

TÜKETİCİLERİN DÜŞÜK KALORİLİ (LIGHT) ÜRÜNLERE YÖNELİK TUTUMLARI -ERZURUM İLİNDE PİLOT ÇALIŞMA

Mustafa Kemal YILMAZ*
Sevtao ÜNAL**

Özet : Günümüz tüketicisinin sağlıklı yaşam ve formunu koruma isteği hem yaşam şeklinde hem de tüketim kalıbında değişiklikler yapmasına, iş ve günlük hayatında spora ve dengeli beslenmeye daha fazla önem vermesine neden olmuştur. Bu gelişmelere paralel olarak, düşük kalorili gıda tüketimi oldukça artmış ve düşük kalorili gıdaları tercih edenlerden oluşan yeni bir pazar ortaya çıkmıştır. Günümüzde her gıda grubunun düşük kalorili versiyonunu bulmak mümkündür. Düşük kalorili gıdaların, tüketici talepleri doğrultusunda pazarda giderek büyüyen bir yer edinmesi nedeniyle bu çalışmada düşük kalorili gıda kullanan ve kullanmayan tüketicilerin profilinin çıkarılması hedeflenmiştir. Tüketicilerin düşük kalorili gıda satın alma davranışları, düşük kalorili ürünlere yönelik tutumları ve gıda hakkındaki bilgilerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın ana kütesini Atatürk Üniversitesi'nin Erzurum İl Merkezi'ndeki fakültelerinde eğitimlerini sürdüren öğrenciler oluşturmuştur. Araştırma sonucunda düşük kalorili gıda kullanan tüketicilerin genel olarak, düşük kalorili gıdalar hakkında olumlu tutumlara sahip oldukları ve düşük kalorili gıdaları formlarını korumak için tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Düşük kalorili gıdalar, tüketici tutumu, tüketici profili

I.Giriş

Günümüz pazarlarının dikkat çeken özellikleri; hızlı gelişen teknoloji, globalleşme ve iletişimidir. Yenilikler ve gelişmeler tüm dünyaya büyük bir hızla yayılmaktadır. Buna bağlı olarak tüketicilerin yaşam şekli ve kalitesi de sürekli değişmekte ve gelişmektedir. Günümüz tüketicisi geçmişe göre daha bilinçli ve pazara hakim duruma gelmiştir. Ayrıca sürekli gelişen teknoloji sayesinde günlük işlerini daha çabuk bitirmekte, farklı ilgi alanlarına ve hobilere yönelecek zamanı ve fırsatı bulabilmektedir.

Günümüz tüketicisinin ilgi duyduğu alanlardan birisi de sağlıklı yaşamdır. İnsanlar sağlıklı ve uzun bir yaşam sürmek için kendilerine daha fazla zaman ayırmaya, spor yapmaya ve doğal gıdalar tüketmeye daha fazla ilgi göstermeye başlamışlardır. Bu nedenle günümüzde tüm medya araçlarında kişisel bakım, beslenme, vücut ve zihin sağlığını koruma programları ve yayınları oldukça geniş yer tutmaktadır. Sağlıklı yaşamak ve formda kalmak için kalorisi azaltılmış gıda tüketiminde büyük bir artış olmuştur. Kilo almaktan kaçınan, formunu korumak ve sağlıklı yaşam sürmek isteyen bu kişiler farklı bir pazar oluşturmuşlardır. Bu durum gıda sektöründe yer alan çok sayıda

* Okt., Atatürk Üniversitesi, İspir Hamza Polat MYO

** Y.Doç.Dr., Atatürk Üniversitesi, İİBF, İşletme ABD.

firmanın pazara düşük kalorili olarak ifade edilen ürünler sunmasına neden olmuştur. Bugün ekmekten et ürünlerine, bisküviden içeceklere kadar birçok çeşit düşük kalorili gıda görmek mümkündür. Tüketicilerin düşük kalorili gıdalara yöneliminin artması ve düşük kalorili gıdaların pazarda giderek büyüyen bir yer edinmesi çalışmanın yapılmasında hareket noktası olmuştur. Belirtilen öneminden dolayı bu çalışmada düşük kalorili gıda kullanıcılarının profilinin çıkarılması amaçlanmıştır. Çalışma iki bölümden oluşmuştur. İlk bölümde konu hakkında teorik bilgiler verilmektedir. İkinci bölümde Erzurum merkez ilçede yaşayan tüketicilere yönelik araştırmanın verileri, analizleri, sonuç ve yorumlar yer almaktadır.

II. Konunun Önemi

Her geçen gün büyük hızla gelişen teknoloji ile Dünya da değişmekte ve gelişmektedir. Bu hızlı gelişim iş hayatından günlük hayata kadar her alana yansımaktadır. Geçmişte bilinmeyen iş dalları ortaya çıkmakta, insanlar hayatlarını önceden bilinmeyen gıda-hizmetler geliştirerek ve sunarak kazanmaktadırlar. Tüketici boyutundan bakıldığında da aynı durum söz konusudur. Değişen koşullar ile tüketicilerin tüketim kalıpları ve alışkanlıkları da değişmektedir. Örneğin tüketiciler, toplum sağlığı, çevre korunması ve sağlıkları ile ilgili konulara daha fazla dikkat etmekte ve hassasiyet göstermektedirler. Uzun ve sağlıklı bir hayat sürmek amacı ile sağlığa zararı olmayan, doğal ürünleri tüketmeye yönelmişlerdir. Aynı zamanda günümüz teknolojisi, tüketicinin birçok işini kolaylaştırmış, fiziksel aktivitelerini büyük miktarda azaltmıştır. Ayaküstü atıştırmaya hizmet eden fast foodların çoğalması insanların zamandan kazanmalarına yardımcı olurken, fazla yağlı ve karbonhidratlı yiyecek tüketimine dolayısıyla aşırı kilo alımına ve dengesiz beslenmeye yol açmıştır. Bu durum karşısında formunu korumak ve sağlıklı beslenmek isteyen tüketicilerin talepleri düşük kalorili gıda kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Tüketiciler günümüzde gıda ürünlerinin içinde bulunan renklendiriciler, koruyucu ve tatlandırıcı katkı maddeleri, yüksek oranlı tuz, yağ ve kolesterol yerine doğal, katkısız ve besleyici ürünleri tüketmeyi tercih etmektedirler Lazer'e göre de tüketici eğilimlerine bakıldığında gelecekte tüm yaş gruplarındaki tüketicilerin sağlıklı beslenmeye daha çok önem vereceği ve daha bilinçli ve bilgili olacağı tahmin edilmektedir. (Aksulu, 2001:115).

Genel bir ifade ile düşük kalorili gıdalar "içindeki yağ, tuz, şeker miktarı azaltılmış gıda" olarak tanımlanmaktadır. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı'nın 2001 yılında yayınladığı Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği'ne göre ise, enerji miktarının en az %25 oranında azaltılmış olduğu gıda ürünü olarak tanımlanmaktadır (KKGM,2001).

Düşük kalorili gıda ürünleri pazarı toplam pazar içindeki payını her geçen gün arttırmaktadır. İngiltere'de düşük kalorili gıda ürünleri pazarı toplam pazarın %30'unu oluşturmakta ve pazarın büyüme oranından %50 oranda daha hızlı büyümektedir (Bartlam,1993,s.4). Ülkemizde ise düşük kalorili gıda

pazarının 2001 rakamlarına göre 40 milyon dolara ulaşmakta olmakta ve her yıl %25 oranında büyümektedir (Capital, 2004).

Gıda üreticisi firmaların, tüketicilerin formlarını koruma ve kilo almama düşüncelerinin yanı sıra düşük kalorili gıda çeşitlerini arttırmalarına etki eden faktörlerden biri de aşırı kilolu insan sayısının artmasıdır. Dünya Sağlık Örgütü'nün verilerine göre 2000 yılında dünyada 300 milyonun üzerinde obez yetişkin bulunmaktadır. Ülkeler bazında aşırı kilolu insan sayısı incelendiğinde ise nüfusunun %61'i kilolu olan ABD ilk sırada yer almaktadır(WHO,2000). Şişmanlığın ülkemizde de ciddi bir sorun haline geldiği Devlet Planlama Teşkilatı'nın 2001 yılı Sağlık Özel İhtisas Komisyonu'nun raporunda görülmektedir. Bu rapora göre Türkiye'de kadınların %52'si, erkeklerin % 10'u ideal kilonun üstindedir(DPT,2001).

Düşük kalorili ürünler üzerine çoğunlukla halk sağlığı ve beslenme alanlarında yapılan çalışmalara rastlanmıştır. Pazarlama açısından ise, çok az sayıda çalışma yapıldığı görülmüştür. Macaskill-Paul-Pitcher'in 1998 yılında İngilterede ve Viane-Gellynck'in 1999'da Belçika'da yaptıkları çalışmalarda tüketicilerin düşük kalorili gıdalara yönelik tutumlarını ve satın alma davranışlarını belirlemeye çalışmışlardır. Elde ettikleri sonuçlara göre; düşük kalorili gıdalar çoğunlukla kiloyu kontrol altında tutmak, hastalıklardan korunmak ve diyet yardımcı olmak amacı ile kullanılmaktadır (Macaskil vd. 1998: 112;Viane ve Gellynck: 410). 1996 yılında Amerika Kalori Kontrol Konseyi'nin yaptığı bir araştırmada ise, Amerikalı yetişkinlerin çoğunluğunun(%90'ı kadın ve %87'si erkek) % 88'inin yağ oranı değiştirilmiş gıdaları kullandığı tespit edilmiştir(Schwenk ve Guthrie,1997;23). Roininen-Lahteenmaki-Tuorila'nın 1999 yılında Finlandiya'da yaptıkları araştırmada tüketicilerin yağsız süt, yağ oranı azaltılmış peynir ve tatlandırılmış alkolsüz içecekleri tam yağlı süt, tam yağlı çikolata ve tam yağlı peynirlerden daha sağlıklı bulduklarını tespit etmişlerdir. Towler ve Shepherd, kadınların erkeklere göre yağ oranı yüksek gıda ürünlerine yönelik tutumlarının daha olumsuz olduğunu, yağ oranı düşük gıda ürünlerine yönelik tutumlarının ise erkeklere göre daha olumlu olduğunu belirlemişlerdir. (Roininen vd., 1998:78-85) . 2001 yılında Fransa da 4268 tüketici üzerinde yapılan bir çalışmada enerji düzeyi azaltılmış ürünlerin kullanılma nedenlerinin diyet yapmaya katkı sağladığı ve beden ölçülerini azaltmaya yardımcı olduğu tespit edilmiştir (Bellisle vd., 2001: 203). Konuya ilişkin diğer bir çalışma Zandastra- Graaf-Van Staveren tarafından 2000 yılında Hollanda'da yapılmıştır. Araştırma sonucunda günlük gıda ürünü olarak adlandırılan yağsız süt ve yoğurt, az yağlı süt ve yoğurt vb. düşük kalorili ürünlerin, sebze ve meyvelerin tam yağlı ürünlere göre tüketimlerinin yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir(Zandastra vd., 2000: 81). Bu araştırmalar sonucu elde edilen bilgiler doğrultusunda yağ ve kalori oranı azaltılmış gıdalara birçok ülkede tüketici ilgisinin arttığını ve tüketim alışkanlıklarının değiştiğini söylemek mümkündür.

Kilonun sorun haline geldiği ülkemizde de düşük kalorili gıda tüketimi giderek artmaktadır. Hemen hemen tüm ürünlerin düşük kalorili versiyonları pazara sunulmuştur. Bu özellikleri ile düşük kalorili gıda tercihi, tüketimi ve üründen beklentiler, pazarı daha iyi tanımak ve ona göre stratejiler geliştirmek açısından üzerinde durulması gereken konular arasında yer almaktadır.

III. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Kısıtları

Düşük kalorili ürünlerin gıda sektöründe her geçen gün artan bir yer alması ve konu hakkında fazla çalışmaya rastlanmamış olmasından hareket edilerek, bu çalışmada düşük kalorili gıda kullanımı, düşük kalorili gıdalara yönelik tutumlar ve tüketicilerin gıda hakkındaki bilgisini tespit etmek amaçlanmıştır. Ayrıca tüketicilerin demografik özellikleri ile düşük kalorili gıda satın alma davranışları ve ürüne yönelik tutumları arasındaki ilişkiyi tespit etmek hedeflenmiştir.

Tüketicilerin satın alma alışkanlıklarının şekillenmeye başladığı genç yaşlarda yeni çıkan ürünleri deneme eğilimleri daha fazla olabilmektedir. Ayrıca üniversite öğrencilerinin sosyal sınıflar içerisinde bilgi düzeylerinin yüksek olması nedeniyle gıda ürünlerine yönelik tutumları ve beklentileri önemlidir. Bu nedenle üniversite öğrencilerinin gıda ürünlerine yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla çalışmalar yapılmıştır (Aycan vd., 2005:156). Bu nedenle firmalar gıda reklâmlarında gençleri hedef alan mesajlar kullanmaktadırlar. Bu gelişmeler araştırmanın ana kütlesinin Atatürk Üniversitesi öğrencilerinden oluşmasına neden olmuştur. Maddi olanaklar ve zaman kısıtlamasından dolayı çalışmanın Atatürk Üniversitesi'nin il merkezindeki fakülte öğrencileri üzerinde yapılması araştırmanın en önemli kısıtını oluşturmaktadır.

IV. Araştırmanın Metodolojisi

A. Örneklem Süreci

Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır (Kurtuluş,1998,s.235): $n= \pi(1- \pi)/(e/Z)^2$. %95 güven aralığında e=%4 hata payı ile n=600 olarak belirlenmiştir. Anket Atatürk Üniversitesi'nin Erzurum il merkezindeki anket, Atatürk Üniversitesi'nin merkez kampusundaki İktisadi ve İdari Bilimler, Tıp, Fen Edebiyat, Eczacılık, Diş Hekimliği, Veteriner ve Ziraat Fakültelerinde eğitim alan öğrencilere 9–24 Mart tarihleri arasında uygulanmıştır. Değerlendirme sonucunda eksik ve hatalı doldurulan anketlerin elenmesi sonucu analize elverişli anket sayısı 597 olarak saptanmıştır. Veriler SPSS 11.5 istatistik paket programında analize tabi tutulmuştur.

B. Ön Çalışma

Araştırma için kesin anket formu hazırlanıp veri toplanmasına geçilmeden önce araştırma örneğini temsil edecek şekilde seçilen 20 kişi ile ön

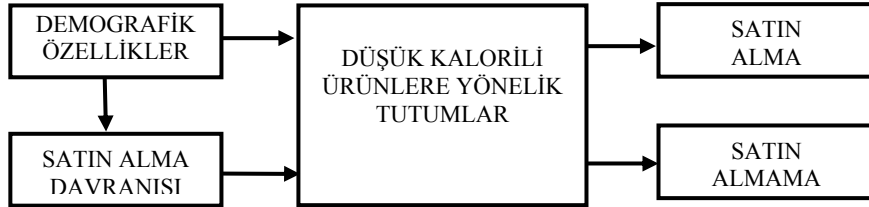
anket çalışması yapılmıştır. Düşük kalorili gıda kullanan tüketicilere düşük kalorili gıdalara yönelik görüşleri ve bilgi düzeyleri hakkında sorular sorulmuş ve bilgi alınmıştır. Ayrıca diyet uzmanlarının bilgilerine başvurulmuştur. Tüketicilerin hangi düşük kalorili gıdaları kullandığını tespit etmek için önce gıda üreticisi firmaların internet adreslerinden ürettikleri düşük kalorili gıdalar belirlenmiş ve daha sonra Erzurum il merkezindeki biri ülke çapında zincir mağaza diğerleri bölgesel bazda hizmet veren zincir perakendeci 4 mağazada inceleme yapılmıştır. Daha sonra ön çalışmaya katılan kişilerden elde edilen bilgiler doğrultusunda hazırlanan anket formunda yer alan soruların uygunluğu ve anlaşılabilirliğini belirtmeleri istenmiştir. Anket formu bu değerlendirmelerden sonra tekrar test edilmiş ve forma son şekli verilmiştir

C. Veri Toplama Yöntem ve Aracı

Tüketicilerin düşük kalorili gıda satın alma davranışlarını ve ürüne yönelik tutumlarını belirlemeyi amaçlayan bu çalışmada birinci elden veriler anket yöntemi ile elde edilmiştir. Anket formunda 18 soru yer almıştır. Bunların 9 tanesi demografik, 5'i satın alma davranışları, 4'ü ürüne yönelik tutumlar ve gıda hakkındaki bilgileri ölçmek amacı ile hazırlanmıştır. Anket cevaplayıcılarla yüz yüze görüşülerek uygulanmıştır. Verilerin analizinde frekans dağılımları, ortalamalar, Z testi ve Kendall korelasyon analizinden yararlanılmıştır.

D. Araştırma Modeli

Araştırma modeli şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

E. Araştırma Hipotezleri

H₁: Demografik özellikler ile düşük kalorili gıdalara yönelik tutumlar arasında ilişki vardır.

H₂: Satın alma davranışı ile düşük kalorili gıdalara yönelik tutumlar arasında ilişki vardır.

V. Verilerin Analizi

A. Araştırma Örneğinin Demografik Özellikleri

Araştırma örneğinin demografik özellikleri Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler		Frekans	Yüzde	Demografik Özellikler		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	254	42,5	Bölge Dağılımı	Marmara Böl.	60	10,1
	Kadın	343	57,5		Ege Böl.	41	6,9
Yaş	17-19	100	16,8		Akdeniz Böl.	71	11,9
	20-22	353	59,1		İç Anadolu Böl.	92	15,4
	23-25	135	22,6		Karadeniz Böl.	119	19,9
	25-36	9	1,5		Doğu Anadolu Böl.	193	32,3
Gelir Düzeyi	0-149 YTL	111	18,6	G.D.Anadolu Böl.	21	3,5	
	150-199 YTL	101	16,9	Spor	Düzenli Spor Yap.	89	14,9
	200-249 YTL	103	17,3		Arasına Yap.	411	68,8
	250-299 YTL	40	7,08		Yapmayanlar	97	16,2
	300- 349 YTL	80	13,5		Koşu	97	16,2
	350 + 399 YTL	53	8,09		Yürüyüş	301	50,4
400 + YTL	109	18,2	Salon Spor.		188	31,5	
Kilo	40-49	53	8,9	Yüzme	85	14,2	
	50-59	215	36	Kayak	32	5,4	
	60-69	162	27,1	Diğer	20	3,4	
	70-79	106	17,8				
	80- +	61	10,2				

Tablo 1’de görüldüğü gibi cevaplayıcıların çoğunluğu 20-22 yaş grubunda (%66), % 42,5’i erkek % 57,5’i kadınlardan oluşmaktadır. Cevaplayıcıların gelir düzeylerinin en yüksek değerinin %18,6 ile 0-149 YTL arasında olduğu tespit edilmiştir. Cevaplayıcıların çoğunluğunun kiloları(%36) 50-59 ve (%17,8) 60-69 kilo arasında yer almaktadır. Cevaplayıcıların ikamet ettikleri bölgeye bakıldığında %32,3 ile Doğu Anadolu bölgesinin ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Cevaplayıcıların %68,8 arasına % 14,9 düzenli olarak spor yapmaktadırlar. Cevaplayıcıların ve %16,2 ise spor yapmamaktadırlar. Spor yapanlar en fazla yürüyüşü (% 50,4) tercih etmektedirler.

B. Cevaplayıcıların Düşük Kalorili Ürünlerini Satın Alma Davranışları

Cevaplayıcıların düşük kalorili hangi gıdaları satın aldıkları sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Satın Alınan Düşük Kalorili Gıdalar

Düşük Kalorili Gıdalar	Frekans	Yüzde
Ekmek	166	27,8
Bisküvi	223	37,4
İçecek	207	34,7
Peynir	53	8,9
Mayonez	20	3,4
Makarna	18	3
Tatlılar	33	5,5
Ketçap	13	2,2
Margarin	41	6,9
Yoğurt	74	12,4
Reçel	16	2,7
Et ürünleri	16	2,7
Çikolata	59	9,9
Dondurma	30	5
Hepsi	3	0,5

Tablo 2’de görüldüğü gibi cevaplayıcılar düşük kalorili gıdalar arasında en çok bisküvi(%37,4), daha sonra içecek(%34,7) ve ekmeği(%27,8) satın almaktadırlar.

Araştırmada düşük kalorili gıdaları kullanan tüketici sayısı 346 ve kullanmayan tüketici sayısı 251 olarak belirlenmiştir. Daha sonra cevaplayıcıların bu ürünleri ne sıklıkla kullandıkları sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 3’de gösterilmiştir.

Tablo 3. Düşük Kalorili Gıdaların Kullanım Sıklığı

Kullanım Sıklığı	Frekans	Yüzde
Sürekli	33	9,5
Arasıra	212	61,3
Nadiren	101	29,2
Toplam	346	100

Tablo 3’de görüldüğü gibi düşük kalorili gıdaları kullananların %61,3’ü arasıra, % 29,2’si nadiren ve % 9,5’i sürekli kullanmaktadırlar.

Düşük kalorili gıdaları kullanan cevaplayıcılara bu gıdaları ilk defa kullanmalarında hangi faktörlerin etkili olduğu sorulmuş ve sonuçlar Tablo 4’de gösterilmiştir.

Tablo 4. Satın Almada Etkili Olan Faktörler

Kullanmada Etkili Olan Faktörler	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	N
Doktor tavsiyesi	2,3276	1,6584	58
Arkadaş tavsiyesi	1,6558	1,1957	154
Aile tavsiyesi	2,6140	1,5555	57
Televizyon reklâmı	1,4895	0,9799	190
Dergi-Gazete reklâmı	2,4000	1,1614	95
Diyet uzmanı	2,6140	1,9526	57

Tablo 4’de görüldüğü gibi cevaplayıcıların düşük kalorili gıda satın almalarında etkili olan faktörlerde ilk sırada 1,489 ortalama ile televizyon reklâmları yer almaktadır. İkinci sırada 1,655 aritmetik ortalama ile arkadaş tavsiyesi üçüncü sırada ise 2,327 ortalama ile doktor tavsiyesi yer almaktadır. En son sırada 2,614 ortalama ile diyet uzmanı yer almaktadır.

Cevaplayıcılara bu gıdaları arkadaş veya aile üyelerine önerip önermedikleri sorulmuştur. Sonuçlar Tablo 5’de gösterilmiştir.

Tablo 5. Düşük Kalorili Gıdaların Önerilmesi

Öneride Bulunma	Frekans	Yüzde
Evet	187	54
Hayır	159	46
Toplam	346	100

Tablo 5’de görüldüğü gibi cevaplayıcıların % 54’ü düşük kalorili gıdaları arkadaş veya aile üyelerine önermekte %46’sı ise önermemektedirler.

Daha sonra cevaplayıcıların demografik özellikleri ile satın alma davranışları arasında bir ilişki olup olmadığını görmek amacı ile bu değişkenler Kendall korelasyon analizine tabi tutulmuş ve sonuçlar Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6. Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri ile Öneride Bulunma ve Düşük Kalorili Gıda Kullanım Sıklığı Arasındaki İlişki

	Cinsiyet		Gelir		Yaş		Kilo	
	Korelasyon Katsayısı	P	Korelasyon Katsayısı	P	Korelasyon Katsayısı	P	Korelasyon Katsayısı	P
Kullanım Sıklığı	0,234**	0,000	0,012	0,787	0,119**	0,009	0,123**	0,004
Öneride Bulunma	0,231**	0,000	0,029	0,535	0,049	0,304	0,099*	0,027

* :0,05 ** :0,01

Tablo 6’da görüldüğü gibi, düşük kalorili gıda kullanım sıklığı ile cinsiyet, yaş ve kilo arasında 0,01 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir ilişki vardır. Yani kadınlar erkeklere göre düşük kalorili gıdaları daha fazla kullanmaktadırlar. Cevaplayıcıların yaşı arttıkça düşük kalorili gıda kullanım sıklığı azalmaktadır. Ayrıca kilosu fazla olan cevaplayıcılar kilosu az olan cevaplayıcılara göre düşük kalorili gıdaları daha az kullanmaktadır. Düşük kalorili gıdaları önerme ile cinsiyet arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü bir ilişki vardır. Buna göre kadınlar erkeklere göre düşük kalorili gıdaları daha fazla önermektedirler. Ayrıca kilo ile öneride bulunma arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü bir ilişki vardır. Buna göre cevaplayıcıların kiloları arttıkça düşük kalorili gıdaları daha az önermektedirler. Ayrıca cevaplayıcıların bölge dağılımı ve spor yapıp yapmamaları ile kullanım sıklığı ve öneride bulunma arasında analiz sonucunda istatistikî açıdan anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

C. Cevaplayıcıların Düşük Kalorili Gıdalara Yönelik Tutumları

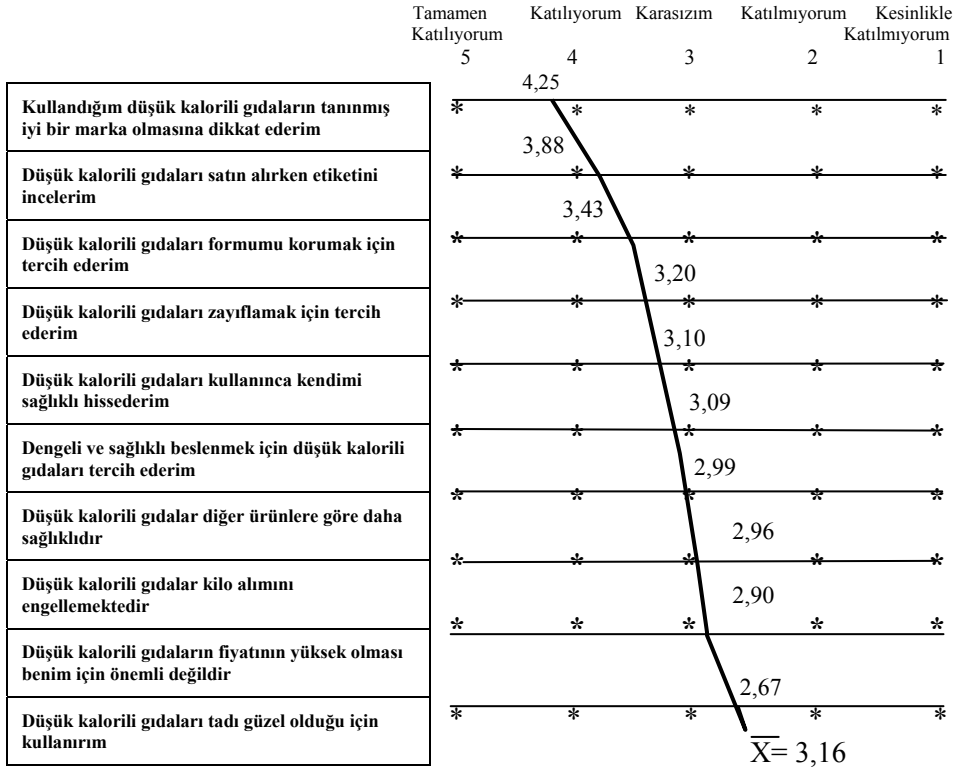
Düşük kalorili gıda kullanan cevaplayıcıların, düşük kalorili ürünlere yönelik tutumları Likert ölçeğinde (1=Kesinlikle Katılmıyorum...5=Tamamen Katılıyorum) hazırlanan 10 yargı ile ölçülmüştür. Sonuçlar Tablo 7’de gösterilmiştir.

Tablo 7. Cevaplayıcıların Düşük Kalorili Gıdalara Yönelik Tutumlarına İlişkin Ortalamalar

Tutum Değişkenleri	Ortalamalar	Standart Sapma
Kullandığım düşük kalorili gıdaları tanınmış iyi bir marka olmasına dikkat ederim	4,2543	0,9256
Düşük kalorili gıdaları satın alırken etiketini incelerim	3,8844	3,0651
Düşük kalorili gıdaları formumu korumak için tercih ederim	3,4364	1,2123
Düşük kalorili gıdaları zayıflamak için tercih ederim	3,2081	1,2660
Düşük kalorili gıdaları kullanınca kendimi sağlıklı hissederim	3,1098	2,9339
Dengeli ve sağlıklı beslenmek için düşük kalorili gıdaları tercih ederim	3,0986	1,2159
Düşük kalorili gıdalar diğer ürünlere göre daha sağlıklıdır	2,9971	1,0591
Düşük kalorili gıdalar kilo alımını engellemektedir	2,9653	1,0406
Düşük kalorili gıdaların fiyatının yüksek olması benim için önemli değildir	2,9075	1,2932
Düşük kalorili gıdaları tadı güzel olduğu için kullanırım	2,6763	1,2918

Tablo 7’de görüldüğü gibi, cevaplayıcılar 4,25 ortalama ile kullandıkları düşük kalorili gıdaların tanınmış iyi bir marka olmasına dikkat etmekte, 3,88 ortalama ile düşük kalorili gıdaları satın alırken etiketini incelemekte ve 3,43 ortalama ile düşük kalorili gıdaları formlarını korumak için satın almaktadırlar. Cevaplayıcılar düşük kalorili gıdaları zayıflamak için tercih edilmesi ile ilgili 3,20 ortalama, düşük kalorili gıdaları kullanınca kendimi sağlıklı hissederim ile ilgili 3,10 ortalama, dengeli ve sağlıklı beslenmek için gıdaları tercih ederim ile ilgili 3,09 ortalama, düşük kalorili gıdalar diğer gıdalara göre daha sağlıklıdır ile ilgili 2,99 ortalama, düşük kalorili gıdaların kilo alımını engellediği ile ilgili 2,96 ortalama, fiyatının yüksek olması benim için önemli değildir ile ilgili 2,90 ortalama ve düşük kalorili gıdaları tadı güzel olduğu için kullanırım ile ilgili 2,67 ortalama ile kararsız kalmaktadırlar.

Cevaplayıcıların düşük kalorili gıdalara yönelik tutum profili Şekil 2’de gösterilmiştir.



Şekil 2. Cevaplayıcıların Düşük Kalorili Gıdalara Yönelik Tutumları

Şekilde yer alan ifadelerin ortalamalarının genel ortalama (3,16) istatistikî bakımdan farklı olup olmadığını test etmek için Z testi yapılmıştır. Z testi sonucunda $\bar{X}=3,30$ bulunmuştur. Bu değere göre 10 ifadeden 7’si 0,05

anlamlılık düzeyinde genel ortalamadan istatistikî açıdan anlamlı derecede farklıdır.

Bu değere göre düşük kalorili gıdaların etiketinin incelenmesi, düşük kalorili gıdaların formu korumak için tercih edilmesi ve kullanılan düşük kalorili gıdaların tanınmış iyi bir marka olmasına dikkat edilmesi ortalamanın üstünde değer almıştır. Diğer bir ifadeyle cevaplayıcılar, düşük kalorili gıdaları satın alırken etiketlerini incelemekte, düşük kalorili gıdaları formlarını korumak için tercih etmekte ve tanınmış iyi bir marka olmasına dikkat etmektedirler.

Düşük kalorili gıdaların kilo alımını engellemesi, diğer ürünlere göre daha sağlıklı olması, tadı güzel olduğu için kullanılması ve düşük kalorili gıdaların fiyatının yüksek olması benim için önemli değildir değişkenleri genel ortalamanın altında kalmıştır. Diğer bir ifadeyle cevaplayıcılar, düşük kalorili gıdaların kilo alımını engellediğini düşünmemekte, diğer ürünlere göre daha sağlıklı bulmamakta, düşük kalorili gıdaların tadını güzel bulmamakta ve fiyatının yüksek olmasını önemsemektedirler.

Daha sonra cevaplayıcıların demografik özellikleri ile düşük kalorili gıdalara yönelik tutumları arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Sonuçlar Tablo 8'de gösterilmiştir.

Tablo 8. Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri İle Tutumları Arasındaki İlişki

Demografik Değ.	Cinsiyet		Yaş		Gelir		Kilo		Bölge		Spor	
	Korelasyon Katsayısı	P	Korelasyon Katsayısı	P	Korelasyon Katsayısı	P	Korelasyon Katsayısı	P	Korelasyon Katsayısı	P	Korelasyon Katsayısı	P
Tutum Değişkenleri												
Düşük kalorili gıdalar kilo alımını engellemektedir	0,083	0,095	0,009	0,833	-0,012	0,786	0,029	0,480	0,047	0,286	0-,015	0,751
Düşük kalorili gıdaları satın alırken etiketini incelerim	-0,237**	0,000	-0,092*	0,035	-0,012	0,789	-0,079	0,054	-0,057	0,192	0,009	0,848
Düşük kalorili gıdaları kullanınca kendimi sağlıklı hissederim	-0,108*	0,027	0,001	0,990	-0,030	0,487	-0,041	0,318	-0,010	0,821	-0,093*	0,049
Düşük kalorili gıdalar diğer ürünlere göre daha sağlıklıdır	0,028	0,574	0,028	0,515	0,025	0,561	0,069	0,093	-0,078	0,071	-0,099*	0,049
Düşük kalorili gıdaları tadı güzel olduğu için kullanırım	-0,093	0,056	0,028	0,517	-0,032	0,453	-0,083*	0,040	-0,028	0,510	0,077	0,104
Düşük kalorili gıdaları zayıflamak için tercih ederim	-0,162**	0,001	-0,019	0,657	0,006	0,884	0,002	0,961	-0,031	0,472	-0,036	0,444
Düşük kalorili gıdaları formumu korumak için tercih ederim	-0,168**	0,001	-0,040	0,351	0,005	0,912	-0,091*	0,026	-0,042	0,338	-0,017	0,723
Kullandığım düşük kalorili gıdaların tanınmış iyi bir marka olmasına dikkat ederim	-0,170**	0,001	-0,048	0,290	0,067	0,132	-0,089*	0,035	-0,156**	0,001	0,013	0,785
Düşük kalorili gıdaların fiyatının yüksek olması benim için önemli değildir.	-0,039	0,424	-0,017	0,686	0,207**	0,000	-0,057	0,158	0,039	0,361	0,005	0,920
Dengeli ve sağlıklı beslenmek için düşük kalorili gıdaları tercih ederim	-0,020	0,677	0,062	0,148	0,010	0,823	0,059	0,144	0,020	0,648	-0,052	0,274

* :0,05

** : 0,01

Cevaplayıcıların demografik özellikleri ile düşük kalorili gıdalara yönelik tutumları arasındaki ilişkiye bakıldığında şu sonuçlar elde edilmiştir: Cinsiyet ile düşük kalorili gıdaları satın alırken etiketinin incelenmesi, düşük kalorili gıdaların zayıflamak için tercih edilmesi, düşük kalorili gıdaların formu korumak için tercih edilmesi ve kullanılan gıdaların tanınmış iyi bir marka olmasına dikkat edilmesi arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde negatif yönlü bir ilişki vardır. Buna göre kadınlar erkeklere göre gıda etiketlerini daha fazla incelemekte, düşük kalorili gıdaları formlarını korumak ve zayıflamak için tercih etmekte ve kullanılan gıdaların tanınmış iyi bir marka olmasına dikkat etmektedirler.

Yaş ile ürünleri satın alırken etiketin incelenmesi arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde negatif yönlü bir ilişki vardır. Buna göre yaş düzeyi arttıkça düşük kalorili gıda satın alırken etiketin incelenme eğilimi azalmaktadır.

Gelir ile düşük kalorili gıdaların fiyatının yüksek olması arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü bir ilişki vardır. Buna göre gelir düzeyi arttıkça düşük kalorili gıdaların fiyatının yüksek olması önemli olmamaktadır. Geliri yüksek kişiler düşük kalorili gıdaların fiyatının yüksek olmasını önemsememektedirler.

Kilo ile düşük kalorili gıdaların tadı güzel olduğu için kullanılması, formu korumak için tercih edilmesi ve düşük kalorili gıdaların tanınmış iyi bir marka olmasına dikkat edilmesi arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde negatif yönlü bir ilişki vardır. Buna göre düşük kilolu cevaplayıcılar düşük kalorili gıdaları tadı güzel olduğu için kullanmakta, formlarını korumak için tercih etmekte ve düşük kalorili gıdaların tanınmış iyi bir marka olmasına dikkat etmektedirler.

Cevaplayıcıların ikamet ettikleri bölge ile düşük kalorili gıdaların tanınmış iyi bir marka olmasına dikkat etme arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Buna göre batı bölgelerinde ikamet eden cevaplayıcılar düşük kalorili gıdaların tanınmış iyi bir marka olmasına doğu bölgelerde ikamet edenlerden daha fazla dikkat etmektedirler.

Cevaplayıcıların spor yapmaları ile düşük kalorili gıda kullanınca kendimi sağlıklı hissederim ve düşük kalorili gıdalar diğer ürünlere göre daha sağlıklıdır arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde istatistikî açıdan anlamlı bir ilişki vardır. Bu ilişki negatif yönlüdür. Yani spor yapanlar düşük kalorili gıda kullanınca kendini sağlıklı hissetmekte ve düşük kalorili gıdaları diğer ürünlere göre daha sağlıklı bulmaktadırlar. Bu sonuçlara göre **H₁**: Demografik özellikler ile tutumlar arasında ilişki vardır hipotezi kabul edilmiştir.

Araştırmada ayrıca satın alma davranışı ile düşük kalorili gıdalara yönelik tutumlar arasında ilişki olup olmadığına bakılmış ve sonuçlar Tablo 9'da gösterilmiştir.

Tablo 9. Düşük Kalorili Gıda Kullanım Sıklığı ve Öneride Bulunma İle Tutumlar Arasındaki İlişki

Tutum Değişkenleri	Kullanım Sıklığı		Öneride Bulunma		
	Korelasyon Katsayısı	P	Korelasyon Katsayısı	P	N
Düşük kalorili gıdalar kilo almımı engellemektedir	-0,064	0,233	-0,153**	0,002	346
Düşük kalorili gıdaları satın alırken etiketini incelerim	-0,019	0,719	-0,138**	0,005	346
Düşük kalorili gıdaları kullanınca kendimi sağlıklı hissederim	-0,143**	0,008	-0,367**	0,000	346
Düşük kalorili gıdalar diğer ürünlere göre daha sağlıklıdır	-0,143**	0,008	0,280**	0,000	346
Düşük kalorili gıdaları tadı güzel olduğu için kullanırım	-0,061	0,260	-0,094	0,055	346
Düşük kalorili gıdaları zayıflamak için tercih ederim	-0,206**	0,000	-0,091	0,062	346
Düşük kalorili gıdaları formumu korumak için tercih ederim	-0,261**	0,000	-0,215**	0,000	346
Kullandığım düşük kalorili gıdaların tanınmış iyi bir marka olmasına dikkat ederim	-0,160**	0,003	-0,076	0,135	346
Düşük kalorili gıdaların fiyatının yüksek olması benim için önemli değildir.	-0,166**	0,002	-0,028	0,568	346
Dengeli ve sağlıklı beslenmek için düşük kalorili gıdaları tercih ederim	-0,261**	0,000	-0,029**	0,000	346

* : 0,05 ** : 0,01

Tablo 9'da görüldüğü gibi cevaplayıcıların düşük kalorili gıdaların kullanım sıklığı ile düşük kalorili gıdaları kullanınca kendimi sağlıklı hissederim, düşük kalorili gıdalar diğer ürünlere göre daha sağlıklıdır, düşük kalorili gıdaları zayıflamak için tercih ederim, düşük kalorili gıdaları formumu korumak için tercih ederim, düşük kalorili gıdaların tanınmış iyi bir marka olmasına dikkat ederim, fiyatının yüksek olması benim için önemli değildir, dengeli ve sağlıklı beslenmek için düşük kalorili gıdaları tercih ederim arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde istatistikî açıdan negatif yönlü bir ilişki vardır. Buna göre cevaplayıcıların düşük kalorili gıda kullanım sıklığı arttıkça; düşük kalorili gıdaları kullanınca kendilerini sağlıklı hissetmekte, düşük kalorili gıdaları diğer ürünlere göre daha sağlıklı bulmakta, düşük kalorili gıdaları zayıflamak için tercih etmekte, düşük kalorili gıdaları formalarını korumak için tercih etmekte, düşük kalorili gıdaların tanınmış iyi bir marka olmasına dikkat etmekte, fiyatının yüksek olması önemli olmamakta ve dengeli ve sağlıklı beslenmek için düşük kalorili gıdaları tercih etmektedirler.

Düşük kalorili gıdaları önerme ile düşük kalorili gıdalar kilo alımını engellemektedir, düşük kalorili gıdaları satın alırken etiketini incelerim, düşük kalorili gıdaları kullanınca kendimi sağlıklı hissedirim, düşük kalorili gıdaları formumu korumak için tercih ederim ve dengeli ve sağlıklı beslenmek için düşük kalorili gıdaları tercih ederim yargıları arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Buna göre düşük kalorili gıdaları öneren cevaplayıcılar düşük kalorili gıdaları kilo alımını engellediğini, düşük kalorili gıdaları satın alırken etiketlerini incelediklerini, düşük kalorili gıdaları kullanınca kendilerini sağlıklı hissettiklerini, düşük kalorili gıdaları formlarını korumak ve dengeli ve sağlıklı beslenmek için tercih ettiklerini ifade etmektedirler. Öneride bulunma ile düşük kalorili gıda gıdaların diğer ürünlere göre daha sağlıklı olması arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü bir ilişki vardır. Buna göre öneride bulunanlar düşük kalorili gıdaların diğer ürünlere göre daha sağlıklı olduğunu düşünmemektedirler. Bu sonuçlarla **H₂**: Satın alma davranışı ile tutumlar arasında ilişki vardır hipotezi kabul edilmiştir.

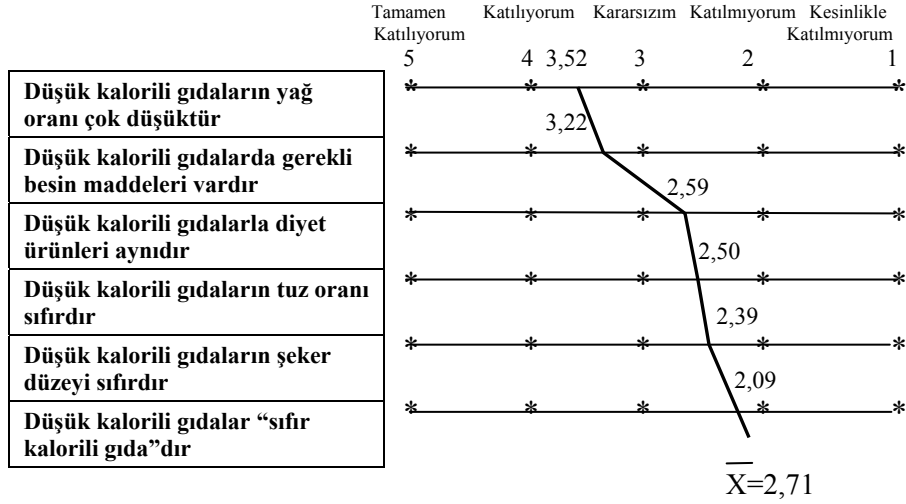
D.Cevaplayıcıların Düşük Kalorili Gıdalar Hakkındaki Bilgisi

Araştırmada ayrıca cevaplayıcıların düşük kalorili gıda hakkındaki bilgileri ölçülmüştür. Sonuçlar Tablo 10’da gösterilmiştir.

Tablo 10. Cevaplayıcıların Gıda Bilgilerine İlişkin Temel Göstergeler

Düşük Kalorili Gıda Bilgisi	Ortalamalar	Standart Sapma
Düşük kalorili gıdaların yağ oranı çok düşüktür	3,5260	0,9694
Düşük kalorili gıdalarda gerekli besin maddeleri vardır	3,2225	1,0627
Düşük kalorili gıdalarla diyet ürünler aynıdır	2,5954	1,0430
Düşük kalorili gıdaların tuz oranı sıfırdır	2,5058	0,9846
Düşük kalorili gıdaların şeker düzeyi sıfırdır	2,3931	1,0251
Düşük kalorili gıdaları “sıfır kalorili gıda”dır	2,0694	0,9625

Tabloda 10’da görüldüğü gibi cevaplayıcılar 3,52 ortalama ile düşük kalorili gıdaların yağ oranının çok düşük olduğunu düşünmekte, 3,22 ortalama ile düşük kalorili gıdalarda gerekli besin maddelerin var olduğu, 2,59 ortalama ile düşük kalorili gıdalarla diyet ürünler aynı olmadığı ile ilgili kararsız kalmaktadırlar. Cevaplayıcılar 2,50 ortalama ile tuz oranının sıfır olmadığını 2,39 ortalama ile düşük kalorili gıdaların şeker düzeyinin sıfır olmadığını ve 2,069 ortalama ile düşük kalorili gıdaların sıfır kalorili gıda olmadığını düşünmektedirler. Cevaplayıcıların gıda bilgisi profili Şekil 3’de gösterilmiştir.



Şekil 3. Cevaplayıcıların Gıda Bilgisi Profili

Cevaplayıcıların düşük kalorili gıda hakkındaki bilgilerinin ortalamalarının genel ortalamadan ($\bar{X}=2,71$) istatistikî açıdan farklı olup olmadığını test etmek için Z testi yapılmıştır. Z testi sonucunda $X=2,859$ bulunmuştur. Bu değer göre 6 gıda bilgisinden 5’i 0,05 anlamlılık düzeyinde genel ortalamadan istatistikî açıdan anlamlı derecede farklıdır.

Düşük kalorili gıdaların yağ oranı çok düşüktür ve düşük kalorili gıdalarda gerekli besin maddeleri vardır düşüncesi genel ortalamanın üstünde değer almıştır. Cevaplayıcılar, düşük kalorili gıdaların yağ oranının çok düşük olduğu ve düşük kalorili gıdalarda gerekli besin maddelerinin var olduğunu düşünmektedirler.

Düşük kalorili gıdaların sıfır kalorili gıda olduğu, şeker düzeyinin sıfır olduğu ve düşük kalorili gıdalarla diyet ürünlerin aynı olduğu görüşü ortalamanın altında değer almıştır. Yani cevaplayıcılar düşük kalorili gıdaların sıfır kalorili gıda olmadığını, şeker düzeyinin sıfır olmadığını ve düşük kalorili gıdalarla diyet ürünlerinin aynı olmadığını düşünmektedirler. Sonuçlardan anlaşılacağı gibi cevaplayıcılar düşük kalorili gıdaların yağ oranının çok düşük olduğu konusunda yanlış bilgiye sahiptirler. Cevaplayıcılar düşük kalorili gıdaların kalori ve şeker düzeylerine ve düşük kalorili gıdalarla diyet ürünlerin aynı olmadığı hakkında doğru bilgiye sahiptirler.

Cevaplayıcıların demografik özellikleri ile düşük kalorili gıdalar hakkındaki bilgileri arasındaki ilişkiyi görmek amacı ile Kendall korelasyon analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 11’de gösterilmiştir.

Tablo 11. Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri İle Gıda Bilgileri Arasındaki İlişki

Düşük Kalorili Gıda Bilgisi	Cinsiyet		Yaş		İkamet	
	Korelasyon Katsayısı	P	Korelasyon Katsayısı	P	Korelasyon Katsayısı	P
Düşük kalorili gıdalar “sıfır kalorili gıda”dır	0,139**	0,005	-0,031	0,484	0,085	0,055
Düşük kalorili gıdaların şeker düzeyi sıfırdır	0,166**	0,001	-0,016	0,714	0,030	0,491
Düşük kalorili gıdaların yağ oranı çok düşüktür	-0,099*	0,048	-0,022	0,614	-0,014	0,743
Düşük kalorili gıdaların tuz oranı sıfırdır	0,120*	0,015	-0,013	0,774	0,012	0,780
Düşük kalorili gıdalarda gerekli besin maddeleri vardır	0,019	0,699	0,085*	0,048	-0,094*	0,030
Düşük kalorili gıdalarla diyet ürünler aynıdır	-0,031	0,524	-0,011	0,800	0,026	0,543

* :0,05 ** :0,01

Tablo 11’de görüldüğü gibi düşük kalorili gıdalar sıfır kalorili gıdadır ve düşük kalorili gıdaların şeker düzeyinin sıfır olduğu yönünde gıda bilgisi ile cinsiyet arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü bir ilişki vardır. Buna göre erkekler kadınlara göre düşük kalorili gıdaların sıfır kalorili gıda olmadığına ve düşük kalorili gıdaların şeker düzeyinin sıfır olmadığına daha fazla inanmaktadırlar. Düşük kalorili gıdaların yağ oranı çok düşük olduğu yönünde gıda bilgisi ile cinsiyet arasında negatif yönlü ve düşük kalorili gıdaların tuz oranının sıfır olduğu yönünde gıda bilgisi ile cinsiyet arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü bir ilişki vardır. Buna göre kadınlar erkeklerle göre düşük kalorili gıdaların yağ oranının çok olduğu yönünde gıda bilgisine sahiptirler. Erkekler kadınlara göre düşük kalorili gıdaların tuz oranının sıfır olduğuna daha fazla inanmaktadırlar. Sonuçlara göre kadınlar düşük kalorili gıdaların yağ oranının çok düşük olduğunu ve erkekler düşük kalorili gıdaların tuz oranının sıfır olduğunu düşünmektedirler.

Yaş ile gıda bilgisine bakıldığında sadece düşük kalorili gıdalarda gerekli besin maddelerinin olduğu yönünde gıda bilgi ile 0,05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Buna göre yaş düzeyi arttıkça cevaplayıcılar düşük kalorili gıdalarda gerekli besin maddelerinin bulunduğuna daha fazla inanmaktadırlar.

İkamet edilen bölge ile düşük kalorili gıdalarda gerekli besin maddelerinin olduğu yönünde gıda bilgisi ile 0,05 anlamlılık düzeyinde negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Buna göre batı bölgelerinde ikamet eden cevaplayıcılar doğu bölgelerinde ikamet eden cevaplayıcılara göre düşük kalorili gıdalarda gerekli besin maddelerinin olduğu yönünde daha fazla gıda

bilgisine sahiptirler. Cevaplayıcıların geliri, kilosu ve spor yapıp yapmamaları ile gıda bilgisi arasında istatistikî açıdan anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Cevaplayıcıların satın alma davranışları ile düşük kalorili gıda bilgisi arasındaki ilişkiye bakılmış ve sonuçlar Tablo 11’de gösterilmiştir.

Tablo 12. Kullanım Sıklığı ve Öneride Bulunma İle Gıda Bilgisi Arasındaki İlişki

Düşük Kalorili Gıda Bilgisi	Kullanım Sıklığı		Öneride Bulunma	
	Korelasyon Katsayısı	P	Korelasyon Katsayısı	P
Düşük kalorili gıdalar “ sıfır kalorili gıda”dır	-,065	,178	-,069	,164
Düşük kalorili gıdaların şeker düzeyi sıfırdır	-,074	,122	-,079	,109
Düşük kalorili gıdaların yağ oranı çok düşüktür	-,073	,130	-,125*	,012
Düşük kalorili gıdaların tuz oranı sıfırdır	-,021	,657	-,040	,414
Düşük kalorili gıdalarda gerekli besin maddeleri vardır	-,115*	,015	-,217**	,000
Düşük kalorili gıdalarla diyet ürünler aynıdır	-,034	,470	,001	,976

* :0,05 ** :0,01

Tablo 12’de görüldüğü gibi ile düşük kalorili gıdalarda gerekli besin maddelerinin olduğu yönünde gıda bilgisi ile kullanım sıklığı arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde negatif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Buna göre düşük kalorili gıdaları daha fazla kullanan cevaplayıcılar düşük kalorili gıdalarda gerekli besin maddelerinin olduğu düşünmektedirler.

Tabloda görüldüğü gibi düşük kalorili gıdaların yağ oranının çok düşük olduğu yönünde gıda bilgisi ile öneride bulunma arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Buna göre düşük kalorili gıdaları arkadaşlarına veya aile üyelerine öneride bulunmayanlar düşük kalorili gıdaların yağ oranının çok düşük olmadığını düşünmektedirler. Düşük kalorili gıdalarda gerekli besin maddelerinin var olduğu yönünde gıda bilgisi ile öneride bulunma arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Buna göre öneride bulunmayanlar düşük kalorili gıdalarda gerekli besin maddelerinin var olmadığını düşünmektedirler.

F. Düşük Kalorili Gıda Kullanmayan Cevaplayıcıların Düşük Kalorili Gıdalara Yönelik Tutumları

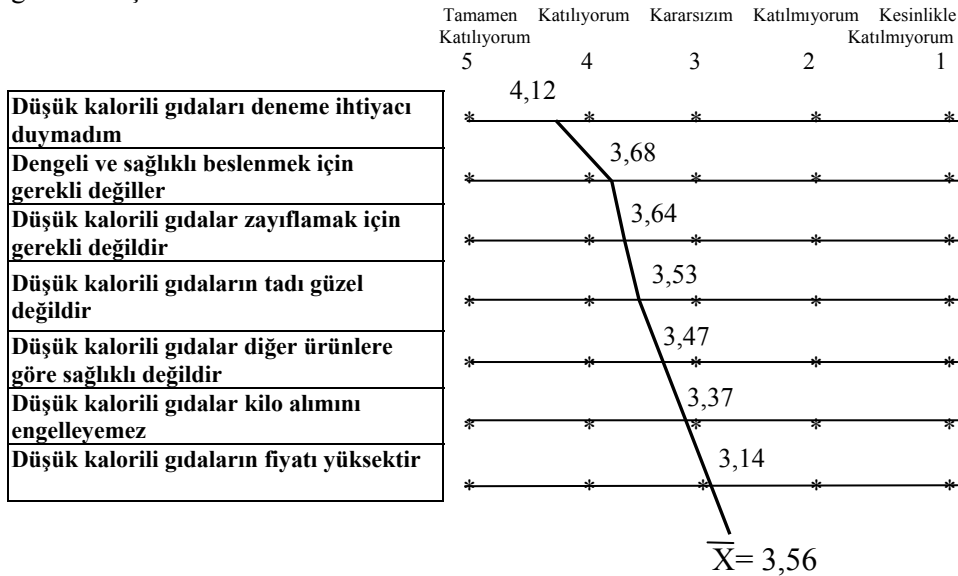
Düşük kalorili gıdaları kullanmayan cevaplayıcıların bu ürüne yönelik tutumları, kullanmama nedenlerini içeren farklı bir soru hazırlanarak Likert

ölçeğinde (1=Kesinlikle Katılmıyorum.....5=Tamamen Katılıyorum) 7 yargı ile ölçülmüştür. Sonuçlar Tablo 13’de gösterilmiştir.

Tablo 13. Düşük Kalorili Gıdaları Kullanmayan Cevaplayıcıların Tutumlarına İlişkin Temel Göstergeler

Tutum Değişkenleri	Ortalamalar	Standart Sapma
Düşük kalorili gıdaları deneme ihtiyacı duymadım	4,127	1,0117
Dengeli ve sağlıklı beslenmek için gerekli değil	3,685	1,1456
Düşük kalorili gıdalar zayıflamak için gerekli değildir.	3,641	1,1130
Düşük kalorili gıdaların tadı güzel değildir	3,533	1,1357
Düşük kalorili gıdalar diğer ürünlere göre daha sağlıklı değildir.	3,470	1,0705
Düşük kalorili gıdalar kilo alımını engelleyemez	3,374	1,0895
Düşük kalorili gıdaların fiyatı yüksektir	3,143	1,1186

Tablo 13’de görüldüğü gibi düşük kalorili gıdaları kullanmayan cevaplayıcılar 4,12 ortalama ile düşük kalorili gıda deneme ihtiyacı duymadıklarını, 3,68 ortalama ile düşük kalorili gıdaların dengeli ve sağlıklı beslenmek için gerekli olmadığını, 3,64 ortalama ile düşük kalorili gıdaların zayıflamak için gerekli olmadığını ve 3,53 ortalama ile düşük kalorili gıdaların tadını güzel bulmadıklarını düşünmektedirler. Cevaplayıcılar 3,47 ortalama ile düşük kalorili gıdaların diğer ürünlere göre daha sağlıklı olmadığını, 3,37 ortalama ile düşük kalorili gıdaların kilo alımını engelleyemediği ve 3,14 ortalama ile fiyatının yüksek olduğu konusunda kararsız kalmaktadırlar. Düşük kalorili gıda kullanmayan cevaplayıcıların tutum profili Şekil 4’de gösterilmiştir.



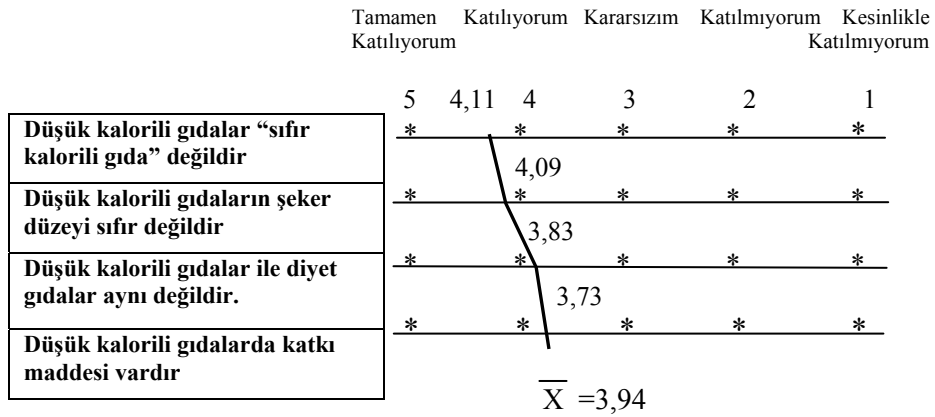
Şekil 4. Düşük Kalorili Gıda Kullanmayan Cevaplayıcıların Tutum Profili

Düşük kalorili gıdaları kullanmayan cevaplayıcıların yargılara ilişkin ifadelerin ortalamalarının grup ortalamasından yani 3,56'dan istatistikî bakımdan farklı olup olmadığını tespit etmek için Z testi yapılmıştır. Z testi sonucunda $\bar{X}= 3,74$ olarak bulunmuştur. Bu değere göre 0,05 anlamlılık düzeyinde düşük kalorili gıdaların deneme ihtiyacı duyulmaması ortalamanın üzerinde değer almıştır. Diğer bir deyişle cevaplayıcılar düşük kalorili gıda kullanma ihtiyacı duymadıklarından düşük kalorili gıda kullanmamışlardır. 3,14 ortalama ile düşük kalorili gıdaların fiyatının yüksek olması, düşük kalorili gıdaların kilo alımını engellememesi konusunda ortalamalar genel ortalamanın altında değer almıştır. Bu sonuca göre düşük kalorili gıda kullanmayan cevaplayıcılar, düşük kalorili gıdaların kilo alımını engelleyemez görüşüne katılmamakta ve düşük kalorili gıdaların fiyatlarının yüksek olmadığını düşünmektedirler.

Araştırma kapsamında düşük kalorili gıda kullanmayan cevaplayıcıların gıda bilgileri de ölçülmeye çalışılmıştır. Sonuçlar Tablo 14'de gösterilmiştir.

Tablo 14. Düşük Kalorili Gıda Kullanmayan Cevaplayıcıların Gıda Bilgilerinin Temel Göstergeleri

Tablo 14'de görüldüğü gibi düşük kalorili gıda kullanmayan cevaplayıcılar 4,11 ortalama ile düşük kalorili gıdaların sıfır kalorili gıda olmadığını, 4,09 ortalama ile şeker düzeyinin sıfır olmadığını ve 3,86 ortalama ile düşük kalorili gıdalarla diyet ürünlerin aynı olmadığını ve 3,73 ortalama ile düşük kalorili gıdalarda katkı maddesi olduğunu düşünmektedirler. Cevaplayıcıların gıda bilgisi profili Şekil 5'te gösterilmektedir.



Şekil 5. Düşük Kalorili Gıda Kullanmayan Cevaplayıcıların Gıda Bilgisi Profili

Düşük kalorili gıda kullanmayan cevaplayıcıların gıda bilgilerine ilişkin ifadelerin ortalamalarının grup ortalamasından yani 3,94'ten istatistikî bakımdan farklı olup olmadığını tespit etmek için Z testi yapılmıştır. Z testi sonucunda $\bar{X}= 4,11$ olarak bulunmuştur. Bu değere göre 0,05 anlamlılık düzeyinde gıda bilgilerinden sadece düşük kalorili gıdalarda katkı maddesinin var olması ortalamanın altında değer almıştır. Buna göre cevaplayıcılar düşük kalorili gıdalarda katkı maddesi olmadığı yönünde yanlış gıda bilgisine sahiptirler.

VI. Sonuç ve Öneriler

Tüketicilerin düşük kalorili gıdaları satın alma davranışları, gıdalara yönelik tutumları ve gıda bilgilerini belirlemek amacıyla yapılan bu çalışmada şu sonuçlara ulaşılmıştır:

Tüketicilerin çoğunluğu 20–22 yaş grubunda ve 1–149 YTL arasında gelire sahiptir. Tüketicilerin satın aldıkları düşük kalorili gıdalarda ilk sırayı bisküvi ikinci sırayı ise içecekler almaktadır. En az satın aldıkları düşük kalorili gıda ise ketçaptır. Tüketicilerin çoğunluğu düşük kalorili gıdaları arasına kullanmaktadır. Düşük kalorili gıdaları satın almada etkili olan faktörlerde ilk sırayı reklâmlar ikinci sırayı ise arkadaş tavsiyesi almaktadır. Düşük kalorili gıda kullanan tüketicilerin % 54'ü, düşük kalorili gıdaları arkadaş veya aile üyelerine satın almaları için önermektedir.

Tüketicilerin düşük kalorili gıda kullanmaktaki temel nedenleri, formlarını koruma istekleridir. Düşük kalorili gıdaların kilo alımını engellemediğini ve diğer ürünlere göre daha sağlıklı olmadığını düşünmektedirler. Genel olarak düşük kalorili gıdaların tadının güzel bulmamaktadırlar. Bununla birlikte tüketiciler düşük kalorili gıdaları satın alırken etiketlerini incelemekte ve tanınmış iyi bir marka olmasına dikkat etmektedirler.

Tüketiciler kullandıkları düşük kalorili gıdalar hakkında tam olarak doğru bilgiye sahip değiller. Düşük kalorili gıdaların kalori, şeker düzeyleri ve düşük kalorili gıdalar ile diyet gıdaların aynı olmadığı konusunda doğru bilgiye, yağ oranının çok düşük olduğu yönünde yanlış bilgiye sahipler.

Düşük kalorili gıdaları satın alırken kadınlar erkeklere göre gıda etiketlerini daha fazla incelemekte, zayıflamak ve formlarını korumak için düşük kalorili gıdaları tercih etmekte, tanınmış marka olmasına dikkat etmekte ve çevrelerine daha fazla önermektedirler. Kilolu tüketiciler düşük kalorili gıdaların tadını beğenmemekte ve fazla tavsiye etmemektedirler. Aksine daha düşük kilodaki tüketicilerin düşük kalorili gıdaları daha fazla beğenmekte ve önermektedirler.

Düşük kalorili gıda kullanmayan tüketiciler bu gıdaların kilo alımını engellediğini düşünmekle beraber ürünleri kullanmaya ihtiyaç duymadıklarını ifade etmişlerdir.

Elde edilen sonuçlardan anlaşıldığı gibi, düşük kalorili gıda formu korumak amaçlı kullanılmaktadır. Ürün kullanan tüketiciler bu gıdalar ile kendilerini daha sağlıklı hissetmektedirler. Gıda seçiminde dikkatli ve marka tercihte önemli bir etkidir. Tüketicilerin düşük kalorili gıdaların tanınmış iyi bir marka olmasına dikkat etmeleri tüketicilerde marka bilincinin oluştuğunu göstermektedir. Bu nedenle düşük kalorili gıdaların marka tanıtımı ve konumlaması oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Gıda tanıtımlarında özellikle formunu muhafaza etmenin ön plana çıkarılması yararlı olacaktır.

Satın alma kararının verilmesinde etkili olan faktörlerde ilk sırayı reklâmın alması firmaların reklâm yoluyla ürünlerini duyurmada etkili olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda düşük kalorili gıda kullananların çoğunluğu bu gıdaları çevrelerine önermekte ve ürünün kulaktan kulağa iletişimini sağlamaktadırlar. Bu nedenle tüketicilerin gıdadan memnun kalmalarını sağlayarak potansiyel tüketicilere de önermeleri ve onları kullanıcı haline getirmeleri sağlanabilir. Tüketicilerin düşük kalorili gıdaların tadını güzel bulmamaları bu gıdaları üreten firmaların dikkate alması gereken bir konudur. Tüketicinin damak zevkine de hitap eden, hoşlanacakları düşük kalorili gıda üretmek rekabet avantajı yaratabilecektir.

Düşük kalorili gıda kullanmayan tüketicilerin gıda hakkında olumsuz tutumları bulunmamaktadır. Bu düşük kalorili gıda imalatçıları için güzel bir durumdur. Ancak çoğunluğu kullanmaya ihtiyaç duymadıklarını ifade etmişlerdir. Bu durumda düşük kalorili gıda üreticilerinin örnek dağıtımlarla, market ve mağazalarda tanıtım noktaları kurarak gıdaları hiç denemeyenlere ürünü tanıtıcı faaliyetlerde bulunmaları yararlı olacaktır.

Abstract : Nowadays, trends show that increased demands for have healthy life and welfare standards make consumers change both their life style and their food consumption habit and pay more attention daily life activities, regular sport activity and balanced nutrition. In accordance with these chances, light foods consumption dramatically increased and consequently a new market for light product expanded. Today light categories of almost all products are available. Due to mentioned, changes in the type pf food consumption, this study was undertaken to demonstrate profile of consumers who are consume light foods, attitude towards light food and knowledge on products was determined. This study was conducted on students of Atatürk University in main campus located in Erzurum. Our results showed that there was a tendency of using light foods and main reason for his was to keep the shape

Key Words: Light foods, consumer attitudes, consumer profile

Kaynakça

- Aksulu, İkbal (2001); “ Tüketicide Sağlığını Koruma Bilinci ve Satın Alma Noktasında Tüketici Tutumları: Ambalajlı Gıda Ürünleri Üzerine Bir Araştırma”, **Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt:16, Sayı:1, 115-127.
- Aycan, Nihat, Suat Türkoğuz, Özlem Tokuşoğlu (2005); “ Food Attitudes towards Food Safety Concept among Turkish University Students”, **Journal of Social Sciences**, 1(3), 156-161.
- Bartlam, Mike J. (1993); “Healty and Light Foods: Understanding the Consumer” **British Food Journal**,95(3), ss. 3-9.
- Bellisle, F., M.A. Altenburg De Assis, B. Fieux, P. Preziosi, P. Galan, B. Guy-Grands, S. Hercberg (2001); “ Use of “Light” Foods and Drinks in French Adults: Biological, Anthropometric and Nutritional Correlates”, **Journal of Human Nutrition Dietet**, 14, ss. 191-206.
- Capital Dergi, www.capital.com.tr/haber, Erişim Tarihi:07.01.2005.
- Dünya Sağlık Örgütü, www.who.int/nut/obs.htm, Erişim Tarihi:20.04.2005.
- Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü,www.kkgm.gov.tr/Mevzuat/khk560/Kodeks/Tebliğler, Erişim Tarihi:06.03.2005.
- Kurtuluş, Kemal (1998); **Pazarlama Araştırmaları**, Avcıol Basım Yayım, İstanbul.
- Macaskill, Lesley, Alison Paul and Brian Pitcher (1998), “Consumer Acceptance of Lower Fat Foods”, **Journal of Nutrition Education**, Nov/Dec;30,ss. 410-413.
- Roinnen, K., Lahtenmaki and H. Tuorila (1999); “Quantification of Consumer Attitudes to Health and Hedonic Characteristics of Foods”, **Appetite**, 33,ss. 71-88.
- Sağlık Özel İhtisas Komisyonu Raporu, www.ekutup.dpt.gov.tr/saglik/ Erişim Tarihi; 09.03.2005.
- Schwenk, E. Nancy, Joanne F. Guthrie (1997); “Trends in Marketing an Usage of Fat-Modified Foods:Implications for Dietary Status and Nutrition Promotion”,**Family Economics and Nutrition Review**,10(4),ss. 16-33.
- Viane, Jacques, Gellynck, Xavier (1997); “Consumer Behavior Towards Light Products in Belgium” **British Food Journal**, 99(3) ss. 105-113.
- Zandastra, E.H, C. De Graaf, W. A. Van Staveren (2000); “Influence of Health and Taste Attitudes on Consumption of Low and High-Fat Foods”, **Food Quality and Preference**, 12,ss. 75-82