



TIBBİ-AROMATİK BİTKİLERİN SATIN ALIMINDA BİREYLERİN BİLİNÇ DÜZEYİ
(ERZURUM MERKEZ İLÇELERİ ÖRNEĞİ)
Awareness Level of Individuals in Purchasing Medical-Aromatic Plants
(The Case of Erzurum Province Counties)

Rüveyda YÜZBAŞIOĞLU

Dr. Öğr. Üyesi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü

ruveyda.kiziloglu@gop.edu.tr



<https://orcid.org/0000-0002-6520-0543>

Semiha KIZILOĞLU

Prof. Dr., Atatürk Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü

ksemiha@atauni.edu.tr




<https://orcid.org/0000-0001-9610-2578>

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi-Journal of Ağrı İbrahim Çeçen University Social Sciences Institute AİCUSBED 5/1 Nisan/April 2019 / Ağrı

ISSN: 2149-3006

e-ISSN: 2149-4053

Makale Türü- <i>Article Types</i> :	Araştırma Makalesi
Geliş Tarihi- <i>Received Date</i> :	11.03.2019-
Kabul Tarihi- <i>Accepted Date</i> :	18.04.2019
Sayfa- <i>Pages</i> : 119-132	 10.31463/aicusbed.538184



<http://dergipark.gov.tr/aicusbed>

This article was checked by

 iThenticate



TIBBİ-AROMATİK BİTKİLERİN SATIN ALIMINDA BİREYLERİN BİLİNÇ DÜZEYİ (ERZURUM MERKEZ İLÇELERİ ÖRNEĞİ)

*Awareness Level of Individuals in Purchasing Medical-Aromatic Plants
(The Case of Erzurum Provence Counties)*

Rüveyda YÜZBAŞIOĞLU

Semiha KIZILOĞLU

Öz

Tıbbi ve aromatik bitkiler; insanoğlunun daha sağlıklı bir yaşam sürmesi veya çeşitli hastalıklara karşı korumak ve iyileştirmek için kullanılan bitkilerdir. Dünya pazarlarında her geçen gün tıbbi ve aromatik bitkilere olan talep giderek artmaktadır. Bu çalışmada, Erzurum ili merkez ilçelerinde (Aziziye, Palandöken ve Yakutiye) kentsel alanda yaşayan bireylerin tıbbi ve aromatik bitkileri satın almadaki bilinç düzeyinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada, oransal örnekleme yöntemi kullanılarak 272 birey belirlenmiş ve örnek hacmi homojen olarak ilçelere dağıtılarak veriler anket yolu ile toplanmıştır.

Araştırma kapsamın görüşülen bireylerin ortalama yaşı 35.04, %54.04'ü erkek, %76.10'u evli ve 2,572.72 TL/ay geliri olduğu belirlenmiştir.

Bireylerin tıbbi aromatik bitkileri satın almada dikkat ettikleri 10 özellik, faktör analizi sonucu iki faktör halinde özetlenmiştir.

Araştırmada bireylerin tıbbi aromatik ürünleri satın almasını etkileyen faktörleri, binary logit analiz ile belirlenmiş ve analiz sonucuna göre; %1 önem seviyesinde bireylerin tıbbi aromatik ürünleri satın almasını, satın alım yerleri olan aktarlar ve eczaneler pozitif yönlü etkilediği belirlenmiştir. Yani bireylerin bilinçli olarak tıbbi aromatik bitkiyi satın almasını satın alım yerleri ve mevsimsel tüketim istatistiki olarak pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Binary Logit Analizi, Faktör Analizi, Tıbbi Aromatik Bitkiler, Satın Alma

Abstract

Medicinal and aromatic plants are used as medicines to prevent diseases, maintain health, or improve diseases. Demand for these plants in world markets is increasing every other day. This study aimed to determine the medicinal and aromatic plant level of consciousness at purchase of individuals living in the urban areas in the central counties of Erzurum city (Aziziye, Palandöken, and Yakutiye). In the study, 272 individuals were determined by using proportional sampling method and the sample volume was homogeneously distributed to the districts. The data of the study were collected through a questionnaire. The mean age of the interviewed individuals was found to be 35.04, 54.04 % of them were male, 76.10% of them were married, and they had income of 2,572.72 TL/month. 10 factors that individuals have taken into consideration in purchasing medicinal aromatic plants are summarized as two factors as a result of the factor analysis. Factors that enable individuals to purchase medicinal aromatic products in the study are the results of binary logit

analysis; At the 1% significance level, the advantages of buying places for medicinal aromatic products of individuals, pharmacies and positively affected.

Keywords: Binary Logit Analysis, Factor Analysis, Medical Aromatic Plants, Purchasing

Giriş

İnsanoğlu varlığını devam ettirmesi için gerekli beslenme ihtiyacını çoğunlukla bitkisel ürünlerden karşılamaktadır. Bitkiler karbonhidrat, protein, yağ, mineral madde ve vitamin gibi büyük bir hazinedir. Bitkiler beslenme ihtiyacını karşılamının yanında başta ilaç sanayi olmak üzere, gıda, kimya, kozmetik ve zirai mücadele gibi sektörler de önemli bir yeri vardır (Gölükçü ve ark., 2012; Toker ve ark., 2016).

Ayrıca tıbbi ve aromatik bitkilerin tüketilmesinin nedeni olarak, daha sağlıklı bir yaşam veya çeşitli hastalıklardan koruması ya da iyileştirmesi gösterilebilir. Bunun yanı sıra en çok gıda sektöründe kullanılan tıbbi ve aromatik bitkiler çeşitli sebeplerle de (beslenme, ilaç, kozmetik, vücut bakımı, tütsü veya dini törenler gibi) kullanılmaktadır (Güler ve ark., 2015; Toker ve ark., 2016).

Dünyada yaklaşık olarak 422.000 bitki türü bulunmakta olup, bunlardan 52.885'i tıbbi bitkilerdir. Türkiye'de ise 9.222 bitki türü olup, bunlardan yaklaşık 500 tanesi (%5) tıbbi bitkiler grubunda yer almaktadır (Schippman ve ark., 2002; Faydaloğlu ve Sürücü, 2011; Gül ve Çelik, 2016).

Türkiye'de tıbbi ve aromatik bitkiler arasında yaygın olarak kimyon, anason, kekik, çemen, haşhaş, rezene, nane ve kişnişin tarımı yapılmaktadır. Defne, ıhlamur, adaçayı, biberiye, kuşburnu gibi bitkiler ise doğadan toplanmakta olup, ağırlıklı olarak Ege, Marmara, Akdeniz, Doğu Karadeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinden toplanmaktadır (Bayram ve ark., 2010; Gül ve Çelik, 2016).

Son yıllarda sağlıklı beslenmeye karşı ilginin artması koruyucu beslenme ve bununla birlikte doğal çözüm arayışları ilgili araştırmaların da artmasına neden olmuştur. Literatür incelendiğinde yurt içi ya da yurt dışında tüketicilerin tıbbi aromatik bitkilere karşı davranışları ya da aktarlardan satın alma-satımı ile ilgili detaylı araştırmalarla karşılaşmıştır (Demircioğlu ve ark., 2007; Dicle, 2010; Faydaloğlu ve Sürücü, 2011; Arya ve ark., 2012; Çelik, 2014; Kökçü ve ark., 2015; Adıgüzel ve Kızılaslan, 2016; Akbulut ve Özkan, 2016; Demirçivi ve Altaş, 2016; Kocabaş ve Gedik, 2016; Yüzbaşıoğlu ve Ataoğlu, 2018). Ancak son zamanlarda önemi artan tıbbi aromatik bitkiler üzerine yapılan araştırmalarda tüketicilerin satın alma davranışları ve onu etkileyen faktörlerin istatistiki olarak incelenmesi yapılmadığı belirlenmiş ve literatüre ışık tutması amacıyla böyle bir araştırma yapılması amaçlanmıştır.

İnsanlığın bu kadar hayatına girmiş olan tıbbi aromatik bitkilerin tüketiminin yanında satın alma bilinç durumu ve güvenilir tüketim için satın alma da bilinç seviyesi de önemli olduğu tespitini ortaya koyabilmek için Erzurum ilinde bu araştırma yapılmıştır.

Materyal ve Yöntem

Materyal

Erzurum ili merkez ilçelerinde kentsel alanda bulunan bireylerle yüz yüze görüşülerek bu araştırmanın ana materyali elde edilmiştir.

Verilerin Toplanması Aşamasında İzlenen Yöntem

Toplam popülasyonu en iyi düzeyde temsil edilecek örneklem sayısının belirlenmesinde oransal yaklaşımdan yararlanılmıştır.

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

n= örnek büyüklüğü,

N= popülasyon büyüklüğü,

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

d²= olayın görülme sıklığına göre yapıma sıklığı (maksimum örnek hacmine ulaşmak için %90 güven aralığında çizelge değeri 1.65 ve %5 hata payı ile). Ana kitleyi oluşturan bireylerin özellikleri başlangıçta bilinmediği için, örnek hacmini maksimum kılacak şekilde p=0.5 olarak alınmış ve örnek hacmi 272 birey olarak bulunmuştur. Görülecek bireylerin sayısının belirlenmesinde, yerleşim birimlerinin toplam popülasyon içindeki payları esas alınmış (Kızıloğlu ve Kızılaslan, 2013) ve örneğe alınan bireyler tesadüfi olarak belirlenmiştir.

Çizelge 1'de Erzurum büyükşehirinin merkeze bağlı üç ilçesinin nüfusu, toplamdaki oranı ve örnek hacmindeki dağılımı verilmiştir. Merkez ilçelerin toplamı 417.385 olarak belirlenmiş ve bu oran içinde merkez ilçelerin nüfuslarına göre oranları ortaya konulmuştur. Oransal örnekleme ile belirlenen sayı bu oranlar doğrultusunda homojen bir dağıtım yapılarak ilçelerdeki örnek hacmi belirlenmiştir.

Çizelge 1. Erzurum İli Nüfusu (2016)

	Nüfus (N)	Örnek Hacmi (n)	Oran (%)
Aziziye	57.092	37	13.68
Palandöken	168.430	110	40.35
Yakutiye	191.863	125	45.97
Erzurum (Merkez)	417.385	272	100.00

Verilerin Analizi Aşamasında İzlenen Yöntem

Bu çalışmada Erzurum ili merkez ilçelerindeki bireylerin tıbbi aromatik bitkileri satın almada dikkat ettikleri özellikleri (benzer çalışmalardan yararlanılarak ölçekler belirlenmiştir) belirlemek üzere 5'li dereceleme ölçeğinde (Ölçekteki 1 "kesinlikle katılmıyorum", 2 "katılmıyorum", 3 "kararsızım", 4 "katılıyorum", 5 "kesinlikle katılıyorum" olarak alınmıştır) kullanılmıştır. Satın alımında dikkat edilen kriterleri daha az faktör yüküne ayırmak için faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi, değişkenler arasındaki ilişkilere dayanarak verilerin daha anlamlı ve özet bir biçimde sunulmasını sağlayan birçok değişkenli istatistiksel analiz türüdür ((Ness, 2000; Kurtuluş, 2004; Tekin, 2007; Karpati ve Szakal, 2009; Kızıloğlu ve

ark., 2013). Bu analizin temel amacı, orijinal değişkenler arasındaki ilişkiyi en az bilgi kaybıyla bir grup faktör ile açıklayarak her bir faktörü teker teker yorumlamaktır. Kısaca faktör analizi, özgün bilgiyi olabildiğince koruyarak daha az veri ile çalışmayı mümkün kılmaktadır. Kişilerin bir konu ile ilgili davranışını tek bir soruyla ölçmek çoğu zaman mümkün olmamaktadır. Bu davranışı etkileyen birçok faktörün birbiriyle yakın bağlantısı vardır. Faktör analizinin amacı bilgi kaybını olabildiğince azaltarak bu yakın faktörleri bir araya getirerek daha az faktörle çalışmaya imkan sağlamaktadır (Ness, 2000; Kızıloğlu ve ark., 2013).

Araştırmada değişkenlerin özetlenmesi faktör analizi yardımı ile yapılmıştır ve gruplandırılan bu faktörlerin her biri LOGIT analizinde birer açıklayıcı değişken olarak analize alınmıştır (Dölekoğlu ve Yurdakul, 2004).

Araştırmada bireylerin tıbbi aromatik ürünleri satın almayı etkileyen faktörleri binary logit analizi yardımı ile belirlenmesi amaçlanmıştır. Modelin bağımlı değişkeni olan bilinçli (sürekli ve çoğu zaman alanlar) bireyler ve bilinç seviyesi düşük olan (çok nadir ve almayan) bireyler belirlenmiştir.

Lojistik modelde yer alan bazı değişkenler, kategoriler arası farklılıkları olasılık oranları olarak elde edilebilmek üzere kategorik değişkene çevrilmiştir. Bağımlı değişken ile ilişkilendirilmesi yani açıklaması daha kolay ya da anlaşılır olması için açıklayıcı değişkenler kukla değişken halinde modele alınmış ve tahmin edilen olasılık değerleri 0 ile 1 olarak kodlanmıştır.

Modele açıklayıcı değişken olarak; bireylerin yaşı (sürekli değişken), cinsiyet (kadın 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), eşinin eğitim durumu lise ve lise altı ise 0, lise üstü ise 1 olarak kodlanmıştır, eşinin yaşı (sürekli değişken), eşinin çalışma durumu (çalışmıyorsa veya bekar ise 0, çalışıyorsa ise 1 olarak kodlanmıştır), bireylerin aylık gelirleri (sürekli değişken), aktardan satın alma durumu (satın almıyorsa 0, satın alıyor ise 1 olarak kodlanmıştır), eczaneden satın alma durumu (satın almıyorsa 0, satın alıyor ise 1 olarak kodlanmıştır), toptancıdan satın alma durumu (satın almıyorsa 0, satın alıyor ise 1 olarak kodlanmıştır), kendinin toplama durumu (toplamıyor ise 0, topluyor ise 1 olarak kodlanmıştır), mevsimin etkisinin olma durumu (satın alırken mevsimin etkisi yok ise 0, var ise 1), ürünün satın almadan önceki durumu (faktör 1, sürekli değişken) ve satın almadaki durumu (faktör 2, sürekli değişken) dahil edilmiştir.

Bulgular ve Tartışma

Bireylerin Genel Özellikleri

Araştırma kapsamında görüşülen bireylerin bazı sosyo-ekonomik ve demografik özellikleri Çizelge 2'de incelenmiştir. Bireylerin %45.96'sı kadın, %54.04'ü erkektir. Bireylerin %76.10'u evli ve %46.32'sinin eşleri çalışmaktadır (Çizelge 2). Bireylerin eğitim durumları incelendiğinde ise yarısından fazlasının (%63.24) lise ve lise altı eğitim gördükleri ve eşlerinin de benzer şekilde %80.15'nin lise ve altı eğitim aldıkları belirlenmiştir. Görüşülen bireylerin ortalama

yaşı 35.04, eşlerinin yaş ortalaması ise 28.66 olarak bulunmuştur. Bireylerin ortalama aylık geliri 2.572 72 TL/ay olarak hesaplanmıştır.

Çizelge 2'den de anlaşılacağı üzere Erzurum ilindeki bireylerin yarısından fazlasının (%57.72) tıbbi aromatik bitki tüketiminde mevsimsel bir etkisinin olmadığı görünmektedir. Benzer olarak da Türkiye'nin en batısında bulunan İzmir ilinde yapılan araştırmada (Dicle, 2010) tüketicilerin mevsimsel olarak baharat tercih etmediği sonucuna varılmıştır. Ancak Çelik, (2014) Konya ilindeki Tıbbi ve aromatik aktarlarıyla yaptığı çalışmasında en fazla (%36.7) kışın satış yaptığı sonucunu bulmuştur. Ancak araştırma kapsamında görüşülen bireylerin mevsiminde kendinin toplamasını tercih etmesi ihtiyacı oldukça satın almayı tercih etmesi mevsimsel olarak satın almada bir etkisinin olmayacağı sonucunu doğurabilir.

Çizelge 2. Bireylerin Genel Özellikleri ve Bazı İstatistikî Sonuçlar

Gruplar ve Açıklaması		Frekans	%	Ortalama	Standart Sapma
Bağımlı Değişken (Y)	Bilinçli (sürekli ve çoğu zaman alanlar) bireyler:1	150	55.15	35.04	0.498
	Bilinç seviyesi düşük olan (çok nadir veya almayan) :0	122	44.85		
Yaş (YAS)				35.04	
Gelir (ay/TL) (GELİR)				2.572 72	
Cinsiyet (CINSİYET)	Kadın:0	125	45.96	35.04	0.499
	Erkek:1	147	54.04		
Medeni Durum (MD)	Bekar:0	65	23.90	35.04	0.427
	Evli:1	207	76.10		
Eğitim Durumu (ED)	Lise ve lise altı Mezunu Olanlar:0	172	63.24	35.04	0.483
	Lise üstü Mezunu Olanlar:1	100	36.76		
Eşinin Eğitim Durumu (ESED)	Lise ve lise altı Mezunu Olanlar:0	218	80.15	35.04	0.399
	Lise üstü Mezunu Olanlar:1	54	19.85		
Eşinin Yaşı (ESYAS)				28.66	
Eşinin Çalışma Durumu (ESCALISM)	Çalışmıyor (Emekli, İşsiz, İş arıyor, öğrenci):0	146	53.68	35.04	0.499
	Çalışıyor:1	126	46.32		
Aktardan satın alma durumu durum (AKTAR)	Satın almıyorsa:0	206	75.74	35.04	0.429
	Satın alıyor ise:1	66	24.26		
Eczaneden satın alma durumu	Satın almıyorsa:0	175	64.34	35.04	0.479
	Satın alıyor ise:1	97	35.66		

(ECZANE)					
Toptancıdan satın alma durumu (TOPTANCI)	Satın almıyorsa:0	215	79.04		0.408
	Satın alıyor ise:1	57	20.96		
Kendinin toplama durumu (KENDİ)	Toplamıyor ise:0	15	5.51		0.229
	Topluyor ise:1	257	94.49		
Mevsimin etkisinin olma durumu (MEVSİM)	Satın alırken mevsimin etkisi yok ise:0	157	57.72		0.495
	Var ise:1	115	42.28		
Ürünün satın almadan önceki durumu (faktör 1, sürekli değişken) (F1)					
Satın almadaki durumu (faktör 2, sürekli değişken) (F2)					

Bireylerin Tıbbi Aromatik Bitki Tüketimi ve Satın Alma Durumları

Bireylerin tükettiği tıbbi aromatik bitkiler sırasıyla Çizelge 3'de verilmiş aynı zamanda aylık satın alım miktarları ve bitkilerin birim fiyatları da verilmiştir. Erzurum ilindeki bireylerin en fazla (%85.29) tüketmeyi tercih ettiği tıbbi aromatik bitki; ayda ortalama yarım kilo ve kilosunu 12.33 TL'ye aldıkları kırmızı pul biberdir. Bireylerin tüketmeyi en fazla tercih ettiği kırmızı pul biberi sırasıyla, nane (%77.94), sarımsak (%58.46), kekik (%40.07), reyhan (%32.35) ve ıhlamur (%22.06) takip etmektedir. Bireylerin aylık tüketim miktarı olarak en fazla tükettiği bitki sarımsak (0.54 kg/ay) olduğu Çizelge 3'den anlaşılmaktadır. İzmir ilindeki tüketiciler ise en fazla karabiber ve kimyonu tükettiği Dicle (2010), yaptığı araştırma ile ortaya koymuştur. Yine İzmir ilinde yapılan Karademir ve Öztürk, 2004 yılında aktarların en çok sattığı tıbbi aromatik ürün olarak, adaçayı, ıhlamur, nane, kekik ve ısırgan olduğunu ortaya koymuştur. Akbulut ve Özkan, 2016 yılında Kahramanmaraş ilinde yaptıkları araştırmalarında aktarları en fazla sattığı, tüketicilerin en fazla satın aldığı tıbbi aromatik baharat türü olarak, nane, kekik ve ıhlamur olarak belirlemişlerdir. Demircioğlu ve ark., 2007 yılında Ankara merkez ilçede kadınların baharat kullanımı üzerine yaptıkları araştırmalarında kadınların %83.5'i kırmızı pul biber kullandıkları belirlenmiştir.

Çizelge 3. Bireylerin Tüketmeyi Tercih Ettikleri Tıbbi Aromatik Bitkiler, Tüketim Miktarları ve Birim Fiyatları

Kullanılan Bitkiler	F	%	Kg/ay	TL	Kullanılan Bitkiler	F	%	Kg/ay	TL
Kırmızı Pul Biber	232	85.29	0.528	12.331	Kişniş	8	2.94	0.021	0.404
Nane	212	77.94	0.176	3.681	Avokado Yaprağı	8	2.94	0.017	2.059
Sarımsak	159	58.46	0.536	15.562	Yaban Mersini	8	2.94	0.058	9.559
Kekik	109	40.07	0.054	1.736	Ekinezya	7	2.57	0.064	4.779
Reyhan	88	32.35	0.069	1.202	Kantaron	6	2.21	0.063	3.125
ıhlamur	62	22.79	0.017	6.967	Nar Çiçeği	6	2.21	0.048	1.875
Adaçayı	60	22.06	0.041	1.119	Fesleğen	6	2.21	0.052	0.846
Dereotu	54	19.85	0.396	1.389	Melisa(Limon Otu)	5	1.84	0.033	0.735
Çörek Otu	52	19.12	0.072	1.265	Keten Tohumu	5	1.84	0.033	0.846
Kuşburnu	38	13.97	0.491	3.668	Gülhatmi	4	1.47	0.006	0.625
Papatya	36	13.24	0.809	2.908	Hindiba	3	1.10	0	0

Tıbbi-Aromatik Bitkilerin Satın Alımında Bireylerin Bilinç Düzeyi (Erzurum Merkez İlçeleri Örneği)

Melengiç	28	10.29	0.145	3.971	Sütleğen	3	1.10	0	0
Ebegümeçi	27	9.93	0.746	1.049	Efelek	2	0.74	0	0
Böğürtlen	26	9.56	0.241	2.222	Mercanköşk	2	0.74	0	0
Isırgan	21	7.72	0.221	5.926	Civanperçemi	2	0.74	0	0
Keçiboynuzu	21	7.72	0.154	5.257	Oğul Otu	2	0.74	0	0
Salep	19	6.99	0.046	3.750	Zerdeçal	2	0.74	0	0
Biberiye	12	4.41	0.009	1.697	Kebere	2	0.74	0.004	2.941
Zencefil	10	3.68	0.027	0.125					

Çizelge 4'de bireylerin tıbbi aromatik bitkileri en çok hangi sıklıkla aldığı verilmiştir. Bireylerin %34.19'luk oranla bittikçe almayı tercih ederken, %17.28'si ayda bir, %14.71'i ayda iki üç kere satın almayı, %8.82'si yılda iki kere ve %6.25'i yılda bir kere almayı tercih ettiği Çizelge 4'den anlaşılmaktadır. Bireylerin %9.93 hiç satın almayıp mevsiminde kendilerinin topladıklarını tüketmeyi tercih ettikleri belirlenmiştir. Bireylerin tıbbi aromatik ürün satın almamadaki nedenleri incelendiğinde, en önemlisi olarak; Kaliteli ürünler olduğuna inanmamaları (%73.53), lezzetli olmaması (%64.34) ve taze olduğuna inanmamaları (%39.71) olarak gözlenmiştir. İzmir ilinde Dicle (2010) yaptığı araştırmada da tüketicilerin tıbbi aromatik ürün almada bu araştırma ile paralel sonuçları bulmuştur. Örneğin ürünün pahalı olması (%3.58), kaliteli olmaması (%3.55) ve nerden geldiği belli olmaması (%3.44) gibi nedenlerden dolayı tıbbi aromatik ürünü satın almayı tercih etmediğini ortaya koymuştur.

Çizelge 4. Bireylerin Tıbbi Aromatik Bitki Satın Alım Sıklığı

Satın Alım Sıklığı	F	%
Sadece Kendi Toplayan	27	9.93
Bittikçe	93	34.19
Hafta Da Bir	24	8.82
Ayda Bir	47	17.28
2-3 Ayda Bir	40	14.71
5-6 Ayda Bir	24	8.82
Yılda Bir	17	6.25

Bireylerin tıbbi aromatik bitkiyi tedarik edinme şekli sorulduğunda %94.49'ü satın almadan önce kendi mevsiminde toplamayı birinci sırada tercih ettiği; satın alım yeri olarak en fazla eczane ve marketi (%35.66) tercih ettiği belirlenmiştir (Çizelge 5). Dikkat edilecek bir olay; bireylerin %5.15'i son zamanlar da en çok kullanılan internet ortamı ile tıbbi aromatik bitkileri tedarik etmesidir. Bu da araştırma kapsamında görüşülen bireylerin ve eşlerinin genç yaş grubuna girmesi ve çalışma oranının fazla olmasından dolayı olabilir. Dicle, (2010) araştırmasında İzmir ilindeki tüketicilerin tıbbi ve aromatik bitkileri satın alım sıklığının en yüksek aktardan olduğu belirlemiştir. Ancak bu araştırma kapsamında bireylerin tıbbi aromatik bitkileri temin etmelerinde aktarları 3. sıra da tercih ettiği Çizelge 5'de görülmektedir. Güven, kalite, ürün çeşitliliği gibi sebeplerden dolayı

Türkiye'nin batı kesimlerinde aktarların tercih edilme oranı Doğu Anadolu'ya göre daha yüksek olduğu araştırma sonuçlarına göre söylenebilir.

Çizelge 5. Bireylerin Tıbbi Aromatik Bitki Satın Almayı Tercih Ettikleri Yerler

Satın Alım Yeri	F	%
Aktar	66	24.26
Eczane	97	35.66
Market	97	35.66
Toptancı	57	20.96
İnternet	14	5.15
Kendinin Topladığı	257	94.49

Bireylerin Tıbbi Bitkileri Satın Almada Dikkat Ettikleri Hususlar

Bireylerin tıbbi aromatik bitki satın alırken dikkat ettikleri özellikleri belirlemek üzere 5'li likert ölçeği kullanılmıştır. Dikkat edilen özellikler belirlenmek üzere 10 özellik kendi içlerinde gruplandırma yapılabiliyor mi diye faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda 10 özellik; ürünün satın almadan önceki durumu ve satın almadaki durumu olmak adı altında 2 faktör altında toplanabileceği anlaşılmıştır.

Faktör analizinin kabulü için KMO testi sonucuna bakılır. Bu değer 0.600'dan büyük olması modelin anlamlılığını belirler çünkü bire yaklaştıkça modelin açıklayıcılığı artmaktadır (Tabachnick ve Fidell, 1996; Kalaycı, 2010). Nitekim Çizelge 6'da görüldüğü üzere araştırmanın model açıklayıcılığı 0.817 olması örneklemin yüksek ve modelin kabulü anlamına gelmektedir (Field, 2000; Topçu, 2006; Keleş, 2007, Yılmaz, 2009; Kızıloğlu ve ark., 2013).

Ölçeğin güvenilirliğini ortaya koymak amacıyla yapılan Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı ise 0.89 olarak bulunmuştur. Buna göre ölçeğin güvenilirliğinin oldukça yüksek olduğu söylenebilir.

10 başlık altında sıralanan bireylerin "tıbbi aromatik bitki satın alırken dikkat ettikleri özellikler", faktör analizinde özdeğer (eigen value) ve yamaç eğim grafiği (scree plot) incelemesi sonucunda 2 faktör altında toplanmıştır. İlk faktör toplam varyansın %34.19'nu, ikinci faktör ise %14.78'sini açıklarken, birikimli varyans, toplam varyansın %48.98'ni açıkladığı görülmüştür.

Ziraat alanında yapılmış diğer çalışmalarda elde edilen sonuçlar incelendiğinde; Çelik (2012)'nin çalışmasında KMO değeri 0.717 ve önemli faktör sayısı 5 bulunurken, faktörlerin varyansı açıklama oranı %69.32elde edilmiştir. Çelik ve Tathyler (2016)'in faktör analizi çalışmasında 13 değişken 4 faktörle %75.53'lik varyansı açıklama oranı ile belirlenebilmiştir. Kızıloğlu ve Kızılaslan (2015) bireylerin süt ve süt ürünleri satın alma yeri belirlerken dikkat ettikleri 16 özelliği 3 değişken halinde özetlemiş ve KMO değerini 0.884 olarak hesaplamıştır.

Çizelge 6. Bireylerin Tıbbi Aromatik Bitki Satın Alırken Dikkat Ettikleri Özellikler İçin KMO ve Bartlett Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Testi		0.817
Bartlett Testi	Khi kare	631.821
	df	45
	Önem seviyesi	0.000

Aromatik bitki satın alırken dikkat ettikleri özellikler; ürünün satın almadan önceki durumu ve satın almadaki durumu başlıkları altında yani 10 değişkeni 2 faktör yükünde toplanabileceği Çizelge 7'den anlaşılmaktadır. 1. Faktör yükünde yani ürünün satın almadan önceki durumu başlığı altında 7 değişkeni, satın almadaki durumu başlığı altında 3 değişkeni toplaya bilenebileceğini dönüşümlü faktör yükleri matrisi göstermiştir.

Çizelge 7. Bireylerin Tıbbi Aromatik Bitki Satın Alırken Dikkat Ettikleri Özellikler İçin Dönüşümlü Faktör Yükleri (Rotated Component Matrix)

Faktör 1: ürünün satın almadan önceki durumu		
Tedavi amaçlı	0.825	-0.107
Aracsız ulaşma	0.738	-0.083
Ambalaj	0.706	-0.018
Doğal ve güvenilir ürünler olması	0.688	0.063
Hazırlama kolaylığı	0.661	-0.029
Ekonomik olması	0.631	0.237
Fiyat	0.520	0.023
Faktör 2: satın almadaki durumu		
Sağlık ve besin değeri	-0.287	0.714
Marka	0.038	0.676
Yan etkileri	0.185	0.657

Bireylerin Tıbbi Aromatik Bitki Satın Almadaki Bilinç Düzeylerini Etkileyen Bazı Faktörler

Bireylerin tıbbi aromatik bitki satın alımındaki bilinç düzeyini etkileyen bazı sosyo-demografik özellikler ve analiz sonucu Çizelge 8'de verilmiştir. Tıbbi aromatik bitki satın alımındaki bilinç düzeyini etkilemesi olasılıklı olan değişkenler analize alınmış ve Binary Logit analizi sonucunda aktardan, eczaneden ve toptancıdan satın alma ve mevsimin etkisi tüketicilerin tıbbi aromatik ürün satın alımındaki bilinç düzeyi etkilemesi olası olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 8. Bireylerin Tıbbi Aromatik Bitki Satın Alımındaki ki Bilinç Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Binary Logit Analiz Sonucu

	Kat Sayı	Standart Hata	z	$\frac{z}{SE}$	Marjinal Etki
Sabit	-2.69895*	1.58758	-1.70	.0891	
YAS	.02376	.04346	.55	.5845	.00265
CINSİYET	.31963	.47753	.67	.5033	.03603
MD	.87499	1.40238	.62	.5327	.09380
ED	-.32115	.45221	-.71	.4776	-.03542
ESED	.00203	.53274	.00	.9970	.00023
ESYAS	-.01968	.04374	-.45	.6527	-.00220
ESCALISM	.52324	.51821	1.01	.3126	.05874
GELİR	-.21921D-04	.00015	-.15	.8842	-.24450D-05
AKTAR	2.09085***	.59649	3.51	.0005	.27989***
ECZANE	3.37293***	.51748	6.52	.0000	.48263***
TOPTANCI	2.50350***	.64029	3.91	.0001	.32788***
KENDİ	-.33540	1.10516	-.30	.7615	-.03819
MEVSİM	1.16232***	.37946	3.06	.0022	.14546***
F1	.04026	.23009	.17	.8611	.00449
F2	.05929	.19090	.31	.7561	.00661
Not: ***, **, * ==> Önem seviyesi: 1%, 5%, 10%					
Dönüştürülmüş log likelihood:-187.09230			Khi kare [15 d.f.]: 179.27309		
Önem seviyesi: 0,00000			McFadden düzeltilmiş R ² : 0.4791033		

128

%1 önem seviyesinde anlamlı bulunan aktardan, eczaneden ve toptancıdan satın alma ve mevsimin etkisi pozitif yönde bilinç düzeyini etkilemektedir.

Bilinçli olarak satın alma ile aktardan satın almayı tercih etme arasında pozitif bir ilişki olduğu Çizelge 8'de görülmektedir. Bir başka değiş ile aktardan tıbbi aromatik bitki satın almayı tercih etmedeki bir birimlik artış bilinçli satın almayı %28 oranında artırmasına neden olması beklenmektedir.

Bireylerin gerek güven gerek kalite olsun eczanelerden satın almayı tercih etmesi bilinçli satın alma ile doğru ilişki olduğu analiz sonucunda istatistiki olarak ortaya konulmuştur. Yani bireylerin eczaneden tıbbi aromatik bitki satın almadaki bir birimlik artış bilinçli satın almayı %48 gibi bir oranla artırması olası bir sonuç olduğu Çizelge 8'de analiz sonucu ile ortaya konulmuştur.

Bireylerin toptancıdan tıbbi aromatik bitki almayı tercih etmesindeki bir birimlik artış bilinçli satın almayı %33 oranında artmasına neden olabilir.

Bireylerin mevsimsel olarak Tıbbi aromatik ürün tüketmeyi tercih etmesindeki bir birimlik artış bilinçli satın almayı %15 oranında etki yapması beklenmektedir. Başka bir ifade ile mevsimsel tüketime önem verenler önem vermeyenlere göre bir birimlik artışı, bilinçli satın almayı %15 oranında pozitif yönlü etki yapması beklenmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Araştırma kapsamında görüşülen bireylerin ve eşlerinin yaş ortalaması itibariyle genç nüfus olduğu bireylerin çoğunun çalıştığı gözlenmiştir. Ayrıca bireylerin ortalama bir aylık gelirleri olduğu söylenebilir. Araştırmada tıbbi aromatik bitki satın alımında gelirin yanı sıra bireylerin eğitim durumu, bitkiyi satın alım yeri, satın alınırken dikkat edilen hususların etkisinin istatistiki olarak ortaya konulması hedeflenmiştir. Hedefler sonucunda satın almada genel olarak gelirleri ya da eğitim durumları arasında istatistiki olarak ilişki olmadığı gözlenmiştir. Tıbbi aromatik ürün satın almada bireylerin satın aldığı ürünleri daha çok sağlık amaçlı tükettiğini ifade etmektedir. Yani güncel ve git gide önemi artan tıbbi aromatik bitkilerin satın alımını artırmak için (bilinçli bir satın alım için) satılan yerlerin daha önemli olduğu bu araştırma ile ortaya konulmuştur. Bu sonuç neticesinde ilgili kurum/kuruluşların daha sağlıklı ve hijyenik ürünler için tıbbi aromatik bitkilerin satılan yerleri daha sık ve dikkatli kontrollerin yapılmasını öneriline bilir. İnsanoğlunun temel ihtiyaçlarından olmasa da satın alma ihtiyacı piramittin de yerini almaktadır. Ancak satın alma bilinçli olarak yapılması sağlık yönünden özellikle konunun amacı olan tıbbi aromatik bitkilerin de önemi daha fazladır. Bu amaçla bu araştırmada Doğu Anadolu bölgesinin nüfus yoğunluğu bakımından en büyük üçüncü ili olan Erzurum ilindeki bireylerin tıbbi aromatik bitki satın alım bilinç düzeyi, satın alma davranışı ve bilinçli satın almayı etkileyen faktörlerin belirlenmeye çalışılmıştır.

Bireylerin en fazla tüketmeyi tercih ettiği baharat türünden kırmızı pul biberdir. Bireyler mevsiminde tüketeceği tıbbi aromatik bitkiyi kendi toplamayı tercih ederken, market ve eczanelerden de satın aldığı belirlenmiştir.

Bireylerin tıbbi aromatik bitkileri satın almada dikkat ettikleri faktörler, faktör analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda 10 özellik; ürünün satın almadan önceki durumu ve satın almadaki durumu olmak üzere 2 faktör altında toplanabileceği anlaşılmıştır. Bu 2 faktör yükleri Binary logit analizine açıklayıcı değişken olarak tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda bireylerin %55.15'i bilinçli olduğu tespit edilmiştir. Bireylerin tıbbi aromatik ürünleri satın alım yerlerinden aktarlar, eczaneler ve pozitif etkilediği belirlenmiştir. Yani bireylerin bilinçli olarak tıbbi aromatik bitkiyi satın almasını satın alım yerleri ve mevsimsel tüketim istatistiki olarak pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Sonuç olarak bireylerin satın almasında satın alım yerlerinin pozitif bir ilişki olduğu istatistiki olarak ortaya konulmuştur. Satın alım davranışlarında bireylerin satın alınan ürünlerin satış öncesi ve satış sırasındaki işlemlerde önemli başlık olduğu analiz sonucunda ortaya konulmuştur.

Kaynaklar

Adıgüzel, F. ve N.Kızılaslan, 2016. İstanbul ilinde tıbbi, aromatik ve baharat bitkileri satışı yapan aktarların yapısal özellikleri ve mevzuat hakkındaki görüşleri. Anadolu Tarım Bilim. Dergisi, 31, s:40-59.

- 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. Kırıcı S Tansı, G.Yılmaz, O .Arabacı, S. Kızıl ve D.Telci 2010. Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Üretimine Arttırılması Olanakları. *Türkiye Ziraat Mühendisliği VII.Teknik Kongresi Bildiriler Kitabı* , 11-15 Ocak, ANKARA, 437-456.
- Çelik, Ş. 2012. Türkiye deki illerin Bitkisel Üretimine Faktör Analizi ile İncelenmesi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Tarım Bilimleri dergisi*, 22(2), 69-76.
- Çelik, Ş. ve A.Tatlıyer 2016. Ranking of provinces in Turkey according to numbers of animals through factor analysis. *International Journal of Development Research*, 6(2), 6620-6626.
- Çelik, Y. 2014. Konya İlinde tıbbi ve aromatik bitki satışı yapan aktarların sosyo-ekonomik yapıları üzerine bir araştırma. *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. *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 6 (3), s:161-168.
- Demirçivi, B.M. ve A. Altaş, 2016. Üniversite Öğrencilerinin Baharatlara İlişkin Bilgileri ve Tüketim Tercihleri: Aksaray Üniversitesinde Bir Uygulama. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4/4 s: 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)*
- Dölekoğlu, C. ve O.Yurdakul, 2004. Adana İlinde Hane Halkının Beslenme Düzeyleri ve Etkili Faktörlerin Logit Analizi İle Belirlenmesi. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 8: 62-86.
- Faydaoğlu, E. ve M.S. Sürücüoğlu, 2011. Geçmisten Günümüze Tıbbi ve Aromatik Bitkilerin Kullanılması ve Ekonomik Önemi. *Kastamonu Üni., Orman Fakültesi Dergisi*, 11 (1) s: 52 – 67.
- Field,A. 2000. *Discovering Statistics Using SPSS for Windows*. London: SAGE Publication.
- Gölükçü, M., H.Tokgöz, R.Toker, M.A. Çelikyurt, ve S.Tuğrul Ay, 2012. Tıbbi ve Aromatik Bitki İşletmelerinin Yapısal Analizi, *Erdem Ofset, Antalya*, 88s.
- Gül, A. ve A.D. Çelik 2016. Tıbbi ve Aromatik Bitki Yetiştiriciliği ve Dış Ticareti: Hatay İli Örneği. *Mustafa Kemal Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 21 (2), s:227-235.

- Güler, H.K., İ.E. Dönmez ve S.A. Aksoy, 2015. Tıbbi ve Aromatik Bitkilerin Antibakteriyel Aktivitesi ve Tekstil Sektöründe Kullanımı. SDÜ Fen Dergisi, 10(2).
- Kalaycı, Ş. 2010. SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. BRC Matbaacılık, Ankara.
- Karademir, M. ve B. Öztürk, 2004. İzmir aktarlarında halka sunulan bitkiler. 14. Bitkisel İlaç Hammaddeleri Toplantısı, 29-31.
- Karpati, L. ve Z. Szakal, 2009. Marketing Characteristics of Tokaj Wine Specialities Based on Factor and Cluster Analyses. Applied Studies in Agribusiness and Commerce – APSTRACT Agroinform Publishing House, Budapest. p: 93-102.
- Keleş, C. 2007. Yeşil Pazarlama Tüketicilerin Yeşil Ürünleri Tüketme Davranışları ve Yeşil Ürünlerin Tüketiminde Kültürün Etkisi ile İlgili Bir Uygulama. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme ABD, (Yüksek Lisans Tezi).
- Kızıloğlu, R. ve H. Kızılaslan, 2013. Consumer behaviors on food purchasing places: A case study of red meat consumption in Turkey, Research&Reviews in Biosciences (RRBS), ISSN : 0974 – 7532, 7 (11), 453-459.
- Kızıloğlu, R., H. Kızılaslan ve C.Gökçe, 2013. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Öğrencilerinin Yeşil Gıda Ürünleri Hakkındaki Bilgi, Görüş ve Tutumları Üzerine Araştırma. Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi, 6, 19-30.
- Kızıloğlu, R. ve H. Kızılaslan, 2015. TR 83 Bölgesinde Süt ve Süt Ürünleri Tüketiminde Tüketici Davranışlarını Etkileyen Faktörler Ve Talebinin Belirlenmesi. Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü TEPGE, Yayın No: 274, ISBN: 978-605-9175-52-4.
- 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) s: 41-50,
- Kökçü, B., O. Esen ve İ. Uysal, 2015. Medicinal plants sold in Çanakkale/Turkey city center herbalists. Biological Diversity and Conservation – 8 / 3 s:80-91.
- Kurtuluş, K. 2004. Pazarlama Araştırmaları (Genişletilmiş 7. Baskı). Literatür Yayınları, Yayın No: 114, s:397-418, İstanbul.
- Ness, M. 2000. Multivariate Techniques in Marketing Research. Curso de Especializacion Postuniversitaria en Marketing Agroalimentario, CHIEAM, Spain.
- Schippmann U., L.J. Leaman and A.B. Cunningham, 2002. Impact of Cultivation and Gathering of Medicinal Plants on Biodiversity: Global Trends and Issues. 12-13 October 2002. Inter-Departmental Working Group on Biological Diversity for Food and Agriculture, Rome.
- Tabachnick, B.G. ve L.S. Fidell, 1996. Using multivariate statistics (3rd ed.). New York, USA: HarperCollins College Publishers.

- Tekin, V.N. 2007. SPSS Uygulamalı Bilimsel Pazarlama Araştırmaları. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Toker, R., M. Gölükcü ve H. Tokgöz, 2016. Tıbbi ve aromatik bitkilerin gıda sanayisinde kullanım alanları. (internet erişim: <http://www.turktob.org.tr/dergi/makaleler/dergi15/54-59.pdf>)
- Topçu, Y. 2006. Süt Ürünlerinde Marka Rekabeti ve Tüketici Davranışları: Erzurum İli Örneği. Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi ABD, (Doktora Tezi).
- Yılmaz, V. 2009. Türkiye Akarsuları Su Kalitesi Parametrelerinin Çok Değişkenli İstatistiksel Analiz Yöntemleriyle İncelenmesi. Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İnşaat Mühendisliği ABD, (Yüksek Lisans Tezi).
- Yüzbaşıoğlu, R. ve S.N. Ataoğlu, 2018. Tüketicilerin Kekik Tüketimini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Manisa İli Salihli İlçesi Örneği. Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Cilt 4, Sayı 1, s:259-270.