

TÜKETİCİNİN SOFRALIK ZEYTİN TERCİHLERİNİN BELİRLENMESİ¹

Yasin ÖZDEMİR²

Seda KAYAHAN³

Özge KESKİNEL⁴

ÖZET

Bu araştırmada sofralık zeytin tercihlerinin, zeytin tüketiminde dikkat edilen hususların ve tüketim taleplerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla farklı illerde yaşayan farklı eğitim düzeyindeki tüketicilerle 438 anket gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların zeytin tüketiminin %73'ünün siyah, %26'sının ise yeşil olduğu görülmüştür. Siyah zeytinlerin yüzeylerinin orta derecede buruşuk olmasının daha çok tercih edildiği (%73) tespit edilmiştir. Dolgulu yeşil zeytin üretiminde kırmızıbiberin en çok tercih edilen dolgu malzemesi olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların %52'sinin zeytinlerin çekirdek rengine dikkat ettikleri ve bunların %97'sinin koyu siyah renkte çekirdeği tercih etmedikleri tespit edilmiştir. Katılımcılar arasında siyah sofralık zeytinlerin tuzlu olması en önemli şikâyet olarak tespit edilmesine rağmen (%63), zeytinlerin tuz içeriklerini az veya orta olarak tanımladıkları durumlarda dahi katılımcıların %80'inin zeytinleri suda bekletmeye gerek görmedikleri belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sofralık zeytin, zeytin tüketimi, zeytin tercihi

ABSTRACT

DETERMINATION OF CONSUMER PREFERENCES FOR TABLE OLIVES

This research aimed to determine choices of table olives, consumer attention on table olive consumption and demand of olive consumption. For this aim 438 surveys were conducted with consumers at different levels of education from different provinces. Olive consumption of participants was found 73% for black while 26% for green. Moderately wrinkled surface of black table olives were identified as more preferred (73%). Red pepper was determined as most preferred raw material for stuffed green olives. 52% of the participants had attention on the seed color and 97% of them did not preferred dark black olive seed. High salt content was detected as the most important complaints (63%) for black table olives however 80% of the participants could not need to soak olives in water when they identified the salt content of olives low or medium.

Keywords: Table olives, olive consumption, olive prefer

¹ Yayın Kuruluna Geliş Tarihi: Kasım 2015

² Dr., Atatürk Bahçe Kültürleri Merkez Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, Yalova

³ Kimya Müh., Atatürk Bahçe Kültürleri Merkez Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, Yalova

⁴ Ankara Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Gıda Mühendisliği Bölümü, Ankara

GİRİŞ

Modern pazarlamanın amacının tüketici tatmininin sağlanması olduğu ve bu süreçte kontrol altına alınamayan en önemli dışsal faktörün tüketici olduğu bildirilmektedir [13, 16]. Bunun nedeni, ekonomik, sosyal veya kültürel değişmelerin önce tüketicileri etkilemesi ve bu etkinin ne olacağının önceden bilinemeyeceğidir. Bu nedenle gelişmiş ülkelerde pazarlama çalışmaları öncesinde tüketici araştırmalarına yoğunlaşmaktadır [16]. Günümüzün yoğun tüketim toplumunda, tüketiciler eskiye oranla daha geniş bir ürün çeşidi arasından seçim yapmaktadır. Bu geniş seçme olanakları ise tüketiciyi daha da seçici olmaya yönlendirmektedir. Tüketici tercihini yaparken güven sağlayan, gereksinimi ve beğeniyi karşılayan ürünü seçmektedir [19, 22]. Bu nedenle bu araştırma, tüketicilerin sofralık zeytin tercihlerinin ve bu tercihleri etkileyen bazı faktörlerin belirlenmesini amaçlamıştır. Bu sayede sofralık zeytin üreticilerine, tüketici tercihleri hakkında bilgi sağlanarak tüketicilerin isteklerini karşılayabilecek üretim yapma imkânı sunulabileceği düşünülmektedir.

MATERYAL VE METOT

Materyal

Araştırmanın materyalini 438 adet "Tüketici Anketi" oluşturmaktadır.

Metot

Araştırmanın amaç ve içeriğine uygun anket formları hazırlanmıştır. Türkiye genelinde 26 ilde yüz yüze ve elektronik posta yoluyla anket formları uygulanmıştır. Bu şekilde büyük şehirlerde veya zeytin yetiştirilen illerde yaşayan tüketiciler denek olarak seçilmiştir. Bu anketlerden, tasnif ve ayıklama sonucu, 438 adedi araştırmanın nihai materyali olarak kabul edilmiştir. Anketlerden elde edilen bilgiler tanımlayıcı istatistiklerle değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmada değerlendirilen 438 adet ankete cevap veren deneklerin demografik özellikleri

Çizelge 1'de verilmiştir. Çizelgede ifade edilen "Diğer" İller; Antalya (5), Aydın (4), Muğla (3), Erzurum (3), Konya (3), Eskişehir (3), Çanakkale (2), Hatay (2), Adana (2), Mersin (1) ve Konya (1)'dir.

Türkiye'de, İspanya ve İtalya gibi önemli zeytin üreticilerinin aksine siyah zeytinin üretildiği ve tüketildiği bildirilmekle beraber bu konuda tüketiciler arasında yapılmış bilimsel bir çalışmaya rastlanılmamıştır [28]. Bu çalışmada "Hangi renkte zeytin tercih edersiniz?" sorusuna 438 kişi cevap vermiş ve verilen cevapların oransal dağılımı Şekil 1'de verilmiştir. Zeytin tüketiminin yaklaşık olarak dörtte üçlük kısmının siyah ve dörtte birlik kısmının ise yeşil zeytinde olduğu görülmüştür. Avrupa'daki önemli zeytin üreticisi ülkelerde ise bu oranın tam tersi değerlerde olduğu bildirilmiştir. Ayrıca Yunanistan'da önemli bir oranda rengi dönük zeytin tüketimi olduğu belirtilmiştir [17]. Ancak bu çalışmada yalnızca %1'lik bir oranda rengi dönük (kahverengi veya pembe renklerdeki) zeytinlerin tercih edildiği anlaşılmıştır. Önceki yıllarda yayınlanan çalışmalarda ülkemizde sofralık zeytinin yaklaşık olarak %80'inin siyah, %20'sinin ise yeşil olarak değerlendirildiği bildirilmiştir [25, 28]. Önceki araştırmalara kıyasla bu çalışmada %6 oranında daha fazla yeşil zeytin ve %7 oranında daha az siyah zeytin tercih edildiği tespit edilmiştir.

Literatürde ülkemizdeki tüketicilerin yeşil zeytini niçin siyah zeytinden daha az tükettikleri ile ilgili bir bilgiye rastlanılmamıştır. Bu nedenle bu çalışmada "Yeşil zeytini daha az tercih ediyorsanız sebebi nedir?" sorusu katılımcılara yöneltilmiş ve bu soruya 336 kişi cevap vermiştir. Verilen cevapların oransal dağılımı Şekil 2'de verilmiştir. Yeşil zeytinleri ekşi veya tuzlu olduğu için tercih etmediklerini belirtilen deneklerin oranı %46 olarak belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların %54'ü yeşil zeytinlerin tadı hoşuma gitmiyor seçeneğini seçmişlerdir. Bu sonuç yeşil zeytinlerin üretiminde duyu kalitenin yükseltilmesi ile tüketicilerin daha fazla yeşil zeytin tüketebileceğini göstermektedir. Benzer bir çalışmada sofralık yeşil zeytin üretiminde ham zeytinin olgunluk seviyesinin, üretimde kullanılan tuz miktarının ve ambalajlamada kullanılan asit miktarının tüketici beğenisi üzerinde etkili olduğu bildirilmiştir [17].

Deneklere yöneltilen "Siyah zeytini daha az tercih ediyorsanız sebebi nedir?" sorusuna 83 kişi cevap vermiştir. Verilen cevapların oransal dağılımı Şekil 3'de verilmiştir. Siyah zeytin tercih edilmeme sebepleri içerisinde yüksek tuz içeriğinin ilk sırada geldiği görülmektedir. Tadı hoşuma gitmiyor cevabı %34'lük oranla ikinci sırayı almıştır.

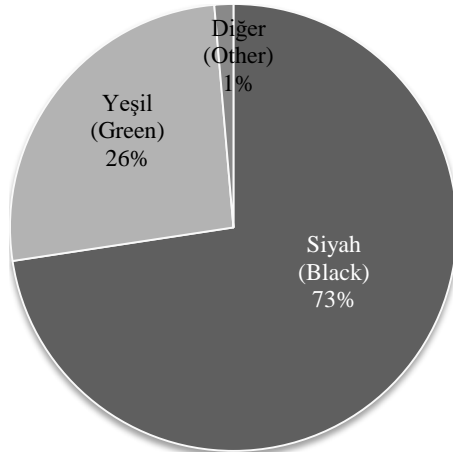
Yeşil ve siyah zeytinlerin tercih edilmeme sebepleri karşılaştırıldığında "Çok ekşi oluyor" cevabı yeşil zeytinler için %37 iken siyah zeytinler için %3 olarak tespit edilmiştir. "Çok tuzlu oluyor" siyah zeytinlerin tercih edilmemesindeki en önemli sebep olurken yeşil zeytinler için önemsiz sebep olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 1. Ankete cevap veren katılımcıların demografik özellikleri

Table 1. Demographic characteristics of participants who responded to the survey

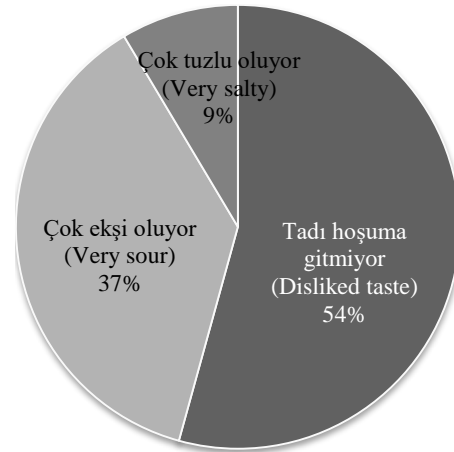
Deneklerin bazı özellikleri Some characteristics of the participants		
Cinsiyet Sex	Kişi sayısı Number of people	%
Kadın Female	247	56.39
Erkek Male	191	43.61
Yaş Age	Kişi sayısı Number of people	%
<30	126	28.78
31-45	240	54.79
46<	72	16.44
Alınan eğitim süresi (yıl) Education time (year)	Kişi sayısı Number of people	%
<8	106	24.20
9-12	134	30.59
12<	198	45.21
Aylık aile geliri (TL) Monthly family income	Kişi sayısı Number of people	%
<1500	72	16.44
1500-3000	160	36.53
3000<	224	51.14

Deneklerin yaşadığı iller Provinces participants live		
İl Province	Kişi sayısı Number of people	%
İstanbul	76	17.4
Bursa	38	8.7
Ankara	31	7.1
Yalova	29	6.6
Tekirdağ	28	6.4
İzmir	26	5.9
Kocaeli	25	5.7
Denizli	23	5.3
Diyarbakır	22	5.0
Sivas	21	4.8
Trabzon	21	4.8
Adana	18	4.1
Gaziantep	18	4.1
Manisa	17	3.9
Van	16	3.7
Diğer Other	29	6.6



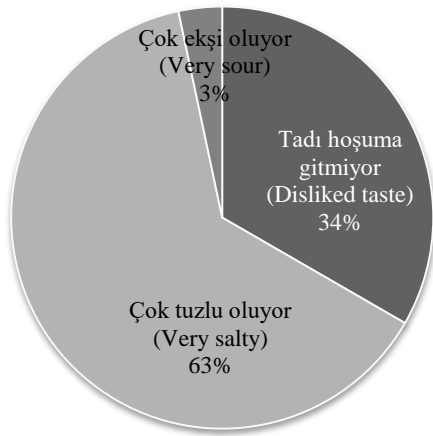
Şekil 1. "Hangi renkte zeytin tercih edersiniz?" sorusuna verilen cevapların oransal dağılımı

Figure 1. "Which color of olive do you prefer?" percentage distribution of responses to the question



Şekil 2. "Yeşil zeytini daha az tercih ediyorsanız sebebi nedir?" sorusuna verilen cevapların oransal dağılımı

Figure 2. "What is the reason if you prefer green olives less than others?" percentage distribution of responses to the question



Şekil 3. "Siyah zeytini daha az tercih ediyorsanız sebebi nedir?" sorusuna verilen cevapların oransal dağılımı

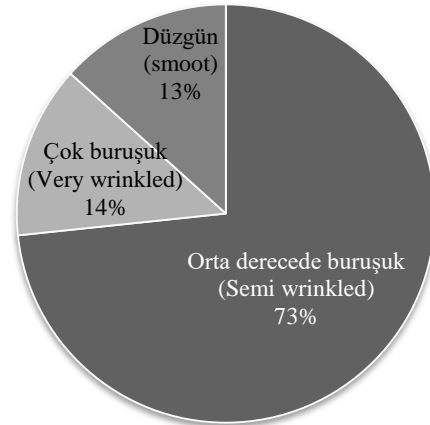
Figure 3. "What is the reason if you prefer black olives less than others?" percentage distribution of responses to the question

Gıdaların görüntüsü tüketiciler tarafından ilk fark edilen özelliktir [26]. Bu nedenle gıdaların satın alma kararı verilmesinde ve duysal değerlendirilmesindeki en önemli duysal faktörlerden bir tanesidir [1]. Ayrıca paket içerisinde satılan zeytinlerin, dökme olarak veya açıkta satılan zeytinler gibi tadına bakıldıktan sonra satın alınma şansı yoktur. Bu nedenle görsellik, ambalajlı zeytinlerin satın alınmasında çok daha önemli bir duysal özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Siyah zeytinlerin yüzey buruşukluğu görsel açıdan kalite değerlendirilmesinde önemli bir özelliktir [20]. Araştırmada "Siyah zeytinin yüzeyinin nasıl olmasını tercih edersiniz?" sorusuna 402 kişi cevap vermiş ve verilen cevapların yüzdesel dağılımı Şekil 4'de verilmiştir. Orta derecede buruşuk yüzeye sahip siyah zeytinler katılımcılar tarafından en çok tercih edilen zeytinler olarak belirlenmiştir.

Gıdalarda yapılan duysal analiz gıdanın birçok özelliğinin değerlendirilmesini içermesine rağmen, lezzet bu özelliklerden en önemlileri içinde yer almaktadır [18]. Sofralık zeytinlerin lezzetinin ise zeytin çeşidi, üretim yöntemi ve tuz içeriğine bağlı olarak önemli ölçüde değişiklikler gösterebileceği bildirilmiştir. Şekil 3'te siyah zeytin tercih edilmeme sebepleri içerisinde yüksek tuz içeriğinin ilk sırada geldiği görülmektedir. Ülkemizdeki çoğu sofralık zeytin

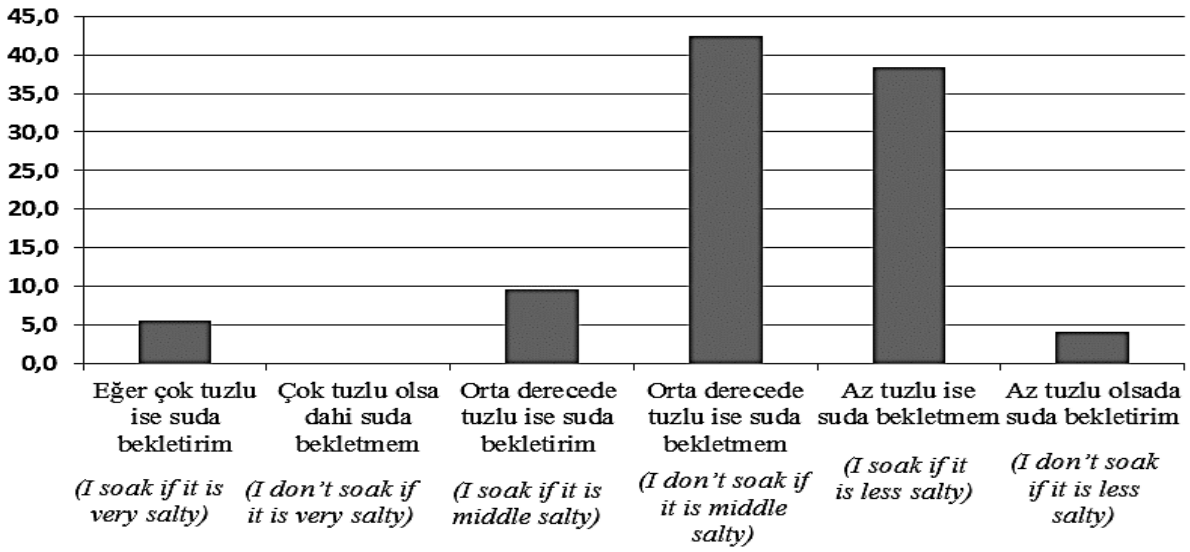
üreticisinin alt yapısının yeni işleme tekniklerinin uygulanmasına uygun olmadığı ve zeytinin bozulmasını önlemek için yüksek oranda tuz kullanıldığı bildirilmiştir [6]. Bunun sonucunda yüksek tuz içeriğine sahip sofralık zeytinlerin üretilmesinin gerek iç gerekse dış pazarda pazarlama zorluklarına neden olduğu belirtilmiştir [6, 21, 22]. Bu araştırmada katılımcılara yöneltilen "Satın aldığınız zeytinleri suda bekletme tercihiniz nasıldır?" sorusuna 318 kişi cevap vermiştir. Verilen cevapların oransal dağılımı Şekil 5'te verilmiştir.

Araştırmada deneklerin tamamı satın aldıkları zeytinlerin çok tuzlu olduğunu hissettiklerinde zeytinleri suda beklettiklerini bildirmişlerdir. Zeytinlerin tuz içeriğinin orta dereceli veya az tuzlu olarak tanımlanması durumunda ise katılımcıların çoğunluğu suda bekletmeye gerek duymadıklarını bildirmişlerdir. Ancak küçük bir orandaki katılımcı suda bekletmeye gerek duydıklarını belirtmişlerdir. Bu sonuçtan katılımcıların damak tadının orta ve düşük tuz içerikli zeytinlere uyum sağladığı ve zeytinlerin tuz içeriklerini daha fazla düşürmek için bir çaba içine girmedikleri anlaşılmaktadır. Benzer şekilde Değirmencioğlu [12]'de ülkemizde Gemlik tipi salamura siyah zeytin yönteminin yaygın olarak uygulanmakta olduğunu ve bu yöntem ile üretilen zeytinlerin yüksek tuz içeriğine rağmen tüketiciler tarafından beğenildiğini bildirmişlerdir.



Şekil 4. "Siyah zeytinin yüzeyinin nasıl olmasını tercih edersiniz?" sorusuna verilen cevapların oransal dağılımı

Figure 4. "How do you prefer the surface of black olives?" percentage distribution of responses to the question



Şekil 5. "Satın aldığınız zeytinleri suda bekletme tercihiniz nasıldır?" sorusuna verilen cevapların oransal dağılımı

Figure 5. "What is your preference on soaking of olives in water?" percentage distribution of responses to the question

Yağlı yuvarlama zeytin veya yağlı sele olarak ifade edilen zeytinler yağ, tuz ve asetik asit veya sitrik asit gibi bir organik asit içerisinde bir nevi sos içerisinde üretildikleri ve sonra yine elma sirkesi ve mısır özü yağı ile ambalajlandıkları için bazı tüketicilerin bu zeytinleri yıkamadan tükettikleri bildirilmiştir. "Satın aldığınız yağlı yuvarlama zeytinleri yıkıyor musunuz?" sorusuna verilen cevapların yüzdesel dağılımı Şekil 6'da verilmiştir. Yapılan araştırmada deneklerin ¼'ünün bu zeytinleri yıkamadan tükettikleri belirlenmiştir. Bu nedenle zeytin üreticilerini hijyen şartlarına azami derecede dikkat göstermeleri gerektiği düşünülmektedir.

Türkiye'de satılan zeytinlerin %80'lik kısmı açıkta yani ambalajsız olarak satıldığı bildirilmiştir [8]. Tüketiciler açıkta satılan zeytinlerin önce tatlarına bakmakta daha sonra satın almaya karar vermektedir [3, 8]. Tüketicilerin satın almaya bu şekilde karar verme sürecinde tat ile birlikte zeytinlerin çekirdek renginin de etkili olabileceği düşünülmektedir. Bu nedenle bu araştırmada "Siyah zeytinin çekirdeğinin rengi zeytini satın alma tercihinizi etkiliyor mu?" sorusu katılımcılara yöneltilmiştir. Deneklerin 438'i yöneltilen soruya cevap vermiştir. Verilen cevapların oransal dağılımı Şekil 7'de verilmiştir. Çekirdek renginin deneklerin yarısından fazlasının zeytin satın alıp

almamaya karar vermesini etkilediği görülmüştür.

Ülkemizde ulusal yazılı basında yapılan bazı haberlerde maalesef ki siyah sofralık zeytin üretiminde boya kullanılması durumunda çekirdeklerin koyu siyah olacağı ve bu sayede hile yapılarak yapılan üretimin kolaylıkla anlaşılacağı hakkında haberler yapılmıştır [8, 9]. Haberlerde zeytini gözle muayene ederek doğal mı yoksa hileli mi üretildiğinin anlaşılacağı, üretim sırasında boya kullanılması durumunda boyanın önce zeytine sonra da çekirdeğe nüfuz ettiği ve yalnızca hilesiz olarak üretilen zeytinlerin çekirdeğinin koyu siyah değil, çoğu zaman grimsi siyah ya da kızıl kahverengi olduğu bildirilmiştir [2, 8]. Başka bir haberde kahverengi, bordo veya çok koyu olmayan siyah renkteki çekirdek zeytinin doğal olarak fermente edilip, tatlandırılmış zeytin olduğunu ve çok koyu siyah renkteki çekirdek ise, renk kararması için boya kullanıldığını gösterdiği bildirilmiştir [8]. Bu şekilde yapılan haberlerin, denekler üzerine olan etkisinin belirlenmesi amacıyla "Siyah zeytinin çekirdeğinin rengi zeytini satın alma tercihinizi etkiliyor mu?" sorusuna "Evet etkiliyor" cevabı veren katılımcılara yöneltilen "Siyah zeytinin çekirdek rengi tercihinizi neden etkiliyor?" sorusuna 208 denek cevap vermiştir. Bu soruya

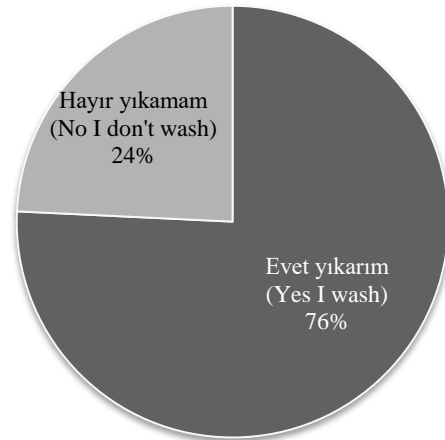
verilen cevapların oransal dağılımı Şekil 9'de verilmiştir.

Katılımcıların %95'lik kısmı çekirdek renginin zeytinin doğallığı ve kalitesi hakkında fikir verebileceğini bildirmiştir. Bu durumun bilimsel gerçeklerden uzak olarak yapılan haberlerden kaynaklandığı düşünülmektedir. Bu araştırma sırasında yapılan literatür taramasında bu bilgiyi destekleyen bir bulguya rastlanılmamıştır. Aksine geleneksel Gemlik ve Konfit tipi üretim yöntemi başta olmak üzere birçok sofralık zeytin üretim yönteminde, çekirdek renginin koyu siyah olabileceği bildirilmiştir [14, 23]. Ayrıca 7. olgunluk indeksinde hasat edilen zeytinlerin daha üretime başlamadan bile çekirdeklerinin renginin koyu siyah olabileceği belirtilmiştir [24, 17]. Bu haberlerde tüketicilere ulaşan bilgi kirliliğini yok etmek ve tüketicilere faydası olabilecek bilimsel gerçekleri dile getirilmesi amacıyla bilim insanlarına gerekli fırsatlar daha fazla verilmelidir.

Türkiye'de son yıllarda, zeytin çekirdeğinin zeytini doğal yollarla işlenip işlenmediğine dair fikir verebileceği konusunda yazılı ve görsel basında ve internet sitelerinde haberler yapılmaktadır [2]. Bilimsel dayanağı olmayan haberler nedeniyle siyah sofralık zeytinin satış miktarının düştüğü, insanların zeytini medyada çıkan haberler nedeniyle bir süre almama eğilimine girdiği ve siyah zeytinin boyandığı, boyanmamış zeytinin ise çekirdeğinin kahverengi olduğu kanaati oluştuğu yine ulusal basında yayınlanmıştır [4]. Bu çalışmada tüketicilerin çekirdek rengine karşı duyarlı oldukları belirlenmiştir. Araştırmada elde edilen sonuçta benzer şekilde bazı haberlerde tüketicilerin zeytin alırken çekirdeğinin siyah mı yoksa kahverengi mi olduğuna da dikkat etmeye başladığı bildirilmiştir [4,10]. "Siyah zeytinin çekirdeğinin rengi zeytini satın alma tercihinizi etkiliyor mu?" sorusuna "Evet etkiliyor" cevabı veren katılımcılara yöneltilen "Tercih edeceğiniz siyah zeytinin çekirdeğinin rengi sizce nasıl olmalıdır?" sorusuna 241 denek cevap vermiştir. Bu soruya verilen cevapların oransal dağılımı Şekil 8'de verilmiştir. Sonuçlar incelendiğinde koyu siyah renkteki çekirdeğin katılımcılar tarafından istenmediği görülmüştür. Oysaki bilimsel çalışmalarda zeytin çekirdek renginin koyu siyahtan açık kahverengine kadar olgunluk

durumu, çeşit ve üretim metoduna bağlı olarak değişebileceği bildirilmiştir [17]. Yani çekirdek rengi sofralık zeytinin doğal yollarla işlenip işlenmediği hakkında fikir verecek bir özelliğe sahip değildir.

Araştırmacılar tüketici karar alma sürecinin; problemin farkına varma, bilgi toplama, seçeneklerin değerlendirilmesi, satın alma ve satın alma sonrası değerlendirme ve vazgeçme yâda satın alma eylemine devam etme olmak üzere beş aşamada gruplandırıldığını ve incelendiğini bildirmişlerdir [11]. İlk iki aşama yani problemin farkına varma ve bilgi toplama aşamalarında tüketiciye yanlış bilgilerin verilmesi durumunda tüketiciler kendileri adına en doğru kararı verdiklerini sanarak yanlış seçimler yapabilmekte veya satın alma fikrinden tamamen vazgeçebilmektedirler. Bu nedenle çekirdek rengi örneğinde olduğu gibi bilimsel dayanağı olmayan bilgilerin tüketiciye sunulmaması son derece önemlidir. Aksi takdirde hem tüketici hem de üretici dolayısıyla ülke ekonomisinin zarar görmesi muhtemeldir.

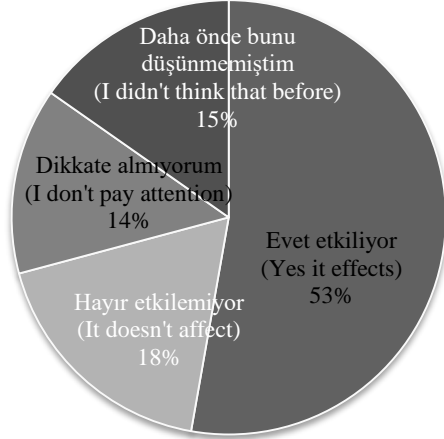


Şekil 6. "Satın aldığımız yağlı yuvarlama zeytinleri yıkar mısınız?" sorusuna verilen cevapların oransal dağılımı

Figure 6. "Do you wash rounded olive which you bought?" percentage distribution of responses to the question

Sofralık zeytinde ürün çeşitliliğini sağlamada kullanılan yöntemlerden bir tanesi farklı dolgu malzemesi kullanılarak çekirdeksiz yeşil zeytinlerin satışa sunulmasıdır. Araştırmada katılımcıların dolgu malzemesi tercihlerinin

belirlenmesi amacıyla "Ne tür dolgulu zeytin tercih edersiniz?" sorusu sorulmuş ve bu soruya 318 denek cevap vermiştir. Verilen cevapların oransal dağılımı Şekil 9'da verilmiştir. Katılımcıların %72'sinin kırmızıbiber dolgulu zeytini tercih ettikleri tespit edilmiştir.



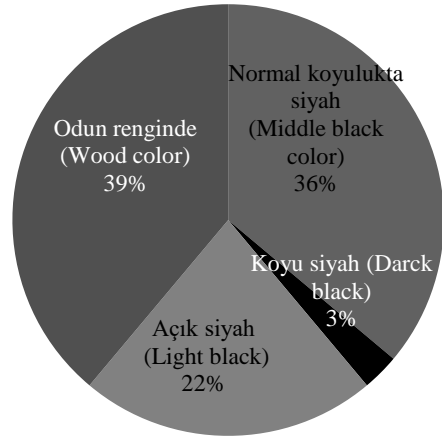
Şekil 7. "Siyah zeytinin çekirdeğinin rengi zeytini satın alma tercihinizi etkiliyor mu?" sorusuna verilen cevapların oransal dağılımı

Figure 7. "Does color of black olive seed affect your choice of olive buying?" percentage distribution of responses to the question



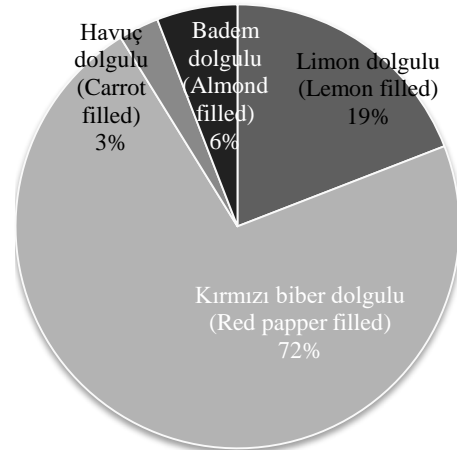
Şekil 8. "Siyah zeytinin çekirdek rengi tercihinizi neden etkiliyor?" sorusuna verilen cevapların oransal dağılımı

Figure 8. "Why color of black olive seed affects your choice of olive buying?" percentage distribution of responses to the question



Şekil 9. "Satın almak için tercih edeceğiniz siyah zeytinin çekirdeğinin rengi sizce nasıl olmalı?" sorusuna verilen cevapların oransal dağılımı

Figure 9. "How do you think the seed color of black olives which choose to buy?" percentage distribution of responses to the question



Şekil 10. "Ne tür dolgulu zeytin tercih edersiniz?" sorusuna verilen cevapların oransal dağılımı

Figure 10. "What kind stuffed olives do you prefer?" percentage distribution of responses to the question

SONUÇ

Yeşil zeytin üretiminde ambalaj salamurasında ekşi tada neden olan sitrik, asetik veya laktik asit gibi asitlerin daha az kullanılması, siyah zeytin üretiminde ve ambalaj salamurasında ise daha az tuz kullanılması

tüketicilerin önemli istekleri olarak belirlenmiştir. Denekler satın aldıkları zeytinlerin tuz içeriklerini az veya orta olarak tanımladıkları durumlarda su içinde bekletmeye ihtiyaç duymadıklarını belirtmişlerdir. Siyah zeytinlerin yüzeyinin orta derecede buruşuk olması tüketicilerin diğer bir önemli isteği olarak tespit edilmiştir. Bazı katılımcıların yağlı yuvarlama zeytinleri yıkamadan tükettikleri için sofralık zeytin üretimi sırasında hijyen şartlarına azami olarak uyulması gerekmektedir. Yapılan çalışmada katılımcıların koyu siyah renkli zeytin çekirdeğini arzu etmedikleri ve hile belirtisi olabileceğini düşündüklerini göstermiştir. Bu yanlış algıyı ortadan kaldırmak için çekirdek renginin sofralık zeytin üretiminde bir hile yapıp yapılmadığına dair bir fikir veremeyeceği tüketicilere anlatılmalıdır.

Ülkemiz ekonomisinde önemli bir paya sahip olan sofralık zeytin üretiminin tüketici isteklerine uygun şekilde gerçekleştirilmesinin tüketici memnuniyetini arttıracığı, bu memnuniyetin sofralık zeytininin tüketim miktarlarına artış olarak yansıtacağı ve bu sayede üreticiyi daha karlı konuma getireceği düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

1. Amerine, M. A., R. M. Pangborn and E. B. Roessler, 2013. Principles of Sensory Evaluation of Food. *Elsevier*.
2. Anonim, 2003. Zeytin Yerken Alzheimer Oluyoruz Haberimiz Yok. (<http://www.milliyet.com.tr/2003/12/07/business/bus07.html>), (Erişim:19.11.2015)
3. Anonim, 2004. Kapkara Zeytin Aramayın. *Milliyet Gazetesi*, (<http://www.milliyet.com.tr/guncel/haberdetay.aspx?atype=haberdetayarsi&kategoriid=24&articleid=244806>), (Erişim: 19.11.2015)
4. Anonim, 2016. Zeytin ve zeytinyağı hakkında bilgilendirme (<http://blog.radikal.com.tr/yemek-tarifleri-mekan-onerileri/zeytin-ve-zeytinyagi-hakkinda-bilgilendirme-128630>), (Erişim: 10.06.2016)
5. Anonim, 2005. Siyah Zeytinle İlgili Olumsuz Haberler Kahverengi Zeytine Rağbeti Artırdı. (<http://www.haberler.com/siyah-zeytinle-ilgili-olumsuz-haberler-kahverengi-haberi/>), (Erişim: 20.11.2015)
6. Anonim, 2007. Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı. *Gıda Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2007-2013 DPT, Ankara, 129 s.*
7. Anonim, 2013. Zeytin ve Zeytinyağında Yapılan Hilelere Dikkat! *Bloomberg HT Televizyonu*. (<http://www.bloomberght.com/saglik/haber/1346713-zeytin-ve-zeytinyaginda-yapilan-hilelere-dikkat>), (Erişim: 20.11.2015).
8. Anonim, 2014a. Ölümsüz Ağaç. (<http://www.dunyagida.com.tr/haber.php?nid=3578>), (Erişim: 20.11.2015).
9. Anonim, 2014b. Ambalajlı ve Künyeli Zeytin Tercih Edin, Aktif Haber, (<http://www.aktifhaber.com/ambalajli-ve-kunyeli-zeytin-tercih-edin-1032197h.html>), (Erişim: 21.11.2015).
10. Anonim, 2015. Gemlik Zeytini Neden Boyanmaz? (<http://www.zeytinagaci.com/sik-sorulan-sorular,dp-8.html>) (Erişim: Kasım 2015).
11. Blythe, J., 2001. Pazarlama İlkeleri, (Essentials of Marketing), (Çev.: Yavuz Odabaşı), *İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi*.
12. Değirmencioglu, N., 2011. Gemlik Tipi Sele Zeytinin Mikrobiyolojik Kalitesi Üzerine Sıcaklık ve Modifiye Atmosferde Paketlemenin Etkisi. *Ulusal Zeytin Kongresi, 22–25 Şubat, Akhisar*.
13. Durmaz, Y., 2003. Modern Pazarlamada Tüketici Memnuniyeti ve Evrensel Tüketici Hakları. *Journal of Yasar University 1(3):255–266*.
14. Fernandez, A. G., M. J. Fernandez–Diez and M. R. Adams, 1997. Table Olives: Production and Processing. *Springer Science & Business Media*.
15. Gönen, E., Ö. Özgen, Y. Babekoğlu ve H. Ufuk, 2001. Gençlerin Tüketici Davranışlarının Bir Model Yaklaşımı ile İncelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi 19(1):137–166*.
16. İslamoğlu, H., 2006. Pazarlama Yönetimi. *Beta Yayınları, Üçüncü Baskı, İstanbul*.
17. Kailis, S. and D. Harris, 2007. Producing Table Olives. *Landlinks Press*.
18. Lawless, H. T. and H. Heymann, 2010. Sensory Evaluation of Food: Principles and Practices. *Springer Science & Business Media, (vol. 5999)*.
19. Odabaşı, Y. ve G. Barış, 2003. Tüketici Davranışı. *Media Cat Yayınları, 2. Baskı*.

- 20.Özdemir, Y., 2011. Bazı Melez Zeytinlerin Fizikokimyasal Özelliklerinin ve Starter Kültür (*Lactobacillus plantarum*) İlaveli Sofralık Zeytin Fermantasyonuna Uygunluklarının Belirlenmesi (Doktora Tezi). *Namık Kemal Üniversitesi Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı*.
- 21.Özışık, S. ve F. Öztürk, 2011. Türkiye’de Zeytin ve Zeytinyağı Sektörünün Mukayeseli Analizi. *Ulusal Zeytin Kongresi, 22–25 Şubat, Akhisar*.
- 22.Öztürk, P., 2006. Rekabet Gücü Olarak Marka Faktörü, Marka Oluşturma Stratejileri ve Koruma Sistemleri. *İktisat İşletme ve Finans, Yıl.21, Sayı.244*.
- 23.Piga, A. and M. C. S. Agabbio, 2003. Quality Improvement of Naturally Green Table Olives by Controlling Some Processing Parameters. *Italian Journal of Food Science 15(2):259-268*.
- 24.Sanchez Gomez, A. H., P. Garcia and L. Rejano Navarro, 2006. Elaboration of Table Olives. *Grasasy Aceites, 57(1):86–94*.
- 25.Taş, E., Ü. Seven ve Ş. Güçer, 2008. Zeytin İşleme Teknolojilerinde Kalite Beklentileri. *I. Ulusal Zeytin Öğrenci Kongresi, 17–18 Mayıs, Edremit–Balıkesir*.
- 26.Teke, B., 2014. Gıda Ürünleri Ambalajının Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerine Etkisi (Ankara İli Mamak İlçesi Örneği). (Yüksek Lisans Tezi). *Gazi Osman Paşa Üniversitesi, Tokat*.
- 27.Varinli, İ. ve E. Y. Çakır, 1999. Tüketici Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörler ve Çamaşır Deterjanı Üzerine Bir Uygulama. *Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi 14:92-110*.
- 28.Varol, N., L. Erten ve T. Turanlı, 2009. Zeytin. *Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Teşkilatlanma ve Destekleme Genel Müdürlüğü, Yayın No:52, Ankara, 330s*.