

Hatay ilinde bireylerin bitkisel ve hayvansal yağ tüketimini etkileyen faktörler

Factors affecting individuals' vegetable oil and animal fat consumption in Hatay province

Aybüke KAYA¹, Veysi ACIBUCA², Merve ATEŞ³

¹Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Antakya-Hatay, Türkiye.

²Mardin Artuklu Üniversitesi, Kızıltepe Meslek Yüksekokulu, Organik Tarım Programı, Mardin, Türkiye.

³Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Antakya-Hatay, Türkiye.

ARTICLE INFO	ÖZET
<p>Article history: Recieved / Geliş: 16.08.2023 Accepted / Kabul: 12.09.2023</p> <p>Anahtar Kelimeler: Yağlar Tüketim Alışkanlıklar Tercih Faktör analizi</p> <p>Keywords: Oil and fat Consumption Habits Preference Factor analysis</p> <p>✉ Corresponding author/Sorumlu yazar: Aybüke KAYA aybukekaya@mku.edu.tr</p> <p>Makale Uluslararası Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 Lisansı kapsamında yayınlanmaktadır. Bu, orijinal makaleye uygun şekilde atıf yapılması şartıyla, eserin herhangi bir ortam veya formatta kopyalanmasını ve dağıtılmasını sağlar. Ancak, eserler ticari amaçlar için kullanılamaz. © Copyright 2022 by Mustafa Kemal University. Available on-line at https://dergipark.org.tr/pub/mkutbd This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.</p> <p> </p>	<p>Bu çalışmanın amacı, Hatay ilinde bireylerin bitkisel ve hayvansal yağ tüketim alışkanlıkları ve yağ tercihinde etkili olan faktörleri ortaya koymaktır. Araştırmanın ana materyalini, basit tesadüfi örnekleme yoluyla belirlenen 412 tüketiciyle yüz yüze yapılan anket çalışması oluşturmaktadır. Araştırmada veriler SPSS paket programı kullanılarak değerlendirilmiş olup bireylerin yağ tercihine etki eden faktörlerin belirlenmesi için faktör analizi yapılmıştır. Kişi başı bitkisel yağ tüketimi ortalama 14.13 l yıl⁻¹, hayvansal yağ tüketimi ise 2.52 kg yıl⁻¹ olarak hesaplanmıştır. Bireylerin öncelikli tercihinin bitkisel yağ olduğu, bitkisel yağa göre hayvansal yağ tüketiminin sınırlı olduğu tespit edilmiştir. Faktör analizine göre bireylerin yağ tüketiminde etkili olan en önemli içsel faktörün kalite, dışsal faktörün ise ürünün ambalajı olduğu saptanmıştır. Elde edilen bulgular Hatay ilindeki tüketicilerin yemeklik yağ tercihinde bilinçli olduğunu göstermektedir. Sektördeki firmalar ürün satış ve pazarlamasında fiyat ve reklamların etkisinden çok öncelikle ürünün kalitesini ve ambalajını önemsemelidir. Ayrıca firmalar tüketici tercihlerini dikkate alarak yeni pazarlama stratejileri gerçekleştirmelidir. Hayvansal yağ tüketiminin artırılması için tüketicilerin gelir seviyesinin artırılması, gıda enflasyonunun düşürülmesine yönelik politikaların uygulanması ve hayvancılıkta girdi maliyetlerini düşürecek sürdürülebilir teşviklerin uygulanması gerekmektedir.</p> <p>ABSTRACT</p> <p>The aim of this study was to reveal individuals' vegetable oil and animal fat consumption habits and the factors that affect oil preference in Hatay province. The main material of the research consisted of a face-to-face survey with 412 consumers determined by simple random sampling. The data obtained in the study were evaluated using the SPSS package program and factor analysis was performed to determine the factors affecting individuals' oil preference. Per capita vegetable oil consumption was calculated as 14.13 l year⁻¹ and animal fat consumption was calculated as 2.52 kg year⁻¹. It was determined that the primary preference of individuals was vegetable oil and animal fat consumption was limited. By the factor analysis, it was determined that the most important internal factor affecting the oil consumption of the individuals is quality and the external factor is the packaging of the product. The findings show that consumers in Hatay are conscious in their choice of cooking oil/fat. Firms in the sector should primarily care about the quality and packaging of the product rather than the effect of price and advertisements in product sales and marketing. Additionally, companies should implement new marketing strategies by taking into account consumer preferences. In order to increase animal fat consumption, it is necessary to increase the income level of consumers, to implement policies to reduce food inflation, and to implement sustainable incentives that will reduce input costs in livestock production.</p>
Cite/Atıf	Kaya, A., Acıbuca, V., & Ateş, M. (2023). Hatay ilinde bireylerin bitkisel ve hayvansal yağ tüketimini etkileyen faktörler. <i>Mustafa Kemal Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi</i> , 28 (3), 658-666. https://doi.org/10.37908/mkutbd.1344092

GİRİŞ

Yağlar; vücuda enerji sağlayan, vücut ısısının korunmasına yardımcı olan ve vücut doku ve organlarını koruyan dolayısıyla yaşamsal faaliyetlerin sürdürülebilmesi için gerekli olan ana besin maddeleridir. Yağ asitleri ve A, D, E ve K vitaminleri gibi çeşitli besin öğelerinin taşıyıcısı olmaları yağların insan sağlığına önemli katkıları olan yüksek enerji kaynakları olduğunu göstermektedir (Gündüz & Esengün, 2010; Kolsarıcı ve ark., 2015; Başoğlu, 2017). Yağlar temel olarak bitkisel ve hayvansal kökenli olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Hayvansal yağlar; adından anlaşılacağı üzere hayvansal ürünlerden elde edilen tereyağı, iç yağı, kuyruk yağı gibi fiziksel olarak oda sıcaklığında katı halde bulunan yağlardır. Bitkisel yağlar ise ayçiçeği, mısır, kanola, susam, aspir, zeytin, palm, yer fıstığı, fındık, soya fasulyesi ve pamuk çiğiti gibi yağlı tohumlu bitkiler, yağlı meyveler ve endüstriyel bitkilerin işlenmesiyle elde edilen yağlardır (Polat, 2010; Avcı & Gül, 2021). Hayvansal kaynaklı yağların üretiminin daha yüksek maliyetli olması ve bazı araştırmalara göre insan sağlığı üzerindeki negatif etkisinden dolayı, dünyada toplam yağ üretiminin büyük bir bölümü bitkisel kaynaklardan sağlanmaktadır (Karakaş, 2020). Dünya genelinde nüfusun artması ile birlikte özellikle bitkisel yağlara olan talep de artmaktadır. Bununla birlikte bitkisel yağlar artık sadece gıda sektöründe değil birçok ülkede biyodizel üretiminde de kullanılmaya başlanmıştır. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) 2020 yılı verilerine göre dünya genelinde toplam 222.3 milyon ton bitkisel yağ üretiminin %34.1'ini palm, %26.4'ünü soya ve %9.3'ünü ayçiçek yağı oluşturmaktadır. Aynı yıl verilerine göre dünya genelinde palm yağı üretiminde Endonezya (44.7 milyon ton), soya yağı üretiminde Çin (16.3 milyon ton) ve ayçiçeği yağı üretiminde ise Ukrayna (6.08 milyon ton) ilk sırada yer almaktadır (FAO, 2020). Türkiye'de ise 2020 yılında 2.03 milyon ton bitkisel yağ üretimi gerçekleşmiş olup üretim miktarı bakımından ilk sırada ayçiçeği yağı yer alırken (1.2 milyon ton) sırasıyla soya (306 000 ton), zeytinyağı (240 000 ton) ve pamuk çiğiti yağı (173 000 ton) olarak devam etmektedir (FAO, 2020).

Beslenme alışkanlıkları bireylerin yaşam tarzı, kültürel arka planı ve sağlık endişeleri gibi çeşitli faktörlere bağlı olarak değişebilmektedir. Bitkisel ve hayvansal yağ tüketimi de bu faktörlerden önemli derecede etkilenme gösterir. Türkiye'de yağ tüketim miktarı ve çeşidi, üretim deseni, gelir, sosyal ve kültürel yapı, hane halkı sayısı, beslenme alışkanlıkları ve gıda fiyatları gibi pek çok faktöre bağlı olarak farklılık gösterebilmektedir (Karakaş, 2020). Yapılan araştırmalarda Türkiye'de hane halklarının en çok tercih ettiği ve tükettiği yağ çeşidinin ayçiçeği yağı olduğu belirlenmiştir (Karlı ve ark., 2018; Kadakoğlu & Karlı, 2019; Avcı & Gül, 2021). Ancak bitkisel ve hayvansal yağ tüketiminin mutfak kültürü, damak tadı, bölgedeki üretim deseni gibi faktörlere bağlı olarak farklılık gösterdiği de bilinmektedir. Örneğin Ege ve Akdeniz Bölgesi'nde zeytin üretiminin yüksek olması zeytinyağı tüketimini arttırmış, Doğu Anadolu ve Doğu Karadeniz Bölgesi'nde büyükbaş hayvancılık faaliyetlerinin daha yoğun olması da söz konusu bölgede tereyağı tüketiminin diğer bölgelere göre yüksek olmasını sağlamıştır (Şahin ve ark., 2001; Küçükkömürler & Uluksar, 2018).

Türkiye'de bireylerin yağ tüketimiyle ilgili birçok çalışma yapılmıştır. Tapkı ve ark. (2020) Hatay'da tüketicilerin zeytinyağı satın alma davranışlarında etkili olan faktörleri araştırdıkları çalışmada cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim ve gelir seviyesi ile aylık gıda harcamaları incelenerek zeytinyağı satın alma tercihleri belirlenmiştir. Ağır ve ark. (2018) İzmir'in Dikili ilçesinde bireylerin zeytinyağı tüketimlerini ve zeytinyağı tüketim davranışlarını incelediği çalışmada gelire ve yaşam standartlarına göre zeytinyağı kullanım sıklığının farklılık gösterdiği, zeytin üretiminin yaygınlığı ve yöresel yemek kültürü, alışkanlık gibi unsurların zeytinyağı tüketimini doğrudan etkilediği belirlenmiştir. Özer ve ark. (2021) tarafından Tekirdağ ilinde kişi başına ayçiçeği yağı tüketiminin 12.95 l yıl⁻¹ ve zeytinyağı tüketiminin 7.3 l yıl⁻¹ olduğu belirlenmiş, tüketicilerin bitkisel yağ tüketiminde sağlıklı olması faktörünün en önemli unsur olduğu savunulmuştur. Karakaş (2020) tarafından kişi başı ayçiçek yağı tüketim miktarını ve ayçiçek yağı tüketiminde etkili olan faktörleri belirlemek için Çorum ilinde yapılan çalışmada, yıllık kişi başı ayçiçek yağı tüketim miktarı ortalama 12.08 litre olarak belirlenmiş ve ayçiçeği yağı tüketim miktarı ile cinsiyet, eğitim, markaya dikkat etme, fiyatı takip etme, hane halkı genişliği ve gelir arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki bulunduğu ortaya konmuştur.

Bu çalışmanın amacı, Hatay ilinde bireylerin bitkisel ve hayvansal yağ tüketim alışkanlıkları hakkındaki düşüncelerini belirlemek ve yağ tercihinde etkili olan faktörleri ortaya koymaktır. Türkiye’de yağ tüketimi ile ilgili birçok araştırma yapılmasına rağmen bireylerin bitkisel ve hayvansal yağ tüketim alışkanlıklarının birlikte incelendiği çalışmaların az olması nedeniyle bu araştırmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

MATERYAL ve YÖNTEM

Hatay, Türkiye’de Akdeniz Bölgesi'nin doğusunda yer alan bir kıyı ilidir. İle ait toprakların %46.1'ini dağlar, %33.5'ini ovalar ve %20.4'ü platolar oluşturmaktadır. Akdeniz'in doğu şeridinde 35° 52' - 37° 4' kuzey enlemleri ile 35° 40' - 36° 35' boylamları arasında yer alan Hatay'ın doğusunda ve güneyinde Suriye, batısında Akdeniz, kuzeybatısında Adana, kuzeyinde Osmaniye ve kuzeydoğusunda Gaziantep bulunur (Anonymous, 2022). Hatay ilindeki bireyler arasından ana kitle oranlarına dayalı basit tesadüfi olasılık örnekleme yoluyla belirlenen 412 kişinin (n=412) verileri bu çalışmanın ana materyalini oluşturmaktadır. Veriler 2022 yılında yüz-yüze görüşme yapılarak anket çalışmasıyla elde edilmiştir. Anket uygulanacak bireyler Hatay il merkezi ve ilçelerinde ikamet eden bireyler arasından tesadüfi olarak seçilmiştir.



Şekil 1. Çalışma alanı (Anonim, 2019)
Figure 1. Study of area (Anonymous, 2019)

Bu çalışmanın örneklem büyüklüğü basit rastgele olasılıklı örnekleme yöntemine göre hesaplanmıştır. Örneklem sayısı %95 güven sınırı ve ortalama %5 hata oranı ile 384 olarak belirlenmiştir. Yöntemin formülü aşağıdaki gibidir (Yamane, 2001):

$$n = \frac{z^2(p*q)}{d^2} \quad (1)$$

Formülde;

n: Örnek büyüklüğü

z: 1.96 (%95 güven düzeyine karşılık gelen standart z değeri)

p: Örneğin ana kitleyi temsil edebilme olasılığı

q: (1-p) İlgili özelliğe sahip olmayan ana kitle oranı

d: Kabul edilen hata tolerans düzeyi (±%5 olarak kabul edilmiştir.)

$$n = 1.96^2 \left(\frac{0.50 * 0.50}{0.05^2} \right) = 384$$

olarak hesaplanmış ve toplam 412 kişi ile anket yapılmıştır.

Araştırmada, Hatay ilinde bireylerin yağ tercihini etkileyen faktörler 5'li Likert ölçek kullanılarak belirlenmiştir. Bu kapsamda ölçeğin güvenilirliği Cronbach's Alpha katsayısı ile test edilmiştir. Tekin (2000) güvenilirliğin ölçme aracının kararlılığının göstergesi olduğunu, Tavşancıl (2014) tutum ve davranış ilişkisinin anlaşılmasının tutumların güvenilir bir şekilde ölçülmesine bağlı olduğunu belirtmiştir. Ayrıca araştırmada, bireylerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik soruların yanı sıra bitkisel yağ ve hayvansal yağ tüketim alışkanlıkları ile tercihlerine yönelik sorular da bulunmaktadır.

Araştırmada bireylerin yağ tercihine etki eden faktörlerin belirlenmesi için SPSS programı kullanılarak faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi, birbiriyle ilişkili değişkenleri bir kategori altında toplayarak daha az sayıda faktör elde etmek ve değişken sayısını azaltarak analizin görselleştirilmesi ve yorumlanmasında kolaylık gibi avantajlar sağlamaktadır (İslamoğlu & Alınacı, 2016; Kalaycı, 2016). Faktör analizi için kullanılan ölçeklerin uygunluğunu doğrulamak için KMO (Kaiser-Maier-Olkin) ve Barlett testleri kullanılmıştır. Analizi sonucunda KMO değeri 0.851, Barlett küresellik değeri 0.000 olarak bulunmuş, ölçeğin ve verilerin faktör analizine uygun olduğu tespit edilmiştir.

BULGULAR ve TARTIŞMA

Bireylerin demografik özellikleri

Hatay ilinde bitkisel ve hayvansal yağ tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi ve yağ tercihlerine yönelik yapılan bu araştırmaya katılan bireylerin (n=412) %51.5'i erkek, %48.5'i kadınlardan oluşmaktadır. Araştırmaya katılan bireylerin %85.7'si 25-64 yaş aralığındaki aktif nüfus içerisinde yer almaktadır. Ayrıca bireylerin yaş ortalaması 44.6 olup %84.0'ü evlidir. Ortalama 4 kişilik ailelere sahip olan bireylerin hane halkı sayısı 1 ile 8 arasında değişmektedir. Hanedeki birey sayısının ise genellikle 4-7 kişilik (68.4%) olduğu belirlenmiştir (4.15±1.428). Bireylerin %60'ı lise, üniversite ve lisansüstü eğitim düzeyindeki bilinçli bireylerden oluşmaktadır. Bireylerin yaklaşık %54.4'ü çalışma hayatında aktif olarak yer alırken, %45.6'sı ise herhangi bir faaliyette bulunmamaktadır. Ayrıca bireylerin %13.6' sını aynı zamanda çiftçilikle de uğraşmaktadır. Araştırmaya katılan bireylerin yaklaşık %40'ı 5001-10 000 arasında gelire sahiptir. Bireylerin yaklaşık ¼'ünün ise 5000 den az aylık gelirinin altında hayatını devam ettirdiği belirlenmiştir (Çizelge 1).

Çizelge 1. Bireylerin demografik özellikleri (n=412)

Table 1. Individuals' demographic characteristics (n=412)

Değişken	Kategori	N	%	Değişken	Kategori	N	%
Cinsiyet	Kadın	200	48.5	Medeni durum	Evli	346	84.0
	Erkek	212	51.5		Bekar	66	16.0
Yaş	18-24	27	6.6	Hane halkı sayısı	1-3	124	30.1
	25-64	353	85.7		4-7	282	68.4
	65 ≤	32	7.8		8 ≤	6	1.5
Çalışma durumu	Evet	224	54.4	Okuryazar değil		8	1.9
	Hayır	188	45.6		Okuryazar	15	3.6
Tarımsal faaliyet	Var	56	13.6	Eğitim	İlköğretim	142	34.5
	Yok	356	86.4		Lise	151	36.7
Aylık gelir (₺)	5000 >	104	25.2	Üniversite	85	20.6	
	5001-10 000	163	39.6	Lisansüstü	11	2.7	
	10 000 <	145	35.2				

Yaş (Ortalama: 4.60, Sd : 13.857); Hane halkı (Ortalama: 4.15, Sd: 1.428)

Demirtaş ve ark. (2018) ve Dinçerler (2019) tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyen birçok etken bulunduğunu ve bu etkenlerin bireylerin demografik özelliklerine göre değişkenlik gösterdiğini bildirmiştir. Erdoğan & Çiçek (2015) toplum içerisinde bireylerin tüketim tercihi ve alışkanlıklarında benzer özellikler görülse de hayvansal gıdalara ait tüketim miktarı ve tüketim tercihlerinde bireylerin eğitim ve gelir seviyesinin etkili olduğunu belirtmiştir.

Bireylerin bitkisel ve hayvansal yağ satın alma davranışları

Bu araştırma kapsamında bireylerin bitkisel ve hayvansal yağ tüketimi incelenmiştir. Araştırmaya katılan bireylerin tamamının hem bitkisel hem de hayvansal yağ tüketimi bulunmaktadır. Hane halklarının ortalama 51.91 l yıl⁻¹ bitkisel yağ ve 8.94 kg yıl⁻¹ hayvansal yağ tükettiği belirlenmiştir (Çizelge 2). Kişi başı yağ tüketimi ise ortalama 14.13 l yıl⁻¹ bitkisel yağ ve 2.52 kg yıl⁻¹ hayvansal yağ olarak tespit edilmiştir. Kişi başı yıllık bitkisel yağ tüketimi; Gündüz & Esengün (2010)'ün Samsun ilinde yaptıkları araştırmada 18 l, Özer ve ark. (2021) tarafından Tekirdağ ilinde yapılan araştırmada ise 12.95 l olarak bildirilmiştir. Ayrıca bireylerin %96.4'ü en fazla bitkisel yağ kullanımını tercih etmektedir. Yağ tercihinde ürünün sağlıklı olması bireylerin (%88.3) en önemli tercih sebebidir. Araştırmaya katılan bireylerin herhangi bir markaya bağlı olmadığı tespit edilmiş olup, bireylerin yaklaşık %85'i yağ fiyatlarını çok yüksek bulmaktadır. Bölgede bitkisel yağlar arasında zeytinyağı kullanımı yaygın olup, yağlık ürün yetiştiren üreticilerden zeytinyağı temin edilmektedir. Araştırmaya katılan bireylerin %41.0'i yağlık ürün yetiştirenlerden, %41.5'i bölgedeki zeytini işleyen fabrikalardan yağ aldığını bildirmiştir. Hayvansal yağın ise yine bölgede hayvancılık faaliyetlerini yürüten üreticilerden temin edildiği (%28.9) belirlenmiştir. Hem bitkisel hem de hayvansal yağı marketten alan bireyler ile kendi üreten üreticiler de bulunmaktadır. Bireylerin %92.5'i yağa erişimde herhangi bir sorun olmadığını, fiyata bağlı olarak istenildiğinde yağa ulaşabildiğini bildirmiştir. Ayrıca bireylerin %43.2'si yağı genellikle yıllık satın aldığını belirtirken özellikle zeytinyağı satın alımının üretim sezonunda gerçekleştirildiği belirlenmiştir. Diğer yağ gruplarında ise ihtiyaca bağlı olarak değiştiğini belirten bireyler ise katılımcıların %28.9'unu oluşturmaktadır (Çizelge 2). Bahşi & Budak (2014), pazarlama iletişim araçlarının işletmeler için ürünlerin tanıtımında ve satışların artması amacıyla tüketicide farkındalık yaratmak için kullanılan önemli araçlar olduğunu belirtmişlerdir.

Çizelge 2. Bireylerin bitkisel ve hayvansal yağ tercihi ve tüketimlerine ilişkin bulgular

Table 2. Findings on the individuals' vegetable oil and animal fat preference and consumption

Değişken		N	%	Değişken	N	%
Bitkisel yağ (l yıl ⁻¹)	Evet	412	100	Sağlıklı olması	364	88.3
	Ortalama tüketim		51.91		Uygun fiyatlı olması	9
Hayvansal yağ (kg yıl ⁻¹)	Evet	412	100	Erişilebilirlik	15	3.6
	Ortalama tüketim		8.94		Damak tadına uygunluk	63
Öncelikli tercih	Bitkisel	397	96.4	Çok yüksek	348	84.5
	Hayvansal	1	0.2	Yüksek	63	15.3
	Fark etmez	14	3.4	Normal	1	0.2
Marka tercihi	Yok	340	82.5	Erişim problemi	381	92.5
	Var	72	17.5	Var	31	7.5
Tedarik yeri*	Zeytin üreten çiftçiler	169	41.0	İhtiyaç duyuldukça	119	28.9
	Fabrikalar	171	41.5	Haftalık	2	0.5
	Süpermarketler	73	17.7	Aylık	46	11.2
	Bakkal	5	1.2	Yılda birkaç kez	67	16.3
	Hayvancılık yapan çiftçiler	119	28.9	Yıllık	178	43.2
	Kendi üretimi	26	6.3	Toplam	412	100

* Birden fazla seçenek belirtilmiştir.

Bireylerin yağ tüketim tercihini etkileyen faktörler

Hatay ilinde bireylerin yağ tüketimini etkileyen faktörlerin tespit edilmesi için faktör analizi yapılmıştır. Bu amaçla 10 değişken kullanılmış olup güvenilirlik değerini gösteren Cronbach's Alpha değeri 0.809 olarak hesaplanmıştır. Yapılan analiz neticesinde bir değişken (üretici firma/marka) birden fazla faktörde birbirine yakın değerler aldığından dolayı analizden çıkartılmış ve sonuç olarak 9 değişken üzerinden faktör analizi yapılmıştır. 9 değişken için hesaplanan Cronbach's Alpha değeri 0.814, KMO katsayısı ise 0.851 olarak hesaplanmış olup bu değerler örneklem büyüklüğünün yeterli ve analiz güvenilir olduğunu göstermektedir. Analiz neticesinde özdeğeri 1'den büyük olan iki faktör tespit edilmiştir (Çizelge 3). Birinci faktör 6 maddeden oluşmuş ve toplam varyansın % 39.464'ünü, ikinci faktör ise 3 maddeden oluşmuş ve toplam varyansın % 21.557'sini açıklamaktadır. Her iki faktörün açıkladığı toplam varyans ise %61.021 olarak tespit edilmiştir. Birinci faktör direk ürünle ilgili olan faktörlerden oluşmakta olup içsel faktörler, ikinci faktör ise dışsal faktörler olarak adlandırılmıştır. İçsel faktörler önem düzeyine bağlı olarak kalite (4.64±0.54), üretim tarihi (4.57±0.65) tazelik (4.59±0.60), renk (4.53±0.63), koku (4.53±0.64) ve fiyat (4.60±0.60) olarak sıralanmıştır. Dışsal faktörler ise ürünün ambalajı (4.09±1.20), damak zevki (4.43±0.91) ve reklam (3.82±1.35) olarak belirlenmiştir (Çizelge 3). Elde edilen sonuçlar bireylerin yağ tüketiminde etkili olan en önemli içsel faktörün kalite, dışsal faktörün ise ürünün ambalajı olduğunu göstermektedir. Özer ve ark. (2021) Tekirdağ ilinde yapılan araştırmada bitkisel yağ tüketiminde en önemli faktörlerin ürünün sağlıklı olması ve ambalajı olduğunu, Polat (2010) tarafından Ankara'da yapılan araştırmada yemeklik yağ tüketiminde fiyat faktörünün önem sırasına göre en sonda geldiğini, Gündüz & Esengün (2010) tarafından Samsun ilinde yapılan araştırmada ise yağ tercihinde en önemli faktörlerin ürünün sağlıklı ve fiyatının uygun olması olarak bildirilmiştir.

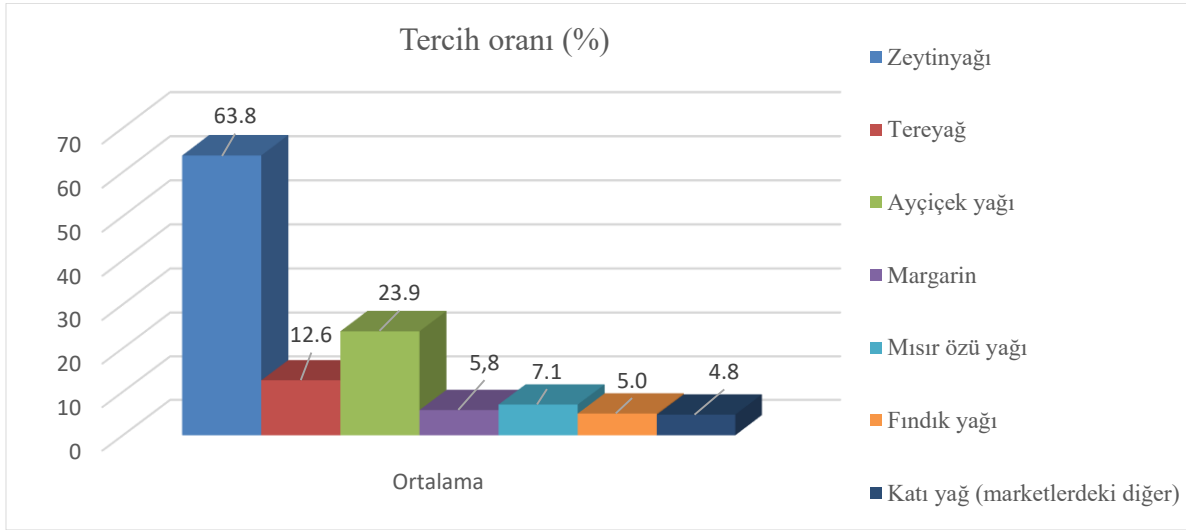
Çizelge 3. Bireylerin yağ tercihine etki eden faktörler*Table 3. Factors affecting the individuals' oil/fat preference*

Değişken	Faktör		Ortalama	SS
	İç Faktörler	Dış Faktörler		
Kalite	0.808		4.64	0.54
Üretim tarihi	0.789		4.57	0.65
Tazelik	0.763		4.59	0.60
Renk	0.759		4.53	0.63
Koku	0.734		4.53	0.64
Fiyat	0.684		4.60	0.60
Ambalaj		0.879	4.09	1.20
Damak zevki		0.662	4.43	0.91
Reklam		0.661	3.82	1.35
Varyans açıklama %	39.464	21.557		
Cronbach's Alpha		0.814		
KMO		0.851		
Ki-Kare		1510.5		
P		0.000		

Ölçek: 1= Çok önemsiz, 2=Önemsiz, 3=Fikrim yok, 4=Önemli, 5= Çok önemli

Bireylerin ürünleri tüketme sıklığına göre zeytinyağı (1.27±0.96), tereyağı (2.28±1.97) ve ayçiçek yağının (2.34±1.70) ön planda olduğu görülmektedir. İlde margarin, kuyruk yağı, mısırözü yağı, katıyağ ve fındık yağı kullanımı da mevcuttur. Ancak fındık yağı sağlıklı bulunmasına rağmen fiyatının yüksek olduğu düşüncesi tüketimini sınırlamaktadır (8.69±1.26). Margarin kullanan bireyler (7.70±2.31) ise sağlıksız olduğunu düşünmesine rağmen fiyatının düşük olması sebebiyle bu ürünü tercih ettiğini bildirmiştir. Araştırma bölgesinde yıllık yağ kullanım oranları

yağ türlerine göre değişiklik göstermektedir. Sağlıklı ve dengeli beslenme adına tek tip yağ kullanımının doğru olmadığı bilinmektedir. Bireylerin ortalama yıllık yağ kullanım oranı Şekil 2’de gösterilmiştir. Bireylerin yağ türlerine ve Hatay ilindeki kullanım oranlarına göre en çok tercih edilen yağlar; zeytinyağı (n=412), ayçiçek yağı (n=395), tereyağı (n=398), mısırozü yağı (n=17), margarin (n=35), fındık yağı (n=14) ve piyasada satılan katı yağlar (n=12) olarak sıralanmaktadır.



Şekil 2. Yıllık yağ tüketiminde ürünlerin payı (%)

Figure 2. Share of the oil/fat products in annual oil consumption (%)

Araştırmaya katılan bireylerin büyük çoğunluğu (%85.2) zeytinyağını, %42.7’si ise tereyağını, yaklaşık dörtte biri (%25.5) ise ayçiçek yağını günlük tükettiğini belirtmiştir. Fındık yağının ise sağlıklı olduğu bilinse de yüksek fiyatlı olmasından dolayı tüketiminin düşük olduğu belirlenmiştir. Katı yağ (%86.7) ve margarin (%69.9) gibi ürünlerin tüketiminin ise az olduğu ve hatta bu ürünü hiç tüketmeyen bireylerin oldukça fazla olduğu görülmektedir (Çizelge 4). Hatay ilindeki bireylerin yağ tüketim tercihleri ve alışkanlıklarına göre sağlıklı beslenme konusunda bilinçli olduğu tüketim alışkanlıklarından anlaşılmaktadır.

Çizelge 4. Bireylerin bitkisel ve hayvansal yağ ürünlerini tüketme sıklığı

Table 4. Individuals’ frequency of consuming vegetable oil and animal fat products

Ürünler	Günlük		Haftada birkaç		Haftada bir		On beş günde bir		Ayda birkaç		Ayda bir		Yılda birkaç		Yılda bir		Hiç	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Ayçiçek yağı	105	25.5	222	53.9	41	10	6	1.5	6	1.5	8	1.9	11	2.7	2	0.5	11	2.7
Zeytinyağı	351	85.2	45	10.9	4	1	1	0.2	2	0.5	2	0.5	2	0.5	4	1	1	0.2
Margarin	8	1.9	22	5.3	10	2.4	10	2.4	32	7.8	14	3.4	10	2.4	18	4.4	288	69.9
Fındık yağı	1	0.2	4	1	7	1.7	3	0.7	4	1	2	0.5	5	1.2	4	1	382	92.7
Mısır özü yağı	7	1.7	8	1.9	11	2.7	2	0.5	7	1.7	12	2.9	6	1.5	9	2.2	350	85
Tereyağı	176	42.7	147	35.7	33	8	11	2.7	10	2.4	8	1.9	5	1.2	4	1	18	4.4
Katıyağ	3	0.7	7	1.7	5	1.2	5	1.2	7	1.7	3	0.7	10	2.4	15	3.6	357	86.7
Kuyruk yağı	-	-	1	0.2	6	1.5	8	1.9	17	4.1	21	5.1	81	19.7	30	7.3	248	60.2

Sonuç olarak, Hatay ilinde bireylerin yağ tercihlerine etki eden faktörlerin belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada, faktör analizi sonucunda bireylerin yağ tercihine etki eden faktörler iç ve dış faktörler olarak iki grupta

incelenmiştir. Bireylerin yağ tercihindeki en önemli iç faktör ürün kalitesi, en önemli dış faktör ise ambalaj olarak belirlenmiştir. Bireylerin ürün tercihinde ürün fiyatı ve reklamların etkisinin önem sırasına göre son sıralarda yer aldığı tespit edilmiştir. İlde, iklim şartları ve uygulanan tarım politikaları nedeniyle, tarıma daha az elverişli toprakların kullanımını teşvik etmek amacıyla zeytin tarımına önem verilmektedir. Bölgede zeytin ve zeytinyağı erişiminin kolay olması ve tüketicilerin yemek alışkanlıkları, ilde en fazla tüketilen yağ çeşidinin zeytinyağı olmasına etki etmektedir. Elde edilen sonuçlar bireylerin öncelikli tercihinin bitkisel yağ olduğunu ve hayvansal yağ tüketiminin sınırlı olduğunu ortaya koymaktadır. Hane halklarının ortalama 51.91 l yıl⁻¹ bitkisel yağ ve 8.94 kg yıl⁻¹ hayvansal yağ tükettiği, kişi başı yağ tüketiminin ise ortalama 14.13 l yıl⁻¹ bitkisel yağ ve 2.52 kg yıl⁻¹ hayvansal yağ olduğu saptanmıştır. Elde edilen sonuçlar ildeki tüketicilerin yemeklik yağ tercihinde sergiledikleri bilinçli davranışların sektördeki firmalar açısından dikkate alınması gerektiğini, ürünlerin satış ve pazarlanmasında fiyat ve reklamların etkisinden çok öncelikle ürünün kalitesinin (sağlıklı olması, katkı maddelerinin olmaması, doğal olması vb.) ve ambalajının (paketleme ağırlığı, kullanılan materyal vb.) ön planda tutulduğunu bilerek pazarlama stratejileri geliştirilmesi gerekmektedir. Hayvansal yağ tüketiminin arttırılması için başta tüketicilerin gelir seviyesinin arttırılması ve gıda enflasyonunun düşürülmesine yönelik politikaların uygulanması ile birlikte hayvancılıkta girdi maliyetlerini düşürecek sürdürülebilir teşviklerin uygulanması gerekmektedir. Ayrıca, yapılacak eğitim ve yayım faaliyetleri, bireylerin daha bilinçli tüketiciler haline gelmesine yardımcı olur.

ÇIKAR ÇATIŞMA BEYANI

Yazarlar çalışma konusunda çıkar çatışmasının olmadığını beyan eder.

ARAŞTIRMACILARIN KATKI ORANI BEYANI

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamış olduklarını beyan eder.

ETİK ONAY BEYANI

Bu çalışma için etik onay ve izin HMKÜ Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan alınmıştır (Toplantı Tarihi: 07.12.2022, Toplantı Sayısı: 12, Karar No: 02).

KAYNAKLAR

- Ağır, M., Boran, C., Özden, F., & Artukoğlu, M. (2018). Zeytinyağında tüketici tercihleri üzerine bir araştırma: İzmir ili Dikili ilçesi örneği. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 55 (4), 81-90. <https://doi.org/10.20289/zfdergi.399277>
- Anonymous (2019). Erişim linki: <https://www.birhayalinpesinde.com/antakya-gezilecek-yerler> (Erişim tarihi: 24.01.2023).
- Anonymous (2022). Hatay. Erişim linki: <https://tr.wikipedia.org/wiki/Hatay> (Erişim tarihi: 29.01.2023).
- Avcı, P., & Gül, M. (2021). Konya kent merkezinde tüketicilerin margarin tüketimi üzerine etki eden faktörlerin analizi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi*, 26 (3), 506-515. <https://doi.org/10.37908/mkutbd.868186>
- Başoğlu, F. (2017). *Yemeklik yağ teknolojisi*. Dora Yayınları, Bursa, Türkiye, 4.
- Bahşi, N., & Budak, D.B. (2014). Tüketicilerin gıda ürünlerini satın alma davranışı üzerine pazarlama iletişimi araçlarının etkisi. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 1, 1349-1356.
- Demirtaş, B., Kaya, A., & Dağıstan, E. (2018). Consumers' bread consumption habits and waste status: Hatay/Turkey example. *Turkish Journal of Agriculture - Food Science and Technology*, 6 (11), 1653-1661.
- Diğerler, E.M. (2019). Ambalajda renk kullanımının tüketici satın alma davranışına etkisi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, Pazarlama İletişimi Anabilim Dalı, İstanbul, 162 s.

- Erdoğan, N., & Çiçek, H. (2015). Hayvansal gıdaların tüketim yapısı ve tüketici tercihlerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma: üniversite personeli örneği. *Kocatepe Veteriner Dergisi*, 8 (1), 25-3, <http://doi.org/10.5578/kvj.8764>
- FAO (2020). Erişim linki: <https://www.fao.org/faostat/en/#data/QCL> (Erişim Tarihi: 10.08.2023).
- Gündüz, O., & Esengün, K. (2010). A study on vegetable oil consumption of families: The case of Samsun province. *Karamanoglu Mehmetbey University Social and Economics Research Journal*, 12 (19), 67-72.
- İslamoğlu, A.H., & Alniaçık, Ü. (2016). *Research methods in social sciences*. 5th Edition, Beta Publishing, İstanbul.
- Kadakoğlu, B., & Karlı, B. (2019). Türkiye’de yağlı tohum üretimi ve dış ticareti. *Asos Journal*, 7 (96), 324-341. <http://doi.org/10.29228/ASOS.36731>
- Kalaycı, Ş. (2016). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Asil Yayıncılık, 7. Baskı, Ankara.
- Karakaş, G. (2020). Ayçiçek yağı tüketimine etki eden faktörlerin belirlenmesi; Çorum ili örneği. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Tarım ve Doğa Dergisi*, 23 (5), 1301-1307.
- Karlı, B., Kadakoğlu, B., & Gül, M. (2018). Dünya ve Türkiye’de pamuk üretimi ve dış ticaret yapısı. *V. International Multidisciplinary Congress of Eurasia*, July 24-26, Barcelona, İspanya, pp. 129-136.
- Kolsarıcı, Ö., Kaya, M.D., Göksoy, A.T., Arıoğlu, H., Kulan, E.G., & Day, S. (2015). Yağlı tohum üretiminde yeni arayışlar. *Ziraat Mühendisliği VIII. Teknik Kongresi*, 12-16 Ocak 2015, Ankara, 401-425.
- Küçükömrürler, S., & Uluksar, F.Ö. (2018). Türk mutfak kültüründe zeytinyağı kullanımı: Muğla örneği. *Journal of Tourism And Gastronomy Studies*, 6 (2), 194-212.
- Özer, D., Unakitan, G., & Abdikoğlu, D. İ. (2021). Tekirdağ ilinde tüketicilerin bitkisel yağ tercihlerinin belirlenmesi. *Balkan & Near Eastern Journal of Social Sciences (BNEJSS)*, 7, 71-77.
- Polat, F. (2010). Yemeklik yağ sektöründe tüketici davranışlarını etkileyen faktörlerin analizi. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, 198 s.
- Şahin, K., Andiç, S., & Koç, Ş. (2001). Van ili kentsel alanda ailelerin otlu peynir ve süt ürünleri alım ve tüketim davranışları. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi*, 11 (2), 67-73.
- Tapkı, N., Demirtaş, B., & Dağistan, E. (2020). Hatay kent merkezindeki tüketicilerin zeytinyağı satın alma tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 7 (2), 331-341.
- Tavşancıl, E. (2014). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Nobel Yayıncılık, 5. Baskı, Ankara.
- Tekin, H. (2000). *Eğitimde ölçme ve değerlendirme*. Yargı Yayınevi, 14. Baskı, Ankara.
- Yamane, T. (2001). *Temel Örneklem Yöntemleri* (Çeviri: Alptekin Esin, M.Akif Bakır, Celal Aydın, Esen Gürbüzsel). Literatür Yayınları, Birinci Basım, İstanbul.