

## Meyve Tüketiminde Demografik Faktörlerin Önemi: Iğdır İli Örneği

İbrahim Hakkı Kadirhanogulları<sup>1</sup> 

<sup>1</sup> Iğdır Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Organik Tarım İşletmeciliği Bölümü, Iğdır

Geliş Tarihi / Received Date: 17.10.2024

Kabul Tarihi / Accepted Date: 09.12.2024

### Öz

Bu araştırmanın amacı, Iğdır ilinde yaşayan tüketicilerin meyve tüketim davranışlarında demografik faktörlerin etkisini araştırmaktır. Iğdır'da basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle ile yığın oran tahmini esas alınarak seçilen 195 tüketici araştırmanın materyalini oluşturmaktadır. Karar ağacı algoritması araştırmanın metodu olarak kullanılmış ve analiz yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda araştırmaya katılan tüketicilerin %67,2'sini erkekler ve %32,8'ini kadınlar oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan 195 katılımcıdan 64 tüketici sağlıklı olduğu için (%32,8), 125 tüketici alışkanlık olduğu için (%64,1), 5 tüketici ucuz olduğu için (%2,6) ve 1 tüketici kokusunu sevdiği için (%0,5) meyve tükettiklerini belirtmişlerdir. Meyve tüketim faktörleri (Sağlık, alışkanlık, ucuzluk ve kokusunu sevmek) karar ağacı analizinde meyve tüketimini meslek, öğrenim durumu, yaş, hanedeki kişi sayısı ve hanedeki aylık gelir faktörlerinin etkilediği görülmektedir. Iğdır ilindeki tüketicilerin meyve tüketim alışkanlıkları ve bu alışkanlıkları etkileyen faktörlerin belirlenmesi hem yerel düzeyde hem de genel tüketici davranışlarıyla ilgili stratejik kararlar alacak paydaşlar için değerli bilgiler sunmaktadır. Araştırma bulguları doğrultusunda, meyve tüketiminin artırılması için demografik özelliklere göre hedeflenmiş pazarlama stratejileri geliştirilebilir.

**Anahtar Kelimeler:** meyve, demografik faktör, chaid analizi, Iğdır

## The Importance of Demographic Factors in Fruit Consumption: Iğdır Province Example

### Abstract

The aim of this study is to investigate the effect of demographic factors on fruit consumption behavior of consumers living in Iğdır province. The material of the study consists of 195 consumers selected by simple random sampling method in Iğdır on the basis of cluster ratio estimation. The decision tree algorithm was used as the method of the research and analyzed. As a result of the analysis, 67.2% of the consumers participating in the research are men and 32.8% are women. Of the 195 participants, 64 consumers stated that they consume fruit because it is healthy (32.8%), 125 consumers because it is a habit (64.1%), 5 consumers because it is cheap (2.6%) and 1 consumer because they like the smell (0.5%). In the decision tree analysis of fruit consumption factors (health, habit, cheapness and liking the smell), it is seen that the factors of occupation, education level, age, number of people in the household and monthly income in the household affect fruit consumption. Determining the fruit consumption habits of consumers in Iğdır province and the factors affecting these habits provides valuable information for stakeholders who will make strategic decisions on both local and general consumer behavior. In line with the research findings, targeted marketing strategies can be developed according to demographic characteristics to increase fruit consumption.

**Keywords:** fruit, demographic factor, chaid analysis, Iğdır

## Giriş

Tüketici davranışları, bireylerin ürün veya hizmetleri satın alma süreçlerinde sergiledikleri kararlar ve bu süreçlerle ilgili diğer faktörleri kapsamakla birlikte (Brug vd., 2006), ekonomik, sosyal, kültürel ve psikolojik olarak da birçok faktörü içinde barındırmaktadır. Bu faktörler tüketim davranışını oldukça değişken yapmakta ve son yıllarda teknolojinin ve durumsal yapıların da etkisiyle tüketim desenleri çok hızlı değişebilmektedir (Çabuk vd. 2021). Yirminci yüzyılın sonlarına gelindiğinde, ekonominin gelişmesi ve teknolojinin ilerlemesi ile birlikte dünyada hızlı bir değişim ortaya çıkmış, bunun sonucu olarak toplumlarda yaşam tarzları, üretim, tüketim ve pazarlama anlayışları etkilenmiştir (Behera, 2024; Xue, 2022).

Demografik faktörler, bireylerin ve toplulukların tüketim alışkanlıklarını, tercihlerini ve davranışlarını anlamada kritik öneme sahiptir (Kıran, 2021). Meyve besin grubu içerisinde yer almakta ve tüketimi demografik faktörlere göre değişim göstermektedir (Tanyeri, 2020). Meyve tüketimi sağlık açısından önemlidir. Dünya Sağlık Örgütü tarafından hazırlanan rapora göre; günde en az 400-500 gr ve beş porsiyon meyve, sebze (patates ve diğer nişastalı yumrular hariç) tüketimi önerilmektedir (WHO, 2019).

Araştırmanın yürütüldüğü Iğdır ilinde ekonomi büyük ölçüde tarıma dayanmaktadır. İl genelinde kayısı ve elma bahçeleri oldukça yaygındır. Ayrıca karpuz, kavun gibi çeşitli meyvelerde başarıyla yetiştirilmektedir (Anonim, 2024). Bugüne kadar yapılan çalışmalarda, Iğdır ilinde kayısı üretimi ve pazarlaması (Ertürk vd. 2016a), elma üretimi ve pazarlaması (Ertürk vd. 2016b), domates üretimi ve pazarlaması (Ertürk ve Karadaş, 2016), sebze üretim verileri ve ekonomik önemi (Karadaş, 2020) gibi çalışmalar yürütülmüştür.

Bu araştırmanın amacı, Iğdır ilinde yaşayan bireylerin demografik yapılarına göre meyve tüketim tercihlerini belirlemektir. Iğdır'daki tarımsal üretim ve meyve çeşitliliğinin geniş olması, araştırmanın yerel düzeydeki meyve tüketim alışkanlıklarını anlamamıza önemli bir katkı sağlayacaktır. Ayrıca, bu çalışma, genel olarak meyve tüketim alışkanlıklarına dair değerli bilgiler sunarak bölgedeki tüketici davranışlarını daha iyi kavramamıza yardımcı olacaktır. Literatür taraması sonucunda, Iğdır ilinde demografik faktörlerin meyve tüketimi üzerindeki etkisini inceleyen bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu bağlamda, araştırma, Iğdır iline özgü veriler sunarak literatüre yeni bir perspektif kazandıracak ve bölgedeki meyve tüketim alışkanlıkları üzerine eksik olan bilgileri tamamlayacaktır. Bu katkı hem yerel hem de genel düzeyde yapılacak gelecekteki çalışmalara temel oluşturacaktır.

## Materyal ve Yöntem

### Araştırmanın Materyali

Araştırmanın materyali, Iğdır il merkezinde gerçekleştirilen anket uygulamasından elde edilen verilerden oluşmaktadır.

### Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada Nicel araştırma yöntemlerinden “Basit Tesadüfi Örneklemme Yığın Oran Tahmini” modeli kullanılmıştır. Basit tesadüfi örneklemme (BTÖ) yönteminde yığındaki her bir birimin örnekte yer alması olasılığı aynıdır. Yığın parametre tahminlerini hesaplamada gözlem değerlerine atanacak ağırlık aynı olduğu için ağırlıklandırma yapılmasına gerek yoktur. Bu yöntemle elde edilecek istatistiksel hesaplamalar ağırlıksız yapıldığı için işlemler kolaylıkla yapılır (Alkaya, 2009). Iğdır ili nüfusu 209738 olup (Anonim, 2024) bu ana kitleyi “%90 güven ve %10 hata payı” ile en iyi temsil etmesi için belirlenen örneklem sayısı 69’dur (SurveyMonkey, 2024). Örneklemin ana kitleye yaklaşması halinde dağılımın normal dağılıma yaklaşacağı ve daha sağlam değerler üreteceği bilinmektedir (Sezer, 2023). Bu nedenle örneklemin ana kitleyi daha iyi temsil etmesi ve daha sağlam, güvenilir sonuçların elde edilmesi amacıyla örneklem sayısı ulaşılabilecek düzeyde (n=195) artırılmıştır.

## Veri Toplama Araçları ve Süreci

Anket soruları, araştırmacı tarafından literatürden faydalanarak hazırlanmış ve kolay anlaşılabilir, yönlendirmeyen, odaklı olma gibi ölçütlere dikkat edilerek oluşturulmuştur. Bu ölçütler doğrultusunda hazırlanan anket soruları, Ziraat ve Türk Dili Eğitimi alanlarında uzman 4 kişinin görüşlerine sunulmuş ve uzmanlar tarafından soruların açıklığı, anlaşılabilirliği ve kapsamı değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonucu bazı ifadeler değiştirilmiş ve anket formu son haliyle beş tüketiciye pilot çalışma olarak uygulanmıştır. Uygulama neticesinde birkaç düzeltme yapılmış ve uzman görüşleri doğrultusunda anket formu son şeklini almıştır. Anketin birinci bölümü, katılımcıların demografik bilgilerini (cinsiyet, medeni durum, yaş, gelir durumu, eğitim düzeyi) içermektedir. Diğer bölümler ise katılımcıların meyve tüketim alışkanlıkları ve tutumlarına dair fikirlerini ölçmeye yöneliktir.

Veri toplama aracı olarak, araştırmada hazırlanan anket formu kullanılmıştır. Anket, katılımcıların demografik bilgilerini ve meyve tüketim davranışlarını ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Anket verileri, yüz yüze görüşme yöntemiyle toplanmış ve gönüllülük esasına dayalı olarak uygulanmıştır. Her bir görüşme yaklaşık 15 dakika sürmüştür ve araştırmacı tarafından yapılmıştır. Ayrıca, katılımcılara, alınan cevapların gizli tutulacağı, elde edilen verilerin yalnızca bilimsel araştırma amacıyla kullanılacağı ve araştırma sürecinin her aşamasında araştırmacı tarafından kontrol edileceği belirtilmiştir. Araştırma için gerekli etik ve idari izinler de alınmıştır.

## Verilerin Analizi

Verilerin analizi aşamasında araştırmada veri madenciliği yöntemlerinden karar ağacı algoritma modeli analiz için kullanılmıştır. Karar ağaçları, veri madenciliği alanında sıkça kullanılan bir algoritmadır. Sınıflandırma ve tahmin gibi problemlerde son derece faydalıdır. Bu algoritmaların en büyük avantajlarından biri ise kolay yorumlanabilirlik ve anlaşılabilirlik özelliğidir. Karar ağaçları, veri kümesini kurallara ve alt kümelerle bölerek çalışır. Bu kurallar, verideki örüntüleri ve ilişkileri açıkça gösterir. Bu sayede karar vericiler, verinin arkasındaki mantığı kolayca kavrayabilir ve bu bilgilere dayanarak daha bilinçli kararlar verebilirler (Aksoy vd. 2021; Çalış vd. 2014; Kadirhanoğulları vd. 2022a; Kadirhanoğulları vd. 2022b; Karadas ve Kadirhanogullari, 2017; Polat, 2023).

Karar ağacı analizinden sonra elde edilen sınıflandırma sonuçlarından genel doğruluk ve özgünlük değerleri hesaplamasında Tablo 1'de gösterilen ölçütlerden yararlanılmıştır (Çamlıca ve Dişçi, 2008; Sackett, 1973).

**Tablo 1.** Testlerinin Değerlendirilmesinde Genellikle Kullanılan Ölçütler

Test Sonucu	(+)	(-)	Toplam
Test (+)	a(TP)	h(FP)	a+h
Test (-)	i(FN)	m(TN)	i+m
Toplam	a+i	h+m	a+i+h+m

*TP: Doğru pozitif; FP: Yanlış pozitif; FN: Yanlış negatif; TN: Doğru negatif.*

**Özgüllük (Spesifite) :** Gerçekte meyve tüketim faktörlerini (sağlık, alışkanlık, ucuzluk ve kokusunu sevmek) tercih eden bireyler içinde testin meyve tüketim faktörlerini bulabilme özelliği olarak tanımlanmaktadır.

$\text{Özgüllük (Spesifite)} = \frac{TN}{(FP+TN)} * 100 = \% \text{ olarak ifade edilir.}$

Özgüllük kısaca bir testin meyve tüketim faktörlerini bulma yeteneği olarak da tanımlanabilir.

**Duyarlılık (Sensitivite) :** Gerçekte meyve tüketim faktörlerini tercih etmeyen bireyler içinde tarama testinin meyve tüketim faktörlerini tercih etmeyen bireyleri bulabilme özelliği olarak tanımlanmaktadır.

$\text{Duyarlılık (Sensitivite)} = \frac{TP}{(TP+FN)} * 100 = \% \text{ olarak ifade edilir.}$

Duyarlılık bir tarama testinin meyve tüketim faktörlerini tercih etmeyen bireyleri bulma yeteneği olarak da tanımlanabilir.

Testin Genel Gücü (Test Geçerliliği) : Testin doğru teşhis koyabilme yeteneği olarak tanımlanmaktadır.

Test Geçerliliği =  $((TP+TN) / (TP+TN+FP+FN)) * 100 = \%$  olarak ifade edilir.

Testin gücü veya geçerliliği testin doğru olarak teşhis koyduğu meyve tüketim faktörlerini tercih eden bireyler ve meyve tüketim faktörlerini tercih etmeyen bireylerin sayısının tüm sonuçlar içindeki yüzdesi olarak tanımlanmaktadır.

En yüksek tahmin performansını belirlemek için ebeveyn-yavru düğümü 2:1, çapraz geçerlilik değeri ise %10 olarak ayarlanmıştır.

Model karşılaştırmaları sonucunda (EXHAUSTIVE CHAID, C&RT ve CHAID) CHAID algoritmasının daha iyi sonuçlar verdiği saptanmış ve bu algoritma kullanılmıştır

Meyve tüketim faktörlerini tercih etme bağımlı değişkeni ile yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, meslek durumu, aylık hane halkı geliri bağımsız değişkenleri için Veri Madenciliği Karar Ağacı yönteminden Ki-kare otomatik etkileşim detektörü (CHAID) algoritması kullanılmış ve sonuçlar yorumlanmıştır.

### **Bulgular ve Tartışma**

Katılımcılar cinsiyet, yaş, eğitim seviyesi, hane büyüklüğü, gelir, medeni durum, meslek ve ikametgâh gibi demografik faktörlere göre gruplandırılmıştır. Tablo 2'de, 195 katılımcının demografik faktörlere göre aylık meyve tüketim miktarı (kg) verilmiştir.

**Tablo 2.** Demografik Verilere Göre Aylık Meyve Tüketim Miktarları

		Aylık Meyve Tüketim Miktarı (Kg)				
		1-4	5-8	9-12	13-16	Toplam (n)
Cinsiyet	Erkek	45	65	13	8	131
	Kadın	19	27	12	6	64
Yaş	18-30	15	20	5	2	42
	31-42	31	41	14	6	92
	43-55	13	26	4	5	48
	56-65	5	5	2	1	13
Eğitim Durumu	Okur-Yazar değil	4	7	2	2	15
	Okur-Yazar	12	8	1	1	22
	İlkokul	11	18	1	1	31
	Ortaokul	8	13	3	1	25
	Lise	12	16	7	3	38
	Önlisans	4	6	1	2	13
	Lisans	13	23	9	4	49
	Lisansüstü	0	1	1	0	2
Hanedeki Kişi sayısı	1-3	10	20	4	3	37
	4-7	49	65	17	11	142
	8-10	5	7	4	0	16
Aylık ortalama gelir	8001-14000	5	4	0	0	9
	14001-20000	23	22	2	3	50
	20001-26000	21	31	4	1	57
	26001-32000	5	5	3	1	14
	32001-38000	2	14	4	0	20
	38001-44000	3	4	3	3	13
	44001-50000	3	8	3	1	15
	50001 ve üstü	2	4	6	5	17
Medeni Durum	Evli	42	68	15	11	135
	Bekar	17	23	9	3	52
	Boşanmış	5	1	1	0	7
	Öğrenci	9	6	2	0	17
Meslek	Çalışmıyor	9	12	1	1	23
	Çiftçi	3	4	1	0	8
	Kamu Çalışanı	7	18	7	6	38
	Özel Sektör Çalışanı	6	10	7	3	26
	İş Yeri Sahibi	5	16	4	1	26
	Serbest Meslek	14	14	2	1	31
	Emekli	4	4	0	1	9
	Ev Hanımı	7	8	1	1	17
İkametgah	Kent Merkezi	51	76	24	14	165
	Kırsal Alan	13	16	1	0	30

Araştırmada cinsiyet faktörüne göre katılımcıların meyve tüketim alışkanlıkları incelendiğinde erkek katılımcılar 131 tüketiciden kadın katılımcılar 64 kişiden oluşmakta ve bu grubun meyve tüketimi genellikle aylık 5-8 kg aralığında yoğunlaşmaktadır.

Araştırmadaki bir diğer değişken olan yaş faktörü incelendiğinde katılımcılar arasında 31-42 yaş aralığında bulunan 92 kişi, diğer yaş gruplarına göre çoğunluğu oluşturduğu aylık meyve tüketim yoğunluğunun da 5-8 kg aralığında olduğu tespit edilmiştir.

Eğitim seviyesi faktörüne göre, lisans mezunlarının diğer eğitim grupları içinde en fazla katılım sağlayan grup olduğu (n= 49) ve aylık meyve tüketim yoğunluğunun 5-8 kg olduğu görülmüştür. Eğitim durumu okur-yazar olanların aylık meyve tüketim yoğunluğu ise 1-4 kg olduğu görülmüştür.

Hane büyüklüğü faktöründe, 4-7 kişilik hanelerde yaşayan katılımcıların sayısı 142 tüketiciden oluşmakta ve bu grup emsallerine oranla en fazla katılımcıya sahip olduğu gözlemlenmiş aylık meyve tüketim yoğunluğunun da 5-8 kg olduğu görülmüştür.

Gelir seviyesine göre, 20001₺-26.000₺ gelir grubuna dâhil olan katılımcılar 57 kişiden oluşmakta ve bu grup çoğunluğu oluşturmakta olup aylık meyve tüketim yoğunluğunun ise 5-8 kg olduğu görülmektedir. Gelir seviyesine göre, 14001₺-20000₺ gelir grubuna dâhil olan katılımcılar ikinci sırada yer almakta ve aylık meyve tüketim yoğunluğu 1-4 kg olduğu görülmektedir.

Araştırmada medeni duruma göre yapılan incelemede, evli olan katılımcıların sayısının 136 olduğu ve bu grubun diğer medeni durumlara göre çoğunluğu oluşturduğu tespit edilmiş ve aylık meyve tüketim yoğunluğunun 5-8 kg aralığında yer aldığı gözlemlenmiştir.

Meslek dağılımı incelendiğinde, kamu çalışanlarının sayısının 38 olduğu ve bu grubun aylık meyve tüketim yoğunluğunun 5-8 kg aralığında olduğu tespit edilmiştir. Serbest meslek sahipleri ise 31 kişi ile ikinci sırada yer almakta olup, bu grubun aylık meyve tüketim yoğunluğunun 1-4 kg (n=14) ile 5-8 kg (n=14) arasında eşit bir şekilde dağıldığı gözlemlenmiştir.

İkametgâh değişkenine göre, kent merkezinde yaşayan katılımcıların sayısı 165 olup ve aylık meyve tüketim yoğunluğunun 5-8 kg olduğu görülmüştür.

Araştırmada, katılımcıların meyve tüketiminin genellikle 5-8 kg arasında yoğunlaşmasının birkaç nedeni olabilir. İlk olarak, veri toplama sürecinde bu aralığın daha çok katılım sağlamış olması veya katılımcıların çoğunun bu miktarda meyve tüketimi gerçekleştirdiği olasılığı olabilir. Ayrıca, 5-8 kg'lık tüketim miktarı, sağlıklı bir yaşam tarzı benimseyen bireyler için makul bir seviyede olup, toplumun genel ortalama tüketim alışkanlıklarını yansıtır olabilir. Araştırma örneklemini, sağlıklı beslenmeye özen gösteren veya ortalama gelir seviyesine sahip bireylerden oluştuğu için bu aralıkta yoğunlaşma gözlemlenmiş olabilir. Ayrıca, düşük ya da yüksek tüketim seviyelerine sahip katılımcı sayısının daha az olması, 5-8 kg'lık aralığın yaygınlığını destekleyebilir. Son olarak, araştırmanın tasarımı ve katılımcıların yaşam biçimleri, bu tüketim aralığının baskın olmasında etkili faktörler arasında yer almış olabilir. Literatür incelendiğinde benzer söylemlerin olduğu görülmektedir (Bazzano, 2006; Fink, 2013).

CHAID algoritması ile şekillendirilen karar ağacı diyagramında (Şekil 1), 195 katılımcıdan 64 tüketici sağlıklı olduğu için (%32,8), 125 tüketici alışkanlık olduğu için (%64,1), 5 tüketici ucuz olduğu için (%2,6) ve 1 tüketici kokusunu sevdiği için (%0,5) meyve tükettiklerini belirtmişlerdir. Meyve tüketim faktörleri (sağlık, alışkanlık, ucuzluk ve kokusunu sevmek) karar ağacı analizinde tüketimi meslek, öğrenim durumu, yaş, hanedeki kişi sayısı ve hanedeki aylık gelir faktörlerinin etkilediği görülmektedir.

Niçin meyve tüketirsiniz sorusu meslek değişkeni (Node 0) dalından dallandığı görülmüştür. Özel sektör çalışanı, kamu çalışanı ve öğrencilerin çoğunluğu sağlıklı olduğu için meyve tüketirken, ev hanımı, iş yeri sahibi, serbest meslek, çalışmayan ve emekli olanların çoğunluğu ise alışkanlık olduğundan dolayı meyve tükettiklerini ifade etmişlerdir.

Öğrenim durumunda alışkanlıktan dolayı meyve tüketim oranı çoğunlukta olduğu görülmüştür.

59,5-62,5 yaş aralığında olanların tamamına yakını ve hanedeki kişi sayısı 1,5'ten büyük olanlarında çoğunluğu sağlıklı olduğu için meyve tüketimini tercih ettiklerini ifade etmişlerdir.

Aylık ortalama gelire göre ise sağlıklı olma ve alışkanlık faktörlerinin yoğunlukta olduğu gözlemlenmiştir.

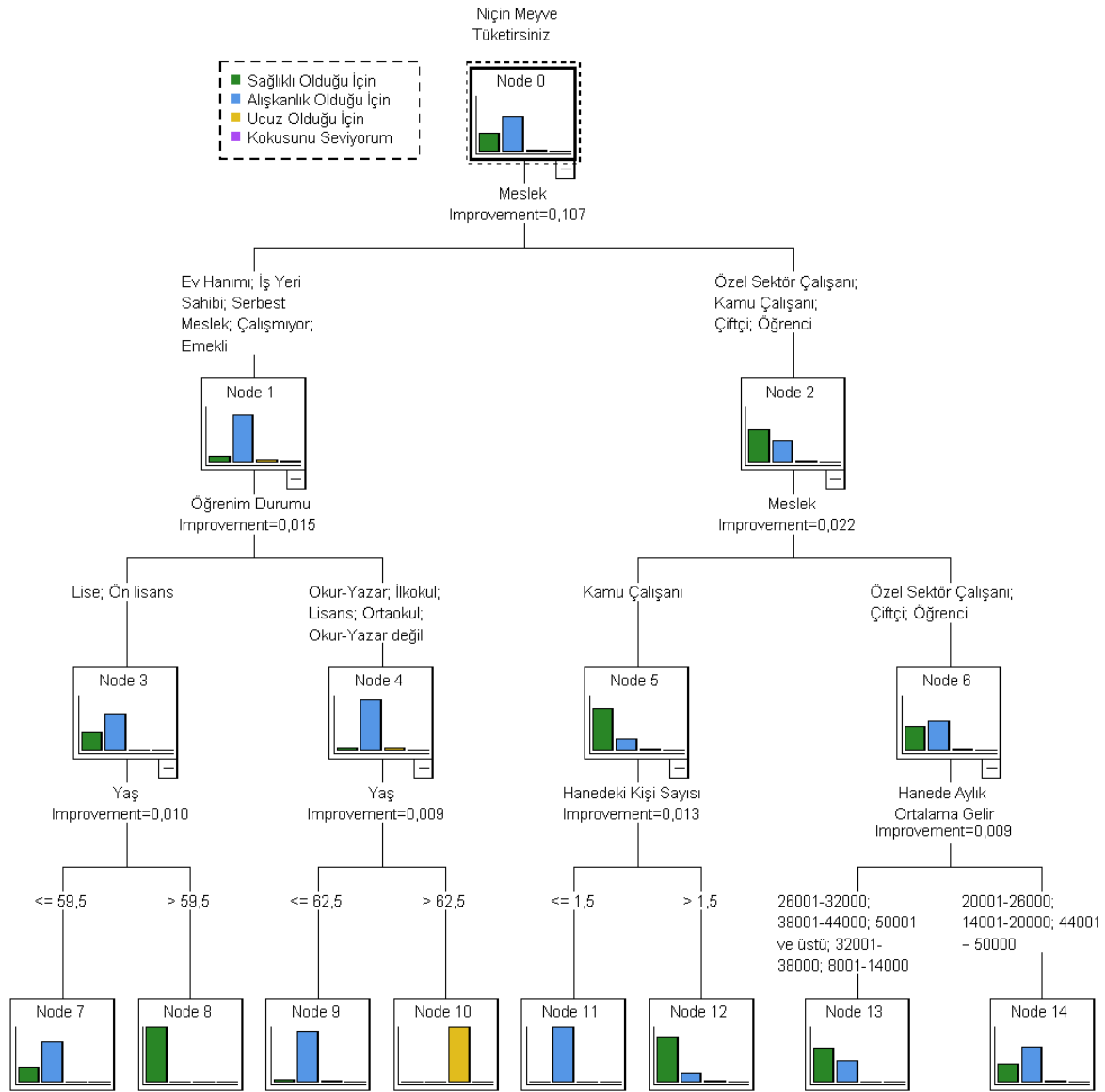
Şekil 1'de görüldüğü gibi, meyve tüketim tercihlerinde demografik faktörler önemli bir rol oynamaktadır. Bireylerin demografik özellikleri, tüketim tercihlerinin belirlenmesinde merkezi bir öneme sahiptir. Literatüre bakıldığında da araştırmamıza benzer çalışmaların olduğu görülmektedir. Örneğin, Kiran (2021) yapmış olduğu çalışmada, demografik faktörlerin, bireylerin ve toplulukların tüketim alışkanlıklarını, tercihlerini ve davranışlarını anlamada kritik öneme sahip olduğunu

belirtmiştir. Öztürk (2024) çalışmasında yaş ve eğitim gibi demografik faktörlerin tüketim alışkanlıkları üzerinde belirleyici bir rolü olduğunu ifade etmiştir.

Araştırmada bireylerin mesleği, öğrenim düzeyi, yaşı, hanedeki kişi sayısı ve hanedeki aylık geliri meyve tüketiminde önemli demografik değişkenler olarak ortaya çıkmaktadır.

Tüketicilerin eğitim düzeyleri yükseldikçe kültürel ve sosyal bilgi seviyelerinin artacağı ve bu durumun gelişmiş, sağlıklı ve güvenli tüketim bilincinin oluşmasına katkı sağlayabileceği öngörülmektedir. Aksi takdirde, plansız ve bilinçsiz tüketim alışkanlıklarının devam edebileceği düşünülmektedir. Hazneci vd. (2022) eğitim ve yayım faaliyetleriyle üretimin bile artırılacağını ifade etmişlerdir.

Hassan vd. (2009) araştırmalarında organik tarım ve gıda ürünlerine yönelik AB ülkelerindeki tüketici tutum ve davranışlarının oluşumunda, eğitim düzeyinin etkili bir faktör olduğunu belirtmişlerdir. Benzer şekilde Oran vd. (2017) besinlerin seçilmesi, tüketilmesi ve satın alınması gibi davranışları etkileyen demografik faktörlerden birinin sağlık okuryazarlığı düzeyi olduğu ve bu düzey eğitim seviyesi arttıkça arttığını belirtmişlerdir. Kağan vd. (2019) araştırmalarında anne eğitim düzeyi ortaokul ve üzerine doğru ilerledikçe meyve sebze tüketim oranlarında artış saptandığını belirtmişlerdir. Tanyeri ve Arısoy (2023) çalışmalarında tüketicilerin gelir düzeyleri ve eğitim seviyeleri arttıkça insan sağlığı için yeterli görülen meyve-sebze tüketim düzeyine ulaşımın arttığını belirtmişlerdir, ayrıca eğitim seviyesi arttıkça uzman tavsiyelerine dikkat etme oranının da arttığını belirtmişlerdir. Kebapçı ve Hatırlı (2023) araştırmalarında eğitim düzeyi yüksek olan hane halkının, daha bilinçli tercihte bulunarak, daha yüksek tüketim harcamaları yapabileceklerini belirtmişlerdir.



**Şekil 1.** Demografik Faktörlere Göre Aylık Meyve Tüketimi CHAID Analiz Sonuçları

Şekil 1’de görüldüğü gibi, yaş değişkeni tüketim tercihlerini etkileyen bir diğer önemli faktör olarak görünmektedir. Genç nüfusun tercih ettiği tüketim alışkanlıkları ile orta yaş veya yaşlı grupların tercihleri arasında farklılıklar olabileceği gözlenmektedir. Yaş gruplarındaki bireylerin hayattan beklentileri, yaşam tarzları ve beslenme gereksinimleri farklılık gösterebilir, bu da doğal olarak tüketim tercihlerinin çeşitlenmesine neden olabilir. Literatürde yapılan araştırmalar da bu noktada benzer bulguları desteklemektedir. Örneğin, Kebapçı ve Hatırlı (2023) çalışmalarında bir toplumun nüfus yapısının ve büyüklüğünün, tüketim alışkanlıkları üzerinde önemli etkileri olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca çeşitli yaş grupları, farklı gelir seviyelerine, tüketim tercihlerine ve tasarruf eğilimlerine sahip olduğunu ve bundan dolayı, nüfus yapısındaki değişiklikler, toplam tüketim harcamalarının ve tüketim kompozisyonunun da değişmesine neden olabileceğini ifade etmişlerdir. Kırıcı Çevik ve Kıran (2022) araştırmalarında bireylerin yaşam döngüleri içerisinde ihtiyaçları, beğenileri ve toplumsal konumları farklılaşacağından yaşa bağlı olarak meydana gelen bu değişim ve dönüşümlerin tüketim tercihlerini de etkilediğini ifade etmişlerdir.



Toplumda sosyal statü belirleyicisi olarak kullanılan meslek, genellikle gelir düzeyiyle doğru orantılıdır diyebiliriz. Bir bireyin çalıştığı meslek, elde ettiği ekonomik gelirin yanı sıra çalışma ortamı, sosyal beklentiler, mesleki gereksinimler ve kişisel gelişimini büyük ölçüde etkileyebilir. Ayrıca haneye gelir kaynağı birkaç koldan sağlanıyorsa, halk arasında çift maaş, ek iş, babadan kalma gibi tabirlerle anılan diğer ekonomik kazançlar katkı veriyorsa bireylerin tüketim tercihlerinin değişimi kaçınılmaz olabilir. Literatüre bakıldığında da bu durumu destekler bulgular görülmektedir. Örneğin Korkmaz (2011) çalışmasında eğitim düzeyi arttıkça daha çok sosyal statü sağlayan meslekler arttığı için kişilerin beklentileri de artış göstereceğini dile getirmiştir. Karkacier ve Karabaş (2013) çalışmalarında özellikle kadınların eğitim düzeyi ve mesleki statüsü yükseldikçe iyi tarım uygulamaları kullanımının da yükseldiğini belirtmişlerdir. Kırıcı Çevik ve Kıran (2022) çalışmalarında mesleğin çoğunlukla eğitim ile birebir bağlantılı olduğunu ve bireylerin meslekleri aynı zamanda gelirlerini, gelirleri de sosyal çevrelerini, konut tiplerini ve yaşam yerleri gibi pek çok noktayı etkilediğini belirtmişlerdir.

Hanedeki kişi sayısı değişim gösterdikçe ekonomiye de bağlı olarak tüketim tercihleri de değişim gösterebilir. Kalabalık hanelerde ekonomik gelirden kısıtlılık var ise ucuz ve temel ihtiyaçların tüketimi ön plana çıkabileceğinden dolayı tüketim tercih sıralaması ekonomik geliri iyi ve az bireyli hane halklarına göre değişim göstermesi beklenebilir. Hanelerde kişi sayısı arttıkça tüketiminde artması görülebilir. Literatüre bakıldığında hanedeki kişi sayısının artmasıyla tüketim harcamalarının da arttığını gösteren çalışmalara rastlanmıştır. Nitekim, Kırıcı Çevik ve Kıran (2022) çalışmalarında hanedeki kişi sayısı arttıkça tüketim harcamalarının da arttığını ifade etmişlerdir.

**Tablo 3.** CHAID Analizi Sınıflandırma Sonuçları

Gözlemlenen	Tahmin Edilen				
	Sağlıklı Olduğu İçin	Alışkanlık Olduğu İçin	Ucuz Olduğu İçin	Kokusunu Seviyorum	Doğruluk Yüzdeleri
Sağlıklı Olduğu İçin	44	20	0	0	68,8%
Alışkanlık Olduğu İçin	14	111	0	0	88,8%
Ucuz Olduğu İçin	1	3	1	0	20,0%
Kokusunu Seviyorum	0	1	0	0	0,0%
Genel Yüzdeler	30,3%	69,2%	0,5%	0,0%	80,0%

$$\text{Duyarlılık (Sensitivite)} = (GP / (GP+YN)) * 100 = (44/59)*100 = \%74$$

$$\text{Özgüllük (Spesifite)} = (GN / (YP+GN)) * 100 = 151/271*100 = \%88$$

$$\text{Test Geçerliliği} = ((GP+GN) / (GP+GN+YP+YN)) * 100 = ((44+151)/230)*100 = \%84 \text{ olarak bulunmuştur.}$$

**Tablo 4.** Bireylerin Meyve Tüketim Tercihleri

	n	%	
Meyve Tüketim Sıklığı	Her Gün	48	24,6
	Haftada Birkaç Gün	134	68,7
	On Beş Günde Bir	13	6,7
Meyve Tüketilen Mevsim	Sonbahar-Kış	20	10,3
	İlkbahar-Yaz	49	25,1
	Her Dönem	126	64,6
Meyve Tüketilen Öğün	Öğle Yemeği	2	1,0
	Akşam Yemeği	152	77,9
	Ara Öğün	23	11,8
	Her vakit	18	9,2
Meyve Tüketim Şekli	Taze Meyve	173	88,7
	Kuru Meyve	2	1,0
	Taze Meyve Suyu	2	1,0
	Tatlıların İçerisinde	1	,5
	Hepsi	17	8,7

Tablo 4'te haftada birkaç gün meyve tüketenlerin (%68.7, n=134) çoğunlukta olduğu görülmektedir, bu grup ilk sırada yer almaktadır. Her gün meyve tüketenlerin oranı ise %24.6 (%48) olarak

belirlenmiş ve ikinci sırayı almaktadır. Dolayısıyla meyve tüketim sıklığı, demografik faktörlere göre değişiklik gösterebilir diyebiliriz. Nitekim benzer şekilde Kağan vd. (2019) çalışmalarında meyve tüketim sıklığının gelir, yaş ve cinsiyete bağlı olarak farklılık gösterebileceğini belirtmişlerdir.

Sonbahar- kış aylarında meyve tüketenlerin %10,3 olduğu, ilkbahar-yaz aylarında meyve tüketenlerin %25,1 olduğu ve her dönem meyve tüketenlerin %64,6 olduğu Tablo 3'te verilmiştir. Bu durum, tüketicilerin mevsimsel meyve tercihlerini yansıtabilir. Literatürde yapılan araştırmalar, meyve ve sebze tüketiminin mevsimlere göre değiştiğini ve yaz aylarında taze olarak tüketiminin arttığını desteklemektedir (Rakıcıoğlu vd., 2002; Uzundikme ve Çakıroğlu, 2007).

Akşam yemeğinde meyve tüketim oranının %77,9 olduğu gözlemlenmiş ve ilk sırada yer aldığı Tablo 3'te verilmiştir. Ara öğünde meyve tüketimi %11,8 ve her vakit meyve tüketenler ise %9,2 olarak belirlenmiştir. Bu bulgular meyve tüketiminin genellikle akşam yemeğinde gerçekleştiğini göstermektedir. Literatüre bakıldığında çalışmamıza benzer araştırmaların olduğu gözlemlenmiştir. Örneğin Onur vd. (2017) çalışmalarında ailelerin % 40,3'ü sebze-meyveleri genellikle akşam yemeğinde tükettiklerini belirtmişlerdir.

Taze meyve tüketimi Tablo 3'te görüldüğü üzere %88,7 ile ilk sırada yer almaktadır. Bu durum tüketicilerin meyve tüketimini taze olarak gerçekleştirdiklerini göstermektedir. Nitekim Kağan vd. (2019) araştırmalarında taze meyve tüketiminin diğer tüketimlere oranla daha çok olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 5'e göre, kayısı %19,5 ile en çok tercih edilen meyve olarak öne çıkmaktadır. İkinci sırada ise %11,8 ile elma gelmektedir. Bu tercihlerin arkasında, Iğdır ilinde kayısı üretiminin yoğun olması ve yerel olarak kolayca temin edilebilmesi gibi faktörlerin etkili olduğu düşünülmektedir (TÜİK, 2024). Ayrıca, Uçar ve Çakıroğlu'nun (2012) çalışmaları da genellikle en çok sevilen meyvelerin portakal, kiraz ve çilek olduğunu ortaya koymaktadır, bu da bölgesel tercihlerin genel eğilimleri yansıttığını göstermektedir.

**Tablo 5.** En Çok Sevdığınız Meyve Nedir

Meyveler	n	%	Meyveler	n	%	Meyveler	n	%
Çilek	7	3,6	Mandalina	16	8,2	Şeftali	6	3,1
Kayısı	38	19,5	Hurma	8	4,1	Kuru Üzüm	1	,5
Karpuz	13	6,7	Kiraz	18	9,2	Armut	1	,5
Elma	23	11,8	Muz	8	4,1	Kivi	4	2,1
Portakal	18	9,2	Greyfurt	1	,5	Ayva	3	1,5
Nar	9	4,6	İncir	3	1,5	Vişne	2	1,0
Üzüm	10	5,1	Kavun	6	3,1			

## Sonuç ve Öneriler

Araştırma bulguları, meyve tüketimi üzerinde demografik faktörlerin önemli bir rol oynadığını ortaya koymuştur. Katılımcıların meslekleri, öğrenim düzeyleri, yaşları, hanedeki kişi sayıları ve aylık gelir düzeyleri gibi faktörlerin meyve tüketim tercihlerini belirlemede etkili olduğu gözlemlenmiştir. Bu bulgular, bireylerin meyve tercihlerinin sadece kişisel zevklere değil, aynı zamanda sosyoekonomik durumlarına da bağlı olduğunu göstermektedir. Elde edilen sonuçlar ışığında, Iğdır ilinde sağlıklı beslenme politikaları geliştirilirken ve meyve tüketimi teşvik edilirken bu demografik farklılıkların dikkate alınması büyük önem taşımaktadır. Ayrıca sağlık bilinci ve beslenme alışkanlıklarını iyileştirmeye yönelik daha etkili stratejilerin oluşturulmasına katkı sağlayacaktır. Özellikle düşük gelirli ve eğitim seviyesi düşük olan gruplara yönelik hedefli beslenme eğitimleri, ulaşılabilir fiyatlı ve çeşitli meyve seçeneklerinin sunulması ve yerel üretimi destekleyici politikalar, meyve tüketimini artırmada etkili olabilir.

## Etik

Araştırma, Iğdır Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu Başkanlığı'nın 12.10.2023 tarihli ve 2023/19 sayılı kararı ile etik ve idari izinler alınarak gerçekleştirilmiştir.

## Çıkar Çatışması

Yazarlar herhangi bir çıkar çatışması olmadığını belirtmektedir.

## ORCID

İbrahim hakkı Kadirhanoğulları  <https://orcid.org/0000-0002-9640-8910>

## Kaynaklar

- Aksoy, M., Karademir, B., ve Kadirhanoğulları, İ. H. (2021). Organic agriculture comprehension of soil agriculture farmers in Amasya province of Turkey. *Turkish Journal of Agriculture - Food Science and Technology*, 9(11), 2065-2072. <https://doi.org/10.24925/turjaf.v9i11.2065-2072.4646>
- Alkaya, A. (2009). *Örnekleme kuramında ağırlıklandırma* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Gazi Üniversitesi,.
- Anonim, (2024a). Iğdır İl Tarım ve Orman Müdürlüğü. <https://igdir.tarimorman.gov.tr/Menu/20/Ilimiz> adresinden 25 Haziran 2024 tarihinde alınmıştır.
- Anonim, (2024b). <https://www.nufusu.com/il/igdir-nufusu> adresinden 25 Haziran 2024 tarihinde alınmıştır.
- Bazzano, L. A. (2006). The role of fruit and vegetable consumption in human health and disease prevention. *Nutrition in Clinical Practice*, 21(3), 258-267.
- Behera, R. K., Rehman, A., Islam, M. S., Abbasi, F. A. ve Imtiaz, A. (2024). Intelligent machines as information and communication technology and their influence on sustainable marketing practices for beneficial impact on business performance: A conceptual framework. *Journal of Cleaner Production*, 475, 143676. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.143676>
- Brug, J., de Vet, E., de Nooijer, J. ve Verplanken, B. (2006). Predicting fruit consumption: cognitions, intention, and habits. *Journal of nutrition education and behavior*, 38(2), 73-81. <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2005.11.027>
- Çabuk, S., Zeren, D., Südaş, H. D., Nakiboğlu, B., Araç, S. K., ve Arık, A. (2021). Adana İli Hane Halkı Tüketim Davranışları Üzerine Boylamsal Bir Araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 30(3), 10-27. <https://doi.org/10.35379/cusosbil.1013198>
- Çalış A, Kayapınar S, ve Çetinyokuş T. (2014). Veri madenciliğinde karar ağacı algoritmaları ile bilgisayar ve internet güvenliği üzerine bir uygulama. *Endüstri Mühendisliği Dergisi* 25(3), 2-19. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/endustrimuhendisligi/issue/46771/586362>
- Çamlıca H, ve Dişçi, R. (2008). Tanı testlerinde sınır değerlerin belirlenmesi. *Türk Onkoloji Dergisi* 23(1), 26-33. <https://dergipark.org.tr/en/pub/iuonkder/issue/1068/12111>
- Çevik, N. K. ve Kıran, R. E. (2022). Bireylerin tüketim tercihlerinde etkili olan sosyo-demografik faktörlerin belirlenmesi: Türkiye örneği. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 21(4), 1967-1988. <https://doi.org/10.21547/jss.1111790>
- Dölekoğlu, C. Ö., ve Yurdakul, O. (2004). Adana ilinde hane halkının beslenme düzeyleri ve etkili faktörlerin logit analizi ile belirlenmesi. *Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8, 62-86. <https://www.ajindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423868878.pdf>
- Erturk, Y. E., Geçer, M. K. ve Karadaş, K. (2016a). Iğdır ilinde kayısı üretimi ve pazarlaması. *VII. Bahçe Ürünlerinde Muhafaza ve Pazarlama Sempozyumu*, 4 - 07 Ekim, Isparta, Türkiye,

- Erturk, Y. E., Karadaş, K., ve Geçer, M. K. (2016b). Iğdır ilinde Elma Üretimi ve Pazarlaması. *VII. Bahçe Ürünlerinde Muhafaza ve Pazarlama Sempozyumu*, 4 - 07 Ekim, Isparta, Türkiye,
- Erturk, Y. E., ve Karadaş, K. (2016). Iğdır ilinde domates üretimi ve pazarlaması. *VII. Bahçe Ürünlerinde Muhafaza ve Pazarlama Sempozyumu*, 4 - 07 Ekim, Isparta, Türkiye,
- Fink, A. (2013). *How to Conduct Surveys: A Step-by-Step Guide*. SAGE Publications.
- Hassan, D., Monier-Dilhan, S., Nichèle, V., ve Simioni, M. (2009). Organic food consumption patterns in france. *PreConference Workshop, Diet and Obesity: Role of Prices and Policies, August 16*. <https://doi.org/10.2202/1542-0485.1269>
- Hazneci, E., Naycı, E. ve Çelikkan, G. (2022). Fındık üretiminde maliyet ve kârlılık analizi, Giresun İli örneği. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 59(3), 499-511. <https://doi.org/10.20289/zfdergi.996921>
- Kadirhanoğulları, İ. H., Kadirhanoğulları, M. K., Kara, M. K. ve Kumlay, A. (2022b). Iğdır il'inde organik gıda bilgi düzeyinin belirlenmesi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Tarım ve Doğa Dergisi*, 25(4), 882-889. <https://doi.org/10.18016/ksutarimdog.a.vi.890284>
- Kadirhanoğulları, M. K., Kadirhanoğulları, İ. H., ve Karadaş, K. (2022a). Tüketicilerin organik gıda ürün reklamından etkilenme faktörleri: *Iğdır ili örneği*. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 59(1), 161-170. <https://doi.org/10.18016/ksutarimdog.a.vi.890284>
- Kağan, D. A., Özlü, T. ve Yurttaş, H. (2019). Yetişkin bireylerin probiyotik gıdaları bilme ve tüketme durumları üzerine bir araştırma. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 17, 556-563. <https://doi.org/10.31590/ejosat.598208>
- Karadas, K. ve Kadirhanogullari, I. H., (2017). Predicting honey production using data mining and artificial neural network algorithms in apiculture. *Pakistan Journal of zoology*, 49(5), 1611-1619. <https://doi.org/10.17582/journal.pjz/2017.49.5.1611.1619>
- Karadaş, K. (2020). Iğdır ili sebze üretim verileri ve ekonomik önemi. *Journal of the Institute of Science & Technology*, 10(4). <https://doi.org/10.21597/jist.718000>
- Karkacier, O. ve Karabaş, S. (2013). İyi tarım uygulamaları ve tüketici davranışları (logit regresyon analizi). *Journal of Agricultural Faculty of Gaziosmanpaşa University (JAFAG)*, 2013(2), 71-79. <https://doi.org/10.13002/jafag566>
- Kebapçı, H. ve Hatırlı, S. A. (2023). Hane halkı ev yapımı gıda tüketimi: Isparta örneği. *Oğuzhan Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 143-159. <https://doi.org/10.55580/oguzhan.1383971>
- Kıran, R. E. (2021). *Bireylerin tüketim tercihlerinde etkili olan sosyo-demografik faktörlerin belirlenmesi: Türkiye örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi.
- Korkmaz, N. (2011). *Kültürel farklılıkların dondurulmuş gıda tüketim kalıplarına etkisi: Polonya-Türkiye karşılaştırması*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- Onur, N., Sarper, F. ve Onur, F. (2017). Farklı sosyo-ekonomik düzeydeki ailelerin sebze-meyve tüketim durumları. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(1), 105-123. <https://doi.org/10.21325/jotags.2017.62>
- Oran, N. T., Toz, H., Küçük, T. ve Uçar, V. (2017). Medyanın kadınların beslenme alışkanlıkları, besin seçimi ve tüketimi üzerindeki etkileri. *Life Sciences*, 12(1), 1-13. <https://doi.org/10.12739/NWSA.2017.12.1.4B0008>
- Öztürk, D. (2024). Karadeniz bölgesinde yaşayan tüketicilerin fındığa yönelik tutumlarının belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Turkish Journal of Agriculture-Food Science and Technology*, 12(5), 786-794. <https://doi.org/10.24925/turjaf.v12i5.786-794.6813>

- Polat, E. (2017). Genç bireylerin turistik tercihlerinin belirlenmesi üzerine Balıkesir kent merkezinde bir araştırma. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 234-250.
- Rakıcıoğlu, N., Fidancı, G., ve Kırıl, S. (2002). Sebze ve meyve tüketimine etki eden etmenlerin saptanmasına yönelik bir çalışma. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 31(1), 18-31. <https://beslenmevediyetdergisi.org/index.php/bdd/article/view/478>
- Sackett, D. L. (1973). The usefulness of laboratory tests in health-screening programs. *Clin Chem*, 19(4), 366-372. <https://doi.org/10.1093/clinchem/19.4.366>
- Sezer, Z. A. (2023). Çıplak İstatistik'e Bakış. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(3), 1025-1034. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1326153>
- SurveyMonkey, (2024). <https://tr.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/> adresinden 25 Haziran 2024 tarihinde alınmıştır.
- Tanyeri, M. T. ve Arısoy, H. (2023). Tüketicilerin meyve ve sebze tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi: Ankara ili örneği. *Tarım Ekonomisi Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 27-42. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tead/issue/78315/1268596>
- Türkiye İstatistik Kurumu, (2024). <https://www.tuik.gov.tr/> adresinden 25 Haziran 2024 tarihinde alınmıştır.
- Uçar, A. ve Çakıroğlu, F. P. (2012). Farklı sosyo-ekonomik düzeye sahip ilköğretim öğrencilerinin meyve tüketimleri. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 1(1), 91-104. [https://doi.org/10.1501/Asbd\\_0000000007](https://doi.org/10.1501/Asbd_0000000007)
- Uzundikme, F. ve Çakıroğlu, F. P. (2007). *Yaşlılıkta sebze ve meyve tüketimi*. Ankara Üniversitesi Basım Evi.
- World Health Organization, (2019). <https://www.who.int/> adresinden 25 Haziran 2024 tarihinde alınmıştır.
- Xue, Y., Tang, C., Wu, H., Liu, J. ve Hao, Y. (2022). The emerging driving force of energy consumption in China: does digital economy development matter? *Energy Policy*, 165, 112997. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2022.112997>