



Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü

Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi

Dergiye Geliş Tarihi: 24.07.2013
Yayına Kabul Tarihi: 04.11.2013

Baş Editör: Naim Çağman
Alan Editörü: Halil Kızılaslan

Yozgat İli Sorgun İlçesi Şeker Fabrikasında Çalışan Daimi İşçilerin Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi

Hasan Gökhan DOĞAN^{a,1} (gokhan.dogan@gop.edu.tr)
A. Zafer GÜRLER^a (zafer.gurler@gop.edu.tr)
Mesture ÜRGEN^a (mestureurgen@hotmail.com)

^aGaziosmanpaşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, 60240 TOKAT

Özet – Bu çalışmada, Yozgat ili Sorgun ilçesi şeker fabrikasında çalışan daimi işçilerin tüketim alışkanlıkları incelenmiştir. Çalışmada fabrikada daimi statüde bulunan 226 işçinin tamamı ile görüşülmüştür. İşçiler ile yüzyüze görüşme tekniği kullanılarak anket uygulaması yapılmıştır. Elde edilen bulgular tablolar haline getirilmiş ve yorumlanmıştır. Fabrikada bulunan üç farklı gelir grubundaki işçiler ayrı olarak inceleme altına alınmış ve gelir grupları arasındaki farklılıklar belirlenmiştir. Farklılıkları istatistiki olarak ortaya koymak için ise varyans analizi uygulanmıştır. Sonuç olarak, aylık gelir ile tüketim arasında paralel bir ilişki olduğu görülmüştür. Tüketicilerin gelir düzeyleri arttıkça tüketim miktarlarının artmakta olduğu ve daha dikkatli bir tüketim bilincine sahip olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler –
Tüketim Alışkanlıkları,
Yozgat, Şeker Fabrikası,
Daimi İşçiler

Gaziosmanpaşa Journal of Scientific Research 8 (2013) 14-28

Determination of Consumption Tendency Permanent Workers' in Yozgat Province Sorgun County Sugar Refinery

Abstract – Aim of this study is examine consumption tendency of permanent workers in Yozgat province Sorgun county sugar refinery. All of the factory workers who are 226 people in permanent status were interviewed in this survey. Face to face technique used for survey. Obtained findings has been converted into tables and interpreted. Three different income group in the factory were analysis in a separate study and determined the differences between income groups. In order to demonstrate the differences in the statistical analysis of variance was applied. In conclusion, a parallel relationship was found between monthly income and consumption. Increase in consumers' income levels increase the amount of consumption and found to be more careful with consumer awareness.

Keywords –
Consumption Tendency,
Yozgat, Sugar Refinery,
Permanent Workers

Received: 24.07.2013

Accepted: 04.11.2013

¹Sorumlu Yazar

1. Giriş

Tüketim, insan ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılamak için üretilen mal ve hizmetlerin kullanımınıdır. İhtiyaç ve isteklerini karşılamak amacıyla mal ya da hizmetleri kullanan kişi ya da kurumlara da tüketici denir. Zaman içerisinde tüketim ve tüketici kavramları farklı boyutlar kazanmıştır.

Türkiye’de, 19. yüzyılın başlarından itibaren bilinçli tüketici kavramı ortaya çıkmıştır. Bilinçli tüketici kavramının ortaya çıkmasıyla birlikte tüketicilerin ürün satın alma tercihlerinin farklılığı ve tercihlerine etki eden faktörlerin sıralanmasında farklılıklar meydana gelmiştir. Tüketicilerin gıda satın alma davranışlarındaki asıl dönüşüm, 20. Yüzyılın sonlarında belirginleşmiştir. Bu belirginleşme döneminde, tüketicilerin gıda tüketiminde kalite, gıda güvenliği, reklâm, etiketleme, üretim tarihi, son kullanma tarihi ve marka gibi faktörler önemli yer tutmaktadır(Özkan, 2001). Yeterli gıdaya erişim geçmişten bugüne insanların temel sorunu olmuştur. Maslow, insan ihtiyaçlarını önceliklerine göre sıraladığında yeme, içme, uyku gibi fizyolojik ihtiyaçların ilk sırada yer aldığını ortaya koymuştur. Bu sıralamada gıda, insan ihtiyaçlarının birinci basamağı olan fizyolojik ihtiyaçlar arasında yer almaktadır(Dölekoğlu ve ark., 2004). Beslenme ise, toplumların ekonomik, sosyal ve kültürel yapılarına bağlıdır. Bu nedenle beslenme alışkanlıkları zamanla değişiklik gösterebilmektedir. Gelir artışı, sosyal ve kültürel değişimler, eğitim düzeyinin artması, kadınların çalışma hayatından giderek artan oranda pay alması, ulusal pazar sınırlarının kalkması, iletişim olanaklarının artması, perakendeciliğin gelişmesi ve ulaşım olanaklarının artması toplumların beslenme düzeylerini ve gıda ürünleri tüketimini değiştirebilmektedir(Dölekoğlu, 2002). Bu bağlamda yapılan bir çalışmada, gelir grupları bazında hane halkı tüketim harcamaları analiz edilmiş ve seçilmiş bazı gıda harcamalarının gelir tarafından etkilenip etkilenmediği araştırılmıştır. Düşük gelir grupları ve yüksek gelir gruplarının gıda tüketim harcamalarının önemli oranda birbirinden farklı olduğu saptanmıştır(McDowell ve ark., 1997).

Bu çalışmada da, tüketicilerin farklı gelir gruplarına göre tüketim alışkanlıkları ve tüketim tercihlerini etkileyen faktörler araştırılmıştır. Çalışma, tüketicilerin tercihlerinde etkili faktörleri göz önünde bulundurarak, tüketici taleplerini karşılayabilmede bölgedeki ticari yapı için bir kaynak olarak değerlendirilebilir.

2. Materyal ve Yöntem

Araştırmanın ana materyalini Yozgat İli Sorgun İlçesi Şeker Fabrikası’nda daimi statüde çalışan işçiler ile yüzyüze görüşme tekniği kullanılarak yapılan anket formları oluşturmuştur. Fabrikada daimi statüde çalışan 226 işçi bulunmaktadır. Çalışmada, tam sayım yöntemi kullanılmış ve işçilerin tamamı ile görüşülmüştür. İşçilerin sosyo-ekonomik özellikleri ve gıda tüketim alışkanlıkları arasındaki farklılıkları görmek amacıyla aylık gelir durumlarına göre 3 gruba ayrılmıştır. 0-780 TL arası 1.Grup, 781-2000 TL arası 2.Grup ve 2001 ve üzeri ise 3.Grup olarak adlandırılmıştır. Bu gruplandırma, fabrikadaki işçilerin aldıkları maaşlar dikkate alınarak yapılmıştır. Ayrıca, bu çalışmada konuyla ilgili daha önceden yapılmış tezler, araştırma makaleleri, raporlar v.b dokümanlardan ikincil veriler olarak yararlanılmıştır.

Fabrika işçilerinin gelir gruplarına göre gıda tüketim alışkanlıkları arasındaki farklılıkları istatistiksel olarak belirlemek amacıyla bağımsız örneklem iki yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Bağımsız örneklem iki yönlü varyans analizi, belirli bir bağımlı değişken

üzerinde birden fazla bağımsız değişkenin farklılıklarını ortaya koymak için uygulanan bir yöntemdir. Bu çalışmada da, gelir gruplarına göre, başlıca harcama türleri ve miktarları, aylık gıda harcaması, tüketim maddeleri temin yerleri, gıda maddeleri tüketim sıklıkları, aylık sebze tüketim miktarları, aylık süt ve süt ürünleri tüketim miktarları, süt ve süt ürünleri temininde etkili olan kriterler ve et ve et ürünleri tüketim miktarları arasındaki farklılıklar bağımsız örneklem iki yönlü varyans analizi ile ortaya konulmuştur.

Araştırma popülasyonunu oluşturan fabrika işçileri çalışmanın diğer bölümlerinde tüketiciler olarak nitelendirilmiştir.

3. Araştırma Bulguları

3.1. Tüketicilerin Sosyo-Demografik Özellikleri ve Genel Tüketim Alışkanlıkları

Araştırmaya katılan tüketicilerin bazı sosyo-ekonomik özellikleri Tablo 1.'de verilmiştir.

Tablo 1. Tüketicilerin Bazı Sosyo-Ekonomik Özellikleri

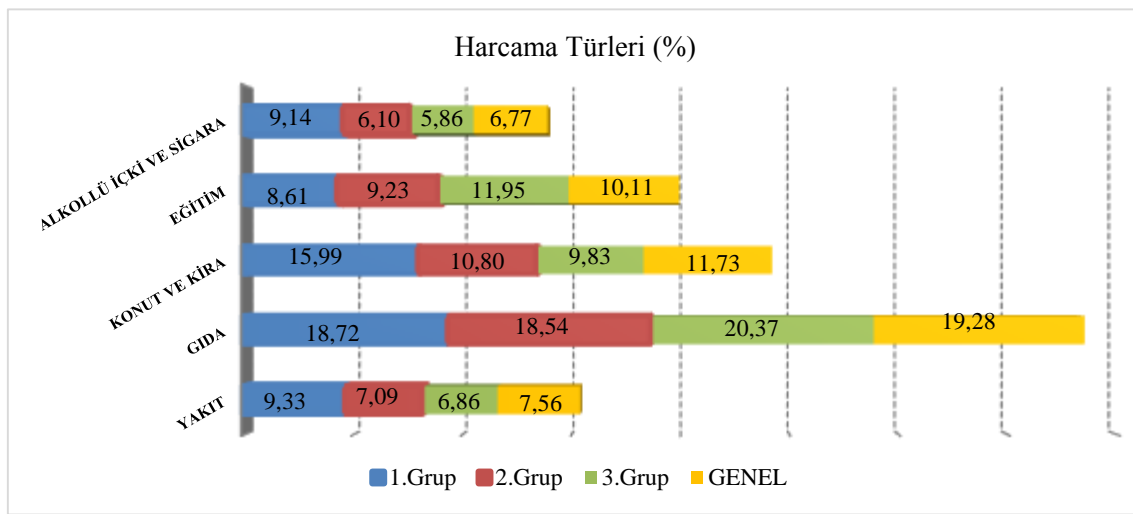
Gelir Grupları	1.GRUP		2.GRUP		3.GRUP		GENEL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
	18	7,96	56	24,78	152	67,26	226	100
Cinsiyet								
Erkek	16	88,89	56	100	152	100	224	99,12
Kadın	2	11,11	-	-	-	-	2	0,88
Toplam	18	100	56	100	152	100	226	100
Eğitim Durumu								
İlkokul	3	16,67	1	1,79	1	0,66	5	2,21
Ortaokul	8	44,44	9	16,07	8	5,26	25	11,06
Lise ve dengi	7	38,89	38	67,85	115	75,66	160	70,80
Yüksekokul	-	-	7	12,5	24	15,79	31	13,72
Üniversite	-	-	1	1,79	4	2,63	5	2,21
Toplam	18	100	56	100	152	100	226	100

Araştırmaya katılan tüketicilerin %7,96'sı 1.gelir grubunda (0-780 TL), %24,78'i 2. Gelir grubunda (781-2000 TL), % 67,26'sı 3. Gelir grubunda (2001 TL- ve üzeri) bulunmaktadır. Benzer bir çalışmada, bireylerin % 48,1'inin aylık toplam gelirleri 1201 YTL ve üzerindedir. Düşük sosyo-ekonomik düzeydeki bireylerin % 43,3'ünün toplam aylık gelirleri 301-600 YTL arasında iken, yüksek sosyo-ekonomik düzeydeki bireylerin % 100,0'ünün toplam aylık geliri 1201 YTL ve üzerindedir(Onur,2007). Tüketicilerin cinsiyetleri incelendiğinde, %99,12'si erkek %0,88'i kadın olarak görülmüştür. Kadın tüketiciler 1. Gelir grubunda bulunmaktadır. Tüketicilerin eğitim durumları incelendiğinde, %70,80'inin lise ve dengi okul mezunu oldukları belirlenmiştir. Eğitim durumları gelir gruplarına göre incelendiğinde, 1.Gruptaki tüketicilerin %44,44'ünün ortaokul mezunu, 2.Gruptaki tüketicilerin %67,85'inin lise ve dengi okul mezunu, 3.Gelir grubunda bulunan tüketicilerin ise %75,66'sının lise ve dengi okul mezunu oldukları belirlenmiştir. Yapılan bir başka çalışmada, bireylerin % 1,3'ü

ilkokul, % 30,8'i ortaokul, % 11,9'u lise ve dengi okul,% 34,0'ı yüksek okul, % 22,0' ı ise üniversite mezunudur(Onur,2007). Araştırmaya katılan tüketicilerin yaş ortalamaları incelendiğinde, 1.Gruptaki tüketicilerin yaş ortalaması 40,11 yıl, 2.Gruptaki tüketicilerin 43,35 yıl ve 3.Gruptaki tüketicilerin 44,32 yıl olarak belirlenmiştir. Genel yaş ortalaması ise 43,75 yıl olarak görülmüştür. Yapılan bir çalışmada, araştırmaya katılan bireylerin yaş ortalaması 40,85 olarak görülmüştür(Eker,2006). Bu çalışma ile yaş ortalaması anlamında paralellik göstermektedir.

Aylık gelir gruplarına göre başlıca ortalama harcama türleri ve oranları Grafik 1.'de verilmiştir.

Grafik 1. Aylık Gelir Gruplarına Göre Başlıca Harcama Türleri ve Oranları (%)



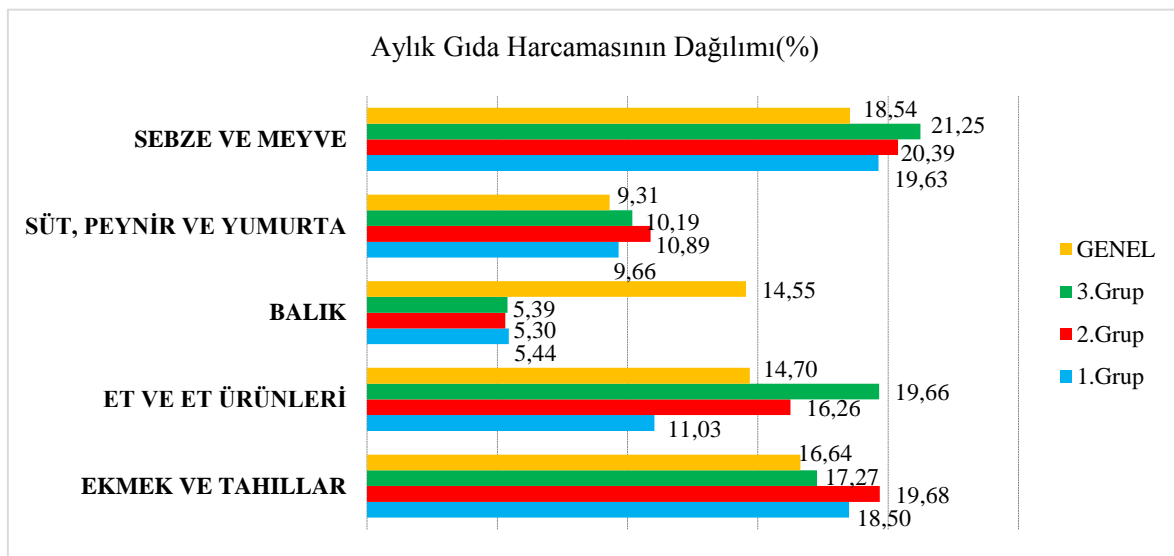
Tüketicilerin aylık gelir gruplarına göre başlıca harcama türleri ve oranlarına bakıldığında her 3 gelir grubunda da gıda harcamasının ön plana çıktığını söyleyebiliriz. Buna göre, 1. Gelir grubunda %18,72 oranında, 2. Gelir grubunda %18,54 oranında, 3 gelir grubunda %20,37 oranında ve genel olarak %19,28 oranında gıda harcamasının olduğunu söylemek mümkündür. Yapılan benzer bir çalışmada bireylerin %26,90'ının aylık gıda harcamalarının toplam gelirlerinin içerisindeki payı %36-40 arasında olduğu görülmüştür(Özdemir,2006). Kahramanmaraş'ta benzer bir çalışmada, tüketicilerin aylık gelirlerinin %28,60'ını gıda harcamalarına yaptığı belirlenmiştir(Akbay ve Boz, 2005). Yapılan başka bir çalışmada ise bireylerin aylık gıda harcamalarının toplam gelirlerinin içerisindeki payı %26,30 olarak görülmüştür(Ekeyılmaz,2006). TÜİK hane halkı tüketim anketi sonuçlarına göre, tüketicilerin aylık gelirlerinin içerinden yaptıkları gıda harcaması oranı %15,15 olarak görülmüştür(Anonim,2011). Tüketicilerin aylık gelir gruplarına göre başlıca harcama miktarlarının gruplar arasındaki farklılıkları incelemek amacıyla uygulanan varyans analizi sonuçları Tablo 2.'de verilmiştir.

Tüketicilerin aylık gelir gruplarına göre başlıca harca miktarlarının gruplar arasındaki farklılıkları incelendiğinde, alkollü içki ve sigara, konut-kira ve yakıt harcamaları bakımından gruplar arasında istatistiki olarak bir fark bulunmazken, eğitim ve gıda harcamaları bakımından gruplar arasında istatistiki olarak % 5 önem düzeyinde anlamlı bir ilişki görülmüştür.

Tablo 2. Tüketicilerin Aylık Gelir Gruplarına Göre Başlıca Harcama Miktarları Varyans Analizi Sonuçları

	F İstatistik	df	P	P-Sonuç	Açıklama
Alkollü İçki ve Sigara	0,007	2	0,993	P>0,05	Anlamsız
Eğitim	7,580	2	0,001	P<0,05	Anlamlı
Konut ve Kira	0,615	2	0,542	P>0,05	Anlamsız
Gıda	21,399	2	0,000	P<0,05	Anlamlı
Yakıt	0,527	2	0,591	P>0,05	Anlamsız

Tüketicilerin gelir gruplarına göre aylık gıda harcaması dağılımı Grafik 2.' de verilmiştir.

Grafik 2. Tüketicilerin Gelir Gruplarına Göre Aylık Gıda Harcaması Dağılımı (%)

Tüketicileri gelir gruplarına göre aylık gıda harcamalarının dağılımı incelendiğinde, 1.Gruptaki tüketiciler aylık gıda harcamalarının %19,63'ünü sebze ve meyveye yaptıkları, 2. Gruptaki tüketiciler %20,39'unu sebze ve meyveye yaptıkları, 3.Gruptaki tüketiciler %21,25'ini sebze ve meyveye yaptıkları belirlenmiştir. Genel olarak incelendiğinde ise tüketicilerin aylık gıda harcamalarının %18,54'ünü sebze ve meyve harcaması için kullandıkları görülmüştür. Tüketicilerin aylık gelir gruplarına göre gıda harcaması dağılımında gruplar arasındaki farklılığı ortaya koymak amacıyla uygulanan varyans analizi sonuçları Tablo 3.'de verilmiştir.

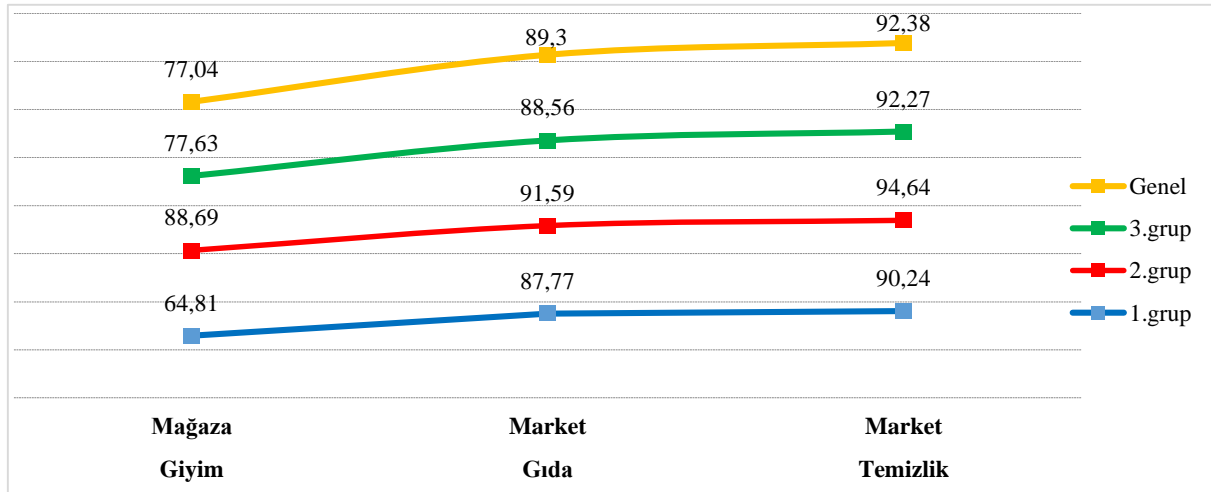
Tablo 3. Tüketicilerin Aylık Gelir Gruplarına Göre Gıda Harcaması Varyans Analizi Sonuçları

	F İstatistik	df	P	P-Sonuç	Açıklama
Sebze Meyve	12,599	2	0,000	P<0,05	Anlamlı
Süt, Peynir Yumurta	4,512	2	0,012	P<0,05	Anlamlı
Balık	3,079	2	0,048	P<0,05	Anlamlı
Et ve Et Ürünleri	20,354	2	0,000	P<0,05	Anlamlı
Ekmek ve Tahıllar	4,984	2	0,008	P<0,05	Anlamlı

Tüketicilerin aylık gelir gruplarına göre yaptıkları gıda harcamalarının dağılımı istatistiki olarak incelendiğinde, sebze-meyve, süt-peynir-yumurta, balık, et ve et ürünleri ve ekmek-tahıllar grubu dağılımında gruplar arasında % 5 önem düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir fark görülmüştür.

Tüketicilerin tüketim maddelerini önemli ölçüde temin ettikleri yerler Grafik 3.'de verilmiştir.

Grafik 3. Tüketim Maddelerinin Temin Edildiği Yer (%)



Tüketicilerin tüketim maddelerini temin ettikleri yerler incelendiğinde, giyim maddelerini 1.Gruptaki tüketicilerin %64,81'i, 2.Gruptaki tüketicilerin %88,69'u, 3. Gruptaki tüketicilerin %77,63'ü ve genel olarak incelemeye alınan tüketicilerin %77,04'ü mağazadan temin etmektedirler. Tüketicilerin gıda maddesi temin yeri incelendiğinde, 1.Gruptaki tüketicilerin %87,77'si, 2.Gruptaki tüketicilerin %91,59'u, 3.Gruptaki tüketicilerin %88,56'sı ve genel olarak incelemeye alınan tüketicilerin %89,30'u gıda maddesi ihtiyaçlarını marketlerden giderdikleri görülmüştür. Gıda maddesi temini içerisinde farklı olarak, 1.Gruptaki tüketicilerin %57,14'ü gıda maddesi içerisinde bulunan sebze ve meyve ihtiyaçlarını bakkal-manavdan giderdiklerini belirtmiştir. Tüketicilerin temizlik maddelerini temin yerleri incelendiğinde, 1.Gruptaki tüketicilerin %90,24'ü, 2.Gruptaki tüketicileri %94,64'ü, 3.Gruptaki tüketicilerin %92,27'si ve genel olarak incelemeye alınan tüketicilerin %92,38'i temizlik maddesi ihtiyaçlarını marketlerden temin ettikleri belirlenmiştir. Tüketicilerin tüketim maddelerini temin ettikleri yerler bakımından, aylık gelir gruplarına göre farklılığı ortaya koymak için uygulanan varyans analizi sonuçları Tablo 4.'de verilmiştir.

Tablo 4. Tüketicilerin Aylık Gelir Gruplarına Göre Tüketim Maddesi Temin Yerleri Varyans Analizi Sonuçları

	F İstatistik	df	P	P-Sonuç	Açıklama
Giyim	2,855	2	0,054	P<0,05	Anlamlı
Gıda	0,098	2	0,855	P>0,05	Anlamsız
Temizlik	0,367	2	0,693	P>0,05	Anlamsız

Tüketicilerin aylık gelir gruplarına göre tüketim maddelerini temin ettikleri yerler bakımından uygulan varyans analizi sonucunda, giyim maddelerinin temin yeri gruplar arasında % 5 önem düzeyinden istatistiki olarak farklılık gösterirken, gıda ve temizlik maddeleri gruplar arasında istatistiki olarak farklılık göstermemiştir.

Tüketicilerin gıda maddeleri tüketim sıklıkları Tablo 5.' de verilmiştir.

Tablo 5. Gıda Maddelerinin Tüketim Sıklıkları

	Gruplar	Her gün mutlaka	Günaşırı	Haftada Bir kez	On beş günde bir	Ayda bir
Et ve et ürünleri	1	-	-	27,78	55,56	11,11
	2	10,71	16,07	60,71	7,14	3,58
	3	13,82	16,45	65,79	2,63	1,31
Süt ve süt ürünleri	1	27,78	38,89	22,22	11,11	-
	2	50	30,36	19,64	-	-
	3	60,53	26,97	12,5	-	-
Meyveler	1	27,78	33,34	27,78	11,11	-
	2	37,5	48,22	14,28	-	-
	3	43,42	49,34	6,58	0,66	-
Sebzeler	1	44,44	16,67	33,34	5,55	-
	2	41,07	41,07	17,86	-	-
	3	55,92	36,84	7,24	-	-
Tahıl ve Ürünleri	1	11,11	22,22	55,56	11,11	-
	2	14,28	17,86	64,28	3,58	-
	3	1,98	15,13	76,31	6,58	-
Yumurta	1	11,11	5,55	55,56	22,22	5,55
	2	12,5	14,28	64,28	5,36	-
	3	3,29	17,10	67,11	8,55	0,66

Tüketicilerin tüketim maddeleri sıklıkları incelendiğinde, et ve et ürünlerini 1.Grup ağırlıklı olarak on beş günde bir tüketmekte, 2. ve 3. Gruplar haftada bir tüketmektedir. Süt ve süt ürünlerini 1. Grup gün aşırı tüketirken, 2. ve 3. Grup her gün tüketmektedir. Meyve tüketimi sıklığı her 3 grupta da gün aşırı iken, sebze tüketimi tüm gruplarda her gün olarak belirlenmiştir. Tahıl ürünlerinde ve yumurtada ise her 3 grup ta haftada bir kez tükettiği belirlenmiştir. Buradan hareketle, gelir seviyesi düştükçe et ve et ürünleri ile süt ve süt ürünleri tüketiminin düştüğünü söylemek mümkündür. Ordu ilinde yapılan başka bir çalışmada, düşük sosyo-ekonomik düzeydeki tüketicilerin et ve et ürünlerini %68,40'ı haftada bir kez, %36,80'i süt ve süt ürünlerini her gün , %100,00'ü tahıl ve ürünlerini ve sebzeleri hergün, %41,50'sinin on beş günde bir yumurta tükettikleri belirlenmiştir. Yüksek sosyo-ekonomik düzeydeki tüketicilerin ise, %61,00'ı haftada bir kez et ve et ürünleri tükettiği, %37'10' unun hergün süt ve süt ürünleri tükettiği, %52,20'sinin haftada bir kez yumurta tükettiği, %100,00'ünün sebze ve tahıl ürünleri tükettiği incelenmiştir(Onur,2007). Farklı bir çalışmada ise, araştırma kapsamındaki tüketicilerin %100,00'ünün hergün ekmek tükettikleri belirlenmiştir(Ateş ve ark., 1986). Tüketicilerin gıda maddelerini tüketim sıklıkları bakımından aylık gelir gruplarına göre farklılıkları ortaya koymak amacıyla uygulanan varyans analizi sonuçları Tablo 6.'da verilmiştir.

Tüketicilerin gıda maddelerini tüketim sıklıkları bakımından aylık gelir gruplarına göre uygulanan varyans analizi sonucuna göre, et ve et ürünleri, süt ve süt ürünleri, meyveler, sebzeler, tahıl ve ürünleri % 5 önem düzeyinde istatistiki olarak gruplar arasında farklılık göstermiştir. Yumurta tüketim sıklığı, istatistiki olarak gruplar arasında % 5 önem düzeyinde bir farklılık göstermemiştir.

Tablo 6. Tüketicilerin Aylık Gelir Gruplarına Göre Gıda Maddeleri Tüketim Sıklıkları Varyans Analizi Sonuçları

	F İstatistik	df	P	P-Sonuç	Açıklama
Et ve Et Ürünleri	17,040	2	0,000	P<0,05	Anlamlı
Süt ve Süt Ürünleri	64,39	2	0,002	P<0,05	Anlamlı
Meyveler	59,33	2	0,003	P<0,05	Anlamlı
Sebzeler	57,35	2	0,004	P<0,05	Anlamlı
Tahıl ve Ürünleri	50,34	2	0,007	P<0,05	Anlamlı
Yumurta	1,000	2	0,370	P>0,05	Anlamsız

Tüketicilerin gıda maddeleri seçilirken dikkat ettikleri başlıca kriterler Tablo 7.'de verilmiştir.

Tablo 7. Gıda Maddeleri seçilirken dikkat edilen hususlar*

	1.GRUP		2.GRUP		3.GRUP	
	F	%	F	%	F	%
Kalori ve besin ögesi	2	6,90	24	18,60	74	19,73
Karın doyurmasına	15	51,72	21	16,28	53	14,13
Alışkanlığa uymasına	2	6,90	40	31,01	130	34,67
Bütçeye uygun olmasına	9	31,03	31	24,03	74	19,73
Diğer(istekler, kalite vb.)	1	3,45	13	10,08	44	11,73
TOPLAM	29	100	129	100	375	100

*Birden fazla şık işaretlenmiştir

Tüketicilerin gıda maddelerini seçerken dikkat ettikleri kriterler incelendiğinde, 1. Gruptaki tüketicilerin %51,72'sinin karın doyurmasına dikkat ettiği, 2. Gruptaki tüketicilerin %31,01'inin alışkanlığa uymasına, 3.Gruptaki tüketicilerin %34,67'sinin alışkanlığa uymasına dikkat ettikleri belirlenmiştir. Ordu ilinde yapılan bir çalışmada, farklı sosyo-ekonomik düzeyde olan bireylerin tamamının alışkanlığa uymasına, karın doyurmasına ve bütçeye uygun olmasına dikkat ettikleri görülmüştür(Onur,2007). Yılmaz ve Demirci(2001)'nin yaptığı bir çalışmada tüketicilerin gıda maddesi satın alırken dikkat ettikleri hususlar, % 50,7'sinin hijyenin,% 23,7'sinin lezzetin, % 11,0'ının besleyici değerinin, % 7,5'inin fiyatının önemli olduğunu belirttikleri görülmüştür. Bu çalışmalardan da görüleceği üzere, tüketicilerin gıda maddesi seçiminde dikkat ettikleri kriterler arasında kalori ve besin ögesi özelliklerinin geri planda kalması düşündürücüdür.

Tüketiciler gıda maddeleri temininde etkili olan, TV reklamları, radyo reklamları, gazete ve dergi, arkadaş-komşu-iş çevresi, indirim günleri, promosyonlu satışlar, duvar afişi-el ilanı ve alışkanlıklar-istekler gibi kriterler bakımından incelenmiştir. Tüketicilerden birden fazla

cevap alınmıştır. Buna göre, sebze ve meyve tüketiminde 1.Gruptaki tüketicilerin %40,63'ü, 2.Gruptaki tüketicilerin %37,36'sı ve 3. Gruptaki tüketicilerin %41,60'ında indirim günleri etkili olarak belirlenmiştir. Süt ve süt ürünleri tüketiminde 1.Gruptaki tüketicilerin %32,00'si ve 3.Gruptaki tüketicilerin %27,74'ünde indirim günleri etkili olurken, 2.Gruptaki tüketicilerin %33,70'inde alışkanlıklar ve isteklerin etkili olduğu görülmüştür. Et ve et ürünleri tüketiminde, 1.Gruptaki tüketicilerin %42,31'inin ve 3.Gruptaki tüketicilerin %36,22'sinde indirim günleri etkili olurken, 2.Gruptaki tüketicilerin %37,78'inde alışkanlıklar ve isteklerin etkili olduğu belirlenmiştir. Erzurum ilinde yapılan benzer bir çalışmada, dondurulmuş gıda satın alan tüketicilerin %34,50'sinin TV reklamlarından etkilendiği ve %28,30'unun komşularından etkilendiği görülmüştür(Küleççi ve ark., 2006).

3.2. Araştırma Kapsamındaki Tüketicilerin Sebze ve Meyve, Süt ve Süt Ürünleri, Et ve Et Ürünleri Tüketim Alışkanlıkları

3.2.1. Sebze ve Meyve Tüketim Alışkanlıkları

Tüketicilerin sebze ve meyve tüketim alışkanlıkları incelendiğinde, incelemeye alınan tüketicilerin tamamı sebze ve meyve tükettiği belirlenmiştir. Gruplar bazında tüketicilerin aylık sebze ve meyve tüketim miktarlarına bakıldığında, 1.Gruptaki tüketiciler 6-7 kg arası, 2.Gruptaki tüketiciler 10-12 kg arası, 3.Gruptaki tüketiciler 10-12 kg arası tükettiği belirlenmiştir. Sebze ve meyveleri herhangi bir işlem uygulayarak saklama durumları sorulduğunda, 1.Gruptaki tüketicilerin %55,55'i, 2.Gruptaki tüketicilerin %39,29'u ve 3.Gruptaki tüketicilerin %47,37'sinin evet cevabı verdiği görülmüştür. Genel olarak bakıldığında ise tüketicilerin %46,02'sinin herhangi bir işlem uygulayarak saklama işlemi yaptıkları belirlenmiştir. Yapılan istatistiki analiz sonucunda, aylık sebze ve meyve tüketimi bakımından gelir grupları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($F=19,515$; $P=0,000$; $P<0,05$).

Tüketicilerin sebze ve meyveleri saklamak için uyguladıkları işlemler incelendiğinde, 1.Gruptaki tüketicilerin %26,47'sinin, 2.Gruptaki tüketicileri %34,44'ünün ve 3.Gruptaki tüketicilerin %39,43'ünün turşu yaparak ve yine 3. Gruptaki tüketicilerin %17,07'sinin dondurarak saklama işlemi yaptıkları görülmüştür. Farklı bir çalışmada, bireylerin sebze ve meyvede uyguladığı işlemler incelendiğinde, 100,00'ünün turşu yaptığı belirlenmiştir. Düşük sosyo-ekonomik düzeydeki bireylerin % 84,8'i salça, % 55,0'ı dondurarak saklama, % 35,7'si kurutma işlemlerini yaptığı, yüksek sosyo-ekonomik düzeydeki bireylerin ise % 34,6'sının salça, % 99,4'ünün dondurarak saklama, % 18,9'unun kurutma işlemini uyguladığı saptanmıştır(Onur,2007). Yine farklı bir araştırmada, bireylerin % 34,2'sinin turşu, % 27,7'sinin reçel, % 12,0'nin salça ve % 5,1'inin konserve yaparak saklama işlemi gerçekleştirdikleri görülmüştür(Turan,1997). Başka bir araştırmada da, araştırmaya katılan bireylerin % 98,70'inin en çok turşuyu kullandığı ve % 92,70 yaprak salamura yaptığı belirlenmiştir (Işık 1998).

Yapılan istatistiki analiz sonucunda, gelir grupları bakımından sebze ve meyveleri herhangi bir işlem uygulayarak saklama yapma durumu gruplar arasında anlamlı bir fark görülmemiştir ($F=0,555$; $P=0,575$; $P>0,05$).

Sebze ve meyvelerde saklama işlemi yapan tüketicilerin uyguladıkları işlemleri ne amaçla yaptıkları incelendiğinde, 1.Gruptaki tüketicilerin %41,67'sinin fiyat pahalılığından

korunmak için, 2.Gruptaki tüketicilerin %35,62'sinin tat-kıvam muhafazası için ve 3.Gruptaki tüketicilerin %32,88'inin tat-kıvam muhafazası için saklama işlemi yaptıkları belirlenmiştir. Benzer bir çalışmada, tüketicilerin % 100,00'ü sebze ve meyveleri fiyatın pahalı olduğu dönemlerde bol miktarda bulundurmamak için, üretiminin olmadığı dönemlerde bulunmasını sağlamak, bozulmasını engellemek ve tat-kıvam gibi özelliklerini uzun süre koruyabilmek için saklama işlemlerini yaptıkları belirlenmiştir(Onur,2007).

3.2.2. Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Alışkanlıkları

Tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketimi incelendiğinde, incelemeye alınan tüketicilerin tamamının süt ve süt ürünleri tükettiği belirlenmiştir. Tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketme nedenleri araştırıldığında, 1.Gruptaki tüketicilerin %38,89'unun, 2.Gruptaki tüketicilerin %44,64'ünün, 3.Gruptaki tüketicilerin %46,71'inin ve genel itibari ile tüketicilerin %45,58'inin sağlık için süt ve süt ürünleri tükettiği görülmüştür.

Yapılan istatistik analiz sonucunda, tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketim nedeni bakımından aylık gelir gruplarına göre istatistiki olarak bir fark görülmemiştir (F=0,520; P=0,595; P>0,05).

Tüketicilerin, gelir gruplarına göre haftalık süt ve süt ürünleri tüketim miktarları incelendiğinde, 1.Gelir grubundaki tüketicilerin %27,78'inin 4,5 kg ve üzeri, 2.Gelir grubundaki tüketicilerin %19,65'inin 1,5-2 kg arası ve 3.Gelir grubundaki tüketicilerin %23,68'inin 3-3,5 kg arası haftalık süt tükettiği belirlenmiştir. Tüketicilerin gelir gruplarına göre haftalık peynir tüketimleri incelendiğinde, 1.Gelir grubundaki tüketicilerin %38,89'unun 1-1,5 kg arası tükettiği, 2.Gelir grubundaki tüketicilerin %28,57'sinin 1-1,5 kg arası tükettiği ve 3.Gelir grubundaki tüketicilerin %32,89'unun 2-2,5 kg arası peynir tükettiği görülmüştür. Tüketicilerin gelir grupları bazında yoğurt tüketimleri incelendiğinde, 1.Gelir grubundaki tüketicilerin %22,33'ünün 2-2,5 kg arası tükettiği, 2.Gelir grubundaki tüketicilerin %23,22'sinin 2-2,5 kg arası tükettiği ve 3.Gelir grubundaki tüketicilerin %22,37'sinin 2-2,5 kg arası yoğurt tükettiği görülmüştür. Araştırmaya kapsamındaki tüketicilerin tereyağı tüketimleri incelendiğinde, 1. ve 2.Gelir grubundaki tüketicilerin tamamı 0,5-1 kg arası tereyağı tüketirken 3.Gelir grubundaki tüketicilerin %94,83'ünün 0,5-1 kg arası tereyağı tükettiği belirlenmiştir.

Yapılan istatistik analiz sonucunda, tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketimi bakımından aylık gelir gruplarına göre istatistiki olarak bir fark görülmemiştir (F=1,008; P=0,387; P>0,05).

Tüketiciler süt ve süt ürünleri tüketimine yönelik bazı kriterler bakımından incelenmiştir. Tüketiciler süt ve süt ürünleri tüketiminde etkili olan bu kriterler, tüketilen sütün UHT olması, günlük olması, devamlı bulunması, ambalajlı olması, lezzetli olması, ucuz olması, katkısız olması, besleyici olmasıdır. Değerlendirmede 5'li likert ölçeği kullanılmış ve hiç önemli değil, önemli değil, kararsızım, önemli ve çok önemli olarak derecelere ayrılmıştır. Değerlendirmede kolaylık sağlaması bakımından ortalama puanlar geliştirilmiştir. Ortalama puanlar, her kriterin frekansının likert ölçeğindeki derecenin puanı ile çarpılıp o grubun frekansına bölümünden elde edilmiştir. Tablo 4.'de tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketiminde etkili olan kriterler verilmiştir.

Tablo 4. Süt ve süt ürünleri temininde etkili olan kriterler

	Gruplar	Hiç önemli değil	Önemli değil	Kararsızım	Önemli	Çok önemli	Ortalama puan*
		%					
UHT olması	1	0,00	22,22	38,89	22,22	16,67	3,33
	2	1,78	12,50	21,43	51,79	12,50	3,61
	3	0,00	12,50	30,26	41,45	15,79	3,61
Günlük olması	1	5,56	27,77	5,56	50,00	11,11	3,33
	2	1,78	10,72	1,78	62,50	23,22	3,95
	3	0,00	5,92	6,58	69,74	17,76	3,99
Devamlı Bulunması	1	0,00	0,00	5,56	83,33	11,11	4,06
	2	0,00	3,57	0,00	82,14	14,29	4,07
	3	0,00	3,29	15,79	80,92	0,00	3,78
Ambalajlı olması	1	5,56	44,44	11,11	33,33	5,56	2,89
	2	7,14	41,07	5,36	37,50	8,93	3,00
	3	1,97	36,18	3,95	41,45	16,45	3,34
Lezzetli olması	1	0,00	0,00	5,56	83,33	11,11	4,06
	2	0,00	1,78	0,00	83,93	14,29	4,11
	3	0,00	5,26	18,42	76,32	0,00	3,71
Ucuz Olması	1	16,67	16,67	5,56	50,00	11,11	3,22
	2	16,07	48,21	5,36	26,79	3,57	2,54
	3	17,76	47,37	1,31	20,40	13,16	2,64
Katkısız Olması	1	0,00	0,00	16,67	61,11	22,22	4,06
	2	1,78	0,00	1,78	62,50	33,94	4,27
	3	0,00	1,31	1,31	67,11	30,27	4,26
Besleyici olması	1	0,00	0,00	0,00	77,78	22,22	4,22
	2	0,00	0,00	0,00	60,71	39,29	4,39
	3	0,00	0,00	0,00	67,10	32,90	4,33

*(hiç önemli değil=1, önemli değil=2, kararsızım=3, önemli=4, çok önemli=5 puan olarak değerlendirilmiştir.)

Tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketiminde etkili olan kriterler gruplar bazında ortalama puanlara göre değerlendirildiğinde, tüketilen sütün UHT olması gerektiği konusunda 1.Gruptaki tüketicilerin kararsız olduğunu, 2.Gruptaki ve 3.Gruptaki tüketiciler için önemli olduğu söylenebilir. Tüketilen süt ve süt ürünlerinin günlük olması konusunda tüm gelir grubundaki tüketiciler için önemli olduğunu söylemek mümkündür. Tüketilen süt ve süt ürünlerinin devamlı bulunması gerektiği tüm gelir grupları için önemli olarak görülmüştür. Süt ve süt ürünlerinin tüketiminde ambalajlı olarak tüketilmesi gerektiğini 1.Gelir grubu ve 2.Gelir grubundaki tüketiciler önemli görmezken, 3.Gelir grubundaki tüketiciler bu konuyu önemli görmektedirler. Süt ve süt ürünleri tüketiminde dikkat edilen kriterlerden ürünlerin lezzetli olması gerektiğine tüm gelir grupları katılmıştır. Tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketiminde tüketilen ürünün ucuz olması gerekliliğine 1.Gelir grubu katılırken, 2. ve 3.Gelir grubundaki tüketiciler önemli görmemektedir. Süt ve süt ürünleri tüketiminde ürünlerin

katkısız olmasına ve besleyici olmasına da tüm gelir grupları büyük oranda önemli görmektedir. Antalya ilinde yapılan benzer bir çalışmada, tüketiciler en önemli kriter olarak sütün besleyici olması, hijyenik olması ve su katılmamış olması olarak görülmüştür(Vural,2001). Buradan hareketle, tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketiminde genel anlamda beklentilerin aynı yönde olduğunu söylemek mümkündür.

Yapılan istatistiki analiz sonucunda, tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketiminde etkili olan tüm kriterler bakımından aylık gelir gruplarına göre gruplar arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki görülmemiştir.

3.2.3. Et ve Et Ürünleri Tüketimi

Araştırmaya katılan tüketicilerin et ve et ürünleri tüketimi incelendiğinde, 1.Gelir grubundaki tüketicilerin %94,44'ünün et ve et ürünleri tükettiği, %5,56'sının tüketmediği, 2.Gelir grubundaki tüketicilerin %98,21'inin tükettiği, %1,79'unun tüketmediği, 3.Gelir grubundaki tüketicilerin %100'ünün tükettiği belirlenmiştir. Genelde bakıldığında %99,12'sinin et ve et ürünleri tükettiği, %0,88'inin tüketmediği belirlenmiştir. Tüketmeme nedeni olarak, 1.Gelir grubundaki tüketici ekonomik nedenlerden dolayı tüketmediğini belirtirken, 2.Gelir grubundaki tüketici vejetaryen olduğu için tüketmediğini belirtmiştir. Antalya ilinde yapılan benzer bir çalışmada, 1.Gelir grubundaki hanelerin tamamı, 2.Gelir grubundakilerin %94,12'si ve 3.Gelir grubundakilerin %95,00'inin kırmızı et tükettiği görülmüştür(Tosun,2006). Van ilinde yapılan bir çalışmada ise hiç kırmızı et tüketmeyenlerin oranı %2,50 oranında iken, tüketenlerin oranı %97,50 olarak belirlenmiştir(Kara ve ark., 2003).

Tüketicilerin et ve et ürünleri aylık tüketim miktarları incelendiğinde, 1.Gelir grubundaki tüketicilerin %94,12'sinin 1-2 kg arası tükettiği, 2.Gelir grubundaki tüketicilerin %45,45'inin aylık 3-4 kg arası tükettiği ve 3.Gelir grubundaki tüketicilerin %58,55'inin aylık 3-4 kg arası et ve et ürünleri tükettiği belirlenmiştir. Yapılan benzer bir çalışmada, 1.Gruptaki tüketicilerin aylık ortalama 1,99 kg, 2.Gruptaki tüketicilerin 1,99 kg ve 3.Gruptaki tüketicilerin 2,32 kg kırmızı et tükettikleri görülmüştür(Tosun,2006).

Yapılan istatistiki analiz sonucuna göre, aylık gelir grupları bakımından tüketicilerin aylık et tüketim miktarlarının gruplar arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir (F=28,692; P=0,000; P<0,05).

Tüketicilerin et ve et ürünleri tüketme nedenleri incelendiğinde, 1.Gruptaki tüketicilerin %47,06'sının besin değeri için tükettiği, 2.Gelir grubundaki tüketicilerin %49,09'unun alışkanlıklardan dolayı tükettiği ve 3.Gelir grubundaki tüketicilerin %78,95'inin de alışkanlıklardan dolayı et ve et ürünleri tükettiği belirlenmiştir. Genel olarak incelendiğinde ise, tüketicilerin %68,30'unun et ve et ürünlerini alışkanlıklarından dolayı tükettiği görülmüştür.

4. Sonuç

Yozgat ili şeker fabrikasında çalışan tüketicilerin, gelir grupları itibari ile düşük gelir grubundaki tüketicilerin eğitim seviyesi düşük, orta ve yüksek gelir grubundaki tüketicilerin

eğitim seviyesinin yüksek olduğu görülmüştür. Tüketicilerin ortalama yaşları yaklaşık 43 olarak belirlenmiştir. En fazla tüketim harcaması olarak gıda maddelerine harcama yaptıkları ve gıda harcaması içerisinde de en fazla payı sebze ve meyve grubu aldığı görülmüştür. Tüketim maddelerini genel olarak giyim de mağazayı tercih ettikleri, gıda da marketi ve temizlik ürünlerinde de marketi tercih ettikleri saptanmıştır. Gıda maddeleri tüketim sıklıkları gelir gruplarına göre farklılık göstermiş ve gelir durumu yükseldikçe gıda maddelerinin tüketim sıklığının arttığı gözlenmiştir. Gıda maddelerinde dikkat ettikleri kriterler incelendiğinde düşük gelir grubundaki tüketicilerin öncelikli olarak karnı doyurmasına dikkat ettikleri görülmüştür. Alışkanlıkları ve zevklerini ön planda tutamadıkları gözlenmiştir. Gıda maddeleri temininde etkili olan araçlardan her 3 gelir grubu içinde indirim günleri dikkat çekmiştir. Sebze ve meyve tüketiminde ve süt ve süt ürünleri tüketiminde gelir grupları arasında istatistiki olarak bir fark görülmezken et ve et ürünleri tüketiminde gelir grupları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Sonuç olarak; tüketicilerin gelir durumlarına göre, tüketim alışkanlıkları, tüketim miktarları, tüketim sıklıkları ve tüketim maddeleri temin yerlerinin gösterdiği farklılıklar ortaya konulmuştur. Düşük gelirli tüketicinin maddi olanaklarını dikkate alarak yaptığı alışveriş ve öncelikli olarak karnını doyurarak biyolojik hayatını devam ettirme zorunluluğunda olduğu ön plana çıkmıştır. Tüketicilerin alışveriş bilincine kavuşturularak sınırlı bütçesiyle edinebileceği en doğru tüketim maddelerine erişme olanakları sağlanabilirse, gıda ve diğer tüketim maddelerinden en yüksek faydayı sağlayabileceği söylenebilir.

Kaynaklar

- AKBAY, C., BOZ, İ., 2005. Kahramanmaraş'ta Ailelerin Ev ve Ev Dışı Gıda Tüketim Talebi ve Tüketici Davranışlarının Ekonomik Analizi, KSÜ Fen ve Mühendislik Dergisi 8(1)-2005, Kahramanmaraş.
- ATEŞ, M., BALLAR, E. ve PEKCAN, G., 1986. Sosyo-Ekonomik Yönden Farklı Semtlerde Yaşayan Ev Kadınlarının Besin Hazırlama, Pişirme ve Saklama Yöntemlerinin Saptanması, Beslenme ve Diyet Dergisi, 15: 71-83.
- Anonim, 2011. TÜİK 2011 Yılı Hane halkı Tüketim Anketi. (Erişim: 12.04.2013).
- DÖLEKOĞLU C., Ö., 2002. Tüketicilerin İşlenmiş Gıda Ürünlerinde Kalite Tercihleri, Sağlık Riskine Karşı Tutumları ve Besin Bileşimi Konusunda Bilgi Düzeyleri (Adana Örneği), Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Basılmamış Doktora Tezi, Adana.
- DÖLEKOĞLU C., Ö., YURDAKUL O., 2004. Adana İlinde Hane Halkının Beslenme Düzeyleri ve Etkili Faktörlerin Logit Analizi ile Belirlenmesi. Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, 8:62-86.
- EKER, E., 2006. Edirne İli Kentsel Alanında Yasayan Erişkinlerde Beslenme Durum Değerlendirilmesi, Trakya Üniversitesi, Tıp Fakültesi, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Aile Hekimliği Anabilim Dalı, Edirne.
- EKEYILMAZ, S., 2006. Antalya İlinde Ev Dışı Gıda Talebi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Gıda Ekonomisi ve İşletmeciliği Yüksek Lisans Programı, Antalya.
- İŞİK, N., 1998. Karamandan Yurt Dışına Giden Ailelerin Beslenme Alışkanlıkları, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ev Yönetimi-Beslenme Anabilim Dalı, Ankara.

- KARA M., K., EYDURAN E, ÖZDEMİR T, ZER C., 2004. Van'da Et ve Ürünleri Tüketim Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma. 4. Ulusal Zootečni Bilim Kongresi Bildiri Kitabı, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, ss 661-664.
- KÜLEKÇİ, M., TOPALOĞLU, A., AKSOY, A., 2006. Dondurulmuş Gıda Tüketimini Etkileyen Sosyo-Ekonomik Özelliklerin Belirlenmesi; Erzurum İli Örneği, Atatürk Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Dergisi, 37 (1), 91-101.
- MCDOWELL, D.R., ALLEN-SMİTH, J.E., MCLEAN-MEYİNESSE, P.E., 1997. Food Expenditures and Socioeconomic Characteristics, Focus On Income Class. American Journal of Agricultural Economics, (79): 1444-1451.
- ONUR, F., 2007. Farklı Sosyo Ekonomik Düzeydeki Ailelerin Beslenme Bilgi Düzeyleri ile Sebze Meyve Tüketim Alışkanlıkları Üzerinde Bir Araştırma, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- ÖZDEMİR, P., A., 2006. Santral Memuru Kadınların Beslenme Durumları Üzerine Vardiyalı Sistemde Çalışmanın Etkisi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ev Ekonomisi (Beslenme Bilimleri) Anabilim Dalı, Ankara.
- ÖZKAN, B., 2001. Antalya İlinde Tüketicilerin Süpermarket Seçimi ve Satın Alma Davranışları. Tarım Ekonomisi Dergisi, 6:1-14.
- TURAN, ÖMEROĞLU, E., 1997. Antalya İli Merkez İlçede Farklı Sosyo-Ekonomik Düzeydeki Kadınların Yiyecek Hazırlama, Pişirme ve Saklamaları Üzerine Bir Araştırma, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Aile Ekonomisi ve Beslenme Anabilim Dalı, Ankara.
- TOSUN, Ö., O., 2006. Antalya İlinde Tüketicilerin Kırmızı Et Satın Alım Yerleri Tercihlerinin Analizi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Isparta.
- VURAL, N., Y., 2001. Antalya İli Süt ve Süt Ürünleri Tüketici Profili Çalışması, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İşletme Anabilim Dalı, Antalya.
- YILMAZ, İ. ve DEMİRCİ, M. 2001. Üniversite Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıkları, Gıda, Mayıs: 83-86.