

## FONKSİYONEL GIDA ÜRÜNLERİNE YÖNELİK TÜKETİCİ TUTUMLARINI BELİRLEME ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

A STUDY ON DETERMINING THE CONSUMER ATTITUDES TOWARDS  
FUNCTIONAL FOOD PRODUCTS

Dr. Pınar ÖZKAN ÖZDEMİR, Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler  
Fakültesi, İşletme Bölümü, pinar.ozkan@deu.edu.tr

Dr. Seçil FETTAHLIOĞLU, Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler  
Fakültesi, İşletme Bölümü, sfettahlioglu@hotmail.com

Mert TOPOYAN, Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,  
İşletme Bölümü, mert.topoyan@deu.edu.tr

### ÖZET

Fordist dönemden Post-Modern döneme değin üretim ve tüketim anlayışlarında önemli değişimler yaşanmıştır. Standartlaştırılmış üretim yaklaşımı giderek yerini kitlesel özel üretime bırakmaktadır. Bu süreç boyunca tüketici gereksinimleri de değişmiş ve gelişmiştir. Yaşamın her alanında konfor arayışı önemini arttırmaktadır.

Fonksiyonel ürünler de bu konfor arayışının bir sonucu olarak belli özel gereksinimleri gidermek üzere ortaya çıkmıştır. Çeşitli fonksiyonel ürün grupları arasında özellikle insan sağlığı doğrudan ilgilendirmesi nedeniyle fonksiyonel gıda ürünleri özel bir önem taşımaktadır.

Bu çalışmanın amacı, gıda pazarında giderek sayısı artmakta olan fonksiyonel gıda ürünlerine yönelik tüketici tutumlarını incelemektir. Literatürde bu tarz ürünlere ilişkin yapılmış olan tüketici tutumu çalışmaları incelenerek ölçek belirlenmiştir. Bu ölçeğe yönelik uygun ölçüm aracı kullanılarak, toplumun fikir önderleri olması beklenen akademisyenlerin bu tarz yeni/yenilikçi ürünler konusundaki bakış açılarını ve kabul düzeylerini belirlemek amacıyla araştırma yapılmıştır. Üç aşamalı olarak kurgulanan bir araştırma dizisinin ilk aşaması olan bu çalışmada elde edilen sonuçlar, hem tüketici tutumlarının açıklanması yönünden hem de fonksiyonel gıda pazarında faaliyet gösteren oyuncuların izlemesi gereken yollar açısından değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Fonksiyonel gıdalar; tüketici tutumları, ürün bilgi düzeyi, ürünlerin benimsenme düzeyi

## ABSTRACT

From Fordist approaches to post-modern era, mentality of production and consumption has evolved dramatically. Production through standardized products gives its place to mass customization. Consumer needs were also changed and evolved through this continuum. Quest for comfort in every single field of life becomes more important.

It is the results of this quest for comfort that stimulates the rise of functional products which are designed meet some specific needs. Functional food products have a special importance through several groups of functional products, because of their direct relation to human health.

This study aims to analyze consumer attitudes towards the functional food products, which have an increasing share in food market. Scale used in this study was developed by analyzing the related literature. Using the suitable instrument to the scale, a survey was conducted to determine view points and measure acceptance levels of academicians, who are expected to be the pioneering leaders of the society, towards these kind of new/innovative products. The study is planned to be a part of a three stages research and results are evaluated to define both consumer attitudes and paths which actors in functional food market ought to follow.

**Key Words:** Functional foods; consumer attitudes, product information level, product acceptance level

## 1. GİRİŞ

Değişen hayat tarzları tüketicilerin gıdalardan bekledikleri sağlık etkilerinde ve beslenme alanında değişikliklere neden olmuştur. Son yıllarda insanların sağlık konusuna daha fazla önem vermeye başlamaları ve ilaç gibi tıbbi etkisi olan ürünlerden çok doğal ürünlere ve fonksiyonel gıdalara yönelmeleri ile birlikte fonksiyonel gıda ürünlerinin önemi artmıştır. Fonksiyonel gıda ürünlerinin tüketiciler tarafından tercih edilmeye başlanmasının en önemli nedenlerinden biri beslenme alışkanlıklarını değiştirmeden daha sağlıklı ürünlere yönelmelerine yardımcı olmasıdır (Larsen ve Grunert, 2003: 9).

Sağlık üzerinde ikincil bir etkiye sahip olan farklı gıdalar geliştirme fikri 21. yüzyılın başlarından itibaren gıda sanayinde gittikçe artan bir biçimde kabul görmektedir. Tüketicilerin beslenirken aynı zamanda da sağlıklarını koruma güdüleri son yıllarda daha sıklıkla gündeme geliyor gibi görünse de, eski Yunan ve Roma dönemlerinde de bireylerin yaşam tarzları, beslenme alışkanlıkları ve

sağlıklarına verdikleri önem arasında ilişkiler olduğu bilinmektedir. Aynı zamanda Ortaçağ Akdeniz İslam kültürlerinde de gıda ve ilaç arasındaki sınırın oldukça belirsiz olduğu ve pek çok farklı gıdanın fonksiyonel özellikleri nedeniyle sağlık etkisi ön plana çıkarılarak kullanıldığı saptanmıştır (Remarclle ve Reusens, 2004: 57).

Geleneksel Çin tıbbı ve farmakolojisi fonksiyonel gıdaların araştırılması ve geliştirilmesi için büyük bir hazinedir. Çin geleneklerinin temeli besinlerle ilaçların aynı kaynaktan olduğunu ifade etmektedir.. Geleneksel Çin tıbbında besinler hastalıkların önlenmesinde ve tedavisinde önemli rol oynamaktadır ve bu özellikleri ile gıdalar ilaçlardan daha önemli olarak görülmüştür. Geçmiş 2000 yıl boyunca dünyadaki birçok ülkeye yayılan ve dünya tıbbının önemli bir parçası haline gelen Çin tıbbının gıdaların iyileştirici ve önleyici özellikleri hakkındaki savları bugün bütün dünyada kabul görmektedir ( Dai ve Luo, 1996: 21).

Bu çalışmada fonksiyonel gıda kavramının kapsamı ve tanımı hakkında kısaca bilgi verildikten sonra tüketicilerin fonksiyonel gıda ürünlerine karşı tutumlarını belirlemeye çalışan araştırmalara yönelik bir yazın taraması yapılmıştır. Daha sonra bu yazın taraması ışığında oluşturulan soru formuyla Türk akademisyenlerinin bu tip gıda ürünlerine yönelik tutumları belirlenmeye çalışılmıştır.

## 2. FONKSİYONEL GIDA KAVRAMININ KAPSAMI VE TANIMI

Günümüzdeki anlamıyla 1980'lerde Japonya'da başlayan fonksiyonel gıda kavramı, Japonya'nın yetersiz doğal kaynaklarının yarattığı sorunları aşmak amacıyla taşıyan sürdürülebilir ve iyi beslenme sağlayabilme çalışmalarının ürünüdür. Japonların FOSHU (Foods For Specific Health Use) adını verdikleri fonksiyonel gıdalar 1990'lı yılların başlarında ABD'de, ortalarında ise Avrupa'da tartışılmaya başlanmıştır.

Fonksiyonel gıdalara ilişkin iki temel yaklaşım söz konusudur. Bunlardan ilki, içerisinde belirli bir bileşenin az ya da çok miktarlarda bulunması ile fonksiyonellik kazanan belirli gıda ürünlerini, diğeri ise içeriğine belirli bir bileşenin katılması ya da içeriğinden belirli bir bileşenin çıkarılması ile fonksiyonellik kazanan gıda ürünlerini içerir. Birinci sınıftaki ürünler daha çok doğal ürünler iken ikinci sınıfa giren ürünler ise belli bir tasarım sonucu oluşturulmuş, üretilmiş ürünlerdir (Remarclle ve Reusens, 2004: 33).

Fonksiyonel gıda ürünlerinin önem kazanmaya başlaması ile birlikte birçok ürün grubunda da fonksiyonel özellikleri olduğu iddia edilen ürünler pazara sunulmaya başlamıştır. Bunlar arasında ilk on sırayı alan ürün grupları aşağıda verilmektedir (Watson, 2003:2):

- Spor, enerji ve kilo verme ile ilgili ürünler
- Genel sağlık ile ilgili ürünler
- Eklem sağlığı ile ilgili ürünler

- Soğuk algınlığı, grip ve bağışıklık sistemi ile ilgili ürünler
- Kalp sağlığı ile ilgili ürünler
- Kemik sağlığı ile ilgili ürünler
- Kanserden korunma ile ilgili ürünler
- Şeker hastalığı ile ilgili ürünler
- Ruh hali (mood) ile ilgili ürünler
- Bilişsel işlevler ile ilgili ürünler

Fonksiyonel ürünlerin dünya pazarında gelişmesi ve önem kazanması ile bu ürünlere yönelik kavramsallaştırma çabaları da hız kazanmıştır. Bu çabaların ilk olarak yöneldiği alan, ürün grubunun sınırlarını belirlemek amacıyla tanım geliştirme süreci olmuştur. Ancak isim olarak yeni gibi görünse de kavram olarak Eski Yunan'a kadar uzanan "Fonksiyonel Gıda"nın standart bir tanımına rastlanılmamaktadır. Düzenleyici kurumlardan, beslenme alanında çalışan uzmanlara kadar her kesim kendine göre farklı bir fonksiyonel gıda tanımı kullanmaktadır. Endüstri, üniversite ve devlet temsilcilerinin yer aldığı ortak bir zemin olan ILSI Europe (International Life Sciences Institute-Uluslararası Yaşam Bilimleri Enstitüsü) tarafından benimsenen tanım şu şekildedir (Arnoldi, 2004:2):

*"Bir gıda ürününün, beslenmeye yönelik uygun niteliklerinin yanı sıra, vücudun bir ya da daha fazla hedef işlevini daha sağlıklı ve iyi duruma getirmek ve/veya hastalık riskini azaltmak yoluyla yararlı yönde etkilediği ikna edici bir şekilde ortaya koyulabilirse, o gıda ürünü 'fonksiyonel' olarak nitelendirilebilir."*

Goldenberg ise (1994:3); *"Besleyici değerine ilave olarak bir bireyin sağlığında, fiziksel performansında veya ruhsal durumunda olumlu etkiye sahip olan gıda veya gıda bileşeni"* şeklinde bir tanım getirmiştir.

Sloan ise (2000:35) kavramı; *"İlave edilen fonksiyonel bir bileşen, süreç değişikliği veya biyoteknoloji yoluyla sağlığı olumlu yönde etkileyici, bir hastalık durumunun önlenmesine veya tedavi edilmesine yardım edici veya fiziksel ve/veya zihinsel performansı arttırıcı fizyolojik bir fayda sağlayan gıda veya içecek"* olarak tanımlamıştır.

Uluslararası Gıda Bilgi Konseyi Vakfı'nın (International Food Information Council Foundation-IFIC) tanımı ise çok daha geniş bir bakış açısıyla *"temel beslenme gereksinimlerinin ötesinde yarar sağlayan gıda ve içecekler"* şeklindedir.

Avrupa Birliği mevzuatında bile hala fonksiyonel gıda tanımı net ve üzerinde anlaşılmalı bir çerçeveye sahip değildir. Ancak tanımların ortak noktalarına bakılacak olursa fonksiyonel gıdalar kesinlikle (Karakaya ve El, 2004);

- İlaç, kapsül veya herhangi bir diyet desteği formunda olmamalı,
- Bilim dünyası tarafından etkileri onaylanmış olmalı,

FONKSİYONEL GIDA ÜRÜNLERİNE YÖNELİK  
TÜKETİCİ TUTUMLARINI BELİRLEME ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

- Beslenme bakımından yeterli olmanın yanı sıra, vücutta bir veya birden fazla fonksiyon üzerine iyi olma halini sağlama ve/veya hastalık riskini azaltma gibi olumlu etkilere sahip olmalı,
- Normal gıda tüketim modelinin bir parçası olmalıdır.

Kavram üzerine çalışmalar arttıkça ve dünya pazarında önem kazanmaya başladıkça bir takım eleştiriler de ortaya çıkmıştır. Ortaya atılan eleştirilerden bir kısmı aşağıda verilmektedir (Remarcle ve Reusens, 2004: 40):

1. Fonksiyonel gıdaların hastalık oluşma riskini düşürerek sağlık harcamalarını azalttığı iddia edilmektedir.
2. Gıda ile ilaç arasındaki ayrımın net olmaması nedeniyle yanlış kullanımlardan (tedavi amacıyla ilaç yerine kullanılması vb. gibi) doğabilecek risklerin arttığı iddia edilmektedir.
3. Bazı “beslenmeyi tamamlayıcı” öğelerin (bitkisel ürünler gibi), özellikle diğer bazı ilaçlarla etkileşime girdiğinde toksik özellikte bulunması söz konusu olabilmektedir.
4. Fonksiyonel gıdaların bazı bileşenlerinin kanser, kalp hastalıkları ve doğum kontrol ile ilgili ilaçlarla etkileşime girmesi, bu nedenle de beklenmeyen ve öngörülemeyen etkilere yol açması söz konusu olabilmektedir.

Bu ve benzeri eleştirilere rağmen fonksiyonel gıda ürünlerinin tüketiciler tarafından benimsenme oranı gün geçtikçe artmaktadır. Fonksiyonel gıdaların çok yönlü yararlarının bilimsel olarak da kanıtlanmaya başlaması ile birlikte tüketicilerin bu tür gıdalara olan ilgisinin de giderek arttığı gözlemlenmektedir. Fonksiyonel gıdaların dünya pazarındaki büyüklüğünün 50 milyar Euro'ya ulaştığı tahmin edilmektedir. Uzmanlara göre pazarın yıllık büyüme oranı ise % 20 civarındadır. Bu ürünlerin en çok tüketildiği ve ilgili pazarın hızla büyüdüğü ülkelerin başında Amerika, Avrupa ve Japonya gelmektedir ([www.gidasanayii.com](http://www.gidasanayii.com)).

Türkiye'ye bakıldığında ise, fonksiyonel gıda ürünlerinin henüz emekleme evresinde olmasına rağmen gün geçtikçe artan bir gelişme potansiyeline sahip olduğu görülmektedir. Türkiye'deki fonksiyonel ürün pazarının 2007 yılında bir önceki yıla göre %18,3 büyüyerek 420 milyon YTL'ye ulaştığı ifade edilmektedir (Hürriyet, 13.04.2008). Henüz çok yeni olmasına rağmen umut vaat eden pazar potansiyeline sahip olan bu sektörün önündeki en büyük engelin Türk Gıda Kodeksi'ndeki eksiklikler olduğu savunulmaktadır. Uzmanlara göre, fonksiyonel ürünlerin üretimine ilişkin yasal düzenlemelerde bir takım boşlukların olması üreticilerin sıkıntılar yaşamasına ve tüketicilerde bilgi ve güven eksikliğine neden olmaktadır. Fonksiyonel gıdalar genel olarak tüm dünya pazarında yeni bir alan olduğu için yasal düzenlemeler konusunda birçok ülkede problem yaşamaktadır. Önemli pazarlardan olan Avrupa ülkelerinde fonksiyonel gıdalar için herhangi bir yasal tanım bulunmaması da bu konuya ilişkin bir engel olarak düşünülebilmektedir. Aynı zamanda Avrupa ülkelerinde gıdalarda sağlık etkisi iddiasına izin verilmemesi de fonksiyonel ürünlerin etiketlenmesinde sıkıntı

yaşanmasına neden olmaktadır. Birleşmiş Milletler, Dünya Sağlık Örgütü, Avrupa Konseyi ve ulusal düzenlemeler sadece “savunulabilir ve iyi bulunmuş” iddialara izin vermektedir. Türkiye’de ise Türk Gıda Kodeksi ve yönetmelikleri kapsamında Tarım Bakanlığı onayıyla fonksiyonel gıda ürünleri üretimi yapılabilmektedir. Fonksiyonel ürünlerle ilgili olarak Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, Avrupa Birliği’ne uyum sürecine paralel olarak çalışmalar yapmaktadır ([www.gidasanayii.com](http://www.gidasanayii.com)).

Fonksiyonel gıda üreticilerinin yaşadığı en büyük sorunlardan birisi reklamlarında ya da ürün etiketlerinde fonksiyonel ürünlerin benzerlerinden farkını ortaya koyan herhangi bir sağlık beyanında bulunmalarının 2002/58 no’lu “Gıda Maddelerinin Genel Etiketleme ve Beslenme Yönünden Etiketleme Kuralları Tebliği”nin 5. maddesine göre yasak olmasıydı. Ancak adı geçen yönetmelikte 07.07.2006 tarihinde yapılan bir düzenleme ile on ayrı gıda bileşeni için yönetmelikle belirlenen sınırlar içinde sağlık beyanlarında bulunma hakkına sahip olunmuştur. Üreticiler bu beyanları hem ürünlere dair reklamlarında hem de ürün etiketlerinde kullanarak bilgilendirme sürecinde daha önce yaşadıkları haksız rekabet koşullarını ortadan kaldırma olanağına kavuşmuşlardır.

### **3. FONKSİYONEL GIDALARA YÖNELİK TÜKETİCİ TUTUMLARI**

Tüketicilerin sağlık ve beslenme arasındaki ilişki ile ilgilenmeye başlaması, fonksiyonel gıdalar hakkındaki bilgiye olan talebin artmasına neden olmaktadır. Bilim ve teknolojideki hızlı ilerleme, sağlığı koruma maliyetlerinin artışı, gıda yasalarındaki değişimin etkilediği ürün ve etiket iddiaları, yaşlanan nüfus, sağlıklı ve iyi olma haline artan ilgi fonksiyonel gıdalara duyulan ilgiyi arttıran etmenler arasında yer almaktadır (IFIC, Functional Foods:4). Birçok saygın klinik araştırmaların bu ürünlerin sağlık üzerindeki potansiyel faydalarını ortaya koymasıyla, tüketicilerin tutumları ve tutumlarını etkileyen değişkenlerin ortaya konması üreticiler ve akademisyenler açısından ilgi çeken araştırma alanlarından biri haline gelmiştir. Bu konuda yapılan araştırma sayısının gün geçtikçe arttığı görülmektedir.

Fonksiyonel gıdalara yönelik tüketici tutumlarını belirleme amaçlı çalışmalar, bu ürünlere yönelik tutumların kültürel değerlerden az oranda etkilendiğini ve fonksiyonel gıdaların sağlıklı olup olmadığına ilişkin tüketici algılarının gıdaya ilişkin sağlık ile ilgili iddialardan çok, temel (öz) ürünün besin kalitesine bağlı olduğunu göstermiştir (Remarclé ve Reusens, 2004: 33).

Fonksiyonel gıdaların tüketiciler tarafından tercih edilmesinin birçok nedeni vardır. Bu nedenler ([www.food-info.net/tr/ff/intro.htm](http://www.food-info.net/tr/ff/intro.htm));

- Tüketicilerin bir hastalığı iyileştirmektense onu engellemek istemeleri,
- Tıbbi tedavi maliyetlerinin artmış olması,
- Tüketicilerin sağlık ve gıda arasındaki bağlantının daha fazla farkına varmış olmaları,

FONKSİYONEL GIDA ÜRÜNLERİNE YÖNELİK  
TÜKETİCİ TUTUMLARINI BELİRLEME ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

- Sanayileşmiş toplumlarda nüfusun yaşlanmış olması,
- Tüketicilerin sudaki, havadaki ve gıdalardaki kirlilikten, mikroplardan ve kimyasallardan kaynaklanan çevresel zararları önlemek istemeleri,
- Fonksiyonel gıdaların faydaları hakkındaki bilimsel kanıtların artmış olması olarak sıralanabilir.

Fonksiyonel gıdaların ortaya koyduğu sağlıkla ilgili iddialar ancak bu gıdaların doğru kapsam ve miktarda tüketilmesiyle mümkün olabilir. Aksi durumda beslenme bozukluklarının ortaya çıkma riski vardır. Bu tür gıdaların yanlış bir şekilde veya gerekli olmadığı durumlarda kullanılmasının, tüketicilere yarar sağlamasından çok zarara neden olabileceği düşünülmektedir (Remarcle ve Reusens, 2004: 41). Bunun önlenmesi için de tüketicilerin bilgi düzeylerinin saptanması ve yükseltilmesi bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır.

Zaman içerisinde tüketicilerin sosyo-demografik yapılarının ve buna bağlı olarak yaşam tarzlarının değişmesi istek ve beklentilerinin de farklılaşmasına neden olmuştur. Günümüzde tüketiciler özellikle gıda ürünlerini tercih ederken üç önemli faktörü göz önünde bulundurmaktadırlar: Sağlık, uygunluk ve zevk. Tüketiciler kullandıkları gıda ürünlerini seçerken lezzetinin ve içeriğinin yanı sıra sağlık etkisi olmasına da önem vermeye başlamışlardır. Bu durum fonksiyonel gıda ürünlerine yönelik talebin de artmasına neden olmaktadır.

Fonksiyonel gıda pazarına yönelik eğilimlerin incelendiği çalışmalar değerlendirildiğinde beslenme alışkanlığının bireylerin kültürlerine göre de değişebildiği görülmektedir. Amerika Birleşik Devletleri ile Avrupa ülkeleri karşılaştırıldığında Amerika'da daha çok orta yaş grubundaki, yüksek eğitim seviyesinde bulunan kadın tüketicilerin fonksiyonel gıda ürünlerine yöneldikleri gözlemlenirken (Childs, 1997; Teratanavat ve Hooker, 2006), Avrupa ülkelerinde ise orta yaş üstü, yüksek sosyo-ekonomik sınıftan kadın tüketicilerin bu tip gıda ürünlerine yöneldikleri görülmektedir (Hilliam, 1996; Anttolainen vd., 2001; Siro vd., 2008). Genel olarak sosyo-demografik faktörlerin fonksiyonel gıda ürünlerine karşı tüketici tutumlarındaki etkisini araştıran çalışmaların büyük çoğunluğu, tüketicilerin tutumunun cinsiyet açısından önemli bir farklılık teşkil ettiğini ortaya koymakta ve kadın tüketicilerin erkeklere oranla fonksiyonel gıda tüketimine daha yatkın olduğunu belirtmektedirler (Childs ve Prozyees, 1997: 437, . Bogue ve Ryan, 2000: 35). Özellikle, Ares ve Gambaro (2007: 149) 35-44 yaş arası, Poulsen (1999) ise 55 yaş üstü kadın tüketicilerin fonksiyonel gıda ürünleriyle ilgilendiğini ortaya koymuşlardır.

Eğitim durumu açısından bakıldığında ise, çoğunlukla eğitim seviyesi ve sosyo-ekonomik düzeyi yüksek olan tüketicilerin fonksiyonel gıdalara yöneldikleri görülmektedir. Bu durumun ana sebebi olarak araştırmacılar, bu tüketici grubunun gerek sağlık açısından, gerek tüketimi kültürü açısından daha bilinçli olmalarının etkili olduğunu ifade etmektedirler. Aynı zamanda fonksiyonel gıda ürünlerinin diğer gıda ürünlerine kıyasla daha pahalı olarak algılanmaları da gelir seviyesi düşük olan tüketici grubunun bu ürünlere yönelmesini engellemektedir.

Araştırılan bir diğer sosyo-demografik faktör de küçük çocuk sahibi olmaktır. Çocukların yemek seçmeleri ve ailelerin özellikler çocukları için besin seçerken gösterdikleri yüksek kalite hassasiyetleri çocuklu ailelerin besin alışverişlerinde etkili olan faktörlerin farklılık gösterebileceğini düşündürmektedir. Ebeveynler özellikle beslenme alanında çocuklarının gelecekte sağlıklı olabilmeleri için sağlıklı ve güvenilir besinlere yönelmektedirler (Chields, 1997; Gilbert, 2000). Bu nedenle küçük çocuk sahibi aileler fonksiyonel gıdalara karşı daha ilgili bir tüketici grubu olarak görülmektedir (Siro vd., 2008: 464).

IFIC, merkezi Amerika Birleşik Devletleri'nde olan, tüketicilere gıda güvenliği ve sağlıklı beslenme hakkında bilimsel temeli olan bilgiler vermek amacıyla beslenme uzmanları, şirketler, eğitimciler, kamu kurumları ile ortak çalışmalar yapan bir kuruluştur. 1998 yılından beri her iki ya da üç yılda bir tüketicilerin gıdalar ve içecekler ile bunların sağlığa ve daha iyi hissetmeye yönelik rolleri hakkındaki ilgi, inanç ve tutumlarını belirlemeye doğrultusunda ABD çapında araştırmalar yapmaktadır. 2007 yılında beşincisi yapılan son araştırmanın konusu, fonksiyonel gıda ürünlerine yönelik tüketicilerin ilgisini ve haberdar olma düzeyindeki değişiklikleri izlemek ve ölçmektir. Bu araştırma kapsamında fonksiyonel ürünlerin vaat ettikleri sağlık etkisi alanı bakımından tüketicilerin kullanım amaçları incelendiğinde Amerikalıların %80'inin kalp sağlığı, %77'sinin bütün sağlık, %76'sının fiziksel enerji ve dayanıklılık, %71'inin bağışıklık sistemi, %70'inin daha yüksek düzeyde doyunluk hissi sağlama, %65'inin belirli hastalıkların oluşma riskini düşürme amaçlarıyla bu tip ürünleri kullandıkları belirlenmiştir. Aynı araştırma tüketicilerin %80'den fazlasının mevcut veya gelecek gıda alışverişlerinde gıdalara eklenecek faydalarla ilgilenenlerini ifade etmiştir. Ek olarak satın alma kararlarında %65 oranında sağlık etkisinin, %88 oranında lezzetin, %72 oranında ise fiyatın etkili olduğunu belirtilmiştir(IFIC, 2007:3).

#### **4. FONKSİYONEL GIDA ÜRÜNLERİNE YÖNELİK TÜKETİCİ TUTUMLARININ BELİRLENMESİNE YÖNELİK OLARAK AKADEMİSYENLER ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA**

Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de pazar payı her geçen gün artan fonksiyonel gıda ürünlerine yönelik Türk tüketicilerin tutumlarını belirlemek amacıyla yapılan bu çalışmada, üreticiler ve kullanıcılar için önemli olan boyutların yanı sıra bu yeni çalışma alanıyla ilgili dikkat çekici bulgular belirlenmeye çalışılmıştır.

##### **4.1. Araştırmanın Metodolojisi**

**Amaç ve Önem:** Tüketicilerin beslenme alanındaki artan bilinçleri ve değişen istekleri günümüz işletmeleri için yeni pazar fırsatları yaratmaktadır. Bu fırsatların değerlendirilebilmesi için tüketicilerin eğilimlerinin izlenmesi ve elde edilen bilgilerin araştırmacılar ve uygulamacılar arasında paylaşılması gerekliliktir. Fonksiyonel gıda ürünleri yukarıda incelendiği gibi gelişen tıp ve gıda işleme bilimlerinin ortaya koyduğu üst düzey ürünlerdir. Dünyayla paralel



## FONKSİYONEL GIDA ÜRÜNLERİNE YÖNELİK TÜKETİCİ TUTUMLARINI BELİRLEME ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

bir şekilde ülkemizde de sayısı, çeşitliliği ve pazar payı her geçen gün artan bu ürün kategorisine yönelik tüketici tutumlarını belirlemek üzere, özellikle gelişmiş ülkelerde yapılmış pek çok araştırma bulunmaktadır. Ancak, ülkemizde fonksiyonel gıdalar uzun süre yalnızca gıda mühendislerinin üretim boyutunda ilgilendikleri bir konu olarak kalmıştır. Bu ürünlerin pazarlanması ise üretici şirketlerin ilgilendikleri bir alan olarak akademik olmayan çalışmalarla incelenmiştir. Bu çalışmalar tüketicilerin tutumlarını belirlemekten ziyade pazardaki durumu ortaya koyma niteliği taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, her geçen gün pazarda sayısı artan fonksiyonel gıda ürünlerine karşı Türk tüketicilerinin tutumlarını belirlemek ve gelecekte yapılacak akademik çalışmalara yön gösterebilmektir.

Bu çalışmada günümüz tüketicilerinin sağlıklı beslenmeye daha fazla önem vermeye başladıkları, sağlıklı yaşayabilmek için proaktif bir yaklaşımla, tükettikleri besinlerin sağlıklı olmasının yanı sıra sağlıkla ilgili olası riskleri ortadan kaldıracabilecek potansiyele de sahip olmasını arzu ettikleri varsayımıyla hareket edilmiştir.

**Yöntem ve Teknik:** Çalışma betimleyici bir araştırma olarak survey yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Veri toplamada anket tekniği kullanılmıştır. Yazın taraması sonucu, fonksiyonel gıda tüketiminin faydaları ve riskleri, fonksiyonel gıdalar hakkındaki bilgi düzeyi ve güven ile ilgili ifadelerin (40 adet ifade) yanı sıra, cinsiyet, yaş, çocuk sahibi olma vb. demografik değişkenlerin belirlenmesine yönelik soruların da soru formunda bulunmasına karar verilmiştir. Ayrıca katılımcıların fonksiyonel ürünlerle ilgili deneyimleri de beş adet soru ile öğrenilmeye çalışılmıştır.

Soru formunun oluşturulmasında Niva ve Makela (2007), Ares ve Gambaro (2007), Urala ve Lahteenmaki (2004, 2007)'nin çalışmalarından yararlanılmıştır. Araştırmacıların kullandıkları ifadeler Türkçe'ye çevrilmiş ve çalışma ekibinin dışındaki farklı alanlardan üç akademisyenin de orijinal ve çevrilmiş ifadeleri incelemesi sağlanmıştır. Farklı alanlardan 15 akademisyen üzerinde soru formu uygulanmış ve yanlış anlaşılabilir veya anlaşılamayan ifadeler çıkarılarak soru formuna son hali verilmiştir.

İfadelerin değerlendirilmesinde 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum'u ifade etmek üzere beşli Likert ölçeği kullanılmıştır. Soru formunda yer alan 32 ifadeden 15 tanesi ters olarak kurgulanmıştır.

**Kısıtlar:** Veriler Temmuz-Ağustos 2008 tarihleri arasında internet kanalıyla ve yüz yüze görüşme yöntemleri ile toplanmıştır. Çalışma takviminin sınırlı olması katılım sayısının daha fazla olması yönünde en önemli engel olmuştur. Ele alınan ürün grubunun yeni ve çok kısıtlı pazar payları ve bilinirlik düzeyi düşük olan ürünler olması çalışmaya olan katılımın düşük olmasının bir başka sebebi olarak görülebilir.

Tüketici tutumlarını belirleme amacıyla yola çıkan araştırmalarda örneklemin mümkün olduğunca geniş olması sonuçların doğruluğu açısından önem

taşımaktadır. Ancak maddi kısıtlar nedeniyle araştırma pilot bir çalışma olarak tasarlanmış ve yalnızca bir fakültede uygulama yapılmıştır. Bu nedenle araştırma bulguları yorumlanırken genellemelerden uzak durulmuştur.

**Ana Kütle ve Örneklem:** Fonksiyonel gıda ürünlerine yönelik tüketici tutumlarının belirlenmesi ile ilgili yazın incelendiğinde kullanıcı profilinin 35 yaş üstü, yüksek eğitilmiş, yüksek gelir düzeyine sahip ve üst sosyo-ekonomik sınıfa mensup kadın tüketiciler olarak belirlendiği görülmektedir (Chids, 1997; Teratavanat ve Hooker, 2006; IFIC, 1999, 2000; Hilliam, 1996 aktaran Siro vd., 2008: 464) Bu bulgulara göre, yüksek eğitilmiş ve kadın olmanın fonksiyonel gıda kullananlarda ortak özelliklerden biri olması çalışma planlanırken ana kütle olarak Türk akademisyenlerinin seçilmesine neden olmuştur. Cinsiyet temelindeki farklılıklar araştırmacıların ana ilgi alanlarından birisi olduğu için örneklem belirlenirken cinsiyete dayalı bir ayırım yapılmamıştır. Daha kapsamlı bir çalışmalar dizisinin ilk ayağı olarak kurgulanan bu çalışmada örneklem olarak (kısıtlar da göz önüne alınarak) Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi akademisyenleri seçilmiştir. Fakültede görev yapan 164 akademisyene soru formu e-posta yoluyla ulaştırılmıştır. Geri dönen anket sayısı 110'dur. Ancak 14 katılımcı yalnızca demografik soruları yanıtlamış ve ürünlerle ilgili hiç bilgisi olmadığı gerekçesi ile anketin kalan kısmını boş bırakmıştır. Sonuçta 96 adet soru formu analizlerde kullanılmıştır. Böylece geri dönüş oranı %58,53 olarak gerçekleşmiştir.

Anket sonuçlarının değerlendirilmesinde SPSS 16.0 istatistik paket programı kullanılmıştır. Tüketicilerin algılarını etkileyen faktörlerin tespiti amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Çıkan faktörlerin cevaplayıcıların demografik özelliklerine göre değişim gösterip göstermediği de t testi, varyans analizi ve LSD testleri uygulanarak sorgulanmıştır.

#### 4.2. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği

Faktör analizi ortak boyutlar saptayarak boyut indirgeme ve bağımlılık yapısını yok etme yöntemi olarak ifade edilebilir (Tavşancıl, 2002: 46). Araştırmacının, ölçme aracının ölçtüğü faktörlerin sayısı hakkında bir bilgisinin olmadığı, belli bir hipotezi sınamak yerine, ölçme aracıyla ölçülen faktörlerin doğası hakkında bir bilgi edinmeye çalıştığı inceleme türleri açıklayıcı (keşifsel) faktör analizi olarak tanımlanır (Crocker ve Algina, 1986 aktaran Tavşancıl, 2002: 46) Bu çalışmada da açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır.

Ölçeğin test edilmesi ve belli faktör grupları altında toplanması için yapılan faktör analizinde, örneklemin uygunluğu için bulunan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0,635'tir. "Bu, değişkenler arasında kısmi korelasyonların düşük olup olmadığını göstermektedir. 0,5'den küçük KMO değerleri, değişken çiftleri arasındaki korelasyonun diğer değişkenlerle açıklanamayacağını ve faktör analizinin uygun olmayabileceğini gösterir (Malhotra, 1996: 647-649)".

FONKSİYONEL GIDA ÜRÜNLERİNE YÖNELİK  
TÜKETİCİ TUTUMLARINI BELİRLEME ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

**Tablo1:** Faktör Analizi ile Açıklanan Varyans

Bileşen	İlk Öz Değerler			Karesi Alınmış Yüklemelerin Çıkarılmış Toplamları			Karesi Alınmış Yüklemelerin Döndürülmüş Toplamları		
	Toplam	Varyans yüzdesi	Küm. yüzde	Toplam	Varyans yüzdesi	Küm. Yüzde	Toplam	Varyans yüzdesi	Küm. Yüzde
1	12,340	38,563	38,563	12,340	38,563	38,563	9,852	30,787	30,787
2	2,622	8,195	46,758	2,622	8,195	46,758	3,098	9,682	40,469
3	2,203	6,884	53,642	2,203	6,884	53,642	3,006	9,394	49,863
4	1,890	5,907	59,549	1,890	5,907	59,549	2,235	6,984	56,847
5	1,765	5,515	65,064	1,765	5,515	65,064	1,911	5,973	62,820
6	1,413	4,416	69,480	1,413	4,416	69,480	1,770	5,531	68,351
7	1,203	3,758	73,238	1,203	3,758	73,238	1,564	4,887	73,238

Tablo 1’de faktör analizi ile açıklanan varyans matrisi görülmektedir. Toplam 31 ifade yedi faktöre indirgenmiştir. Bu yedi faktör varyansın %73,24’ünü açıklamaktadır. “Analiz sonucunda elde edilen oran ne kadar yüksekse, ölçeğin faktör yapısı da o kadar güçlü olmaktadır. Sosyal bilimlerde yapılan analizlerde %40 ile %60 arasında değişen varyans oranları yeterli kabul edilmektedir (Schere, Wiebe, Luther ve Adams, 1988 aktaran: Tavşancıl, 2002: 48)”. Buna göre çalışmada elde edilen açıklayıcılık yüzdesi yeterlidir.

**Tablo 2:** Döndürülmüş Bileşen Matrisi

Bileşen						
1	2	3	4	5	6	7
S2 (0,825)	S4 (0,333)	S36 (0,514)	S40 (-0,595)	R19 (0,865)	S27 (0,320)	S8 (0,583)
S5 (0,819)	S6 (0,455)	R22 (0,580)	R14 (0,490)	R21 (0,531)	S30 (0,321)	R32 (0,416)
S9 (0,878)	S7 (0,754)	R34 (0,775)	R15 (0,458)	R25 (0,367)	R48 (0,801)	R39 (-0,725)
S12 (0,803)	S13 (0,720)	R35 (0,802)	R16 (0,316)			
S24 (0,755)	S31 (0,335)	R37 (0,664)	R17 (0,610)			
S26 (0,895)						
S28 (0,855)						
S29 (0,802)						
<b>Tahminleme Metodu:</b> Ana Bileşenler Analizi						
<b>Döndürme Metodu:</b> Kaiser Normalizasyon ile Varimax						
a. Döndürme işlemi 10 iterasyona yakınsamıştır.						

### 4.3. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Fonksiyonel gıdaların kullanıcı profiline belirlenebilmesi amacıyla öncelikle tanımlayıcı istatistiklerden yararlanılmıştır. Fonksiyonel gıda kullanımına ilişkin kullanıcıların demografik açıdan durumu Tablo 4’te görülmektedir.

Tablo 3: Faktörler ve Faktör Bileşenleri

Faktör Adı	İfadeler
<b>Faktör 1:</b> Kullanım Faydaları ( $\alpha= 0.927$ )	2- Fonksiyonel gıdaları tükettiğimde performansım iyileşmektedir (artmaktadır) 5- Fonksiyonel gıdaları düzenli olarak tüketerek sağlığımı koruyabileceğim fikri beni mutlu eder. 9- Fonksiyonel gıdalar kişisel sağlığım üzerinde yararlı bir etkiye sahiptir. 12- Fonksiyonel gıdalar daha enerjik hissetmemi sağlar. 24- Fonksiyonel bir gıda sağlıksız bir beslenme tarzını dengeleyebilir. 26- Fonksiyonel gıdalar mutluluğumu artırır. 28- Fonksiyonel gıdalar, sağlıksız beslenme alışkanlığından kaynaklanan hasarları önleyebilir. 29- Fonksiyonel gıdalar bilime dayanan üst düzey ürünlerdir.
<b>Faktör 2:</b> Kullanma Koşulları ( $\alpha= 0.844$ )	4-Fonksiyonel gıdaları, yalnızca tadı iyiyse kabul edebilirim. 6- Fonksiyonel gıdalar, geleneksel alternatiflerinden daha kötü tada sahip olsalar bile kabul edebilirim. 7- Fonksiyonel gıdaların vaat ettiklerini yerine getirdiklerini düşünüyorum. 13-Eğer fonksiyonel özeliği varsa, tanımadığım ürünleri bile deneyebilirim. 31-Sağlık etkileri hakkında verilen bilgilere inanıyorum
<b>Faktör 3:</b> Güven ( $\alpha= 0.611$ )	36- Fonksiyonel gıdaları kullanmak tamamen güvenlidir. *22- Sağlıklı olmayan gıda ürünlerine sağlık etkisi eklemek anlamsızdır *34-Fonksiyonel gıdalar fazla miktarda kullanılırsa sağlığa zararlı olabilir. *35- Bazı durumlarda fonksiyonel gıdalar sağlıklı insanlara zararlı olabilir. *37-Fonksiyonel gıdaların yeni özellikleri öngörülmeden riskler taşımaktadır.
<b>Faktör 4:</b> Gereklilik ( $\alpha= 0.781$ )	40- Fonksiyonel gıdalara belirli sağlık sorunları olan insanlar tarafından ihtiyaç duyulmaktadır. *14- Fonksiyonel gıdalar tamamen gereksizdir *15- Fonksiyonel gıdalar tamamen bir kandırmacadır. *16-Fonksiyonel gıdaların pazarda giderek sayısını artması gelecek açısından kötü bir eğilimdir. *17- Sağlıklı bir insan için fonksiyonel gıdaların bir değeri yoktur.
<b>Faktör 5:</b> İlaç Etkisi ( $\alpha= 0.515$ )	*19- Yalnızca ilaç benzeri etkisi olmayan gıdaları tüketmek istiyorum. *21- Fonksiyonel gıdalar, çoğunlukla bunlara ihtiyacı olmayan kişiler tarafından tüketilmektedir. *25- Fonksiyonel gıdaların bana daha uzun ve sağlıklı bir yaşam sağlayacağına inanmıyorum.
<b>Faktör 6:</b> Lezzet ( $\alpha= 0.420$ )	27- Eğer bir gıda ürünü fonksiyonel ise lezzetten taviz vermeye hazırım. *30- Benim açımdan bir gıda ürününün lezzetinin iyi olması sağlığa olan etkilerinin olmasından daha önemlidir *48-Lezzetinin nasıl olduğunu bilmeden fonksiyonel bir gıdayı satın almam.
<b>Faktör 7:</b> Bilgi ( $\alpha= 0.417$ )	8- Fonksiyonel gıdalar hakkında aktif olarak bilgi sahibi olmaya çalışırım. *32- İddia edilen sağlık etkilerinin derinlemesine çalışmalara dayandığına inanmıyorum. *39-Fonksiyonel gıdaların sağlık üzerine etkileri açısından verilen bilgiler abartılmıştır.

\* Ters ifadelerdir.

FONKSİYONEL GIDA ÜRÜNLERİNE YÖNELİK  
TÜKETİCİ TUTUMLARINI BELİRLEME ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Tablo 4'e göre katılımcıların % 46,9'u daha önce fonksiyonel gıda ürünü kullanmıştır. Bunların %56,8'i kadın, %38,5'i ise erkektir. Bu kullanıcıların kullandıkları ürünlerin türünü belirlemek amacıyla sorulan soruya verdikleri yanıtlara göre 25 katılımcı probiyotik ürünler (yoğurt, süt, kefir, vb.), 5 katılımcı kolesterol düşürücü ürün (margarin, sütlü içecek vb.), 3 katılımcı DHA ve Selenyum katkılı yumurta, 1 katılımcı ise Omega 3 katkılı yumurta tüketmektedir.

**Tablo 4:** Kullanıcıların Cinsiyetlere Göre Dağılımları

	Kullanıyor	Kullanmıyor	Toplam
Kadın	25 (% 56,8)	19 (% 43,2)	44 (% 45,8)
Erkek	20 (% 38,5)	32 (% 61,5)	52 (% 54,2)
Toplam	45 (% 46,9)	51 (% 53,1)	96 (% 100)

Tablo 5'deki bulgulara göre katılımcılardan 4 tanesi fonksiyonel ürün kavramından yazılı basın aracılığıyla, 3 tanesi satış noktası aktiviteleriyle, 2'ser tanesi ise bilimsel toplantılar ve reklamlarla haberdar olmuşlardır.

**Tablo 5:** Katılımcıların Haber Kaynakları

Haber kaynağı	Katılımcı
Reklam	2
Satış noktası aktiviteleri	3
Bilimsel toplantı	2
Yazılı basın	4

Tablo 6'da ise katılımcılara fonksiyonel ürünü öneren kaynakla ilgili bilgilerin dökümü yer almaktadır. Buna göre en büyük referans kaynağı tanıdıklar ve arkadaşlardır. Bunu sırasıyla, uzmanlar (doktor/diyetisyen), ürünlerle ilgili reklamlar ve firma yetkilileri izlemektedir.

**Tablo 6:** Fonksiyonel Ürünü Öneren Kaynak

Öneren Kaynak	Katılımcı
Tanıdık/Arkadaş	7
Firma Yetkilisi	1
Uzman(Doktor/Diyetisyen)	4
Reklam	2

Fonksiyonel gıda ürünlerine olan tüketici tutumlarının demografik değişkenlerle arasındaki ilişkinin test edilmesi amacıyla t testinden ve varyans analizinden yararlanılmıştır. Hipotez testlerinde en yaygın olarak kullanılan testlerden biri olan t testi, iki grubun ortalamalarını karşılaştırarak aralarındaki farkın rassal olarak mı, yoksa istatistiksel olarak mı anlamlı olup olmadığına karar vermeye yardımcı olmaktadır. Ancak ikiden fazla grubun karşılaştırılması gerektiğinde t testi yetersiz kaldığı için varyans analizi (ANOVA) yönteminin kullanılması gerekmektedir (Baş, 2001: 137-138). Varyans analizi sonucu ortalamalar

arasında bulunan farklılığın hangi grup ortalamalarından kaynaklandığının belirlenmesi için Post Hoc testlerinden yararlanır. Bu çalışmada LSD testi kullanılmıştır. Yapılan hipotez testlerinin sonuçları Tablo 7'de görülmektedir.

Fonksiyonel gıda ürünlerine yönelik tüketici tutumlarını etkileyen faktörlerle yaş arasındaki ilişkinin test edilmesinde tek yönlü varyans analizinden (ANOVA) yararlanılmıştır. Tablo 7'de de görüldüğü gibi fonksiyonel gıdalara gereklilik duymada yaşlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. ( $f=2,195$ ,  $p=0,076$ ) Hangi gruplar arasında farklılık olduğunu belirlemek amacıyla yapılan LSD testine göre bu farklılık 25-35 ile 36-45 ve 36-45 ile 46-55 yaş grupları arasındadır. 25-35 ve 46-55 yaş gruplarında yer alan kullanıcılar fonksiyonel gıda ürünlerinin gerekliliği konusunda daha olumludur.

**Tablo 7:** Demografik Değişkenler Açısından Farkların İstatistiksel Test Sonuçları\*\*\*

Bağımsız değişken	Kullanım Faydaları	Kullanma Koşulları	Güven	Gereklilik	İlaç Etkisi	Lezzet	Bilgi
Yaş <sup>D</sup>	0,520	0,812	0,973	0,076*	0,919	0,514	0,439
Cinsiyet <sup>a</sup>	0,426	0,202	0,098*	0,928	0,468	0,527	0,095*
Medeni <sup>a</sup>	0,551	0,365	0,926	0,904	0,703	0,406	0,487
Çocuk <sup>a</sup>	0,668	0,135	0,506	0,449	0,331	0,419	0,752
Kronik <sup>a</sup>	0,725	0,239	0,462	0,900	0,109	0,372	0,901
Vitamin <sup>D</sup>	0,002**	0,059*	0,760	0,398	0,655	0,381	0,265
Egzersiz <sup>D</sup>	0,189	0,037**	0,165	0,027**	0,005**	0,194	0,034*
Teknoloji <sup>a1</sup>	0,000**	0,004**	0,049*	0,054	0,536	0,431	0,060
Sağlık <sup>a2</sup>	0,914	0,579	0,508	0,089	0,904	0,133	0,083

\*  $\alpha=0.10$  düzeyinde istatistiksel fark vardır.

\*\*  $\alpha=0.05$  düzeyinde istatistiksel fark vardır.

<sup>a</sup> İki kategorili değişkenler için t testi yapılmıştır.

<sup>b</sup> İki'den fazla kategorili değişkenler için ANOVA yapılmıştır.

<sup>1</sup> Sınıflandırılarak toplanmış ölçek (Bkz. Ek:1)

<sup>2</sup> Sınıflandırılarak toplanmış ölçek (Bkz. Ek:1)

Fonksiyonel gıda ürünlerine karşı tutumları cinsiyet açısından incelediğimizde t testi sonuçlarına göre tutumlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark görülmemiştir. Ancak güven ve bilgi boyutlarına yönelik olarak kadınların tutumları erkeklerinkinden daha yüksek olarak gerçekleşmiştir ( $t=1,672$ ;  $p=0,098$ ).

Fonksiyonel gıda ürünlerine yönelik tutumlarla medeni durum ve çocuk sahibi olmak değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Fonksiyonel gıda kullanımı ve kronik hastalık sahibi olmak arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki görülmemektedir. Ancak kronik hastalık sahibi olmayanlar arasında fonksiyonel ürünleri hiç kullanmayanların oranı daha yüksektir. Hatta bu grupta düzenli olarak fonksiyonel gıda ürünü kullandığını söyleyen katılımcı

FONKSİYONEL GIDA ÜRÜNLERİNE YÖNELİK  
TÜKETİCİ TUTUMLARINI BELİRLEME ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

bulunmamaktadır. Kronik hastalığı olmadığını ifade edenlerin kullanım sıklığı azalmaktadır.

Kullanım faydaları ve kullanma koşulları boyutları için vitamin kullanma sıklıkları göz önüne alındığında katılımcıların tutumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık görülmektedir ( $f=4,675$ ,  $p=0,002$ ;  $f=2,364$ ,  $p=0,059$ ). Kullanım faydaları boyutunda her gün düzenli olarak kullananlarla hiç kullanmayanlar arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır. Her gün düzenli olarak kullananların tutumları hiçbir zaman kullanmayanların tutumlarından daha olumludur.

LSD testi sonuçlarına göre haftada 2-3 kez düzenli olarak vitamin kullananların tutumları haftada bir kez düzenli olarak kullananlardan, haftada bir kez düzenli olarak kullananların ve düzensiz aralıklarla kullananların tutumları hiçbir zaman kullanmayanlardan daha olumludur.

Fonksiyonel gıdaları kullanma koşulları (Faktör 2) açısından bakıldığında ise, haftada bir kez düzenli olarak vitamin kullananlarla düzensiz olarak vitamin kullananların tutumları hiçbir zaman kullanmayanlara göre daha olumludur.

Düzenli olarak egzersiz yapanların fonksiyonel gıda ürünlerine karşı tutumları incelendiğinde ANOVA sonuçlarına göre, kullanma koşulları ( $F=2,68$ ), gereklilik ( $F=2,85$ ), ilaç etkisi ( $F=4,007$ ) ve bilgi ( $F=2,72$ ) boyutlarında  $\alpha=0,05$  düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür.

Haftada 2-3 kez düzenli olarak egzersiz yapanların ve haftada bir kez düzenli olarak egzersiz yapanların kullanım koşulları boyutundaki tutumları hiçbir zaman egzersiz yapmayanlara göre daha olumludur. Fonksiyonel gıdaların gerekliliği açısından bakıldığında ise her gün düzenli olarak egzersiz yapanlar hiçbir zaman yapmayanlar ve düzensiz olarak yapanlardan daha olumlu tutumlara sahiptirler.

Haftada bir kez düzenli olarak egzersiz yapanların fonksiyonel gıdaların ilaç etkisi boyutundaki tutumları diğer tüm gruplardan daha olumlu iken, hiçbir zaman yapmayanların düzensiz aralıklarla yapanlardan daha olumlu tutuma sahip olduğu görülmektedir.

Bilgi boyutunda ise hiçbir zaman spor yapmayanlar diğer tüm gruplardan daha az olumlu tutuma sahiptir.

Fonksiyonel gıda ürünü kullanma sıklığı ile cinsiyet ve yaş arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Düzenli olarak vitamin ya da doğal destek ürünü kullanmayanlarla, düzenli olarak egzersiz yapmayanlar da aynı şekilde fonksiyonel gıda ürünü kullanma eğiliminde değildirler.

Kullanım faydaları, kullanım koşulları, güven, gereklilik ve bilgi açılarından teknolojiye önem verenlerin tutumları teknolojiyi önemli görmeyenlerden daha olumludur.

Gereklilik ve bilgi boyutlarını sağlıklı besinlere daha çok önem verenler fonksiyonel gıda ürünlerini daha gerekli görmektedirler ve fonksiyonel gıdalar hakkında daha çok bilgi sahibi olmak istemektedirler.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Sağlıklı ve sürdürülebilir bir beslenme politikası; hızla artan nüfus, küresel ısınma ve iklim değişiklikleri gibi kronikleşen çevre sorunlarıyla başa çıkmaya çalışan dünya devletlerinin en çok üzerinde durdukları konular arasında yer almaktadır. Bu sorunun çözümünde bilimin önerdiği yollardan birisi ise fonksiyonel gıdalardır.

Fonksiyonel gıdaların önemi gün geçtikçe artmasına rağmen tüketicilerin bu gibi ürünlere yönelik tutumlarının ve algılarının ne yönde olduğuna ilişkin bilgiler tatmin edici düzeyde değildir. Fonksiyonel gıda pazarının gelişebilmesi için bu gibi ürünlere ilişkin tüketici istek ve beklentilerinin doğru belirlenmesi, aynı zamanda fonksiyonel ürünlere ilişkin tüketicinin bilinçlendirilmesi çabalarının artırılması gerekmektedir (Urala ve Lahtenmaaki, 2003:148).

Sektörün içindeki yöneticilerin de üzerinde durduğu en önemli sorun alandaki yasal boşluk olarak görülmektedir. Gıda kodeksindeki eksiklikler firmaları kısıtlamakta ve yasal ürün üreten firmaları yasadışı pazarlama yapan firmalar durumuna düşürebilmektedir. Etiketleme yönetmeliğinde yapılan değişiklikler bu yönde olumlu bir adım olsa da mevzuat anlamında kat edilmesi gereken uzun bir yol olduğu da gözden kaçırılmamalıdır.

Fonksiyonel gıdalar alanında devam eden rekabet tüketicilerin isteklerini ve ihtiyaçlarını anlayıp bunlara uygun ürünler geliştirmek üzerinedir. Bu nedenle, tüketicilerin fonksiyonel gıdalara yönelik algılarını anlamak ve buna uygun ürünler geliştirmeye çalışmak tüketici kabulünü arttırmada önemli konulardır.

Fonksiyonel gıda üreticileri için en önemli konulardan birisi bir çok araştırmanın (Jonas ve Beckmann, 1998; Nicolay, 2003, Oude Ophuis ve van Trijp, 1995; Poulsen, 1999; Vieria, 2003 aktaran Ares vd., 2009:50) da ifade ettiği gibi iddia, edilen sağlık etkilerini tüketicilere inandırıcı bir şekilde anlatabilmesidir. Araştırma sonuçları en eğitimli grubu oluşturan akademisyenlerin bile fonksiyonel gıdalar hakkında yeterli düzeyde bilgi sahibi olmadığını göstermiştir. Bu noktada üretici firmalara ürünler hakkında bilgilendirici, primer talep yaratan bütünleşik pazarlama iletişimleri oluşturmaları önerilebilir. Kullanıcıların ürünlerin vaat ettikleri sağlık faydalarını sağlayacağına dair taşıdıkları şüpheleri gidermek adına bütünleşik pazarlama iletişimlerinde bilimsel uzmanlığa sahip ve olumlu deneyimleri olan fikir önderleri gibi referans kişilerinin kullanılması yararlı olabilecektir.



FONKSİYONEL GIDA ÜRÜNLERİNE YÖNELİK  
TÜKETİCİ TUTUMLARINI BELİRLEME ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Fonksiyonel gıda üreticileri, ürünlerinin içeriklerini vurgulamak için bilimsel terimleri kullanmaktadırlar. Ancak tüketicilerin zihninde içerik ve sağlığa ilişkin bağlantı kurulabilmesi için ürünün etiketinde sağlığa ilişkin bilgi verilmesi ve vurgu yapılması faydalı olabilecektir.

Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2007 yılı verileri, Türkiye'de kalp krizi, kalp yetmezliği, hipertansiyon gibi kardiyovasküler hastalıkların yüzde 42 ile ilk sırada, kanserin ise yüzde 12.9 ile ikinci sırada yer alan ölüm nedenleri olduğunu göstermektedir ([www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr)). Yurt dışında yapılan çalışmalar tüketicilerin en çok kanser ve kardiyovasküler hastalıklara karşı koruyucu nitelikleri olan fonksiyonel ürünlere ilgi gösterdiklerini ortaya koymaktadır (Bogue ve Ryan,2000:28, IFIC,2007:5). Ülkemizde tüketicilerin kanser ve kardiyovasküler hastalıkların beslenme ile ilgisi konusunda bilinçlendirilmesi ve bu gibi rahatsızlıkları önleyici beslenme şekillerinin özendirilmesi fonksiyonel gıdalara olan tüketici ilgisinin artırılabilmesi açısından önem taşıyabilecektir.

Dünyadaki çalışmalara bakıldığında daha çok kadınların ve orta yaş üstü tüketicilerin bu ürünler için hedef pazarı oluşturduğu görülmektedir. Bu araştırmanın bulguları da (örneklem hacmi her ne kadar genellemelere gidebilmek için çok yetersiz olsa da) ülkemizde de bu grubun işletmeler için hedef alınması gereken en önemli pazar dilimi olduğunu düşündürmektedir. Ancak yine yapılan araştırmalara göre özellikle kadın tüketiciler gıdalara eklenen fonksiyonel içeriklere erkeklere göre daha fazla önem vermekte ve bilgi sahibi olmak istemektedirler. Bu durumun Türkiye pazarında yer almak isteyen firmaların stratejik pazarlama planlarında göz önüne alınmasının kadın tüketicilerde olumlu tutumlar geliştirmek için faydalı olabileceği düşünülmektedir.

Dünyadaki araştırmaların sonuçları (Örn: Ares vd.,2009:53-56; Siro vd.:464-465) gençlerle daha yaşlı insanların bu tip ürünleri kullanma amaçları arasında farklılıklar olduğunu göstermektedir. Gençler fonksiyonel gıda kullanarak olası hastalıkları önlemeyi amaçlarken, yaşlılar kısa süreli sağlık etkileri üzerinde durmaktadır. İzleyen çalışmalarda yazarlar, soru formunda tüketicilerin fonksiyonel gıda kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik ifadeler de yer vererek ülkemizdeki tüketicilerin bu konudaki eğilimlerini de belirlemeye çalışacaklardır. Yazarlar, üretici firmaların ürün tasarımlarında ve pazarlama aktivitelerinde bu boyutun dikkate alınmasının yararlı olacağı düşüncesindedirler.

Fonksiyonel gıda ürünleri yüksek pazar potansiyeli olan ürün grupları içinde yer almaktadır. Ancak bunun devam edebilmesi için tüketicilerin bu tip ürünlerin sağlıklı beslenme üzerindeki rolünü daha iyi anlaması ve bu konuda tüketicilerin bilinçlenmesi gerekmektedir. Özellikle bütünsel pazarlama iletişimi vasıtasıyla tüketicilerin ürünlere yönelik bilgi ve ilgi düzeylerinin artırılması ürünlerin pazar potansiyelleri açısından büyük önem taşımaktadır.

Bu çalışmanın ardından yapılması planlanan çalışmalarda bilimsel uzmanlık alanı farklılıklarının tutumlar üzerindeki etkisi incelenmeye çalışılacaktır. Tıp ve gıda mühendisliği alanlarında eğitimi olan tüketicilerin tutumları belirlenmeye

çalışılarak, bu üç uzlanım alanının tutumlarda yol açtığı farklılıklar ya da benzerlikler belirlenmeye çalışılacaktır.

### EK: 1

Bu çalışmada soru formunun oluşturulmasında yararlanılan ana çalışmalardan birisi Niva ve Makela'nın "Finns and Functional Foods: Socio-Demographics, health Efforts, Notions of Technology and the Acceptability of Health-Promoting Foods" isimli çalışmasıdır. Niva ve Makela adı geçen çalışmalarında sağlıklılık, doğallık ve teknolojinin fonksiyonel gıdaların kabul düzeyi ile ilişkilerini inceleyebilmek amacıyla bir dizi soru geliştirilmiştir. Yazarlar da çalışmalarında bu boyutlar için aynı sistemi benimseyerek aşağıda açıklanan yolu izlemişlerdir.

Katılımcılara dokuz ifade sunulmuş ve bu ifadeleri 5'li Likert tipi bir ölçekte değerlendirmeleri istenmiştir. İfadeleri daha az sayıda değişken içerisinde toplamak amacıyla iki toplanmış değişken oluşturulmuştur. Bu yöntemin öncesinde, bir temel oluşturması amacıyla ifadeler üzerinde bir faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, bu ifadeler sağlıklı besinlerin önemi ve teknoloji kabulü adı verilen iki faktör altında toplanmışlardır.

Altta iki toplanmış ölçek değişkeni sağlıklı besinlerin önemi ve teknoloji kabul düzeyini göstermektedir. Sağlıklı besinlerin önemi iki kategorili bir değişkene dönüştürülmüştür 3,5 tan küçük değişkenler çok önemli değil, büyük olanlar çok önemli olarak kabul edilmiştir. Teknoloji için ise, 3 değerinden daha küçük değişkenler çok önemli değil, büyük olanlar çok önemli olarak kabul edilmiştir.

**Tablo 8:** Gıda Ürünlerinde Teknolojinin Kabulü ve Sağlıklı Besinlerin Önemi Hakkındaki Değişkenlerin Sınıflandırılması

Sınıflandırılarak Toplanmış Değişken	İfade	Ortalama <sub>a</sub>	Standart sapma	İfadenin toplam korelasyonu
Sağlıklı besinlerin önemi (n= 72, α=0,549 )	49. Gıda üretiminde gen teknolojilerinin kullanımı teşvik edilmelidir.	2,597	1,002	0,445
	50. Gıdaların sağlık özelliklerini geliştirebilmek için modern teknolojinin kullanılması doğrudur.	3,527	0,786	0,384
	*51. Gıdaların işlenmesi, doğal olarak sahip oldukları sağlıklı özellikleri yok eder.	2,708	0,659	0,153
	*52. Gıdaların sürekli olarak niteliklerinin değiştirilmesi doğal değildir.	2,430	0,747	0,376

**Tablo 8:** Gıda Ürünlerinde Teknolojinin Kabulü ve Sağlıklı Besinlerin Önemi Hakkındaki Değişkenlerin Sınıflandırılması (Devamı)

Sınıflandırılarak Toplanmış değişken	İfade	Ortalama <sup>a</sup>	Standart sapma	İfadenin toplam korelasyonu
Teknoloji kabulü (n=87, α=0,629)	*53. Gıdaların sağlığa olumlu katkı yapma özelliklerinin fazla olmasına dikkat etmem.	3,747	0,879	0,303
	54. Gıdaların lif içeriğine dikkat ederim.	3,747	0,865	0,527
	*55. Mümkün olduğunca az işlenmiş gıdaları tüketmeyi tercih ederim.	3,908	0,725	0,263
	*56. Genellikle hazır gıda tüketirim.	3,850	0,587	0,430
	57. Doğal yöntemlerle üretilmiş gıdaları tercih ederim.	4,195	0,587	0,437

\* Ters ifadelerdir.

<sup>a</sup> 5'li Likert ölçeği; **1:** Kesinlikle katılmıyorum, **2:** Katılmıyorum, **3:** Ne katılıyorum ne katılmıyorum, **4:** Katılıyorum, **5:** Tamamen katılıyorum

## KAYNAKÇA

Açıkgöz, Z. ve Önenç, S. (2006), "Fonksiyonel Yumurta Üretimi", Hayvansal Üretim, 47(1), 36-46.

Arbak Y., İlter, B. (1995); Research Methods in Business (Course Notes), Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İzmir

Ares, G. ve Gámbaro, A. (2007) "Influence of Gender, Age and Motives Underlying Food Choice on Perceived Healthiness and Willingness to Try Functional Foods", Appetite (49), 148-158

Ares, G., Giménez, A. ve Gámbaro, A. (2009), "Consumer Perceived Healthiness and Willingness to Try Functional Milk Desserts. Influence of Ingredient, Ingredient Name and Health Claim", Food Quality and Preference (20), 50-56

Arnoldi, A. (ed) (2004), "Functional Foods Cardiovascular Disease and Diabetes", Woodhead Publishing Limited/CRC Press LLC, Cambridge

Bogue, J., ve Ryan, M. (2000), "Market-Oriented New Product Development: Functional Foods and the Irish Consumer", Agribusiness Discussion Paper No. 27, National University of Ireland, Cork, Department of Food Economics,

Childs, N.M. (1997), "Functional foods and the food industry: Consumer, economic and product development issues", *Journal of Nutraceuticals, Functional and Medical Foods*, 1 (2), 25-43

Childs, N. M., & Poryzees, G. H. (1997). "Foods That Help Prevent Disease: Consumer Attitudes and Public Policy Implications", *Journal of Consumer Marketing*, 14, 433-447

Dai, Y. ve Luo, X. (1996), "Functional Food in China", *Nutrition Reviews*, Volume 54, Number 11. 21-23

Ekşi, A. (2005), "Bilimsel ve Yasal Açıdan Gıdaların Fonksiyonelliği", *Gıda Kongresi*, 19-21 Nisan

Goldberg, I. (1994), "Functional Foods, Designer Foods, Pharmafoods, Nutraceuticals", *Chapman&Hall*, London

Gray, J., Armstrong, G. ve Heather, F. (2003), "Opportunities And Constraints in The Functional Food Market", *Nutrition And Food Science*, Volume 33, Number 5, 213-218

Hilliam, M. (1996), "Functional Foods: the Western consumer view-point", *Nutrition Reviews* (54), 189-194

Hürriyet (2008), "Alttakiler Yüklendi, Diyet ve Fonksiyonel Gıda 420 Milyon YTL'ye Çıktı", 13 Nisan

IFIC (2007), "Consumer Attitudes toward Functional Foods/Foods or Health" [http://www.ific.org/research/upload/IFICExecSumSINGLE\\_vF2.pdf](http://www.ific.org/research/upload/IFICExecSumSINGLE_vF2.pdf), Erişim tarihi: 20.08.2008

IFIC, "Functional Foods", <http://www.ific.org/nutrition/functional/upload/functionalfoodsbackgrounder.pdf>, Erişim tarihi: 20.08.2008

Karakaya, S. ve El, S.N. (2004), "Bazı Geleneksel Ürünlerin Fonksiyonel Gıda veya Gıda Bileşeni Olarak Kullanımları", *I. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu Bildiri Özetleri*, 23-24 Eylül, Van

Korhonen, H. (2002), "Technology Options for New Nutritional Concept", *International Journal of Dairy Technology*, 55 (2), 79-88

Larsen, T.B. ve Grunert, K.G. (2003), "The Perceived Healthiness of Functional Foods A Conjoint Study of Danish, Finnish and American Consumers' Perception of Functional Foods ", *Appetite* (40), 9-14

Malthora, N.K. (1996), *Marketing Research: An Applied Orientation*, 2. Ed. Prentice Hall International Editions, USA.

FONKSİYONEL GIDA ÜRÜNLERİNE YÖNELİK  
TÜKETİCİ TUTUMLARINI BELİRLEME ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Niva M. ve Makela, J. (2007), "Finns and Functional Foods: Socio-Demographics, Health Efforts, Notions of Technology and the Acceptability of Health Promoting Foods", *International Journal of Consumer Studies* (31), 34-45.

Remarckle C. and Reusens B, (2004), "Functional Foods Ageing and Degenerative Disease", Woodhead Publishing Limited.

Siro, I., Kapolna, E., Kapolna, B., Logasi, A. (2008) "Functional Food Product Development, Marketing and Consumer Acceptance—A Review", *Appetite* (51), 456-467

Sloan, A.E. (2000), "The Top 10 Functional Foods Trends", *Food Technology* (54), 33-62

Tavşancıl, E. (2002), "Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi", Nobel Yayınları, Ankara.

Teratanavat, R. ve Hooker, N.H. (2006), "Consumer Valuations and Preference Heterogeneity for a Novel Functional Food", *Journal of Food Science* (71), 533-541.

Türkiye İstatistik Kurumu, (TÜİK) Türkiye 2007 Nüfus İstatistikleri,, [www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr), erişim tarihi: 02.02.2009.

Urala N. ve Lahteenmaki, L. (2004), "Attitudes Behind Consumers' Willingness to Use Functional Foods", *Food Quality and Preference* (15), 793-803.

Urala, N. ve Lahteenmaki L. (2003), "Reasons Behind Consumers Functional Food Choice", *Nutrition And Food Science*, Volume 33, Number 4, 148-158

Watson, R.R., (2003), "Functional Foods & Nutraceuticals in Cancer Prevention", Iowa State Press, Ames, IA

Webreke W. (2005), "Consumer Acceptance of Functional Foods: Socio-demographic, Cognitive and Attitudinal Determinants", *Food Quality and Preference* (16), 45-57

[www.food-info.net/tr/ff/intro.htm](http://www.food-info.net/tr/ff/intro.htm), Fonksiyonel Gıdalar, Erişim Tarihi: 28.07.2008

[www.gidasanayii.com](http://www.gidasanayii.com), "Beslenme Anlayışı Değişince Fonksiyonel Gıda Pazarı Büyüdü", Tarih: 07.02.2006 Erişim Tarihi: 29.07.2008