

MANİSA İL MERKEZİNDE BİREYLERİN EKMEK ÇEŞİTLERİNİ TÜKETİM ALIŞKANLIKLARININ BELİRLENMESİ

Zeynep Aksoylu, Nazlı Yeyinli Savlak*, Çile Yanğıç, Özlem Çağındı, Ergun Köse

Celal Bayar Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Gıda Mühendisliği Bölümü, Manisa

Geliş tarihi / Received: 24.08.2013

Düzeltilerek Geliş tarihi / Received in revised form: 24.01.2014

Kabul tarihi / Accepted: 31.01.2014

Özet

Araştırmada Manisa il merkezinde ikamet, eden demografik özellikleri birbirinden farklı rastgele seçilmiş 500 bireye ekmek tüketim, satın alma ve muhafaza alışkanlıklarının yanı sıra tüketici bilincini belirlemeye yönelik 29 sorudan oluşan bir anket uygulanmıştır. Düzenli ekmek tüketimiyle bireylerin eğitim ve gelir durumları arasındaki ilişkilerin önemli olduğu belirlenmiştir ($P=0.031$, $P=0.038$). Ekmek tüketim sebebi ile cinsiyet ve gelir seviyesi arasındaki ilişkilerin anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($P<0.001$). Yaşın artmasıyla akşam ekmek tüketiminin azaldığı ve yaş ($P<0.001$) ile gelir düzeyinin ($P=0.021$) ekmek tüketilen öğün üzerine etkili olduğu saptanmıştır. Kadınların beyaz ekmek dışındaki ekmek çeşitlerini erkeklerden daha fazla miktarda tükettiği ve cinsiyet – tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olduğu belirlenmiştir ($P=0.001$). Katılımcıların %75'i ekmek israfı yapmadığını belirtmiştir. Tahmin edilenin aksine, ambalajlı ekmek tüketimi üzerine eğitim seviyesinin etkisi saptanmamıştır ($P>0.05$). Benzer şekilde, markalı ekmek tüketimi üzerine yaş, eğitim seviyesi ve gelir seviyesinin etkisi saptanmamıştır ($P>0.05$). Ayrıca besinsel açıdan daha üstün özelliklere sahip olan diğer ekmek çeşitleri hakkında tüketicilerin bilinçlendirilmesinin ve tüketiminin teşvik edilmesinin gerekli olduğu görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Ekmek çeşitleri, anket, tüketim alışkanlıkları, Manisa

DETERMINATION of BREAD TYPES CONSUMPTION HABITS of INDIVIDUALS in THE CITY CENTER of MANISA

Abstract

In the present study, a questionnaire, which consists of 29 questions related to consumer awareness, consumption, purchasing and preservation habits of bread was conducted on randomly selected 500 individuals living in the city center of Manisa. Relationships between regular bread consumption, education level and income level of individuals were significant ($P=0.031$, $P=0.038$). Relationships between gender, income level and the reason of bread consumption were also significant ($P<0.001$). Bread consumption in the evening decreased depending on increase of age. Age ($P<0.001$) and income level ($P=0.021$) were also effective on bread consumption meals. Women consumed bread types except white bread more than men. Besides, relationship between gender and bread types except white bread consumption amount was also significant ($P=0.001$). 75% of participants stated that they did not waste bread. In contrast to predictions, education level had no influence on packaged bread consumption ($P>0.05$). Similarly, age, education level and income level were not significant on branded bread consumption ($P>0.05$). Additionally, awareness-rising of consumers and consumption of bread types having superior properties in terms of nutrition were considered necessary.

Keywords: Bread types, questionnaire, consumption habits, Manisa

* Yazışmalardan sorumlu yazar / Corresponding author;

✉ nazli.yeyinli@cbu.edu.tr, ☎ (+90) 236 201 2268, 📠 (+90) 236 241 2143

GİRİŞ

Dünyanın birçok ülkesinde günlük enerjinin büyük bir kısmı hububat ve ürünlerinden sağlanmaktadır (1). Türk toplumunun kutsal değerlerinden biri olan ekmeğe, iyi bir enerji kaynağı olması nedeniyle insan beslenmesinde önemli bir yere sahiptir (2). Kişi başına tüketilen enerjinin %66'sını tahıllar sağlarken, bu enerjinin %56'sı, proteinin ise %50'si ekmeğe karşılanmaktadır (3).

Türk Gıda Kodeksi Ekmeğe ve Ekmeğe Çeşitleri Tebliği'ne göre ekmeğe; buğday ununa su, tuz, maya (*Saccharomyces cerevisiae*) gerektiğinde şeker, enzimler, enzim kaynağı olarak malt unu, vital gluten ve izin verilen katkı maddeleri ilave edilip bu karışımın tekniğine uygun olarak yoğurulması, şekillendirilmesi, fermantasyona bırakılması ve pişirilmesi ile yapılan ürün olarak tanımlanmıştır (4). Ekmeğe çeşitleri ise ekmeğe tanımında geçen bileşenlere ilave olarak tahıl ürünlerini ve istenildiğinde çeşni maddelerini de içeren ve tekniğine uygun olarak üretilen ekmeğeleri ifade etmektedir. Tebliğde geçen ekmeğe çeşitleri ekşi hamur ekmeğeleri, karışık tahıllı ekmeğe, kepekli ekmeğe, tam buğday ekmeği, tam buğday unlu ekmeğe, mısırlı ekmeğe, yulaflı ekmeğektir.

2012 yılı itibarıyla ülkemizde yıllık 8.7 milyon ton ekmeğe üretilmekte olup kişi başına ekmeğe tüketimi 319 g/gün'dür (2). Son yıllarda, diyet lifçe zengin ürünlerin insan sağlığı üzerine olumlu etkilerinin ortaya konmasıyla birlikte bu ürünlere olan tüketici talebinde artış meydana gelmiştir. Bu amaçla, diyet lif oranı yüksek olan farklı tahıl kepekleri doğrudan ekmeğe üretiminde kullanılabilir (5). Günümüzde, artan toplum bilincinin sonucu olarak tüketiciler farklı ekmeğe çeşitlerine yönelmiş ve bu durum da ekmeğe çeşitliliğinin artmasına katkıda bulunmuştur.

Bu çalışmada, Manisa il merkezinde ekmeğe tüketim, satın alma ve muhafaza alışkanlıklarının belirlenmesi ve ekmeğe çeşitleri hakkında toplum bilincinin ortaya konması amaçlanmıştır.

MATERYAL ve METOT

Bu çalışmada anket araştırmaları için en uygun örnekleme yöntemi olarak bilinen olasılıklı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Örnekleme büyüklüğü aşağıdaki formül kullanılarak hesaplanmıştır (6):

$$n = \frac{Nt^2pq}{d^2(N-1) + t^2pq}$$

n= Örnekleme alınacak birey sayısı

N= Hedef kitledeki birey sayısı

t= Belirli bir anlamlılık düzeyinde, t tablosuna göre bulunan teorik değer

p= İncelenen olayın gerçekleşme olasılığı

q= İncelenen olayın gerçekleşmeme olasılığı

d= Olayın görülüş sıklığına göre kabul edilen ± örnekleme hatası (±%5 kabul edilmiştir)

2012 Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre anketin gerçekleştirildiği Manisa ili merkez ilçesi nüfusu 356.702'dir. Bu hedef kitlede %95 güven aralığında $\alpha = 0.05$ için t değeri 1.96'dır. Çalışmada olayın gerçekleşme olasılığı (p) ve gerçekleşmeme olasılığı (q) eşit ve 0.50 olarak kabul edilmiştir.

$$n = \frac{[356702 \times (1.96^2) \times (0.5) \times (0.5)]}{[(0.05^2) \times (356702-1) + (1.96^2) \times (0.5) \times (0.5)]} \approx 384 \text{ kişi.}$$

Araştırmanın güvenilirliğini artırmak amacıyla anket Manisa il merkezinde rastgele seçilen 271'i kadın, 229'u erkek olmak üzere toplam 500 gönüllü bireye uygulanmıştır. Anket çalışması yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiş ve yaklaşık 6 ay içerisinde tamamlanmıştır. Ön deneme olarak 20 kişiye sorular yöneltilmiş, anlaşılmayan yerler, eksikliği hissedilen noktalar düzenlenerek anket daha net ve anlaşılır hale getirilmiştir. Ankette demografik özelliklerle ilgili 4, ekmeğe tüketim alışkanlıklarına yönelik 8, ekmeğe satın alma alışkanlıklarına yönelik 7, tüketici bilincine yönelik 4, ekmeğe muhafaza yöntemlerine yönelik 6 olmak üzere toplam 29 soru bulunmaktadır. Katılımcılar anket sorularını cevaplandırırken gerektiğinde birden fazla şıkkı tercih etmişlerdir. Bu sorularda oranların toplamı %100'ü aşmaktadır. Elde edilen veriler PASW Statistics Ver.18 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir (7). Araştırma verileri değerlendirilirken değişken olarak cinsiyet, yaş, eğitim seviyesi, gelir düzeyi alınmış; istatistik analiz olarak X² testi kullanılmıştır.

BULGULAR ve TARTIŞMA

Demografik Özellikler

Manisa il merkezinde yaşayan ve ankete katılan 500 kişinin demografik özellikleri Çizelge 1'de verilmiştir. Ankete farklı yaş grubu, eğitim seviyesi ve gelir düzeyinden bireylerin katılımı sağlanmış olup, kadın/erkek katılımcı sayılarının

birbirine yakın olmasına dikkat edilmiştir. Katılımcıların büyük bir kısmının 15-25 yaş arasında (%34.0); %54.2'sinin kadın ve %45.8'sinin ise erkek olduğu belirlenmiştir. Ankete katılanların çoğunluğunu lise ve üzeri eğitime sahip tüketiciler (%81.2) oluşturmaktadır.

tüketilmektedir (Soru 3). Kadınların %54.0'ı ekmeği kahvaltıda tüketirken, erkeklerin %46.0'ı akşam yemeğinde tüketmektedir. Cinsiyet farkı gözetmeksizin, yaşın artmasına bağlı olarak akşam ekmek tüketiminin azaldığı ve yaş ($P<0.05$) ile gelir düzeyinin ($P=0.021$) bireylerin

Çizelge 1. Ankete Katılan Bireylerin Demografik Özellikleri
Table 1. Demographical Profiles of Survey Participants

Cinsiyet Gender	n	%	Eğitim Seviyesi Level of Education	n	%
Kadın Woman	271	54.2	Okur-yazar Olmayan Illiterate	4	0.8
Erkek Man	229	45.8	İlköğretim Primary School	90	18.0
			Lise High School	187	37.4
			Üniversite University	192	38.4
			Lisansüstü Postgraduate	27	5.4
Yaş Age	n	%	Gelir Düzeyi Level of Income	n	%
15-25 Yaş Arası Aged Between 15-25	170	34.0	750 TL altı Below 750 TL	36	7.2
26-35 Yaş Arası Aged Between 26-35	102	20.4	750-1500 TL Between 750-1500 TL	145	29.0
36-45 Yaş Arası Aged Between 36-45	113	22.6	1501-3000 TL Between 1501-3000 TL	197	39.4
46-55 Yaş Arası Aged Between 46-55	64	12.8	3001-5000 TL Between 3001-5000 TL	100	20.0
56-65 Yaş Arası Aged Between 56-65	36	7.2	5000 TL üzeri Above 5000 TL	22	4.4
66-82 Yaş Arası Aged Between 66-82	15	3.0			

Ekmek Tüketim Alışkanlıklarının İrdelenmesi

Çizelge 2 araştırmaya katılanlara sorulan sorularla cinsiyet, yaş, eğitim seviyesi ve gelir seviyesi arasındaki ilişkileri göstermektedir. Araştırmaya katılanlara ilk olarak düzenli olarak ekmek tüketip tüketmedikleri sorulmuştur (Soru 1). Kadınların %90.0'ı, erkeklerin %92.1'i olmak üzere toplam 455 kişi düzenli olarak ekmek tükettiklerini ifade etmiştir. Sonraki anket soruları düzenli ekmek tüketen 455 kişiye yöneltilmiştir. Düzenli ekmek tüketimiyle bireylerin eğitim ve gelir durumları arasındaki ilişkilerin önemli olduğu belirlenmiştir ($P=0.031$, $P=0.038$). Ekmek tüketmeme sebepleri arasında şeker hastalığı, çölyak hastalığı ve kilo alma riski yer almaktadır. Kadınlarda ekmek tüketme nedeni olarak bazı yemeklerle yeme ihtiyacı öne çıkarken, erkekler ekmeği doyurucu olması sebebiyle tercih ettiklerini belirtmişlerdir (Soru 2). Demografik değişkenlere bağlı olarak değerlendirme yapıldığında ekmek tüketim sebebi ile cinsiyet ve gelir seviyesi arasındaki ilişkilerin anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($P<0.001$). Gelir seviyesindeki artışa bağlı olarak ekmeği bazı yemeklerle yeme ihtiyacı duyduğu için tükettiğini belirten bireylerin oranının da arttığı belirlenmiştir.

Ekmek %48.3 oranında kahvaltıda, %44.4 oranında akşam yemeğinde, %17.1 oranında öğle yemeğinde

ekmek tüketme öğünü üzerine etkili olduğu saptanmıştır. Bal ve ark. (8) Tokat'ta yaptıkları çalışmada ailelerin ekmeği en çok kahvaltıda (%84.6) olmak üzere akşam (%80.9), öğlen (%58.8) ve ara öğünlerde (%28.7) tükettiklerini belirlemişlerdir.

Araştırmaya katılanların %55.0'ı günde en fazla yarım ekmek, %31.0'ı bir ve birden fazla ekmek tükettiğini belirtmiştir (Soru 4). Kadınların büyük bir kısmı yarım ekmekten az, erkeklerin büyük bir kısmı ise bir ve birden fazla beyaz ekmek tüketmektedir. Günlük beyaz ekmek tüketimi ile cinsiyet, yaş ve eğitim durumu arasındaki ilişkilerin önemli olduğu saptanmıştır ($P<0.05$). Yaşın artmasıyla birlikte beyaz ekmek tüketiminin de arttığı belirlenmiştir. Akgümüş (9) yaptığı çalışmada Sivas'taki tüketicilerin %32.0'ının bir öğünde yarım ekmek, %23.0'ının bir ekmek, %22.0'sinin çeyrek ekmek, %14.0'ının iki dilim ekmek, %5.0'ının bir dilim ekmek ve %4.0'ının de birden fazla ekmek tükettiklerini belirlemiştir. Ayrıca aynı çalışmada bir öğünde tüketilen ekmek miktarı ile cinsiyet, yaş ve eğitim durumu arasındaki ilişkilerin anlamlı olduğu belirlenmiş ($P<0.05$) olup, bu sonuç çalışmamızla benzerlik göstermektedir.

Beyaz ekmek tükettiğini ifade eden katılımcılara 'Neden beyaz ekmek tüketiyorsunuz?' sorusu

Çizelge 2. Ankete Katılan Bireylerin Demografik Özellikleri ile Anket Soruları Arasındaki İlişkilerin χ^2 ve P değerleri
Table 2. χ^2 and P Values of the Relation Between Demographical Properties and Survey Participants

	Cinsiyet Gender		Yaş Age		Eğitim Seviyesi Educational Level		Gelir Düzeyi Level of Income	
	χ^2	P	χ^2	P	χ^2	P	χ^2	P
Soru 1	0.67	0.413	5.37	0.372	10.66	0.031	10.17	0.038
Soru 2	44.87	0.000	87.68	0.150	57.06	0.584	110.94	0.000
Soru 3	35.37	0.000	87.50	0.000	23.67	0.257	34.86	0.021
Soru 4	80.20	0.000	48.70	0.017	57.80	0.000	32.64	0.112
Soru 5	25.80	0.007	41.64	0.908	45.54	0.408	41.82	0.566
Soru 6	45.48	0.189	190.32	0.480	159.64	0.319	177.63	0.076
Soru 7	21.10	0.001	20.64	0.713	10.69	0.954	27.57	0.120
Soru 8	18.35	0.433	122.74	0.012	109.51	0.003	88.03	0.096
Soru 9	3.16	0.531	35.08	0.020	21.64	0.155	20.88	0.183
Soru 10	61.86	0.000	173.42	0.029	136.22	0.060	155.33	0.004
Soru 11	15.95	0.316	65.51	0.630	83.56	0.010	87.62	0.004
Soru 12	12.45	0.331	35.14	0.828	34.14	0.413	45.54	0.408
Soru 13	42.22	0.054	138.27	0.641	116.62	0.466	126.02	0.247
Soru 14	18.91	0.000	4.11	0.534	3.92	0.417	4.83	0.305
Soru 15	18.72	0.000	6.41	0.269	7.61	0.107	4.93	0.295
Soru 16	2.59	0.459	33.57	0.004	18.81	0.093	7.01	0.857
Soru 17	0.01	0.920	4.14	0.530	5.04	0.283	2.61	0.625
Soru 18	6.09	0.638	54.46	0.063	45.08	0.062	40.87	0.135
Soru 19	11.27	0.046	35.88	0.073	19.21	0.508	12.53	0.897
Soru 20	28.75	0.230	110.87	0.713	115.13	0.089	145.14	0.001
Soru 21	22.08	0.280	98.62	0.379	59.82	0.914	74.11	0.540
Soru 22	12.8	0.000	16.91	0.005	5.30	0.258	3.57	0.467
Soru 23	33.36	0.000	103.22	0.000	56.07	0.105	67.59	0.013
Soru 24	5.22	0.633	82.65	0.000	55.10	0.017	31.15	0.311
Soru 25	14.74	0.324	63.49	0.530	46.13	0.703	84.36	0.003

yöneltildiğinde (Soru 5), %45.0'i tadının beğenilmesi, %40.0'ı kolay bulunması, %8.0'ı ucuz olması, %5.0'ı diğer sebepler ve %2.0'ı sağlıklı olması cevaplarını vermiştir. Cinsiyet ile beyaz ekmeğin tüketim sebepleri arasındaki ilişkinin önemli olduğu tespit edilmiştir ($P=0.007$). Erkeklerde beyaz ekmeğin kolay bulunması en önemli tüketim nedeniyken, kadınlar tadını beğendikleri için beyaz ekmeği tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Kadınlarda eğitim seviyesi arttıkça beyaz ekmeğin tüketme nedeni olarak kolay bulunabilme seçeneğinin yerini tadının beğenilmesi seçeneği almıştır. Cinsiyet farkı gözetmeksizin eğitim durumunun artmasıyla ekmeğin fiyatının önemsenmediği de tespit edilmiştir.

Araştırmada genelde beyaz ekmeğin tüketildiği, diğer ekmeğin çeşitleri tüketiminin ise alışkanlık haline gelmediği belirlenmiştir. Beyaz ekmeğin dışındaki ekmeğin çeşitlerini tüketenlerin %50.2'si tam buğday ekmeği, %46.0'ı kepekli ekmeğin, %29.4'ü çavdarlı ekmeğin tüketmektedir. Katılımcıların %21.0'ı nohutlu ekmeğin, mısırlı ekmeğin, yedi tahıllı ekmeğin, ruşeyimli ekmeğin, ekşi mayalı ekmeğin, lavaş vb. tükettiğini belirtmiştir

(Soru 6). Bu sonuç Demir ve Kartal (10) tarafından Konya ilinde yapılan çalışma ile de benzerlik göstermektedir. Ankete katılanların %44.0'ı diğer ekmeğin çeşitlerinden günde 2 dilim, %28.0'ı 4 dilim, %12.0'ı 8 dilim tükettiğini belirtmiştir (Soru 7). Farklı ekmeğin çeşitleri tüketim miktarı eğitim seviyesine paralel olarak artış göstermekle birlikte eğitim seviyesi etkisinin istatistiksel olarak önemli olmadığı bulunmuştur ($P>0.05$). Bununla birlikte, kadınların beyaz ekmeğin dışındaki ekmeğin çeşitlerini erkeklerden daha fazla miktarda tükettiği ve cinsiyet – tüketim miktarı ilişkisinin önemli olduğu belirlenmiştir ($P=0.001$). Beyaz ekmeğin dışındaki ekmeğin çeşitlerinin tüketilme nedenleri (Soru 8) ise %47.0 sağlıklı olması, %27.0 tadının beğenilmesi, %17.0 tavsiye edilmesi, %11.0 doyurucu olması, %6.0 çabuk bayatlamaması, %2.0 diğer şekilde sıralanmıştır. Elde edilen bu sonuçlar Demir ve Kartal (10) tarafından Konya merkezinde gerçekleştirilen araştırma sonuçları ile uyum göstermektedir. Bal ve ark. (8) yaptıkları çalışmada Tokat'ta tüketilen ekmeğin çeşidi ve tercih sebeplerini somun ekmeğin alışkanlık (%75.0) ve damak tadı (%44.3); çiçek ekmeğin pratiklik

(%55.9) ve alışkanlık (%44.1); Trabzon ekmeğinde damak tadı (%60.7) ve geç bayatlaması (%46.4); köy ekmeğinde damak tadı (%61.7) ve alışkanlık (%43.3); esmer ekmekte hijyen (%67.5) ve ambalajlı olması (%22.5); pidede Ramazan ayı olması (%71.0) ve damak tadı (%45.2) olarak belirlemişlerdir. Benzer sonuçlar Sivas ilinde yapılan çalışmada da elde edilmiş ve tüketicilerin %39.0'ı ekmeğin tat ve lezzetinin, %32.0'ı alışkanlıklarının, %12.0'ı besin değerinin, %11.0'ı fiyatının ve %5.0'ı ekmeğin dayanıklılığının ekmek tercihlerinde rol oynayan etmenler olduğunu bildirmişlerdir (9).

Tokat'ta yapılan çalışmada ailelerin çoğunluğunun (%70.6) somun ekmeğini tükettiği, bunu sırasıyla köy ekmeği (%22.1), kepekli/çavdar/tam buğday ekmeği gibi farklı şekillerde olan esmer ekmek (%14.7), çiçek ekmek (%12.1), pide (%11.4) ve Trabzon ekmeğinin (%10.3) takip ettiği görülmüştür (8). Konya ilinde yürütülen çalışmada da tüketicilerin beyaz ekmek (%75.0) kepekli ekmek (%52.0), çavdarlı ekmek (%15.0), karışık tahıllı ekmek (%11.0), tam buğday ekmeği (%11.0), mısırlı ekmek (%6.0) ve yulaflı ekmek (%5.0) tükettikleri ortaya konmuştur (10). Sivas'ta yaşayan tüketicilerin %50.0'ünün beyaz somun ekmeği, %22.0'ının pide, %13.0'ının tam buğday ekmeği, %8.0'ının kepekli ekmek, %6.0'ının yufka ve %1.0'ının diğer ekmek çeşitlerini tükettikleri saptanmıştır (9). Gül ve ark. (11) Adana ilindeki tüketiciler tarafından en fazla tercih edilen ekmek çeşidinin somun ekmek (%89.6) olduğunu belirlemişlerdir. Tekirdağ ilindeki tüketicilerin %78.0'ının beyaz buğday unu ekmeği, %14.0'ının pide, %7.0'ının kepekli ekmek ve %1.0'ının de çavdarlı ekmek tükettikleri belirlenmiştir (12).

Ekmek Satın Alma Alışkanlıklarının İrdelenmesi

Katılımcılara 'Hangi sıklıkla ekmek alırsınız?' sorusu (Soru 9) yöneltildiğinde %56.0'ı günde bir kez, %22.0'ı günde iki kez, %13.0'ı gün aşırı cevabını vermiştir. Ekmek satın alma sıklığının eğitim seviyesinin artmasına paralel olarak azaldığı fakat bu ilişkinin istatistiksel olarak önemsiz olduğu belirlenmiştir ($P>0.05$). Toprak Mahsulleri Ofisi tarafından Türkiye genelinde yapılan "Ekmek Tüketimiyle İlgili Tutum ve Davranışlar ile Ekmek İsrafı ve İsraf Üzerinde Etkili olan Faktörler Araştırması" isimli çalışmada hanelerde ekmek alım sıklığı sorusuna %70.9 oranında günde bir kez cevabının verildiği görülmüştür (2).

Ekmek satın alırken tercihi belirleyen etmenler

arasında damak zevkine uygunluk (%35.0) ile sağlıklı ve lifli olması (%34.0) seçenekleri birinci sıradadır (Soru 10). Bunları kolay bulunma (%25.0) ve fiyat (%6.0) seçenekleri takip etmektedir. Cinsiyet, yaş ve gelir düzeyinin ekmek satın alırken tercihi belirleyen etmenler üzerine etkisi istatistiksel açıdan önemlidir ($P<0.005$). Kadınlar ekmeğin damak zevklerine uygunluğuna önem verirken, erkekler kolay bulunmasını önemsemektedir. Tokat'ta yapılan çalışmada tüketicilerin ekmek satın alırken dikkat ettikleri unsurların iyi pişmiş olması (somun ekmeği, çiçek ekmek, Trabzon ekmeği, köy ekmeği ve pide), hijyenik koşullarda satılması (Trabzon ekmeği, köy ekmeği ve esmer ekmek), sıcak ve taze olması (somun ve çiçek ekmek) ve içerdiği kalori miktarı (esmer ekmek) olduğu belirlenmiştir (8). Tanık (12) tarafından yapılan çalışmada, Tekirdağ ilindeki tüketicilerin ekmek satın alırken önem verdiği kriterler tat ve lezzet, yenilebilirlik, görünüm, ekmek içi rengi, kabuk rengi, geç bayatlama, kabuk sertliği, ekmek içi yumuşaklığı, ağırlık, ambalaj, hacim (kabarma), fiyat, büyüklük ve katkı maddesi içerip içermemesi şeklinde sıralanmıştır. Benzer bir soruya Adana ilindeki tüketicilerin verdiği yanıtlar ise ekmeğin hijyenik olması, sıcak olması, fiyat ve görünümüdür (11). Toprak Mahsulleri Ofisi tarafından Türkiye genelinde yapılan çalışmada ise tüketicilerin ekmek satın alırken dikkat ettikleri hususlar; sıcak ve taze olması (%47.1), iyi pişmiş olması (%41.7), hijyenik şartlarda üretilip üretilmediği (%27.8), hijyenik şartlarda satılıp satılmadığı (%21.2), görünümü (%12.4), ucuz olması (%4.5), katkısız olması (%6.9), marka ve kalitesi (%4.4), besleyici olması (%4.5), doyurucu olması (%4.0), lezzeti (%0.6), ağırlığı/gramajı (%0.2), pişirme şekli (%0.6), tuzsuz/diyet olması (%0.3), ambalajlı olması (%0.3), yumuşak olması (%0.3), diğer faktörler (%0.1) olarak belirlenmiştir (2). Sivas'ta yapılan çalışmada tüketicilerin ekmek satın alırken en çok dikkat ettikleri 3 faktör; tat ve lezzet (%25.0), kalite (%19.0) ve yumuşaklık (%15.0) olarak belirlenmiştir (9).

Manisa'daki katılımcıların %58.0'ı ekmeği fırından alırken, %30.0'ı bakkaldan, %25.6'ı marketten satın almakta, %2.6'ı ise evde yapmayı tercih etmektedir (Soru 11). Eğitim ve gelir durumunun ekmeğin satın alındığı yer üzerine etkisi istatistiksel açıdan önemlidir (sırasıyla $P=0.010$, $P=0.004$). Evde ekmek yapmayı tercih eden tüketiciler sebeplerini içeriğinin biliniyor olması, katkısız ve temiz

olması, farklı tatların yaratılabilmesi ve ekonomik olması şeklinde sıralamışlardır (Soru 12). Konya ilindeki tüketicilerin %45.0'ı ekmeği marketten, %24.0'ı fırından, %13.0'ı bakkaldan, %4.0'ı ekmeğin bükelerinden, diğerleri ise rastgele bir yerden temin ettiğini belirtmiştir (10). Sivas'taki tüketicilerin de %40.0'ı ekmeği bakkaldan, %30.0'ı marketten, %21.0'ı fırından temin ettiğini; %5.0'ı ise evde kendisinin yaptığını ifade etmiştir (9). Adana'daki katılımcıların ekmeği satın aldıkları yerleri sıralamaları istenmiş ve bakkal, fırın ve marketin ilk üç sırayı aldığı belirlenmiştir (11). Tekirdağ ilinde tüketicilerin %43.0'ının ekmeği genelde fırından, %29.0'ının bakkaldan, %27.0'ının marketten ve %1.0'ünün diğer yerlerden satın aldıkları tespit edilmiştir (12).

Araştırmaya katılanlar tarafından ekmeğin satın alınan yerin yakın olması (%37.0) en çok tercih edilen seçenektir (Soru 13). Bunu kaliteli ve temiz olması (%30.0), ekmeğin taze ve sıcak temin edilebilirliği (%21.0) seçenekleri takip etmektedir. "Yakınlık" seçeneğinin Akgümüş (9) ile Demir ve Kartal (10) tarafından yapılan araştırmalarda da birinci sırada yer aldığı görülmektedir. Gül ve ark. (11) ise Adana'daki tüketicilerin tercihinde rol oynayan en önemli faktörün tazelik olduğu belirtmiştir.

Katılımcıların %60.0'ı ekmeğin ambalajlı olmasına dikkat etmemektedir (Soru 14). Bu oranın erkeklerde daha yüksek olduğu görülmüştür. Cinsiyet ile ambalajlı ekmeğin tüketimi arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu belirlenmiştir ($P<0.05$). Diğer yandan tahmin edilen aksine ambalajlı ekmeğin tüketimi üzerine eğitim seviyesinin etkisi yoktur ($P>0.05$). Benzer şekilde, markalı ekmeğin tüketimi üzerine yaş, eğitim seviyesi ve gelir seviyesinin etkisi yoktur (Soru 15). Bununla birlikte, cinsiyet ile ekmeğin marka bilinci arasındaki ilişkinin önemli olduğu belirlenmiştir ($P<0.05$). Kadınların %33.1'i, erkeklerin %15.3'ü markalı ekmeğin tüketimini ifade etmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre erkeklerin kadınlara kıyasla daha fazla miktarda ekmeğin tüketmeleri ve ekmeğin ambalajlı olmasına dikkat etmemeleri Akgümüş'ün (9) elde ettiği sonuçlarla paralellik göstermektedir.

Tüketi Bilincinin İrdelenmesi

Diğer ekmeğin çeşitlerinin içeriğiyle ilgili tüketici bilincinin ölçülmesi amacıyla araştırmaya katılanlara 'Diğer ekmeğin çeşitlerinin içeriğiyle ilgili olarak aşağıda verilenlerden hangisi doğrudur?' sorusu

yöneltilmiştir (Soru 16). Eğitim seviyesi arttıkça, doğru cevap olan "Büyük oranda buğday unu, daha az oranda çeşitli tahıl unlarından yapılmıştır." ifadesinin tercih edilme oranının da arttığı görülmüştür. Verilerin değerlendirilmesi sonucunda katılımcıların diğer ekmeğin çeşitlerinin büyük oranda buğday unu dışındaki unlardan (mısır, çavdar gibi) meydana geldiğini düşündükleri belirlenmiştir. Yaş değişkeninin bu soru üzerine etkisinin önemli olduğu tespit edilmiştir ($P=0.004$). Soruya doğru yanıt veren bireylerin büyük bir kısmının (%26.7) 15-25 yaş aralığında olduğu belirlenmiştir.

Katılımcılara "Daha önce satın aldığınız ekmeğin herhangi bir bozukluğa rastladınız mı?" sorusu yöneltilindiğinde (Soru 17), katılımcıların %46.4'ü "evet" cevabını vermiştir. Rastlanılan bozuklukların en büyük kısmını %54.0 ile ip, taş, kıl, yabancı madde oluşturmaktadır (Soru 18). Bunu arzu edilmeyen ekmeğin içi yapısı ve arzu edilmeyen ekmeğin kokusu takip etmektedir. Diğer seçeneklerin arasında sinek, jilet, para gibi yabancı maddeler de bulunmaktadır. Bireylere bozukluğa rastlamaları durumunda ne yaptıkları sorulduğunda %53.0'ı ekmeği attığını, %22.0'ı şikâyet ettiğini, %5.0'ı alınan yere geri götürdüğünü bildirmiştir (Soru 19). Diğer seçeneğini tercih eden %20.0'lik kısmın en yaygın şekilde verdiği cevap ise bozukluk görülün yerin ayrılıp kalan kısmının tüketilmesi olmuştur.

Ekmeğin Muhafaza Yöntemlerinin İrdelenmesi

Ekmeğin nasıl muhafaza ettikleri sorulan katılımcıların %52.0'ı ekmeğin oda sıcaklığında poşette, %17.0'ı buzdolabında poşet içinde, %14.0'ı ahşap kutuda, %6.0'ı bez torbada, %6.0'ı plastik kutuda, %4.0'ı dondurucuda poşet içinde sakladığını belirtmiştir (Soru 20). Ekmeğin muhafaza şekli ile tüketicilerin gelir seviyesi arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu belirlenmiştir ($P=0.001$). Benzer şekilde, Gül ve ark. (11) tarafından gerçekleştirilen çalışma sonucunda Adana'daki tüketicilerin %74.0'ının ekmeğin naylon poşet içinde, %29.3'ünün buzdolabında ve %24.0'ının plastik kutuda muhafaza ettiği belirlenmiştir. Sivas'taki tüketicilerin de ekmeğin çoğunlukla naylon poşette (%50.0), plastik veya metal saklama kaplarında (%27.0), buzdolabında naylon poşette (%12.0) muhafaza etmeyi tercih ettikleri ifade edilmiştir (9). Toprak Mahsulleri Ofisi tarafından yapılan araştırma, halkımızın ekmeğin genellikle oda şartlarında naylon poşette (%47.3) muhafaza ettiğini

ortaya koymuştur. Bunun yanı sıra ahşap ekmek kutusunda, buzdolabında poşet içinde, plastik saklama kabında, bez torbada veya sofraya bezine sararak da ekmeğin muhafaza edildiği belirlenmiştir (2). Manisa il merkezinde gerçekleştirilen bu çalışmanın sonuçları diğer illerde yapılan araştırma sonuçları ile uyum içindedir.

Ekmeğin bayatlaması ile ilgili düşüncelerini belirlemek üzere yöneltilen soruya (Soru 21) katılımcıların %51.4'ü ekmeğin bayatlamasının sertleşip ufalanmasıyla meydana geldiği cevabını vermişlerdir. Katılımcıların %21.3'ü küflenmesi, %20.6'sı alındığı gün tüketilmemesi, %6.7'si görüntüsünün bozulması, %4.5'i tadının değişmesi durumunda bayatladığını düşünmektedir. Tokat'ta yapılan çalışmaya göre, ekmek ufalanıyorsa (%80.0), küflenmişse (%67.7), sertleşmişse (%62.3), tadı değişmişse (%40.8), görüntüsü değişmişse (%45.4), o gün tüketilmemişse (%18.5) ve kokusu değişmişse (%3.1) bayatlamış olarak kabul edilmektedir (8). Bu çalışmanın sonuçları, Bal ve ark. (8) ile Akgümüş (9) tarafından yapılan çalışmaların sonuçları ile paralellik göstermektedir. Toprak Mahsulleri Ofisi tarafından yapılan araştırmaya göre tüketiciler; ekmeğin küflenmesi (%84.3), tadının değişmesi (%54.6), sertleşmesi ve kolayca ufalanması (%41.2), görüntüsünün bozulması (%20.4), alındığı gün tüketilmemesi (%5.3) ve soğuması (%1.4) durumunda tüketilemeyecek kadar bayatladığını düşünmektedirler (2).

Araştırmaya katılanların %82'si bayat ekmekleri değerlendirmektedir (Soru 22). Cinsiyet ve yaş ile bayat ekmeklerin değerlendirilmesi arasında istatistiksel açıdan önemli ilişkiler saptanmıştır (P<0.05). Kadınların %88.0'ı, erkeklerin %75.0'ı ekmeği değerlendirdiğini belirtmiştir. Ekmeği en fazla oranda değerlendiren tüketicilerin 15-25 (%31.0) ve 36-45 (%24.5) yaşları arasında olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların %38.3'ü ekmeği kurutarak, %24.9'u yemek yaparak, %24.3'ü diğer yollarla (tost, çorba yapma, hayvanlara verme) ve %16.1'i buzlukta saklayarak değerlendirmektedir (Soru 23). Tüm gelir gruplarında ekmeğin kurutulması değerlendirilmesi birinci sırayı alırken, 5000 TL ve üzeri gelire sahip tüketicilerin ekmeği buzlukta saklamayı pek tercih etmedikleri görülmüştür. Tokat'ta yürütülen araştırmada ailelerin %67.7'sinin bayat ekmeği kurutup kullandığı, %33.1'inin çöpe attığı, %30.0'unun hayvanlara verdiği, %16.2'sinin yemekte kullandığı ve %1.5'inin ise ısıtıp tükettiği saptanmıştır (8).

Katılımcıların %75.0'ı ekmeği çöpe atmadığını, %16.0'ı günde çeyrek ekmek, %7.0'ı ise günde yarım ekmek çöpe attığını belirtmiştir (Soru 24). Çöpe hiç ekmek atmama oranı kadınlarda daha yüksektir. Bunun olası sebebinin de kadınların erkeklere göre ekmeği daha fazla değerlendirme eğiliminde olmaları olduğu düşünülmektedir. İlköğretim mezunu tüketicilerin büyük bir kısmı (%90.0) ekmeği çöpe atmadığını ifade ederken, eğitim seviyesinin yükselmesiyle günde çeyrek ekmeği çöpe attığını belirten tüketicilerin sayısında artış olduğu görülmüştür. Ekmeğin israf edilmesindeki en önemli sebep olarak (%65.0) gereğinden fazla alınması gösterilmiştir (Soru 25). Bunu sırasıyla düzenli tüketilememesi (%20.0) ve ekmeğin çabuk bayatlaması (%11.0) takip etmektedir. Ekmeğin israf edilme nedenleri arasında gereğinden fazla alınması seçeneği bu çalışmaya benzer olarak Toprak Mahsulleri Ofisi (2) tarafından yapılan çalışmada da en yüksek orandadır. Gül ve ark. (11) araştırmalarında bayatlayan ekmeklerin kızartılarak yeniden tüketildiğini (%40.8), diğer yemeklerde kullanıldığını (%39.6), hayvanlara verildiğini (%19.0), çöpe atıldığını (%27.5) ve bir kısmının da buzdolabında saklanarak muhafaza edildiğini bildirmişlerdir. Tekirdağ ilindeki tüketicilerin %64.0'ı bayatlayan ekmeği kızartarak/tatlı yaparak/köfte harcı olarak kullanırken, %16.0'ı sütçüye verdiğini, %20.0'ı ise çöpe attığını belirtmiştir (12). Toprak Mahsulleri Ofisi (2) tarafından yapılan araştırmaya katılan tüketiciler ise satın alındığı gün tüketilemeyen ve dolayısıyla bayatlayan ekmekleri ekmeğin tatlısı yaparak (%75.9), ihtiyacı olanlara vererek (%52.7), köfte harcı olarak kullanarak (%19.2), tost yaparak (%18.5), ısıtıp/kızartıp (%17.7) veya çorba/sulu yemeklerle birlikte tüketerek (%13.2) değerlendirdiklerini belirtmişlerdir.

Ülkemizde yılda 9.2 milyon ton ekmek üretilmekte olup bu oran günde 101 milyon, yılda 37 milyar adet ekmeğe denk gelmektedir. Ülkemizde yıllık 1546 milyar TL değerinde 2.1 milyar adet ekmek israf edilmektedir. Ülke genelindeki israfın yanı sıra, hanelere kendi evlerinde ekmek israfı yaşanıp yaşanmadığı da sorulmuş, hanelerin %83'ü evlerinde ekmek israfı yaşanmadığını belirtmiştir. Bu sonuç hanelerin çoğunun sadece ekmeğin çöpe atılmasını israf olarak kabul ettiğini göstermektedir. Bir başka deyişle, hanelerin %17.0'si ara sıra çöpe ekmek attıkları için israf yaşandığını beyan etmiş olabilirler. Öte yandan, artan ekmeklerin hayvan yemi olarak değerlendirildiği haneler, bu davranışı

israf olarak algılamadıkları için israf olarak beyan etmemiş olmaları da olasıdır (2). Manisa il merkezindeki çalışmaya katılanların %75.0'ı ekmeği çöpe atmadığını; Sivas halkının % 56.0'ı ise ekmeğin israfı yapmadığını belirtmiştir (9).

SONUÇ

Manisa il merkezinde yapılan çalışma sonucunda katılımcıların cinsiyet, yaş, gelir düzeyi ve meslek gibi demografik özelliklerine göre tüketilen ekmeğin miktarında farklılıklar olduğu saptanmıştır. Ankete katılanların tamamına yakını her gün ekmeğin tüketmektedir. Kadınların erkeklerden daha az ekmeğin tükettiği; bununla birlikte diğer ekmeğin çeşitlerini erkeklerden daha fazla tükettiği belirlenmiştir. Tadını beğenildiği ve kolay ulaşılabilir olduğu için beyaz ekmeğin diğer ekmeğin çeşitlerinden daha fazla tüketilmektedir. Tam buğday ekmeği ve kepekli ekmeğin, ekmeğin çeşitleri arasında en çok tercih edilenler olmuştur. Bununla birlikte, beyaz ekmeğin dışındaki ekmeğin çeşitlerinin içeriğinin toplum tarafından doğru anlaşılmadığı da belirlenmiştir. Genelde toplumda oluşan ambalajlı ekmeğin tüketme görüşünün aksine, ekmeğin ambalajlı olmasına ve markasına önem verilmediği tespit edilmiştir. Katılımcıların ekmeği çöpe atmama ve değerlendirme konusunda genel olarak bilinçli olduğu gözlenmiştir. Ayrıca, besinsel açıdan daha üstün özelliklere sahip olan beyaz ekmeğin dışındaki ekmeğin çeşitleri hakkında tüketicilerin bilinçlendirilmesinin ve tüketiminin teşvik edilmesinin gerekli olduğu görülmüştür.

KAYNAKLAR

1. Talay M. 1997. *Ekmek Bilimi ve Teknolojisi*. Ray Filmcilik Matbaacılık, İstanbul, Türkiye, 120 s.
2. Anon 2013. Türkiye'de Ekmek İsrafı Araştırması. Toprak Mahsulleri Ofisi Genel Müdürlüğü, Ankara.
3. Karaoğlu MM. 2007. Organik Ekmek. *GIDA* 32 (4): 195-203.
4. Anon 2012. Türk Gıda Kodeksi. Ekmek ve Ekmek Çeşitleri Tebliği (2012/2). Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı. 4 Ocak 2012 tarih ve 28163 sayılı Resmi Gazete, Ankara.
5. Gül H, Dizlek H. 2008. Kepekli Ekmek Üretiminde Karşılaşılan Sorunlar. Türkiye 10.Gıda Kongresi, 21-23 Mayıs, Erzurum, Türkiye, 379-382.
6. Baş T. 2013. *Anket Nasıl Hazırlanır? Nasıl Uygulanır? Nasıl Değerlendirilir?* Seçkin Yayıncılık, Ankara, Türkiye, 263 s.
7. PASW Statistics 18. 2009. SPSS Inc, Chicago, USA.
8. Bal ZE, Sayılı M, Gözener M. 2013. Tokat İli Merkez İlçede Ailelerin Ekmek Tüketimleri Üzerine Bir Araştırma. *JAFAG* 30(1): 61-69.
9. Akgümüş ŞY. 2010. Sivas İlinde Ekmek Tüketim Alışkanlıkları ve Üretici-Tüketici Dinamiklerinin Belirlenmesi. Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Erzurum, Türkiye, 131 s.
10. Demir MK, Kartal H. 2012. Konya İlinde Farklı Ekmek Çeşitlerini Tüketen Bireyler Üzerinde Yapılan Bir Anket Çalışması. *Teknolojik Araştırmalar GTED* 7(3): 59-64.
11. Gül A, Işık H, Bal T, Özer S. 2003. Bread Consumption and Waste of Households in Urban Area of Adana Province. *EJPAU* 6(2): 10-16.
12. Tanık O. 2006. Ekmek Üretiminde Kalite Uygulamaları ve Müşteri Memnuniyet Dinamiklerinin Belirlenmesi. Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ, Türkiye, 85 s.