



Tüketicilerin Sert Kabuklu Kuruyemiş Tüketim Alışkanlıkları ve Satın Alma Davranışlarının Belirlenmesi: Siirt İli Örneği

Merve Kardeş¹, Koray Özrenk¹, Mustafa Terin^{2*}

¹Siirt Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Bahçe Bitkileri Bölümü, 56100 Siirt, Türkiye

²Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, 65080 Van, Türkiye

MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Geliş 14 Eylül 2017

Kabul 28 Aralık 2017

Anahtar Kelimeler:

Sert kabuklu kuruyemiş
Tüketim
Tüketici tercihleri
Logit model
Siirt

*Sorumlu Yazar:

E-mail: mustafaterin@yyu.edu.tr

Ö Z E T

Çalışmanın amacı, Siirt ili kentsel alanda tüketicilerin sert kabuklu kuruyemiş tüketim alışkanlıkları ve satın alma davranışlarını belirlemektir. Çalışmanın ana materyalini Siirt ili kentsel alanda yaşayan 150 tüketiciden anket yoluyla toplanan veriler oluşturmaktadır. Verilerin analizinde, frekans tabloları ve tüketicilerin ailelerinde yeterli miktarda kuruyemiş tüketip tüketmedikleri düşüncesi logit model yardımıyla analiz edilmiştir. Araştırmada, ankete katılanların %62,7'si erkek, %63,3'ü 25-40 yaş grubunda, %64,0'ü evli, %62,0'si 2001-4000 TL gelir grubunda, %49,3'ü ailede yeterli miktarda kuruyemiş tüketildiği, %56,0'sı kuruyemiş tüketiminin faydaları hakkında bilgiye sahip olduğu ve %78,7'sinin kuruyemişi, kuruyemişçilerden satın aldığı belirlenmiştir. Çalışmada ayrıca ailede yeterli miktarda kuruyemiş tüketildiğini düşünme ile kuruyemiş tüketmenin faydalarını bilme arasında pozitif, cinsiyet arasında ise negatif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Turkish Journal of Agriculture - Food Science and Technology, 6(2): 169-174, 2018

Determination of Consumers Hard Shelled Dried Nuts Consumption Habits and Purchase Behaviour: A Case of Siirt Province

ARTICLE INFO

Research Article

Received 14 September 2017

Accepted 28 December 2017

Keywords:

Hard shelled dried nuts
Consumption
Consumer preferences
Logit model
Siirt

*Corresponding Author:

E-mail: mustafaterin@yyu.edu.tr

ABSTRACT

The aim of the study is to determine the consumers hard shell dried nuts consumption habits and purchasing behaviours in urban areas of Siirt Province. The main data of this study has been compiled through questionnaires from 150 consumers who live in urban area of Siirt. In the analysis of the data, frequency tables were used and the logit model where consumers consume sufficient amount of nuts in their families. In the survey, 62.7% of the respondents were male, 63.4% were in the 25-40 age group, 64.0% were married, 62.0% were in the income group of 2001-4000 TL, 49.3% of the family members consumed sufficient amount of nuts, 56.0% it was determined that the consumption of the nuts had information about the benefits and 78.7% of the nuts purchased from the nuts shop. In the study, it was also found that there was a positive relationship between think that sufficient amount of nuts was consumed in the family with knowing the benefits of nuts consumption On the other hand, the relationship between think that sufficient amount of nuts was consumed in the family and gender was found to be negative.

DOI: <https://doi.org/10.24925/turjaf.v6i2.169-174.1529>

Giriş

Kuruyemiş, yaş sebzenin kurutulması ve/veya kavrulmasıyla elde edilmektedir (Garipoğlu, 2006; Turan, 2012; Karcık, 2017). Türkiye sahip olduğu uygun coğrafi koşullar ve iklim itibarıyla diğer tarım ürünlerinde olduğu gibi kuruyemiş sanayinin hammaddesi olan tarımsal ürünlerin (Fındık, fıstık, badem, ceviz, Antep fıstığı, incir, kayısı vb.) üretimi konusunda da oldukça şanslı konumdadır (Anonim, 2017). Türkiye, bu nedenle gerek kuruyemiş üretimi gerekse tüketimi açısından dünyanın önde gelen ülkeleri arasında yer almaktadır.

Eski çağlardan beri kuruyemiş tüketiminin insanların günlük beslenmesinde önemli bir yere sahip olduğu birçok çalışmada belirtilmiştir (He ve ark., 1998; Aranceta ve ark., 2006; Leong ve ark., 2011). Kuruyemişler günümüzde sağlıklı beslenmenin önemli bir bileşeni olarak görülmekte ve bilhassa badem, fındık, ceviz, antepfıstığı, yerfıstığı gibi çeşitler sadece besleyici olmaları sebebiyle değil tedavi edici ve insan sağlığına faydalı olmaları nedeniyle de sıklıkla tüketilmektedir. Önemli enerji kaynağı olmaları, çoğunlukla doymamış yağ asitlerini içermeleri, genel olarak karbonhidrat, protein, vitamin, mineral maddeler, lif, bitkisel steroller bakımından zengin içeriklere sahip olmaları (Kelly ve Sabote, 2006; Kendall ve ark., 2010; Dreher, 2012) ve ayrıca kandaki toplam kolesterol ile LDL konsantrasyonlarını ve lipoprotein vasıtalı kardiyovasküler hastalıkları azaltmaları nedeniyle insan diyetinde yer alması gerektiği birçok çalışmada vurgulanmıştır (Dreher ve ark., 1996; Trichopoulou ve ark., 2005; Veloso ve ark., 2016).

Kuruyemiş tüketimi ile ilgili gerek yerli gerekse yabancı literatür incelendiğinde yapılan çalışmaların büyük çoğunluğunda kuruyemiş tüketiminin sağlık üzerine etkileri incelenirken (Sabate ve ark., 1993; Dreher ve ark., 1996; Trichopoulou ve ark., 2005; Kelly ve Sabote, 2006; Kendall ve ark., 2010; Dreher, 2012; Veloso ve ark., 2016), çok az sayıda yabancı literatürde tüketicilerin kuruyemiş (fındık, fıstık, badem, ceviz vb.) tüketim alışkanlıkları ve tercihlerini inceleyen çalışmalar yapılmıştır (He ve ark., 1998; Camarena ve Sanjuan, 2005; Aranceta ve ark., 2006; Leong ve ark., 2011). Yerli literatürde ise Turan (2012) tarafından Tekirdağ ilinde yapılan bir çalışma bulunmaktadır. Bu nedenle gerek hanelerin gerekse bireysel tüketicilerin kuruyemiş tüketim alışkanlıkları ve satın alma davranışlarını inceleyen yerel araştırmalara ihtiyaç olduğu söylenebilir.

Siirt ili sahip olduğu topoğrafik yapı ve iklim itibarıyla sert kabuklu kuruyemiş (Siirt fıstığı, badem, ceviz, menengiç ve buttum) yetiştiriciliğine uygun bir bölgedir. 2015 yılı itibarıyla Siirt ilinde yaklaşık 12 bin ton Siirt fıstığı, 212 ton badem ve 141 ton ceviz üretimi gerçekleştirilmiştir (Anonim, 2016). Siirt fıstığı kadar bilinmemesine karşın ilde önemli miktarda menengiç ve buttum üretimi de yapılmaktadır. Menengiç, Türkiye’de doğal olarak yetişen bir bitki olup, tohumları protein, mineral, doymamış yağ asitlerince zengindir (Özcan, 2004). Kendine özgü tadı, kokusu ve yüksek aroma değerine sahip olan menengiç, ülkemizde ve bölgede genel olarak kahve ve çerez olarak tüketilmektedir. Buttum, Türkiye’de Gaziantep, Siirt, Hakkâri, Bitlis ve kısmen Mardin illerinde yoğun olarak bulunmaktadır.

Menengiç oranla daha sert bir kabuğa sahip ve taneleri daha iridir, genellikle sabun üretimi ve kozmetikte kullanılmasına rağmen ilde çerez olarak ta tüketilmektedir. Menengiç ve buttum; kültür bitkisi olmadıklarından üretim değerlerine ulaşamamıştır. Her iki tür de yörede yetişen Siirt çeşidine anaç olarak değerlendirilmektedir.

Bu bağlamda, Siirt ilinde yetiştirilen sert kabuklu kuruyemişlerin (Antep fıstığı Siirt çeşidi, badem, ceviz, menengiç ve buttum) kentsel alandaki tüketiciler tarafından ne şekilde tüketildiği ve tüketicilerin satın alma davranışlarının belirlenmesi çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır.

Materyal ve Yöntem

Çalışmanın ana materyalini, Siirt ili kentsel alanda yaşayan tüketicilerle (150 kişi) yüz yüze yapılan anket verileri oluşturmaktadır. Siirt İli Merkez ilçe kent nüfusu 2016 yılı TÜİK adrese dayalı nüfus sayımı sonuçlarına göre 147271 kişidir (TÜİK, 2017). Bu rakam araştırmanın ana kitlesini oluşturmaktadır. Örnek hacmi oransal örnekleme yöntemi kullanılarak (Miran, 2002) 150 olarak belirlenmiştir. Yöntemde %95 güven aralığı ve %8 hata payı kullanılmıştır.

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

n =Örnek hacmi
N =Ana kitle (147271)
P =Tahmin oranı (maksimum örnek hacmi için 0,5)
 σ_p =Olasılık düzeyi güven aralığını (%95 güven aralığı, 0,08 hata payı için $1,96\sigma_p=0,08$ eşitliğinden $\sigma_p=0,040816$) ifade etmektedir.

$$n = \frac{147271 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{(147271 - 1) \times (0,040816)^2 + 0,5 \times (1 - 0,5)} = 150$$

Çalışmada sert kabuklu kuruyemiş olarak, Siirt yöresinde yetişen Antep fıstığı (Siirt çeşidi), badem, ceviz, menengiç ve buttum dikkate alınmıştır. Bu nedenle çalışmanın ileriki bölümlerinde set kabuklu kuruyemiş ile belirtmek istenen Siirt yöresinde yetişen Antep fıstığı (Siirt çeşidi), badem, ceviz, menengiç ve buttum’dır. Anket çalışması ağırlıklı olarak Siirt ilinin en işlek caddesi olan Güres Caddesinde, alışveriş merkezlerinde, kamu kurum ve kuruluşlarında yapılmıştır.

Verilerin analizinde, frekans tabloları ile tüketicilerin ailede yeterli miktarda sert kabuklu kuruyemiş tüketip tüketmediklerine etki eden faktörler “sınırlı bağımlı değişken” regresyon modeli (Logit tahmin yöntemi) kullanılarak tespit edilmiştir (Gujarati, 2005).

Çalışmada tüketicilerin yeterli miktarda sert kabuklu kuruyemiş tüketip tüketmediklerini düşünme durumu sınırlı bağımlı değişken olarak belirlenmiştir. Yeterli miktarda sert kabuklu kuruyemiş tükettiğini düşünenler “1” tüketmediğini düşünenler “0” ile kodlanmıştır. Logit modeli aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir (Greene, 2012).

$$P_i = E(Y = 1|X_i) = \alpha + \beta X_i$$

$$P_i = E(Y_i = 1|X_i) = \frac{1}{1+e^{-(\alpha+\beta X_i)}} = \frac{1}{1+e^{-Z_i}}$$

Burada: $Z = \alpha + \beta X_i$

P_i : Açıklayıcı değişken (X_i) hakkında bilgi verirken i-nci bireyin belirli bir tercihi yapma olasılığını ifade etmektedir. Model, k serbestlik derecesine sahip LR (k) (Likelihood Ratio: olabilirlik oranı) testi ile test edilebilir.

Araştırma Bulguları ve Tartışma

Sosyo Demografik Özellikler

Ankete katılan tüketicilerin sosyo demografik özelliklerine ait tanımlayıcı istatistikler Çizelge 1’de verilmiştir. Buna göre tüketicilerin %62,7’si erkek, %63,3’ü 25-40 yaş grubunda, %69,3’ü üniversite mezunu, %64,0’ı evli ve %62,0’si 2001-4000 TL arası gelire sahiptir. Malezya’da yapılan çalışmada tüketicilerin %35,4’ünün erkek, %67,1’inin 31-50 yaş grubu arasında, %13,2’sinin üniversite mezunu, %69,2’sinin evli olduğu (Leong ve ark., 2011), İspanya’da yapılan çalışmada tüketicilerin %46’sının erkek, %67,0’sinin 40 yaşından küçük ve %74,0’ünün üniversite mezunu olduğu (Camarena ve Sanjuan, 2005), Tekirdağ’da yapılan çalışmada da tüketicilerin %45,41’inin erkek, %61,05’i 26-45 yaş grubu arasında, %57,48’inin evli ve %46,71’inin üniversite mezunu olduğu tespit edilmiştir (Turan, 2012). Araştırma sonuçları ile literatür arasında benzerliklerin olduğu söylenebilir.

Çizelge 1 Ankete katılanların sosyo demografik özellikleri
Table 1 Socio-demographic characteristics of respondents

Değişkenler	Frekans	%
Cinsiyet		
Erkek	94	62,7
Kadın	56	37,3
Yaş		
18-24	16	10,7
25-40	95	63,3
41-60+	39	26,0
Eğitim		
İlköğretim	2	1,3
Lise	22	14,7
Ön lisans	22	14,7
Lisans	104	69,3
Medeni Durum		
Evli	96	64,0
Bekâr	54	36,0
Gelir (TL/Ay)		
≤2000 TL/Ay	21	14,0
2001-4000 TL/Ay	93	62,0
4001+ TL/Ay	36	24,0

Sert Kabuklu Kuruyemiş Tüketim Alışkanlıkları ve Satın Alma Davranışları

Ankete katılan tüketicilerin aylık Antep fıstığı (Siirt çeşidi), badem, ceviz, menengiç ve buttum tüketim miktarları Çizelge 2’de verilmiştir. Tüketicilerin tamamı Siirt fıstığı tüketirken, %27,3’ü buttum, %26,7’si menengiç, %6,7’si badem ve %4,0’ü ise ceviz tüketmemektedir. Menengiçin ağırlıklı olarak kahve şeklinde, buttumunda ağırlıklı olarak kozmetik (sabun

yapımı) alanında kullanılıyor olması bu iki ürünün diğer sert kabuklu kuruyemişlere göre daha az çerezlik olarak tüketilmesine neden olduğu söylenebilir ki araştırma sonuçları da bunu desteklemektedir.

Tüketicilerin tamamı Siirt fıstığını tüketmektedir. Siirt fıstığının ilin en önemli tarımsal ürünü olması, alternatifi olan badem ve cevizle göre nispeten fiyatlarının azda olsa düşük olması bunun yanı sıra tüketicilerin yerel ürünlerine sahip çıkma isteği, yıllardır oluşan tüketim alışkanlıkları ve damak tadı gibi faktörlerin Siirt fıstığının tüketicilerin tamamı tarafından tercih edilmesinde etkili olduğu söylenebilir. Nitekim araştırmada tüketicilerin %82,0’si Siirt fıstığının diğer sert kabuklu kuruyemişlere göre daha fazla tercih edildiğini düşünmektedir (Çizelge 3). Tüketicilerin her bir sert kabuklu kuruyemişte aylık ağırlıklı olarak 100 gr’dan az ve 101- 500 gr arasında tüketimi tercih ettikleri söylenebilir (Çizelge 2).

Ankete katılan tüketicilerin %49,3’ü ailede yeterince sert kabuklu kuruyemiş tüketildiğini %50,7’si tüketilmediğini düşünmektedir. Ailede yeterince sert kabuklu kuruyemiş tüketilmediğini düşünen ailelerin %43,4’ü alışkanlıklarının fazla olmadığı, %34,2’si fiyatların yüksek olduğu, %19,7’si gelirinin sınırlı olduğu ve %2,7’si sağlık sorunları nedeniyle yeterince sert kabuklu kuruyemiş tüketmediklerini belirtmiştir (Çizelge 3). Tüketicilerin %56,0’sı kuruyemiş tüketiminin faydaları hakkında bilgiye sahip olduğunu belirtmiştir. Tüketicilerin %78,7’i kuruyemişi kuruyemişçilerden, %13,3’ü süper ve hiper marketlerden ve %8,0’i üreticilerden satın almaktadır. Satın alınan yerin tercih edilmesinde satılan ürünlerin sırasıyla kaliteli, taze, lezzetli ve fiyatlarının ulaşılabilir olması önemli kriterler olarak tespit edilmiştir. Turan ve ark (2014) tarafından Tekirdağ ilinde yapılan çalışmada tüketicilerin %46,11’inin kuruyemişi, kuruyemişçilerden, %29,34’ünün süper ve hiper marketlerden, %13,77’sinin bakkallardan, Leong ve ark (2011) tarafından Malezya’da yapılan çalışmada da tüketicilerin kuruyemişi %34,9’unun süper ve hiper marketlerden, %26,1’inin bakkallardan ve %9,7’sinin seyyar satıcılarda satın aldıklarını tespit etmişlerdir. Araştırma sonuçları ile literatür arasında birtakım farkların olduğu söylenebilir. Siirt ilinde kuruyemiş sektörünün Siirt fıstığının ilde üretilmesi nedeniyle gelişmiş olması, tüketicilerin ağırlıklı olarak kuruyemiş satın alırken kuruyemişçileri tercih etmesinde etkili olduğu söylenebilir.

Tüketicilerin %34,0’ü ambalajlı kuruyemişlerin daha sağlıklı olduğunu, %43,3’ü ise daha sağlıklı olmadığını düşünmektedir (Çizelge 3). Nitekim araştırmada tüketicilerin kuruyemiş satın alma tercihini en az etkileyen faktörün, her bir sert kabuklu kuruyemiş için (Siirt fıstığı, badem, ceviz, menengiç ve buttum) ambalaj olduğu belirlenmiştir (Çizelge 4). Tekirdağ ilinde yapılan benzer çalışmada da tüketicilerin kuruyemiş satın alırken dikkate aldıkları kriterler arasında ambalaj son sırada yer almıştır (Turan ve ark., 2014).

Tüketicilerin sert kabuklu kuruyemiş satın alırken dikkate aldığı kriterler 5’li likert ölçeği kullanılarak değerlendirilmiş ve sonuçları Çizelge 4’te verilmiştir. Buna göre tüketicilerin sert kabuklu kuruyemiş satın alırken dikkat ettiği en önemli kriter; Antep fıstığı (Siirt çeşidi), badem ve cevizde tazelik (4,56; 4,31 ve 4,39) iken, menengiç ve buttumda lezzet (3,21 ve 3,13) olarak

belirlenmiştir. Her bir üründe en az etkiye sahip olan kriterin ise ambalaj olduğu belirlenmiştir (Çizelge 4). Tekirdağ ilinde yapılan benzer çalışmada da tüketicilerin kuruyemiş satın alırken dikkate aldığı en önemli kriter tazelik iken, en az öneme sahip kriterin ambalaj olduğu tespit edilmiştir (Turan ve ark., 2014).

Lojistik Regresyon Analiz Sonuçları

Lojistik regresyon analizinde kullanılan değişkenlere ait istatistiksel özetler Çizelge 5'te verilmiştir. Regresyon analiz sonuçlarına göre model istatistiksel açıdan anlamlıdır (Çizelge 6). Bu sonuçlara göre ankete katılan tüketicilerin ailelerinde kuruyemiş tüketim miktarını yeterli bulması ile kuruyemiş tüketiminin faydalarını bilme, Siirt ilinde kuruyemişçilik anlayışının iyi olduğunu düşünme, tüketilen kuruyemişin kalitesinin fiyatını karşıladığını düşünme arasında pozitif, cinsiyet arasında ise negatif bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

Tüketicilerin erkek olması, (kadınlara göre) ailelerinde kuruyemiş tüketim miktarını yeterli bulmama olasılığını arttırmaktadır. Erkek olmak ailede tüketilen kuruyemiş miktarını yeterli bulma olasılığını 1.85 kat azaltmaktadır. Diğer bir ifade ile kadınlar ailelerinde kuruyemiş tüketim miktarını yeterli olduğunu düşünürken, erkekler yeterli olduğunu düşünmemektedir. He ve ark (1998) tarafından Amerika'da yapılan çalışmada cinsiyetin aperiatif olarak fındık tüketimine etki ettiği, erkeklerin kadınlara göre aperiatif olarak fındık tüketme olasılığının daha yüksek olduğunu belirtmiştir.

Kuruyemiş tüketiminin faydasını bilmek (bilmeyenlere göre), Siirt'te kuruyemişçilik anlayışının iyi olduğunu düşünmek (iyi olmadığını düşünenlere göre) ve kaliteli kuruyemişin fiyatını karşıladığını düşünmek (düşünmeyenlere göre) ailede yeterli miktarda kuruyemiş tüketildiğini düşünme olasılığını sırasıyla 0,19, 0,20 ve 0,18 kat arttırmaktadır (Çizelge 6).

Çizelge 2 Tüketicilerin aylık sert kabuklu kuruyemiş tüketim miktarları

Table 2 Monthly consumption quantities of hard-shelled dried nuts by consumers

Tüketim miktarı (Gr/Ay)	Ürünler									
	Antep fıstığı*		Badem		Ceviz		Menengiç		Buttüm	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Hiç tüketmeyen	0	0,0	10	6,7	6	4,0	40	26,7	41	27,3
≤100 gr	51	34,0	60	40,0	49	32,7	79	50,7	74	49,3
101-500 gr	53	35,3	54	36,0	54	36,0	32	21,3	31	20,7
501 -1000 gr	22	14,7	17	11,3	27	18,0	2	1,3	1	0,7
1001 + gr	24	16,0	9	6,0	14	9,3	0	0,0	3	2,0
Toplam	150	100,0	150	100,0	150	100,0	150	100,0	150	100,0

*Siirt çeşidi

Çizelge 3 Tüketicilerin sert kabuklu kuruyemiş tüketim ve satın alma davranışları

Table 3 Hard-shelled dried nuts consumption of consumers and purchase behavior

Değişkenler	Frekans	%
Ailede yeterince kuruyemiş tüketilme durumu		
Evet	74	49,3
Hayır	76	50,7
Ailede yeterince kuruyemiş tüketilmeme nedeni		
Alışkanlığımız fazla yok	33	43,4
Kuruyemiş fiyatları yüksek	26	34,2
Gelir sınırlı	15	19,7
Sağlık vb.	2	2,7
Kuruyemiş tüketiminin faydaları hakkında bilgi sahibi olma durumu		
Evet	84	56,0
Hayır	66	44,0
Kuruyemişin satın alındığı yerler		
Marketler	20	13,3
Kuruyemişçiler	118	78,7
Üreticiler	12	8,0
Ambalajlı kuruyemişin daha sağlıklı olduğunu düşünme		
Evet	51	34,0
Hayır	65	43,3
Kararsızım	34	22,7
Siirt ilinde Siirt fıstığı diğer sert kabuklulara göre daha çok mu tercih ediliyor		
Evet	123	82,0
Hayır	21	14,0
Kararsızım	6	4,0

Çizelge 4 Tüketicilerin sert kabuklu kuruyemiş satın alırken tercihlerini etkileyen faktörler

Table 4 Factors affecting preferences of consumers purchasing hard-shelled dried nuts

Kriterler	Ürünler									
	Antep fıstığı*		Badem		Ceviz		Menengiç		Buttüm	
	Ort.	Std.S	Ort.	Std.S	Ort.	Std.S	Ort.	Std.S	Ort.	Std.S
Fiyat	3,89	1,28	3,63	1,50	3,75	1,44	2,67	1,95	2,59	1,97
Kalite	4,51	0,92	4,17	1,38	4,30	1,27	3,09	2,08	3,09	2,13
Lezzet	4,52	0,80	4,26	1,31	4,38	1,21	3,21	2,12	3,13	2,15
Tazelik	4,56	0,83	4,31	1,30	4,39	1,22	3,19	2,10	3,09	2,12
Sağlıklı olma	4,49	0,86	4,26	1,36	4,30	1,30	3,17	2,11	3,10	2,14
Ambalaj	3,12	1,37	2,87	1,45	3,05	1,46	2,09	1,63	2,04	1,64
Yerel ürün olması	3,76	1,44	3,26	1,61	3,37	1,57	2,49	1,94	2,48	1,97

*Siirt çeşidi; (1: Hiç önemli değil, 2: Az önemli, 3: Önemli, 4: Oldukça önemli, 5: Çok önemli)

Çizelge 5 Logit modele ait değişkenlerin tanımlanması ve istatistiki özetler

Table 5 İngilizce başlık

Değişkenler	Değerler
Bağımlı değişken	
Ailede yeterli miktarda kuruyemiş tüketildiğini düşünme (Evet 1; Hayır 0)	%49,3
Bağımsız değişkenler	Değerler
Cinsiyet (Erkek 1; Kadın 0)	%62,7
Yaş grubu 41-60+ yaş grubu 1; diğer yaş grupları, 0	%26,0
Gelir	
≤2000 TL/Ay (Evet 1; Hayır 0) (Referans grup)	%14,0
2001-4000 TL/Ay (Evet 1; Hayır 0)	%62,0
4001+ TL/Ay (Evet 1; Hayır 0)	%24,0
Kuruyemişin faydaları hakkında bilgi sahibi olma (Evet 1; Hayır 0)	%56,0
Siirt ilinde kuruyemişçilik anlayışı (İyi 1; Kötü 0)	%38,7
Tüketilen kuruyemişin kalitesinin fiyatını karşılama (Evet 1; Hayır 0)	%38,0

Çizelge 6 Lojistik regresyon analizi sonuçları

Table 6 Definitions of variables and statistical summaries of Logit Model

Değişkenler	Katsayılar	Std. Hata	P değeri	Marjinal etki
Sabit	-1,180	0,639	0,065*	-----
Cinsiyet	-0,906	0,400	0,024**	-1,857
Yaş_3 (41-60+)	0,520	0,430	0,227	0,105
Gelir_2 (2000-4000 TL/Ay)	0,569	0,552	0,303	0,115
Gelir_3 (4001+ TL/Ay)	0,023	0,633	0,971	0,005
Kuruyemiş tüketmenin faydasını bilme	0,927	0,385	0,016**	0,191
Siirt kuruyemişçilik anlayışı	0,975	0,388	0,012**	0,204
Kalite-fiyat	0,852	0,383	0,026**	0,177

McFadden R-Squared: 0,156; Loglikelihood: -87,748; X² (7): 32,422***

*** %1, ** %5 ve * %10 düzeyinde anlamlıdır.

Sonuç ve Öneriler

Çalışmada, Siirt ili kentsel alanda yaşayan tüketicilerin sert kabuklu kuruyemiş tüketim alışkanlıkları ve satın alma davranışlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; tüketicilerin tamamı Siirt fıstığı tüketirken, %27,3'ü buttüm, %26,7'si menengiç, %6,7'si badem ve %4,0'ü ise ceviz tüketmediği tespit edilmiştir. Tüketicilerin her bir sert kabuklu kuruyemişte aylık ağırlıklı olarak 100 gr'dan az ve 101-500 gr arasında tüketimi tercih ettiği belirlenmiştir. Tüketicilerin yaklaşık olarak yarısının ailesinde yeterli miktarda kuruyemiş tüketilmemektedir. Tüketicilerin birçoğu kuruyemişi kuruyemişçilerden satın almaktadır. Tüketiciler kuruyemiş satın alırken en fazla tazeliğine en az ambalaja önem vermektedir.

Lojistik regresyon sonuçlarına göre; kuruyemiş tüketmenin faydalarını bilme, Siirt ilinde kuruyemişçilik anlayışının iyi olduğunu düşünme, tüketilen kuruyemişin

kalitesinin fiyatını karşıladığını düşünme, ailede tüketilen kuruyemiş miktarının yeterli olduğunu düşünme olasılığını yükseltirken; cinsiyet (erkek olmak) bu olasılığı düşürmektedir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar, kuruyemişlerin büyük paketlerden ziyade daha küçük paketler halinde tüketime sunulması, kuruyemişlerin taze ve lezzetli olmasının fiyattan daha önemli olduğunu, ambalajın kuruyemiş tercihinde önemli bir faktör olmadığını, kuruyemiş tüketiminin faydalarını bilmenin tüketimi arttırdığını ve tüketicilerin sahip olduğu sosyo demografik özelliklerin kuruyemiş tüketim alışkanlıklarını etkilediğini ortaya koymuştur. Bu sonuçlardan hareketle özellikle kuruyemiş perakende sektöründe yer alan işletmelerin bu sonuçları dikkate alarak tüketicilere ürün arz etmesi gerek tüketiciler gerekse firmalar için kazançlı olacaktır.

Kaynaklar

- Anonim. 2016. Siirt İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü Kayıtları
- Anonim. 2017. Kuruyemiş sektör raporu. Ankara Ticaret Borsası. http://www.ankaratb.org.tr/lib_upload/Kuruyemi%C5%9F%20Sekt%C3%B6r%C3%BC.pdf Erişim: 07.09.2017.
- Aranceta J, Rodrigo CP, Naska A, Vadillo VR, Trichopoulou A. 2006. Nut consumption in Spain and other countries. *British Journal of Nutrition*, 96 (2): 3-11.
- Camarena DM, Sanjuan AI. 2005. Walnut preferences in Spain: Is the Spanish consumer ready for new varieties? XIth Congress of the European Association of Agricultural Economists (EAAE), 24-27 August 2005, Copenhagen, Denmark.
- Dreher ML, Maher CV, Kearny P. 1996. The traditional and emerging role of nuts in healthful diets. *Nutrition Reviews*, 54 (8): 241-245.
- Dreher ML. 2012. Pistachio nuts: composition and potential health benefits. *Nutrition Reviews*, 70 (4): 234-240.
- Garipoğlu H. 2006. Bazı Baharat ve Kuruyemişlerin Aflatoksin İçeriğinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. Trakya Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, yüksek lisan tezi, Tekirdağ.
- Greene WH. 2012. *Econometric Analysis*. Seventh Edition. Pearson Prentice-Hall, Upper Saddle River, New Jersey, 07458. ISBN 10:0-13-139538-6
- Gujarati DN. 2005. *Temel Ekonometri*. Literatür Yayıncılık, 540-578, İstanbul.
- He S, Fletcher S, Rimal A. 2005. Snack peanut consumption: Type preference and consumption manners. *Journal of Food Distribution Research* 36 (1): 79-85.
- He S, Florkowski WJ, Elnagheeb AH. 1998. Consumer characteristics Influencing the consumption of nut-containing Products. *Journal of Food Distribution Research* 29(July):31-44.
- Karcık H. 2017. Çeşitli organik kuruyemişlerin ağır metal içeriklerine yönelik bir araştırma. Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, yüksek lisans tezi, Tekirdağ.
- Kelly JH, Sabate J. 2006. Nuts and coronary heart disease: An epidemiological perspective. *British Journal of Nutrition*, 96 (2): 61-67.
- Kendall CWC, Esfahani A, Truan J, Srichaikul K, Jenkis DJA. 2010. Health benefits of nuts in prevention management of diabetes. *Asia Pacific Journal of Clinical Nutrition*, 19 (1): 110-116.
- Leong YH, Ismail N, Latiff AA, Nurul Izzah A, Narazah MY, Nuru lain AB. 2011. Nuts consumption pattern among Malaysian adults: a socio demographic and dietary behavior perspective. *International Food Research Journal*, 18: 319-328.
- Miran B. 2002. *Temel İstatistik*. İzmir.
- Özcan M. 2004. Characteristics of fruit and oil of terebinth (*Pistaciaterbinthus L*) growing wild in Turkey. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 84: 517-520
- Sabate J, Fraser GE, Burke K, Knutsen SF, Bennett H, Linsted KD. 1993. Effects of walnuts on serum lipid levels and blood pressure in normal men. *The New England Journal of Medicine*, 328 (9): 603-607
- Trichopoulou A, Naska A, Orfanos Ph, Trichopoulos D. 2005. Mediterranean diet in relation to body mass index and waist-to-hip ratio: the Greek European Prospective Investigation into Cancer and Nutrition Study. *American Journal of Clinical Nutrition*, 82: 935-940.
- Turan DÇ. 2012. Türkiye’de kuruyemiş sektörü, firmalar arası rekabet stratejileri ve tüketici eğilimleri. Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, yüksek lisans tezi Tekirdağ.
- Turan DÇ, Güngör H, Güngör G. 2014. Türkiye’de kuruyemiş sektörü ve tüketicilerin satın alma davranışları: Tekirdağ ili örneği. XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi bildiriler kitabı, s. 1474-1480. 3-5 Eylül 2014, Samsun.
- TÜİK 2017. Türkiye İstatistik Kurumu http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1059 Erişim: 06.02.2017.
- Veloso KM, Paulonis L, Poon T, Lee HY. 2016. The effects of almond consumption on fasting blood lipid levels: a systematic review and meta-analysis of randomized controlled trials. *Journal of Nutritional Science*, 5 (35): 1-15.