

## Adana İli Örneği ile Tüketicilerin Fonksiyonel Gıdalara Yönelik Farkındalığı

Yekta GEZGİNÇ<sup>1</sup> Songül GÖK<sup>2</sup>

<sup>1</sup> KSÜ Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi, Gıda Mühendisliği Bölümü, Kahramanmaraş

<sup>2</sup> KSÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Ana Bilim Dalı, Kahramanmaraş  
(Sorumlu Yazar: yekgan@ksu.edu.tr)

Geliş Tarihi : 23.11.2016

Kabul Tarihi : 09.12.2016

**ÖZ:** Fonksiyonel gıdalar, doğal olarak içerdikleri bileşenleri ile besin gereksinimlerini karşılamanın yanı sıra, sağlığa yararlı biyolojik öğeleri içeren, hastalıklardan korunmada etkili olabilen, yaşam fonksiyonları üzerinde olumsuz etki yapabilecek öğelerden arındırılmış ve yaşam kalitesini yükselten besinlerdir. Bu çalışmanın amacı, Adana ili Çukurova, Sarıçam, Seyhan ve Yüreğir ilçelerinde tüketicilerin fonksiyonel gıdalara yönelik farkındalık ve kabulleri ile ilgili tutumlarına yönelik bir bakış açısı oluşturmaktır. Bu amaçla 2015 yılında Adana ili, Sarıçam, Seyhan ve Yüreğir ilçelerinde 148 tüketici ile anket çalışması yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre ankete katılan bireylerin %57.4'ü kadın, %53.4'ü 26-45 yaş arasında, %56.8'i lise mezunudur. Ankete katılan bireylerin fonksiyonel gıdaların farkında oldukları (%30.4), ancak bu gıdaların fonksiyonel gıdalar olduğunu bilmedikleri (%50.7) tespit edilmiş ve en çok tüketilen üç fonksiyonel gıda maddesinin maden suyu, bitki çayları ve mineral ilaveli süt olduğu belirlenmiştir. Fonksiyonel gıdaların tüketiminin ve tüketici bilincinin artırılmasına yönelik çalışmaların yapılması bu gıdalara olan farkındalığı artıracığı düşünülmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Fonksiyonel gıda, Tüketicinin farkındalığı, sörvey, Adana

### Consumers' Awareness Towards Functional Foods with an Example in Adana City

**ABSTRACT :** Functional foods are beneficial to the nutritional needs with the help of the components that they naturally contain. Besides this they also contain beneficial biological elements, they can be effective in protecting diseases, can be free of the elements that may have negative impacts on the life functions and they improve the life quality. This study aims to create a perspective on the consumer behaviours regarding their awareness and acceptance of the functional foods in Çukurova, Sarıçam, Seyhan and Yüreğir districts of Adana city. For this purpose, a survey was conducted with 148 consumers in Çukurova, Sarıçam, Seyhan and Yüreğir districts of Adana in 2015. According to the results of the survey, 57.4% of the respondents were women, 53.4% were between the ages of 26-45, and 56.8% were high school graduates. It has been determined that individuals who participated in the survey were aware of the functional foods (30.4%), but did not know that these foods were functional foods (50.7%) also the three most functional food items can be listed as mineral water, herbal teas, and mineral supplemented milk respectively. It has been determined that a study would contribute to increase the functional foods consumption and the consumer awareness.

**Keywords:** Functional food, awareness of consumers, survey, Adana

### GİRİŞ

Besinler, organizmanın metabolik gereksinimlerini sağlamakla birlikte metabolik aktivitemiz için gerekli makro ve mikro besleyiciler ile sağlığımız üzerinde olumlu etkileri olan bileşenleri de içermektedir. Sağlıklı bir birey olarak hayatı devam ettirebilmek için hastalık riskinin azaltılması amacıyla biyolojik olarak aktif bileşenler içeren besinler, diğer bir ifadeyle fonksiyonel gıdalar, normal bir diyetin parçası olarak tüketilebilir (Siro vd., 2008; Hacıoğlu ve Kurt, 2012; Dayısoylu vd., 2014).

İnsanlar bilgi ve davranış gelişmelerine bağlı olarak, daha sağlıklı ve kaliteli yaşam sürmek için sağlık sorunlarını tedavi ettirmek yerine önleyici tedbirler almayı tercih etmektedirler. Beslenme şekli ve besinlerin tercihi bu önleyici tedbirlerin en önemlileri arasında yer almaktadır. Beslenirken aynı zamanda fiziksel ve ruhsal sağlığı koruyan, geliştiren ve hastalık oluşma riskini de azaltan fonksiyonel

gıdalar tercih edilmektedir (Hasler vd., 2004; Roberfroid, 2000a; Pang vd., 2012; Stojanovic vd., 2013).

Tüketicilerin sağlıklı yaşama isteği ve fonksiyonel gıdalara karşı farkındalığının artması ile birlikte fonksiyonel özellikleri içeren birçok ürün grubu pazara sunulmaya başlanmıştır. Bunlar enerji verici, kilo vermeyi sağlayıcı, genel sağlık, eklem sağlığı, kalp sağlığı, kemik sağlığı, soğuk algınlığı, bağışıklık sistemini güçlendirici, kanserden korunma, şeker hastalığını önleyici, ruh halini iyileştirici ve bilişsel işlevleri artırıcı ürünler olarak sıralanabilir (Watson, 2003).

Fonksiyonel bileşenler, kaynakları ve bu besinlerin beklenen sağlık etkileri insanlarda kullanılacak ilaçları onaylayan Food and Drug Administration (FDA) tarafından Çizelge 1'deki gibi belirlenmiştir (IFIC, 2011; Tur ve Bibiloni, 2016).

Çizelge 1. Fonksiyonel bileşenler, kaynakları ve beklenen sağlık etkileri

Fonksiyonel Bileşen	Kaynak	Beklenen Sağlık Etkisi
Lutein	Yeşil sebzeler	Görme fonksiyonunun sürekliliğinin sağlanması
Çözünmez lifler	Buğday kepeği	Meme ve/veya kolon kanseri riskini azaltma
Lactobacillus	Yoğurt ve diğer süt ürünleri	Gastrointestinal sistemin sağlıklı çalışması
Soya proteini	Soya bazlı besinler	Kardiyovasküler hastalık riskini azaltma
Omega 3 yağ asitleri	Somon ve ton balığından elde edilen yağ	Kardiyovasküler hastalık riskini azaltma, Mental ve görsel işlevleri düzenleme
Ksilitol	Bazı içecekler	Ağız sağlığını düzenleme, diş çürüklerini azaltma

Fonksiyonel gıdalar 2006 yılında 60 milyar dolarlık bir pazar hacmine sahipken bu rakam 2009 yılında 187 milyar dolar, 2012 yılında ise 218 milyar dolar büyüklüğüne ulaşmıştır. 2015 yılında ise global pazarın değeri 243 milyar doları geçmesi beklenmiştir (Anonim, 2012; 2013; 2015a). ABD, Japonya ve AB ülkeleri 2000'li yılların başında fonksiyonel gıda pazarından büyük pay alırken, son yıllarda Doğu Avrupa, Ortadoğu ve Asya'nın fonksiyonel ürünlerde öne çıktığı, özellikle Çin ve Hindistan'ın 2010 yılının yükselen pazarı haline geldiği tespit edilmiştir (Hacıoğlu ve Kurt, 2012; Dayısoylu vd., 2014).

Fonksiyonel ve Diyet Ürünler Araştırma verilerine göre ise, 2006 yılında Türkiye'deki hanelerin %79.5'inin herhangi bir fonksiyonel gıdayı satın aldığı, ayrıca Türkiye'de gıda ve içeceklere 28 milyar TL harcanırken, birkaç senelik piyasa geçmişine rağmen fonksiyonel ürünlerin yaklaşık 274 milyon TL ile toplam gıda ve içecek pazarından aldığı payın %1'e ulaştığı ifade edilmektedir (Anonim, 2015b). Türkiye'deki fonksiyonel ürün pazarının 2007 yılında bir önceki yıla göre %18.3 büyüyerek 420 milyon TL'ye ulaştığı, 2009 yılında krizin etkisiyle durağanlaşsa da, 2010 yılında kriz öncesindeki %20'ye varan büyüme hızını yakaladığı belirlenmiştir (Sezer ve Taş, 2012).

Literatürde, fonksiyonel gıda ürünlerine yönelik tüketici kabulü (De Jong vd., 2003; Verbeke 2005; Siro' vd., 2008; Bui, 2015; Özdemir vd., 2009; Stojanovic vd., 2013) ve algısı (Roberfroid, 2000b; Batyk, 2014), fonksiyonel gıda tüketim eğilimleri (İşleten vd., 2007; Sevilmiş, 2008), fonksiyonel gıdaların sağlık üzerindeki etkileri (Haschke, vd., 2001; İşleroğlu vd., 2005; Shah, 2007; Dean vd., 2007) ile ilgili birçok araştırma bulunmaktadır.

Bu çalışmada Adana ilinde tüketicilerin fonksiyonel gıdalara yönelik farkındalığı ve bu gıdaları tüketme isteğinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla; tüketicilerin fonksiyonel gıda kavramı hakkında bilgi sahiplikleri, fonksiyonel gıda tüketim nedenleri, bireylerin fonksiyonel gıdalar için olumlu yargılara katılma durumları tespit edilmeye çalışılmış. Ayrıca mevcut

durumun belirlenerek tüketicilere ve sektöre ışık tutacak bir kaynak olması hedeflenmektedir. Araştırma sonuçlarının, özellikle fonksiyonel gıda ürünleri sektörü için üretim-pazarlama-tüketim zincirinin geliştirilmesinde, firmaların pazarlama stratejilerini ve hedef kitlelerini yeniden revize etmelerinde katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

#### MATERYAL VE METOT

Araştırmanın ana materyalini Adana ili Çukurova, Sarıçam, Seyhan ve Yüreğir ilçelerinde 148 tüketici ile yapılan yüz yüze anketlerden elde edilen veriler oluşturmaktadır. Sonlu bir popülasyon için belli bir özelliği taşıyanların bilinen veya tahmin edilen oranına göre örnek hacmi Oransal Örnekleme Yöntemi ile hesaplanmıştır (Newbold, 1995).

$$n = \frac{N * p * (1 - p)}{(N - 1) * \sigma_p^2 + p * (1 - p)} \cong 150$$

Formülde; n: Örnek büyüklüğü, N: Adana ili Çukurova, Sarıçam, Seyhan ve Yüreğir ilçelerindeki toplam nüfus sayısı,  $\sigma_p^2$ : Oranın varyansı, r: Ortalamadan sapma (%8),  $Z_{\alpha/2}$ : z cetvel değeri, p: Popülasyon içerisinde fonksiyonel gıda tüketenlerin oranını göstermektedir.

Burada %95 güven aralığında ve ortalamadan %8 sapma ile anket yapılacak örnek tüketici sayısı 150 olarak hesaplanmıştır. Araştırma yapılan anketlerden iki tanesi amaca uygun bulunmamış ve iptal edilmiştir. Sonuç olarak toplamda 148 anketten elde edilen verilerle analizler yapılmıştır.

Çalışmada öncelikle ankete katılanlara fonksiyonel gıda teriminin tanımı verilmiş ve çeşitli fonksiyonel gıda örnekleri (kefir, maden suyu, bitki çayları gibi) ile tüketiciler bilgilendirilmiştir. Anketin ilk bölümünde katılımcıların sosyo-demografik ve ekonomik özellikleri ile ilgili sorular yer almaktadır. Sonraki bölümde katılımcıların fonksiyonel gıdaları tüketme-tüketmeme davranışlarını ve bu gıdaları tüketme amaçlarını, kullanmama sebeplerinin belirlenebileceği çeşitli yargılar yer almaktadır. Son bölümde ise katılımcılara fonksiyonel gıda isimlerini içeren bir listeden kullandıkları gıdaları işaretlemeleri istenmiştir. Anket çalışması sonucunda elde edilen

verilerin analizinde tanımlayıcı istatistiklerden yararlanılmıştır.

### BULGULAR ve TARTIŞMA

Anket yapılan bireylerin sosyo-demografik özellikleri incelendiğinde %57.4'ünün kadın, %42.6'nın erkek olduğu tespit edilmiştir. Bireylerin; %53.4'ü 26-45 yaş arasında, %54'ü evli, %56.8'i lise

mezunu, %6.1'i ortaokul mezunu olduğu belirlenmiştir. Ankete katılanların %62.5'inin 1500 TL ve daha az gelire sahip olduğu, %36.5'inin öğrenci, %4.7'sinin esnaf olduğu ve %52.7'sinin Çukurova ilçesinde ikamet ettiği tespit edilmiştir. Anket yapılan bireylerin %69.6'sının sağlık durumunun oldukça iyi olduğu ve %75'inin spor alışkanlığının olmadığı belirlenmiştir (Çizelge 2).

Çizelge 2. Anket yapılan bireylerin sosyo-demografik özellikleri

Demografik Özellikler	Oran (%)	Demografik Özellikler	Oran (%)
<b>Cinsiyet</b>		<b>Eğitim Durumu</b>	
Kadın	57.4	İlkokul Mezunu Ve Altı	14.9
Erkek	42.6	Ortaokul Mezunu	6.1
<b>Yaş Grupları</b>		Lise Mezunu	56.8
15-25	41.2	Lisans ve Lisanüstü Mezunu	22.2
26-45	53.4	<b>Genel Sağlık Durumu</b>	
46 ve Üzeri	5.4	Çok İyi	14.9
<b>Medeni Durum</b>		Oldukça İyi	69.6
Evli	54.0	Orta Derecede	13.5
Bekar	46.0	Kötü	0.7
<b>İkametgah</b>		Çok Kötü	1.4
Seyhan	24.3	<b>Spor Alışkanlığı</b>	
Çukurova	52.7	Var	25.0
Yüreğir	18.2	Yok	75.0
Sarıçam	4.7	<b>Meslek Grupları</b>	
<b>Gelir Grupları</b>		Memur	15.5
≤1500 TL	62.5	İşçi	29.1
1501-4500 TL	23.2	Esnaf	4.7
≥4501 TL	14.3	Öğrenci	36.5
		Evhanımı	14.2

Anket yapılan bireylerin %50.7'si bu gıdaları bildiklerini ancak fonksiyonel gıda olarak adlandırıldıklarını bilmediklerini, %30.4'ü fonksiyonel gıdayı bildiğini, %18.9'u ise fonksiyonel gıdayı bilmediklerini ifade etmişlerdir (Çizelge 3).

Doğan vd., (2011)'nin yaptıkları çalışmada ise %47.2'sinin fonksiyonel gıdaları bildiklerini ve %4.4'nün ise yanlış bilgiye sahip oldukları belirlenmiştir.

Çizelge 3. Fonksiyonel gıda kavramı hakkında bilgiye sahip olma durumu

	Kişi sayısı	Oran (%)
Biliyorum	45	30.4
Bilmiyorum	28	18.9
Bu gıdaları biliyorum, fonksiyonel gıda olarak adlandırıldığını bilmiyorum	75	50.7
<b>Toplam</b>	<b>148</b>	<b>100.0</b>

Çizelge 4'e göre araştırmaya katılan ve fonksiyonel gıda kavramını bilen tüketicilerin %46.7'si haber kaynağı olarak TV'yi, %17.8'i gazete dergi yayınlarını, %13.3'ü interneti, %11.1'i sağlık çalışanlarını, %8.9'u ise yakın çevrelerinden bilgi aldıklarını bildirmişlerdir. Özdemir vd. (2009)'nin yaptıkları çalışmada ise fonksiyonel gıda kavramı hakkında; %36 yazılı basın, %28 satış noktası

tanımları ve %19 reklamlar yoluyla bilgilendiklerini belirtmişlerdir.

Araştırmaya katılan tüketicilerin Çizelge 5'teki fonksiyonel gıda ürünlerini tüketme durumları incelendiğinde sırasıyla en çok maden suyu (%84.5), bitki çayları (%75.7), vitamin, mineral ilaveli süt (%62.8), kalorisiz azaltılmış süt, (%61.5), omega 3 ilaveli yağ (%60.1), sindirime yardımcı

Çizelge 4. Fonksiyonel gıda kavramı bilen bireylerin bilgiye ulaştıkları haber kaynakları

	<b>Oran (%)</b>
TV	46.7
Gazete dergi yayınlarından	17.8
İnternet	13.3
Sağlık çalışanlarından	11.1
Yakın çevre	8.9
Hatırlamıyorum	2.2
<b>Toplam</b>	<b>100.0</b>

yoğurt(%59.5), sporcu gıdaları (%75.7), selenyumlu yumurta (%60.8), vitamin mineral ilaveli bisküvi (%50.7) ve kefir (%50.7) tüketmedikleri tespit edilmiştir. Hacıoğlu ve Kurt (2012)'un İzmir ili için yaptıkları çalışmada tüketicilerin fonksiyonel gıda olarak en çok maden suyu (%91) ve bunu sırasıyla kahvaltılık gevrek (%62), bisküvi (%52) ve bitkisel çayı (%46) tükettiklerini tespit etmişlerdir.

Tüketicilerin fonksiyonel gıdaları kullanmalarına sebep olabilen en önemli üç sağlık

Çizelge5. Fonksiyonel Gıda Kullanma Durumu (%)

	<b>Kullanıyorum</b>	<b>Kullanmıyorum</b>	<b>Toplam</b>
Kalorisi azaltılmış süt	61.5	38.5	100.0
Kefir	49.3	50.7	100.0
Sindirime yardımcı yoğurt	59.5	40.5	100.0
Lif oranı artırılmış diyet ürünleri	58.8	41.2	100.0
Omega 3 ilaveli yağ	60.1	39.9	100.0
Enerji içecekleri	52.0	48.0	100.0
Sporcu gıdaları	24.3	75.7	100.0
Vitamin, mineral ilaveli süt	62.8	37.2	100.0
Vitamin, mineral ilaveli bisküvi	49.3	50.7	100.0
D vitamini ilaveli süt	54.1	45.9	100.0
Selenyumlu yumurta	39.2	60.8	100.0
Maden suyu	84.5	15.5	100.0
Bitki çayları	75.7	24.3	100.0

unsuru incelendiğinde tüketicilerin %47.3'ü sindirim sorunlarını düzeltmesi, %39.2'si sağlıklı kemik gelişimini sağlaması ya da kemik erimesini azaltması, %37.8'i enerji sağlaması amacıyla fonksiyonel gıda tükettiklerini bildirmişlerdir

(Çizelge 6). Das vd. (2106)'nin yaptıkları çalışmada ise bitkisel kaynaklı fonksiyonel gıdaların ve süt ürünlerinin hipertansiyon, osteoporozis ve kolon kanseri gibi rahatsızlıkların önlenmesinde yardımcı olabileceği belirtilmiştir.

Çizelge 6. Fonksiyonel gıda kullanma sebepleri (%)

	<b>Evet</b>	<b>Hayır</b>	<b>Toplam</b>
Sindirim sorunlarını düzeltmesi	47.3	52.7	100.0
Sağlıklı kemik gelişimini sağlaması ya da kemik erimesini azaltması	39.2	60.8	100.0
Enerji sağlaması	37.8	62.2	100.0
Büyüme ve gelişmeye yardım etmesi	34.5	65.5	100.0
Bağışıklığı güçlendirmesi	33.8	66.2	100.0
Sadece tadını sevdiğim için	33.1	66.9	100.0
Zayıflamaya yardımcı olması	27.7	72.3	100.0
Zihin gelişimine ya da hafıza kaybını önlemeye katkı sağ.	25.7	74.3	100.0
Diğer*	25.7	74.3	100.0
Kalp sağlığını koruması	18.2	81.8	100.0
Kolesterolü düzenlemesi	14.9	85.1	100.0
Kanser oluşum riskini azaltması	14.2	85.8	100.0
Yüksek tansiyon riskini azaltması	6.1	93.9	100.0

Çizelge 7'da bireylerin fonksiyonel gıda tüketmeme sebepleri verilmiştir. Buna göre tüketicilerin %98.0'i fonksiyonel gıdaları bulunamadığı, %94.6'sı fiyatının yüksek olduğu,

%77.7'si ise yararlı olmadığını düşündüğü için fonksiyonel gıda tüketmediklerini bildirmişlerdir. Oraman vd. (2011)'nin yaptıkları çalışmada yoğurt, pekmez ve erişte gibi gıdaların tüketiminin fiyatı ile

Çizelge 7. Fonksiyonel gıda kullanmama sebepleri (%)

	<b>Evet</b>	<b>Hayır</b>	<b>Toplam</b>
Bulunmaması	98.0	2.0	100.0
Fiyatının yüksek olması	94.6	5.4	100.0
Yararlı olmaması	77.7	22.3	100.0
Güvenli olmaması	76.4	23.6	100.0
İhtiyacım olmaması	46.6	53.4	100.0
Diğer*	94.6	5.4	100.0

\*Diğer cevapları: Üründen haberdar olmadığım için, yararını bilmediğim için

orantılı olarak arttığı belirtilmiştir.

Çizelge 8'de tüketicilerin fonksiyonel gıdalara olumlu ve olumsuz tutumlarını belirlemeye yönelik bazı ifadelerle katılma durumları incelenmiştir. Olumlu yargılardan, tüketicilerin %41.9'u ile fonksiyonel gıda kullananlar kendilerini daha iyi hissederler ve fonksiyonel gıdalar sağlıklı bir beslenme tarzını dengeleyebilir ifadesine, %39.9'u düzenli olarak fonksiyonel gıda tüketenler

hastalıklardan korunabilir ifadesine katıldıklarını bildirmişlerdir.

Olumsuz yargılardan ise tüketicilerin %35.8'i fonksiyonel gıdalar bazı durumlarda sağlıklı insanlar için sakıncalı olabilir ifadesine, %27.7'si fonksiyonel gıdaların sağlığa etkisi konusunda abartılı bilgiler verilmektedir ifadesine, %26.4'ü fonksiyonel gıdaları genellikle ihtiyacı olmayan kişiler kullanmaktadır ifadesine katıldıklarını bildirmişlerdir

Çizelge 8. Bireylerin fonksiyonel gıdalar için olumlu yargılara katılma durumlarına göre dağılımları (%).

	<b>Evet</b>	<b>Hayır</b>	<b>Kararsız</b>	<b>Toplam</b>
<b>Olumlu Tutumlar</b>				
Fonksiyonel gıda kullananlar kendilerini daha iyi hissederler	41.9	23.0	41.2	100.0
Fonksiyonel gıdalar sağlıklı bir beslenme tarzını dengeleyebilir	41.9	18.9	39.2	100.0
Düzenli olarak fonksiyonel gıda tüketenler hastalıklardan korunabilir	39.9	23.0	37.2	100.0
Gıda tadı kötü olsa da fonksiyonel ise kullanılmalıdır	31.8	31.8	37.8	100.0
Fonksiyonel gıdalar bilim temellerine dayanan üstün ürünlerdir	31.1	20.3	48.6	100.0
Fonksiyonel gıdalar vaat ettiklerini yerine getirir	18.9	21.6	59.5	100.0
<b>Olumsuz Tutumlar</b>				
Fonksiyonel gıdalar bazı durumlarda sağlıklı insanlar için sakıncalı olabilir	35.8	24.3	39.9	100.0
Fonksiyonel gıdaların sağlığa etkisi konusunda abartılı bilgiler verilmektedir	27.7	29.7	42.6	100.0
Fonksiyonel gıdaları genellikle ihtiyacı olmayan kişiler kullanmaktadır	26.4	34.5	39.2	100.0
Fonksiyonel gıdaların tüketiminin artması gelecek için olumsuz bir durumdur	15.5	37.2	47.3	100.0
Fonksiyonel gıdalar gereksizdir.	9.5	56.1	34.5	100.0
Fonksiyonel gıdaları tüketmek güvenli değildir.	7.5	48.3	44.2	100.0

## SONUÇ

Günümüzde fonksiyonel gıdalara karşı artan ilgi ve talep ile konu hakkında tüketici bilincinin artması ve beklenen besleyici özelliklerinin yanı sıra sağlık için faydalarının da dikkate alınması konusu büyük önem taşımaktadır.

Bu çalışmada, Adana ili Çukurova, Sarıçam, Seyhan ve Yüreğir ilçelerinde tüketicilerin fonksiyonel gıdalara yönelik farkındalık ve kabulleri

ile ilgili tutumlarına yönelik bir bakış açısı oluşturulmaya çalışılmaktadır. Bu amaçla 148 tüketici ile anket çalışması yapılmıştır.

Anket yapılan bireylerin %50.7'si bu gıdaları bildiklerini ancak fonksiyonel gıda olarak adlandırdıklarını bilmediklerini, %30.4'ü fonksiyonel gıdayı bildiğini, %18.9'u ise fonksiyonel gıdayı bilmediklerini ifade etmişlerdir. Bu amaçla fonksiyonel gıda üreticilerinin ürünlerin tanıtımı ve

tüketicilerin bilinç düzeyini artırıcı çalışmalar yapmaları önerilmektedir.

Fonksiyonel gıda kavramı tanıtımı için haber kaynağı olarak en fazla %46.7 ile TV oluşturmaktadır. Tüketicilere ürünlerin tanıtımı ve aktarılması için TV'nin iyi bir araç olduğu önerilebilir.

Araştırma bulgularına göre; anket çalışmasına katılan bireylerin fonksiyonel gıda olarak en çok maden suyu, bitki çayları ve mineral ilaveli sütü tükettiği belirlenmiştir. Bu ürünlerin yanın da diğer fonksiyonel gıdaların tanıtımının yapılması ve ulaşılabilirliğinin artırılması sağlanabilir.

Bireylerin fonksiyonel gıdaları tüketme sebepleri arasında en çok; sindirim sorunlarını düzeltme, sağlıklı kemik gelişimi ve enerji sağlanmasını bildirmişlerdir. Bu amaçla, bu gıdaların sağlık üzerine etkileri ve bilinçli tüketim konusunda bilgilendirilmeleri önerilmektedir.

Tüketicilerin fonksiyonel gıdaları tüketmemeye sebepleri arasında, bulunmama ve fiyatının yüksek olması gerekçelerinin bulunduğu, üreticilerin bu özellikleri de dikkate alarak bulunabilirliği ve gerekli fiyat düzenlemelerini yapmaları önerilmektedir.

Olumlu yargılara ya da olumsuz yargılarla ilgili sonuçlar değerlendirildiğinde tüketicilerin fonksiyonel gıda ile ilgili gerekli bilinçlendirme çalışmalarının yapılması, bu konunun üreticiler ile yasa uygulayıcılara görevlerin düştüğü öngörülmektedir.

## KAYNAKLAR

- Anonim, 2012. Business Monitor International, 2012. <http://www.bmiresearch.com>. (Erişim tarihi: 04.11.2016).
- Anonim, 2013. Hayvancılık Sektörü Raporu 2013. <http://www.tigem.com.tr> (Erişim tarihi: 16.02.2015)
- Anonim, 2015a. Food and Agriculture Organization of the United Nations. <http://www.fao.org/docrep/008/a0104e/a0104e06>. (Erişim tarihi: 04.11.2016).
- Anonim, 2015b. Diyabet ve Fonksiyonel Gıda Üreticileri Derneği, <http://www.dfgd.org.tr/index.php/fonksiyonel-gıda>. (Erişim tarihi: 04.11.2016).
- Batyk, I.M., 2014. Effect of Age on the Perception of Functional Foods by Residents of Polish. 2nd International Conference on Food and Agricultural Sciences, Singapore, 77.
- Bui, D.T., 2015. Consumer Acceptance of Functional Foods in Ho Chi Minh City. Eurasian Journal of Business and Economics. 8(16): 19-34.
- Dayısoylu, K.S., Gezginc, Y., Cingöz, A., 2014. Fonksiyonel gıda mı, fonksiyonel bileşen mi? Gıdalarda Fonksiyonellik. Gıda. 39(1):57-62.
- De Jong, N., M. C. Ocke, Branderhorst, H. A. C., Friele, R., 2003. Demographic and lifestyle characteristics of functional food consumers and dietary supplement users. British Journal of Nutrition, 89: 273-281.
- Dean, M. R. Shepherd, A. Arvola, M. Vassallo, M. Winkelmann, E. Claupein, L. Lahteenmaki, M., Raats, M., Saba, A. 2007. Consumer perceptions of healthy cereal products and production methods. J. of Cereal Science, 46: 188-196.

- Doğan, S., Yıldız, O., Eydurun, E., Köse, S., 2011. A study on determination of functional food consumption habits and awareness of consumers in Turkey. Bulgarian Journal of Agricultural Science. 17(2):246-257.
- Hacıoğlu, G., Kurt, G., 2012. Tüketicilerin Fonksiyonel gıdalara yönelik farkındalığı, kabulü ve tutumları: İzmir ili örneği. Business and Economics Research Journal. 161-171.
- Haschke, F., Firmansyah, A., Meng, M., Steenhout, P., Carrie, A. L., 2001. Functional food for in infants and children. Monatsschrift Kinderheilkunde, 149(1): 66-70.
- Hasler, C. M., Bloch, A. S., Thomson, C. A., Enrione, E., Manning, C., 2004. Position of the American dietetic association: functional foods. Journal of the American Dietetic Association, 104(5): 814-826.
- IFIC, 2011. Questions and Answers About Functional Foods. <http://ific.org/publications/qa/funcfdsqa.cfm?renderforprint=1>, (Erişim tarihi: 26.01.2015).
- İşleroglu, H., Yıldırım, Z., Yıldırım, M., 2005. Fonksiyonel bir gıda olarak keten tohumu. GÜ Ziraat Fak. Der. 22(2) 23-30.
- İşleten, M., Yüceer Y.K., Yılmaz E., Mendeş M., 2007. Consumer attitudes and factors affecting buying decision for functional foods, Gıda, 32 (1): 25-32.
- Korver, O., 1997. Healthy developments in the food industry. Cancer Lett. 114: 19-23.
- Newbold, P., 1995. Statistics for Business & Economics, Fourth Edition, Prentice-Hall.
- Oraman, Y., Unakıtan G., Yılmaz, E., Başaran, B., 2011. Analysis of the Factors Affecting Consumer's Some Traditional Food Products Preferences by Multidimensional Scaling Method. Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, 8(1): 33-40.
- Özdemir, Ö. Fettahloğlu, S., Topoyan, M., 2009. Fonksiyonel gıda ürünlerine yönelik tüketici tutumlarını belirleme üzerine bir araştırma. Ege Akademik Bakış, 9(4):1079-1099.
- Pang G., Xie J., Chen Q., Hua Z., 2012. How functional foods play critical roles in human health. Food Science and Human Wellness, 1: 26-60.
- Roberfroid, M. B., 2000a. A European consensus of scientific concepts of functional foods. Nutrition, 16(7): 689-691.
- Roberfroid, M. B., 2000b. Concepts and strategy of functional food science: the European perspective. The American Journal of Clinical Nutrition. 71:1660-1664.
- Rintu, D., Biswas, S., Banerjee, E.R., 2016. Nutraceutical-prophylactic and Therapeutic Role of Functional Food in Health. Journal of Nutrition and Food Science. 6(4):1-17.
- Sevilmiş, G., 2008. Bazı fonksiyonel gıdalarda tüketici kararları ve bunları etkileyen faktörlerin belirlenmesi üzerine bir araştırma. Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Shah, N.P., 2007. Functional cultures and health benefits. International Dairy Journal. 17:1262-1277.
- Siro' I., Kopolna E., Kopolna B., Lugosa A., 2008. Functional food. Product development, marketing and consumer acceptance-A review. Appetite. 51:456-467.
- Stojanovic Z., Filipovic J., Mugosa B., 2013. Consumer Acceptance of Functional Foods in Montenegro. Montenegrin Journal of Economics. 9(3): 65-74.
- Sezer D., Taş, T. K., 2012. Türkiye'de fonksiyonel gıdaların tüketim araştırmaları, ürün çeşitliliği ve yasal düzenlemeler. Türkiye 11. Gıda Kongresi. S:41, Hatay.
- Tur, J.A., Biliboni, M.M., 2016. Functional foods. Encyclopedia of food and health. 3:157-181.
- Verbeke, W., 2005. Consumer acceptance of functional foods: Socio-demographic, cognitive and attitudinal determinants. Food Quality and Preference 16:45-57.
- Watson, R.R., 2003. Functional foods & nutraceuticals in cancer prevention. IA: Iowa State Press.