda mevzuatı ile ilgili görüşleri ile bunları önemseme düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu şekilde gıdada kullanılan kalite güvence sistemlerinin şanlıurfa'daki tüketiciler tarafından ne derece önemsendiği anket yoluyla tespit edilebilecektir.

2. KALİTE –STANDART KAVRAMI

Kalite, 1990'lı yıllardan bu yana, üretim ve hizmet sektörlerindeki iş çevrelerinden eğitime, askeri kuruluşlardan diğer resmi kurumlara kadar tüm alanlarda görev yapan üst yöneticilerin karşısına çıkan, önemli stratejik konuların başında gelmektedir. Kalite, işletmelerin varlıklarını sürdürebilmelerinin, büyüüp gelişmelerinin olmazsa olmazı olarak görülmektedir. Kalite yaşamın hemen her alanında aranılan, arzulanan, beklenen ideal bir hedeftir. Bu anlayış “bugünün kalitesi, yarının güvencesidir” ya da “Kaliteyi teşvik etmek, geleceği güvenceye almaktır.” gibi özdeyişlerle etkileyici bir şekilde ifade edilmektedir (Aydemir, 2006: 9).

Kalite kavramının kökenlerine inildiğinde Latince “nasıl oluştuğu” anlamına gelen “qualis” kelimesinden geldiği görülmektedir. Dilimizdeki kullanımı araştırıldığında ise sözlük anlamı vasıf, nitelik kelimelerine vurgu yapıldığı görülmektedir (Özdaşlı, 2007: 6).

Ülkemizde ilk kalite örneklerine 1502 yılında rastlanılmaktadır. Zamanın padişahı 2.Beyazıt tarafından çıkarılan “Kanunname-i İhtisabı Bursa” (Bursa Kontrol Kanunu) isimli fermanla Bursa ipekli kumaş ve kadifelerinin kalite özellikleri ve denetim esasları ile ekmek, et, yağ, meyve ve sebze ile diğer tüketim maddelerinin satış koşulları bildirilmektedir (Paşaoğlu, 2011: 4).

Bir başka tanıma göre kalite; bir mal, iş, hizmet veya başka bir Őeyi diğerinden ayıran özellik, derece, cins, mükemmellik veya uygunluk standardıdır (Seyidoğlu, 2002: 321).

Standardizasyon kavramının tanımı ise; belirlenen faaliyet alanıyla ilgili bir konuda ekonomik bir fayda sağlamak amacıyla tarafların etkin katılımıyla bir takım kurallar belirleme bu kuralları inceleme, uygulama ve izleme faaliyetlerinin tümüdür (ağlar ve Kılıç, 2008: 137).

2.1. Kalite Standartlarının (Kalite Güvence Sistemlerinin) Tüketiciler Açısından nemi ve Yararları:

Günümüzde tüketicilerin satın almış oldukları her mal ve hizmet konusunda uzman olması beklenemez. Bu yüzden satın alınan mal ve hizmetin bir belgelendirme kuruluşu tarafından denetlenmiş ve belgelendirilmiş olması aranır. Burada belgelendirme, “tanımlanmış bir ürün, işlem veya hizmetin belirli bir standart veya ayrı bir dokümana göre yeterli uygunlukta olduğunun bağımsız bir merci tarafından tasdik edilmesi faaliyeti” olarak tanımlanmaktadır (Gümüş, 2013). Tüketiciler bu belgelere sahip ürünleri almayı diğerlerine tercih ederler. Kalite belgesine sahip ürünler birçok açıdan tüketiciler için önemlidir. Kalite standartlarının tüketiciler için önemini ve sağladığı yararları değişik başlıklar altında belirtebiliriz. Bunlar;

- Tüketicinin can ve mal güvenliğini korur; Standart rn veya hizmet, insan sağlığı ve güvenliği bakımından sakıncalar yaratabilecek olan durumları ortadan kaldırdığından, bozuk, rtk, tarihi geçmiş veya istenmeyen özellikteki ürün veya hizmetin alınması gibi endişeleri ortadan kaldırarak tketicisiye güven verir.

- Karşılaştırma ve seçme kolaylığı sağlar; Standart rn veya hizmet seçimi, alımı bazen çok zaman kaybına neden olan, emek sarf etmeyi gerektiren uzun ve yorucu çalışmaları ortadan kaldırarak tüketicilerin ürün veya hizmet alımlarında ve seçimlerinde kolaylık sağlar.

- Sipariş-alım işlerini kolaylaştırarak, alıcıların fiyat aldanmalarını önler; Mal ve/veya hizmet alımlarında, uzun yazışmalar, mal veya hizmetin gidip yerinde görülmesi, bilinmeyen mal veya hizmet ise numuneler üzerinde birtakım gereksiz işlemler standardizasyon sayesinde ortadan kalkmaktadır. Standart uygulamaları, tarafların en kısa yoldan birbirleriyle anlaşmalarına imkan vermektedir.

- Ucuzluğa yol açar; Bir taraftan mal veya hizmetlerin kalitelerinde olumlu gelişmeler olurken diğer taraftan üretimde maliyet düşmesi sayesinde daha ucuza mal veya hizmet satın alınması mümkün olacaktır (Klk ve diğer, 2005: 6).

- Standardizasyon sonucunda, özellikle dayanıklı tüketiciler mallarının parçalarının değiştirilmesi, onarım, bakım kolaylığı gibi nedenlerle tüketicisi, satın aldığı malı daha ucuza ve verimli kullanma olanağı sağlar (Küçük, 2004: 28); rneğin buzdolabı satın alan bir tüketicisi için bu ürün standart değerlerde ve ölçülerde üretilmemiş olsaydı, o ürüne ilişkin yedek parçalarını ya çok zor bulacaktı ya da hiç bulamayacaktı.

- Standardizasyon, tüketicinin korunmasına yönelik olarak sağlıklı bir evre oluşmasına yardımcı olur; Mal ve hizmet üretiminde çevreye

verilebilecek zararların göz önünde bulundurularak standartların hazırlanması, ürünler için kullanılan ambalaj malzemelerin standardının belirlenmesi sayesinde, hem ürünün bozulması hem de çevre kirliliği önlenecektir (Küçük, 2004: 28).

Ayrıca kalite standartlarının sadece tüketiciye değil aynı zamanda üreticiye ve milli ekonomiye de ciddi katkıları mevcuttur. Milli ekonomiye katkılarını özet olarak belirtmek gerekirse;

- Milli sanayiye belirli hedeflere yöneltilir,
- Milli üretimin kalite bakımından gelişmesine katkı sağlar,
- Ekonomide arz ve talebin dengelenmesine yardımcı olur, yanlış anlamaları, anlaşmazlıkları ortadan kaldırır,
- Ekonomik barışı sağlar,
- Dağıtım masraflarını azaltır,
- İhracatta üstünlük sağlar,
- Milli karakterde bir sanayinin kurulmasında ve gelişmesinde öncülük yapar,
- Yan sanayinin kurulmasını ve gelişmesini sağlar (Kölük ve diğer, 2005: 8 – 9).

2.2. Kalite Standartlarının Müşteri Memnuniyeti ve Tatmini Açısından Önemi

Toplam kalite yönetimi anlayışının en önemli hedefi müşteri memnuniyetidir ve bu anlayışa göre, müşteri memnuniyeti tüm işletme yöneticileri ile çalışanlarının katılımını gerektiren, müşteriye odaklanmayı zorunlu gören, vazgeçilmez bir hedefdir. Müşteri tatmini, müşteri memnuniyetinde gerekli ancak yeterli değildir. Müşterilerin algıladığı ürün veya hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti çoğu kez eş anlamlı kullanılmaktadır ancak algılanan kalite rasyonel bir anlayıştır, halbuki müşteri memnuniyeti duygusal bir reaksiyon olarak ifade edilir ve de ölçümü müşteri tatminini ölçmekten daha zordur (Bayuk, 2004: 22). Günümüzde üretilen ürünlerin çok çeşitli ve alternatifli olması ve her ürünün hemen hemen her yerden istenildiği anda temin edilebilmesi üreticiler açısından müşteri memnuniyeti ve tatminini vazgeçilmez kılmıştır.

Yeni çağın müşteri tipi, artık daha fazla özel ilgi ve hizmet beklemekte, duygu ve düşüncelerinin anlaşılmasını arzulamakta, kendisi ile bire-bir ilişkisinin oluşturulmasını, hatta kişiye özel ürün veya hizmetleri işletmeden beklemektedir (Bayuk, 2004: 2). Üreticilerin müşterilerini ellerinde tutabilmeleri adına bu istekleri görmezlikten gelmeleri mümkün görünmemektedir. Müşteri tatmini ve memnuniyetinin bu kadar ön plana çıktığı bir dönemde, kalite güvence sistemlerinin müşterilerin alım tercihlerinde etkisi olmadığını düşünmek akılcı olmaz.

Sürekli değişen müşteri beklentileri sonucunda, kalite güvence sistemleri müşteriye sunulan hizmet kalitesini garanti altına almaktadır. Müşterilerle satış dışında gerek isteklerinin belirlenmesi gerekse sunulan hizmetlerin beğenilirliğinin ölçülebilmesi için çok yakın ve yoğun ilişki kurulmalıdır (Bağdat, 2000: 1).

2.3. Gıdada Kalite

Ülkemizde ve dünyada gıda sektörü kaçınılmaz olarak kalitenin ön planda tutulduğu sektördür. Doğrudan insan sağlığını etkileyen ürünler olduğu için gıdada kalite her geçen gün daha fazla önem kazanmaktadır.

Gıda sektöründe dış ticaret payının ciddi oranlarda düşmesi, yüksek kalitede üretim, pazarlama ve organizasyonel olarak değişikliklere gidilmesi gerektiğini göstermektedir. Kısa vadede bu konularda sonuç alınmak isteniyorsa kalite güvenlik sistemlerinin yaygınlaştırılmasına ihtiyaç vardır. Gıda güvenliği ve kalite sistemleri işletmeler için ürün ve hizmet kalitesinde düzelme, dolayısıyla ihracat imkanlarında artış, standart dışı üretimlerde azalma, üretim ve işlemlerde disiplin oluşturulması, yönetim etkinliğinin artırılması ve tüm bunların ötesinde kalite kültürüne sahip olma gibi pek çok fayda sağlayacaktır (Malatyalı, 2007: 1 - 2).

Gıda sektöründe kalite kontrolünün esas amacı; tüketici gruplarının isteklerine uygun niteliklere sahip en ekonomik gıda üretimini sağlamaktır. Amacın gerçekleşebilmesi için de günümüzün bilimsel ve teknolojik yöntemlerini uygulayabilme imkânlarına sahip olmanın yanı sıra kalite kontrol sisteminin de çok iyi organize edilmesi şarttır. Aksi takdirde; öncelikle tüketici sağlığında, toplumun beslenmesinde, gıda kayıplarının önlenmesinde, yasal şartların yerine getirilmesinde ve uluslararası ticarete bazı aksaklıklar ortaya çıkmaktadır (Büyükhelvacıgil, 2009: 2).

2.4. ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi

ISO tarafından hazırlanan ve 2005 yılı Eylül ayında yayınlanan ISO 22000 standardı “Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi” olarak yayınlanmış ilk uluslararası standarttır. Ülkemizde TS 13001 HACCP Standardı iptal edilerek uluslararası geçerliliği olan TS EN ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Standardı yayınlanmıştır (Şahin, 2007: 94). TS EN ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemleri Standardı, CEN tarafından kabul edilen EN ISO 22000 (2005) Standardı esas alınarak hazırlanmış ve 24 Nisan 2006 tarihinde Türk Standardı olarak yayımlanarak bu konudaki ilgili tarafların hizmetine sunulmuştur (Büyükhelvacıgil, 2009: 2).

TS EN ISO 22000 şartlarını karşılandığında HACCP prensipleri de yerine getirilmiş dolayısıyla istenen yasal şartlarda sağlanmış olmaktadır (Kahvecioğlu ve Özen, 2008: 3). Bu standart, gıda zincirinde yer alan bir kuruluşta, gıdanın tüketimi sırasında güvenli olmasını sağlamak ve gıda güvenliğine yönelik olan tehditleri kontrol altına alma yeteneğini göstermek için gerekli olan gıda güvenliği yönetim sistemine ait şartları kapsar.

ISO 22000, Gıda zinciri içindeki kuruluşlar: taze sebze-meyve üreticileri, taze hayvansal ürün üreticileri, gıdayı işleyen kuruluşlar, taşıyan/nakliye edenler, depolayanlar, son gıda satış noktalarını (hipermarketler gibi) kapsamaktadır ISO 22000, aşağıdaki 4 temel elemanı birleştirmektedir (Erfa, 2007: 19):

• İnteraktif iletişim: kuruluşun ürün aldığı ve ürün sattığı diğer kuruluşlarla iletişimi, müşteri ve tüketicilerle “olabilecek tehlikeler ve kontrol faaliyetleriyle ilgili olarak” iletişimi,

- Sistem Yönetimi,
- Ön Koşul Programları,

- HACCP Prensipleri.

3. MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırmanın kapsamına şanlıurfa il sınırları içerisinde yer alan belirli yaş ve gruplarda hanelerinde gıda alışverişlerini gerçekleştiren 400 tüketicisi dahil edilmiştir. Yapılan araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket formları kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket formlarının başında anketle ilgili bilgi yer almaktadır. Anketler şanlıurfa ilindeki 400 tüketicisi ile yüz yüze görüşmeler yapılarak uygulanmıştır. Bu tüketicilere anket çalışmasından önce gerekli bilgiler aktarılmış ve çalışmanın amacı izah edilmiştir.

Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, örneklem grubundaki tüketicilerin temel özelliklerini belirlemeye yönelik demografik sorular sorulmuştur. Veri toplama aracının değerlendirilmesinde 5li Likert Ölçeği kullanılmıştır. Araştırmada elde edilen veriler, SPSS 11,5 İstatistik Paket Programı'nda değerlendirilmiş, sonuçlar; Frekans Analizleri ve Ki Kare Testleri yardımıyla açıklanmaya çalışılmıştır.

şanlıurfa 2012 yılı Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemine göre 1.762.075 kişi nüfusa sahiptir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2012). Bu değere göre anketimiz için %95 güven aralığında %5 yanılma payı ile seçmiş olduğumuz 400 örneklem Tablo 1'de belirtilen tablo değerleri ile kıyaslanınca fazlası ile yeterli görülmektedir.

Tablo 1: %95 Güven Aralığında Farklı Ana Kütle Büyüklükleri İçin Örnek Büyüklükleri

Büyüklük	± 1 %	± 2 %	± 3 %	± 5 %
1.000	-	-	437	244
2.000	-	-	619	278
3.000	-	1206	690	291
4.000	-	1341	732	299
5.000	-	1437	760	303
10.000	4465	1678	823	313
20.000	5749	1832	858	318
50.000	6946	1939	881	321
100.000	7465	1977	888	321
500.000 ve +	7939	2009	895	322

Kaynak: Kurtuluş, 1992: 222.

3.1. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırma hipotezleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

H1: Kalite standartlarının ne anlama geldiğinin bilinmesi eğitim düzeyine göre farklılık gösterir.

H2: Gıdada kaliteyi önemseme düzeyi eğitim düzeyine göre farklılık gösterir.

H3: Gıdada kaliteyi önemseme düzeyi aylık ortalama gelir düzeyine göre farklılık gösterir.

3.2. Araştırmanın Güvenilirlik Analizi

Soru kâğıdını oluşturan soruların araştırmanın amacına hizmet eder güvenirliğe sahip olması büyük önem taşımaktadır. Anketin güvenirliği için, bir başka ifadeyle araştırmanın amacına ulaşabilmesi için, ankette kullanılan tüm soruların temel araştırma sorusunun cevabını sağlayabilecek nitelikte olması gerekir. Bu ise sorular arasında yüksek düzeyde korelasyon bulunmasıyla mümkündür. Cronbach Alfa Katsayısı bu amaca hizmet eden bir istatistik tekniğidir (Kalaycı, 2006: 403). Cronbach Alfa Katsayısı 0 ile 1 arasında yer alır. Test sonucunda bulunan katsayı anketin güvenirlik düzeyini gösterir. Cronbach Alfa Katsayısının değerlendirilmesinde uyulan değerlendirme kıstasları genelde şoyledir:

- Alfa katsayısı 0,40' tan kk: Ölçek güvenilir değil,
- Alfa katsayısı 0,41– 0,60 arası: Ölçek düşük düzeyde güvenilir,
- Alfa katsayısı 0,61– 0,80 arası: Ölçek oldukça güvenilir,
- Alfa katsayısı 0,81– 1,00 arası: Ölçek yüksek derecede güvenilirdir.

Bu amaçla veriler SPSS programına girildikten sonra Cronbach Alfa Katsayısı hesaplanmış ve bu katsayının 0,8939 (%89) olduğu belirlenmiştir. Bu bir araştırma için oldukça yüksek düzeyde bir güvenirlik katsayısıdır.

4. ARAşTIRMA BULGULARI VE BULGULARIN DEğerLENDİRİLMESİ

4.1. Demografik Bilgiler

Araştırmadan elde edilen demografik bilgiler ve bu bilgiler doğrultusunda oluşturulan yorumlamalar aşağı Tablo 2' de belirtildiği gibidir;

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Bulguları

zellikler	Kategoriler	f	%
Yaş	18-29	159	39
	30-39	122	30.5
	40-49	73	18.2
	50-59	26	6.5
	60 ve zeri	23	5.8
	TOPLAM		400
Cinsiyet	Erkek	258	64.5
	Bayan	142	35.5
	TOPLAM		400

	Kategoriler	f	%
Eğitim Durumu	İlköğretim	181	45.2
	Lise	111	27.8
	Üniversite	82	20.5
	Lisansüstü	26	6.5
	TOPLAM	400	100
Herhangi Bir İşte alışıyor Musunuz?	Evet	278	69.5
	Hayır	122	30.5
	TOPLAM	400	100
alışıyor İseniz Mesleğiniz?	İşçi	121	30.3
	Memur	81	20.3
	iftçi	20	5
	Serbest Meslek	56	14
	Öğrenci	60	15
	Diğer	62	15.4
	TOPLAM	400	100
Aylık Ortalama Gelir Düzeyi	0-500 TL Arası	158	39.5
	500-1500 TL arası	144	36
	1500-2500 TL arası	48	12
	2500-5000 TL arası	38	9.5
	5000 ve üzeri	12	3
	TOPLAM	400	100

Tablo 2’den görüldüğü üzere anketimize katılan katılımcıların yaklaşık %90’ı 40 yaş ve altı kişilerden oluşmaktadır. Geri kalan %10’luk dilimde ise 40 yaş ve üzeri katılımcılar görülmektedir.

Anketimiz yaklaşık %65 oranında erkeklere %35 gibi bir oranla da bayanlara uygulanmıştır. Erkek oranının yüksek olmasının nedenleri arasında anket çalışmamızın mesai saatleri içerisinde yapılmasının ve erkek iş gücünün daha fazla olması yer almaktadır.

Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında bu değerler de şöyle özetlenebilir; yaklaşık olarak %45 ilköğretim, %28 lise, %21 oranında üniversite ve geri kalan %6 oranında da lisansüstü mezunları anketimize yanıt vermiştir. Bu değerler ilin eğitim düzeyine de ışık tutması açısından önemlidir.

Katılımcıların yaklaşık %70’i bir işte çalışmakta geri kalanlar da çalışmamaktadır. Herhangi bir işte çalışmayan %30’luk dilimin çoğunluğunu öğrenciler ve ev hanımları oluşurmaktadır. Anketimizi cevaplayan %50’lik bir kesim işçi ve memurlardan oluşmakta geri kalan %50’yi ise çiftçiler, serbest meslek mensupları, öğrenciler ve diğer seçeneğini işaretleyenler (ki bunlarında çoğunluğu ev hanımları) oluşurmaktadır. Bu kişilerin gelirleri kendilerine sorulduğunda da alınan cevaplara göre görülmektedir ki yaklaşık %40’lık dilimi 500 TL ve daha aşağısında bir maaşa çalışmaktadır. Bu ücret miktarı asgari ücrete bile tekabül gelmemesi de ilimizin bir diğer sorununu gözler önüne sermektedir.

4.2. Araştırmanın Frekans Analizi Bulguları

Gıda tüketicilerine yöneltilen en önemli sorulardan birisi olan gıda alışverişinizi nerelerden yapıyorsunuz şeklindeki sorumuza %30.5 ile Market/Süpermarket, %21.8 ile Semt Pazarları, %20.5 ile Hipermarket %10.2 Bakkal/Manav ve %13 ile diğler yerler cevabını aldık. Bu da göstermektedir ki tüketiciler gıda alışverişlerinde büyük oranlarda marketlere ve semt pazarlarına yönelmektedir (Tablo 3).

Tablo 3: Gıda Ürünleri Alırken Tercih Edilen Alışveriş Noktaları

Özellikler	Kategoriler	f	%
Gıda ürünleri alırken tercih ettiğiniz alışveriş noktaları nerelerdir ?	Hipermarket	82	20.5
	Market/Süpermarket	122	30.5
	Bakkal/Manav	46	10.2
	Semt Pazarları	98	21.8
	Diğler	52	13
	TOPLAM		400

Tablo 4: Alınan Gıda Ürünlerin Dış Özelliklerinin İncelenmesinin Frekans Analizleri Tablosu

	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	TOPLAM
Satın almayı düşündüğüm gıda ürününün özelliklerini etiketindeki bilgilerle karşılaştırdım	144 %36	119 %29.7	106 %26.5	18 %4.5	13 %3.3	400 %100
Gıda ürünlerinde Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'na verilen üretim izin ve tarih numarasını kontrol ederim.	119 %29.7	100 %25	75 %18.7	97 %24.3	9 %2.3	400 %100
İthal gıda ürünlerinde Bakanlığın izin ve numarasına	125 %31.2	104 %26	93 %23.3	46 %11.5	32 %8	400 %100

dikkat ederim.	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	TOPLAM
Aldığım gıda ürünün ambalajına, bozulup bozulmadığına dikkat ederim.	203 %50.7	97 %24.3	59 %14.8	27 %6.7	14 %3.5	400 %100
Aldığım gıda ürünün çeşidine göre uygun ortamda muhafaza edilip edilmediğine dikkat ederim.	147 %36.7	97 %24.3	80 %20	53 %13.3	23 %5.8	400 %100

Gıda tüketicilerinin anket sorularına verdikleri yanıtlar çerçevesinde hazırlanan Tablo 4’de görülen değerlere göre tüketicilerin büyük bir çoğunluğu aldıkları gıda ürünlerindeki etiket bilgilerini incelemekte, ilgili Bakanlığa verilen izin ve tarihlerin kontrolünü yapmakta, ambalajlardaki bozulma ve değişmelere dikkat ederek satın aldıkları ürünlerin uygun şartlarda muhafazasını sağlamaktadırlar.

Tablo 5: Gıdada Kalite Bilinç Düzeyi Ölçüm Sonuçları

	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	TOPLAM
Kalite Standartları kavramının ne anlama geldiğini biliyorum	149 %37.3	123 %30.8	71 %17.8	34 %8.5	23 %5.7	400 %100
Aldığım gıda ürünlerinde kalite güvence belgesinin olmasını önemsiyorum	94 %23.5	127 %31.8	96 %24	71 %17.7	12 %3	400 %100
İhtiyacım olan ürünün ucuzluğuna bakarım,	57 %14.2	95 %23.8	86 %21.5	79 %19.6	83 %20.8	400 %100

kalite belgesi önemli değil						
HACCP-ISO 22000 standardının içeriğinin ne anlama geldiğini biliyorum.	115 %28.7	62 %15.5	100 %25	83 %20.8	40 %10	400 %100
Aldığım ürünlerde kalite güvence sistemi yerine çarpıcı reklamları baz alırım.	43 %10.8	78 %19.4	70 %17.5	100 %25	109 %27.3	400 %100
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	TOPLAM
Kalite Güvencesine sahip olması bir ürünü almak için bana göre yeterli bir sebeptir.	55 %13.6	79 %19.8	44 %11	123 %30.8	99 %30.8	400 %100
Markalı ürünler kaliteli ve güvenilirdir	135 %33.8	144 %36	72 %18	26 %6.5	23 %5.7	400 %100
Alışverişlerimde ürünün kalite standardına sahip olmasından daha çok alışkanlıklarına önem veririm	88 %22	181 %45.3	61 %15.3	43 %10.8	27 %6.7	400 %100

Katılımcıların kalite standartlarını bilme ve genel olarak önemseme düzeylerinin sorgulandığı soruların ve cevapların yer aldığı Tablo 5'te görüldüğü üzere katılımcıların yaklaşık %67'si kalite standardı kavramının ne anlama geldiğini bilmekte ve bu örneklem içerisinde yer alan kişilerin sadece %55.3'ü aldığı gıda ürünlerinde kalite belgesini önemsemektedir. Kalite standartları içerisinde gıda da kullanılan HACCP-ISO 22000 standardının ne anlama geldiği sorusuna ise yaklaşık %45 oranında olumsuz yanıt vermiştir.

Ankete katılan tüketicilerin %57.3'ü kalite güvence yerine çarpıcı reklamlardan etkilendiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca tek başına kalite belgesini yeterli görmeyenlerin sayısı da %61.6 ile azımsanamayacak kadar çoktur. Yine katılımcıların %67.3'lük kısmı alışkanlıklarından kolay kolay vazgeçemediklerini kaliteden ziyade alıştıkları ürünü satın almayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Markalı ürünlerin kaliteli ve güvenilir olup olmadığı şeklinde yöneltilen soruya katılımcılarımızın yaklaşık %70'i markalı ürünlere güvendiklerini ve bu ürünlerin kaliteli olduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 6: Gıda Mevzuatı ve Yasalarının Bilinç Düzeyi Ölçüm Sonuçları

	Kesinlikle Katılıyor m	Katılıyor m	Kararsız m	Katılmıyor m	Kesinlikle Katılmıyor m	TOPLA M
Ülkemizde üretilen gıdalar ithal edilenlerden daha güvenlidir.	136 %34	122 %30.5	62 %15.5	40 %10	40 %10	400 %100
Türk Gıda Kodeksi kavramını duydum	61 %15.3	60 %15	46 %11.4	97 %24.2	136 %34	400 %100
Ülkemizde yasal otoriteler gıda riskleri ile ilgili kararlar alırken en güncel bilimsel kanıtları dikkate alır.	54 %13.5	66 %16.5	62 %15.4	113 %28.3	105 %26.3	400 %100
	Kesinlikle Katılıyor m	Katılıyor m	Kararsız m	Katılmıyor m	Kesinlikle Katılmıyor m	TOPLA M
Ülkemizde yasal otoriteler vatandaşın sağlığına yönelik tehlike öngördüğün de çok hızlı harekete geçer.	41 %10.2	74 %18.5	52 %13	118 %29.5	115 %28.8	400 %100
Ülkemizde yasal otoriteler	98 %24.5	63 %15.7	52 %13	89 %22.3	98 %24.5	400 %100

gıda ile ilişkili riskler hakkında kamuoyunu oldukça iyi bilgilendirir						
Ülkemizde yasal otoriteler vatandaşların sağlık riskleri ile ciddi olarak ilgilenir.	120 %30	90 %22.5	73 %18.3	53 %13.2	64 %16	400 %100
Ülkemizde yasal otoriteler üreticilerin karlarından ziyade tüketicilerin sağlığını ön planda tutar.	51 %12.8	65 %16.2	128 %32	78 %19.5	78 %19.5	400 %100
Gıdanın güvenli olduğundan emin olmak için ülkemizde katı yasalar vardır.	31 %7.8	74 %18.5	128 %32	48 %12	119 %29.7	400 %100
Ülkemizde gıda güvenliği ile ilgili yasalar tam olarak uygulanır.	43 %10.7	46 %11.4	69 %17.3	121 %30.3	121 %30.3	400 %100
Gıda tüketicisi olarak iade etmek istediğim ürünle ilgili olarak haklarımın bilincindeyim	126 %31.5	110 %27.5	61 %15.2	63 %15.8	40 %10	400 %100
Gıda güvenliği konusunun 10 yıl	127 %31.8	117 %29.2	51 %12.8	57 %14.2	48 %12	400 %100

öncesiyle kıyaslanınca daha da geliştiğini düşünüyorum.						
---	--	--	--	--	--	--

Katılımcıların gıda mevzuatı ve yasal hakları konusunda sorulan sorulara verdikleri yanıtlar Tablo 6’da belirtildiği gibidir. Elde edilen sonuçlara göre;

• Tüketicilerin %64,5’i ülkemizde üretilen gıda ürünlerini ithal edilenlerden daha güvenilir bulduklarını belirtmişlerdir.

• Aynı yüksek yüzdeyi yasal otoritelerin gıda konusunda duyarlılıkları, acil müdahaleleri, riskleri azaltması, yasaları tam olarak uygulaması gibi konu başlıkları için sorulan sorularda görülmemektedir. Bu sorularla ilgili alınan olumlu yanıtların yüzdesi %20 ile 55 arasındadır. Bu değerlere göre vatandaşlarımızın gıda konusunda yasal otoritelere tam olarak güvenmediği sonucuna ulaşılabilir.

• Gıda tüketicileri olarak iade etmek istedikleri ürünler ile ilgili olarak %59 oranında katılımcılar haklarının bilincinde olduklarını belirtmişlerdir. Ayrıca gıda güvenliği konusunun on yıl öncesine göre daha fazla geliştiğini savunanların yüzdesi ise %61’dir. Bu iki soruda değerlerin yüksek çıkmasında büyük firmaların 444’lü şikayet hatları kurması ve illerde valilikler bünyesinde oluşturulan Tüketici Hakları Komisyonları’nın etkili olduğu söylenebilir.

4.3. Araştırma Hipotezlerinin Analiz Bulguları

H0: Kalite standartlarının ne anlama geldiğinin bilinmesi eğitim düzeyine göre farklılık göstermez

H1: Kalite standartlarının ne anlama geldiğinin bilinmesi eğitim düzeyine göre farklılık gösterir.

Tablo 7: H1 Hipotezi İçin Ki Kare Test Analiz Sonuçları

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	307.618(a)	12	.000
Likelihood Ratio	198.181	12	.000
Linear-by-Linear Association	60.243	1	.000
N of Valid Cases	400		

Tablo 7’de Assymp.Sig. sütununun en üstündeki anlamlılık değerinin $p = 0,00$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşıladığından eğitim düzeyi ile kalite standartlarının ne anlama geldiğinin bilinmesi arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu söylenebilir. Bu bulgulardan hareketle H0 hipotezi reddedilmiş ve Kalite standartlarının ne anlama geldiğinin bilinmesi eğitim düzeyine göre farklılık gösterir sonucuna varılmıştır.

H0: Gıdada kaliteyi önemseme düzeyi eğitim düzeyine göre farklılık göstermez.

H2: Gıdada kaliteyi önemseme düzeyi eğitim düzeyine göre farklılık gösterir.

Tablo 8: H2 Hipotezi İçin Ki Kare Test Analiz Sonuçları

	Value	df	Asymp. Sig.n(2-sided)
Pearson Chi-Square	124.943(a)	12	.000
Likelihood Ratio	138.710	12	.000
Linear-by-Linear Association	32.873	1	.000
N of Valid Cases	400		

Tablo 8’de Assymp.Sig. sütunun en üstündeki anlamlılık değerinin $p = 0,00$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşıladığından eğitim düzeyi ile gıdada kaliteyi önemseme arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu söylenebilir. Bu bulgulardan hareketle H_0 hipotezi reddedilmiş ve kalite standartlarının önemsenmesinin eğitim düzeyine göre farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır.

H_0 : Gıdada kaliteyi önemseme düzeyi aylık ortalama gelir düzeyine göre farklılık göstermez

H_3 : Gıdada kaliteyi önemseme düzeyi aylık ortalama gelir düzeyine göre farklılık gösterir

Tablo 9: H3 Hipotezi İçin Ki Kare Test Analiz Sonuçları

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	318.867(a)	16	.000
Likelihood Ratio	290.861	16	.000
Linear-by-Linear Association	157.011	1	.000
N of Valid Cases	400		

Tablo 9’da Assymp.Sig. sütunun en üstündeki anlamlılık değerinin $p = 0,00$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşıladığından aylık ortalama gelir düzeyi ile gıdada kaliteyi önemseme arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu söylenebilir. Bu bulgulardan hareketle H_0 hipotezi reddedilmiş ve kalite standartlarının önemsenmesinin aylık gelir düzeyine göre farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır.

5. Genel Değerlendirme ve Sonuç

Elde edilen bulgular çerçevesinde Şanlıurfa’daki tüketicilerin beklentilerin aksine gıda konusunda kaliteye önem verdiği ve gıda ile ilgili mevzuat ve yasal bilgiler konusunda haberdar oldukları görülmektedir. Bu veriler hem tüketiciler için çok umut verici hem de üreticiler için bir uyarı ışığı sayılabilir. Kalitenin hayatın her aşamasına girdiği günümüzde özellikle gıda sektöründe insanların bilinç düzeylerinin çok düşük olmadığına saptanmış

olması memnuniyet vericidir. Ancak araştırma bulgularından elde edilen diğer sonuçlara göre tüketiciler maddi imkanları lsnde kaliteye daha fazla önem vermektedirler. İndirimli ve promosyonlu ürünlerin daha fazla tercih etmeleri bunun önemli kanıtlarındandır. Ekonomik kriz nedeniyle tüm harcamaların kısıldığı günümüzde ne yazık ki tüketicilerin beklendiği üzere kaliteyi ikinci plana atabilecekleri yorumu yapılabilir. Bu araştırma için istenmeyen ama hayat şartları içerisinde görülmesi normal olan bir sonuçtur. Market/Süpermarketlerin gıda alışverişlerinde semt pazarlarından daha fazla tercih edilmesi tüketicilerin büyük oranda kredi kartları kullanmalarına yorumlanabilir. Gıda Güvenliği Derneği'nce yapılan ve tüm Türkiye'yi kapsayan araştırmada da çalışmamızla benzer sonuçlara ulaşılmıştı.

Çalışmaya katılan tüketicilerin büyük bir kısmı gıdada kalite konusunda standart isimleri gibi teknik terimlere yabancı olsalar da gıda alırken ambalajlarına, son kullanma tarihleri gibi ürünün dışında belirtilen özelliklere dikkat ettiklerini ifade etmişlerdir. Çarpıcı reklamların gıda alımında kendilerini fazla etkilemediğini belirten tüketiciler markalı ürünlerin kaliteli ve güvenilir olduğunu yüksek oranlarda kabul etmişlerdir. Yasal prosedürler konusunda otoritelere güven noktasında şanlıurfa ilindeki tüketiciler tüm Türkiye ile yakın rakamlarla güven duygularını belirtmişlerdir.

Sonuç olarak hem ülkemiz ve bu kapsamda şanlıurfa'daki tüketicilerin gıda ürünlerinde kalite konusunda gittikçe daha bilinçli bir satın alma davranışı sergiledikleri ve bunun toplumun geneline yansımaları beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Aydemir, F. A. (2006). *Toplam Kalite Yönetiminin İş Yaşamına Etkisi ve Sağlık Sektöründe Uygulanması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bağdat, M. (2000), Türkiye'de Kalite Algılaması ve Müşteri Odaklılık, *Polis Dergisi*, Nisan Sayı No:23, Syf:224-226
- Bayuk, M.N. (2004). *Müşteri Sadakati ve Bankacılıkta Müşteri Sadakatinde Sosyo-Kültürel ve Psikolojik Faktörlerin Rolü*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Büyükhelvacıgil, T. (2009), Gıda Sektöründe Kalite, *TSE Yayınları Standard Dergisi*, şubat, Sayı: 561, 1 – 5.
- ağlar, İ. Ve Kılıç, S. (2008), *Kalite Güvence Standartları*, (2. Baskı), Ankara, Nobel Yayın Dağıtım.
- Gümüş, S. (2013). Rekabet, Kalite ve rn Belgeleri, <http://www.acarkalite.com/icerikg.asp?id=756>, (Erişim Tarihi: 11.12.2013)
- Erfa, M. A. (2007). *Ham ve Ayçiçeği Yağı retiminde TS EN ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sisteminin Kurulması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ: Trakya Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Kahvecioğlu, B. ve zen, M. (2008), Yemek retiminde TS EN ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sisteminin Uygulanması, *TSE Yayınları Standard Dergisi*, Temmuz, Sayı:554, 29 - 31.

- Kalaycı, ř. (2006) *Faktör Analizi. SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, (2. Baskı), Ankara, Asil Yayın Dağıtım.
- Kölük, N., Dilsiz, İ., Kartal, S.C. (2005). *Kalite Güvencesi ve Standartları*, (5. Baskı), Ankara, Detay Yayıncılık.
- Kurtuluş, K. (1992). *Pazarlama Araştırmaları*, (1. Baskı), İstanbul, İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadı Enstitüsü Yayınları Yayın No: 146.
- Küçük, O. (2004). *Standardizasyon ve Kalite*, (1. Baskı), Ankara, Seçkin Yayınları.
- Malatyalı, K. (2007), Gıda Sektöründe, Gıda Güvenliği ve Kalite Sistemleri Neden Gerekli, *TSE Yayınları Standard Dergisi*, Temmuz, Sayı: 542, 1 - 7.
- Özdaşlı, K. (2007). *Sivil Toplum Kuruluşlarında Toplam Kalite Yönetiminin Uygulanabilirliği: Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Paşaoğlu, P. (2011). *Hizmet İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Seyidoğlu, H. (2002). *Ekonomik Terimler: Ansiklopedik Sözlük*, (3. Baskı), İstanbul, Güzem Can Yayınları.
- şahin, H. (2007). ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi, *TSE Yayınları Standard Dergisi*, Temmuz, Sayı:541, 94 - 95.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2012). İl ve Cinsiyete Göre İl/İlçe Merkezi, Belde/Köy Nüfusu ve Nüfus Yoğunluğu, 2012. http://www.tuik.gov.tr/HbGetir.do?id=13425&tb_id=2 (Erişim Tarihi: 13.12.2013).