

Tüketicilerin İthal Çay Tüketim Tercihlerinin Belirlenmesi: Güneydoğu Anadolu Bölgesi Örneği*

*Determining the Imported Tea Consumption Preferences of the Consumers:
the Case of Southeastern Anatolia Region*

Sercan CENGİZ^a Yusuf Taha OKAN^b

<https://doi.org/10.54439/gupayad.989617>

Öz

Makale Türü: *Araştırma Makalesi*
Article Type: *Research Article*


Makale Geliş
Tarihi/Received: 01/09/2021

Makale Kabul
Tarihi/Accepted: 15/10/2021

Anahtar Kelime: İthal (Kaçak) çay, tüketim, tüketim tercihleri, Güneydoğu Anadolu Bölgesi

Keywords: Imported (Smuggled) tea, consumption, consumption preferences, Southeastern Anatolia Region

^a(Sorumlu yazar) Öğr. Gör.,
Harran Üniversitesi,
sercancengiz@harran.edu.tr
 0000-0002-5906-1778

^bÖğr. Gör., Harran Üniversitesi,
ytokan@harran.edu.tr
 0000-0002-7513-9790



Bu çalışma **Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0** (CC BY-NC 4.0) kapsamında açık erişimli bir makaledir.

Amaç: Bu çalışma ile Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki illerde yüksek miktarda tüketilen ithal yani halk arasında "kaçak çay" olarak bilinen çayın tüketim tercihlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. **Gereç ve Yöntem:** Bu amaçla Güneydoğu Anadolu Bölgesinde ikamet eden ve ithal çay tüketen tüketicilerden kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen 452 kişi ile yüz yüze anket yapılmıştır. Araştırmanın diğer bölümünde ise tüketicilerin cinsiyetleri ve memleketleri ile diğer değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkilerin olup olmadığı ki-kare analizi yapılarak tespit edilmeye çalışılmıştır. **Bulgular:** Araştırmada; tüketicilerin aylık ortalama 1.1 kg-2.0 kg arasında ithal çay tükettikleri belirlenmiştir. Diğer yandan ithal çay tüketiminde en önemli faktörlerin damak tadı ve aileden gelme bir alışkanlık olduğu, satın almada ise ambalaj ve kalitenin en önemli faktörler olduğu tespit edilmiştir. **Sonuç:** Tüketicilerin cinsiyetleri ve ithal çayı en çok tükettikleri öğün, ithal çay tüketim sıklığı, ithal çay tüketme nedeni, ithal çayın genellikle nereden satın alındığı ve ithal çay satın almada dikkat edilen hususlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Tüketicilerin cinsiyetleri ile diğer değişkenler arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Tüketicilerin memleketleri ile ithal çay tüketim tercihleri arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Abstract

Objective: With this study, it is aimed to determine the consumption preferences of imported tea, which is consumed in high amounts in the provinces in the Southeastern Anatolia Region, that is known as "smuggled tea" among the people. **Materials and Methods:** For this purpose, a face-to-face survey was conducted with 452 people selected by easy sampling method from consumers who live in the Southeastern Anatolia Region and consume imported tea. In the other part of the study, by using chi-squared analysis, it has been tried to determine whether there are statistically significant relationships between consumer's gender and hometown and other variables. **Findings:** In the research; It has been determined that consumers consume an average of 1.1 kg-2.0 kg of imported tea per month. On the other hand, it has been determined that the most important factors in imported tea consumption are taste and a family habit, while packaging and quality are the most important factors in purchasing. It has been determined that there is no statistically important relationship between the gender of consumers and how the habit of drinking imported tea was started, and the reason they mostly consume imported tea. **Conclusion:** It has been determined that there is a statistically significant relationship between the gender of the consumers and the meal they mostly consume imported tea, the frequency of imported tea consumption, the reason for consuming imported tea, where the imported tea is generally purchased and the considerations when purchasing imported tea. It has been determined that there is no statistically significant relationship between the genders of the consumers and other variables. It has been determined that there is a statistically significant relationship between the hometowns of consumers and their imported tea consumption preferences.

*Bu çalışma Harran Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Yönetim Birimi (BAP) 19016 numaralı proje kapsamında desteklenmiştir.

Bu Yayına Atıfta Bulunmak İçin/Cite as:

Cengiz, S. ve Okan, Y. T. (2021). Tüketicilerin ithal çay tüketim tercihlerinin belirlenmesi: Güneydoğu Anadolu Bölgesi örneği. *Güncel Pazarlama Yaklaşımları ve Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 84-97. <https://doi.org/10.54439/gupayad.989617>

1. Giriş

Çay bitkisinin yapraklarının ve tomurcuklarının değişik metotlarla işlenmesi sonucu elde edilen çay, dünyada sudan sonra en fazla sevilerek tüketilen ve tüketme alışkanlığı gittikçe artan 5000 yıllık bir geçmişe sahip ekonomik değer taşıyan bir içecektir. Çay; kurutularak işlenmesi ve her mevsimde tüketilmesi gibi avantajlarından dolayı günlük bir içecek olmayı başarmıştır. Ayrıca uykuya karşı koymak, dinlenmek, ısınmak ya da serinlemek amacıyla keyif verici içecek olarak da insanlar tarafından tüketilmektedir (Kurt ve diğ., 2013 s. 9-41).

Peki, nedir bu çay, bu kadar alışkanlık yapmasına sebebiyet veren şey nedir ki dünyada sudan sonra en çok tüketilen içecek konumuna yükselmiştir? İnsanoğlu neden kahvaltılarda, akşam yemeklerinde, misafir ağırlamalarında ya da can sıkıntısında bu damak tadından ödün vermemektedir? Kısacası hayatın her aşamasında insanları kendine müptela eden bu tattan neden vazgeçilememektedir?

Fakir, zengin, kısaca 7'den 70'e herkes tarafından sevilip tüketilmektedir. Toplumlarda bu denli benimsenip tüketilmesinin ana nedeni sağlıklı bir içecek olmasından kaynaklanıyor olsa gerek. Çay tüketiminin sağlıklı bir içecek olduğunu ortaya koyan çalışmalar da mevcuttur. Orta sıcaklıkta ve belirli miktarlarda tüketilen çayın her şeyden önce, herhangi bir akut veya kronik toksik etki göstermemesinin yanı sıra, sağlığı daha iyiye taşıyan bir içecek olduğu söylenebilir (Çelik, 2006 s. 642). Yapılan çalışmalara göre, düzenli olarak çay tüketenleri sağlıklı bir yaşam tarzına sahip oldukları da ifade edilmiştir (Weisburger ve diğ., 2002 s. 1145-1154). Ayrıca çayın sağlıklı bir içecek olduğu "US Food and Drug Administration (FDA)" tarafından da bildirilmiş ve kullanımı önerilmektedir (Wu ve Wei, 2009 s. 443-444).

Dünyada kişi başı çay tüketiminde Türkiye ilk sırada yer almaktadır. Türkiyedeki tüketicilerin sosyal yaşamında çayın bu kadar ön plana çıkması, müşterek yaşamının ve misafirperverliğin sembolik bir uzantısı olarak birçok etnografik ve düşünsel zenginlik

oluşturmuştur (Güneş, 2012 s. 249). Hem çay tüketimine hem de talebine etki eden çeşitli faktörler mevcuttur. Fiyat ve gelir değişkenleri, yaş, eğitim, meslek, memleket ve kültürel geçmiş gibi demografik özellikler gibi çeşitli faktörler çay talebi ve tüketimini etkilemektedir (İnternet-1). Bu bağlamda bu çalışmanın amacı Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki illerde yüksek miktarda tüketilen ithal yani halk arasında "kaçak çay" olarak bilinen çayın tüketim tercihlerinin belirlenmesi ve tüketim tercihleri ile cinsiyet ve bölge illeri arasında istatistiksel bir ilişkinin olup olmadığını test etmektir.

2. Kuramsal Çerçeve

Çay (*Camellia sinensis*); çaygiller familyasından (*Theaceae*) tropikal ve astropikal iklimlerde yetişen bitkinin yapraklarından elde edilir. Dünya üzerinde ilk olarak Çin ve Hindistan'da yetiştirilmeye başlanmıştır. Anavatanı Assam (Hindistan'ın Çin'e bakan iç tarafları)'dır (Üstün ve diğ., 2013 s. 5). Dünya genelinde Türkiye birlikte yaklaşık 45 ülkede üretilmekte olan çayın mazisine bakıldığında yaklaşık 5000 yıllık geçmişe sahip olduğu ve çay hakkında ilk geniş çaplı çalışmanın m.s. 733-804 yılları arasında yaşamış olan Lu Yu'nun Çay Kitabı adlı eserinde ele alındığı görülmektedir. İlgili kitap çayın üretim aşamasından tüketimine kadar ki bilgiyi kapsamlı ve sistemli bir şekilde vermektedir. Bu sayede çayın daha geniş alanlara yayılması sağlanmış ve birçok yeni ülkenin bu yeni ve vazgeçilmez damak tadıyla tanışmasına ön ayak olmuştur. Özellikle 17. yüzyıldan sonra Avrupa'nın da bu damak tadıyla tanışması çayın dünyaya yayılmasını daha da hızlandırmıştır. Ülkemizde ise her ne kadar gümrük defterlerinde nadiren de olsa çay ile ilgili kayıtlara rastlansa da, çay ile tanışılması 19. yüzyıla tekabül etmektedir. Ancak çayı daha önceleri farklı ülkelerde içip tadan yazarların eserlerinde çayla ilgili kısa da olsa bilgilerin olduğu görülmektedir. Çay hakkındaki bilgilerin bazıları 1789 yılında Basra valiliği görevini icra eden Hacı Mehmet İzzet efendinin Çay Risalesi eserinde görülmektedir. Hacı Mehmet İzzet Efendi kendisinin çay tiryakisi olduğunu dile getirmiş olmakla birlikte çayın

sağlığa faydalı olduğunu ve fazla bir şekilde tüketilmesi gerekliliğini kaleme almıştır (Harman, 2013 s. 23-25).

Çay ilk kez II. Abdülhamit döneminde zirai bir ürün olarak düşünülür. 1894 yılında, Orman, Madenler ve Tarım Bakanlığı'ndan dönemin sadrazamına bir belge yazılır. Belgede çayın ticari değerinin yanı sıra şifa kaynağı olduğu belirtilerek, tarımının yapılması amacıyla 'uygundur' onayı istenir. Konuyla ilgili onayın kısa süre içinde çıkmasıyla beraber Japonya'dan tohum tedarik edilir. Çayın ekimi ile ilgili ilk girişimler Bursa'da gerçekleşir, ancak ekolojik koşulların elverişsizliği sebebiyle bu girişimler başarısızlıkla sonuçlanır (İnternet-2). Akabinde 1924'te tarımsal denemeler olmuş, ancak 1938 yılından itibaren planlı üretim yapılmaya başlanmıştır. Dolayısıyla ülkemizde çaycılık faaliyetleri çok eskilere dayanmamaktadır (Saklı, 2013 s. 23). Çay konusunda bu süre zarfında önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Özellikle 1984 yılında çayda tekelin kalkmasıyla özel işletmeler de çay sektöründe yer almaya başlamış ve bu durum çay sektörünün daha da gelişmesine olanak sağlamıştır (Özcan ve diğ., 2013 s. 67-69).

1984 yılında Türk Çay Kanunu ile birlikte özel şirketlere çayı işleme, pazarlama ve çayın ticaretini yapma hakları verildi. Ancak özel şirketlere yeni hakların verilmesi, hükümetin kontrolü dışında bir alan ortaya çıkardı. ÇAYKUR çay yetiştirme faaliyetlerini kontrol etmeye devam etmesine rağmen rekabet halinde olduğu özel sektörü kontrol etmekte yetersiz kalmaktadır (Mendi, 2018 s. 257). Hâlihazırda ülkemizde yaş çay alma işlemlerinin %53,3'lük kısmı ÇAYKUR tarafından, %46,7'lik kısmı irili ufaklı özel işletmeler tarafından yapılmaktadır (İnternet-3).

Ülkemizde tüketilen çaylar; Doğu Karadeniz'de yetişen çaylar ve ülkemize gerek kaçak yollar ile gelen gerekse de resmi yollarla ithal edilen, özellikle güneydoğuda sıklıkla tüketilen ve halk arasında kaçak çay olarak adlandırılan çay olmak üzere ikiye ayrılır. Geçmiş yıllarda kaçak yollar ile daha çok Suriye

ve Irak sınırından Seylan tipi (oppi: peco) çay ülkemize kaçakçılar tarafından getirilmekteydi. Çünkü o bölgelerde Seylan tipi çay tanınıyor ve talep görüyordu. Şimdilerde ise daha çok üretim koşulları bakımından Türk çayına benzeyen İran menşeli ithal çayların ülkemize girişi yapılmaktadır. (Rize Ticaret Borsası, 2013 s. 2). Ancak kaçak çay olarak nitelendirilen bu çay tümüyle yasadışı yollarla ülkemize gelmemekte ayrıca devlet eliyle de ithal edilmektedir. Özellikle Güneydoğu Anadolu bölgesinde yerli çay tüketimi oldukça düşüktür. En az yerli çay tüketimi sıralamasında Güneydoğu illeri ilk sıralarda gelmektedir.

ÇAYKUR'un geniş dağıtım ağı tüm Türkiye'yi kapsamaktadır. Ancak Güneydoğu Anadolu Bölgesinde ithal çay (kaçak çay) tüketiminin yaygın olmasından dolayı yerel çaylar çok tercih edilmemektedir. Sri Lanka, Irak, İran ve Suriye gibi ülkelerden Türkiye'ye giren kaçak çayın tadı yerel çaya oranla daha yoğundur. ÇAYKUR ithal çay ile mücadele etmek amacıyla Diyarbakır Çayı'nı piyasaya sürmüştür. Diyarbakır Çayı'nın tadı kaçak çay gibi oldukça yoğundur. Ancak 2013 yılında ithal çay tüketimini önlemek amacıyla piyasaya sürülen bu yeni ürün başarılı olamamıştır (Mendi, 2018 s. 260).

Güneydoğu Anadolu Bölgesinin neredeyse tamamında ithal çaylar yoğunluklu olarak kullanılmaktadır. Özellikle Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki illerde kısmen de Doğu Anadolu Bölgesindeki illerde yerli çay tüketim azlığına bağlı olarak satış rakamlarının düşük olmasının sebebi, çalışma kapsamında yapılan gözlemlerde ithal çay tüketiminin fazla olmasından kaynaklanmaktadır. Satış rakamlarının bölgelere göre dağılım tablosunda bu durum daha net görülmektedir.

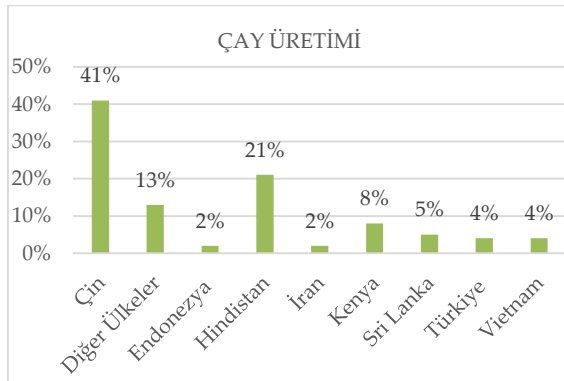
Tablo 1'e bakıldığında Türkiye genelinde 2019 yılı yerli çay satışlarının % 29,31'inin İstanbul, % 21,30'unun Ankara, % 15,08'inin İzmir, % 6,40'ının Samsun, % 5,31'inin Kayseri, % 5,51'inin Mersin, % 8,94'ünün Rize, % 4,40'ının Diyarbakır % 3,75'inin Erzurum satış ünitelerinde gerçekleştiği görülmektedir.

Tablo 1

Pazarlama Bölge Müdürlüklerinin Yerli Çay Satışı Yaptığı İller İle Bayi Sayısı ve Satış Miktarları

Bölge Müdürlüğü (Yurt İçi Ticaret)	İl Adedi	Çay Satışları (Ton)	Bayi Sayısı	Satış Yapılan İller
Mersin	6	6.539	10	Kahramanmaraş, Hatay, Osmaniye, Gaziantep, Adana, Mersin
Diyarbakır	12	5.221	13	Adıyaman, Malatya, Bingöl, Batman, Diyarbakır, Elazığ, Şırnak, Şanlıurfa, Tunceli, Mardin, Bitlis, Siirt
Erzurum	10	4.449	13	Erzurum, Erzincan, Bayburt, Van, Hakkâri, Ağrı, Muş, Iğdır, Kars
İzmir	8	17.902	10	İzmir, Aydın, Denizli, Balıkesir, Çanakkale, Manisa, Muğla, Uşak
Kayseri	6	6.307	5	Kayseri, Sivas, Niğde, Nevşehir, Yozgat
Samsun	6	7.602	11	Samsun, Ordu, Tokat, Çorum, Amasya, Sinop,
İstanbul	10	34.797	18	İstanbul, Bilecik, Düzce, Bursa, Edirne, Tekirdağ, Kırklareli, Sakarya, Yalova, Kocaeli, Bolu
Rize	5	10.617	8	Rize, Trabzon, Giresun, Artvin, Gümüşane
Ankara	16	25.291	13	Ankara, Kütahya, Çankırı, Konya, Isparta, Afyon, Antalya, Zonguldak Kastamonu, Karabük, Bartın, Eskişehir, Kırıkkale, Karaman
Toplam	79	118.725	101	

Dünya genelinde oldukça fazla tüketilen bir ürün olan çay bitkisinin yetiştirilmesi için en uygun alanlar, iklim şartlarının uygun olduğu ve çayın anavatanı olarak bilinen Asya kıtasıdır. Diğer üretim alanları olan Avrupa, Afrika ve Amerika'ya çayın Asya'dan yayıldığı bilinmektedir. Çay bitkisi, soğuk, rüzgâr ve dondan hoşlanmaz, bol yağmur ve düzenli sıcaklık ister, ayrıca kurak yerlerde yetişmez. Bu nedenle çayın yetişme alanları sınırlıdır.

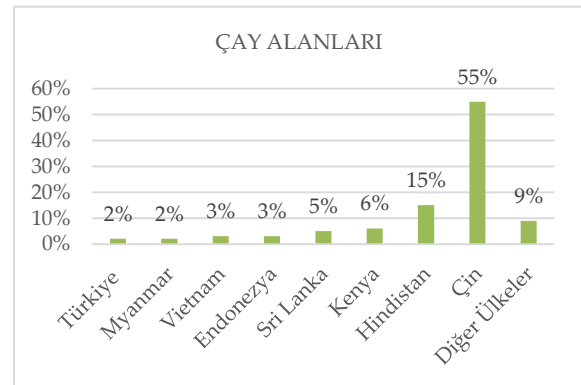


Şekil 1. FAO verilerine göre çay üretim miktarları Kaynak: (İnternet-6).

Ülkemizde bu alanlar Doğu Karadeniz kıyı kuşağında yer alan Rize, Trabzon, Artvin, Ordu

ve Giresun illerinden oluşmaktadır (Çimen, 2014 s. 1-10). Ülkemizdeki çaylık alanlara baktığımızda % 67,23'lük oran ile Rize ilk sırada yer almaktadır (İnternet-4).

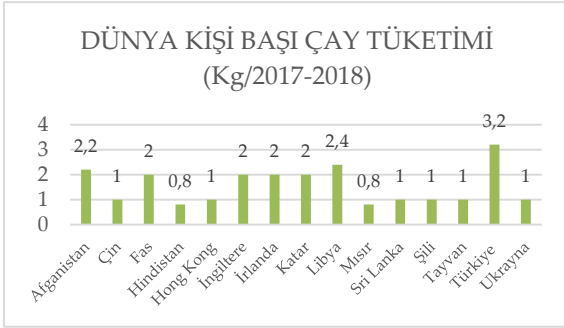
Çay bitkisi dünya üzerinde, kuzey yarım kürede yaklaşık 42 enlem derecesinden, güney yarım kürede 27 enlem derecesine kadar olan kuşak üzerinde yetiştirilmektedir. Sri Lanka, Endonezya, Kenya, Hindistan, Çin ve Japonya çay bitkisinin yaygın olarak yetiştirildiği ülkelerdendir (Harman, 2013 s. 23). Türkiye ile birlikte 45'e yakın ülkede ekonomik düzeyde çay üretimi yapılmaktadır (İnternet-5).



Şekil 2. FAO verilerine göre çay üretim alanları Kaynak: (İnternet-6).

Dünya Gıda Örgütü (FAO) 2018 yılı verilerine göre; 4.2 milyon hektarlık alanda 6.3

milyon ton üretilen çayda üretim bir önceki yıla göre %4,8, alan ise %3,6 artış göstermiştir. FAO istatistiklerine göre 2018 yılı dünya çay üretiminde Çin %41, Hindistan %21, Kenya %8, Sri Lanka %5, Vietnam %4, Türkiye %4, Endonezya %2, İran %2 ve diğer üretici ülkeler %13 paya sahiptir. Diğer yandan FAO istatistiklerine göre 2018 yılında dünyadaki çay tarım alanlarının dağılımı; Çin %56, Hindistan %15, Kenya %6, Sri Lanka %5, Endonezya %3, Vietnam %3, Myanmar %2, Türkiye %2 ve diğer üretici ülkeler %9 şeklindedir.



Şekil 3. Ortalama Dünya Kişi Başı Çay Tüketimi (kg) (2017-2018) **Kaynak:** (İnternet-3)

Dünya da kişi başına çay tüketimi ülkeden ülkeye değişmektedir. Hindistan Çay Kurulu 2017-2018 yılı verilerine göre Türkiye'nin önde götürdüğü ülkeler sıralaması şu şekildedir; Türkiye 3.20 kg, Libya 2.40 kg, Afganistan 2.20 kg. Fas, İngiltere, İrlanda ve Katar 2 kg civarlarında iken Hong Kong, Tayvan, Sri Lanka, Çin, Şili ve Ukrayna da ise kişi başına 1 kg, Mısır ve Hindistan'da ise 800 gramdır (İnternet-3).

3. Araştırmanın Amacı

Bu çalışma ile Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki illerde yüksek miktarda tüketilen ithal yani halk arasında "kaçak çay" olarak bilinen çayın tüketim tercihlerinin belirlenmesi ve tüketim tercihleri ile cinsiyet ve bölge illeri arasında istatistiksel bir ilişkinin olup olmadığını test etmektir.

4. Araştırmanın Metodolojisi

Bu başlık altında çalışmanın deseni, evren ve örnekleme, kısıtları, veri toplama araçları ve veri analiz yöntemleri sunulmuştur.

4.1. Araştırma Deseni

Bu araştırma nicel araştırma desenlerinden betimsel istatistik çalışmasıdır. Betimsel istatistik yani tanımlayıcı istatistik ile araştırmacılar elde edilen değerlerden tanımlayıcı sonuçlar çıkarır (Büyüköztürk, 2012 s. 22; Özsoy, 2010 s. 4). Bu çalışmada da araştırmacılar elde edilen veriler neticesinde tanımlayıcı yargılara varmışlardır.

4.2. Evren ve Örnekleme

Araştırmanın evreni, Güneydoğu Anadolu bölgesinde yer alan Batman, Diyarbakır, Gaziantep, Mardin, Siirt, Şırnak ve Şanlıurfa illerinde ikamet eden ve ithal çay tüketen vatandaşlardan oluşmaktadır. Örnekleme büyüklüğü belirlenirken çok fazla sayıda örneklemin kaynak israfına yol açacağı, az sayıda örneklem almanın ise beklenen sonucu sağlamayacağı gerçeğinden hareketle $n = [(t \times s)/d]^2$ formülünden yararlanılmıştır. $n =$ örneklem büyüklüğü, $t =$ %95 önem derecesine karşılık gelen tablo değerini (1,96), $s =$ standart sapma (0,5), $d =$ sapma miktarını belirtmektedir. İlgili formüle göre asgari örneklem sayısı 384'tür (Büyüköztürk, 2012 s. 95)

Bu araştırmanın evrenini 18 yaşından büyük tüketiciler oluşturmaktadır. Evrenin sayısını belirlemek için TÜİK verilerine bakıldığında nüfus oranlarının 0-14, 15-64 ve 65 üzeri şeklinde sınıflandırıldığı görülmektedir.

Tablo 2

Örnekleme Sayısı

İller	İl Seçmen Nüfusları	Yapılması Gereken Anket Sayısı	Yapılan Anket Sayısı
Batman	342,111	29	31
Diyarbakır	1,023,389	86	99
Gaziantep	1,214,503	102	47
Mardin	470,545	40	102
Siirt	179,764	15	26
Şanlıurfa	1,060,815	89	92
Şırnak	268,308	23	55
Toplam	4.559.435	384	452

Bu sebeple 18 yaş ve üstü bireylerin sayısını belirleyebilmek amacıyla 24 Haziran 2018 tarihinde yapılan halk oylamasında oy kullanma hakkı olan seçmen kitlesi bu çalışmanın evreni olarak kabul edilmiştir. Bölge illerinden

örneklem seçilirken www.ysk.gov.tr (İnternet-9) adresinden bölgenin 2018 yılı seçmen nüfus verileri alınmıştır ve asgari örneklem sayısı hesaplanarak tablo 2’de verilmiştir.

Bu kapsamda bölge il ve bu illerin merkez ilçelerinde yaşayan bireylerden gönüllü katılım sonrası 273’ü erkek 179’ u da kadınlardan olmak üzere toplam 452 kişi ile yüz yüze anket yapılmıştır.

Araştırma sonuçlarının sağlıklı olabilmesi için gerek eğitim gerek meslek gerekse yaş grubu olarak maksimum çeşitlilik olması açısından hemen her kesimden bireyler ile anket yapılmaya özen gösterilmiştir. Ankete katılacak bireylerin belirlenmesinde kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Çalışmanın verileri 2019 yılına aittir. Bireylerle yüz yüze anket yapılmış ve tüketicilerin cevapları araştırmacılar tarafından işaretlendiği için herhangi bir kayıp veri olmamasına son derece özen gösterilmiştir.

4.3. Veri Toplama Araçları

Araştırma kapsamında oluşturulan veri toplama aracı iki kısımdan meydana gelmektedir. Birinci kısımda katılımcılar ile ilgili çeşitli demografik bilgiler barındıran demografik bilgiler formu kullanılmıştır. Çalışmanın ikinci kısmında ise, tüketicilerin çay tüketme eğilimlerini belirlemeye yönelik çeşitli sorulardan oluşan anket formu kullanılmıştır. Anket sorularının hazırlanmasında (Sayılı ve Gözener, 2013; Onurlubaş ve diğ., 2017; Kılıç ve diğ., 2012) çalışmalarından yararlanılmıştır.

4.4. Çalışmanın Kısıtları

Araştırma kapsamında iki tane kısıt belirlenmiştir. Birincisi, İthal (kaçak) çay tüketim tercihleri konusunda daha önce herhangi bir çalışmaya yerli literatürde rastlanmamıştır. Bu araştırmamız ilgili alanda yerli literatürde bir ilk olma özelliği taşımaktadır. Dolayısıyla çalışmanın bulgularını ithal çaylar üzerine yapılmış yerli literatürdeki çalışmalarla kıyaslama imkânı olmamakla beraber, yerli çaylar üzerine yapılmış benzer çalışmalarla kıyaslama imkânı da birkaç ortak nokta dışında yoktur. İkincisi, ithal (kaçak) çay Güneydoğu Anadolu bölgesinde yer alan illerin genelinde

çoğunlukla kullanılmakla beraber sadece il merkezleri ve merkez ilçelerinde ikamet eden bireylerle anket yapılmıştır. Zamansal ve parasal kısıtlamalardan dolayı ilçelerde ve kırsal kesimlerde yaşayan bireylerle anket yapılmamıştır.

4.5. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında elde edilen veriler analiz edilmeden önce, verilerin analiz için uygun olup olmadığını incelemek için hatalı veriler ve uç değerler düzeltilmiştir. Daha sonra katılımcılardan elde edilen veriler SPSS 21.0 Paket Programı yardımıyla analiz edilmiş ve tüketicilerin bazı demografik özellikleri (cinsiyetleri ve memleketleri) ile ithal çay tüketim tercihleri arasındaki ilişkiler, veriler kategorik olduğu için ki-kare analizi yapılarak test edilmiş, analizler neticesinde elde edilen veriler tablolaştırılarak bulgular kısmında sunulmuştur.

Pearson ki-kare testinin kullanılmadığı durumlarda veriler mümkün ise satır ya da sütunları birleştirerek tablo boyutu indirgenebilir. Ancak bu tür uygulamalar, bilgi kaybı oluşturmakta ve araştırmacıların yanlış karar vermelerine neden olabilmektedir (İnternet-7). Beklenen değer kuralının karşılanmaması durumunda en küçük teorik frekans < 5 olması durumunda fisher’s exact testinin kullanılabilmesi birçok araştırmacı tarafından ifade edilmiştir. (Mehta ve Patel, 1983 s. 427; Kang, 1999 s. 20; Field, 2009 s. 690; Howell, 2012; İnternet-8). Fisher’s exact test sonuçları da tabloda verilmiştir. İstatistiksel analizler %95 güven aralığında ve $p < 0.05$ anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir.

5. Araştırmanın Bulguları

Çalışma kapsamında ankete katılan tüketicilerin demografik bulguları, çay tüketimine ilişkin bulgular ve ki kare testine ilişkin bulgular incelenmiş ve tablolar şeklinde verilmiştir.

5.1. Demografik Bulgular

Anketin ilk aşaması olan demografik verilere bakıldığında tablo 3’e göre ankete katılanların cinsiyete göre dağılımları %60,4 (273 kişi) ile en

çok erkekler, %39,6 (179 kişi) ile de kadınlar olduğu görülmektedir.

Tüketicilerin yaşlarına bakıldığında ise %48,2 (218 kişi) ile en çok 18-25 yaş aralığındaki tüketici olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyine bakıldığında %27,4 (124 kişi) ile en çok lise eğitim düzeyindeki tüketiciler olduğu görülmektedir. Meslek durumlarına bakıldığında ise en çok %37,6 (170 kişi) ile öğrenci olduğu görülmektedir.

Ailedeki birey sayılarına bakıldığında en fazla %33,3 (150 kişi) ile 5-6 kişilik, ikinci sırada ise %25 (113 kişi) ile de 7-8 kişilik bireylerden oluşan aileler olduğu görülmektedir. Gelir durumlarına bakıldığında ise şekil-9'da %40 (181) ile en çok 1000 tl ve altı gelir düzeyindeki katılımcılar olduğu görülmektedir. Tüketicilerin memleket dağılımlarına bakıldığında en çok %22,6 (102 kişi) ile Mardin olduğu görülmektedir.

Tablo 3
Ankete Katılan Tüketicilerin Bazı Demografik Özellikleri

		F	%	Ailedeki Birey Sayısı (Kişi)	F	%	
Cinsiyete Göre Dağılım	Erkek	273	60,4	1-2	25	5,5	
	Kadın	179	39,6	3-4	96	21,2	
Yaş Dağılımı	18-25	218	48,2	5-6	150	33,3	
	26-35	76	16,8	7-8	113	25	
	36-45	82	18,1	9-10	48	10,6	
	46-55	48	10,6	11 ve Üstü	20	4,4	
	56 ve Üstü	28	6,2	Bireyin Geliri	1000 TL ve Altı	181	40
Eğitim Durumu	Okur Yazar	22	4,9	1.001 TL -2.000 TL	102	22,6	
	İlkokul	60	13,3	2.001 TL -3.000 TL	98	21,7	
	Orta Okul	46	10,2	3.001 TL -4.000 TL	35	7,7	
	Lise	91	20,1	4.001 TL ve Üstü	36	8	
	Ön Lisans	124	27,4	Memleket	Batman	31	6,9
	Lisans	101	22,3		Gaziantep	99	21,9
Meslek Durumu	Lisans Üstü	8	1,8		Diyarbakır	47	10,4
	Serbest Meslek	66	14,6		Mardin	102	22,6
	Memur	40	8,8		Siirt	26	5,8
	Esnaf	62	13,7		Şanlıurfa	92	20,4
	İşçi	44	9,7		Şırnak	55	12,2
	Çiftçi	9	2				
	Emekli	16	3,5				
	Ev Hanımı	45	10				
Öğrenci	170	37,6					

5.2. İthal Çay Tüketimine İlişkin Bulgular

Araştırmanın ikinci aşamasını oluşturan sorular sadece ithal çay (kaçak çay) ile ilgilidir ve bu sorulara verilen cevaplar aşağıdaki Tablo 4'te verilmiştir. Tablo 4'e göre aile başına aylık tüketilen ithal çay miktarı %42,7 (193 kişi) ile en çok 1,1 kg-2,0 kg arasında olduğu görülmektedir. Bölgedeki hane sayısı ve ithal çay tüketim miktarı göz önünde bulundurulduğunda oldukça büyük bir piyasasının olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 4'e göre çayın en çok tüketildiği öğüne bakıldığında %81,4 (368 kişi) ile herhangi bir

öğünden ziyade zamansal olarak "farketmez", çayın tüketim sıklığına bakıldığında ise en çok %36,5 (165 kişi) "sık sık", ve %33,6 (152 kişi) "canım istediğinde" seçeneklerinin en çok öne çıktığı görülmektedir. Çay tüketme nedeni kısmında tüm çaylar için genel bir soru sorulmuş ve %47,8 (216 kişi) ile en çok "keyif", %32,7 (148 kişi) "alışkanlık" için tüketildiği görülmektedir. Akabinde ithal çayın tüketilme nedeni sorulduğunda ise en çok %52,9 (239 kişi) "damak tadının hoşuma gidiyor olması" seçeneğinin öne çıktığı görülmektedir.

Tablo 4'e göre ithal (kaçak) çayın genelde nerden alındığı sorusunda ise %38,3 (173 kişi)

“bakkal” seçeneğini işaretlemiştir. İthal çayın ambalaj tercihinde ise en fazla %70,6 (319 kişi) “kapalı paket” yani ambalajlı çayı tercih ettikleri belirlenmiştir. İthal çay satın almada dikkat edilen hususlara bakıldığında en çok %63,3 (286 kişi) “kalite” tercihinin öne çıktığı görülmektedir. Bu sonuç daha önce yerli çaylar için yapılan Kılıç vd. (2012) ile Sayılı vd. (2013) çalışmalarının sonuçlarıyla da benzerlik göstermektedir. Kılıç vd. (2012)’de en fazla dikkat edilen husus %80,53 ile kalite iken, Sayılı

ve Gözener (2013)’de ise bu oran %41,82’dir. İthal çayın en çok tüketildiği mevsim sorusuna %83,8 (379 kişi) “kış mevsimi” şeklinde cevaplar verilmiştir. Son olarak ithal çay alışkanlığının kaynağını belirlemek amaçlı sorulan “ithal çay tüketme alışkanlığınız nasıl başladı?” sorusuna ise tüketicilerin çoğunluğunun genç bireylerden oluşması göz önünde bulundurulduğunda en çok %81,9 (370 kişi) “aileden gelme” seçeneği işaretlendiği tablo 4’te görülmektedir.

Tablo 4

Araştırma Verilerine Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Aile Başına Çay Tüketim Miktarı Kg/Ay	F	%	İthal Çayı Genellikle Nerden Alırsınız	F	%
1 kg ve altı	162	35,8	Bakkal	173	38,3
1.1 kg-2 kg arası	193	42,7	Market	140	31,0
2.1 kg -3 kg arası	59	13,1	Toptancı	139	30,8
3.1 kg ve üstü	38	8,4	<i>Ortalama: 1,9248 Std. Sapma : ,82833</i>		
<i>Ortalama:1,9403 Std. Sapma: ,90746</i>			İthal Çayda Ambalaj Tercihiz Nedir	F	%
İthal Çay İçilen Öğün	F	%	Açık	133	29,4
Sabah	39	8,6	Kapalı paket	319	70,6
Öğle	5	1,1	<i>Ortalama: 1,7058 Std. Sapma : ,45621</i>		
Akşam	40	8,8	İthal Çay Satın Almada Dikkat Edilen Husus.	F	%
Fark etmez	368	81,4	Fiyat	48	10,6
<i>Ortalama: 3,6305 Std. Sapma: ,88006</i>			Marka	91	20,1
İthal Çay tüketim sıklığı	F	%	Kalite	286	63,3
Günde 1 kez	34	7,5	Ambalaj	21	4,6
Sık sık	165	36,5	Dikkat etmiyorum	6	1,3
Arada bir	101	22,3	<i>Ortalama: 2,6593 Std. Sapma: ,78162</i>		
Canım istediğinde	152	33,6	İthal Çayın En Fazla Tüketildiği Mevsim	F	%
<i>Ortalama: 2,8208 Std. Sapma: ,98603</i>			İlkbahar	10	2,2
Çay tüketme nedeni	F	%	Yaz	29	6,4
Alışkanlık	148	32,7	Sonbahar	34	7,5
Keyif	216	47,8	Kış	379	83,8
Tadı	79	17,5	<i>Ortalama: 3,7301 Std. Sapma : ,67760</i>		
Faydası	9	2,0	İthal Çay İçme Alışkanlığınız Nasıl Başladı	F	%
<i>Ortalama: 1,8872 Std. Sapma: ,75524</i>			Aileden gelme	370	81,9
İthal Çay Tüketme Nedeni	F	%	Sonradan alışma	82	18,1
Her yerde kolay bulunuyor olması	38	8,4	<i>Ortalama: 1,1814 Std. Sapma : ,38579</i>		
İyi dem tutuyor olması	69	15,3			
Aileden gelen bir alışkanlık	106	23,5			
Damak tadının hoşuma gitmesi	239	52,9			
<i>Ortalama: 3,2080 Std. Sapma: ,98824</i>					

5.3. Ki Kare Testine İlişkin Bulgular

Tablo 5’e göre ankete katılan tüketicilerin cinsiyetleri ile ithal çay tüketim tercihleri arasındaki ilişkinin incelenmesi için ki-kare analizi yapılmıştır. Daha önce yerli çaylar üzerine yapılmış olan çalışmalarda tüketicilerin 48,64’ünün çay tüketimini “her öğün”

gerçekleştirdikleri Sayılı ve Gözener (2013), 62,83’ünün de yine çayı öğün “fark etmeksizin” tükettikleri Onurlubaş ve diğ. (2017) tarafından yapılan çalışmalarda belirlenmiştir. Bu çalışmada da benzer sonuçlar bulunmuştur. Ankete katılan tüketicilerin % 81,42’i ithal çayın en çok tüketildiği öğün olarak “farketmez” şeklindeki seçeneği işaretlenmiştir.

Tablo 5'e göre yapılan ki-kare analizinde "tüketicilerin ithal çayı en çok tükettikleri öğün" ile tüketicilerin "cinsiyetleri" arasında $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki **olduğu** belirlenmiştir. Sayılı ve Gözener (2013) ve Onurlubaş ve diğ. (2017) tarafından yapılan çalışmaların sonuçları ile bu çalışmanın sonuçları benzerlik göstermektedir. Bu bağlamda gerek yerli çayların gerek ithal çayların ülkemizdeki tüketim öğününün/zamanının cinsiyetle bir bağlantısının olduğunu ifade etmektedir. "İthal

çay tüketim sıklığı" ile "cinsiyet" arasında $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı bir ilişki **olduğu** belirlenmiştir. Ancak Sayılı ve Gözener (2013) tarafından yapılan çalışmada ise "çay tüketim sıklığı" ile "cinsiyet" arasında $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı bir ilişki **olmadığı** belirlenmiştir. Bu bakımdan çalışmamızın sonuçlarıyla farklılık göstermektedir. "İthal çay tüketme nedeni" ile tüketicilerin cinsiyetleri arasında $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki **olduğu** belirlenmiştir.

Tablo 5

Tüketicilerin Cinsiyetleri İle İthal Çay Tüketim Tercihleri Arasındaki İlişki

Tüketicilerin Cinsiyetleri		Erkek(273)		Kadın(179)		Toplam(452)	
		F	%	F	%	F	%
İthal çayın en çok tüketildiği öğün	Sabah	17	6,23	22	12,29	39	8,63
	Öğle	3	1,10	2	1,12	5	1,11
	Akşam	21	7,69	19	10,61	40	8,85
	Fark etmez	232	84,98	136	75,98	368	81,42
Toplam		273	100	179	100	452	100
<i>Fisher's Exact test p, 040 p < 0,05 düzeyinde anlamlı</i>							
İthal çay tüketim sıklığı	Günde bir kez	14	5,13	20	11,17	34	7,52
	Sık sık	111	40,66	54	30,17	165	36,50
	Arada bir	49	17,95	52	29,05	101	22,35
	Canım istediğinde	99	36,26	53	29,61	152	33,63
Toplam		273	100	179	100	452	100
<i>$\chi^2: 17,136$ p, 001 p < 0,05 düzeyinde anlamlı</i>							
İthal çay tüketme nedeni	Her yerde kolay bulunuyor olması	22	8,06	16	8,94	38	8,41
	İyi dem tutuyor olması	39	14,29	30	16,76	69	15,27
	Aileden gelen bir alışkanlık	53	19,41	53	29,61	106	23,45
	Damak tadının hoşuma gitmesi	159	58,24	80	44,69	239	52,88
Toplam		273	100	179	100	452	100
<i>$\chi^2: 12,409$ p, 006 p < 0,05 düzeyinde anlamlı</i>							

Tablo 6'ya göre "İthal çay tüketme alışkanlığının nasıl başladığı" ile tüketicilerin "cinsiyetleri" arasında $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki **olmadığı** belirlenmiştir. "İthal çayın en çok tüketildiği mevsim" ile tüketicilerin "cinsiyetleri" arasında $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki **olmadığı** belirlenmiştir.

"İthal çayda ambalaj tercihi" ile tüketicilerin "cinsiyetleri" arasında $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki **olmadığı** belirlenmiştir. Onurlubaş ve diğ. (2017) tarafından yapılan çalışmada da çayda ambalaj

tercihi ile cinsiyet arasında $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı ilişki **olmadığı** belirlenmiştir. Bu anlamda çalışmamızın sonuçları ile benzerlik göstermektedir. "İthal çay satın almada dikkat edilen hususlar" ile tüketicilerin "cinsiyetleri" arasında $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki **olduğu** belirlenmiştir. Bu bakımdan Sayılı ve Gözener (2013) tarafından yapılan çalışmanın sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. "İthal çayı genellikle nerden satın alırsınız" ile tüketicilerin "cinsiyetleri" arasında $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki **olduğu** belirlenmiştir.

Tablo 6
 Tüketicilerin Cinsiyetleri İle İthal Çay Tüketim Tercihleri Arasındaki İlişki (Devamı)

Tüketicilerin Cinsiyetleri		Erkek(273)		Kadın(179)		Toplam(452)	
		F	%	F	%	F	%
İthal çay tüketme alışkanlığı nasıl başladı	Aileden gelme	224	80,22	146	81,01	364	80,53
	Sonradan alışma	49	19,78	33	18,99	88	19,47
	Toplam	273	100	179	100	452	100
$\chi^2: ,029$		$p, 864$		$p < 0,05$ düzeyinde anlamsız			
İthal çayın en çok tüketildiği mevsim	İlk Bahar	3	1,10	7	3,35	9	1,99
	Yaz	19	7,33	10	3,91	27	5,97
	Son Bahar	17	5,86	17	11,17	36	7,96
	Kış	234	85,71	145	81,56	380	84,07
	Toplam	273	100	179	100	452	100
$\chi^2: 6,607$		$p, 086$		$p < 0,05$ düzeyinde anlamsız			
İthal çayda ambalaj tercihi	Açık	82	29,30	51	28,49	131	28,98
	Kapalı	191	70,70	128	71,51	321	71,02
	Toplam	273	100	179	100	452	100
$\chi^2: ,161$		$p, 688$		$p < 0,05$ düzeyinde anlamsız			
İthal çay satın almada dikkat edilen hususlar	Fiyat	24	8,79	24	13,41	48	10,62
	Marka	47	17,22	44	24,58	91	20,13
	Kalite	183	67,03	103	57,54	286	63,27
	Ambalaj	13	4,76	8	4,47	21	4,65
	Dikkat etmiyorum	6	2,20	0	0,00	6	1,33
	Toplam	273	100	179	100	452	100
$\chi^2: 9,692$		$p, 046$		$p < 0,05$ düzeyinde anlamlı			
İthal çayı genellikle nerden satın alırsınız	Bakkal	122	44,69	51	28,49	178	38,95
	Market	82	30,04	58	32,40	140	30,63
	Toptancı	69	25,27	70	39,11	139	30,42
	Toplam	273	100	179	100	452	100
$\chi^2: 17,229$		$p, 000$		$p < 0,05$ düzeyinde anlamlı			

Tablo 7'ye göre ankete katılan tüketicilerin memleketleri ile ithal çay tüketim tercihleri arasındaki ilişkinin incelenmesi için ki-kare analizi yapılmıştır. "İthal çayın en çok tüketildiği" öğün ile tüketicilerin "memleketleri" arasında $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki **olduğu** belirlenmiştir. "İthal çay tüketim sıklığı" ile tüketicilerin "memleketleri" arasında $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı bir ilişki **olduğu** belirlenmiştir. "İthal çay tüketme nedeni" ile tüketicilerin "memleketleri" arasında $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı bir ilişki **olduğu** belirlenmiştir.

"İthal çay tüketme alışkanlığı nasıl başladı" ile tüketicilerin "memleketleri" arasında $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki **olduğu** belirlenmiştir. "İthal çayın en çok

tüketildiği mevsim" ile tüketicilerin "memleketleri" arasında $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki **olduğu** belirlenmiştir. "İthal çayda ambalaj tercihi" ile tüketicilerin "memleketleri" arasında $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı bir ilişki **olduğu** belirlenmiştir. "İthal çay satın almada dikkat edilen hususlar" ile tüketicilerin "memleketleri" arasında $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki **olduğu** belirlenmiştir. "İthal çayı genellikle nerden satın alırsınız" ile tüketicilerin "memleketleri" arasında $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki **olduğu** belirlenmiştir. Siirt, Şanlıurfa ve Şırnak illerinde "İthal çayın en çok tüketildiği mevsim" sorusunda "ilkbahar" seçeneğinde herhangi bir cevap işaretlenmediği için tablodan çıkarılmıştır.

Tablo 7
Tüketicilerin Memleketleri İle İthal Çay Tüketim Tercihleri Arasındaki İlişki

		Batman		Diyarbakır		Gaziantep		Mardin	
		F	%	F	%	F	%	F	%
İthal çayın en çok tüketildiği öğün	Sabah	3	9,68	5	5,05	4	8,51	11	10,78
	Öğle	0	0,00	0	0,00	2	4,26	0	0,00
	Akşam	6	19,35	5	5,05	8	17,02	10	9,80
	Fark etmez	22	70,97	89	89,90	33	70,21	81	79,41
	Toplam	31	100	99	100	47	100	102	100
<i>Fisher's Exact test</i>		<i>p, 001</i>		<i>p < 0,05 düzeyinde anlamlı</i>					
İthal çay tüketim sıklığı	Günde bir kez	4	12,90	3	3,03	7	14,89	7	6,86
	Sık sık	18	58,06	33	33,33	13	27,66	24	23,53
	Arada bir	6	19,35	16	16,16	13	27,66	38	37,25
	Canım istediğinde	3	9,68	47	47,47	14	29,79	33	32,35
	Toplam	31	100	99	100	47	100	102	100
$\chi^2: 80,737$		<i>p, 000</i>		<i>p < 0,05 düzeyinde anlamlı</i>					
İthal çay tüketme nedeni	Her yerde kolay bulunuyor olması	2	6,45	7	7,07	3	6,38	9	8,82
	İyi dem tutuyor olması	4	12,90	15	15,15	14	29,79	18	17,65
	Aileden gelen bir alışkanlık	10	32,26	8	8,08	12	25,53	32	31,37
	Damak tadının hoşuma gitmesi	15	48,39	69	69,70	18	38,30	43	42,16
	Toplam	31	100	99	100	47	100	102	100
$\chi^2: 76,111$		<i>p, 000</i>		<i>p < 0,05 düzeyinde anlamlı</i>					
İthal çay tüketme alışkanlığı nasıl başladı	Aileden gelme	28	90,32	80	80,81	36	76,60	75	73,53
	Sonradan alışma	3	9,68	19	19,19	11	23,40	27	26,47
	Toplam	31	100	99	100	47	100	102	100
$\chi^2: 19,568$		<i>p, 003</i>		<i>p < 0,05 düzeyinde anlamlı</i>					
İthal çayın en çok tüketildiği mevsim	İlk Bahar	2	6,45	2	2,02	4	8,51	2	1,96
	Yaz	2	6,45	8	8,08	4	8,51	4	3,92
	Son Bahar	3	9,68	4	4,04	7	14,89	15	14,71
	Kış	24	77,42	85	85,86	32	68,09	81	79,41
	Toplam	31	100	99	100	47	100	102	100
<i>Fisher's Exact test</i>		<i>p, 000</i>		<i>p < 0,05 düzeyinde anlamlı</i>					
İthal çayda ambalaj tercihi	Açık	7	22,58	12	12,12	20	42,55	52	50,98
	Kapalı	24	77,42	87	87,88	27	57,45	50	49,02
	Toplam	31	100	99	100	47	100	102	100
$\chi^2: 66,726$		<i>p, 000</i>		<i>p < 0,05 düzeyinde anlamlı</i>					
İthal çay satın almada dikkat edilen hususlar	Fiyat	3	8,33	7	7,07	8	17,02	18	19,57
	Marka	6	16,67	18	18,18	6	12,77	4	4,35
	Kalite	19	52,78	68	68,69	29	61,70	63	68,48
	Ambalaj	3	8,33	3	3,03	3	6,38	6	6,52
	Dikkat etmiyorum	5	13,89	3	3,03	1	2,13	1	1,09
	Toplam	31	100	99	100	47	100	102	100
<i>Fisher's Exact test</i>		<i>p, 013</i>		<i>p < 0,05 düzeyinde anlamlı</i>					
İthal çayı genellikle nerden satın alırsınız	Bakkal	9	29,03	34	34,34	12	25,53	39	38,24
	Market	17	54,84	42	42,42	19	40,43	35	34,31
	Toptancı	5	16,13	23	23,23	16	34,04	28	27,45
	Toplam	31	100	99	100	47	100	102	100
$\chi^2: 93,953$		<i>p, 000</i>		<i>p < 0,05 düzeyinde anlamlı</i>					

Tablo 7
 Tüketicilerin Memleketleri İle İthal Çay Tüketim Tercihleri Arasındaki İlişki (Devamı)

		Siirt		Şanlıurfa		Şırnak	
		F	%	F	%	F	%
İthal çayın en çok tüketildiği öğün	Sabah	1	3,85	13	14,13	2	3,64
	Öğle	1	3,85	1	1,09	1	1,82
	Akşam	3	11,54	7	7,61	1	1,82
	Fark etmez	21	80,77	71	77,17	51	92,73
	Toplam	26	100	92	100	55	100
<i>Fisher's Exact test</i>	<i>p, 001</i>	<i>p < 0,05 düzeyinde anlamlı</i>					
İthal çay tüketim sıklığı	Günde bir kez	2	7,69	10	10,87	1	1,82
	Sık sık	12	46,15	30	32,61	35	63,64
	Arada bir	5	19,23	19	20,65	4	7,27
	Canım istediğinde	7	26,92	33	35,87	15	27,27
	Toplam	26	100	92	100	55	100
$\chi^2: 80,737$	<i>p, 000</i>	<i>p < 0,05 düzeyinde anlamlı</i>					
İthal çay tüketme nedeni	Her yerde kolay bulunuyor olması	8	30,77	7	7,61	2	3,64
	İyi dem tutuyor olması	4	15,38	8	8,70	6	10,91
	Aileden gelen bir alışkanlık	3	11,54	25	27,17	16	29,09
	Damak tadının hoşuma gitmesi	11	42,31	52	56,52	31	56,36
	Toplam	26	100	92	100	55	100
$\chi^2: 76,111$	<i>p, 000</i>	<i>p < 0,05 düzeyinde anlamlı</i>					
İthal çay tüketme alışkanlığı nasıl başladı	Aileden gelme	21	80,77	81	88,04	49	89,09
	Sonradan alışma	5	19,23	11	11,96	6	10,91
	Toplam	26	100	92	100	55	100
$\chi^2: 19,568$	<i>p, 003</i>	<i>p < 0,05 düzeyinde anlamlı</i>					
İthal çayın en çok tüketildiği mevsim	Yaz	2	7,69	6	6,52	3	5,45
	Son Bahar	0	0,00	3	3,26	2	3,64
	Kış	24	92,31	83	90,22	50	90,91
	Toplam	26	100	92	100	55	100
<i>Fisher's Exact test</i>	<i>p, 000</i>	<i>p < 0,05 düzeyinde anlamlı</i>					
İthal çayda ambalaj tercihi	Açık	3	11,54	32	34,78	7	12,73
	Kapalı	23	88,46	60	65,22	48	87,27
	Toplam	26	100	92	100	55	100
$\chi^2: 66,726$	<i>p, 000</i>	<i>p < 0,05 düzeyinde anlamlı</i>					
İthal çay satın almada dikkat edilen hususlar	Fiyat	2	7,69	7	7,61	3	5,45
	Marka	3	11,54	26	28,26	18	32,73
	Kalite	20	76,92	55	59,78	32	58,18
	Ambalaj	1	3,85	3	3,26	2	3,64
	Dikkat etmiyorum	0	0,00	1	1,09	0	0,00
	Toplam	26	100	92	100	55	100
<i>Fisher's Exact test</i>	<i>p, 013</i>	<i>p < 0,05 düzeyinde anlamlı</i>					
İthal çayı genellikle nerden satın alırsınız	Bakkal	10	38,46	28	30,43	41	74,55
	Market	5	19,23	14	15,22	8	14,55
	Toptancı	11	42,31	50	54,35	6	10,91
	Toplam	26	100	92	100	55	100
$\chi^2: 93,953$	<i>p: ,000</i>	<i>p < 0,05 düzeyinde anlamlı</i>					

6. Sonuç ve Öneriler

Ülkemiz genelinde en çok tüketilen ve halk arasında milli içeceğimiz olarak isimlendirilen çayın bu kadar fazla miktarda ve hemen her öğünde tüketilmesine karşın bu konuda yapılan çalışmalar çok azdır. İnsanoğlu neden bu damak tadından ödün vermemekte kahvaltılarda,

akşam yemeklerinde, misafir ağırlamalarında ya da can sıkıntısında kısacası, hayatımızın her aşamasında bizi kendine müptela eden bu tattan vazgeçmemekteyiz? Fakir, zengin kısaca 7'den 70'e herkes tarafından çok sevilip tüketilmektedir. Toplumlarda bu denli benimsenip tüketilen çayların içerisinde ülkemizde özellikle Güneydoğu Anadolu

Bölgesinde çok fazla tüketilen ithal çay yani halk arasındaki ismiyle kaçak çay konusunda ise daha önce yerli literatürde herhangi bir çalışma yapılmamış ve bu çalışmamız bu alanda yapılmış ilk çalışma özelliğine sahiptir.

Bölgede yapılan gözlemler ve araştırma sürecinde halka yapılan görüşmelerde bölgenin neredeyse tamamına yakınının ithal çay içtiği, yerli çayları neredeyse hiç tercih etmediği görülmüştür. Araştırma sonuçları değerlendirildiğinde aile başına aylık olarak ithal çay tüketimi ortalama olarak 1.1 kg- 2 kg olarak belirlenmiştir. 2018 yılı www.icisleri.gov.tr verilerine bakıldığında Güneydoğu Anadolu Bölgesinde yer alan illerin nüfusları ve toplam hane sayıları ile oranlandığında bölge ekonomisi ve pazarı açısından bu tüketim miktarının çok önemli bir boyutta olduğu gayet açıktır. Diğer yandan ithal (kaçak) çayların fiyatları genel olarak yerli çayların fiyatlarından yüksektir. Bu bağlamda da pazarlama karması unsurlarından olan "fiyat" açısından oldukça önemli bir husus olduğu düşünülmektedir.

Araştırmada tüketicilerin cinsiyetleri ile ithal çay tüketim tercihleri arasındaki ilişkiyi belirlemek için yapılan ki-kare analizlerinde "İthal çayın en çok tüketildiği öğün", "İthal çay tüketim sıklığı", "İthal çay tüketme nedeni", "İthal çay satın almada dikkat edilen hususlar" ve "İthal çayı genellikle nerden satın alırsınız" konusunda tüketicilerin cinsiyetleri ile anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

"Tüketicilerin ithal çayı en çok tükettikleri öğün" ile tüketicilerin "cinsiyetleri" arasında $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Sayılı ve Gözener (2013) ve Onurlubaş ve diğ. (2017) tarafından yapılan çalışmaların sonuçları ile bu çalışmanın sonuçları benzerlik göstermektedir. Bu sonuçlar gerek yerli çayların gerek ithal çayların ülkemizdeki tüketim öğününün/zamanının cinsiyetle bir bağlantısının olduğunu ifade etmektedir. Ancak Sayılı ve Gözener (2013) tarafından yapılan çalışmada ise "çay tüketim sıklığı" ile "cinsiyet" arasında $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı bir ilişki olmadığı belirlenmiştir. Bu

bakımdan çalışmamızın sonuçlarıyla farklılık göstermektedir.

"İthal çay tüketme alışkanlığının nasıl başladığı", "ithal çayın en çok tüketildiği mevsim" ve ithal çay tüketiminde ambalaj tercihi" ile tüketicilerin cinsiyetleri arasında anlamlı düzeyde ilişkiler olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca tüketicilerin ithal çay tüketiminde dikkat ettikleri hususların belirlenmesinde en çok dikkat edilen hususun 63,5 gibi yüksek bir oranla "kalite" olduğu belirlenmiştir. En fazla dikkat edilen hususun %41,82 ile kalite olduğu Sayılı ve Gözener (2013) ve %80,53 ile yine kalite olduğu Kılıç ve diğ., (2012) tarafından yerli çaylar üzerine yapılmış çalışmalarda belirlenmiştir. Çalışmamızın sonuçları da en fazla tercih edilme nedeninin "kalite" olması hususu bakımından her iki çalışma ile benzerlik göstermektedir.

Diğer yandan tüketicilerin memleketleri ile ithal çay tüketim tercihleri arasındaki ilişkiyi belirlemek için ki kare analizi yapılmıştır. Yapılan analizlerde tüketicilerin memleketleri ile "İthal çayın en çok tüketildiği öğün", "İthal çay tüketim sıklığı", "İthal çay tüketme nedeni", "İthal çay satın almada dikkat edilen hususlar" ve "İthal çayı genellikle nerden satın alırsınız", "İthal çay tüketme alışkanlığının nasıl başladığı", "ithal çayın en çok tüketildiği mevsim" ve ithal çay tüketiminde ambalaj tercihi" arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmaya katılanlar içerisinde gençlerin sayısının daha fazla olmasından dolayı "ithal çaya başlama alışkanlığının" nasıl olduğu sorusunun cevabı çoğunlukla "aileden gelme" şeklinde olmuştur. Ancak ithal çayın ilk zamanlarda bölgede nasıl alışkanlık haline geldiği ve yerli çaya göre bu denli önemli bir piyasaya nasıl sahip olduğu ise bölgede yaşları büyük bireylerle derinlemesine mülakat yöntemi ile nitel bir çalışma olarak ilerde araştırmacılar tarafından araştırılabilir.

7. Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Bu araştırma bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun şekilde gerçekleştirilmiştir.

8. Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Bu çalışma Öğr. Gör. Sercan CENGİZ ve Öğr. Gör. Yusuf Taha OKAN tarafından hazırlanmıştır. Literatür incelemesinde ve anketlerin uygulanmasında her iki yazarın katkısı bulunmaktadır. Analizlerin yapılmasında Sercan CENGİZ'nin katkısı bulunmaktadır.

9. Çıkar Beyanı

Bu araştırma herhangi bir çıkar çatışmasına konu değildir.

Kaynakça

- Büyüköztürk, Ş., Kılıç-Çakmak, E., Akgün, Ö., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2012). Bilimsel araştırma yöntemleri, *Pegem Yayınları*, 11. Baskı, Ankara.
- Çay İşletmeleri Genel Müdürlüğü. (2019). *Çay sektörü raporu*, 2-9.
- Çelik, F. (2006). Çay (*Camellia Sinensis*); içeriği, sağlık üzerindeki koruyucu etkisi ve önerilen tüketimi. *Türkiye Klinikleri Journal of Medical Sciences*, 26(6), 642-648.
- Çimen, K. (2014). Türkiye'de çay yetiştiriciliği ve çay sanayii. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using spss*, Third Edition. Sage Publications.
- Güneş, S. (2012). Türk çay kültürü ve ürünleri. *Milli Folklor*, 24(94).
- Harman, C. (2013). Karadeniz bölgesi'ndeki endemik tarım ürünleri: fındık, çay ve kivi'nin üretimi, pazarlanması ve tüketimi. *Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Giresun Üniversitesi
- Howell, D. C. (2012). *Statistical methods for psychology*. Cengage Learning.
- Kang, H. (1999). An optimal property of the exact multinomial test and the extended fisher's exact test. *Statistics & Probability Letters*, 44(2), 201-207.
- Kılıç, O., Gündüz, O., Eryılmaz, G. ve Murat, E. (2012). Çay tüketiminde tüketici davranışlarının belirlenmesi: samsun ili örneği. *Harran Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 16(4), 19-25.
- Kurt, G. ve Hacıoğlu, H. K. (2013). Dünya ülkeleri ile türkiye'nin çay üretiminin istatistiklerle incelenmesi, II. *Rize Kalkınma Sempozyumu Çay-Lojistik-Turizm, 3-4 Mayıs 2013, Bildiriler Kitabı, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Yayınları 1. Baskı*.
- Mehta, C. R. ve Patel, N. R. (1983). A network algorithm for performing fisher's exact test in rxc contingency tables. *Journal of the American Statistical Association*, 78(382), 427-434.
- Mendi, A. F. (2018). Türkiye çay endüstrisi: Sektörel ve ampirik bir çalışma. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 4(2), 252-274.
- Onurlubaş, E., Gözener, B., Aydemir, A. ve Gençoğlu, H. (2017). Çay tüketim tercihlerinin belirlenmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(16), 112-122.
- Özcan, M. ve Yazıcıoğlu, E. (2013). Türkiye çay yetiştiriciliğinin sorunları ve öncelikleri, II. *Rize Kalkınma Sempozyumu Çay-Lojistik-Turizm, 3-4 Mayıs 2013, Bildiriler Kitabı, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Yayınları 1. Baskı*.
- Özsoy, O. (2010). İktisatçılar ve işletmeciler için istatistik, excel uygulamalı, *siyasal kitabevi*, Ankara
- Rize Ticaret Borsası, (2013). Çay kaçakçılığı ve sektöre verdiği zararlar.
- Saklı, R. S. (2013). Çay sektöründe üst kuruluş ihtiyacı ve sektöre katkıları, II. *Rize Kalkınma Sempozyumu Çay - Lojistik - Turizm Rize, 3 - 4 Mayıs 2013, Bildiriler Kitabı, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Yayınları 1. Baskı*.
- Sayılı, M. ve Gözener, B. (2013). Trabzon ili de ilçesinde ailelerin çay tüketim durumu ve alışkanlıkları. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 8(2), 1-7.
- Schwarz, B., Bischof, H. P. ve Kunze, M. (1994). Coffee, tea, and lifestyle. *Preventive Medicine*, 23(3), 377-384.
- Üstün, Ç. ve Demirci, N. (2013). Çay bitkisinin (*camellia sinensis* L.) tarihsel gelişimi ve tıbbi açıdan değerlendirilmesi. *Mersin Üniversitesi Tıp Fakültesi Lokman Hekim Tıp Tarihi ve Folklorik Tıp Dergisi*, 3(3), 5-12.
- Weisburger, J. H. and Chung, F. L. (2002). Mechanisms of chronic disease causation by nutritional factors and tobacco products and their prevention by tea polyphenols. *Food and Chemical Toxicology*, 40(8), 1145-1154.
- Wu, C. D., ve Wei, G. (2009). Tea as a functional food for oral health. *Food Constituents And Oral Health*, 396-417.

İnternet Kaynakları

- İnternet-1: Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü. <http://www.fao.org/3/i4480e/i4480e.pdf> Erişim Tarihi: 28.05.2021
- İnternet-2: www.rtb.org.tr Erişim Tarihi: 15.07.2019
- İnternet-3: Çaykur, Çay Sektörü Raporu. <http://www.caykur.gov.tr/Pages/Yayinlar/YayinDetay.aspx?ItemType=5&ItemId=721> Erişim Tarihi: 10.06.2021
- İnternet-4: <https://www.caykur.gov.tr/Pages/Yayinlar/YayinDetay.aspx?ItemType=1&ItemId=701> Erişim Tarihi: 10.06.2021
- İnternet-5: Rize Ticaret ve Sanayi Odası. <https://rizetso.org.tr> Erişim Tarihi: 10.05.2021
- İnternet-6: Tarım ve Orman Bakanlığı, Çay Değerlendirme Raporu. <https://paply.org/269> Erişim Tarihi: 10.06.2020
- İnternet-7: <https://uroturk.org.tr/urolojiData/Uploads/files/gelecek-akademisyen-1210/Sunum-17.pdf> Erişim Tarihi: 19.01.2021
- İnternet-8: <https://www.ibm.com/support/pages/fisher-exact-test-rxc-table-fisher-freeman-halton-test> Erişim Tarihi: 19.01.2021
- İnternet-9: <https://www.ysk.gov.tr/doc/dosyalar/docs/24Haziran2018/2018CBMV-CevreSecSanSay.pdf> Erişim Tarihi: 19.04.2019