

GIDA ÜRÜNLERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİMİ BAĞLAMINDA TÜKETİCİ TİPOLOJİSİ GELİŞTİRME ÇALIŞMASI*

Zeki Atıl BULUT¹
Feyza TEKİNBAŞ ÖZKAYA²
Ali Naci KARABULUT³
Gülşah ATAĞAN⁴

ÖZ

Dünya nüfusundaki artışa bağlı olarak tüketimin de her geçen gün artması, doğal kaynakların giderek daha verimli kullanılmasını gerektirmektedir. Böylece önceleri daha çok üretimle ilgili bir kavram olan sürdürülebilirlik, bugün tüketici davranışlarının da önemli bir belirleyicisi haline gelmeye başlamıştır. Yapıları itibarıyla doğal kaynak kullanımının oldukça fazla olduğu gıdalar ise tüketimde sürdürülebilirliğin muhtemelen en önemli olduğu ürün gruplarıdır. Tüketicilerin gıdalara yönelik tercih ve davranışlarını sürdürülebilirlik yönünden incelemeyi ve tüketicileri bu davranışları bakımından sınıflandırmayı amaçlayan bu çalışmada, üç farklı tüketici bölümü tanımlanmıştır. Analiz sonuçlarına göre tüketiciler altı sürdürülebilir gıda tüketimi davranışı temel alınarak; kayıtsızlar, sürdürülebilirlik niyetlileri ve sürdürülebilirlik öncüleri olarak bölümlendirilmiş ve her bir tüketici grubunun davranışsal ve demografik özellikleri tanımlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Tüketim, Gıda Tüketimi, Gıda İsrafi, Tüketici Tipolojisi

DEVELOPMENT OF CONSUMER TYPOLOGY IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE CONSUMPTION OF FOOD PRODUCTS

ABSTRACT

The increase in consumption due to the increase in the world population requires more efficient use of natural resources. Thus, sustainability, which was a mostly production-related concept previously, has now become an important determinant of consumer behavior. Foods, in which natural resource usage is quite high are the product groups where the sustainability of consumption is probably the most important. In this study, which aims to examine the preferences and behaviors of consumers towards the foods in terms of sustainability and classify consumers in terms of these behaviors, three different segments of consumers are defined. According to the results, consumers were segmented based on six sustainable food consumption behaviors, and named as indifferent, sustainability enthusiasts and sustainability pioneers, and the behavioral and demographic characteristics of each consumer group were defined.

Keywords: Sustainable Consumption, Food Consumption, Food Waste, Consumer Typology

¹ Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İMYO, Pazarlama Programı, atil.bulut@deu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6787-3418

² Öğr. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, İMYO, Pazarlama Programı, fevza.tekinbas@deu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3157-8062

³ Dr. Öğr. Üyesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Fethiye İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, ankarabulut@mu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9156-1732

⁴ Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, gulsah.ugurluel@deu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4147-0562

* Bu çalışma, Türkiye Ulusal Ajansı tarafından Erasmus+ Programı Yetişkin Eğitimi Stratejik Ortaklıklar faaliyeti kapsamında desteklenen 2018-1-TR01-KA204-058739 numaralı "Assessing and Changing Adults' Behaviour on Sustainable Consumption of Food (SUSCOF)" başlıklı projenin birinci çıktısı olan ihtiyaç analizi raporu temel alınarak hazırlanmıştır.

Received/Geliş: 11/11/2019 Accepted/Kabul: 26/11/2019, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Bulut, Z. A., Tekinbaş Özkaya, T., Karabulut, A. N., Atağan, G.(2019), "Gıda Ürünlerinin Sürdürülebilir Tüketimi Bağlamında Tüketici Tipolojisi Geliştirme Çalışması", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 28, sayı 3, s.73-91.

Giriş

Birleşmiş Milletlere üye 193 ülkenin liderleri tarafından 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi kapsamında Eylül 2015'te kabul edilen Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SDGs), 1 Ocak 2016'da yürürlüğe girmiştir. 2030 yılına kadar herkes için evrensel olarak geçerli olan bu yeni hedeflerle, ülkeler tüm yoksulluk biçimlerine son verme, eşitsizliklerle mücadele etme ve iklim değişikliğiyle mücadele çabalarını harekete geçirecek, kimsenin geride kalmamasını sağlayacaktır (BM, <https://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda/>). Birleşmiş Milletler'in 2000 yılında başlattığı 'Milyenyum Hedefleri'nin devamı niteliğindeki 2030 hedefleri 17 genel hedef ve 169 alt hedeften oluşmaktadır. Bununla birlikte, yaklaşık 150 ülke hızlı kentleşmenin zorluklarına cevap vermek için ulusal politikalar geliştirmiştir ve 71 ülke ve Avrupa Birliği şu anda sürdürülebilir tüketim ve üretimi destekleyen 300'den fazla politika ve araca sahiptir (BM, 2019).

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'nin 12. Maddesi yani sorumlu tüketim ve üretim, sürdürülebilir tüketim ve üretim kalıplarının güvence altına alınmasını kapsamaktadır. Bu kapsamda 2030 yılına kadar doğal kaynakların sürdürülebilir yönetimi ve etkin kullanımı, perakende ve tüketici düzeyinde kişi başına düşen küresel gıda atığının yarı yarıya indirilmesi ve hasat sonrası kayıplar dahil üretimdeki ve tedarik zincirindeki gıda kayıplarının azaltılması gibi alt hedefler belirlenmiştir. Bu çabaların çıkış noktasını oluşturan durum ise her yıl üretilen gıdanın yaklaşık üçte birinin israf edilmesi ve tedarik zinciri boyunca kaybolmasıdır. Gıda kayıp ve israfının küresel ölçekte yıllık miktarı 1.3 milyar ton (FAO, 2011) iken, bu tutarın yıllık piyasa değeri tahmini olarak 850 milyar Euro (936 milyar \$) etmektedir (FAO, 2015). Mevcut bu oranların artması durumunda, 2030 yılına gelindiğinde gıda kayıp ve israfının daha da artarak 2.1 milyar tona ulaşması beklenmektedir (Hegnsholt ve diğ., 2018). Kuşkusuz bu durumun nedenlerinden birisi tüketicilerin gıda tüketim davranışlarıdır.

Gıda israfı tüm dünyanın problemi olmakla birlikte özellikle gelişmiş ülkelerde daha fazladır. Çünkü gelişmiş ülkelerde gelir artışı ve buna bağlı olarak tüketim miktar ve çeşidindeki artış, ev dışı tüketimin artması, alışveriş merkezlerindeki artış, pazarlama yöntemlerinin çeşitlenmesi, israfı artıran önemli faktörlerden bazılarıdır. Tüm gıda zincirinde var olan yetersiz teknoloji, kötü taşıma, kötü depolama, yanlış ambalajlama ve yanlış saklama koşulları israfa sebep olan diğer faktörlerdendir (Türkiye İsrar Raporu, 2019). Gelişmiş ülkelerde, atıklar öncelikle dağıtım ve tüketim sırasında meydana gelirken, düşük gelirli ülkelerde ise çoğu atık tarım ve hasat sonrası aşamalarda meydana gelmektedir (Parfitt ve diğ., 2010; Kummu ve diğ., 2012). FAO tarafından yapılan araştırmaya göre, Avrupa genelinde gıda kaybı ve israfının %42'si tüketim aşamasında ortaya çıkmaktadır. Parfitt ve diğ. (2010) gelişmiş ülkelerde hane halkının neden olduğu gıda israfını hanenin büyüklüğü ve yapısı, geliri, tüketicilerin yaşı ve çalışma durumu gibi demografik faktörlerin etkilediğini belirtmektedir. Gıda israfına yol açan tüketici yönlü diğer sebepler arasında; işlenmiş gıdalara olan talebin artması, satın alma tercihlerinin değişerek market alışverişlerinin gereğinden fazla yapılması, ev dışı gıda tüketim miktarının ve alışkanlığının artması, tüketilmeyen gıdaların kullanımı, saklanması, geri dönüşümü gibi konulardaki tüketici bilgisizliği ve imkân yetersizliği sayılabilir.

Son yıllarda gıda israfının önlenmesine yönelik dünya genelinde önemli çalışmalar yapılmakla birlikte bu yöndeki çabaların yeterli olduğunu söylemek mümkün

değildir. Diğer yandan bazı ülkelerde bu çabalar daha sistematik bir şekilde yürütülmekte ve sonuç vermekte iken bazı ülkeler gıda israfını önleme konusunda gösterilen çaba açısından gerilerde kalmaktadır. Barilla Gıda ve Beslenme Vakfı (The Barilla Centre for Food and Nutrition Foundation-BCFN) ve Ekonomist İstihbarat Birimi (The Economist Intelligence Unit) işbirliği ile geliştirilen 38 gösterge ve 90 bireysel metriğe dayalı Gıda Sürdürülebilirlik Endeksi (FSI); gıda kaybı ve israf, sürdürülebilir tarım ve beslenme sorunları olmak üzere üç boyutta gıda sistemlerinin sürdürülebilirliğini ölçmektedir. Endeks sonuçlarına göre Türkiye 67 ülke içinde genel sıralamada 58. sırada yer yer alırken gıda israfı ve kaybı boyutunda 65. Sırada yer alarak sıralamadaki en kötü ülkelere daha da yaklaşmaktadır (Barilla Centre, 2019). Dolayısıyla gıda sürdürülebilirlik endeksinin genel sıralamasındaki kötü durumun gıda israfı ve kaybı boyutunda daha da olumsuz bir seyir izlediği görülmektedir.

Konu ile ilgili yapılan araştırma sonuçlarına göre, Türkiye’de farklı sosyoekonomik gruplar arasında gıda atıkları açısından farklılık bulunmaktadır. Toplam gıda atıkları gelir seviyesine göre artmaktadır. Kişi başına düşen günlük yiyecek atığı düşük gelir grubundaki tüketicilerde günlük 274 gram iken orta gelir grubundakilerde 285 gram, yüksek gelir grubundakilerde 319 gramdır (Pekcan ve diğ., 2006). Türkiye’deki gıda tüketimi ve israfı incelendiğinde, veriler kesinlik arz etmese de yıllık kişi başı israfın 76 ila 132 kilogram olduğu ve en çok israf edilen gıda ürünlerinin sırasıyla sebze ve meyveler, tahıllar ve süt olduğu tespit edilmiştir (Salıhoğlu ve diğerleri, 2018). Türkiye İstihbarat Raporu (2019)’na göre Türkiye’deki tüketicilerin; gıdaların kalan bölümünü değerlendirme, fazla gıdaları derin dondurucuya kaldırma, alışveriş listesi hazırlama ve israf olacağı bilinciyle tüketileceği kadar gıda ürünü satın alma davranışlarını her zaman gerçekleştirme oranının düşük olduğu görülmektedir. Gıda ve içecek israfını azaltmak, gıdaları çöpe atmamak ve daha az para harcamak için bireylerin en fazla son kullanma tarihi yakın olan ürünleri satın almamaya (her zaman %47,6, sık sık %24), yemekleri tüketilecekleri miktarda pişirmeye (her zaman %31,3, sık sık %39,5) dikkat ettikleri belirlenmiştir. İslam İşbirliği Teşkilatı Ekonomik ve Ticari İşbirliği Daimi Komitesi (İSEDAK) (2017) tarafından yapılan bir araştırma sonucuna göre, Türkiye’de gıda israfında ürünlerin hazırlanma ve pişirilme sürecindeki israf miktarının servis edilme sürecine göre daha yüksek olduğu ve tüketicilerin gıda israfındaki temel nedenlerinin son kullanma tarihi geçen gıda ürünleri olduğu belirlenmiştir. Gıda ürünlerine yönelik yapılan promosyonların aşırı alım yapılmasını teşvik ettiği, meyve, sebze ve unlu mamullerin aşırı alım yapılan ve sonradan atılan başlıca ürünler olduğu ortaya konulmuştur. Bununla birlikte, Yıldırım ve diğ. (2017) tarafından yapılan çalışmada halen tüketilebilir olan gıda ürünlerini tüketicilerin yalnızca %44’ünün atmadığı raporlanmıştır.

Türkiye ile FAO arasında 2016-2020 dönemi için işbirliği yapılacak üç öncelikli alan belirlenmiştir. Bunlardan birisi olan gıda güvencesi ve beslenme kapsamında Gıda ve Orman Bakanlığı’nın stratejik planında sürdürülebilir gıda güvenliğinin sağlanması da öncelikli politikalarından birisi olarak tanımlanmıştır. Ancak, bu politikalar sıklıkla gıda üretimi boyutuyla sınırlı kalmaktadır. Bunun dışında gıda israfının önlenmesi ve gıda tüketiminin çevresel, ekonomik ve sosyal etkilerinin azaltılması konusunda çeşitli kesimler önerilerde bulunmasına rağmen tüketicilerin bu konudaki davranışlarını temel alan tüketici bölümlendirme çalışmalarına rastlanmamıştır. Buradan hareketle bu çalışmanın amacı; gıda tüketiminin sürdürülebilirliği konusunda tüketici davranışlarının

incelenmesi, bu davranışlar temelinde tüketici tipolojisi oluşturulması ve tüketici gruplarının demografik ve davranışsal özelliklerinin tanımlanması olarak belirlenmiştir.

Sürdürülebilir Gıda Tüketimi

1994'teki Oslo Sempozyumu'nda sürdürülebilir tüketim; "gelecek nesillerin ihtiyaçlarını tehlikeye atmamak amacıyla, yaşam döngüsü boyunca doğal kaynakların, toksik maddelerin ve atık ve kirletici emisyonların kullanımını en aza indirirken, insanların ihtiyaçlarını karşılamak ve yaşam kalitesini artırmak için kaynakların kullanılması" olarak tanımlanmıştır (Borgström, ve diğ., 2016). Bu tanımdan yola çıkılarak, sürdürülebilir gıda tüketimi kavramının doğrudan tüketim ile ilgili olmadığı ve satın alma alışkanlıklarının da etkisinde olduğu görülmektedir. Gıda tüketimi çevresel sürdürülebilirliği doğrudan etkilerken, satın alma davranışı ise gıda üretimini ve pazarlamasını etkilemek suretiyle çevresel sürdürülebilirliği dolaylı olarak etkilemektedir (Han ve Hansen, 2012). Yine tanımlara dayanarak, sürdürülebilir tüketimin tüketicilerin uygulamaya koyabileceği ve uygulamaya istekli olduğu; "çevresel kaygı, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını göz önünde bulundurma ve temel ihtiyaçların akıllıca karşılanması" gibi bir dizi değere bağlı olduğu anlaşılmaktadır. Bulut ve diğ. (2017) de sürdürülebilir tüketimin dört boyutunu; çevresel sürdürülebilirlik, ihtiyaç dışı tüketim, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlik olarak ortaya koymuştur.

2010 yılında FAO, Biodiversity International ile birlikte sürdürülebilir diyetlerin özelliklerini; "gıda ve beslenme güvenliğine katkıda bulunan çevresel etkileri düşük, mevcut ve gelecek nesiller için sağlıklı bir yaşam sağlayan, biyoçeşitliliğin ve ekosistemlerin korunmasına katkıda bulunan, kültürel olarak kabul edilebilir, ekonomik olarak adil ve uygun fiyatlı, yeterli, güvenli, sağlıklı ve besleyici, doğa ve insan kaynaklarını optimize eden" olarak tanımlamıştır (BCFN, 2016:41). Bu bağlamda gıda sistemlerinin sürdürülebilirliğinin, insan sağlığı ile yakından ilişkili olduğu gerçeği de göze çarpmaktadır. İnsan sağlığını, ekosistemlerin sağlığından ayırmak mümkün değildir. (BCFN, 2016). O halde sürdürülebilir gıda tüketiminin de sağlık odaklı tüketim şeklinde bir boyutunun daha olduğu açıktır. Böylece bu çalışmada sürdürülebilir gıda tüketimi davranışı; yeniden kullanım, israf etmeme niyeti, alışveriş alışkanlığı ve planlama alışkanlığı, sağlık odaklı sürdürülebilir gıda tüketimi, çevre odaklı sürdürülebilir gıda tüketimi olmak üzere altı boyutta incelenmiştir.

Sürdürülebilir Gıda Tüketiminde Tüketici Davranışları ve Etkileri

Tüketicilerin önemli bir kısmı gıda israfının önemli bir konu olduğunu kabul etmektedir. Yıldırım ve diğ. (2016)'nin yaptığı çalışmaya göre Türk tüketicilerin %80'i de gıda israfını önemli bir konu olarak görmekte ve gıda israfını azaltmak veya gıda israfından kaçınmak istediklerini belirtmektedir. Ancak tüketicilerin %50'si gıda israfının önlenmesi için tüketim alışkanlıklarını yakın gelecekte değiştirmeyeceklerini ifade etmektedir. Buradan hareketle tüketicilerin büyük bir kesimin bu durumu önemli bir konu olarak görürken davranış değişikliği geliştirme konusunda aynı düzeyde istekli olmadıkları söylenebilir. Tüketiciler hassasiyetlerini tüketici davranışına dönüştürmedikleri sürece, tüketicilerden kaynaklanan gıda israfının azaltılmasının mümkün olmayacağı yadsınamaz bir gerçektir.

Gıda israfının tüketici davranışı yönlü birçok boyutu bulunmaktadır. İsrafa neden olan boyutların belirlenmesi yoluyla tüketicilerin gıda israfından kaçınmak için dikkat etmeleri gereken unsurlar netlik kazanmaktadır. Bravi ve diğ. (2019) kaçınılabilir gıda israfının; aşırı satın alma ile birlikte, ihtiyaçtan fazla gıda ürünü hazırlama ve gıda ürünlerini uygun olmayan koşullarda saklama gibi üç temel belirleyicisi olduğunu ifade etmektedir.

Plansız satın almalar aşırı gıda satın alımına neden olmaktadır (Cox ve Downing, 2007; Evans, 2012; Bravi ve diğ., 2019). Stefan ve diğ. (2013) gıda israfının azaltılmasında evde yapılacak yemeklerin önceden planlanması gibi bir alışkanlığa sahip olunmasının önemli olduğunu öne sürmektedir. Yıldırım ve diğ. (2016) tüketicilerin %44'ünün her zaman, %33.3'ünün ise ara sıra alışveriş listesi yaptığını ortaya koymaktadır. Tüketiciler alışverişe çıkmadan önce stokları kontrol ederek ve bir alışveriş listesi hazırlayarak gereksiz, ihtiyaç dışı satın almanın önüne geçebilir ve gıda israfını azaltabilir (Bell ve diğ., 2011; Stefan ve diğ., 2013). Satıcıların ve tedarikçilerin, daha büyük boyutlu ya da çoklu ambalajlardaki gıda ürünlerini birim başına daha düşük fiyatlarla tüketicilere sunmaları tüketicilerin plan yapmış olsa bile ihtiyacından daha fazlasını satın almasına ve gıda israfına yol açmasına neden olmaktadır. Aşırı gıda satın alımı ile gıda israfını ilişkilendiren bir çalışmada Dölekoğlu ve diğ. (2014) tüketicilerin sadece %10.9'unun ihtiyacı kadar ekme satın aldığını ve israf etmediğini tespit etmiştir.

Çok fazla yemek pişirmek de aşırı satın alımla birlikte gıda israfının ana aktörleri arasında yer almaktadır. Bir öğün dengesiz beslenilmişse (çoğunlukla benzer besinleri içeriyorsa) ya da hazırlanan miktar istenilen miktardan fazla ise gıdalar daha çok israf edilmektedir (Cox ve Downing, 2007). İhtiyaçtan fazla gıda hazırlamanın en önemli nedenlerinden birisi tüketicilerin zaman kısıtıdır. Birçok tüketici daha sonraki öğünlerde yemek hazırlamaya tekrar zaman ayırmamak için ihtiyaç duyulandan çok daha fazla gıda ürünü hazırlamaktadır. Buzdolabında veya derin dondurucuda bu gıda ürünlerini doğru şekillerde saklasalar bile bunları unutulabilir veya bir süre sonra yemeyi arzu etmeyebilirler ve gıda israfına yol açabilirler. Dolayısıyla tüketiciler genellikle fazla gıdayı kurtarmak ve tekrar yemek konusunda iyi değillerdir (Hebrok ve Boks, 2017).

Gıda ürünleri alışverişi ve yemek hazırlama sürecindeki plansızlık ya da bazı kısıtlar nedeniyle ihtiyaçtan fazla gıdanın hazırlanması daha önce de bahsedildiği gibi çoğu zaman gıda atığının fazlaşmasına zemin hazırlamaktadır. Bu noktada sürdürülebilir tüketimin bir boyutu olarak yeniden kullanım devreye girmektedir. Tüketiciler bir kere gıda alışverişini ve tüketimini planlama eksiği yaşadıklarında, gıda ürünlerinin daha sürdürülebilir kullanımı için geriye yalnızca gıda ürünlerinin yeniden kullanımı alternatif olarak kalmaktadır. Gıda ürünlerinin canlıların tüketimi için yeniden kullanımında doğru saklama koşulları oldukça önemlidir. Diğer atık ürünlerin aksine, gıda ürünleri daha kolay bozulabilir (Evans, 2011). Gıdanın yeniden kullanılamaması ve gıda israfının ortaya çıkmasında, yemeği taze tutma ve yemeğin saklanma koşulları konusundaki bilgi eksikliği önemli bir yer tutmaktadır.

Çeşitli sebepler ile ortaya çıkan fazla gıdaların, başka öğünlerde aynı tüketiciler tarafından aynı ya da farklı şekillerde tüketilmesi yoluyla yeniden kullanım

gerçekleştirilebilmektedir. Ancak, Mavrakis (2014)'e göre tüketicilerin tembelliği ve sağlık konusundaki endişelerden kaynaklanan güvenlik kaygıları fazla gıdanın tekrar tüketilmemesinin temel nedenleri olarak öne çıkmaktadır.

Yeniden dağıtım ağları ve gıda bankaları aracılığıyla yokluk çeken kişilere fazla gıdaların ulaştırılması insan tüketimi için yeniden kullanıma bir başka örnektir. Yeniden kullanımın sonraki adımlarını gıda atıklarının hayvan yemine dönüştürülmesi ya da kompost haline getirilmesi oluşturmaktadır (Papargyropoulou ve diğ., 2014).

Tüketicilerin gıda ürünleri hazırlama konusundaki bilgi, beceri ve tecrübeleri; yemek hazırlarken kullanılan gıdaların miktarını belirleme konusunda ve artıkların değerlendirilmesinde önemli etkiye sahiptir. Bu bilgi ve becerilerden yoksun olmak tüketicilerin bilinçsiz ya da istemsiz bir şekilde gıda ürünlerinin sürdürülebilir tüketimine aykırı davranmasına neden olmaktadır. Örneğin, “tavsiye edilen tüketim tarihi” ile “son kullanma tarihi” kavramları arasındaki farkın bilinmemesi ya da her iki kavramın aynı anlamda algılanması pek çok gıda ürününün henüz tüketilebilir durumdayken atılmasına yol açmaktadır. Yıldırım ve diğ. (2016), tüketicilerin yalnızca %39.3'ünün bu kavramları doğru tanımlayabildiğini ortaya koymuştur. Bu durum tüketicilerin yemek hazırlama öncesi, sırası ve sonrasındaki diğer bilgi eksikleri ile birleştiğinde israfın önemli bir nedeni olarak ortaya çıkmaktadır.

Steptoe ve diğ. (1995) tarafından yapılan bir çalışmada sağlık durumu, ruh hali, uygunluk, duyuşal çekicilik, doğal içerik, fiyat, kilo kontrolü, aşinalık ve etik kaygı gibi faktörler gıda tercihinin teşvik edici boyutları olarak bulunmuştur. Bu faktörlerin çoğunlukla sağlık odaklı sürdürülebilir gıda tüketimi davranışı olarak tanımlanması mümkündür. Sağlık odaklı sürdürülebilir gıda tüketiminin bir ayağını organik gıda tüketimi oluşturmaktadır. Organik gıdalar tüketiciler için sağlığı artırma, sağlıklı bir yaşam tarzı oluşturma ve özel yaşam ile iş yaşamı arasında sağlıklı bir denge kurma işlevlerini sunmaktadır. Organik gıdaya yönelik tüketici güveni, organik ürünler ve üreticiler, satıcılar ve belgelendirme kuruluşlarında özellikle etiket ve güvende organik sertifikasyon ve pazarlama iletişimi gereksinimlerine güvenmek anlamına gelmektedir. Tüketiciler organik gıdaların sağlık ve çevre, etik, üretim ve alışveriş deneyimi üzerindeki etkilerini tat ve kaliteye göre algılamaktadır (Sultan ve diğ., 2013). Hughner ve diğ. (2007), tüketicilerin organik gıda seçimlerini yönlendiren faktörleri “satın almaya teşvik edici” ve “satın almayı engelleyici” olarak sınıflandırmaktadır. Satın almayı teşvik edici faktörler kategorisinde yer alan sağlık ve beslenme ile ilgili kaygılar, üstün lezzet, çevresel kaygılar, gıda güvenliği, hayvan refahı ile ilgili endişeler ve yerel ekonomiyi destekleme gibi faktörler tüketicileri organik gıda satın almaya iten olası nedenler arasında yer almaktadır. Öte yandan, daha yüksek fiyatlar, ulaşılmazlık, kısıtlı zaman algısı, gıdanın çevresel etkisinin farkında olmamak, sertifikasyon kurumlarına ve organik etiketlere karşı duyulan şüphecilik ve mevcut gıda kaynaklarından memnun olunması gibi faktörler ise organik gıdanın tercih edilmesini engelleyen faktörlerdir. Organik gıdaların tüketiminin yanı sıra, kilo kontrolü ve obeziteyle mücadele, dengeli beslenme gibi motivasyonlar da sürdürülebilir gıda tüketiminin sağlık odaklı boyutunu oluşturmaktadır. Dolayısıyla bu motivasyonlar üzerinde gıda ürünlerinin sürdürülebilir tüketimi

konusunda tüketici tercihleri etkilenebilir. Tüketici tercihlerini sağlık odaklı bir şekilde etkilemek önemli sonuçlar doğurabilir (Oppe ve diğ. 2019), ancak hem az tüketen hem de fazla tüketen gruplarda gıda tüketiminde sürdürülebilirliği sağlamak için gıda güvenliği ve gıda güvencesi konuları da önem arz etmektedir. Ayrıca, politika yapımcılar gıda zinciri boyunca karmaşık ilişkilere ve modern küresel gıda sistemlerinin karmaşıklığına daha fazla dikkat etmelidir (Reisch ve diğ, 2013).

Sürdürülebilir gıda tüketiminin çevre odaklı boyutu; iklim değişikliği, toprak bozulması, su kirliliği, su kıtlığı, habitat kaybı ve biyolojik çeşitlilik gibi alanları kapsamaktadır. Gıda tüketimi, hanelerin toplam çevresel etkisinin neredeyse üçte birini oluşturmaktadır (EEA, 2015) ve bu nedenle büyük önem taşımaktadır. İklim Ekonomisi Enstitüsü raporunda, Rogissart ve diğ. (2019), 2010 yılında gıda tüketiminden kaynaklanan sera gazı emisyonlarının yaklaşık 13.8 GtCO₂e (\pm 3,6 GteqCO₂) olduğunu, yani küresel emisyonların %28'ini oluşturduğunu belirtmektedir. Ekolojik, su, karbon, bio-çeşitlilik, nitrojen, fosfor ayak izi gibi çok sayıda gösterge tüketimin çevresel etkilerini ortaya koymaktadır. Ancak, tüketiciler bazen yanlış bir şekilde çevre dostu gıda kullanmanın çevre dostu olmayan gıdaların toplam etkisini azaltabileceğine inanmaktadır. Bu durum tüketicilerin ayak izlerini azaltmak için tüketimlerini artırmalarına neden olmaktadır. Burada çevre dostu gıdalar kullanmanın karbon salınımına negatif yönde etki oluşturduğu yanılması söz konusudur. Gıdada bulunan organik bir etiketin varlığı bu algı üzerinde daha fazla etkiye sahiptir. Organik ürünün mevsim meyveleri gibi daha yeşil bir üne sahip olması durumunda, illüzyon daha da güçlenir (Siegrist ve diğ., 2015). Bu açıdan bakıldığında, sera gazı emisyonları açısından bir ürünün veya faaliyetin çevresel etkisini ifade eden karbon ayak izi etiketleri, tüketicileri bilgilendirmeye ve gıda tüketiminin çevresel etkilerini azaltmaya yardımcı olabilir. Ürün ambalajına ayak izi eklemek, tüketicilerin daha gerçekçi seçimler yapmasına ön ayak olabilir (Gorissen ve Weijters, 2016).

Planlı Davranış Teorisi gıda israfına yönelik çalışmaların da pek çoğunun temelini oluşturmaktadır. Bu çalışmalarda da (Russell ve diğ., 2017; Stancu ve diğ., 2016; Graham-Rowe ve diğ., 2015) görüldüğü gibi gıda israfının negatif belirleyicilerden birisi israf etmeme niyetidir ve israf etmeme niyeti arttıkça gıda israfı davranışı azalmaktadır. Dolayısıyla israf etmeme niyetinin gıda israfının en önemli boyutlarından birisi olduğu söylenebilir. Bu çalışmada, israf etmeme niyeti dışında literatürdeki çalışmalar ışığında sağlık odaklı sürdürülebilir gıda tüketimi ve çevre odaklı sürdürülebilir gıda tüketimi, gıda ürünlerinin yeniden kullanımı, planlama alışkanlığı ve alışveriş alışkanlığı tüketici tipolojisi oluşturmada kullanılacak değişkenler olarak belirlenmiştir.

Sürdürülebilirlik Temelli Tüketici Bölümlendirmesi

Literatürde toplam tüketici pazarını sürdürülebilirlik ölçütleri bakımından bölümlendiren herhangi bir çalışmaya rastlanmamış olmakla birlikte belirli bir ürün kategorisi veya demografik ölçüte göre sınıflandırılmış ana kitleler üzerinden gerçekleştirilmiş kümeleme çalışmalarına rastlanmaktadır. Maciejewski ve diğ. (2019), kahve tüketicilerini sürdürülebilirlik ölçülerine göre bölümlendirdiği araştırmasında altı tüketici grubu tanımlamış ve bu grupları; “sorumlu, uzman olmak isteyenler (%13.25), sadık

kahve meraklıları (%17.00), pragmatik kullanıcılar (%23.25), kahve amatörleri (%16.75), sofistike uzmanlar (%16.75) ve her fiyata razı olmayan tüketiciler / uzmanlar (%13.00)” olarak adlandırmıştır. Bu tüketici gruplarından ise sadece %13,25’lik tüketiciyi kapsayan ilk grubun tutum ve düşünceleri bakımından sürdürülebilir tüketim ilkeleriyle tutarlı olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Kamenidou ve diğ. (2019)’nin çalışması, Yunanistan’daki üniversite öğrencilerini, sürdürülebilir gıda tüketimi davranışları bakımından kümeleyerek iki temel öğrenci grubunun varlığını tespit etmiştir. Bu gruplardan hiçbirinin sürdürülebilir gıda tüketim davranışı göstermediği belirlenmiştir. Ancak hacimsel olarak daha büyük olan ve “dikkate değer öğrenciler” olarak adlandırılan birinci tüketici grubunun sürdürülebilir gıda tüketimine daha yakın ve yatkın görüldüğünü, daha küçük olan ve “olumsuz konumlandırılmış öğrenciler” olarak adlandırılan ikinci tüketici grubunun ise sürdürülebilir gıda tüketimi davranışlarına daha uzak olduğu ortaya konmuştur.

Van Huy ve diğ. (2019), Vietnam’daki organik gıda tüketicilerini “Gıda İlişkili Yaşam Tarzı (Food-Related Lifestyles – FRL)” yaklaşımına göre bölümlendirerek üç gruba ayırmış ve bu grupları “Muhafazakarlar”, “Moda belirleyiciler” ve “Bağlantısızlar” olarak isimlendirmiştir. Muhafazakarlar, gıdaların sağlıkla alakalı yönleriyle ilgilenip doğal gıda ürünlerini tercih ederken, moda belirleyiciler de sağlıklı gıdalarla ilgilenen, yemek yapmayı seven, organik ve yerel gıdalara yönelik olumlu bir tutum sahibi olan tüketicileri temsil etmektedir. Bağlantısızlar ise gıda ile ilgili konulardan endişe duymayan ve en az organik gıda tüketiminde bulunan tüketici grubunu ifade etmektedir. Su ve diğ. (2019), ABD’deki Z Kuşağı tüketici pazarını, sürdürülebilir yiyecekler açısından bölümlendirmede, çevre bilinci ile sürdürülebilir gıda özellikleri arasındaki etkileşimi temel almaktadır. Buna göre yüksek çevre bilinci olan “sürdürülebilir aktivistler” ve orta düzeyde ekolojik farkındalıkları bulunan “sürdürülebilirlik inançlılar”, sürdürülebilir gıdalar satın alırken çevre dostu ve sağlıklı olma özelliklerini göz önünde bulundururken, düşük çevre bilincine sahip “sürdürülebilir ılımlılar” ise daha çok fiyat ve rahatlık gibi harici değişkenleri dikkate almaktadır.

Coşkun ve Yetkin Özbük (2019) Türkiye’de yaptıkları çalışmada Y kuşağında yer alan tüketicileri çevresel tutumlarına ve satın alma niyetlerine göre bölümlere ayırmıştır. Çalışma aynı zamanda bölümleri tanımlamayı ve mutluluk, tutumluluk, çevresel kontrol odağı ve çevre bilgisi açısından aralarındaki farkları incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma sonuçlarına göre tüketiciler yeşil olmayanlar, gönülsüz yeşiller ve gerçek yeşiller olmak üzere üç bölüme ayrılmıştır.

Gıda temelli diğer bir çalışmada Verain ve diğ. (2016), gıda kategorisi özelliklerinin göreceli önem derecelerine dayanan üç tüketici bölümü tanımlamıştır. Bunlar; yanlılar, ortalama tüketiciler ve sürdürülebilir bilinçli tüketiciler şeklinde isimlendirilmiştir. Çalışmada, gıda ürünlerinin sürdürülebilirliği konusunda daha yüksek puan alanların sağlık açısından en yüksek puan aldıkları tespit edilmiştir. Barcellos ve diğ. (2011) tarafından Brezilya’da domuz eti tüketimi alanında yapılan çalışmada tüketiciler kayıtsızlar, çevre bilincine sahipler ve sürdürülebilirlik odaklılar olarak üç bölüme ayrılmıştır. Bu tüketici bölümlerinden en büyüğü %71.6 oranıyla kayıtsızlardır ve bu durum çevresel konuların Brezilyalı tüketicilerin çoğu için hala çok güçlü bir endişe olmadığı gerçeğiyle açıklanmıştır.

Banterle ve Ricci (2013) tarafından İtalya’da yapılan çalışmada İtalyan tüketicilerin gıda ürünlerinin çevresel sürdürülebilirliğine ilişkin farklı tutumları

incelenmiştir. Günlük alışverişleri bağlamında tüketiciler dört bölüme ayrılmıştır; etiketler hakkında çevresel bilgileri göz önünde bulunduranlar, etiketler hakkındaki çevresel bilgilerin satın alma üzerinde büyük bir etkisi olmayan, ancak daha fazla bilgi almak isteyenler, çevresel bilgilerin varlığının ürün seçimini yönlendirdiği ve ayrıca daha fazlasını almak isteyenler ve Satın alırken çevre ile ilgili hususları dikkate almayan ve ürünlerin etkileri hakkında daha fazla bilgi almakla ilgilenmeyenler. Çalışmada tüketicilerin yaş, cinsiyet, eğitim ve gelir gibi demografik özelliklerinin tanımlanan tüketici bölümleri için ayırt edici rollerinin olmadığı tespit edilmiştir.

Yöntem

Örneklem ve Tasarım

Araştırma sorusunun cevabına ulaşılabilmesi için bir nicel araştırma tasarlanmıştır. Birincil veri toplama tekniklerinden anket yardımıyla veriler toplanmıştır. Ankette yer alacak değişkenlerin nasıl ölçüleceğinin belirlenmesi için literatürdeki ilgili çalışmalar incelenmiştir. Ayrıca sürdürülebilirlik ve gıda tüketimi alanında uzman 8 akademisyen ve 7 uygulayıcı ile görüşme yapılmış ve sürdürülebilir gıda tüketimi davranışını ölçmek üzere ifadeler belirlenmiştir. Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Formun ilk bölümünde tüketicilerin sürdürülebilir gıda tüketimi davranışlarının incelenmesi için literatürdeki çalışmalardan (Stefan ve diğ., 2013; Exodus, 2007; Stancu ve diğ., 2016) derlenen 11 ve uzman görüşmeleri sonucunda eklenen 7 ifade yer almaktadır. İkinci bölümde çeşitli gıda gruplarının ortalama israf edilme düzeyinin belirlenmesi için hazırlanan ve her bir gıda ürünü grubunun yüzdesel olarak atılma miktarının belirlenmesine yönelik sorular yer almaktadır. Son bölümde ise tüketicilerin demografik özelliklerinin ölçülmesi için hazırlanan sorular bulunmaktadır. Veri toplama sürecine geçilmeden önce pilot çalışma yapılmıştır. 36 kişiden toplanan verilerle soruların anlaşılabilirliği incelenmiş ve bir soruda düzeltme yapılmıştır.

Araştırmanın evrenini İzmir ilinde gıda ürünlerini tüketen yetişkin tüketiciler oluşturmaktadır. Bu nedenle 18 yaş üstü yetişkinler evren olarak belirlenmiştir. Evrenin tamamına ulaşılması mümkün olmadığı için olasılıklı olmayan örneklem yöntemlerinden kolayda örneklem kullanılarak örneklem yapılmış ve toplam 400 kişiye anket formu dağıtılmıştır. Veriler Mart-Temmuz, 2019 tarihleri arasında yüz yüze anket yöntemiyle toplanmıştır. Bu formlardan 22 tanesi eksik, 7 tanesi ise özensiz (geometrik şekil, soruların tamamına aynı yanıtı verme gibi) doldurulduğu için analizlere dahil edilmemiştir. Toplamda 371 adet kullanılabilir veri analizlere dahil edilmiştir. Dolnicar (2002)'a göre kümeleme analizinde örneklem sayısı için alt sınır bulunmamaktadır. Dolayısıyla ulaşılan örneklem hacmi analizler için yeterli bulunmuştur.

Katılımcıların yaşları 18 ile 79 arasında değişmektedir ve yaş ortalaması 38.81'dir. Cinsiyete göre dağılım yakınlık gösterse de katılımcıların çoğunluğu kadındır (%54.2). Katılımcıların %17.1'i ilköğretim, % 34.6'sı lise, kalanı ise üniversite mezunudur. Aylık ortalama gelir 4.138 TL'dir. Katılımcıların üçte ikisine yakını (%66.3) evlidir ve %41.3'ünün çocuğu yoktur. Bir çocuğu olanlar %18.8'lik bir kısmı oluştururken, katılımcıların üçte birine yakınının (%30.8) ise iki çocuğu bulunmaktadır.

Veri Analizi

Veriler dört aşamada analiz edilmiştir. Öncelikle tanımlayıcı analizler yapılarak katılımcıların demografik özellikleri incelenmiştir. Ardından açıklayıcı faktör analizi

yapılarak sürdürülebilir gıda tüketimi değişkenleri tanımlanmıştır. Aynı zamanda verilerin normal dağılıma uygunluğu basıklık ve çarpıklık değerleriyle analiz edilmiştir. Verilerin basıklık değerleri - 1.121 ile 2.059 arasında çarpıklık değerleri ise -1.810 ile 0.394 arasında değişmektedir. Bu değerler +2 ile -2 arasında olduğu için verilerin normal dağılıma uygun olduğu söylenebilir (Field, 2009; Gravetter ve Wallnau, 2014). Üçüncü olarak ilgili değişkenler kullanılarak iki aşamalı kümeleme analizi yapılmış ve tüketici tipolojisi oluşturulmuştur. Son olarak tanımlanan tüketici tiplerinin demografik özellikler açısından farklılaşp farklılaşmadığının belirlenmesi için ki-kare testleri yapılmıştır.

Bulgular

Açımlayıcı Faktör Analizi

Çalışmada, gıda ürünlerinin sürdürülebilir tüketimine yönelik boyutların tanımlanması için 18 maddeden oluşan ölçeğe Direct Oblimin rotasyon yöntemiyle açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. İlk olarak, KMO ve Barlett test değerleri incelenmiştir. KMO test değeri, her bir değişken ve tüm maddeler için örneklem hacminin yeterliliğini ölçmektedir ve 0.5'ten büyük olması ve 1.0'a mümkün olduğunca yakın olması gerekmektedir (Field, 2013). KMO test değeri 0.771 ve Barlett test değeri anlamlı bulunmuştur ($p=0.00<0.05$). Bu bulgular ışığında değişkenler arasındaki korelasyonun açımlayıcı faktör analizinin yapılabilmesi için yeterli olduğu tespit edilmiştir.

Faktör analizi yapılan maddelerin 16'sı özdeğeri birden büyük olan altı faktöre yüklenmiştir. İki madde ise çapraz faktör yükü sorunu nedeniyle analizden çıkarılmıştır. Ortaya çıkan altı faktörlü yapı toplam varyansın %58.72'sini açıklamaktadır. Faktör isimleri, her bir faktörde yer alan maddeler, faktör ortalaması, faktör yükü ve Cronbach alpha iç tutarlılık katsayısı Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1.

Araştırma Değişkenlerine Yönelik Açımlayıcı Faktör Analizi Bulguları

Değişkenler	1	2	3	4	5	6
Sağlık Odaklı SGT						
Sağlık durumuma (kilo alma, yorgun hissetme, vb.) göre yeme alışkanlıklarımı değiştiririm	.803					
Yemeklerimde tuz, şeker ve yağ miktarını azaltmaya çalışırım	.801					
Tek yönlü beslenme yerine çeşitli gıdaları yemeye çalışırım.	.593					
Çevre Odaklı SGT						
Doğal ya da ekolojik gıda ürünlerini kullanmaya çalışırım		.720				
Satın alma yapmadan önce gıdanın çevresel etkisini göz önünde bulundururum		.643				
Gıda alışverişine giderken yeniden kullanılabilir torbalardan alırım		.413				
Yeniden Kullanım						
Artan yiyeceği beslenmeleri için hayvanlara veririm			.683			
Yiyeceklerin artan kısımlarını yeni yiyecekler pişirmek için saklarım.			.656			
Fazla gıdayı derin dondurucuda saklarım			.456			
İsraf Etmeme Niyeti						
Daha önceden kalan yemekleri ısıtarak (daha sonraki zamanlarda) tekrar yerim				.812		
Gıda ürünlerini atmamaya özen gösteririm				.799		
Alışveriş Alışkanlığı						
Alışveriş listemde olmayan gıda ürünlerini satın almam					.774	
İyi bir promosyon ya da fiyat olduğunda gıda ürünlerini büyük paketlerde satın alırım					.718	
Planlama Alışkanlığı						
Evde yapılacak yemekler genellikle birkaç gün önceden planlanır						.741
Tüketeceğim kadar yemek pişirmeye özen gösteririm						.672
Alışverişe gitmeden önce ihtiyacım olan gıda ürünlerinin listesini yaparım						.438
Ortalama	3.96	3.34	3.77	3.94	3.58	3.20
Öz değer	1.79	1.78	1.57	1.50	1.50	1.22
Cronbach's alpha (α)	.704	.772	.748	.886	.703	.736
Açıklanan varyans yüzdesi	11.24	11.17	9.86	9.43	9.38	7.63

Analiz sonuçlarına göre toplam altı boyut tespit edilmiştir. Bu boyutlar; sağlık odaklı sürdürülebilir gıda tüketimi (SOSGT), çevre odaklı sürdürülebilir gıda tüketimi (ÇOSGT), yeniden kullanım, israf etmeme niyeti, planlama alışkanlığı ve alışveriş alışkanlığı olarak isimlendirilmiştir. Tüketicilerin en yüksek skora sahip oldukları boyutlar sağlık odaklı sürdürülebilir tüketim ile israf etmeme niyetidir. Buna karşın, tüketicilerin planlama alışkanlığı ve çevre odaklı sürdürülebilir tüketim davranışı düzeyleri daha düşüktür.

Kümeleme Analizi

Sürdürülebilir gıda tüketimi davranışları açısından tüketici bölümlerinin belirlenmesi için hiyerarşik kümeleme yöntemine dayalı iki aşamalı kümeleme (Two step cluster) analizi kullanılmıştır. Analize dahil edilen tüm değişkenler sürekli olduğu için uzaklık ölçüsü olarak Öklid uzaklığı ve Schwarz'ın Bayesian Kriter (BIC) kümeleme ölçütü olarak seçilmiştir. Küme sayısı ise otomatik olarak belirlenmiştir.

Kümeler açımlayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen altı değişkenin ortalama skorlarına dayalı olarak oluşturulmuştur. Her bir kümenin ismi ve ortalama skorları Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2.

Kümeler ve Ortalama Skorlar

Kümeleme Değişkenleri	Genel Ortalama	Kayıtsızlar	Kümeler Hevesliler	Öncüler
SOSGT	3.96	3.13	3.93	4.58
ÇOSGT	3.34	2.67	3.16	4.16
Yeniden Kullanım	3.77	3.12	3.65	4.44
İsraf Etmeme Niyeti	3.94	2.89	4.12	4.29
Planlama Alışkanlığı	3.58	2.75	3.56	4.18
Alışveriş Alışkanlığı	3.20	2.77	2.98	3.93
Kümelerin Yüzdesele Dağılımı		%18.2	%54.7	%27.1

Birinci grupta yer alan tüketiciler altı boyutun tamamında en düşük skora sahiptir. Dolayısıyla bu tüketici bölümü “kayıtsızlar” olarak isimlendirilmiştir. İkinci kümedeki tüketicilerin gıda ürünlerini israf etmeme niyetleri yüksek olsa da bu niyetlerini gıda tüketiminin sürdürülebilirliğine yönelik davranışlarına yansıtamamaktadır. Bu nedenle bu tüketici bölümü “sürdürülebilirlik heveslileri” olarak isimlendirilmiştir. Üçüncü tüketici bölümündekiler ise sürdürülebilir gıda tüketimi davranışlarının tamamında en yüksek skora sahiptir. Bu nedenle “sürdürülebilirlik öncüleri” olarak isimlendirilmiştir.

Tüketici Bölümlerinin Analizi ve Karşılaştırılması

Tüketiciler üç bölüme ayrıldıktan sonra bu bölümler gıda ürünlerinin sürdürülebilir tüketimine yönelik davranışlar ve demografik özellikleri açısından incelenmiştir. Ardından bu üç bölümdeki tüketicilerin cinsiyet, gelir, kuşak ve eğitim durumlarına göre farklılaşp farklılaşmadıkları ki-kare analizleri ile test edilmiştir.

Birinci tüketici bölümü olan “kayıtsızlar” tüketicilerin yüzde 18.2'sini oluşturmaktadır. Bu gruptaki tüketicilerin sürdürülebilir gıda tüketimi davranışlarının tamamında ortalamanın altında ve en düşük skora sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu tüketici bölümündekilerin %59.7'si erkektir. %70.1'i X kuşağında yer alan bu tüketicilerin çoğunluğu (%65.7) üniversite mezunudur. Aylık ortalama gelirleri 4.187 TL'dir ve %58.2'si bekarlıdır. Yarısından fazlasının (%55.2) çocuğu bulunmamaktadır. Bu tüketici bölümündekilerin en yüksek oranda israf ettikleri gıda ürünü %13.09 ile sebze ve meyvelerdir. Bunu sırasıyla ekme ve süt ürünleri izlemektedir.

İkinci tüketici bölümü %54.7 oranla tüketicilerin en geniş kesimini oluşturmaktadır. “sürdürülebilirlik heveslileri” olarak tanımlanan bu gruptaki

tüketicilerin ortalamasının üzerinde düzeyde israf etmeme niyetleri olduğu tespit edilmiştir. Buna karşın diğer sürdürülebilir gıda tüketimi davranışları ortalamasının altındadır. Bu bölümdeki tüketicilerin % 58.4'ü kadındır. Bu tüketicilerin %66.8'i X kuşağındadır ve büyük çoğunluğu (%84.6) üniversite mezunudur. Ortalama aylık gelirleri 4.232 TL'dir ve üçte ikisine yakını (%64.9) evlidir. %45.5'inin çocuğu bulunmamaktadır. Sürdürülebilir heveslilerin en çok israf ettikleri gıda ürünü sebze ve meyvelerdir (%9.41). Bunu sırasıyla ekmek ve süt ürünleri izlemektedir.

Sürdürülebilirlik öncüleri yani üçüncü tüketici bölümü, sürdürülebilir gıda tüketimi davranışlarının tamamında en yüksek skora sahip olan yüzde 27.1'lik gruptur. Bu bölümdeki tüketicilerin %69'u kadındır. %42'si X kuşağındaki bu tüketicilerin % 67'si üniversite mezunudur. Tüketicilerin ortalama geliri 3.921 TL'dir ve büyük çoğunluğu (%79.0) evlidir. Yarısının 2 ya da daha fazla çocuğu bulunmamaktadır. Bu tüketici bölümündekilerin sebze ve meyve israf oranı %8.05'tir. Bunu sırasıyla ekmek ve hazır yemekler takip etmektedir.

Tüketicilerin yer aldığı tüketici bölümleri ile bu bölümlerde yer alan tüketicilerin demografik profilleri arasındaki ilişki ki-kare testleri ile analiz edilmiştir. Tüketicilerin cinsiyeti, eğitim düzeyi ve kuşağı ile yer aldıkları tüketici bölümü arasındaki ilişkilerin test edildiği ki-kare analizi bulguları Tablo 3'te yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre tüketicilerin yer aldığı bölümler ile cinsiyet, kuşak, eğitim düzeyi, çocuk sayıları ve medeni durumları arasında anlamlı ilişkiler bulunmaktadır.

Tablo 3.
Tüketici Bölümleri ve Demografik Profil

		Kayıtsızlar	Sürdürülebilirlik Heveslileri	Sürdürülebilirlik Öncüleri	χ^2	P
Cinsiyet	Kadın	%40.3	%58.4	%69.0	16.88	.002
	Erkek	%59.7	%41.6	%31.0		
Kuşak	X	%70.1	%66.8	%42.0	22.32	.000
	Y	%23.9	%23.3	%37.0		
	Bebek	%6.0	%9.9	%21.0		
	Patlaması					
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	%14.9	%6.9	%17.0	18.46	.005
	Lise	%19.4	%8.5	%16.0		
	Üniversite ve üstü	%65.7	%84.6	%67.0		
Çocuk Sayısı	Yok	%55.2	%45.5	%27.0	19.91	.011
	1	%19.4	%23.3	%23.0		
	2	%17.9	%25.2	%37.0		
	3 ve üstü	%7.5	%5.9	%13.0		
Medeni Durum	Bekar	%58.2	%35.1	%21.0	25.14	.000
	Evli	%41.8	%64.9	%79.0		
Aylık Gelir	2500 ve altı	%23.9	%18.3	%23.0	4.24	.664
	25001-5000	%53.7	%63.9	%64.0		
	5001 -7500	%16.4	%12.9	%10.0		
	7501 ve üstü	%6.0	%5.0	%3.0		

Analiz sonuçları incelendiğinde kayıtsızlardan sürdürülebilirlik öncülerine doğru gidildikçe kadınların, bebek patlaması kuşağındakilerin ve evlilerin oranının arttığı tespit

edilmiştir. Buna karşın erkeklerin, X kuşağındakilerin ve bekarların oranı ise azalmaktadır. Eğitim düzeyi en yüksek olan tüketici bölümü sürdürülebilirlik heveslileri iken çocuğu olmayanların en yüksek paya sahip olduğu tüketici bölümünün kayıtsızlar olduğu belirlenmiştir. Buna karşın tüketicilerin geliri ile yer aldıkları tüketici bölümleri arasında ilişki tespit edilmemiştir.

Sonuç

Gıda tüketiminde sürdürülebilirliğin artırılması, gerek kamusal politikalarla gerek akademik çalışmalarla gerekse sivil girişimlerle sıkça ele alınmakta olan son derece güncel bir konudur. Gıdaların sürdürülebilir tüketimi konusunda toplumsal farkındalığın ve bilincin artmasına katkıda bulunan tüm bu çalışmalar sonucunda, tüketici toplumunda da sürdürülebilir gıda tüketimi tercihlerinin giderek yaygınlaştığı görülmektedir. Bu çalışmada da akademik yazına katkıda bulunmak üzere tüketicilerin gıdalara yönelik sürdürülebilir davranışları incelenerek, temel tüketici tipleri ortaya koymak ve bu tipler arasındaki farklılıkları incelemek amaçlanmıştır.

Tüketicilerin sürdürülebilir gıda tüketimi davranışlarının ölçülebilmesi için literatürdeki çalışmalardan ve uzman görüşmelerinden elde edilen ifadeler açıklayıcı faktör analizi ile altı boyutta gruplandırılmıştır. Bu boyutlar; sağlık odaklı sürdürülebilir gıda tüketimi (SOSGT), çevre odaklı sürdürülebilir gıda tüketimi (ÇOSGT), yeniden kullanım, israf etmeme niyeti, planlama alışkanlığı ve alışveriş alışkanlığı olarak isimlendirilmiştir. Bu boyutlar arasında tüketicilerin en yüksek skora sahip oldukları ikisinin, sağlık odaklı sürdürülebilir tüketim ve israf etmeme niyeti olduğu görülmektedir. Buna karşın, tüketicilerin planlama alışkanlığı ve çevre odaklı sürdürülebilir tüketim davranışı skorları ise daha düşüktür.

Daha sonra tüketicileri bu boyutlara göre bölümlendirilerek bir tipoloji elde etme amacıyla iki aşamalı kümeleme analizi kullanılmış ve tüketicilerin sürdürülebilirlik boyutlarından aldıkları skorlara göre oldukça belirgin ve hiyerarşik bir düzende üç temel tipe ayrıldıkları gözlemlenmiştir. Altı boyutun tamamında en düşük skorlara sahip olan birinci tip tüketiciler “kayıtsızlar”, tüm boyutlarda orta düzey skorlara sahip olan ikinci tip tüketiciler “sürdürülebilirlik heveslileri” ve tüm boyutlarda en yüksek skora sahip olan üçüncü tip tüketiciler ise “sürdürülebilirlik öncüleri” olarak isimlendirilmiştir. Bu tipoloji, tüketicileri; yanlılar, ortalama tüketiciler ve sürdürülebilir bilinçli tüketiciler olmak üzere üçe ayıran Verain ve diğ. (2016)’nin ve kayıtsızlar, çevre bilincine sahipler ve sürdürülebilirlik odaklılar olmak üzere yine üçe ayıran Barcellos ve diğ. (2011)’nin bölümlendirmeleri ile benzerlikler göstermektedir.

Son olarak bu tüketici tipleri arasında demografik farklılıklar bulunup bulunmadığı sorgulanmış olup yine sürdürülebilirlik hiyerarşisine paralel bir takım ilişkiler tespit edilmiştir. Sürdürülebilirlik arttıkça, yani birinci tip tüketiciden üçüncü tip tüketiciye gidildikçe kadınların, bebek patlaması kuşağındakilerin ve evlilerin oranı artmaktadır. Ayrıca eğitim düzeyi en yüksek olan tüketici tipinin sürdürülebilirlik heveslileri olduğu ve çocuğu olmayanların en yüksek paya sahip olduğu tüketici tipinin de kayıtsızlar olduğu belirlenmiştir. Gelir değişkeninin ise tüketici tipolojisinde herhangi bir belirleyiciliğinin olmadığı gözlemlenmiştir. Bu bulgular, Banterle ve Ricci (2013)’nin tüketicilerin yaş, cinsiyet, eğitim ve gelir gibi demografik özelliklerinin tanımlanan tüketici bölümleri için ayırt edici olmadığı yönündeki bulgularıyla çoğunlukla örtüşmemektedir.

Kaynaklar

- Banterle, A. ve Ricci, E.C. (2013). Does the sustainability of food products influence consumer choice? The case study of Italy. *Proceedings of the 6th. International European Forum on System Dynamics and Innovation in Food Networks*, Innsbruck-Igls, Avusturya.
- Barcellos, M.D., Krystallis, A., Melo Saab, M.S., Kügler, J.O., ve Grunert, K. (2011). Investigating the gap between citizens' sustainability attitudes and food purchasing behaviour: Empirical evidence from Brazilian pork consumers. *International Journal of Consumer Studies*, 35, 391-402.
- Barilla Center for Food and Nutrition (BCFN). (2019). A Global Study on Nutrition, Agriculture and Food Waste. <http://foodsustainability.eiu.com/> (15.05.2019)
- Barilla Center for Food and Nutrition (BCFN). (2016). Double Pyramid 2016 Eat Better Eat Less Food For All. <https://www.barillacfn.com/m/publications/doublepyramid2016-more-sustainable-future-depends-on-us.pdf>
- Bell, D. R., Corsten, D., ve Knox, G. (2011). From point of purchase to path to purchase: How preshopping factors drive unplanned buying. *Journal of Marketing*, 75(1), 31-45.
- BM (2019). The Sustainable Development Goals Report 2019, New York, <https://unstats.un.org/sdgs/report/2019/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2019.pdf> (20.08.2019)
- BM The Sustainable Development Agenda. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda/> (20.08.2019)
- Borgström, S., Zachrisson, A., ve Eckerberg, K. (2016). Funding ecological restoration policy in practice-patterns of short-termism and regional biases. *Land Use Policy*, 52, 439-453.
- Bravi, L., Murmura, F., Savelli, E., ve Vigano, E. (2019). Motivations and actions to prevent food waste among young Italian consumers. *Sustainability*, 11(4), 1110.
- Bulut, Z.A., Kökalan Çımrın, F., ve Doğan, O. (2017). Gender, generation and sustainable consumption: Exploring the behaviour of consumers from Izmir, Turkey. *International Journal of Consumer Studies*, 41, 597-604.
- Coşkun, A. ve Yetkin Özbük, R.M. (2019). Environmental segmentation: Young millennials' profile in an emerging economy. *Young Consumers*, 20(4), 359-379.
- Cox, J. ve Downing, P. (2007). Food Behaviour Consumer Research: Quantitative Phase, Briefing Paper, WRAP and Brook Lyndhurst, UK. <http://www.wrap.org.uk/sites/files/wrap/Food%20behaviour%20consumer%20research%20quantitative%20jun%202007.pdf> (24.04.2019)
- Dolnicar, S. (2002), A review of unquestioned standards in using cluster analysis for data-driven market segmentation, *CD Conference Proceedings of the Australian and New Zealand Marketing Academy Conference (ANZMAC 2002)*, Deakin University, Melbourne, 2-4 December.
- Dölekoğlu, C.Ö., Gün, S., ve Giray, F.H. (2014). Yoksulluk ve gıda israfı sarmalı, *11. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, Cilt 1*, 172-181.
- EEA (2015). Per capita EU-27 consumption of meat, fish and dairy (by weight), https://www.eea.europa.eu/data-and-maps/daviz/per-capita-eu-27-consumption-1#tab-chart_1 (11.05.2019)

- Evans, D. (2012). Beyond the throwaway society: Ordinary domestic practice and a sociological approach to household food waste. *Sociology*, 46(1), 41-56.
- Exodus. (2007). We Don't Waste Food. A Household Survey. *Final Report. Project code: EVAPP9*, UK: WRAP.
- FAO (2011). Global Food Losses and Food Waste: Extent, Causes and Prevention. *FAO*, Rome, Italy.
- FAO (2015). Food Wastage Footprint ve Climate Change. *FAO*, Rome, Italy.
- Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS*. SAGE Publishing, London, UK.
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. Fourth Edition, SAGE Publishing, London, UK.
- Gorissen, K., ve Weijters, B. (2016) The negative footprint illusion: Perceptual bias in sustainable food consumption. *Journal of Environmental Psychology*, 45, 50-65
- Graham-Rowe, E., Jessop, D.C., ve Sparks, P., (2015). Predicting household food waste reduction using an extended theory of planned behaviour. *Resources, Conservation and Recycling*, 101, 194-202.
- Gravetter, F.J, ve Wallnau, L.B. (2014). *Essentials of Statistics for the Behavioral Sciences*. Eight Edition, *Wadsworth Cengage Learning*, Belmont, CA, USA.
- Han, Y., ve Hansen, H. (2012). Determinants of sustainable food consumption: A meta-analysis using a traditional and a structural equation modeling approach. *International Journal of Psychological Studies*, 4(1), 22-45.
- Hebrok, M., ve Boks, C. (2017). Household food waste: Drivers and potential intervention points for design-An extensive review. *Journal of Cleaner Production*, 151, 380-392.
- Hegnsholt, E., Unnikrishnan, S., Pollmann-Larsen, M., Askelsdottir, B., ve Gerard, M. (2018). Tackling the 1.6 Billion-Ton Food Loss and Waste Crisis. *Boston Consulting Group*. http://image-src.bcg.com/Images/BCG-Tackling-the-1.6-Billion-Ton-Food-Waste-Crisis-Aug-2018%20%281%29_tcm38-200324.pdf (11.05.2019)
- Hughner, R. S., McDonagh, P., Prothero, A., Shultz II, C. J., ve Stanton, J. (2007). Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food. *Journal of Consumer Behavior*, 6, 94-110.
- İSEDAK, Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation (COMCEC), (2017). Reducing Food Waste In the OIC Countries, Turkey. http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Reducing_Food_Waste_in_the_OIC_Countries%E2%80%8B.pdf, (01.11.2019)
- Kamenidou, K., Mamalis, I. C., Pavlidis, S. A., ve Bara, E. Z. S. (2019). Segmenting the generation z cohort university students based on sustainable food consumption behavior: A preliminary study. *Sustainability*, 11(3), 837.
- Kummu, M., de Moel, H., Porkka, M., Siebert, S., Varis, O., ve Ward, P. J. (2012). Lost food, wasted resources: Global food supply chain losses and their impacts on freshwater, cropland, and fertiliser use. *Science of the Total Environment*, 438, 477-489.
- Maciejewski, G., Mokrysz, S., ve Wróblewski, Ł. (2019). Segmentation of coffee consumers using sustainable values: Cluster analysis on the polish coffee market. *Sustainability*, 11(3), 613.

- Oppe, C., Thienen, H. V., ve Mehlmann, M. (2019). Food action: A pilot program for more sustainable food habits. In (Eds.) C. Ludwig and S. Valdivia, Progress Towards The Resource Revolution. World Resources Forum, Villigen PSI and St. Gallen, Switzerland, 2019. https://www.wrforum.org/wp-content/uploads/2019/05/WRF_2019_book_FINAL.pdf
- Papargyropoulou, E., Lozano, R., Steinberger, J.K., Wright, N., ve Ujang, Z. (2014). The food waste hierarchy as a framework for the management of food surplus and food waste. *Journal of Cleaner Production*, 76, 106-115.
- Parfitt, J., Barthel, M., ve Macnaughton, S. (2010). Food waste within food supply chains: quantification and potential for change to 2050. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 365(1554), 3065-3081.
- Pekcan, G., Koksall, E., Kucukerdonmez, O., ve Ozel, H. (2006). Household Food Wastage in Turkey. Working Paper ESS/ESA No. Sixth Edition, FAO, Rome, Italy
- Reisch, L., Eberle, U., and Lorek, S. (2013). Sustainable food consumption: An overview of contemporary issues and policies. *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 9(2), 7-25.
- Rogissart, L., Foucherot, C., ve Bellassen, V. (2019). Estimating greenhouse gas emission from food consumption: Methods and results, Institute for Climate Economics, February, https://www.i4ce.org/wp-core/wp-content/uploads/2019/03/0318-I4CE2984-EmissionsGES-et-conso-alimentaire-Note-20p-VA_V2.pdf (11.05.2019)
- Russell, S., Young, C.W., Unsworth, K.L. ve Robinson, C. (2017). Bringing habits and emotions into food waste behaviour. *Resources, Conservation ve Recycling*, 125, 107-114.
- Salihoglu, G., Salihoglu, N.K., Ucaroglu, S., ve Banar, M. (2018). Food loss and waste management in Turkey. *Bioresource Technology*, 248, 88-99.
- Siegrist, M., Visschers, V. H., ve Hartmann, C. (2015). Factors influencing changes in sustainability perception of various food behaviors: Results of a longitudinal study. *Food Quality and Preference*, 46, 33-39.
- Stancu, V., Haugaard, P. ve Lähteenmäki, L. (2016). Determinants of consumer food waste behavior: Two routes to food waste. *Appetite*, 96, 7-17.
- Stephoe, A., Pollard, T. M., ve Wardle, J. (1995). Development of a measure of the motives underlying the selection of food: The food choice questionnaire. *Appetite*, 25, 267-284.
- Stefan, V., van Herpen, E., Tudoran, A. A., ve Lähteenmäki, L. (2013). Avoiding food waste by Romanian consumers: The importance of planning and shopping routines. *Food Quality and Preference*, 28(1), 375-381.
- Su, C. H. J., Tsai, C. H. K., Chen, M. H., ve Lv, W. Q. (2019). US sustainable food market generation z consumer segments. *Sustainability*, 11(13), 3607.
- Sultan, P., Pearson, D., Henryks, J., ve Anisimova, T. (2013). Marketing communications for organic food products: Development and validation of two models leading to purchase intent. <https://core.ac.uk/download/pdf/30343625.pdf> (16.02.2019).
- Türkiye İsrâf Raporu, (2019). <https://tcaret.gov.tr/data/5c51a78e13b8762dc06a72c9/31-01-2019%20ISRAF%20RAPORU.pdf> (05.11.2019)

- Van Huy, L., Chi, M. T. T., Lobo, A., Nguyen, N., ve Long, P. H. (2019). Effective segmentation of organic food consumers in Vietnam using food-related lifestyles. *Sustainability*, 11(5), 1237.
- Verain, M.C.D., Sijtsema, S.J., ve Antonides, G. (2016). Consumer segmentation based on food-category attribute importance: The relation with healthiness and sustainability perceptions. *Food Quality and Preference*, 48, 99-106.
- Yıldırım, H., Capone, R., Karanlık, A. Bottalico, F., Debs, P. ve Bilali, H.E. (2016). Food wastage in Turkey: An exploratory survey on household food waste. *Journal of Food and Nutrition Research*, 4(8), 483-489.