



Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
The Journal of Social Sciences Institute
Yıl/Year: 2019 – Sonbahar / Autumn Sayı/Issue: 45
Sayfa / Page:201-229

ISSN: 1302-6879 VAN/TURKEY
Makale Bilgisi / Article Info - Geliş/Received: 11.07.2019
Kabul/Accepted: 25.07.2019 - Araştırma Makalesi / Research Article

**TÜKETİCİLERİN SAĞLIKLI
GIDA ALGILARI VE
TÜKETİM DAVRANIŞLARI:
KEŞİFSEL
BİR ÇALIŞMA**

**HEALTHY FOOD
PERCEPTIONS AND CON-
SUMPTION BEHAVIOURS
OF CONSUMERS: AN
EXPLORATORY STUDY**

Doç. Dr. Sezen BOZYİĞİT

Tarsus Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi
Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü
ORCID:0000-0002-0951-3588, sbozyigit@tarsus.edu.tr

Gülden KILINÇ

Diyetisyen
ORCID: 0000-0002-7910-474, guldenkilinc@yahoo.com

Öz

Günümüzde tüketiciler gittikçe bilinçlenmiş ve sağlıkları hakkında daha çok endişelenir olmuşlardır. Bu nedenle de beslenme tarzlarına dikkat etmeye, sağlıklı bir hayat sürdürmeye ve “sağlıklı gıdalar” tüketmeye başlamışlardır. Alanyazında sağlıklı gıda olarak birçok gıdadan bahsedilse de aslında sağlıklı gıda kavramı sözü edilen kavramların sadece birini değil, birkaçını içermektedir. Tüketicilerin davranışları sağlıklı ürün üretmek isteyen üreticiler ve işletmeler için oldukça önemli bir konu olduğundan dolayı da bu araştırmanın amacı sağlıklı beslenen tüketicilerin “sağlıklı gıda” kavramından ne anladıklarını, hangi ürünleri sağlıklı olarak değerlendirdiklerini ve sağlıklı gıda tüketirken nelere dikkat ettiklerini ortaya çıkartmaktır. Araştırmanın örneklemini sağlıklı gıdalar tüketen 24 tüketici oluşturmaktadır. Katılımcılardan veriler derinlemesine görüşme yöntemi ile toplanmış ve içerik analizi ve betimsel analiz yöntemleri kullanılarak veriler analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, katılımcılar doğal ve ilaçsız gıdaları sağlıklı gıda olarak nitelendirmekte, sağlıklı gıdanın organik olmasını önemsemelerinin yanında üreticisine ve üretim sürecine de dikkat etmektedir. Bu nedenle analiz sonuçları olan doğal gıdalar da tüketiciler tarafından sıklıkla tercih edilmektedir. Sağlıklı gıda olarak en çok sebze-meyve, yumurta ve baklagiller tüketilmekte, bu ürünler genellikle internetten alınmakta, gıdaların en çok içeriği ve tarihi incelenmektedir. Son olarak katılımcılar sağlıklı gıdaların ambalajlarında sorunlar olduğunu düşünmektedirler.

Anahtar Kelimeler: sağlıklı gıda, organik gıda, doğal gıda, gıda güvenliği.

Abstract

Recently consumers have become increasingly conscious and they more concerned about their health. Therefore, they started to pay attention their diet and to sustain healthy life and to consume “healthy foods”. Although many foods are mentioned as a healthy food in the literature, actually healthy food concept contains not only one but also a few foods. The purpose of this research is to determine the perceptions of consumers in terms of the concept of healthy food, their product choice as a healthy food, the reasons for their choice, the issues they pay attention. When consuming healthy food, their behaviour is a very important issue for manufacturers and businesses who want to produce healthy products. The number of research sample consists of 24 consumers who consume healthy foods. Data were collected from the participants by in-depth interview method and the data were analyzed using content analysis and descriptive analysis methods. According to research results, The participants consider natural and non-medicated foods as healthy food, they pay attention that healthy food is organic as well as the producer and production process. Therefore, natural foods with analysis results are often preferred by consumers. Vegetable-fruit, eggs and legumes are consumed mostly as a healthy food, these products are generally taken from the internet and the contents and history of the foods are mostly examined. Lastly, participants think that there are problems in the packaging of healthy foods.

Keywords: healthy food, organic food, natural food, food security.

Giriş

Ekonomik, teknolojik ve kültürel dönüşümler toplumsal yapıyı değiştirmiş, toplumsal yapının değişmesi de insanların beslenme tarzına etki etmiştir. Eskiden gıdaların çoğu evde yapılmaktaydı. Hatta insanlar yiyebilecekleri kadar sebze ve meyveyi bahçelerinde yetiştirebilmekteydi. Ancak günümüzde şehirleşmenin artması, nüfusun kalabalıklaşması, kadının iş yaşamına katılması gibi birçok faktör bazı gıdaların dışarıdan temin edilmesine yol açmıştır. Dışarıda yemek yeme alışkanlığının artması, fast food restoranlar, hazır gıda sektörünün gelişmesi beraberinde bazı sağlık problemlerini de getirmiştir. Aşırı yağlı, tuzlu, şekerli gıdaların alımı, tüketilen gıdaların içerisindeki koruyucu maddeler obezite, kardiyovasküler hastalıklar ve kanser başta olmak üzere birçok hastalığı da tetiklemiştir. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü'nün (Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD) obezite ile ilgili olarak hazırladığı raporda (2017) beş yetiştikten ve altı çocuktan birinin obez olduğu, obez insan sayısının her yıl katlanarak arttığı, en fazla obez insanın yüzde 38.2 ile ABD ve yüzde 32.4 ile Meksika’da görüldüğü, Türkiye’deki obezite oranının ise yüzde 22.3 olduğu belirtilmiştir¹. İnsanların fazla kilolu

1 <https://www.oecd.org/> 09.07.2019

olması beraberinde diğer sağlık sorunlarını da getirmektedir. Son yıllarda genç kişilerin hatta çocukların kalp damar hastalıkları nedeniyle ölmesi, kanser vakalarının hızla artması beslenme ile sağlık arasındaki ilişkinin daha detaylı olarak incelenmesine neden olmuştur. Bu konuda Akbulut (2015:34) da günümüzdeki tüm kanserlerin yaklaşık üçte birinin beslenme ile ilişkili olduğunun düşünüldüğünü belirtmektedir. Yapılan araştırmaların artması, bu konuların kamuoyunu meşgul etmesi, tüketicilerin de bu konuya daha çok ilgi göstermesini sağlamıştır. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte daha çok araştıran, daha çok okuyan, hayat tarzına ve beslenmesine dikkat eden bilinçli bir tüketici kitlesi oluşmuştur.

Günümüzde tüketiciler sağlıkları hakkında daha çok endişelenir olduklarından dolayı, beslenme tarzlarına ve sağlıklı bir hayat sürdürmeye önem vermeye başlamışlardır (Hosni vd.,2017:85). Tüketicilerdeki bu davranış değişiklikleri de üreticilerin ve pazarlamacıların harekete geçmesine sebep olmuştur. Tüketiciler sağlıklı bir hayat sürmeye dikkat ettikleri için, spor merkezlerinin, sağlıklı gıdaların hatta yapılan diyetlerin sayıları ve türleri artmıştır. Tüm bunlara ek olarak alanyazına yeşil, organik, doğal ve fonksiyonel ürün/gıda gibi kavramlar girmiştir. Bu kavramların ortak paydası “sağlık” olsa da, aslında hepsi birbirinden farklı özelliklere sahip olan kavramlardır. Örneğin günlük olarak tüketilen yiyecek ve içeceklerin içeriğinin vitamin, antioksidan, yağ asidi gibi yönlerden zenginleştirilmesi ve geliştirilmesi fonksiyonel gıdaların ortaya çıkmasına yol açmıştır. Fonksiyonel gıdalar bir tüketicinin sağlığında, fiziksel aktivitelerinde veya ruhsal durumunda olumlu etkiye sahip, besleyici değeri de olan gıda veya gıda bileşeni olarak tanımlanmaktadır (Dölekoğlu vd.,2015:573). Tanımdan da anlaşılacağı gibi burada ön planda olan gıdanın içeriği ve sağlığa olan faydasıdır. Oysaki organik gıdalarda sağlığın yanında üretim sürecine ve çevreye vurgu yapılmaktadır. Sing, Singh ve Verma (2013:71) organik tarımın atmosfere ve doğaya zarar vermeksizin toprağın verimliliğinin zenginleştirme amacıyla yapıldığını, her aşamanın denetlendiğini ve bu yöntemle üretilen gıdalara organik sertifikaların verildiğini ifade etmektedir. Sertifikaya sahip olmadığı halde bazı işletmeler de hiçbir kimyasal kullanmadan ve doğaya zarar vermeden üretim yapmaktadır. Doğal ürünlerin üretildiği bu üretim biçiminin organikten temel farkı organik üretimin her aşamasında denetlenmesi ve bununla ilgili sertifika sahibi olunmasıdır. Bozyiğit ve Doğan (2016:34) ve “Doğal Besin Bilinçli Beslenme İşletmeleri (DBB)” (2015), “doğal ürünlerin, organik tarım standartlarının altında olmayan (yani sistemik kimyasalların kullanılmadığı) ve mümkün olduğunca bunun da ötesinde doğaya, biyoçeşitliliğe ve insan sağlığına saygılı yöntemlerle üretilen ürünler olduğunu” belirtmektedirler. Çevre düşünülerek üretilen diğer



bir ürün türü yeşil üründür. Yeşil ürünler çevreye zarar vermemenin amaçlandığı, üretim esnasında enerji ve kaynakların korunmasına, atıkların elimine edilmesine dikkat edildiği, insan ve hayvan sağlığına zararı olmayan ancak her aşamanın denetlenmediği ve sertifikasının olmadığı bir üretim biçimiyle üretilen ürünlerden oluşmaktadır.

Son zamanlarda tüketicilerin daha çok bilinçlenmeleri ve sağlıklarına dikkat etmeleri organik, doğal, yeşil ve fonksiyonel ürünleri/gıdaları ve gıda güvenliğini gündeme getirirse de bu kavramların odak noktalarının birbirlerinden farklı olduğu görülmüştür. Bu noktada da asıl mesele tüketicilerin “sağlıklı gıdalar”dan ne anladıklarının ve bu konuda nasıl davrandıklarının saptanmasıdır. Bu nedenle bu araştırmanın amacı sağlıklı beslendiğini düşünen tüketicilerin “sağlıklı gıda” kavramından ne anladıklarını, hangi ürünleri sağlıklı olarak değerlendirdiklerini ve sağlıklı gıda tüketirken nelere dikkat ettiklerini ortaya çıkartmaktır.

1. Sağlıklı Gıda Kavramı

Sağlıklı gıda kavramının basit bir tanımını yapmak pek mümkün değildir çünkü sağlıklı beslenmek özünde birçok açıdan ele alınması gereken bir kavramdır. Maalesef bu konuda kamuoyunda çok fazla yanlış bilgi veya bilgi kirliliği bulunmaktadır. Yıllarca yağdan uzak durarak beslenme tavsiye edilmiş olmasına rağmen, son zamanlarda ortaya çıkan ve sağlıklı çok fazla ilişkisi kurulan ketojenik beslenme yağ üzerine kurulu bir beslenme tarzıdır. Aynı şekilde yumurtanın kolesterolü tetiklediği bu nedenle yenmemesi gerektiği söylene de sonradan her gün yumurta yemenin sağlığa olan faydasından bahsedilmiştir (Aydın vd.,2014:26). Örneğin sağlıklı beslenmek denilince ilk başta yağ, tuz ve şekerden olabildiğince arındırılmış, sebze ve meyve ağırlıklı, karbonhidrattan ve zararlı içerikten uzak gıdalar tüketmek akla gelse de tüketilen sebze ve meyvenin toksin ve pestisit gibi ilaç kalıntılarını bulundurması bu gıdanın aslında pek de sağlıklı olmadığını ortaya çıkartmaktadır. Aslında burada önemli olan nokta bir gıdayı sağlıklı olarak değerlendirebilmek için sonuçtan ziyade sürece odaklanmanın gerekliliğidir. Gıdanın üretilmeye başlandığı andan tüketiciye ulaşıncaya kadar geçirdiği her bir evre gıdanın sağlıklı olmasına etki edebilmektedir. Bu noktada da gıda güvenliği ve güvenli gıda kavramları ön plana çıkmaktadır. Güvenli gıda insan sağlığına zararı olmayan gıda anlamına gelmektedir. Budak, Ataman ve Özkaya (2017:3) gıda güvenliğini şu şekilde tanımlamaktadırlar:

Gıda güvenliği; gıda hijyeni, gıda kaynaklı hastalıklar, gıda katkıları, bulaşanlar, veteriner ve tarım ilacı kalıntıları gibi bilimsel-teknik konuları olduğu kadar, gıda mevzuatı, denetim sistemleri ve sertifikasyon sistemleri gibi sisteme dair konuları da kapsamaktadır. Görüldüğü gibi

gıda güvenliğinin sağlanması, üretimin tüm aşamalarında sistemin tüm taraflarının üzerlerine düşeni tam olarak yapmalarıyla mümkün olmaktadır. Üretim zincirinin bir halkasında veya sistemin herhangi bir noktasında meydana gelen aksaklık, tüketime sunulan gıdanın güvenli olmamasına neden olacaktır.

Sağlıklı gıda üretiminin temeli güvenli gıdaya dayanmaktadır. Çünkü gıdanın üretiminden son tüketiciye ulaşma aşamasına gelinceye kadar sürece dahil olan herkesin sağlıklı gıda üretiminde bir sorumluluğu bulunmaktadır. Öncelikle üretilen gıdalarda kimyasal ve ilaç kalıntılarının bulunmamasına dikkat edilmesi gerekmektedir. Ancak bu yeterli değildir. Çünkü bu gıdaların taşınması, ambalajlanması, zamanında tüketilmesi gibi konulara önem verilmezse, ilk başta sağlıklı gibi görünen bir gıda maddesi sağlıksız hale gelebilecektir.

Alanyazın incelendiği zaman organik, doğal, yeşil, fonksiyonel ürün/gıda gibi kavramların sağlıkla ilgili olarak ele alınan konular olduğu görülmüştür. Bilimin ilerlemesi ve teknolojinin gelişmesi tarımda kullanılan yöntemlerin de değişmesini sağlamıştır. Üreticilerin ürünlerinden daha fazla verim alabilmek için ürünlerini ilaçlaması da hem hava ve toprağın kirlenmesine hem de bu ürünleri tüketen insanların sağlık sorunları ile karşılaşmasına yol açmıştır. Bu tarz sorunlar ile karşılaşan ve gittikçe kaygıları artan tüketiciler yeni arayışlara girmişlerdir. Bu arayışlar sonucu ortaya çıkan yöntemlerden birisi de organik gıda üretimidir. Organik gıda üretimi, olabildiğince az tarımsal girdi kullanarak ekolojik çeşitliliğin korunmasını ve iyileştirilmesini esas alan insan ve çevre odaklı bir üretim anlayışıdır (İnci v.d ,2017: 137). Sürdürülebilirliğe dayanan organik gıda üretimi yalnızca doğal kaynakların uzun vadede korunması ve verimliliklerinin garanti altına alınmasını değil, aynı zamanda; ekonomik, sosyal ve ekolojik açıdan dengeli bir tarım sistemini de hedeflemektedir (Demiryürek,2011:28). Organik gıda üretiminin her aşaması denetime tabidir ve bu denetimler sonucu ürünün organik olduğuna dair üreticiye sertifika verilmektedir. 1999 yılında dünya çapında 15,2 milyar dolar olan organik ürün pazar büyüklüğü, 2016 yılında 89,7 milyar dolara çıkmış, ABD 43,1 milyar dolarla pazarda ilk sırada yer almış ve Türkiye'nin organik ürün ihracat değeri de yaklaşık 500 milyon doları bulmuştur². Organik ürün pazarı hızlı bir şekilde büyüdüğü için bu pazarın hedef kitesinde yer alan tüketicilerin tüketim davranışlarının ve beklentilerinin saptanması önem taşımaktadır. Bu konuda Bahşi ve Akça (2019), tüketicilerin organik ürünleri kimyasal ilaçların kullanılmadığı ve sağlığa zararı olmayan ürünlerin yetiştirildiği tarım ürünü olarak tanımladığını, çoğunlukla köyde yetişen ürünlerin doğal ve organik olarak görüldüğünü,

² <https://www.tzob.org.tr>. 09.07.2019

tüketiciler tarafından organik ürünlerin satın alınmasındaki en önemli nedenin sağlıklı olması, satın alınmamasındaki en önemli faktörün ise temin etmenin zorluğu ve fiyat pahalılığı olduğunu vurgulamışlardır. İnci v.d (2017), tüketicilerin en çok yaş sebze-meyve, süt ve süt ürünleri, organik et, yumurta ve bal tükettiklerini, kadınların erkeklere oranla daha fazla organik ürün tüketme eğiliminde olduğunu, lise ve üniversite mezunu tüketicilerin diğer bireylere göre daha fazla organik ürün tükettiklerini, tüketicilerin organik ürün tüketirken sağlığa zararlı olmaması faktörüne çok dikkat ettiklerini, ancak besin değeri faktörüne çok fazla önem vermediklerini saptamışlardır. Karanjac, Tankosić ve Knežević (2017) organik ürün satın alan tüketicilerin çoğunluğunun 31-40 yaş aralığında bulunduğunu, kadın ve üniversite mezunu olduklarını, ürünlerin tüm aile için ayda bir veya birkaç kez satın alındığını, en çok sebze, meyve, tahıl ve süt ürünlerine talep olduğunu, bu ürünlerin marketlerden, üreticilerden ve bu tarz ürünleri satan butik dükkanlardan temin edildiğini, tüketicilerin kendilerinin ve çocuklarının sağlığı için organik ürüne yöneldiklerini ve organik ürünlerde en çok yüksek fiyattan ve ürüne ulaşamamadan şikayet edildiğini tespit etmişlerdir.

Bazı işletmeler doğal üretim yaptıklarını belirtmektedirler. Doğal ürün kavramı, üzerinde yoğun tartışmalar yaşandığı bir kavramdır. Çünkü bu kavram kullanılarak tüketiciler çok rahat kandırılabilir. Bu nedenle 2017 yılında Tarım Bakanlığı “gerçek”, “hakiki”, “%100 doğal” gibi kavramların ürün etiketlerinde kullanılmasını yasaklamıştır. Bir ürünün doğal olması onun organik olduğu anlamına gelmemektedir. Koç (2009: 45) organik ürünün, sentetik gübre ve pestisit kullanılmadan üretildiğini, organik kelimesinin üretim metodları ile ilgili olduğunu, işleme veya diğer takip eden süreçlerle çok fazla bağlantısının bulunmadığını, bir ürünün içeriğinde organik ürünler bulunmasına rağmen “doğal” olmayan ürünlerin de kullanılabileceğini belirtmektedir. Doğal ürün üreten işletmelerin bazıları Türkiye’de “Doğal Besin, Bilinçli Beslenme Ağı (DBB)” adıyla bir topluluk kurmuşlardır. Bu toplulukta bulunan işletmeler “üretimini hiçbir aşamasında doğaya ve insan sağlığına zararlı yöntem ve girdilerin (örneğin, sistemik kimyasallar içeren zirai ilaçlar ve katkıları) kullanılmadığı, biyoçeşitliliğe, insan sağlığına ve emeğe saygılı şekilde üretilen ürünler” ürettiklerini dile getirmektedir (DBB,2019). Topluluğa üye işletmeler yerel üretim-yerel tüketim ilkesine önem vermekte, tüketicilerin üreticilere daha kolay ulaşmasını hedeflemektedir. Gıda Pazarlama Enstitüsü (Food Marketing Institute, FMI) (2007), sağlıklı yaşamın hastalıkları önlemenin ve çevreyi korumanın bilinçli tüketiciler için önemli unsurlar olduğunu, geleneksel ürünlere bir alternatif olarak doğal ve organik ürünlerin üretilmeye başlandığını vurgulamışlardır.

Doğal ürün üreten işletmeler her ne kadar kimyasal kullanmadan, ilaçsız tarım yöntemlerini kullanıp insan sağlığını önemseseler de, yaptıkları üretim devlet denetimine ve sertifika sürecine dâhil değildir. Ürün ve üretim ölçütleri konusunda temel mekanizmaları kolektif gözetim ve dayanışmadır (DBB,2019). Aslında doğal üretim yasal olarak denetime tabi olmadığından dolayı üreticinin vicdanına kalmış bir üretim biçimidir. Bu nedenle bazı işletmeler tüketicide güven sağlamak adına ürünlerini analize göndermekte ve analiz sonuçlarını yayınlamaya ürünlerinde sağlığa aykırı bir unsur olmadığını belgelemektedir. Doğal ürünlerle ilgili olarak yapılan çok fazla çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu konuda Bozyiğit ve Doğan (2016) organik ve doğal ürün üreticileriyle yaptıkları çalışmada, her iki üretici grubun da hedef kitlesinde gelir bakımından üst düzeyde olan, sağlıklı yaşamaya önem veren ve bilinçli tüketicilerin olduğunu, tutundurma aracı olarak en çok sosyal medya ve ağızdan ağıza iletişimin kullanıldığını ifade etmişlerdir.

Bilinçli tüketimle birlikte ele alınan konulardan birisi de yeşil ürün kavramıdır. Bir ürünün yeşil ürün olarak nitelendirilebilmesi için insan ya da hayvan sağlığını tehlikeye atmaması, üretim, kullanım ya da ortadan kaldırma süreci boyunca aşırı miktarda enerji ve diğer kaynakları tüketmemesi, çevreye zarar vermemesi, fazla ambalaj ya da kısa yaşam süresi nedeni ile gereksiz atıklara neden olmaması, gereksiz kullanımı özendirmemesi gerekmektedir (Moisande,2007:405). Yeşil ürün kavramı aslında yeşil pazarlamanın bir parçasıdır. Çünkü yeşil pazarlama içerisinde yeşil ürün, yeşil dağıtım, yeşil ambalajlama gibi olguları içermektedir. Yeşil ürün satın alan tüketicilerin davranışlarını inceleyen birçok çalışma yapılmıştır. Örneğin Karaca (2013) çalışmasında, yeşil ürün satın alan tüketicilerin sağlıklı olmak ve çevreyi korumak amacıyla satın alma davranışında bulduklarını, yeşil ürünlerle ilgili olarak en çok pahalılık ve bulamama problemi yaşadıklarını saptamıştır. Agyeman (2014) fiyatın, çevresel bilincin, ürünün kalitesinin ve markasının, bulunabilirliğinin ve sağlamlığının tüketicilerin yeşil ürün satın almasını etkilediğini vurgulamaktadır. Şahin, Meral ve Aytıp (2016), yeşil pazarlama konusunda tüketici algılarını değerlendirdikleri çalışmalarında, tüketicilerin en çok sağlıklarını korumak için yeşil ürün tükettiklerini, en fazla gıda ürünlerini yeşil ürün olarak satın aldıklarını, en önemli yeşil ürün tüketmeme nedeninin bulma sorunu olduğunu, tüketicilerin çoğunluğunun çevreye dost yoldan üretilen, işlenen ve paketlenen ürünlere daha fazla ödeme yapmayı kabul ettiğini ve ürünlerin içinde kimyasal katkı maddeleri olup olmadığına çok fazla dikkat ettiklerini tespit etmişlerdir. Shamsi ve Siddiqui (2017) ise yaptıkları çalışmayla yeşil tüketicilerin çevresel sorunlar ve kişisel bilinç nedeniyle yeşil ürün satın aldıklarını, fiyat ve ürünlerin bulunamamasının

tüketicileri sıkıntıya soktuğunu ifade etmişlerdir.

Martirosyan ve Singh (2015) sahip olduğu geleneksel besinlerin ötesinde bir sağlık yararı sağlayabilecek herhangi değiştirilmiş gıda veya gıda maddesi içeren besinleri fonksiyonel gıda olarak tanımlamıştır. Fonksiyonel gıdalara ilişkin iki temel yaklaşım söz konusudur (Açu, 2004:2): Bunlardan ilki, içerisinde bulunan bir bileşenden dolayı fonksiyonel olan gıdalar diğeri ise, içeriğine belirli bir bileşenin katılması ya da içeriğinden belirli bir bileşenin çıkarılması ile bu özelliği kazanan ürünlerdir. İlkinde doğallık, ikinci grupta ise dışarıdan müdahale söz konusudur. Fonksiyonel ürünlerin aşırı kullanılmasının içerdiği bileşenlerden dolayı toksik etki yapabileceği ve bazı bileşenlerin kanser, kalp hastalıkları ve doğum kontrol ile ilgili ilaçlarla etkileşime girmesi sonucu beklenmeyen ve öngörülemeyen etkilerle karşılaşılmasının olası olması nedeniyle bu tarz gıdalar eleştirilmesine rağmen fonksiyonel gıda ürünlerinin tüketiciler tarafından benimsenme oranı gün geçtikçe artmaktadır. (Özdemir v.d., 2009:1083). Bu durum da bu konuda yapılan çalışmaların sayısını arttırmıştır. Hacıoğlu ve Kurt (2012), çalışmalarında tüketicilerin en çok kullandıkları fonksiyonel gıda ürünlerinin, maden suyu, tahıllı diyet bisküvi ve tahıl yönünden zengin kahvaltılık gevrek olduğunu belirtirken, tüketicilerin fonksiyonel gıda ürünlerini tüketmelerini sağlayan sağlık unsuru ile ilgili en önemli üç özelliğin ise sırasıyla; fonksiyonel gıdaların sağlıklı gut bakterisini artırması, zayıflamaya ve çocukların gelişimi ve büyümesine yardımcı olması olduğunu saptamışlardır. Anamaria (2015), fonksiyonel gıda tüketenlerin yarıdan fazlasının kadın, evli ve 35-45 yaş aralığında olduğunu, kilo fazlalığı, alerji intoleransı, kalp hastalıkları, diyabet, vejeteryan diyet ve spor nedeniyle bu tarz ürünleri tükettiklerini, bu ürünler hakkındaki bilgiyi en çok ürün etiketleri, doktorlar ve reklamlardan edindiklerini dile getirmektedir. Sevilmiş, Olgun ve Artukoğlu (2017), fonksiyonel ürün tüketmede etkili olan nedenlerin; tüketiciler tarafından sağlığa yararlı olduğunun düşünülmesi, bu ürünlerin tatlarının hoş gitmesi ve kaliteli olduğuna inanılması gibi faktörler olduğunu, fonksiyonel ürünlerin tüketimlerin seçiminde önceki deneyimlerden memnun olma, televizyon reklamları ve sağlık problemlerinden kaynaklanan nedenlerin etkisinin bulunduğunu, sağlık faydasına, markasına ve ambalaj üzerinde yer alan açıklamalara bakılarak bu ürünlerin seçildiğini vurgulamaktadırlar.

2. Araştırmanın Yöntemi

Bu kısımda araştırmanın amacı ve önemi, evreni ve örnekleme, veri toplama ve analiz yöntemi ile geçerlik ve güvenilirlik bilgilerine yer verilmiştir.

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Her canlı için beslenmek temel ihtiyaçların başında gelmektedir. İnsanoğlu için ise sağlıklı yaşam ve sağlıklı beslenmenin altın kurallarından birisi güvenli besinleri tüketmekten geçmektedir. Ancak yaşadığımız dönemde ürün çeşitliliğinin artmış olması ve bu ürünlerin tarladan tüketicilerin sofrasına kadar uzanan basamaklarda çeşitli işlemlere maruz kalması çoğu kez çok da sağlıklı olmayan gıdaların tüketilmesine neden olmaktadır. 2018 Mart ayında Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından 173 firmaya ait aralarında et ve et ürünleri, bitkisel yağ, bal, çikolata ve enerji içeceği, süt ve süt ürünleri ve takviye edici gıdaların da bulunduğu 282 parti üründe taklit ve tağşiş yapıldığı açıklanmıştır³. Maalesef bu ürünlerin içerisinde sağlığa yararlı diye kullanılan besinler de bulunmaktadır. Yani beslenme ile sağlık arasındaki ilişki basit değil aslında oldukça dikkat edilmesi gereken karmaşık bir süreçtir. Bu ilişki, gıda ürünlerinin üretilmesinden son tüketiciye ulaşıncaya kadar geçen her sürece aşırı dikkat edilmesini ve önem gösterilmesini içermektedir. Bu konu hakkında önemli tespitlerde bulunan Kocatepe ve Tırıl (2015:58) şunları dile getirmektedirler:

Tarımsal üretimi takip eden işleme süreci ile birlikte bir bütün olarak ele alınması gereken gıda üretimi, bu sürecin her aşamasındaki katkılar ve işleme tekniklerini değerlendirmeyi zorunlu kılmaktadır. Tarımsal üretim aşamasından endüstriyel üretim süreçlerine kadar Genetiği ile Oynanmış Organizma (GDO) ürünler, pestisit ve antibiyotik kalıntıları, trans yağlar, aşırı tuz ve gıda katkı maddeleri modern insanın günlük yaşamında önemli bir yer tutan hazır gıdaların sağlık sorunlarına yol açmasına neden olmaktadır. Halkın büyük bir bölümünün bilinçsizce tükettiği, aralarında alerjen ve karsinojen etkileri olabilecek maddeleri de içeren gıdalar birçok sağlık sorununu da beraberinde getirmektedir. Son yıllarda artan kanser, alerji, obezite ve kalp krizi vakaları gibi toplumun her kesimini etkileyen sağlık sorunları ile geleneksel beslenmenin terkedilmesi arasında ilişki olduğu bilinmektedir.

Bilinçli tüketici yukarıda sayılan nedenlerden dolayı geleneksel ürünleri terk etmeye başlamış ve yeni arayışlar içerisine girmiştir. Bu arayışlar da organik, doğal, yeşil, fonksiyonel gibi bilinç ve sağlıkla ilişkisi kurulan yeni gıda türlerini ortaya çıkartmıştır. Alanyazın incelendiği zaman bu tür ürünler ve bu tür ürünleri tüketen tüketici davranışları ile ilgili (doğal ürünler hariç) hem yurtiçinde hem yurtdışında birçok çalışmanın (Koç,2009;Hacıoğlu ve Kurt,2012; Karaca,2013;Agyman, 2014;Anamaria, 2015; İnci v.d. 2017;Shamsi ve Siddiqui, 2017; Bahşi ve Akça, 2019)

3 <https://www.sabah.com.tr.11.07.2019>



yapıldığı görülmüştür. Hem bu konularda birçok çalışmanın yapılmış olması hem de sağlıklı gıda kavramının yukarıda sayılan konulardan sadece birini değil, birkaçını da içerisine alan bir kavram olması nedeniyle araştırmada yukarıda sayılan konular özellikle kullanılmamış, onun yerine “sağlıklı gıda” kavramı tercih edilmiştir. Sağlıklı gıda kavramı oldukça kapsamlı bir konu olduğu için tüketicinin sağlıklı gıda ile ilgili olarak ne tür beklentileri ve davranışlarının olduğunu tespit etmeye yönelik doğrudan “sağlıklı gıda” ile ilgili olarak yapılmış bir çalışmaya da rastlanılmamıştır. Bu nedenle bu araştırmanın amacı sağlıklı beslendiğini düşünen tüketicilerin “sağlıklı gıda” kavramından ne anladıklarını, hangi ürünleri sağlıklı olarak değerlendirdiklerini ve sağlıklı gıda tüketirken nelere dikkat ettiklerini ortaya çıkartmaktır. Ek olarak araştırmada daha detaylı bilgiler elde edebilmek için nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine görüşme yöntemi ile verilerin toplanması tercih edilmiştir.

Araştırmada tüketicilerin nasıl davrandığının belirlenmesi yanında neden böyle davrandıkları ile ilgili de cevaplar elde edilmiştir. Derinlemesine görüşme yönteminde sorular açık uçlu sorulduğu ve cevaplar tamamen katılımcıya bırakıldığı için daha kapsamlı sonuçlara ulaşılmıştır. Bu nedenle de araştırmanın öncelikle sağlıklı beslenen ve/veya beslenmeye çalışan tüketicilere, sağlıklı beslenen tüketicilerin tüketim davranışlarını ve sorunlarını tespit ettiği için sağlıklı ürünler üretmek isteyen işletmelere/ üreticilere ve alanyazına katkı sağlayacağı umulmaktadır.

2.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Türkiye’de yaşayan, sağlıklı beslenen tüketiciler oluşturmaktadır. Türkiye’de sağlıklı beslenen kaç kişinin bulunduğu ile ilgili bir bilgiye ulaşmak mümkün olmadığı için araştırmanın evreni hakkında net bir sayı verilememiştir. Bu nedenle de araştırma örneklem üzerinden gerçekleştirilmiştir. Örneklem girecek katılımcıların seçiminde öncelikle kartopu örneklem yönteminin kullanılması düşünülmüştür. Kartopu örneklem yöntemi potansiyel katılımcıların çok fazla bilinmediği ve ulaşılması güç katılımcıların örneklem dahil edilmek istendiği çalışmalarda kullanılabilir en iyi örneklem seçme yöntemlerinden birisi olduğu için araştırmada tercih edilmiştir (Gürbüz ve Şahin, 2017:133). Bu bağlamda öncelikle sağlıklı beslenen bir tüketiciye ulaşılmıştır. Bu tüketiciyle yapılan görüşme sonrasında İstanbul’da sağlıklı beslenmeyle ilgili bir eğitim toplantısının yapılacağı ve sağlıklı beslenen birçok tüketicinin bu toplantıya katılacağı bilgisi edinilmiştir. Bunun üzerine araştırmacılar bu toplantıya katılmış, toplantıda bulunan 15 kişi ile toplantı yapılan otelde, örneklem dahil edilen kişilerin yönlendirmesi sonucu bağlantı kurulan dokuz kişi ile de iş yerlerinde ve evlerinde

görülmüştür.

Araştırmanın örneklemini İstanbul, Malatya, Ankara, Adana, Kütahya’da ikamet eden tüketiciler oluşturmaktadır. Ancak örneklemin kaç kişiden oluşacağına araştırmanın başında karar verilmemiştir. Nitel çalışmalar nicel çalışmalar gibi olmadığından dolayı, bu tür çalışmalarda örneklem sayısı ile ilgili farklı görüşler mevcut olup nicel çalışmalardaki gibi hesaplamalar yapmak ya da belirli bir sayı vermek çok olası olmamaktadır. Örneğin Başkale (2016:27), nitel çalışmalar için ideal bir örneklem büyüklüğünün hesaplanamayacağını, nitel araştırmaların amacının sonuçlarını tüm evrene genellemek olmadığını, bir ya da iki vakanın (ör. bireyler, gruplar) yeterli olduğunu ifade etmiştir. Yıldırım ve Şimşek (2013:143) ise “araştırma sorularının yanıtı olabilecek kavramların tekrar etmeye başladığı aşamaya kadar veri toplamaya devam edilmesini, verilerin birbirini tekrar etmeye başladığı noktada da örnekleme katılımcı eklemeye son verilmesini” tavsiye etmektedir. Bu görüşler doğrultusunda araştırmaya katılımcı eklemeye cevapların birbirini tekrar etmeye başladığı 24. kişiden sonra son verilmiş ve araştırma toplam 24 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir.

2.3 Araştırmanın Veri Toplama ve Analiz Yöntemi

Araştırmanın amacı ve alanyazında aktarılan bilgiler doğrultusunda araştırmada aşağıdaki ana soruların cevabı aranmıştır:

1. Tüketiciler sağlıklı gıda denilince ne anlamaktadırlar?
2. Tüketiciler sağlıklı gıda alırken nelere dikkat etmektedirler?
3. Tüketiciler sağlıklı gıda satın alırken ürün, fiyat, tutundurma konularında nasıl davranmaktadırlar?

Bu sorulara cevap bulabilmek için araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılmış ve veri toplama yöntemi olarak derinlemesine görüşme kullanılmıştır. Çakır ve İrez (2018:341) duygu, düşünce ve niyetleri gözlemleyemeyeceğimizi, bu gibi durumlarda insanlara soru sormanın gerekli olduğunu ve amacı diğer insanların bakış açısına ulaşmak olan derinlemesine görüşmelerin de bu şartlarda başvurulacak en iyi veri toplama yöntemlerinden biri olduğunu ifade etmektedir. Derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmeden önce, ana sorulara uygun olarak araştırmacılar tarafından alt sorular oluşturulmuş ve böylelikle de görüşme formu hazırlanmıştır. Görüşme formunda ilk olarak katılımcılardan sağlıklı gıda satın alma konusunda kendilerine 1 ila 10 arasında bir puan vermeleri istenmiştir. Katılımcılara kartopu örneklem yöntemi ile ulaşılmış olmasına rağmen, bu soru ile katılımcıların ne ölçüde ve ne sıklıkla sağlıklı gıda satın alan tüketiciler olduklarının sağlanması yapılmış ve kendisini ortalamanın

üstünde değerlendiren katılımcılar örnekleme dahil edilmiştir. Daha sonra katılımcıların sağlıklı gıda kavramından ne anladıkları, kaç yıldır ve neden sağlıklı beslendikleri, sağlıklı gıda satın alırken nelere dikkat ettikleri, en çok hangi ürünleri satın aldıkları, sağlıklı gıda konusunda nelerden rahatsız oldukları ve sağlıklı gıda ile ilgili fiyat, tutundurma ve dağıtım ile ilgili açık uçlu sorular sorulmuştur. Formun son kısmında ise katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yarayan sorulara yer verilmiştir. Görüşme formu oluşturulduktan sonra dört kişi ile ön test yapılmış ve alınan geri bildirimler sonucu formda gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Görüşmeler 09-17 Mart 2019 tarihleri arasında tüm katılımcılar ile yüz yüze olarak gerçekleştirilmiş ve her bir katılımcı ile yaklaşık olarak 20-30 dakika görüşülmüştür.

Elde edilen verilerin analiz edilmesinde içerik analizi ve betimsel analiz yöntemleri kullanılmıştır. Araştırmada elde edilen veriler sorulan sorular temel alınarak sunulmuş, her bir soruya verilen cevaplar belirli kavramlar altında kodlanmış ve her bir kavramın kaç katılımcı tarafından dile getirildiğini göstermek amacıyla frekans tabloları kullanılmıştır. Frekans tablolarının altında ise katılımcılardan yapılan alıntılara yer verilmiştir. Araştırmaya 24 tüketici katılmış olmasına rağmen, bazı tablolardaki cevapların 24'ten fazla olduğu dikkat çekmektedir. Bunun nedeni tüketicilerin sorulara birden fazla cevap vermiş olmalarıdır. Örneğin katılımcılar sağlıklı ürün tüketmek için birden fazla nedene sahip olabilmektedirler.

2.4. Araştırmanın Geçerlik ve Güvenirliği

Daha az katılımcı ile yapıldığı ve genelleştirilmeme özelliğine sahip olduğu için nitel çalışmalarda geçerlik ve güvenilirlik koşullarının sağlanması ayrı bir önem taşımaktadır. Nitel çalışmalarda güvenirliliğin sağlanması için ön test kapsamında bir çalışmayla soruların nasıl anlaşıldığının test edilmesi, ya zamana ya da araştırmacıya bağlı olarak verilerin tekrar kodlanması önem taşımaktadır (Türnüklü, 2000:550-551; Yıldırım ve Şimşek, 2013: 294). Geçerlik için de nitel araştırmalar konusunda uzman olan akademisyenlerden yardım alınıp görüşme formundaki soruların incelenmesi yanında, sorulan soruların ve analiz sürecinin detaylı olarak yazılması gerektiği vurgulamaktadır (Başkale, 2016:24). Araştırma kapsamında geçerlik ve güvenirliliğin sağlanması için öncelikle alanında uzman olan iki akademisyen tarafından sorular incelenmiş, daha sonra dört kişi ile ön test yapılmıştır. Hem akademisyenlerden hem de ön test yapılan kişilerden gelen geri bildirimler doğrultusunda da görüşme formuna son hali verilmiştir. Veriler toplandıktan sonra her iki araştırmacı tarafından da veriler ayrı ayrı kodlanmış ve birbirine oldukça yakın sonuçlara

ulaşmıştır. Araştırmanın yöntem kısmında araştırma süreci detaylı olarak açıklanmış, veriler anlaşılır tablolar halinde sunulmuş ve katılımcılardan alıntılar yapılmıştır. Tüm yapılanlar sonucunda da araştırmanın güvenilirlik ve geçerlik şartlarını taşıdığı düşünülmektedir.

3. Bulgular

Tablo 1’de katılımcıların demografik özellikleri gösterilmektedir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Aylık Hane Geliri	Eğitim	Meslek
Katılımcı 1	Kadın	36	10000	Lisans	Öğretmen
Katılımcı 2	Kadın	38	10000	Lisans	Diyetisyen
Katılımcı 3	Kadın	64	1500	İlkokul	Ev Hanımı
Katılımcı 4	Kadın	41	5000	Lisans	Operasyon Şefi
Katılımcı 5	Kadın	41	10000	Lisans	Turizmci
Katılımcı 6	Kadın	47	6000	Lisans	Biyolog
Katılımcı 7	Kadın	37	5000	Lisans	Öğretmen
Katılımcı 8	Kadın	35	60000	Lisans	Gıda Mühendisi
Katılımcı 9	Kadın	40	12000	Lisans	Serbest Meslek
Katılımcı 10	Kadın	38	8000	Lisans	Çiftçi
Katılımcı 11	Kadın	49	7000	Lisans	Tekstil
Katılımcı 12	Kadın	37	12000	Lisans	İstatistikçi
Katılımcı 13	Erkek	49	7500	Lisans	Öğretmen
Katılımcı 14	Kadın	35	4500	Lisans	Satış Pazarlama
Katılımcı 15	Kadın	31	10000	Lisans	İç Mimar
Katılımcı 16	Kadın	31	10000	Yüksek Lisans	Akademisyen
Katılımcı 17	Kadın	38	7000	Lisans	İdari İşler Müdürü
Katılımcı 18	Kadın	39	20000	Lisans	Kimyager
Katılımcı 19	Kadın	48	90000	Lisans	Ziraat Mühendisi
Katılımcı 20	Erkek	41	10000	Lisans	Makine Mühendisi
Katılımcı 21	Kadın	32	12000	Lisans	Öğretmen
Katılımcı 22	Kadın	37	10000	Ön Lisans	Ev Hanımı
Katılımcı 23	Kadın	43	11000	Yüksek Lisans	Elektrik Mühendisi
Katılımcı 24	Kadın	32	8000	Lisans	Öğretmen

Tablo 1’e göre, 24 katılımcıdan 22’si kadın sadece ikisi erkektir. Farklı mesleklere sahip olan katılımcıların yaş aralığı 31 ile 64 arasında değişmektedir. 20’si lisans mezunu olan katılımcıların aylık hane gelirleri ise 1500 TL-20000TL arasında değişmektedir.



Tablo 2: Birinci Soru ve Katılımcıların Bu Soruya Verdikleri Cevaplar

Soru	Cevaplar	Frekans	Yüzde
Sağlıklı Gıda Alımı Konusunda Kendinize 1 İla 10 Arasında Bir Puan Verseniz Kaç Verirdiniz?	6	3	13
	7	7	29
	8	9	38
	9	2	8
	10	3	13
	Toplam	24	100

Araştırmaya katılanların ne sıklıkla sağlıklı gıda alımı yaptıklarını anlayabilmek için ilk olarak sağlıklı gıda alımı konusunda kendilerini değerlendirmeleri istenmiştir. 24 katılımcının da kendisine altı ve daha fazla puan verdiği görülmektedir. Sekiz katılımcı kendisini dokuz, yedi katılımcı ise yedi puan ile değerlendirmiştir.

Tablo 3: İkinci Soru ve Katılımcıların Bu Soruya Verdikleri Cevaplar

Soru	Cevaplar	Frekans	Yüzde
Sizce Sağlıklı Gıda Nedir?	Doğal -İlaçsız Gıda	15	39
	Sağlığımıza Zararı Olmayan Gıda	10	26
	İşlenmemiş Gıda	5	13
	Koruyucu İçermeyen Gıda	4	11
	Organik Gıda	3	8
	Üretim Süreci Bilinen Gıda	1	3
	Toplam	38	100

Tablo 3 katılımcıların “sağlıklı gıda nedir?” sorusuna verdikleri cevapları göstermektedir. Tablo 3’e göre, 15 katılımcı doğal ve ilaçsız, 10 katılımcı vücuda zararı olmayan, beş katılımcı işlenmemiş ve dört katılımcı da koruyucu içermeyen gıdaları sağlıklı gıdalar olarak nitelendirmektedir. Katılımcılardan bazılarının verdikleri cevaplar şöyledir:

“Doğal, ilaçsız, organik ortamda yetişmiş ürünler sağlıklı gıdadır.”
(Katılımcı 1)

“Tükettiğimde sağlığıma olumsuz hiç bir etkisi olmayan gıdadır.”
(Katılımcı 7)

“Üretim süreci bilinen, insan sağlığına zarar vermeyen gıdadır.”

(Katılımcı 10)

Tablo 4: Üçüncü Soru ve Katılımcıların Bu Soruya Verdikleri Cevaplar

Soru	Cevaplar	Frekans	Yüzde
Ne Kadar Zamandır Sağlıklı Besleniyorsunuz?	3 yıldır	5	21
	4 yıldır	3	13
	5 yıldır	3	13
	10 yıldır	2	8
	9 yıldır	2	8
	7 yıldır	2	8
	6 yıldır	2	8
	2 yıldır	2	8
	1 yıldır	2	8
	15 yıldır	1	4
	Toplam	24	100
Neden Sağlıklı Besleniyorsunuz?	Daha Sağlıklı Olmak İçin	13	52
	Hastalığımdan Dolayı	8	32
	Çocuk Sahibi Olmak İstiyorum	2	8
	Uzun Ömürlü Olmak İçin	1	4
	Mesleğim Gereği	1	4
	Toplam	25	100

Tablo 4’te katılımcıların ne kadar zamandır sağlıklı beslendikleri görülmektedir. Tablo 4’e göre beş katılımcı üç, üçer katılımcı dört ve beş yıldır sağlıklı beslendiğini ifade etmiştir. 13 katılımcı daha sağlıklı olmak için, sekiz katılımcı hastalığından dolayı sağlıklı beslendiğini belirtmiştir. Verilen cevaplardan bazıları aşağıda sunulmuştur:

“Daha sağlıklı olabilmek için dokuz yıldır sağlıklı besleniyorum.”

(Katılımcı 2)

“İki yıldır daha kontrollü besleniyorum, vücudumu sağlıklı tutmak ve korumak için.”

(Katılımcı 4)

“Sağlık sorunlarıma çözüm olsun diye üç yıldır sağlıklı besleniyorum.” (Katılımcı 16)

Tablo 5: Dördüncü Soru ve Katılımcıların Bu Soruya Verdikleri Cevaplar

Soru	Cevaplar	Frekans	Yüzde
Sağlıklı Gıda Alırken Nelere Dikkat Ediyorsunuz?	Organik Olmasına	11	24
	Üreticisine ve Üretim Sürecine	10	22
	Katkısız Koruyucusuz Olmasına	8	18
	Son Kullanma Tarihine	4	9
	Ambalajına	4	9
	Besin Değerine	3	7
	İçeriğine	2	4
	Analiz Raporu Olmasına	1	2
	Tadına	1	2
	Fiyatına	1	2
	Toplam		45

Katılımcıların 11’i sağlıklı gıda alırken bu gıdaların organik olmasına, 10’u üreticisine ve üretim sürecine, sekizi katkısız ve koruyucusuz olmasına, dörder kişi de son kullanma tarihi ve ambalaja dikkat etmektedir. Cevaplardan bazıları şöyledir:

“Organik olmasına dikkat ediyorum.” (Katılımcı 5)

“Öncelikli olarak neler içerdiğini okurum ve üreticisine güvenmek isterim.” (Katılımcı 8)

“Organik sertifikalı olmasına, besin değerine, son tüketim tarihine dikkat ederim.” (Katılımcı

21)

Tablo 6: Beşinci Soru ve Katılımcıların Bu Soruya Verdikleri Cevaplar

Soru	Cevaplar	Frekans	Yüzde	
En Çok Satın Aldığınız Sağlıklı Gıdalar Nelerdir?	Sebze ve Meyve	18	23	
	Yumurta	17	22	
	Baklagiller	8	10	
	Süt	6	8	
	Bal	6	8	
	Zeytinyağı	5	6	
	Yoğurt	4	5	
	Kuruyemiş	4	5	
	Peynir	3	4	
	Et	3	4	
	Ekmek	3	4	
	Tuz	1	1	
	Toplam	78	100	

Tablo 6'dan katılımcıların sırasıyla en çok sebze ve meyveyi, yumurtayı, baklagilleri, sütü, balı, zeytinyağını, yoğurt ve kuruyemişi sağlıklı gıda olarak satın aldığı görülmektedir. Katılımcıların verdikleri cevaplardan bazıları şöyledir:

“En çok baklagil ve süt alıyorum.” (Katılımcı 18)

“Bal, yumurta, et, bakliyat ve sebze-meyve.” (Katılımcı 24)

“Yumurta, sebze ve baklagil en dikkat ettiklerim.” (Katılımcı 24)



Tablo 7: Altıncı Soru ve Katılımcıların Bu Soruya Verdikleri Cevaplar

Soru	Cevaplar	Frekans	Yüzde
Sizce Sağlıklı Gıda Mutlaka Organik Olmak Zorunda Mıdır?	Evet	7	29
	Hayır	17	71
	Toplam	24	100
Neden?	Evet /Sertifika Sürecinden Dolayı	7	25
	Hayır/ Analiz Sonuçları Da Önemli	11	39
	Hayır/ Üretim Süreci Önemli	5	18
	Hayır/ Üreticinin Vicdanı Önemli	3	11
	Hayır/ Her Organik Ürün Sağlıklı Değildir	2	7
	Toplam	28	100

Tablo 7, sağlıklı gıdanın organik gıda olmak zorunda olması ile ilgili katılımcı görüşlerini, göstermektedir. Tablo 7'ye göre, yedi katılımcı sağlıklı gıda ile organik gıdayı eşdeğer görürken, 17 katılımcı ise sağlıklı gıdaların organik olamayabileceğini kabul etmektedir. Bu soruya evet diyenler organik gıdaların sertifika süreçlerinden dolayı daha sağlıklı olduğunu dile getirirken, hayır diyenler ise her organik gıdanın sağlıklı gıda anlamına gelmediğini, organik olmamasına rağmen analiz raporu olan, üretim sürecini bildikleri ürünlerin de sağlıklı olarak değerlendirilebileceğini vurgulamaktadırlar. Verilen cevaplardan bazıları şu şekildedir:

“Hayır. Kaynağını bildiğim, üretim sürecine güvendiğim ürünlerde sertifika şartı

aramıyorum.” (Katılımcı 11)

“ Hayır. Analizleri yapılmış ürünleri tercih ediyorum.” (Katılımcı 14)

“Evet. Sertifika alırken kontrol altında olduklarından dolayı en

güvenilir gıdalar organik gıdalardır.” (Katılımcı 17)

Tablo 8: Yedinci Soru ve Katılımcıların Bu Soruya Verdikleri Cevaplar

Soru	Cevaplar	Frekans	Yüzde
Sağlıklı Gıdaların Fiyatları Hakkında Ne Düşünüyorsunuz?	Pahalı	12	50
	Uygun	12	50
	Toplam	24	100

Tablo 8’den 24 katılımcının 12’sinin sağlıklı gıdaların fiyatını pahalı, 12’sinin ise uygun bulduğunu anlıyoruz. Bu konuda katılımcıların cevaplarından bazıları şöyledir:

“Normal fiyatlara göre pahalıymış gibi görünse de bence fiyatlar oldukça uygun.” (Katılımcı

13)

“Tabi ki işlenmiş, katkılı gıdalara oranla pahalı.” (Katılımcı 19)

“ Maliyetlerin yüksek olduğunu biliyoruz ancak üreticiden doğrudan alındığında gayet uygun.” (Katılımcı 6)

Tablo 9: Sekizinci Soru ve Katılımcıların Bu Soruya Verdikleri Cevaplar

Soru	Cevaplar	Frekans	Yüzde
Sağlıklı Gıdaları Nereden Satın Alıyorsunuz?	İnternet Sitelerinden	18	39
	Organik Pazardan	12	26
	Doğrudan Üreticiden	8	17
	Mağazalardan	8	17
	Toplam	46	100

Tablo 9’a göre, katılımcılardan 18’i sağlıklı gıdaları internetten, 12’si organik pazarlardan, sekizer katılımcı da doğrudan üreticiden ve mağazalardan satın almaktadır. Katılımcılardan bazılarının cevapları şu şekildedir:

“ İnternet sitelerinden ya da sağlıklı gıda satan butik mağazalardan satın alıyorum.” (Katılımcı 15)

“Küçük ölçekli doğrudan üreticiden, özellikle ürünün üretildiği yer kırsal bölge ise daha güven

veriyor.” (Katılımcı 20)

“ Organik pazarlar, mağazalar ve internet sitelerinden.” (Katılımcı 22)

Tablo 10: Dokuzuncu Soru ve Katılımcıların Bu Soruya Verdikleri Cevaplar

Soru	Cevaplar	Frekans	Yüzde
Sağlıklı Gıdalarla İlgili Bilgilere Hangi Kanallar Vasıtasıyla Ulaşıyorsunuz?	Instagram	18	44
	İnternet	10	24
	Arkadaşlar	6	15
	Yayınlar	6	15
	Organik Pazar	1	2
	Toplam	41	100

Tablo 10, katılımcıların sağlıklı gıdalarla ilgili bilgilere hangi kanallar vasıtasıyla ulaştığını göstermektedir. Tablo 10’a göre, 18 katılımcı Instagram, 10 katılımcı internet, altışar katılımcı da arkadaşlar ve yayınlar sayesinde sağlıklı gıdalarla ilgili bilgilere ulaşabilmektedir. Verilen cevaplardan bazıları aşağıda sunulmuştur:

“ İnternet ve arkadaşların deneyimi vasıtasıyla.” (Katılımcı 12)

“ Instagram en çok bilgi aldığı kaynak, ya üretici firmaların Instagram hesapları ya da ya da

bu konuda bilgisine güvendiğim kişisel hesaplar.” (Katılımcı 23)

“ Instagram ve organik pazar.” (Katılımcı 3)

Tablo 11: Onuncu Soru ve Katılımcıların Bu Soruya Verdikleri Cevaplar

Soru	Cevaplar	Frekans	Yüzde
Sağlıklı Gıdaların Ambalajları Hakkında Ne Düşünüyorsunuz?	Sağlıklı Gıdaya Uygun Değil	15	52
	Özenli Hazırlanmış	8	28
	Geri Dönüşümlü Olmalı	3	10
	Kağıt Olmalı	2	7
	Abartılı Olmamalı	1	3
	Toplam	29	100

Katılımcılardan 15’i sağlıklı gıdalar için kullanılan ambalajların sağlıklı gıdalara uygun olmadığını, sekizi özenli hazırlandığını, üçü ise kullanılan ambalaj malzemesinin geri dönüşümlü olması gerektiğini dile getirmiştir. Cevaplardan bazıları şöyledir:

“Ambalajda geri dönüştürülebilir ürünler kullanılması tercih nedenim.” (Katılımcı 6)

“ Daha geliştirilmesi gerektiğini düşünüyorum. Bazı gıdalar hala jelatinle sarılıyor, kağıt

kullanılmalı.” (Katılımcı 7)

“ Bazı organik gıdalar poşetleniyor ve güneşte bırakılıyor. Bunların sağlıklı olmadığını

biliyorum.” (Katılımcı 13)

Tablo 12: On Birinci Soru ve Katılımcıların Bu Soruya Verdikleri Cevaplar

Soru	Cevaplar	Frekans	Yüzde
Sağlıklı Gıdaların Etiket Bilgilerinde Nelere Dikkat Ediyorsunuz?	İçeriğine	21	46
	Tarihine	11	24
	Üretici Bilgisine	7	15
	Sertifikasına	4	9
	Besin Değerine	3	7
	Toplam	46	100

Tablo 12’den katılımcıların etiket okurken en çok içeriğe, sonra sırasıyla tarihe, üretici bilgisine, sertifika ve besin değerine dikkat ettikleri anlaşılmaktadır. Cevaplar şu şekildedir:

“ İçeriğine dikkat ederim, en çok da katkı maddesi olup olmadığına.” (Katılımcı 18)

“ Son kullanma tarihi, üretici bilgisi, içeriği en dikkat ettiğim noktalar.” (Katılımcı 23)

“ Üreticinin adı, işletme kayıt numarası, içindekiler bölümü, son kullanma tarihi, katkı, koruyucu ve aroma vericinin olmaması.” (Katılımcı 2)



Tablo 13: On İkinci Soru ve Katılımcıların Bu Soruya Verdikleri Cevaplar

Soru	Cevaplar	Frekans	Yüzde
Sağlıklı Gıda Konusunda Sizi En Çok Rahatsız Eden Uygulamalar Nelerdir?	Bilinçsiz Üretici	8	28
	Yüksek Fiyat	6	21
	Tedarik Sorunu	5	17
	Yanıltıcı Tanıtım	5	17
	Denetim Yetersizliği	3	10
	Devlet Desteğinin Olmaması	2	7
	Toplam	29	100

Tablo 13'e göre, sağlıklı gıda konusunda katılımcıların sekizi üreticinin bilinçsiz olmasından, altısı fiyatların yüksek olmasından, beşer tanesi tedarik problemi ve yanıltıcı tanıtımdan rahatsız olmaktadır. Verilen cevaplardan bazıları şu şekildedir:

“Bazen tedarikleri zor oluyor ama onun dışında bir problem yaşamadım.” (Katılımcı 4)

“ Devlet katkısının ve denetimin yetersiz olması. Sertifika verildikten sonra denetlemelerin

çok sağlıklı yapıldığını düşünmüyorum.” (Katılımcı 17)

“ Üreticinin bilinçsiz olması. Bazen vicdanlarının olmadığını düşünüyorum.” (Katılımcı 4)

Sonuç ve Öneriler

İnsanların sağlıklarını korumak adına dikkat etmesi gereken bazı unsurlar vardır. Beslenme de bunlardan birisidir. Yapılan çoğu çalışmada (Ross,2010; Cinaz,2012; Akbulut,2015) beslenme ile sağlık arasındaki ilişki sorgulanmış ve bazı sonuçlar ortaya konmuştur. Buna ek olarak Tarım Bakanlığının hileli ürünleri açıklaması tüketicilerin sağlıklı gıdalar üzerine düşünmesini ve bu konuda bilinç sahibi olmasını tetiklemiştir. Bu araştırma da sağlıklı gıda tüketen tüketicilerin tüketim davranışlarını tespit etmeye yönelik olarak yapılmıştır.

Araştırmaya katılanların tamamına yakını orta yaşa sahip lisans mezunu çeşitli meslekleri yerine getiren kadın tüketiciler oluşturmaktadır. Araştırmanın bu sonuçları Sabuncu'nun (2013), Kılıç v.d.'nin (2014), Karanjac v.d.'nin (2017), İnci v.d.'nin (2017) çalışmaları ile paralellik göstermektedir. Özellikle eğitim düzeyi yüksek kadınlar bilinçli tüketime ve sağlıklı gıdalara daha çok ilgi göstermektedirler. Bu nedenle de sağlıklı

gıda üreten üreticiler ve işletmeler hedef kitlelerini belirlerken kadın tüketicilere ayrı bir önem vermeli ve onlara uygun stratejiler belirleyip kadınlara rahatlıkla ulaşabilecekleri mecraları tercih etmelidirler.

Katılımcıların sağlıklı gıda satın alma konusunda ortalamanın üstünde tüketiciler oldukları görülmüştür. Hatta katılımcıların çoğu bu konuda kendilerine yüksek puanlar vermişlerdir. Dikkat çeken bir nokta da katılımcıların yarısından fazlasının 5 yıl ve daha az süredir sağlıklı gıda tüketiyor olmasıdır. Bu sonuçta özellikle son yıllarda sağlıklı gıda konusunda yapılan araştırmaların, verilen bilgilerin artmasının, kanser gibi bazı hastalıkların gıdalarla ilişkili olduğu konusundaki uyarıların etkili olduğu düşünülmektedir.

Sağlıklı gıda konusunda farklı düşünceler olmasına rağmen, araştırmaya katılanlar sağlıklı gıdayı doğal, ilaçsız, sağlığa zararı olmayan gıdalar olarak tanımlamışlardır. Bu konuya paralel olarak katılımcıların sağlıklı gıda tüketmesinin en önemli nedenlerinin daha sağlıklı olmak veya hastalık olduğu görülmüştür. Bazı katılımcılar yakalandıkları hastalıklardan kurtulmak bazıları da hastalığa yakalanmamak için sağlıklı gıda tüketmektedirler. Şahin v.d. (2016), Sevilmiş v.d. (2017) ve Bahşi ve Akça (2019) da çalışmalarında benzer sonuçlar bulmuşlardır. Günümüzde çeşitli etkenlerden dolayı insanların sağlıkları bozulmaktadır. Bunun en önemli nedenlerinden birisi de beslenme tarzı ve yenilen içilen gıdalardır. Bu konuda gerek kamu spotları gerek farklı bilgilendirme araçları ile tüketiciler bilgilendirilmelidir. Yapılan çalışmaların ve bu araştırmanın sonucunda görüldüğü gibi kadınlar sağlıklı gıda konularıyla daha ilgili oldukları için ilk olarak kadınlar hedef alınıp kadınlara sağlıklı gıdalar hakkında eğitimler verilmeli hatta bu konuda projeler yürütülmelidir.

Araştırma sonuçlarına göre, katılımcıların çoğu sağlıklı gıda satın alırken bunların organik olmasına, üreticisine, nerede üretildiğine, katkısız ve koruyucusuz ürünler olmasına önem vermektedirler. Sebze ve meyve, yumurta, baklagiller ve süt sağlıklı gıda bağlamında en çok tüketilen ürünlerdir. Araştırmanın bu sonuçları İnci v.d. (2017) ile Karanjac v.d.'nin (2017) çalışma sonuçları ile örtüşmektedir. Genellikle organik gıdalar sağlıklı gıdalar olarak algılandıkça da katılımcıların çoğu sağlıklı gıdanın mutlaka organik gıda olmasının gerekmediğini, organik olmamasına rağmen analiz sonuçları olan gıdaların da sağlıklı olarak değerlendirilebileceğini dile getirmişlerdir. Sağlıklı gıdayı organik gıda ile eş değer tutanlar ise bunda organik gıda sertifikalarının önemli bir rolünün olduğunu vurgulamışlardır. Bu nedenle sağlıklı gıda üretmek isteyen işletmelerin ilk dikkat etmesi gereken nokta üretim sürecidir. Bu üreticiler ya organik üretim sürecine uyup sertifika almalı ya da ürününün üretilme koşullarına



en başından itibaren gereken özeni gösterip ürün üretildikten sonra da bağımsız analiz firmalarına ürünleri ile ilgili analizler yaptırılmadıkları. Böylelikle tüketicilerin güvenini sağlayabileceklerdir. Tüketiciler sağlıklı gıda olarak sebze-meyve, yumurta ve baklagilleri daha çok tercih ettikleri için de sağlıklı ürün üretmek isteyen üreticiler özellikle bu tarz ürünlere ağırlık verebilirler. Sağlıklı beslenmede sebze-meyve ve yumurta yenmesi tavsiye edilse de Çocuk Endokrinoloji ve Diyabet Derneği Başkanı Prof.Dr. Cinaz (2012) “doğal yollarla üretilmediği için endokrin bozucular içeren domates, çilek, fındık, salatalık, elma, portakal ve benzeri birçok sebze-meyvenin, hormonla büyütülen hayvanların etlerinin ve yumurtalarının tüketilmesinin erken ergenlik nedenleri arasında sıralanabildiğini” vurgulamaktadır. Bu nedenle de tüm ürünlerde dikkat etmek gerekse de özellikle çocuk ve gençlerin beslenme biçimlerinde önemli bir yeri olan bu gıdaların sağlıklı olmasına ayrı bir hassasiyet gösterilmelidir.

Katılımcıların yarısı sağlıklı gıdaların fiyatlarını yüksek bulurken yarısı da fiyatların uygun olduğunu ifade etmişlerdir. Fiyatların uygun olduğunu belirtenler üreticilerin katlandıkları maliyetleri bildiklerini, sağlıksız gıdalar yüzünden hasta olduklarında verdiklerinin daha fazlasını sağlık harcamalarına vereceklerini özellikle vurgulamışlardır. Bu konuda Bozyiğit ve Doğan (2016:43) organik ürün üreten işletmelerin sertifikasyon masraflarının, doğal ürün üreticilerinin ise analiz masraflarının fazla olmasının yanında ürünlerin de çabuk bozulan ürünler olmasının ve nakliye giderlerinin yüksekliğinin de maliyetleri arttıran unsurlar olduğunu dile getirmektedirler. Bu nedenle de sağlıklı ürünlerin fiyatının pahalı olduğu algısı bu ürünlerin neden pahalı olduğu, hangi analizlerin yapıldığı, yaşanan süreçler tüketicilere anlatılarak kırılabilir.

İnternet siteleri, organik pazarlar, üreticiler ve mağazalar sağlıklı gıdaların satın alındığı yerlerdir. Varoğlu ve Turhan (2016:192) tüketicilerin organik ürünleri marketlerden, pazarlardan ve özellikle dükkanlardan aldığını belirtirken, Aydoğdu vd (2018:165) de tüketicilerin organik gıdalarla ilgili bilgilerin yarıya yakını internetten takip ettiğini, alışverişlerini en çok doğrudan üreticilerden yaptıklarını vurgulamışlardır. Instagram ve internet de katılımcıların sağlıklı gıdalar hakkında en çok bilgi edindikleri kanallardır. Özellikle Instagram hem tüketicilere bilgi vermek hem de bu ürünleri satmak için uygun bir mecradır. Instagram doğrudan üreticiler tarafından kullanıp ürünün üretilme süreci, ürünle ilgili bilgiler verilebileceği gibi, sağlıklı gıdalar hakkında tüketiciler tarafından uzmanlığına güvenilen “sosyal medya fenomenleri” de bu ürünlerin tanıtımında kullanılabilir.

Katılımcıların çoğunluğu sağlıklı gıdaların ambalajlarında sorun

olduğunu düşünmektedirler. Bunun önüne geçmek için de geri dönüşümlü veya kağıt ambalajların kullanılmasını önermektedirler. Sağlıklı gıda üretiminden tüketiciye sunulduğu ana kadar her şeyin çok iyi düşünülerek hazırlandığı bir süreçten geçmelidir. Yani ürünün sağlıklı olarak üretilmiş olması tek başına yeterli olmamaktadır. Bu gıdaların tüketiciye ulaştırılma ve sunulma aşamasına da dikkat edilmelidir. Ürün ne kadar sağlıklı olursa olsun sarıldığı ambalaj maddesi sağlıksızsa sonunda ürün ve/veya tüketici zarar görebilecektir. Bu nedenle ambalajların kağıt ya da geri dönüştürülebilir maddelerden yapılması, ambalaj konusunda koruyuculuğa önem verilmesi, ambalaj malzemesinin taşıma sırasında ortaya çıkabilecek riskleri ortadan kaldıracak düzeyde olması ve ambalajların maliyetler de artacağından dolayı gösterişten uzak olması gerekmektedir.

Etiket okuduğunu belirten katılımcılar etiketlerde içeriğe, son kullanma tarihine ve üretici bilgisine dikkat etmektedirler. Sonuçlar Özgül ve Aksulu (2006) ile Güneş v.d.'nin (2014) çalışma sonuçlarına benzerlik göstermektedir. Bu tarz ürünlerin mümkün olduğunca paketlenmiş gıda statüsünde bulunmamasına, bulunacaksa da neleri içerdiğine, son kullanma tarihine ve üretici bilgisine detaylı bir şekilde yer verilmelidir. Ürünü sağlıksız hale getirebilecek maddeler kullanılmamalı, bunların olmadığı da belirtilmelidir. Özellikle son kullanma tarihi konusunda hata yapılmamalı, tedarik zinciri içerisindeki ortaklar bu konuda uyarılıp tarihi geçen ürünlerin tüketiciye sunulmaması sağlanmalıdır.

Sağlıklı gıda konusunda üreticilerin bilinçsizliği, fiyatların yüksekliği, tedarikçinin zorluğu ve tanıtımların yanıltıcı olması ise tüketicilerin en çok yakındıkları konular arasındadır. Burada en önemli nokta üreticilerin bilinçli olmasının gerekliliğidir. Çünkü bu tarz ürünlerin hedef kitlesi belirli bir eğitim seviyesinin üstünde, sürekli araştıran sorgulayan bilinçli tüketicilerdir. Üreticiler de bu hedef kitleye hitap etmek istiyorlarsa mutlaka bu konuda eğitimler almalı ve üretim sürecine gereken hassasiyeti göstermelidirler. Üretilen gıdalar işlenmemiş ve koruyucu içermeyen gıdalar oldukları için raf ömürleri kısadır. Bu tarz ürünlerin tedarik süreçleri de sıkıntılı olabilmektedir. Bu gibi nedenler de ürünlerin fiyatlarının artmasına neden olmaktadır. Üreticilerin bu konuda yapması gerekenlerin başında tedarik sürecini kolaylaştırmak gelmektedir. Üreticiler Instagram gibi kanallar vasıtasıyla yaşadıkları zorlukları tüketicilerle paylaşırlarsa tüketiciler de fiyatların neden fazla olduğu konusunda bilgi sahibi olacaklar ve belki de bu konuda üreticiye hak verebileceklerdir. Burada unutulmaması gereken bir nokta da ürünler konusunda yalan ve yanlış ifadelerin kullanılıp tüketicinin güveninin kötüye kullanılmaması gerektiğidir. Bu konuda üreticiler ve/veya bu ürünleri satanlar çok dikkatli olmalıdırlar. Örneğin yukarıda bahsedilen “sosyal medya fenomeni”



kullanma konusunda alanında uzman olmayan, ürünü denemeden yanlış bilgiler veren kişilerin seçimi tüketicide güven kaybına neden olacaktır.

Araştırmanın sonuçları genel olarak değerlendirilecek olursa, sonuçlar yukarıda da belirtildiği gibi alanyazında özellikle organik ve yeşil ürünle ilgili yapılan çalışmaların sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Ancak bu araştırmaya katılanların sağlıklı gıda algılarının alanyazındaki birkaç kavramı içerisine alacak şekilde kapsamlı olduğu görülmüştür. Araştırmanın diğer çalışmalardan en büyük farkı da, alanyazında sağlıklı gıda ile ilgili çeşitli kavramlar bulunmasına rağmen tüketicilerin bu kavramlardan özellikle organik gıdaları sağlıklı daha çok ilişkilendirmiş olmalarının yanında organik olmamasına rağmen iyi bir üretim sürecinden geçmiş, üreticisine güvenilen ve analiz sonuçları olan doğal ürünleri de sağlıklı bulduklarını belirtmeleridir.

Araştırma çeşitli kısıtlara sahiptir. İlk olarak araştırma küçük bir örneklem kitlesi ile gerçekleştirilmiştir ve sonuçlarının genellenmesi söz konusu değildir. İkinci olarak derinlemesine görüşme yöntemi ile veriler toplanmıştır. Daha sonraki çalışmalarda daha büyük bir örneklem ile nicel çalışmalar yapılabileceği gibi hem nitel hem de nicel veri toplama yöntemleri kullanılarak daha kombine çalışmalar da yapılabilir.

Kaynakça

- Açu, M. (2014). *Fonksiyonel Özellikleri Geliştirilmiş Dondurma Üretimi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ege Üniversitesi/ Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Agyeman, C. M. (2017). Consumers' Buying Behavior Towards Green Products: An Exploratory Study, *International Journal of Management Research & Business Strategy*, 3(1),188-197.
- Akbulut, H. (2015), Kanser ve Beslenme İlişkisi, *TÜBA-Gıda, Beslenme ve Kanserin Önlenmesi Sempozyumu Raporu*, Tam Metni içinde (s.33-47).
- Anamaria, M. (2015). Consumer Behaviour and Attitudes toward Functional Foods. *Alimntarã*, 14 B, 335-340
- Aydın D., Rashid S.M. ve Aydın R. (2014). Tavuk Yumurtası ve Kolesterol Gerçeği. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Doğa Bilimleri Dergisi*, 17(3): 26-29.
- Aydoğdu, M.H, Kaya, F., Eren, M,E. ve Doğan, H.P. (2018). Organik Ürün Tüketim Nedenleri Üzerine Bir Araştırma: Şanlıurfa Örnekleme, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (64), 161-170.

- Bahşi, N., ve Akça, A. (2019). Tüketicilerin Organik Tarım Ürünlerine Bakış Açılarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: Osmaniye ve Şanlıurfa İlleri Örneği, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Tarım ve Doğa Dergisi*, 22(1): 26-34.
- Başkale, H. (2016). Nitel Araştırmalarda Geçerlik, Güvenirlik ve Örneklem Büyüklüğü, *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 23-28.
- Bozyiğit, S. ve Doğan, G.K. (2015). Türkiye'deki Doğal ve Organik Ürün Üreticilerinin Yaşadığı Pazarlama Sorunları: Keşifsel Bir Araştırma, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 17 (2): 33-47.
- Budak, N. Ataman, P. ve Özkaya, Ş. (2017), Tüketici İçin Güvenli Gıda Güvenli Gelecek, <http://guvenligidaguvenligelecek.org/> Erişim: 10.07.2019.
- Dölekoğlu, C. Ö., Şahin, A., Giray, F.H. (2015), Kadınlarda Fonksiyonel Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörler: Akdeniz İlleri Örneği, *Tarım Bilimleri Dergisi*, 21, 572-584.
- Cinaz, P. (2012). Hormonlu Gıda Erken Ergenlik Nedeni, <https://www.ntv.com.tr/saglik/hormonlu-gida-erken-ergenlik-nedeni,Jhy3DEjaJUKMGyq3luBkFw> /Erişim: 10.07.2019.
- Çakır, M. ve İrez, S. (2018), Nitel Mülakat Yapma, Mesut Bütün, Selçuk Beşir Demir (Ed.), *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri* (2.Bs.) 339-422, Ankara: Pegem Akademi:
- Demiryürek, K. (2011). Organik Tarım Kavramı ve Organik Tarımın Dünya ve Türkiye'deki Durumu, *GOÜ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 28(1), 27-36.
- Doğal Besin Bilinçli Beslenme İşletmeleri (2019). DBB Ürünleri ve Üreticileri, <https://ankaradbb.wordpress.com/dbb-ureticileri/> Erişim: 09.07.2019.
- Food Marketing Institute (2007). Natural and Organic Foods, <http://naturefirstusa.org/natural%20organic%20farming/Natural%20and%20Organic%20Foods.pdf>, Erişim: 17.07. 2019.
- Güneş, F.E., Aktaş Ş. ve Omurtag Bİ. (2014). Tüketicilerin Gıda Etiketlerine Yönelik Tutum ve Davranışları, *Akademik Gıda*, 12 (3): 30–37.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Felsefe-Yöntem-Analiz* (4bs.), Ankara: Seçkin Yayıncılık.



- Hacıoğlu, G. ve Kurt,G. (2012). Tüketicilerin Fonksiyonel Gıdalara Yönelik Farkındalığı, Kabulü ve Tutumları: İzmir İli Örneği, *Business and Economics Research Journal*, 3(1), 161-171.
- Hosni, H., Periklis, D. ve Baourakis, G. (2017). Consumers Attitude Towards Healthy Food: “Organic and Functional Foods, *International Journal of Food and Beverage Manufacturing and Business Models*, 2(2), 85-100.
- İnci, H., Karakaya, E. ve Şengül Y. (2017), Organik Ürün Tüketimini Etkileyen Faktörler (Diyarbakır İli Örneği), *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Tarım ve Doğa Dergisi*, 20 (2), 137-147.
- Karaca, Ş. (2013), Tüketicilerin Yeşil Ürünlere İlişkin Tutumlarının İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Ege Akademik Bakış*, 13 (1), 99-111.
- Kılıç, S., Duman, O. ve Bektaş, E. (2014), Organik Ürünlerin Pazarlama Stratejileri ve İşletmeler Üzerinde Bir Alan Araştırması, *Business And Economics Research Journal*, 5(1), 39-65.
- Kocatepe, D. ve Tırıl, A. (2015). Sağlıklı Beslenme ve Geleneksel Gıdalar, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 55- 63.
- Koç, D. (2009). Organik Tarım Ürünleri Dış Pazar Araştırması, (Uzmanlık Tezi), <http://traglor.cu.edu.tr/objects/objectfile/qyr7dix-15122012-41.pdf>/ Erişim Tarihi: 09.07.2017.
- Kranjac, M., Tankosić, J.V. ve Knežević, M. (2017). Profile of Organic Food Consumers, *Economics of Agriculture*, (64) 2, 497-514.
- Martirosyan, D.M. ve Singh,J. (2015). A New Definition of Functional Food By FFC: What Makes A New Definition Unique?, *Functional Foods in Health And Disease*, 5(6):209-223
- Moisander, J., (2007). Motivational Complexity of Green Consumerism, *International Journal of Consumer Studies*, 31, 404 – 409.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2017). Obesity-Update-2017.<https://www.oecd.org/els/health-systems/Obesity-Update-2017.pdf>/ Erişim Tarihi: 09.07.2019.
- Özdemir, P.Ö., Fettahlıoğlu, S. ve Topoyan, M. (2009), Fonksiyonel Gıda Ürünlerine Yönelik Tüketici Tutumlarını Belirleme Üzerine Bir Araştırma, *Ege Akademik Bakış*, 9 (4),1079-1099.
- Özgül, E. ve Aksulu, İ. (2006.) Ambalajlı Gıda Ürünlerinde Tüketicilerin Etiket Duyarlılığındaki Değişimler, *Ekonomi, İşletme, Uluslararası*

İlişkiler ve Siyaset Bilimleri Dergisi, (6)1.1-10.

- Ross, S.A. (2010). Evidence For The Relationship Between Diet And Cancer. *Experimental Oncology*, 32, 137–142.
- Sabah Gazetesi (2018). Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı 173 firmanın hileli ürünlerini açıkladı, <https://www.sabah.com.tr/galeri/saglik/bakanlik-173-firmaya-ait-282-parti-hilali-urununu-acikladi> Erişim Tarihi: 11.07.2019.
- Sabuncu, İ. (2013). Organik Tarımsal Üretim, Ürün Pazarı ve Fiyatlandırma, Uluslararası 2. Helal ve Sağlıklı Gıda Kongresi, Konya.
- Sevilmiş, G., Olgun, A. ve Artukoğlu, M. (2017). Fonksiyonel Gıdalarda Tüketici Kararlarını Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma: İzmir İli Örneği, *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 54 (3), 351-360.
- Shamsi, M. S. ve Siddiqui, Z. S. (2017), Green Product and Consumer Behavior: An Analytical Study, *Pertanika Journal of Social Science and Humanity*, 25 (4), 1545 – 1554.
- Singh, V., Singh, G. ve Verma, D.K., (2013), Organic Food : Benefits and Market Demand, *Popular Kheti*, 1(4), 71-78.
- Şahin, A., Meral, H. ve Aytıp, Y. (2016), Yeşil Pazarlamada Tüketici Algısı: Kahramanmaraş Kent Merkezi Örneği, *Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi*, 31, 60-71.
- Türkiye Ziraat Odaları Birliği (2019). Organik Ürün Pazar Büyüklüğü 90 Milyar Dolara Ulaştı, <https://www.tzob.org.tr/basin-odasi/haberler/organik-urun-pazar-buyuklugu-90-milyar-dolara-ulasti%E2%80%A6-1/> Erişim Tarihi: 09.07.2019.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 24, 543-559.
- Varoğlu, S.T. ve Turhan, Ş (2016). Organik Ürünlerde Tüketici Eğilimlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma Sakarya İli Örneği, *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 33 (3), 189-196.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, (9bs.), Ankara: Seçkin Yayınları.