

**TÜKETİCİLERİN KEKİK TÜKETİMİNİ ETKİLEYEN  
FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ: MANİSA İLİ SALİHLİ İLÇESİ  
ÖRNEĞİ**

**DETERMINATION OF FACTORS AFFECTING  
CONSUMERS' THYME CONSUMPTION (THE CASE OF  
MANISA PROVINCE OF SALIHLI DISTRICT)**

*Rüveyda YZBAŐIOĐLU\**

*Sara Nilda ATAŐLU\*\**

**Özet**

Manisa ili kekik üretimi, Türkiye'nin %5.62'sini ve bölgenin %52.24'nü oluşturmaktadır. Salihli ilçesi kekik üretiminin bölgenin %47.44'nü ve Türkiye'nin de %5.11'ni üretmektedir. Bu bağlamda bölgenin ve ilin en fazla üretiminin yapıldığı yerlerden biri olan Salihli ilçesindeki tüketicilerin, tıbbi ve aromatik bitkilerden biri olan kekik tüketim bilinç düzeyi ve kekik tüketimini etkileyen faktörlerin belirlenmesi bu araştırmada amaçlanmıştır. Bu amaç için oransal örnekleme yöntemi ile belirlenen 272 tüketici görüşülmüştür. Tüketicilerin kekik tüketimini etkileyen faktörlerin belirlenmesi için binary logit analizi kullanılmıştır. Analiz sonucunda %5 önem seviyesinde kekik tüketimini tüketicilerin cinsiyeti ile negatif yönlü ilişki varken, ürünü açık satın alma ve kurutulma ortamı ile pozitif yönlü ilişki belirlenmiştir. %1 önem seviyesinde anlamlı bulunan tedavi amaçlı kullanma, tat kattığı için kullanma ve haftada bir satın almayı tercih edenler tüketimle pozitif ilişkili olduğu gözlenmiştir. Tüketicilerin gelir ve eğitim durumunun pozitif olarak kekik tüketimini etkilediği ancak önem seviyesini anlamlı olmadığını analiz sonucunda ortaya konulmuştur. Buda tüketicilerin artık sağlık, tat, alışkanlık gibi ihtiyaçlarının daha ön planda tuttuğunun, bu araştırmanın sonucu olarak söylenebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Tüketici Bilinci, Binary Logit Analizi, Kekik, Tüketici Tercihleri

**Abstract**

The production of Manisa is generated thyme constitutes 5.62% of Turkey and 52.24% of the region. Salihli produces 47.44% of the region's thyme production and 5.11% of Turkey. In this context, it is aimed to determine of the individuals in Salihli Province, which is one of the most produced places of the region and province the level of thyme, which is one of the medicinal aromatic plants, consumption consciousness and factors affecting thyme consumption. For this purpose, 272 consumers were interviewed to work with the proportional sampling method. Binary logit analysis was used to determine the factors that affect the thyme consumption of individuals. As a result of the analysis, it was determined that thyme consumption at

\* Dr. Öğr. Üyesi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, ruveyda.kiziloglu@gop.edu.tr

\*\* (arasadlin25@gmail.com)



the 5% significance level negatively affected the gender and the product positively affected the open purchase and drying environment. It was observed that those who prefer to use for treatment, use for taste, and purchase once a week, which are meaningful at the 1% significance level, are positively related to consumption. Consumers' income and education status positively affected thyme consumption, but the significance level was not significant. It can be said that this is the result of this research that the consumers are now in the forefront of their needs such as health, taste and habit.

**Key words:** Consumer Awareness, Binary Logit Analysis, Thyme, Consumer Preferences

### Giriş

Tıbbi ve aromatik bitkiler, hastalıkları önlemek, sağlığı sürdürmek veya hastalıkları iyileştirmek için ilaç olarak kullanılan bitkilerdir. Tıbbi bitkiler, beslenme, kozmetik, vücut bakımı, tütsü veya dini törenler gibi alanlarda yer alırken, aromatik bitkiler ise, güzel koku ve tat vermeleri için kullanılmaktadır (Heinrich and et al, 2004 s:80; Bayram ve ark., 2010 s:2; Faydaoğlu ve Sürücüoğlu, 2011 s:54).

Türkiye’de tıbbi ve aromatik bitkiler tam anlamıyla bilinmemekle birlikte, Botanik ve Eczacılık eğitimi görmemiş yazarlar tarafından çeviri veya derleme şeklinde hazırlanan ya da pek çok geleneksel hekimlik uygulaması mevcuttur. Buna karşılık tıbbi bitkiler, hasta tedavisinde kullanıldığı gibi, sağlıklı yaşam için de tamamlayıcı ya da destekleyici ürün olarak tercih edilebilmektedir (Dicle, 2010 s:1). Tüketicilerin çeşitli nedenlerden dolayı bilerek ya da bilmeyerek bir şekilde gündelik hayatlarında tıbbi ve aromatik ürünlerden en az bir kere kullanmaktadır.

TÜİK 2016 yılı verilerine göre Türkiye’de toplam baharat bitkisi üretimi 38341 tondur. Bunun %48.48’i kimyon, %38.40’ı kekik, %6.59’u çörekotu, %6.43’ü rezene ve %0.11’i kişniş’tir. Türkiye’de 2016 yılı itibariyle toplam 14724 ton kekik üretilmiştir. TR33 (Manisa-Afyon-Kütahya-Uşak) bölgesinde 1585 ton, Manisa ilinde 828 ton kekik üretilmiştir. Yani Manisa ili kekik üretimi, Türkiye’nin %5.62’sini ve bölgenin %52.24’nü oluşturmaktadır. Salihli ilçesi ise ilin kekik üretiminin %90.82’sini sağlamaktadır. Salihli ilçesi kekik üretiminin bölgenin %47.44’nü ve Türkiye’nin de %5.11’ni üretmektedir. Bu bağlamda bölgenin ve ilin en fazla üretiminin yapıldığı yerlerden biri olan Salihli ilçesindeki tüketicilerin, tıbbi ve aromatik bitkilerden biri olan kekik tüketim bilinç düzeyi ve kekik tüketimini etkileyen faktörlerin belirlenmesi çalışmanın amacını oluşturmaktadır.



TÜKETİCİLERİN KEKİK TÜKETİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ:  
MANİSA İLİ SALİHLİ İLÇESİ ÖRNEĞİ

**Materyal ve Yöntem**

**Materyal**

Bu araştırmanın materyalini, Manisa ili Salihli ilçesinde kentsel alanda bulunan tüketicilerden anket yoluyla elde edilen veriler oluşturmuştur.

**Verilerin toplanması aşamasında izlenen yöntem**

Ana kitlenin en iyi düzeyde temsil edilecek örnek sayısının belirlenmesinde oransal örneklemeden yararlanılmıştır (Yamane, 2001 s:76).

$$n = \frac{Np(1-p)}{(N-1)\sigma_p^2 + p(1-p)}$$

n= örnek büyüklüğü,

N= popülasyon büyüklüğü (97.810),

p= tahmin oranı (0.5 maksimum örnek büyüklüğü için),

$\sigma_p^2$  = oran varyansı (maksimum örnek hacmine ulaşmak için %90

güven aralığında çizelge değeri 1.65 ve %5 hata payı ile). Ana kitleyi oluşturan tüketicilerin özellikleri başlangıçta bilinmediği için, örnek hacmini maksimum kılacak şekilde p=0.5 olarak alınmış ve örnek hacmi 272 tüketici olarak bulunmuş ve örneğe alınan tüketiciler tesadüfi olarak belirlenmiştir.

**Verilerin analizi aşamasında izlenen yöntem**

Araştırmada tüketicilerin kekik tüketimini etkileyen faktörleri binary logit analizi yardımı ile belirlenmesi amaçlanmıştır. Logit modelinde bağımlı değişken Kukla ve tahmin edilen olasılık değerleri 0 ile 1 arasında değişmektedir.

Lojistik fonksiyon (LOGIT) genel fonksiyonel formülü (Gujarati, 1992 s:554);

$$F_i(\beta X_i) = \frac{\exp(\beta X_i + \varepsilon_i)}{1 + \exp(\beta X_i + \varepsilon_i)}$$

F ( $\beta X_i$ )= İndex fonksiyonunu (I nci tüketiciler için gözlenen kekik tüketimi, tüketmeyenler için j=0; tüketenler için j=1)

$\beta$ = Açıklayıcı değişkenlerin katsayı vektörünü

$X_i$ = Tüketicilerin karakterlerini temsil eden açıklayıcı değişkenleri

$\varepsilon_i$ = Hata terimini göstermektedir.

Tüketicilerin kekik tüketme olasılığı:

$$P_i = \frac{1}{1 + e^{-z_i}}$$

$P_i$  = Bağımlı değişkenin olma olasılığı



$e$  = doğal logaritmadır.

$$Z_i = \beta X_i Z_i \quad Z_i = \beta_1 + \beta_2 X_2$$

Kekik tüketme olasılığı ise (1-P<sub>i</sub>) formülü;

$$\frac{P_i}{1-P_i} = \frac{1+e^{+z_i}}{1+e^{-z_i}} = e^{z_i}$$

Kekik tüketme bahis oranı olan formülün doğal logaritması alınırsa aşağıdaki sonuca ulaşılır.

$$L_i = \ln \frac{P_i}{1-P_i} \quad Z_i = \beta_1 + \beta_2 X_2$$

Bahis oranının logaritması L, yalnız X'e göre değil, ana kitle katsayılarına göre de doğrusaldır. L'ye logit denir ve logit modeli formülden gelmektedir (Gujarati, 1992 s:555).

Açıklayıcı değişkenler, gözlemlenen değişkenlerden çıkartılmaktadırlar ve onların doğrusal bileşenleri olarak tahmin edilebilirler. J'inci faktör olan F<sub>j</sub>'in genel tahmin eşitliği şu şekilde ifade edilebilir:

$$F_j = \sum_{i=1}^p [W_{ji} X_1 + W_{j2} X_2 + \dots + W_{jp} X_p]$$

W<sub>i</sub>: Açıklayıcı değişkenler skor katsayılarını

P: değişken sayısını göstermektedir.

Lojistik katsayılarını anlamak için, bir olayı olasılık oranı bakımından düşünmek gerekir (Akgül ve Çevik, 2005). Olasılık oranının doğal logaritması alınarak elde edilen lojistik regresyon modelinin parametrelerini tahmin ederken en yüksek olasılık (maximum likelihood) yöntemi yaygın olarak kullanılır (Berenson and Levine, 1996).

Lojistik modelde yer alan bazı değişkenler, kategoriler arası farklılıkları olasılık oranları olarak elde edilebilmek üzere kategorik değişkene çevrilmiştir. Yorumlamada kolaylık sağlaması açısından bağımsız değişkenlerin bazıları kukla-değişken olarak modele alınmıştır.

Modele açıklayıcı değişken olarak kodlamalar şöyle yapılmıştır; tüketicilerin yaşı (sürekli değişken), cinsiyet (bayan ise 0, erkek ise 1 olarak kodlanmıştır), medeni durum (bekar ise 0, evli ise 1 olarak kodlanmıştır), eğitim durumu (lise ve lise altı ise 0, lise üstü ise 1 olarak kodlanmıştır), tüketicilerin aylık gelirleri (sürekli değişken), hanedeki fert sayısı (sürekli değişken), tıbbi ve aromatik bitki tanımı (biliyorsa 1 bilmiyorsa, 0 olarak kodlanmıştır), tedavi amaçlı kullanılma durumu (kullanılıyor ise 1, kullanılmıyor ise 0 olarak kodlanmıştır), tat katma durumu (kullanılmışsa 1, kullanılmamışsa 0 olarak kodlanmıştır), haftalık satın alma durumu (satın



TÜKETİCİLERİN KEKİK TÜKETİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ:  
MANISA İLİ SALIHLI İLÇESİ ÖRNEĞİ

alınıyorsa 1, alınmıyorsa 0 olarak kodlanmıştır), aylık satın alma durumu (satın alınıyorsa 1, alınmıyorsa 0 olarak kodlanmıştır), açıktan satın alma (satın alınıyorsa 1, alınmıyorsa 0 olarak kodlanmıştır), ambalajlı satın alma (satın alınıyorsa 1, alınmıyorsa 0 olarak kodlanmıştır), hasat zamanında toplanılmasına dikkat etme durumu (dikkat ediliyorsa 1, dikkat edilmiyorsa 0 olarak kodlanmıştır), kalitede ürün renginin önemi (önemliyse 1, önemli değil ise 0 olarak kodlanmıştır), kalitede ürün kokusunun önemi (önemliyse 1, önemli değil ise 0 olarak kodlanmıştır), ürünün tazelik durumu (tercih ediliyorsa 1, edilmiyorsa 0 olarak kodlanmıştır), ürün kurutma ortamının uygunluğu (önemli ise 1, önemli değil ise 0 olarak kodlanmıştır), ürünün kurutulma şekli (önemli ise 1, önemli değil ise 0 olarak kodlanmıştır), ürünün kurutma ortamının nem miktarına bakılma durumu (bakılıyor ise 1, bakılmıyor ise 0 olarak kodlanmıştır), aylık tüketilen tıbbi ve aromatik bitki miktarı (10 birim altında tüketiliyor ise 0, 11-99 birim arasında tüketiliyor ise 1, 100 ve üzeri birim tüketiliyor ise 2 olarak

### Bulgular ve Tartışma

#### Tüketicilerin Genel Özellikleri

Araştırma kapsamında görüşülen tüketicilerin bazı sosyo-ekonomik ve demografik özellikleri Çizelge 1’de incelenmiştir. Tüketicilerin %52.21’i kadın, %47.79’u erkektir. Tüketicilerin %63.60’ı evli ve hanede ortalama 3.40 birey yaşamakta olup tüketicilerin yaş ortalamasının 36.06 olduğu Çizelge 1’den görülmektedir. Görüşülen tüketicilerin eğitim durumları incelendiğinde ise yarısından fazlasının (%55.15) lise ve lise altı eğitim gördükleri belirlenmiştir. Tüketicilerin ortalama aylık geliri ise 2.634.768 TL/ay olarak hesaplanmıştır. Kılıçhan ve Çalhan (2015) kayseri ilindeki bireylerin baharat tüketimini incelemiş ve araştırma kapsamında bireylerin %45.00’nin yoksulluk sınırında (1.528-4.094 TL /ay) gelire sahip olduklarını belirlemişlerdir.

Çizelge 1’de gruplar ve açıklamalar sütununda modelde kullanılan açıklayıcı değişkenler ve her bir değişkenin yanında parantez içinde değişkenin modeldeki kodlanmış şekli verilmiştir.

#### Çizelge 1. Tüketicilerin Genel Özellikleri ve Bazı Tanımlayıcı İstatistikler

Gruplar ve Açıklaması		Frekans	%	Ortalama	Standart Sapma
Bağımlı Değişken (Y)	Bilinçli tüketiyorsa:1	200	73.53		0.442
	Bilinçsiz tüketiyorsa:0	72	26.47		
Yaş (YAS)				36.06	11.766
Gelir (ay/TL) (GELİR)				2.634.768	1265.159
Cinsiyet (CINSİYET)	Erkek:1	130	47.79		0.500



RÜVEYDA YÜZBAŞIOĞLU - SARA NILDA ATAÖĞLU



	Kadın:0	142	52.21		
Medeni Durum (MD)	Bekar:1	99	36.40		0.482
	Evli:0	173	63.60		
Eğitim Durumu (ED)	Lise ve lise altı Mezunu Olanlar:0	150	55.15		0.498
	Lise üstü Mezunu Olanlar:1	122	44.85		
Hanedeki fert sayısı (FERT)				3.40	1.512
Tıbbi ve Aromatik Bitkinin Tanımını Bilme Durumu (BİLGİ)	Doğru bilenler:1	187	68.75		0.464
	Doğru bilemeyenler:0	85	31.25		
Tedavi Amaçlı Kullanım Durumu (TEDAVİ)	Kullanılıyor ise:1	87	31.99		0.467
	kullanılmıyor ise:0	185	68.01		
Tat Vermek için Kullanma Durumu(TAT)	Kullananlar:1	77	28.31		0.451
	Kullanmayanlar:0	195	71.69		
Haftalık Satın Alma (HAFTA)	Satın alınıyorsa:1	29	10.66		0.309
	Satın alınıyorsa:0	243	89.34		
Aylık Satın Alma (AYLIK)	Satın alınıyorsa:1	152	55.88		0.497
	Satın alınıyorsa:0	120	44.12		
Açıkta Ürün Satın Alma Durumu (AÇIK)	Alınıyorsa:1	40	14.71		0.355
	Alınmıyorsa:0	232	85.29		
Ambalajlı Ürün Satın Alma Durumu (AMBALAJ)	Alınıyorsa:1	168	61.76		0.487
	Alınmıyorsa:0	104	38.24		
Hasat Zamanına Dikkat Etme Durumu (HASATVAK)	Ediliyorsa:1	184	67.65		0.469
	Edilmiyorsa:0	88	32.35		
Kalite Kriterinde Ürün Rengine Dikkat Etme Durumu (RENK)	Dikkat edenler:1	102	37.50		0.485
	Dikkat etmeyenler:0	170	62.50		
Kalite Kriterinde Ürün Kokusuna Dikkat Etme Durumu (KOKUSU)	Dikkat edenler:1	92	33.82		0.474
	Dikkat etmeyenler:0	180	66.18		
Kalite Kriterinde Ürünün Tazeliliğine Dikkat Etme Durumu (TAZELİK)	Dikkat edenler:1	125	45.96		0.499
	Dikkat etmeyenler:0	147	54.04		
Ürünün Kurutulma Ortamını Önemseme Durumu (ORTAM)	Önemseyenler:1	115	42.28		0.495
	Önemsemeyenler:0	157	57.72		
Ürünü Kurutma Şekline Dikkat Etme Durumu (KURŞEKLİ)	Dikkat edenler:1	96	35.29		0.479
	Dikkat etmeyenler:0	176	64.71		
Ürünü Kurutmada Nem Miktarına Dikkat Etme Durumu (NEMMİK)	Dikkat edenler:1	50	18.38		0.388
	Dikkat etmeyenler:0	222	81.62		
Tüketicilerin Aylık TAB Tüketim Miktarı (TMİKTAR)	10 birim altı tüketen:0	111	40.81		0.794
	11-99 birim arası tüketen:1	94	34.56		
	100 ve üzeri birim tüketen:2	67	24.93		



TÜKETİCİLERİN KEKİK TÜKETİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ:  
MANİSA İLİ SALİHLİ İLÇESİ ÖRNEĞİ

**Tüketicilerin Tıbbi ve Aromatik Bitkiyi Kullanımı**

Tüketicilerin evlerinde gıda, tedavi, bitkisel çay, koku ve tat katması için veya kozmetik, estetik gibi çeşitli amaçlar için kullandıkları tıbbi ve aromatik bitkileri tanıma bilme durumlarını belirlemek için tıbbi ve aromatik bitkilerin çeşitli tanımları anket yolu ile sorulmuştur. Sorulan sorular ve sorulara “evet tanım budur” diyenler Çizelge 2’de verilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre araştırma kapsamında görüşülen tüketicilerin %68.75’inin tıbbi ve aromatik bitkinin tanımını doğru bildiği gözlenmiştir.

**Çizelge 2.** Tüketicilerin Tıbbi ve Aromatik Bitkiyi Bilme veya Tanıma Durumu

Sorulan Tanımlar	Puan (Tanıma katılanların aldığı puanlar)	Frekans (Tanıma katılanlar)	%
Koku, renk ve tat bakımından tercih edilen bitkilere denir	1	187	68.75
Bütün bitkiler tıbbi bitkidir	0	85	31.25
Hastalıkları önlemek, sağlığı sürdürmek veya hastalıkları iyileştirmek için ilaç olarak kullanılan bitkilerdir	1	187	68.75

Tüketicilerin %89.34’ünün tıbbi ve aromatik bitkiyi haftalık olarak tüketmediği, %55.88’inin ise aylık olarak tükettiği gözlenirken; aylık olarak tüketim yapan tüketicilerin de %40.81’inin 10 birim altında, %34.56’sının 11-99 birim arası, %24.93’ünün ise 100 birim ve üzeri tıbbi ve aromatik bitki tükettiği gözlenmiştir. Tüketilen tıbbi ve aromatik bitkiyi tat amaçlı olarak kullanan tüketicilerin oranı %28.31 iken; tüketicilerin herhangi bir rahatsızlığı için tedavi amaçlı tercih etme durumu %31.99’dur (Çizelge 1). Kocabaş ve Gedik (2016) araştırmalarında Kahramanmaraş ilinde etnobotanik bitkilerin tüketim nedenlerini incelemişler ve semt pazarlarında satılan etnobotanik bitkilerini; gıda, tedavi ve süs amacıyla kullanıldığı sonucuna varmışlardır. Demirçivi ve Altaş (2016) Aksaray Üniversitesinde okuyan 400 öğrenciye uyguladıkları anket sonucunda baharat satın alırken dikkat edilen ilk üç ölçek olarak; tazelik, koku ve tat olarak bulmuştur. Çelik (2014) Konya ilinde bulunan aktarlara yaptığı çalışması sonucunda tıbbi ve aromatik bitkiyi en çok ek gıda, baharat, enerji amaçlı (%36.5) sattıklarını ortaya koymuştur. Hindistan’da Arya ve ark. (2012) yaptıkları çalışmalarında tüketicilerin %78.4’ü tıbbi ve aromatik ürünleri sağlık için tükettiği sağlıklı bulduğu sonucuna varmışlardır. Yani yurt içinde yapılan araştırma sonucunda kullanım





nedenleri benzerlik gösterirken yurt dışındaki araştırmalarda kullanım farklılıkları aşıkarak gözükmektedir.

Çizelge 3’de tüketicilerin yoğun olarak tüketmeyi tercih ettikleri bitkiler verilmiştir. Tüketicilerin en fazla tüketmeyi tercih ettikleri sırasıyla adaçayı (%85.29), nane (%74.26), kekik (%73.53), ıhlamur (%70.96) ve sarımsak (%68.75) olarak gözlenmiştir. Dicle, 2010 yılında İzmir ilinde yaptığı çalışmasında tüketicilerin %85.42 gibi yüksek oranla en fazla tarçın tükettiği belirlenmiştir. Aynı çalışmada tüketicilerin kış aylarında bitkisel çayları çok tüketmeyi tercih ettiği sonucu da ortaya konulmuştur. Demircioğlu ve ark. (2007) Ankara merkez ilçede kadınların baharat kullanımı üzerine yaptıkları araştırmalarında kadınların %83.5’i kırmızı pul biber kullandıkları belirlenmiştir. Akbulut ve Özkan (2016) Kahramanmaraş ilinde yaptıkları araştırmalarında aktarları en fazla sattığı, tüketicilerin en fazla tükettiği tıbbi ve aromatik baharat türü olarak, nane, kekik ve ıhlamur olarak belirlenmiştir.

#### Tüketicilerin Kekik Kullanımı

Tüketicilerin belirlenen tıbbi ve aromatik bitkiler içerisinde kekik tercih etme oranı %73.53’tür ve bu oranla kekik, tercih sırasında adaçayı (%85.29) ve nane (%74.26) den sonra üçüncü sırada yer almaktadır (Çizelge 3). Tüketicilerin aylık kekik tüketim miktarı 59.10 gr ve birim fiyatı olarak da 3.44 TL olduğu araştırma sonucunda belirlenmiştir. Mevlüt ve ark. (2014) Denizli ilinde kekik üreticilerin kilosunu 1.66 TL’ye sattığını araştırmalarının sonucunda belirlemişlerdir.

**Çizelge 3.** Tüketicilerin Tüketmeyi Tercih Ettikleri İlk On Tıbbi ve Aromatik Bitki

Kullanılan Bitkiler	Frekans	%
Adaçayı	232	85.29
Nane	202	74.26
Kekik	200	73.53
Ihlamur	193	70.96
Sarımsak	187	68.75
Isırgan	167	61.40
Dereotu	159	58.46
Ebegümeci	135	49.63
Kimyon	129	47.43
Çörekotu	125	45.96

\* Birden fazla seçenek tercih edilmiştir

Tüketicilerin kekik kullanımında bilinç düzeylerini belirlemek için bir takım sorular sorulmuştur. Alınan cevaplarda tüketicilerin kekik tüketimi için satın alacakları ürün kalite kriteri konusunda en önemli üç kriter dikkate





**TÜKETİCİLERİN KEKİK TÜKETİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ:  
MANİSA İLİ SALİHLİ İLÇESİ ÖRNEĞİ**

alınmış ve modele tabi tutulurken “dikkat edilen özellik:1” olarak kodlanmıştır. Uygulanan modelden elde edilen sonuçlara bakıldığında sırasıyla %67.65’inin hasat zamanına, %61.76’sının ürünün ambalajlı olarak satılmasına, %45.96’sının tazelik durumuna, %42.28’inin ürünün kurutulma ortamına dikkat ettiği gözlenirken; %62.50’sinin ürünün rengine, %64.71’inin ürünü kurutma şekline, %66.18’inin ürünün kokusuna, %81,62’sinin ürünü kurutmada nem miktarına ve %85.29’unun açıkta ürün satın alma durumuna dikkat etmediği gözlenmiştir (Çizelge 1).

**Tüketicilerin Kekik Tüketimini Etkileyen Faktörler**

Salihli ilçesi kentsel alanda yaşayan tüketicilerin bölgede yetiştiriciliği fazla olan tıbbi ve aromatik bitkiler sınıfında yer alan baharat çeşidi olarak tüketilen kekik bitkisinin tüketimini etkileyen bazı faktörler binary logit modeli ile analiz edilmiş ve Çizelge 4’te analiz sonuçları verilmiştir.

**Çizelge 4.** Tüketicilerin Kekik Tüketimini Etkileyen Faktörlerin Binary Logit Model Sonucu

	Kat Sayı	Standart Hata	z	z >Z*	Marjinal Etki
sabit	-0.614	1.625	-0.38	0.706	
YAS	0.013	0.025	0.52	0.600	0.001
CINSİYET	-1.146	0.511	-2.24	0.025	0.006
MD	-0.870	0.570	-1.53	0.127	-0.067
ED	0.095	0.502	0.19	0.850	0.007
GELİR	0.001	0.000	-0.83	0.406	0.000
FERT	0.146	0.177	0.82	0.411	0.011
BILGI	-0.549	0.506	-1.09	0.278	-0.042
TEDAVI	6.137***	1.223	5.02	0.000	0.451***
TAT	5.885***	1.165	5.05	0.000	0.434***
TMIKTAR	-0.561	0.491	-1.14	0.253	-0.043
HAFTA	2.949***	1.094	2.70	0.007	0.211***
AYDA	0.709	0.647	1.10	0.273	0.053
ACIK	1.828**	0.832	2.20	0.028	0.137**
AMBALAJ	0.496	0.568	0.87	0.382	0.038
HASATVAK	-0.379	0.634	-0.60	0.549	-0.028
RENGI	-0.876	0.686	-1.28	0.202	-0.066
KOKUSU	0.365	0.796	0.46	0.647	0.028
TAZELIK	-0.462	0.683	-0.68	0.499	-0.035
ORTAM	1.513**	0.690	2.19	0.028	0.118**
KULSEKLI	-0.921	0.798	-1.15	0.249	-0.068
NEMMIK	0.701	0.920	0.76	0.446	0.053

Not: \*\*\*, \*\*, \* ==> Önem seviyesinde temsili %1, %5, %10



Log likelihood function : -65.627,	Khi kare [21 d.f.]: 183.135,
Restricted log likelihood: -157.195,	Hosmer-Lemeshow khi-kare: 13.765,
Önem Seviyesi: 0.000,	McFadden Pseudo R-kare: 0.583

Analiz sonucunda %5 önem seviyesinde bilinçli kekik tüketimini cinsiyet negatif etkilerken ürünü açık satın alma ve kurutulma ortamı pozitif etkilediği belirlenmiştir. Yani bayanların erkeklere göre %9 oranında daha bilinçli kekik tüketmesi olasıdır. Kekiki açıkta satın alanların açıkta satın almayanlara göre bilinçli kekim tüketim olasılığı %14 daha fazladır. Aynı şekilde ürünün kurutulma durumunu önemseyenlerin önemsemeyenlere göre bilinçli kekik tüketim olasılığı %11 daha fazladır.

%1 önem seviyesinde anlamlı bulunan tedavi amaçlı kullanma, tat kattığı için kullanma ve haftada bir satın almayı tercih edenler tüketimle pozitif ilişkili olduğu gözlenmiştir. Tedavi amaçlı kullananlar kullanmayanlara göre bilinçli kekik tüketim olasılığı %45 daha fazladır. Tat ve koku amaçlı kekik tüketimini tercih edenler tercih etmeyenlere göre bilinçli kekik tüketim olasılığı %21 daha fazladır

Bireylerdeki tüketme olasılığı kekik satın alım sıklığının artması ile doğru orantılıdır. Yani tüketme olasılığındaki bir birimlik artış haftada bir satın alım sıklığını %21 oranla artırması beklenmektedir. Buda tüketicilerin kekik satın alımında taze tüketmeyi ya da ihtiyacı oldukça almayı tercih ettiği sonucunu verir.

### Sonuç ve Öneriler

Türkiye’de son zamanlarda üretimine önem verdiği ve tarihi boyunca çeşitli nedenlerden dolayı tıbbi ve aromatik bitki tüketimi söz konusudur. Türkiye’nin ve bölgenin önemli üretimini yaptığı ve bölgenin büyük bir çoğunluğunun üretimini tek başına yapan Salihli ilçesindeki tüketicilerin kekik tüketim durumu ve tüketimini etkileyen bazı faktörler belirlenmek istenmiştir. Analiz sonucunda bayanların erkeklere göre daha fazla kekik tüketimini tercih etmesi olasılığı ortaya çıkmıştır. Tüketicilerin tüketme eğilimlerinden birisi olarak da tedavi amaçlı tüketimde söz konusudur. Tüketicilerin kekik bitkisini satın alım sıklığı ile tüketimi arasında istatistiki olarak pozitif bir ilişki olduğu yapılan analiz sonucunda ortaya konulmuştur. Yani tüketicilerin satın alma sıklığı ile tüketim eğiliminin arttığı bu araştırma sonucu olarak söylenebilir. Tüketicilerin açık satın alımı tercih ettiği ancak kurutulma ortamına önem verdiği analiz sonucunda belirlenmiştir. Tüketicilerin tüketenlerin tüketmeyenlere göre kekiki tercih etmelerindeki en büyük etmen olarak tat olduğu gözlenmiştir. Tüketicilerin gelir ve eğitim durumunun pozitif olarak tüketimi etkilediği ancak istatistiki olarak anlamlı



TÜKETİCİLERİN KEKİK TÜKETİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ:  
MANİSA İLİ SALIHLI İLÇESİ ÖRNEĞİ

olmadığı tespit edilmiştir Dolayısıyla, tüketicilerin artık sağlık, tat, alışkanlık gibi ihtiyaçlarının daha ön planda tutulmasının bir sonucu olduğu söylenebilir. Kekik üretiminde bulunan işletmelerin üretim sırasında tat ve kokuya dikkat etmeleri yanı sıra üretilen ürünün sağlıklı koşullarda üreterek bilinçli tüketim potansiyeli olan tüketicilerin talebini artırmış olurlar.

**Kaynaklar**

- Akgül, A. ve O. Çevik. 2005. İstatistiksel Analiz Teknikleri. Emek Ofset Ltd. Şti. 2. Baskı. s.y. 428. Ankara.
- Akbulut, S. ve Z.C. Özkan. 2016. Herbalist-Customer Profile in Medicinal and Aromatic Herbs Trade: A Case Study of Kahramanmaraş, Turkey. Kastamonu University Journal of Forestry Faculty, 16 (1), 246-252.
- Arya, V., R.Thakur, S. Kumar ve S.Kumar. 2012. Consumer buying behaviour towards Ayurvedic medicines/products in Joginder nagar-A survey.Ayurpharm-International Journal of Ayurveda and Allied Sciences, 1(3), 60-64.
- Bayram, E., S.Kırcı, S.Tansı, G.Yılmaz, O.Arabacı, S.Kızıl ve İ.Telci. 2010. Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Üretimine Arttırılması Olanakları. Türkiye Ziraat Mühendisliği VII. Teknik Kongresi Bildiriler Kitabı-I, 437-456, 11-15 Ocak, Ankara.
- Berenson, M.L. ve D.M. Levine. 1996. Basic Business statistics concepts and applications. sixth ed.. p. 837. prentice-hall international. New York.
- Çelik, Y. 2014. A Study on The Socio-Economic Structures of Aktars in Konya Province. Turkish Journal of Agricultural and Natural Sciences, 1(3), 369-376.
- Demircioğlu, Y., M.Yaman ve I. Şimşek. 2007. Kadınların baharat kullanım alışkanlıkları üzerine bir araştırma. TSKY Koruyucu Hekimlik Bülteni, 6(3).
- Demirçivi, B.M. ve A.Altaş. 2016. Üniversite Öğrencilerinin Baharatlara İlişkin Bilgileri ve Tüketim Tercihleri: Aksaray. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 4(4), 88-112.
- Dicle, M. 2010. İzmir İli Bornova İlçesinde Tıbbi Bitkilere İlişkin Tüketici Davranışlarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü (Yüksek Lisans Tezi)





- Faydaoğlu, E. ve M.S. Sürücüoğlu. 2011. Geçmişten günümüze tıbbi ve aromatik bitkilerin kullanılması ve ekonomik önemi. Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 11(1), 52-67.
- Gujarati, N.D. 1992. Essential of Econometrics. Mc Graw Hill. New York. 1999. Temel Ekonometri. Çeviren: Şenesen. Ü.. Şenesen. G.G.. Literatür Yayıncılık, İstanbul.
- Heinrich, M., J.Barnes, S.Gibbons and E.M. Williamson. 2004. Fundamentals of Pharmacognosy and Phytotherapy, Churchill Livingstone, Edinburgh.
- Kılıçhan, R. ve Çalhan, H. 2015. Mutfakların Sihri Baharat: Kayseri İlinde Baharat Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma. Journal of Tourism and Gastronomy Studies 3/2 s: 40-47.
- Kocabaş, Y.Z. ve O.Gedik. 2016. Kahramanmaraş İl Merkezi Semt Pazarlarında Satılan Bitkiler Hakkında Etnobotanik Araştırmalar. Iğdır Üni. Fen Bilimleri Enst. Der. / Iğdır Univ. J. Inst. Sci. & Tech. 6(4): 41-50.
- Mevlüt, G., A. Osman ve B.S. Sitki. 2014. Determining the Costs, Production Inputs and Profit of Thyme Production Enterprises in Denizli province of Turkey. TEOP 17 (4) pp 562 – 569.
- Yamane, T. 2001. Temel Örnekleme Yöntemleri. Çevirenler: Alptekin Esin, Celal Aydın, M. Akif Bakır, Esen Gürbüzsəl, Literatür Yayıncılık, İstanbul.

