

**ENDÜSTRİYEL VE DOĞAL
SAKIZLAR İLE İLGİLİ
TÜKETİCİ DAVRANIŞLARININ
BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR
ARAŞTIRMA**

Rabia ÇALIŞKAN
Yüksek Lisans Tezi
Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı
Danışman: Dr. Öğr. Üyesi İbrahim
PALABIYIK
2018

T.C.

TEKİRDAĞ NAMIK KEMAL ÜNİVERSİTESİ

FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**ENDÜSTRİYEL VE DOĞAL SAKIZLAR İLE İLGİLİ
TÜKETİCİ DAVRANIŞLARININ BELİRLENMESİ
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

Rabia ÇALIŞKAN

GIDA MÜHENDİSLİĞİ ANABİLİM DALI

DANIŞMAN: Dr. Öğr. Üyesi İbrahim PALABIYIK

TEKİRDAĞ-2018

Her hakkı saklıdır

Dr. Öğr. Üyesi İbrahim PALABIYIK danışmanlığında, Rabia ÇALIŞKAN tarafından hazırlanan “Endüstriyel ve Doğal Sakızlar İle İlgili Tüketici Davranışlarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma” isimli bu çalışma aşağıdaki jüri tarafından Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak oybirliği ile kabul edilmiştir.

Jüri Başkanı: Dr. Öğr. Üyesi Fatma COŞKUN *İmza :*

Üye: Dr. Öğr. Üyesi Ömer Said TOKER *İmza :*

Üye: Dr. Öğr. Üyesi İbrahim PALABIYIK *İmza :*

Fen Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu adına

Prof. Dr. Fatih KONUKCU
Enstitü Müdürü

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

ENDÜSTRİYEL VE DOĞAL SAKIZLAR İLE İLGİLİ TÜKETİCİ DAVRANIŞLARININ BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Rabia ÇALIŞKAN

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü
Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi İbrahim PALABIYIK

Sakız; sakız mayası, aroma ve katkı maddeleri ile birlikte tekniğine uygun olarak farklı şekillerde şekerli, şekerli ve tatlandırıcı olarak hazırlanabilen; istendiğinde mineral ve vitamin ilavesiyle zenginleştirilebilen bir gıda maddesidir. Sakız, oldukça uzun ve etkileyici bir tarihe sahip olan, hemen hemen her yaşta insanın tükettiği bir üründür. İlk sakız çeşitlerini başta eski Mısırlılar olmak üzere Mayalar ve Yunanlıların kullandığı bilinir. Bu doğrultuda araştırmanın amacı tüketicilerin sakız tüketim alışkanlıklarının, doğal sakızlar ile ilgili bilgi ve tutumlarının belirlenmesidir. Araştırmada basit tesadüfî örnekleme yöntemi kullanılarak 370'i kadın, 311'i erkek olmak üzere toplam 681 kişi ile anket çalışması yapılmış ve değerlendirilmeye alınmıştır. Endüstriyel ve doğal sakızlar ile ilgili tüketici davranışlarının belirlenmesi amacıyla hazırlanmış olan anket, sakız çeşitlerinden bir veya daha fazlasını tüketen katılımcılar tarafından cevaplandırılmıştır. Anketlerden elde edilen veriler SPSS 21 programı ile analiz edilmiştir. Güvenilirlik katsayısı Cronbach's Alpha ile hesaplanmış, faktör analizinde örneklem büyüklüğünün uygunluğunu ölçmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi uygulanmıştır. Çalışma sonucunda katılımcıların sakız satın alma sürecinde demografik ve çevresel faktörlerden etkilendikleri ve doğal sakızlara karşı bakış açılarının olumlu yönde olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: sakız, tüketim, doğal sakız, tüketici davranışları.

2018, 89 sayfa

ABSTRACT

MSc. Thesis

DETERMINATION OF CONSUMER BEHAVIORS RELATED TO INDUSTRIAL AND NATURAL GUM

Rabia ÇALIŞKAN

Namık Kemal University in Tekirdağ
Graduate School of Natural and Applied Sciences
Department of Food Engineering

Supervisor: Assist. Prof. Dr. İbrahim PALABIYIK

Chewing gum is a foodstuff that prepared with gum mace, flavor and additives, in accordance with the technique which has different forms such as sugared sugar-free and sweetening and can be enriched by the addition of minerals and vitamins if desired. The chewing gum has a long and impressive history and is a product that almost consumed by people of all ages. It is known that the first chewing gum varieties used by the Mayans and the Greeks, especially the ancient Egyptians. The aim of this research is to determine consumers'gum consumption habits, knowledge and attitudes about natural gums. A simple randomized sampling method was used to conduct a questionnaire survey with a total of 681 people, 370 female and 311 male. The questionnaire prepared to determine consumer behaviors related to industrial and natural gums was answered by the participants who consumed one or more of the gum varieties. The data obtained from the questionnaires were analyzed with the SPSS 21 program. Reliability coefficient was calculated with Cronbach's Alpha, and Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) test was applied to measure the suitability of sample size in factor analysis. As a result of the study it was determined that participants were affected by demographic and environmental factors during the gum purchasing process and positive aspects of natural gums were positive.

Keywords: chewing gum, consumption, natural gum, consumer behavior.

2018, 89 pages

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
İÇİNDEKİLER.....	iii
ŞEKİL DİZİNİ.....	v
ÇİZELGE DİZİNİ.....	vi
ÖNSÖZ	xi
1. GİRİŞ.....	1
2. KURAMSAL TEMELLER	3
2.1. Sakızın Kavramsal Çerçevesi.....	3
2.2. Endüstriyel Sakız ve Üretimi	4
2.3. Doğal Sakızlar	6
2.3.1. Damla sakızı.....	6
2.3.2. Kenger sakızı.....	7
2.3.3. Çam sakızı	7
3. MATERYAL VE YÖNTEM	8
3.1. Materyal	8
3.1.1. Araştırmanın amacı	8
3.1.2. Araştırmanın önemi.....	8
3.2. Yöntem.....	8
3.2.1. Örneklem yöntemi ve örneklem büyüklüğü.....	8
3.2.2. Verilerin toplanması.....	9
3.2.3. Araştırmada kullanılan ölçekler	10
3.2.4. Analiz yöntemi	11
3.2.5. Güvenilirlik analizleri	11
3.2.6. Faktör analizi.....	12
4. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA	22
4.1. Araştırma Kapsamındaki Katılımcılara Ait Genel Bilgiler	22
4.2. Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Ölçeğine İlişkin Görüşleri İle İlgili Bulgular.....	25
4.3. Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin Görüşleriyle İlgili Bulgular ...	43
4.4. Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin Görüşleriyle İlgili Bulgular.....	60
5. SONUÇLAR ve ÖNERİLER.....	77

6. KAYNAKLAR.....	80
7. ÖZGEÇMİŞ	84
EK 1	85

ŒEKİL DİZİNİ

Sayfa

Œekil 2.1 Œekerli - Œekersiz Sakız Üretim Akım Œeması.....	5
--	---

ÇİZELGE DİZİNİ

Sayfa

Çizelge 3.1 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Ölçeğine İlişkin Güvenilirlik Analizi.....	12
Çizelge 3.2 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Ölçeğindeki Her Bir Kriterin Güvenirliğe Olan Katkısı.....	12
Çizelge 3.3 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Ölçeğine İlişkin KMO Analizi.....	13
Çizelge 3.4 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Ölçeğine İlişkin Faktör Öz değerleri ve Varyans Açıklama Yüzdeleri.....	13
Çizelge 3.5 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörleri Ölçeğine Ait Geçerlilik Test Sonuçları.....	14
Çizelge 3.6 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin Güvenirlik Analizi.....	15
Çizelge 3.7 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğindeki Her Bir Kriterin Güvenirliğe Olan Katkısı.....	15
Çizelge 3.8 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğindeki Her Bir Kriterin Güvenirliğe Olan Katkısına Ait Son Durum.....	16
Çizelge 3.9 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin Yeni Güvenirlik Analizi.....	16
Çizelge 3.10 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin KMO Analizi.....	16
Çizelge 3.11 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin Faktör Öz Değerleri ve Varyans Açıklama Yüzdeleri.....	17
Çizelge 3.12 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine Ait Geçerlilik Test Sonuçları.....	17
Çizelge 3.13 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin Güvenirlik Analizi.....	18
Çizelge 3.14 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğindeki Her Bir Kriterin Güvenirliğe Olan Katkısına Ait Son Durum.....	19
Çizelge 3.15 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin Yeni Güvenirlik Analizi.....	19
Çizelge 3.16 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin KMO	

Analizi.....	19
Çizelge 3.17 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin Faktör Öz Değerleri ve Varyans Açıklama Yüzdeleri.....	20
Çizelge 3.18 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine Ait Geçerlilik Test Sonuçları.....	20
Çizelge 4.1 Araştırmaya Katılan Kişilerin Demografik ve Genel Özellikleri.....	22
Çizelge 4.2 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Ölçeğine İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	25
Çizelge 4.3 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları.....	27
Çizelge 4.4 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Sigara İçme Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları.....	28
Çizelge 4.5 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Daha Önce Doğal Sakız Tüketme Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları.....	28
Çizelge 4.6 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Doğal Sakız Tüketmenin Yararlı Olduğu Yaş Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları.....	29
Çizelge 4.7 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Hastalık Tedavisinde Aromalı Sakız Şeklinde İlaçların Tercih Edilmesine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları.....	30
Çizelge 4.8 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Yaşa Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	31
Çizelge 4.9 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	32
Çizelge 4.10 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Mesleğe Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	34
Çizelge 4.11 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Gelire Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	35

Çizelge 4.12 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Sakız Çiğnemeyi Sevme Düzeyine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	36
Çizelge 4.13 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Sakız Çiğneme Sıklığına Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	38
Çizelge 4.14 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Tercih Edilen Sakız Çeşidine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	39
Çizelge 4.15 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Sakızın Alındığı Yere Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	40
Çizelge 4.16 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Doğal Sakız Tüketmeme Nedenlerine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	42
Çizelge 4.17 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	43
Çizelge 4.18 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları.....	44
Çizelge 4.19 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Sigara İçme Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları.....	45
Çizelge 4.20 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Daha Önce Doğal Sakız Tüketme Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları.....	45
Çizelge 4.21 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Doğal Sakız Tüketmenin Yararlı Olduğu Yaş Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları.....	46
Çizelge 4.22 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Hastalık Tedavisinde Aromalı Sakız Şeklinde İlaçların Tercih Edilmesine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları.....	47
Çizelge 4.23 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Yaşa Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	48

Çizelge 4.24 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	49
Çizelge 4.25 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Mesleğe Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	51
Çizelge 4.26 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Gelire Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	52
Çizelge 4.27 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Sakız Çiğnemeyi Sevme Düzeyine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	53
Çizelge 4.28 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Sakız Çiğneme Sıklığına Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	54
Çizelge 4.29 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Tercih Edilen Sakız Çeşidine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	56
Çizelge 4.30 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Sakızın Alındığı Yere Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	57
Çizelge 4.31 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Doğal Sakız Tüketmeme Nedenlerine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	58
Çizelge 4.32 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	60
Çizelge 4.33 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları.....	61
Çizelge 4.34 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Sigara İçme Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları.....	62
Çizelge 4.35 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Daha Önce Doğal Sakız Tüketme Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları.....	62
Çizelge 4.36 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Doğal	

Sakız Tüketmenin Yararlı Olduğu Yaş Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları.....	63
Çizelge 4.37 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Hastalık Tedavisinde Aromalı Sakız Şeklinde İlaçların Tercih Edilmesine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları.....	64
Çizelge 4.38 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Yaşa Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	65
Çizelge 4.39 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	66
Çizelge 4.40 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Mesleğe Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	68
Çizelge 4.41 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Gelire Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	69
Çizelge 4.42 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Sakız Çiğnemeyi Sevme Düzeyine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	70
Çizelge 4.43 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Sakız Çiğneme Sıklığına Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	71
Çizelge 4.44 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Tercih Edilen Sakız Çeşidine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	72
Çizelge 4.45 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Sakızın Alındığı Yere Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	74
Çizelge 4.46 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Doğal Sakız Tüketmeme Nedenlerine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	75

ÖNSÖZ

Tez çalışmamın planlanmasında, araştırılmasında, yürütülmesinde ve oluşumunda ilgi ve desteğini esirgemeyen, yönlendirme ve bilgilendirmeleriyle çalışmamı şekillendiren sayın danışmanım Dr. Öğr. Üyesi İbrahim PALABIYIK'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Beni bu günlere getiren, ilgi ve desteklerini esirgemeyen, her zaman yanımda ve en büyük destekçim olan aileme teşekkürlerimi sunarım.

Temmuz 2018

Rabia ÇALIŞKAN

1. GİRİŞ

Türk Gıda Kodeksi Sakız Tebliği'ne göre, "Sakız; sakız mayası, diğer bileşenler, izin verilen katkı ve aroma maddeleri ile tekniğine uygun olarak şekerli veya şekerless hazırlanan ürünleri ifade eder" (Anonim 1999). Sakız üretimi yüzyıllar öncesine dayanan; Firavunlar zamanında da bilinen ve kullanılan, antik dönemlerden bu yana Sakız Adası'nda yetiştirilen ve ticareti yapılan, kanunlarla korumaya alınan, özel cezaları tatbik edilen, kutsal kitaplarda zikredilen ve şifa özelliğinden faydalanılan oldukça değerli bir üründür (Boztok 2005). Dünyanın en yaygın tüketim alışkanlıkları arasında olan sakız, 2000 yıldan fazla bir geçmişe sahiptir. Sakız tarihçesinde, erkeklerin ve kadınların ağaç reçinelerini topaklar biçiminde sakız olarak çiğnedikleri, arkeologlar tarafından keşfedilmiştir (Anonim 2004). İngiltere'deki Derby Üniversitesi'nden Sarah Pickin'in 2007 yılında Finlandiya'da yapılan bir kazıda bulmuş olduğu 5000 yıl öncesine ait fosilleşmiş diş izleri barındıran sakız, sakızın tarihçesine ait bilgiler vermektedir. Bu sakız Taş Devri'ndeki insanlarca huş ağaçlarından elde edilmekteydi. Tarih öncesi dönemde ağaç reçineleri genellikle ağız ve diş temizliği için tıbbi amaçlarla kullanılmıştır (Stanley 2008). Sakız reçinesi (mastik) yapısında bulunan komponentler sebebiyle milattan önceki yıllardan beri başta kuduz hastalığı, uyuz ve yılan ısırılmaları olmak üzere birçok hastalığın tedavisinde drog olarak kullanılmasının yanı sıra; mide yanması, bağırsak akciğer hastalıkları ve değişik diş hastalıklarının tedavisinde de uzun yıllar tedavi edici olarak kullanılmıştır (Boztok 1999). Günümüzde de ilaç sanayinin önemli bir hammaddesi olup, başta ağız ve mide yaraları olmak üzere yara ve yanık tedavisinde; boya, kozmetik, gıda ve içki sanayisinde, tablo, heykel gibi eserleri koruyucu cila olarak kullanılmaktadır.

Orta Amerika'da Aztekler, sakız ağacından elde ettikleri ve chicle (çikle) adını verdikleri sakızı çiğnerken, Amerikan yerlileri ladin ağacı sakızı çiğnemişlerdir. Bu bölgelerde sakız, binlerce yıl çiğnenmesine rağmen yaygınlaşmamıştır. John Curtis, ladin ağacı reçinesinden yapışkan ve lastik benzeri bir malzeme elde ederek, 1848 yılında sakızın ticari anlamda yolunu açan kişi olmuştur. Daha sonraları sakıza parafin ve meyve aroması ekleyerek daha yumuşak bir sakız elde edilmiştir (Akbulut 2011). 1892 yılında William Wrigley tarafından kurulan William Wrigley sakız fabrikasının sakızları, İkinci Dünya Savaşı sırasında Amerikan askerlerine kumanya olarak dağıtılmasıyla popüler olmuştur. Günümüz sakızlarının temelini atan Walter Diemer ise 1928 yılında diğer sakızlara göre daha esnek ve daha az yapışkanlıkta sakız üretimi için yeni bir yöntem geliştirmiştir (Anonim 2004). Zaman içerisinde farklı tat ve çeşitte sakızlar elde edebilmek için birçok deney yapılmıştır. Bugün ise

farklı amaçlarla kullanılan değişik tat ve yapıda yüzlerce sakız çeşidi mevcuttur (Greene 2016) Bu doğrultuda bu çalışmanın amacı, tüketicilerin sakız tüketim alışkanlıklarının, doğal sakızlar ile ilgili bilgi ve tutumlarının belirlenmesidir. Çalışmanın sonucunda elde edilecek veriler ve bilgiler, sakız tüketimi ve doğal sakızlar ile ilgili yapılacak çalışmalara yardımcı olacak; doğal sakızların üretim ve tüketimlerinin artırılması konusunda literatüre destek verecektir.

2. KURAMSAL TEMELLER

2.1. Sakızın Kavramsal Çerçevesi

Sakız; sakız mayası, şeker, glikoz, aroma, suni mum veya gliserin, waks, yağ ve emülgatör karışımından oluşan hamurun belirli şekillerde ambalajlanması ile elde edilen bir üründür (Elgün 2013). Renklendiriciler, yumuşatıcılar, lezzet vericiler, antioksidanlar ve aroma maddeleri de sakızın çeşidine göre formülasyona katılabilmektedir. Sakız formülasyonunda antioksidanlar tazeliği korumak, emülgatörler ise yapışkanlığı azaltmak için kullanılmaktadır. Sakız mayası olarak doğal ve suni tipler kullanılmakla birlikte genellikle, doğal lateks hammaddesi veya poliizobütilen kullanılmaktadır (Konar ve ark. 2016). Sakız mayası, sakızın çiğnenebilir olma özelliğini sağlamaktadır. Bu nedenle elastikiyet sakız mayası için önemli bir ölçüttür.

Sakız mayasında elastomer olarak tercih edilen sentetik polimerlerden birkaçı stiren bütadien kauçuk, izobütilen-izopren kopolimerleri, poli (izobütilen), poliizopren ve polietilendir. Bu polimerlerin hepsi hidrofobiktir; suda çözünmez ve doğada bozunmazlar (Phillips ve ark. 2006). Bu özellikleri sebebiyle endüstriyel sakızlar, kaldırım taşına veya beton bir duvara yapıştığında; suyla veya yağmur suyuyla bulunduğu yüzeyden çıkmamaktadır (Stanley 2008). Bu nedenle sentetik polimerlerden üretilen sakızlar çevre kirliliğine neden olmakta, doğal yaşama zarar vermekte ve yapışkan bir matrikse sahip olması nedeniyle temizlenmesi için bütçe ayrılmasını gerektirmektedir (Shin 2008). İngiltere'de her yıl sakızların temizliği için harcanan para 150 milyon sterlin civarındadır (Anonim 2007). Singapur'da, 1992 yılından itibaren sakız çiğneyen kişilerin sakızı tren kapılarına yapıştırması ve caddelerden sakız kalıntılarının temizlenmesinin güç olması nedeniyle sakız üretimi, ithali ve satışı yasaklanmıştır. Bu yasa 2004 ve 2010 yılında güncellenmiştir olsa da yasak günümüzde geçerliliğini korumaktadır. Singapur'da sadece terapötik amaçla kullanılan ve doktor tarafından reçete ile verilen sakızların kullanımına izin verilmektedir (Jacobsen ve ark. 2004). Bu sebeple doğada bozunabilir ve doğal hammaddelerden sakız üretimi önem arz etmektedir. Kauçuk grubu içerisinde yer alan stiren bütadien kauçuklar, üretimi en fazla olan sentetik kauçuktur ve doğal kauçuğa ikame olarak kullanılmaktadır. Taşıyıcı bant, paspas, ayakkabı tabanı, sakız, sünger, otomobil lastikleri, hortum, yer döşemesi ve kablo kılıflama yapımında kullanılmaktadır. Doğal kauçuğa kıyasla daha düşük esnekliktedir ve mekanik özelliklerini gösterebilmesi için kuvvetlendirici dolgu maddelerinin kullanılması gerekir. Kalsiyum karbonat ve talk gibi dolgu materyalleri de sakıza doku kazandırmak için kullanılmaktadırlar (Uzun 2016).

Sakız, gıda sanayisinde geniş bir yelpazeye sahip şekerleme ürünleri arasındadır. Sakız, farklı damak tatlarına hitap eden çeşitleri ile tüketicilerin ilgisini çekmektedir (Karagül 2012). Geçmişten günümüze farklı amaçlar ile çiğnenen sakız, bugün de alternatif seçenekleriyle popüler bir üründür. Önceleri tıbbi amaçlarla ve ağız hijyeni için kullanılan sakızlar bugün daha da fonksiyonel olarak kullanılmaktadır. Sakızın bilinen yararları arasında oral hijyeni sağlamak yer almaktadır. Sakız kullanımının; diş çürüklerinin önlenmesinde, iştahın düzenlenmesinde, stres ve duygu değişikliklerinin azaltılması gibi sağlık açısından destekleyici bir etkisi bulunmaktadır (Deshpande ve Jadad 2008, Ribelles ve ark. 2010, Hetherington ve Regan 2011, Smith ve ark. 2012). Bunun yanı sıra sakızın konsantrasyonu kuvvetlendirici, uykusuzluğu giderici, hafızayı güçlendirici ve atıştırmalık isteğini azaltıcı etkilerinin de olduğu araştırmalar sonucu belirlenmiştir (Romiccio 2016). Sakızın faydalarını, endüstriyel sakızların doğaya verdiği zararlar ile insan ve hayvan sağlığını etkileyebilecek potansiyel tehlikeleri kısıtlamaktadır.

2.2. Endüstriyel Sakız ve Üretimi

Türkiye'de sakızlar genellikle;

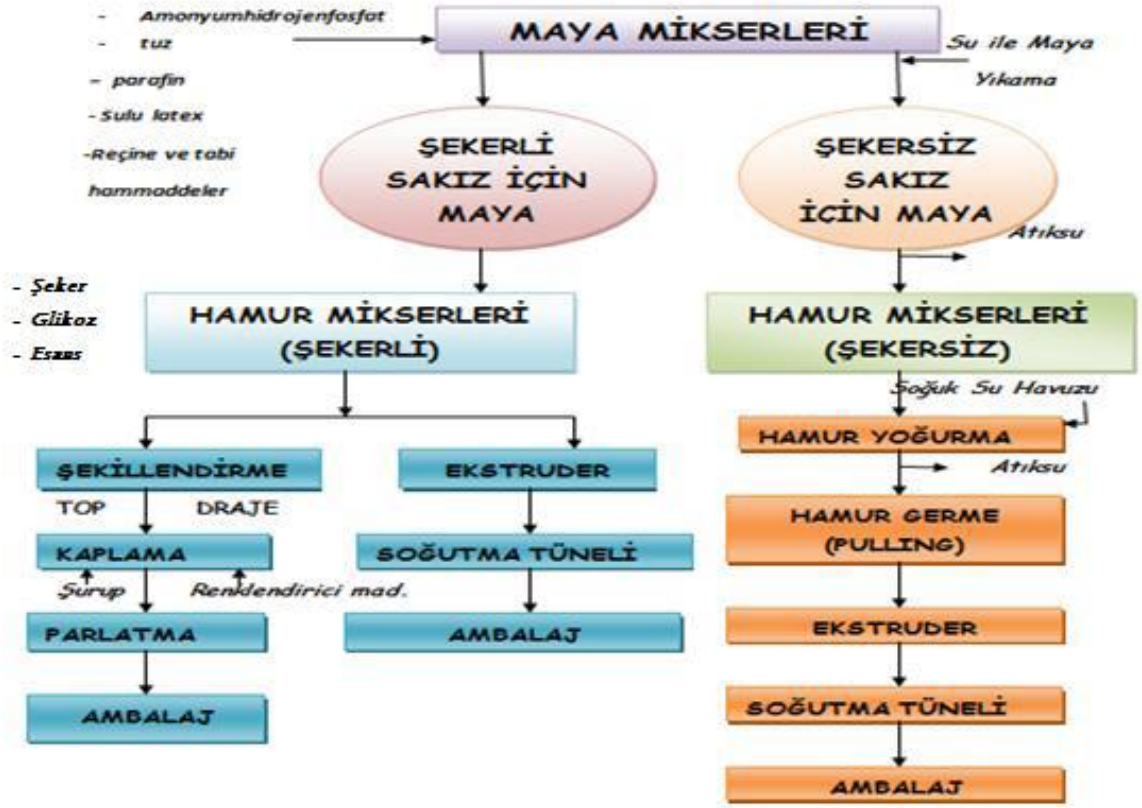
- Şekerli,
- Şekersiz,
- Tatlandırıcı olmak üzere üç ana gruba ayrılır (Elgün 2013).

Sakızlar şekil itibarıyla de top, şerit, dolgu, draje ve tüp sakızlar olmak üzere sınıflandırılabilirler. Şekersiz sakızlar, tatlandırıcı içermeyen sakızlardır. Bu sakızlar damla sakızı çiğneme geleneğini temsil etmektedirler (Anonim 2017). Şekerli sakızlar; sükröz, fruktoz, maltoz, dekstrin, galaktoz gibi şeker ilaveleriyle elde edilirler. Tatlandırıcı sakızlar ise şeker ihtiva etmeyen, günümüzün popüler sakız çeşitleridir. Bu tip sakızlarda, şeker yerine doğal ve yapay tatlandırıcılar ile şeker alkollerini kullanılmaktadır. Bunlara örnek olarak aspartam, asesülfam K, laktitol, sorbitol, mannitol, ksilitol, maltitol verilebilir (Konar ve ark. 2016).

Endüstriyel sakız üretiminde sakızın türüne ve formülasyonuna bağlı olarak farklı yöntemler kullanmakla birlikte geleneksel olarak sakız üretimi, sakız mayasının 70-120 °C arasında bir sıcaklıkta muamele edilmesiyle başlar. Karışıma emülgatör olarak gliserin veya polioller katılarak 2-8 dakika karıştırıldıktan sonra renk verici maddeler ile şekerin 2/3'ü eklenir ve 1-4 dakika yoğurma işlemine devam edilir. Yoğurma seviyeleri azaltılıp kalan şeker ilave edildikten sonra lezzet verici maddeler de eklenir. Sakızın türüne ve formülasyona göre değişmekle birlikte geleneksel olarak sakız üretiminde karıştırma işlemine 1 saat 4

dakika süreyle devam edilir. Formülasyona bağlı olarak gerekirse, antioksidanlar ve nemlendiriciler eklenerek 1-4 dakika daha karıştırma işlemine devam edilir. Daha sonra presleme, inceltme ve kesme işlemleri yapılır. Kaplanmış çiğneme sakızı içinse kaplama işlemi bu aşamada şeker pudrası gibi bileşenlerle uygulanır. Karıştırma ve yoğurma süreleri, sakız mayasının yapısı, bileşimi ve sakız türüne bağlı olarak değişiklik göstermektedir (Itobe ve ark. 2012).

Sakız üretimi için Yıldız (1995)'ın çalışmasına ait şekerli ve şekerli sakız üretiminin akım şeması genel hatlarıyla Şekil 2.1'de belirtildiği gibidir (Karagül 2012).



Şekil 2.1 Şekerli - Şekerli Sakız Üretim Akım Şeması (Karagül 2012)

Sakız, Türkiye'de genellikle modern teknoloji ile üretilmektedir. Hızlı bir gelişim göstermiş olan sakız sanayisinde kurulu kapasitenin 70.000 ton, kapasite kullanım oranının ise % 80 düzeyinde olduğu düşünülmektedir. Dünya sakız ihracatında 1/3'lük dilim Avrupa Birliği ülkelerine aittir. Dünya sakız pazarının % 70'i tatlandırıcı sakızlara, % 30'luk kısmı ise şekerli ve şekerli sakızlara aittir. Tatlandırıcı sakızların lehine değişmekte olan bu oranlara karşın şekerli sakızların da pazar payının % 20'nin altına düşmeyeceği düşünülmektedir (Palacıoğlu 2016).

2.3. Doğal Sakızlar

Sakız üretiminin geçmişi, çok eski zamanlara dayanmaktadır. İlk sakız çeşitlerinin başta eski Mısırlılar olmak üzere, Mayalar ve Yunanlılar tarafından kullanıldığı bilinmektedir. 1948 yılında John Curtis ve kardeşi tarafından ABD’de üretilmiş olan ilk ticari sakız “State of Maine Pure Spruce Gum” olup, daha sonra bu sakızı aroma ve balmumu ile geliştirmeye çalışmışlardır (Imfeld 1999). II. Dünya savaşı ile birlikte, doğal sakız mayalarına ulaşımın zorlaşması ve doğal sakız mayası kaynaklarının giderek tükenmesi nedeni ile araştırmacılar sentetik mayaların geliştirilmesine yönelmiş ve bu alanda çalışmalar yapmışlardır.

Günümüzde oldukça popüler bir ürün olan ve suni yollarla elde edilen sakız, özünde bir tür ağaç reçinesidir. Milattan önceki yıllardan beri birçok medeniyet sakız ağacının reçinesi başta olmak üzere; meyvesi, yaprakları ve kimyasal bileşenlerinden değişik amaçlar için yararlanmıştır. Bilinen en yaygın doğal sakız türleri damla, kenger ve çam sakızı olmakla birlikte; menengiç, sandaloz ve günlük sakızları da diğer çeşitleri arasında yer almaktadır.

2.3.1. Damla sakızı

Osmanlı’da “mastaki” olarak adlandırılan ve diğer bir adı da gözyaşı olan damla sakızı; saydam, hoş kokulu ve balzamik bir maddedir (Ierapetritis 2010). Sakız ağacı, hemen hemen bütün Akdeniz kıyılarında ve özellikle Ege adalarında kendiliğinden yetişen, 2-3 metreye kadar boylanabilen dalları sık ve yeşil bir bitkidir. Sakız adasında “*Schinus*” olarak bilinen sakız reçinesi, bu ada ile bütünleşmiş olup, ticari olarak da oldukça fazla üretilmektedir. Sakız ağacının gövde ve dallarının çizilmesiyle gözyaşı biçiminde damla damla bir reçine akmaktadır. Bu reçine sarımtırak, saydam, sert yapısı ve güzel kokusuyla ağızda hoş bir tat oluşturmaktadır.

Geleneksel Yunan tıbbında, hazımsızlık ve karın ağrısı gibi rahatsızlıkların tedavi edilmesinde 2500 yıldan bu yana sakız reçinesinin aktif olarak kullanıldığı bilgisine rastlanmaktadır (Mills ve White 1989). Günümüzde ise ülsere sebep olan *Helicobacter pylori*’e karşı yapılan in vivo ve in vitro çalışmalarda sakız reçinesinin iyileştirici etkisi olduğu belirlenmiştir (Paraschos ve ark 2007, Koutsoudaki ve ark. 2005). Tassou (1995) tarafından yapılan çalışma sonucunda; *Staphylococcus aureus*, *Lactobacillus plantarum*, *Pseudomonas fragi* ve *Salmonella enteridis* aşılansız kültür ortamına mastik ilavesinin aktivitelerini durdurduğu tespit edilmiştir. Geçmişten günümüze geleneksel olarak mastik; gıda koruyucusu, hazmı kolaylaştırıcı ve sindirim sistemini düzenleyici, diş ve ağız hijyeni sağlayıcı olarak kullanılmıştır. Bununla birlikte damla sakızı, sahip olduğu tıbbi

özelliklerinden dolayı uzun yıllardır kullanılmakta, bugün ise ilaç hammaddesi olarak da kullanılmaktadır. Sakız reçinesi aynı zamanda, bakteri büyümesine karşı oral antiseptik olarak kullanılarak dişlerde plak oluşumuna karşı da koruma sağlamaktadır (Takahashi ve ark. 2003, Aksoy ve ark. 2007) . Sakız sadece bu ağaca özgü bir madde olmamakla birlikte; Menengiç sakızı, Kenger sakızı gibi ağaç ve ot köklerinden elde edilen türleri de bulunmaktadır. Bu sakızlar Doğu Anadolu'da ve İran'da tanınır ve çiğneme için kullanılır (Emecen 2011).

2.3.2. Kenger sakızı

Kenger otu; Nisan ve Mayıs aylarında çiçek açan, 40-50 cm yüksekliğinde, tüylü, çok yıllık, sütlü, dikenli ve otsu, doğada kendiliğinden yetişen bir bitki türüdür. Anadolu'da Karaman, Ermenek, Toros dağları, Bayburt, Elazığ, Antalya (Yayladağı), Gaziantep, Silifke ve Diyarbakır'da olduğu gibi değişik iklim şartlarında yetişebilmektedir (Asadi-Samani ve ark. 2013). Kenger sakızı, bitkinin toprak altında kalan kısmının çaprazlamasına bıçakla kesilmesiyle elde edilir. Bitkiden akan ve donan sakız bol su ile yıkandıktan sonra su dolu kavanozların içinde bekletilir. Bu yöntemle bir Kengerden 3 kez sakız alınabilmektedir. Kenger sakızı çiğnendikten sonra yeniden su dolu bir kabın içine konularak muhafaza edilebilmektedir. Kengerin enginara benzeyen başçığı ve sapları, Anadolu'da sebze olarak da tüketilmekte ve gövdesi çizilerek sızan süt ise kenger sakızı olarak adlandırılmaktadır (Akan ve ark. 2008).

Kengerin diş ağrılarını, diş eti rahatsızlıklarını ve hazımsızlığı gidermesinin yanı sıra, sinirleri güçlendirmesi de başlıca faydaları arasında sayılmaktadır (Anonim 2016a). Bununla birlikte kenger sakızının, diş çürümesinden sorumlu olan *S. Mutans*'a karşı belirli ve uzun süreli bir antibakteriyel etkinliğine sahip olduğu tespit edilmiştir (Topcuoğlu ve ark. 2015). Karın doyuran bir bitki olmasının yanında, her derde deva olduğu ve kabakulak, karaciğer hastalığı, şeker hastalığı, göğüs ağrısı, mide ağrısı, ishal ve bronşit tedavisinde kullanıldığı da raporlanmıştır (Azeez ve Kheder 2012, Asadi-Samani ve ark. 2013).

2.3.3. Çam sakızı

Çam sakızı; çam ağacından elde edilen, bal renginde, ağır koku ve acı tada sahip, balon oluşturmeyen, çiğnedikçe sertleşebilen bir sakızdır. Çam sakızı, oral hijyenin sağlanmasına ve düzenli çiğnendiğinde diş etlerinin gelişimine yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda hazımsızlığa iyi gelir ve reflüye karşı koruyucu özelliğe sahiptir (Anonim 2016).

3. MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. Materyal

Bu çalışmanın materyali, katılımcılarla yapılan anket çalışmasına ait verilerden meydana gelmektedir. Araştırmanın ana kütlesi, farklı demografik özelliklere sahip olan ve sakız çeşitlerinden bir veya daha fazlasını tüketen tüketicilerdir. Ana kütleinin çok büyük olması nedeni ile çalışmada, kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır.

3.1.1. Araştırmanın amacı

Bu araştırmanın amacı, tüketicilerin sakız tüketim alışkanlıklarının, doğal sakızlar ile ilgili bilgi ve tutumlarının belirlenmesidir. Çalışma sonucunda elde edilecek veriler ve bilgiler, sakız tüketimi ve doğal sakızlar ile ilgili yapılacak çalışmalara yardımcı olacaktır. Bu araştırma için yapılan örneklem hacmi hesabı sonrasında 384 kişinin katılımının yeterli olacağı tespit edilmiş olmasına rağmen 681 örneklem hacmine ulaşılarak çalışma tamamlanmıştır.

3.1.2. Araştırmanın önemi

Bu araştırmanın önemi, tüketicilerin sakız tüketim alışkanlıklarının, doğal sakıza bakış açılarının belirlenmesi ve tercihleri konusunda literatüre destek verilmesidir.

3.2. Yöntem

3.2.1. Örneklem yöntemi ve örneklem büyüklüğü

Araştırmada, örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu teknik oldukça yaygın olarak kullanılmakta ve ankete cevap veren herkesin dahil edilmesini kapsamaktadır (Altunışık ve ark. 2015). Örneklem büyüklüğünü saptamak için kullanılan formül ise aşağıdaki gibidir (Özdamar 2003):

N: Evren birim sayısı, n: Örneklem büyüklüğü,

P: Evrendeki X'in gözlenme oranı, Q (1-P): X'in gözlenmeme oranı

Z_{α} : $\alpha= 0.05, 0.01, 0.001$ için 1.96, 2.58 ve 3.28 değerleri

d= Örneklem hatası

σ = Evren standart sapması

$$n = \frac{N * P * Q * Z_{\alpha}^2}{(N - 1) * d^2 + Z_{\alpha}^2 * P * Q}$$

N: 50.000.000 (Yaklaşık 50.000.000 sakız tüketicisi olduğu varsayılmaktadır)

P: 0.5, Q (1-P): 0.5

Z α : α = 0.05, 0.01, 0.001 için 1.96, 2.58 ve 3.28 değerleri

d= 0.05

n: ?

Yukarıdaki değerler, formülde yerine koyularak örneklem hacmi aşağıdaki gibi hesaplanmıştır.

$$n=50.000.000*0.5*0.5*1.96^2/(50.000.000-1)*0.05^2+0.5*0.5=384$$

Örneklem hacmi % 95 güven aralığı ve % 5 hata payı ile 384 kişi olarak hesaplanmasına rağmen bu çalışmada 681 katılımcıya ulaşılmıştır.

3.2.2. Verilerin toplanması

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket sorularının hazırlanması sürecinde, sakız ve tüketici davranışları ile ilgili literatürde yer alan konular ve daha önce yapılan çalışmalar incelenerek ilgili yargılar oluşturulmuştur. Bu araştırmada sakız tüketiminin ve doğal sakızın tüketicideki algısının belirlenmesi amacı ile 1 adet form ve 3 adet ölçek kullanılmıştır. Söz konusu ölçekler (Ek 1);

1. Demografik özellikler formu,
2. Sakız satın almalarındaki etkili faktörler ölçeği,
3. Endüstriyel sakızlara karşı bakış açıları ölçeği,
4. Doğal sakızlara karşı bakış açıları ölçeği.

Bu araştırmada veri toplama aracı olarak; örnekleme oluşturan katılımcılar hakkında genel bilgileri toplamak amacıyla oluşturulan 14 maddelik kişisel bilgi formu, katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler düzeylerini tespit etmek amacıyla 7 maddelik beşli likert tipi ölçek, katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açılarını tespit etmek amacıyla 6 maddelik likert tipi ölçek ve katılımcıların endüstriyel sakızlara bakış açılarını tespit etmek amacıyla 6 maddelik beşli likert tipi ölçek olmak üzere toplamda, 33 maddeden oluşan anket formu kullanılmıştır. Araştırma anketinde kullanılan likert ölçeği, "kesinlikle katılıyorum, katılıyorum, kararsızım, katılmıyorum, kesinlikle katılmıyorum" şeklinde yargılardan oluşan ve tüketici davranışlarını ölçmede en yaygın olarak kullanılan ölçek çeşididir (Yakışan 1991).

Araştırmada kullanılan anket formu, Google Documents Web sitesi kullanılarak oluşturulmuş ve forma ait link Facebook, Twitter, bloglar ve forumlar gibi sosyal medya araçlarında paylaşılmış ve ayrıca e-posta gönderimleri ile de katılımcılara ulaştırılarak ankete katılım sağlanması amaçlanmıştır. 01.01.2017 ve 30.04.2017 tarihleri arasında aktif olan ankete 681 kişi katılım göstermiştir. Veri kaybını engellemek ve daha sağlıklı veriler elde

edebilmek için, anket formunda yer alan tüm soruların cevaplanması zorunlu hale getirilmiş olup, ankete sadece gönüllü kişilerin katılımı sağlanmaya çalışılmıştır. Katılımcılar soruların tamamını cevaplamışlardır.

3.2.3. Araştırmada kullanılan ölçekler

Bu araştırmada kullanılan ölçeklere ait maddeler; araştırmacı tarafından oluşturulmuş olup, ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik analizlerine ait sonuçlar, geçerlilik ve güvenilirlik başlığı altında detaylı bir şekilde verilmiştir.

7 maddeden oluşan sakız satın almalarındaki etkili faktörler ölçeğine ait güvenilirlik analizi sonucunda, ölçeğin güvenilirliği % 78,3 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğe uygulanan madde analizi sonucunda ise ölçekten herhangi bir madde çıkarımına gerek duyulmamıştır. Ölçeğe uygulanan faktör analizi sonucunda, analizin uygunluğunu ifade eden bir indis olan KMO değeri 0,709 olarak hesaplanmış olup, buna bağlı olarak pilot çalışma için kullanılan 80 kişilik pilot çalışma hacminin yeterli olduğu tespit edilmiştir. Sakız satın almalarındaki etkili faktörler ölçeğine ait faktör analizi sonucu; ölçeğe ait maddeler 2 faktör altında toplanmış olup, 2 faktörün toplam varyansın % 68,961'ini açıkladığı belirlenmiştir. Faktör analizi sonucu ayrılan bu iki faktör, "Dışsal Faktörler" ve "İçsel Faktörler" olarak adlandırılmıştır.

7 maddeden oluşan endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı ölçeğine ait güvenilirlik analizi sonucunda, ölçeğin güvenilirliğini % 78,5 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğe uygulanan madde analizi sonucunda ise bir maddenin güvenilirliğe katkısının çok düşük olduğu tespit edilerek ölçekten çıkarılmasına karar verilmiş ve 6 madde ile analize devam edilmiştir. Ölçeğe uygulanan faktör analizi sonucunda, KMO değeri 0,710 olarak hesaplanmış olup, pilot çalışma için kullanılan 80 kişilik pilot çalışma hacminin yeterli olduğu tespit edilmiştir. Endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı ölçeğine ait faktör analizi sonucu; ölçeğe ait maddeler 2 faktör altında toplanmış olup, söz konusu 2 faktörün toplam varyansın % 66,511'ini açıkladığı belirlenmiştir. Faktör analizi sonucu ayrılan bu iki faktör, "Çevre ve Sağlık Açısından Genel Özellikler" ve "Çevre ve Sağlık Açısından Özel Özellikler" olarak adlandırılmıştır.

6 maddeden oluşan doğal sakızlara karşı bakış açısı ölçeğine ait güvenilirlik analizi sonucunda, ölçeğin güvenilirliği % 80,9 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğe uygulanan madde analizi sonucunda ise ölçekten herhangi bir madde çıkarımına gerek duyulmamıştır. Ölçeğe uygulanan faktör analizi sonucunda, analizin uygunluğunu ifade eden bir indis olan KMO değeri 0,769 olarak hesaplanmış olup, pilot çalışma için kullanılan 80 kişilik pilot çalışma hacminin yeterli olduğu tespit edilmiştir. Doğal sakızlara karşı bakış açısı ölçeğine ait faktör analizi sonucu; ölçeğe ait maddeler 2 faktör altında toplanmış olup, söz konusu 2 faktörün

toplam varyansın % 77,081'ini açıkladığı belirlenmiştir. Faktör analizi sonucunda ayrılan bu iki faktör, "Çevre ve Sağlık Açısından Sakız Tercihi" ve "Fiyat Açısından Sakız Tercihi" olarak adlandırılmıştır.

3.2.4. Analiz yöntemi

Bu araştırmada veriler, SPSS 21 programı ile analiz edilmiştir. Katılımcıların araştırmada yer alan her ölçek için; ölçekteki her maddeye ilişkin tutumlarının ayrı ayrı frekans ve yüzde dağılımının yanı sıra, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri de hesaplanarak betimlenmiştir. Sakız satın almalarındaki önemli faktörler, doğal sakızlara karşı bakış açıları ve endüstriyel sakızlara karşı bakış açıları ölçek puanlarının katılımcıların demografik özelliklerine göre karşılaştırılmasında; verilerin dağılımı parametrik (normal) olduğundan, (iki grup için) t-testi ve (üç ve daha fazla grup için) Anova testi kullanılmıştır. Uygulanan Anova testi sonucunda, gruplar arasındaki farkın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek için post hoc testleri kullanılmıştır. Araştırmada katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler ile, endüstriyel ve doğal sakızlara karşı bakış açıları ölçeklerinin güvenilirlik analizi için Cronbach's Alpha katsayısına, geçerlilik analizi için ise faktör analizi sonuçlarına bakılmıştır.

3.2.5. Güvenilirlik analizleri

Güvenilirlik, bir ölçeğin ölçmek istediği şeyi tutarlı olarak ölçüm düzeyidir. (Peter 1979). Güvenilir bir ölçek, aynı şartlarda tekrar uygulandığında birbirine yakın sonuçlar vermelidir (Perreault ve Leigh 1989). Güvenilirlik analizinin; katılımcıların algılarının ölçülmesi istenen konuya göre, ölçülmek istenilen algının, bütün katılımcılar tarafından aynı şekilde algılanıp algılanmadığının belirlenmesi için pilot çalışmalarda uygulanması oldukça önemlidir. Pilot çalışmalarda uygulanan güvenilirlik analizi ile elde edilen sonuçlarda; ölçek içerisindeki bazı ifadelerin gerçek örnekleme uygulanmadan önce ölçekten çıkarılması veya ters çevrilmesi tespit edilebilir. Bu sebeple çalışmada, anket sorularının oluşturulmasının ardından, tesadüfi olarak seçilen 80 kişiye anket uygulanmış ve pilot çalışma yapılmıştır. Pilot çalışmaya katılan katılımcıların yanıtları ile anket formunun genel yapısı ve ölçeklerde yer alan ifadelerin içeriğine ait görüşleri değerlendirilmiştir.

Bu çalışmanın güvenilirlik analizinde "Alfa Katsayısı" (cronbach's alfa) dikkate alınmıştır. Bu değer 0,60 ve üzeri olması durumunda, söz konusu ölçek sosyal bilimlerde "güvenilir" kabul edilmektedir (Çinko ve ark. 2016). İstatistiksel olarak güvenilirlik analizi

sonucu elde edilen veriler 0-1 arasında puanlandırılmakta ve güven düzeyleri aşağıdaki puanlama sisteminde belirtildiği gibi yorumlanmaktadır (Kalaycı 2006):

- 0-0,40 Güvenilir değil
- 0,41-0,60 Düşük güvenilirlikte
- 0,61-0,80 Oldukça güvenilir
- 0,81-1,00 Yüksek güvenilirlik düzeyi

Çizelge 3.1'deki 7 maddeden oluşan sakız satın almalarındaki etkili faktörler ölçeğine ilişkin güvenilirlik katsayısı incelendiğinde, ölçeğe ait Cronbach's Alpha değerinin 0,783 olduğu görülmektedir. Bu değer, $0,60 < \text{Cronbach's Alpha} < 0,80$ arasında olduğundan ölçeğin "güvenilir" düzeyde olduğunu göstermektedir.

Çizelge 3.1 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Ölçeğine İlişkin Güvenilirlik Analizi

Cronbach's Alpha (Güvenilirlik Katsayısı)	Madde Sayısı
0,783	7

Çizelge 3.2'deki her bir maddenin toplam korelasyona olan etkileri incelendiğinde, 0,30'un altında yer alan herhangi bir ifade bulunmadığından ölçeğin güvenilirliğini olumsuz yönde etkilenmemiş ve ölçekten madde çıkarımı yapılmamıştır.

Çizelge 3.2 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Ölçeğindeki Her Bir Kriterin Güvenilirliğe Olan Katkısı

	Öğe silindiğinde ölçek ortalaması	Öğe silindiğinde ölçek varyansı	Düzeltilmiş madde-toplam korelasyon	Öğe silindiğinde güvenilirlik katsayısı
1. Markası	22,250	21,380	0,554	0,746
2. Ambalajı	23,780	18,202	0,630	0,730
3. İçeriği	21,740	24,981	0,448	0,770
4. Biçimi/Şekli	22,740	17,209	0,665	0,723
5. Tadı/Lezzeti	21,410	24,802	0,571	0,760
6. Yumuşaklığı	21,750	25,835	0,309	0,786
7. Reklam	21,740	21,209	0,528	0,751

3.2.6. Faktör analizi

Faktör analizi, öncelikli amacı aralarında ilişki olduğu varsayılan çok sayıda değişkenin ve bu değişkenler arasında yer alan ilişkilerin anlaşılıp yorumlanmasını kolaylaştırmak amacıyla, söz konusu değişkenleri daha az sayıda temel bir boyuta indirgemek veya özetlemek olan bir grup çok değişkenli analiz tekniğinin genel adıdır. Diğer bir ifade ile faktör analizi, aralarında ilişki yer alan çok sayıda değişkenden meydana gelen bir veri

grubuna ait temel faktörlerin ortaya çıkarılması ile birlikte, veri grubunda yer alan maddeler arasında bulunan ilişkilerin araştırmacı tarafından daha kolay anlaşılması için destek olmaktadır (Altunışık ve ark. 2015).

KMO testi: Faktör analizinin uygunluğunu ifade eden bir indistir. KMO değerinin 0.50'den düşük çıkması, faktör analizinin uygulandığı veri setinin uygunsuzluğunu gösterir. KMO değerinin yorumlanmasında aşağıdaki öneriler dikkate alınabilir (Hair ve ark. 1998):

0.50'nin altı “kabul edilemez”,

0.50 ve üzeri “zayıf”,

0.60 ve üzeri “vasat”,

0.70 ve üzeri “orta”,

0.80 ve üzeri “yüksek”.

KMO değerinin 0.50'den düşük çıkması durumunda, daha fazla anketi işleme katarak örneklem sayısının artırılması gerekmektedir. Genel ifade ile araştırmacılar için kabul edilebilir düzeydeki asgari KMO değeri 0.70'dir (Malhotra 1996).

Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler ölçeğine ilişkin KMO değerinin Çizelge 3.3'de 0,709 olduğu görülmektedir. KMO değeri (0,709) örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu ve Bartlett's testi sonuçları da ($p < 0.05$) verilerin normal dağılıma sahip olduğunu ifade etmektedir. Verilerin faktör analizi için uygun olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 3.3 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Ölçeğine İlişkin KMO Analizi

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliliği	0,709	
	Yaklaşık ki kare değeri	225,802
Küresellik ve bartlett testi	Serbestlik derecesi	21
	p değeri anlamlılık değeri	0,000

Çizelge 3.4'e göre, 7 maddeden oluşan katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler ölçeğinin 2 faktörlü olduğu görülmektedir. Buna göre, 2 faktör toplam varyansın % 68,961'ini; birinci faktör toplam varyansın % 46,095'ini, ikinci faktör de toplam varyansın % 22,866'sını açıklamaktadır.

Çizelge 3.4 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Ölçeğine İlişkin Faktör Öz değerleri ve Varyans Açıklama Yüzdeleri

Bileşen	Başlangıç Öz değerleri			Ektraksiyon toplamlar için kare yük değerleri		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	3,227	46,095	46,095	3,227	46,095	46,095
2	1,601	22,866	68,961	1,601	22,866	68,961
3	0,703	10,039	79,000			
4	0,524	7,481	86,481			
5	0,458	6,547	93,028			
6	0,277	3,959	96,987			
7	0,211	3,013	100,000			

7 maddeden oluşan ölçeğin faktör desenini ortaya koyabilmek için, faktörleşme yöntemi olarak “Temel Bileşenler Analizi”, döndürme yöntemi olarak da dik döndürme yöntemlerinden biri olan maksimum değişkenlik yöntemi “Varimax” seçilmiştir.

Çizelge 3.5 incelendiğinde, iki faktörlü çözümün en iyi sonucu vermiş olduğu görülmektedir. Anketi ve araştırma modelini oluşturan iki faktör (construct), kendi aralarında oldukça yüksek faktör yüklerine sahiptirler.

Çizelge 3.5 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörleri Ölçeğine Ait Geçerlilik Test Sonuçları

KRİTERLER	Faktör	
	1	2
Markası	0,716	
Ambalajı	0,651	
İçeriği		0,790
Biçimi/Şekli	0,861	
Tadı/Lezzeti		0,877
Yumuşaklığı		0,845
Reklam	0,851	

1. faktör altında toplam 4 kriter toplanmaktadır. Faktör altında toplanan kriterler sırası ile;

- Markası
- Ambalajı
- Biçimi/Şekli
- Reklam'dır.

Maddelere ait faktör yükleri 0,651-0,861 arasındadır. Maddeler incelendiğinde ilgili faktöre "Dışsal faktörler" adı verilmiştir.

2. faktör altında toplam 3 madde toplanmaktadır. Faktör altında toplanan maddeler sırası ile;

- İçeriği
- Tadı/Lezzeti
- Yumuşaklığı'dır.

Maddelere ait faktör yükleri 0,790-0,877 arasındadır. Maddeler incelendiğinde ilgili faktöre "İçsel faktörler" adı verilmiştir.

Çizelge 3.6 incelendiğinde, 7 maddeden oluşan endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı ölçeğine ilişkin güvenilirlik katsayısı incelendiğinde, ölçeğe ait Cronbach's Alpha değerinin 0,728 olarak hesaplandığı görülmektedir. Bu değer, $0,60 < \text{Cronbach's Alpha} < 0,80$ arasında olduğundan ölçeğin "güvenilir" düzeyde olduğunu göstermektedir.

Çizelge 3.6 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin Güvenirlik Analizi

Cronbach's Alpha (Güvenilirlik Katsayısı)	Madde Sayısı
0,728	7

Çizelge 3.7'deki her bir maddenin toplam korelasyona olan etkileri incelendiğinde 0,30'un altında olan 1 madde (3.Madde) tespit edilmiştir. İlgili maddenin ölçeğin güvenilirliğini düşürmesi nedeniyle ölçekten çıkarılmasına karar verilmiştir. Madde ölçekten çıkarıldıktan sonraki son hali Çizelge 3.8'de verilmiştir.

Çizelge 3.7 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğindeki Her Bir Kriterin Güvenirliğe Olan Katkısı

	Öge silindiğinde ölçek ortalaması	Öge silindiğinde ölçek varyansı	Düzeltilmiş madde-toplam korelasyon	Öge silindiğinde güvenilirlik katsayısı
1. Sakızı oluşturan hammaddeler ile ilgili bilgi sahibiyim.	24,350	5,268	0,550	0,674
2. Yere atılan endüstriyel sakızlar çevre açısından tehlike oluşturmaktadır.	22,530	7,797	0,331	0,721
3. Sakız yutmak sağlık için zararlıdır.	23,490	7,240	0,146	0,785
4. Endüstriyel sakızların sağlıklı olmadığını düşünüyorum.	23,480	6,151	0,649	0,646
5. Endüstriyel sakızlar katkı maddesi içermektedir.	23,100	7,281	0,431	0,702
6. Endüstriyel sakızlar kimyasal madde içermektedir.	23,990	6,342	0,640	0,652
7. Endüstriyel sakızların üretimi ve tüketimi çevreci değildir.	23,030	6,708	0,579	0,671

Çizelge 3.8 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğindeki Her Bir Kriterin Güvenirliğe Olan Katkısına Ait Son Durum

	Öge silindiğinde ölçek ortalaması	Öge silindiğinde ölçek varyansı	Düzeltilmiş madde- toplam korelasyon	Öge silindiğinde güvenilirlik katsayısı
1. Sakızı oluşturan hammadde ile ilgili bilgi sahibiyim.	20,51	3,671	0,694	0,726
2. Yere atılan endüstriyel sakızlar çevre açısından tehlike oluşturmaktadır.	18,69	6,445	0,31	0,796
3. Endüstriyel sakızların sağlıklı olmadığını düşünüyorum.	19,64	5,044	0,597	0,737
4. Endüstriyel sakızlar katkı maddesi içermektedir.	19,26	6,069	0,371	0,787
5. Endüstriyel sakızlar kimyasal madde içermektedir.	20,15	4,838	0,748	0,702
6. Endüstriyel sakızların üretimi ve tüketimi çevreci değildir.	19,19	5,395	0,588	0,743

Çizelge 3.9'da 7 maddeden 6 maddeye düşürülen ve yeni oluşan endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı ölçeğine ilişkin yeni güvenilirlik katsayısı incelendiğinde, ölçeğe ait yeni Cronbach's Alpha değerinin 0,785 olarak hesaplandığı görülmektedir. Bu değer, $0,60 < \text{Cronbach's Alpha} < 0,80$ arasında olduğundan ölçeğin "güvenilir" düzeyde olduğunu göstermektedir.

Çizelge 3.9 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin Yeni Güvenilirlik Analizi

Cronbach's Alpha (Güvenilirlik Katsayısı)	Madde Sayısı
0,785	6

Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı ölçeğine ilişkin KMO değerinin Çizelge 3.10'da 0,710 olduğu görülmektedir. KMO değeri (0,710) örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu ve Bartlett's testi sonuçları da ($p < 0,05$) verilerin normal dağılıma sahip olduğunu göstermektedir. Verilerin faktör analizine uygun olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 3.10 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin KMO Analizi

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliliği	0,710	
Küresellik ve Bartlett testi	Yaklaşık ki kare değeri	170,931
	Serbestlik derecesi	15
	p değeri anlamlılık değeri	0,000

Çizelge 3.11'de belirtilen sonuçlara göre 6 maddeden oluşan endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı ölçeğinin 2 faktörlü (boyutlu) olduğu görülmektedir. Buna göre, 2 faktör toplam varyansın % 66,511'ini; birinci faktör toplam varyansın % 49,781'ini, ikinci faktör de toplam varyansın % 16,730'unu açıklamaktadır.

Çizelge 3.11 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin Faktör Öz Değerleri ve Varyans Açıklama Yüzdeleri

Bileşen	Başlangıç Öz değerleri			Ektraksiyon toplamlar için kare yük değerleri		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	2,987	49,781	49,781	2,987	49,781	49,781
2	1,004	16,730	66,511	1,004	16,730	66,511
3	0,822	13,708	80,219			
4	0,588	9,793	90,012			
5	0,429	7,143	97,154			
6	0,171	2,846	100,000			

6 maddeden oluşan ölçeğin faktör desenini ortaya koyabilmek için, faktörleşme yöntemi olarak “Temel Bileşenler Analizi”, döndürme yöntemi olarak da dik döndürme yöntemlerinden biri olan maksimum değişkenlik yöntemi “Varimax” seçilmiştir.

Çizelge 3.12 incelendiğinde, iki faktörlü çözüm en iyi sonucu vermiş olduğu görülmektedir. Anketi ve araştırma modelini oluşturan iki faktör (construct), kendi aralarında oldukça yüksek faktör yüklerine sahiptirler.

Çizelge 3.12 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine Ait Geçerlilik Test Sonuçları

KRİTERLER	Faktör	
	1	2
1. Sakızı oluşturan hammaddeler ile ilgili bilgi sahibiyim.	0,914	
2. Yere atılan endüstriyel sakızlar çevre açısından tehlike oluşturmaktadır.		0,798
3. Endüstriyel sakızların sağlıklı olmadığını düşünüyorum.	0,673	
4. Endüstriyel sakızlar katkı maddesi içermektedir.		0,755
5. Endüstriyel sakızlar kimyasal madde içermektedir.	0,879	
6. Endüstriyel sakızların üretimi ve tüketimi çevreci değildir.	0,694	

1. faktör altında toplam 4 madde toplanmaktadır. Faktör altında toplanan maddeler sırası ile;

- Sakızı oluşturan hammaddeler ile ilgili bilgi sahibiyim.
- Endüstriyel sakızların sağlıklı olmadığını düşünüyorum.

- Endüstriyel sakızlar kimyasal madde içermektedir.
- Endüstriyel sakızların üretimi ve tüketimi çevreci değildir.

Maddelere ait faktör yükleri 0,673-0,879 arasındadır. Maddeler incelendiğinde ilgili faktöre "Çevre ve sağlık açısından genel özellikler" adı verilmiştir.

2. faktör altında toplam 2 madde toplanmaktadır. Faktör altında toplanan maddeler sırası ile;

- Yere atılan endüstriyel sakızlar çevre açısından tehlike oluşturmaktadır.
- Endüstriyel sakızlar katkı maddesi içermektedir.

Maddelere ait faktör yükleri 0,755-0,798 arasındadır. Maddeler incelendiğinde ilgili faktöre "Çevre ve sağlık açısından özel özellikler" adı verilmiştir.

Çizelge 3.13'deki 6 maddeden oluşan doğal sakızlara karşı bakış açısı ölçeğine ilişkin güvenilirlik katsayısı incelendiğinde, ölçeğe ait Cronbach's Alpha değerinin 0,612 olarak hesaplandığı görülmektedir. Bu değer, $0,60 < \text{Cronbach's Alpha} < 0,80$ arasında olduğundan ölçeğin "güvenilir" düzeyde olduğunu göstermektedir.

Çizelge 3.13 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin Güvenirlik Analizi

Cronbach's Alpha (Güvenilirlik Katsayısı)	Madde Sayısı
0,612	6

Çizelge 3.14'te her bir maddenin toplam korelasyona olan etkileri incelendiğinde 0,30'un altında olan 1 madde (3.Madde) olduğu belirlenmiştir. İlgili maddenin negatif değere sahip olması ve aynı zamanda diğer maddelere göre olumsuz bir yargı içermesi nedeniyle öncelikle ters çevrilme işlemi yapılmasına karar verilmiştir. Eğer ters çevrilme yapıldığında yine 0.30'un altında kalıyor veya ölçeğin güvenilirliğinin düşmesine neden oluyorsa o zaman maddenin ölçekten çıkarılmasına karar verilecektir. Madde ters çevrilerek ölçeğe dahil edildikten sonraki son hali Çizelge 3.14'te verilmiştir.

Çizelge 3.14 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğindeki Her Bir Kriterin Güvenirliliğe Olan Katkısına Ait Son Durum

	Öge silindiğinde ölçek ortalaması	Öge silindiğinde ölçek varyansı	Düzeltilmiş madde-toplam korelasyon	Öge silindiğinde güvenirlilik katsayısı
1. Doğal içeriğe sahip bir sakız daha sağlıklıdır.	16,950	11,111	0,575	0,792
2. Doğal içeriğe sahip bir sakız daha lezzetlidir.	18,075	8,197	0,618	0,773
3. Doğal içeriğe sahip bir sakız daha pahalıdır.	19,150	9,749	0,314	0,860
4. Kimyasal bazlar yerine doğal ham maddelerden oluşan bir sakız tüketmeyi tercih ederim.	17,300	10,086	0,744	0,759
5. Doğal içeriğe sahip bir sakız için daha fazla ücret ödeyebilirim.	18,038	8,340	0,745	0,734
6. Çevre kirliliğine yol açmayan ve yutulabilir özellikte doğal bir sakız tüketmeyi tercih ederim.	17,238	9,804	0,793	0,748

Çizelge 3.15’da 6 maddeden oluşan ve 3. madde ters çevrildikten sonra yeni oluşan doğal sakızlara karşı bakış açısı ölçeğine ilişkin yeni güvenirlilik katsayısı incelendiğinde, ölçeğe ait Cronbach’s Alpha değerinin 0,612’den 0,809’a yükseldiği görülmektedir. Bu değer, $0,80 < \text{Cronbach's Alpha} < 1,0$ arasında olduğundan ölçeğin "yüksek güvenilir" düzeyde olduğunu göstermektedir.

Çizelge 3.15 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin Yeni Güvenirlilik Analizi

Cronbach's Alpha (Güvenirlilik Katsayısı)	Madde Sayısı
0,809	6

Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı ölçeğine ilişkin KMO değerinin Çizelge 3.16’de 0,769 olduğu görülmektedir. KMO değeri (0,769) örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu ve Bartlett’s testi sonuçları da ($p < 0,05$) verilerin normal dağılıma sahip olduğunu göstermektedir. Verilerin faktör analizine uygun olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 3.16 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin KMO Analizi

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliliği	0,769	
Küresellik ve Bartlett testi	Yaklaşık ki kare değeri	302,034
	Serbestlik derecesi	15
	p değeri anlamlılık değeri	0,000

Çizelge 3.17'deki sonuçlara göre 6 maddeden oluşan doğal sakızlara karşı bakış açısı ölçeğinin 2 faktörlü (boyutlu) olduğu görülmektedir. Buna göre, 2 faktör toplam varyansın % 77,081'ini; birinci faktör toplam varyansın % 60,371'ini, ikinci faktör de toplam varyansın % 16,710'unu açıklamaktadır.

Çizelge 3.17 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin Faktör Öz Değerleri ve Varyans Açıklama Yüzdeleri

Bileşen	Başlangıç Öz değerleri			Ektraksiyon toplamlar için kare yük değerleri		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	3,622	60,371	60,371	3,622	60,371	60,371
2	1,003	16,710	77,081	1,003	16,710	77,081
3	0,594	9,894	86,975			
4	0,411	6,855	93,830			
5	0,299	4,977	98,807			
6	0,072	1,193	100,000			

6 maddeden oluşan ölçeğin faktör desenini ortaya koymabilmek için, faktörleşme yöntemi olarak “Temel Bileşenler Analizi”, döndürme yöntemi olarak da dik döndürme yöntemlerinden biri olan maksimum değişkenlik yöntemi “Varimax” seçilmiştir.

Çizelge 3.18 incelendiğinde, iki faktörlü çözümün en iyi sonucu vermiş olduğu görülmektedir. Anketi ve araştırma modelini oluşturan iki faktör (construct), kendi aralarında oldukça yüksek faktör yüklerine sahiptirler.

Çizelge 3.18 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine Ait Geçerlilik Test Sonuçları

KRİTERLER	Faktör	
	1	2
1. Doğal içeriğe sahip bir sakız daha sağlıklıdır.	0,731	
2. Doğal içeriğe sahip bir sakız daha lezzetlidir.	0,863	
3. Doğal içeriğe sahip bir sakız daha pahalıdır.		0,970
4. Kimyasal bazlar yerine doğal ham maddelerden oluşan bir sakız tüketmeyi tercih ederim.	0,900	
5. Doğal içeriğe sahip bir sakız için daha fazla ücret ödeyebilirim.		0,550
6. Çevre kirliliğine yol açmayan ve yutulabilir özellikte doğal bir sakız tüketmeyi tercih ederim.	0,865	

1. faktör altında toplam 4 madde toplanmaktadır. Faktör altında toplanan maddeler sırası ile;

- Doğal içeriğe sahip bir sakız daha sağlıklıdır.
- Doğal içeriğe sahip bir sakız daha lezzetlidir.

- Kimyasal bazlar yerine doğal ham maddelerden oluşan bir sakız tüketmeyi tercih ederim.
- Çevre kirliliğine yol açmayan ve yutulabilir özellikte doğal bir sakız tüketmeyi tercih ederim.

Maddelere ait faktör yükleri 0,731-0,900 arasındadır. Maddeler incelendiğinde ilgili faktöre "Çevre ve sağlık açısından sakız tercihi" adı verilmiştir.

2. faktör altında toplam 2 madde toplanmaktadır. Faktör altında toplanan maddeler sırası ile;

- Doğal içeriğe sahip bir sakız daha pahalıdır.
- Doğal içeriğe sahip bir sakız için daha fazla ücret ödeyebilirim.

Maddelere ait faktör yükleri 0,550-0,970 arasındadır. Maddeler incelendiğinde ilgili faktöre "Fiyat açısından sakız tercihi" adı verilmiştir.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde, anket verilerinin analizi sonucunda ortaya çıkan bulgular ve yorumlar sunulmuştur.

4.1. Araştırma Kapsamındaki Katılımcılara Ait Genel Bilgiler

Çizelge 4.1 Araştırmaya Katılan Kişilerin Demografik ve Genel Özellikleri

<u>DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER</u>		
Cinsiyet	Sayı	Yüzde(%)
Kadın	370	54,3
Erkek	311	45,7
Toplam	681	100,0
Yaş	Sayı	Yüzde(%)
18 yaş ve altı	26	3,8
19-29 yaş arası	413	60,6
30-39 yaş arası	54	7,9
40-49 yaş arası	73	10,7
50-59 yaş arası	46	6,8
60 yaş ve üzeri	69	10,1
Toplam	681	100,0
Eğitim Durumu	Sayı	Yüzde(%)
Okur yazar	56	8,2
İlköğretim	51	7,5
Lise	100	14,7
Önlisans	72	10,6
Lisans	229	33,6
Lisansüstü	173	25,4
Toplam	681	100,0
Meslek	Sayı	Yüzde(%)
Ev hanımı	41	6,0
Emekli	101	14,8
Öğrenci	164	24,1
Memur	46	6,8
Özel sektör çalışanı	329	48,3
Toplam	681	100,0
Gelir	Sayı	Yüzde(%)
0-500 TL	98	14,4
501-1500 TL	173	25,4
1501-2500 TL	236	34,7
2501-3000 TL	120	17,6
3001 TL ve üzeri	54	7,9
Toplam	681	100,0

Sigara Kullanma Durumu	Sayı	Yüzde(%)
Hayır	447	65,6
Evet	234	34,4
Toplam	681	100,0

GENEL ÖZELLİKLER

Sakız Çiğnemeyi Sevme Düzeyi	Sayı	Yüzde(%)
2 (sevmem)	40	5,9
3 (ne severim ne sevmem)	175	25,7
4 (severim)	307	45,1
5 (çok severim)	159	23,3
Toplam	681	100,0

Sakız Çiğneme Sıklığı	Sayı	Yüzde(%)
Günde 1 veya daha fazla	431	63,3
2-3 günde bir	60	8,8
Aklıma geldiğinde	190	27,9
Toplam	681	100,0

Tercih Edilen Sakız Çeşidi	Sayı	Yüzde(%)
Şekersiz sakız	183	26,9
Draje sakız	266	39,1
Tatlandırıcılı şerit sakız	184	27,0
Doğal sakız (damla sakızı, kenger sakızı, çam sakızı vb.)	48	7,0
Toplam	681	100,0

Sakız Alışverişinin Yapıldığı Yer	Sayı	Yüzde(%)
Bakkal	377	55,4
Süpermarket/Hipermarket	234	34,4
Aktar, semt pazarı, internet sitesi vb.	48	7,0
Arkadaşlarımdan/ailemden alırım	22	3,2
Toplam	681	100,0

Daha önce doğal sakız çeşitlerinden (damla sakızı, kenger sakızı, çam sakızı) herhangi birini tükettiniz mi?	Sayı	Yüzde(%)
Hayır	552	81,1
Evet	129	18,9
Toplam	681	100,0

Daha önce herhangi bir doğal sakızı tüketmemiş olmanızın sebebi nedir?	Sayı	Yüzde(%)
Diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor.	291	52,7
Tat ve aroma açısından beklentimi karşılamıyor.	79	14,3
Doğal sakızlar ile ilgili bilgi sahibi değilim.	122	22,1
Fiyatları bana göre pahalı.	30	5,4
Diğer	30	5,4
Toplam	552	100,0

Sizce hangi yaş grubunun doğal sakız tüketmesi daha önemlidir?	Sayı	Yüzde(%)
11 yaş ve altı	524	76,9
11 yaş üzeri	157	23,1
Toplam	681	100,0

Hastalıkların tedavisinde hap, iğne ve şuruba alternatif olarak "aromalı sakız" şeklinde ilaçlar sunulsa tercih eder misiniz?	Sayı	Yüzde(%)
Evet	612	89,9
Belki	69	10,1
Toplam	681	100,0

Araştırma kapsamındaki kişilerin demografik özellikleri incelendiğinde; % 54,3' ü kadın, % 45,7' si erkek; % 3,8' i 18 yaş ve altı, % 60,6' sı 19-29 yaş, % 7,9' u 30-39 yaş, % 10,7' si 40-49 yaş, % 6,8' i 50-59 yaş, % 10,1' i 60 yaş ve üzeri olarak belirlenmiştir. Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde % 8,2' si okuryazar, % 7,5' i ilköğretim, % 14,7' si lise, % 10,6' sı ön lisans, % 33,6' sı lisans, % 25,4' ü lisansüstü olarak belirlenmiştir. % 6' sı ev hanımı, % 14,8' i emekli, % 24,1' i öğrenci, % 6,8' i memur, % 48,3' ü özel sektör çalışanı olarak; gelir durumları incelendiğinde ise % 14,4' ü 0-500 TL, % 25,4' ü 501-1500 TL, % 34,7' si 1501-2500 TL, % 17,6' sı 2501-3000 TL, % 7,9' u 3001 TL ve üzeri olarak belirlenmiştir. Kişilerin % 65,6' sı sigara kullanmıyorken, % 34,4' ü sigara kullandıklarını bildirmişlerdir. Katılımcıların sakız çiğnemeyi sevme düzeyleri incelendiğinde % 5,9' u 2, % 25,7' si 3, % 45,1' i 4, % 23,3' ü 5 olarak belirlenmiştir. Sakız çiğneme sıklıkları incelendiğinde % 63,3' ü günde 1 veya daha fazla, % 8,8' i 2-3 günde bir, % 27,9' u aklıma geldiğinde olarak, tercih ettikleri sakız türleri incelendiğinde % 26,9' u şekersiz sakız, % 39,1' i draje sakız, % 27' si tatlandırıcı şerit sakız, % 7' si doğal sakız olarak belirlenmiştir. Kişilerin sakız alışverişlerini nereden yaptıkları incelendiğinde % 55,4' ü bakkal, % 34,4' ü süpermarket/hipermarket, % 7' si aktar, semt pazarı, internet sitesi vb., % 3,2' si arkadaşlarımdan/ailemden alırım olarak belirlenmiştir. % 81,1' i daha önce doğal sakız türlerinden herhangi birini tüketmemişken, % 18,9' unun tükettiği belirlenmiştir. Daha önce herhangi bir doğal sakız tüketmemiş olma sebepleri incelendiğinde % 52,7' si diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor, % 14,3' ü tat ve aroma açısından beklentimi karşılamıyor, % 22,1' u doğal sakızlar ile ilgili bilgi sahibi değilim, % 5,4' ü fiyatları bana göre pahalı, % 5,4' ü diğer olarak belirlenmiştir. Katılımcıların %76,9' u 11 yaş ve altının doğal sakız tüketmesinin daha önemli olduğunu düşünürken, % 23,1' i 11 yaş ve üzerinin doğal sakız tüketmesinin daha önemli olduğunu belirtmiştir. "Hastalıkların tedavisinde hap, iğne ve şuruba alternatif olarak "aromalı sakız" şeklinde ilaçlar sunulsa tercih eder misiniz?" sorusuna verilen cevaplara göre, katılımcıların % 89,9' u evet, % 10,1' i belki yanıtını vermiştir.

4.2. Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Ölçeğine İlişkin Görüşleri İle İlgili Bulgular

Bu bölümde anket verileri; katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler ölçeği algı düzeylerine ilişkin; aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine göre analiz edilmiş, bulgular betimlenmiş ve yorumlanmıştır.

Çizelge 4.2’de yer alan katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler ölçeği algısı incelendiğinde, sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının yüksek düzeyde ($\bar{X}=3,82$) olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algı düzeylerinin alt boyut algıları incelendiğinde, dışsal faktörler alt boyutuna ait algılarının orta düzeyde ($\bar{X}=3,37$) olduğu belirlenmiştir. Dışsal faktörler alt boyutuna ait en yüksek algıya sahip maddenin “Reklam” ($\bar{X}=4,12$) maddesi, en düşük algıya sahip maddenin ise “Ambalajı” ($\bar{X}=2,41$) maddesi olduğu görülmektedir. İçsel faktörler alt boyutuna ait algılarının çok yüksek düzeyde ($\bar{X}=4,28$) olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algı düzeylerinin içsel faktörler alt boyutuna ait algıları incelendiğinde ise en yüksek algıya sahip maddenin “Tadı/Lezzeti” ($\bar{X}=4,60$) maddesi, en düşük algıya sahip maddenin de “Yumuşaklığı” ($\bar{X}=4,09$) maddesi olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.2 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Ölçeğine İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Kriterler		Hiç Önemli Değil	Önemli Değil	Ne Önemli Ne Önemli	Önemli	Çok Önemli	\bar{X}	s.s.
Markası	f	85	22	76	377	121	3,63	1,185
	%	12,5	3,2	11,2	55,4	17,8		
Ambalajı	f	335	69	44	127	106	2,41	1,593
	%	49,2	10,1	6,5	18,6	15,6		
Biçim/Şekli	f	172	35	27	290	157	3,33	1,518
	%	25,3	5,1	4,0	42,6	23,1		
Reklam	f	43	11	163	68	396	4,12	1,201
	%	6,3	1,6	23,9	10,0	58,1		
Dışsal Faktörler Boyutu Ortalama=3,37								
İçeriği	f	15		29	449	188	4,17	0,700
	%	2,2		4,3	65,9	27,6		
Tadı/ Lezzeti	f	7			247	427	4,60	0,604
	%	1,0			36,3	62,7		
Yumuşaklığı	f	7		109	377	188	4,09	0,723
	%	1,0		16,0	55,4	27,6		
İçsel Faktörler Boyutu Ortalama=4,28								
Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Genel Ortalama=3,82								

Tüketiciler satın alma karar sürecinde; kişisel, psikolojik ve sosyal faktörlerden etkilenmelerinin yanı sıra pazarlama iletişimi uygulamalarından elde ettikleri bilgilerden de etkilenirler. Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler ölçeği algısı incelendiğinde, dışsal faktörler alt boyutuna ait en yüksek algıya sahip maddenin “Reklam” maddesi olduğu tespit edilmiştir. Reklam, pazarlama iletişim araçlarından biri olarak; doğru stratejilerle, ilgi uyandırıcı, dikkat çekici, yaratıcı, orijinal ve kaliteli yapımlarla tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde etki oluşturabilir (Kocabaş ve ark 1999).

İşlenmiş gıda ürünleri arasında sakız-şekerleme ve çikolatalı ürünler Dünya'da büyük bir pazara sahiptir. Bu pazar, tüketici talepleri ile doğru orantılı olarak her geçen gün daha da büyümektedir. Çikolatalı ürünler, Türkiye’de sakız-şekerleme ve çikolatalı ürünler sektörü altında yer almaktadır. Bu bağlamda Özdoğan (2007)' nin çalışmasında Türk çikolata sektörü ele alınmış, gençlerin çikolata tüketim alışkanlıkları, tüketim sıklıkları, çikolata tüketen tüketici profili ve tüketicilerin çikolata tüketimini etkileyen faktörler belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışma basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak seçilen, İzmir ilindeki 15-25 yaş arası 350 lise ve üniversite öğrencisinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha fazla çikolata tükettiği ve her gelir düzeyindeki gencin çikolata satın aldığı gözlemlenmiştir. Bu sonucu beslenme alışkanlıkları ile hormonların etkilediği düşünülmektedir. Araştırmanın bir diğer sonucu olarak da gençlerin çikolata ve ürünlerini satın alımını etkileyen en büyük etkenin “Lezzet” olduğu tespit edilmiştir. Diğer satın alma etkenleri ise sırasıyla fiyat, ürün çeşidi, ambalaj ve markadır.

Cinsiyet ile sakız satın alma ilişkisi:

Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler alt boyut algılarının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda Çizelge 4.3' de, dışsal faktörler alt boyut algılarının cinsiyet değişkenine göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t=2,708$; $p<0,05$). Kadın ($\bar{X}=3,26$) tüketicilerin dışsal faktörler algılarının, erkek ($\bar{X}=3,49$) tüketicilere göre daha düşük olduğu belirlenmiştir. İçsel faktörler alt boyut algıları cinsiyet değişkenine göre gruplar arasındaki farkı incelenmiş ve istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t=2,096$; $p<0,05$). Kadın ($\bar{X}=4,32$) tüketicilerin içsel faktörler algılarının, erkek ($\bar{X}=4,22$) tüketicilere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Sakız satın almalarındaki etkili faktörler algıları cinsiyet değişkenine göre gruplar arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t=2,890$; $p<0,05$). Kadın ($\bar{X}=3,72$) tüketicilerin sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının, erkek ($\bar{X}=3,80$) tüketicilere göre daha düşük olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.3 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları

	Cinsiyet	n	\bar{X}	Ss	t	p
Dışsal Faktörler	Kadın	370	3,26	1,09	2,708	0,008*
	Erkek	311	3,49	1,02		
İçsel Faktörler	Kadın	370	4,32	0,57	2,096	0,040*
	Erkek	311	4,22	0,53		
Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler	Kadın	370	3,72	0,75	2,890	0,005*
	Erkek	311	3,80	0,68		

* $p < 0,05$

Januszewska ve Viaene (2001)' nin, Belçika ve Polonya'nın başkentleri ile kuzey ve güneyde yer alan bir kaç şehirde gerçekleştirdikleri araştırmanın sonuçları çikolata ile ilgili ilginç sonuçlara dikkat çekmektedir. Bu araştırma duygusal, kültürel ve demografik farklılıklar göz önüne alınarak yapılmış ve araştırmacılar biri orta düzeyde şeker ve kakao içermek üzere (CP), 4 farklı çikolata tattırarak deneklerin fikirlerini almıştır. Araştırma ve testler sonucunda CP; vatandaşlık, cinsiyet ve demografik farklılar gözetilmeksizin en beğenilen çikolata olmuştur. Araştırma sonucuna göre çikolata beğenisi kültür, cinsiyet ya da kişisel farklılıktan ziyade; damak tadı, koku ve görüntü gibi faktörlerle ilişkilidir.

Sigara içme durumu ile sakız satın alma ilişkisi:

Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının, sigara içme durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda Çizelge 4.4' de, dışsal faktörler alt boyut algılarının sigara içme durumuna göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t = -6,594$; $p < 0,05$). Sigara içmeyenlerin ($\bar{X} = 3,19$) dışsal faktörler algılarının, sigara içenlere ($\bar{X} = 3,70$) göre daha düşük olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının sigara içme durumuna göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t = -5,360$; $p < 0,05$). Sigara içmeyenlerin ($\bar{X} = 3,66$) sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının, sigara içenlere ($\bar{X} = 3,94$) göre daha düşük olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.4 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Sigara İçme Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları

	Sigara İçme Durumu	n	\bar{X}	Ss	t	p
Dışsal Faktörler	Hayır	447	3,19	1,12	-6,594	0,000*
	Evet	234	3,70	0,86		
İçsel Faktörler	Hayır	447	4,29	0,62	-5,360	0,418
	Evet	234	4,26	0,38		
Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler	Hayır	447	3,66	0,77	-5,360	0,000*
	Evet	234	3,94	0,56		

*p<0,05

Daha önce doğal sakız tüketim durumu ile sakız satın alma ilişkisi:

Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının, daha önce doğal sakız tüketme durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda Çizelge 4.5' de, dışsal faktörler alt boyut algılarının, daha önce doğal sakız tüketme durumuna göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (t=11,256; p<0,05). Hayır ($\bar{X}=3,60$) cevabı verenlerin dışsal faktörler algılarının, evet ($\bar{X}=2,37$) cevabı verenlere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.5 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Daha Önce Doğal Sakız Tüketme Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları

	Daha Önce Doğal Sakız Tüketim Durumu	n	\bar{X}	Ss	t	p
Dışsal Faktörler	Hayır	552	3,60	0,95	13,256	0,000*
	Evet	129	2,37	0,95		
İçsel Faktörler	Hayır	552	4,22	0,58	-7,593	0,000*
	Evet	129	4,51	0,32		
Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler	Hayır	552	3,87	0,72	11,219	0,000*
	Evet	129	3,29	0,47		

*p<0,05

İçsel duyuşsal faktörler alt boyut algılarının daha önce doğal sakız tüketme durumuna göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (t=-7,593; p<0,05). Hayır ($\bar{X}=4,22$) cevabı verenlerin içsel faktörler algılarının, evet ($\bar{X}=4,51$) cevabı verenlere göre daha düşük olduğu belirlenmiştir. Sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının, daha önce doğal sakız tüketme durumuna göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (t=11,219; p<0,05). Hayır ($\bar{X}=3,87$) cevabı verenlerin sakız satın

almalarındaki etkili faktörler algılarının, evet ($\bar{X}=3,29$) cevabı verenlere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Doğal sakız tüketiminin yararlı olduğu yaş düzeyi ile sakız satın alma ilişkisi:

Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının, doğal sakız tüketmenin yararlı olduğu yaş durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda Çizelge 4.6'da, dışsal faktörler alt boyut algılarının, doğal sakız tüketmenin yararlı olduğu yaş durumuna göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t=5,556$; $p<0,05$). 11 yaş ve altı ($\bar{X}=3,50$) cevabını verenlerin dışsal faktörler algılarının, 11 yaş üzeri ($\bar{X}=2,92$) cevabını verenlere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. İçsel faktörler alt boyut algılarının, doğal sakız tüketmenin yararlı olduğu yaş durumuna göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t=-3,047$; $p<0,05$). 11 yaş ve altı ($\bar{X}=4,24$) cevabını verenlerin içsel faktörler algılarının, 11 yaş üzeri ($\bar{X}=4,40$) cevabını verenlere göre daha düşük olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının, doğal sakız tüketmenin yararlı olduğu yaş durumuna göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t=3,967$; $p<0,05$). 11 yaş ve altı ($\bar{X}=3,82$) cevabını verenlerin sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının, 11 yaş üzeri ($\bar{X}=3,55$) cevabını verenlere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.6 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Doğal Sakız Tüketmenin Yararlı Olduğu Yaş Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları

	Doğal Sakız Tüketmenin Yararlı Olduğu Yaş	n	\bar{X}	Ss	t	p
Dışsal Faktörler	11 yaş ve altı	524	3,50	0,98	5,556	0,000*
	11 yaş üzeri	157	2,9	1,20		
İçsel Faktörler	11 yaş ve altı	524	4,24	0,55	-3,047	0,003*
	11 yaş üzeri	157	4,40	0,56		
Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler	11 yaş ve altı	524	3,82	0,70	3,967	0,000*
	11 yaş üzeri	157	3,55	0,75		

* $p<0,05$

Aromalı sakız şeklinde ilaç tercihi ile sakız satın alma ilişkisi:

Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının, hastalık tedavisinde aromalı sakız şeklinde ilaçların tercih edilmesine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda Çizelge 4.7'de, dışsal faktörler

alt boyut algılarının, hastalık tedavisinde aromalı sakız şeklinde ilaçların tercih edilmesine göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t=3,260$; $p<0,05$). Evet ($\bar{X}=3,41$) cevabını verenlerin dışsal faktörler algılarının, belki ($\bar{X}=2,97$) cevabını verenlere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların içsel faktörler alt boyut algılarının, hastalık tedavisinde aromalı sakız şeklinde ilaçların tercih edilmesi durumuna göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t=3,561$; $p<0,05$). Evet ($\bar{X}=4,30$) cevabını verenlerin içsel faktörler algılarının, belki ($\bar{X}=4,05$) cevabını verenlere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının, hastalık tedavisinde aromalı sakız şeklinde ilaçların tercih edilmesi durumuna göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t=2,890$; $p<0,05$). Evet ($\bar{X}=3,79$) cevabını verenlerin sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının, belki ($\bar{X}=3,44$) cevabını verenlere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.7 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Hastalık Tedavisinde Aromalı Sakız Şeklinde İlaçların Tercih Edilmesine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları

	Aromalı Sakız Şeklinde İlaçların Tercih Edilmesi	n	\bar{X}	Ss	t	p
Dışsal Faktörler	Evet	612	3,41	1,02	2,708	0,001*
	Belki	69	2,97	1,30		
İçsel Faktörler	Evet	612	4,30	0,48	2,096	0,040*
	Belki	69	4,05	0,97		
Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler	Evet	612	3,79	0,67	2,890	0,005*
	Belki	69	3,44	1,00		

* $p<0,05$

Yaş ile sakız satın alma ilişkisi:

Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının, yaşa göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.8'de dışsal faktörler alt boyut algılarının yaşa göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=30,665$; $p<0,05$). Katılımcıların dışsal faktörler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda, 18 yaş ve altı ile 60 yaş ve üzeri olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. 18 yaş ve altı ($\bar{X}=3,80$) olan katılımcıların dışsal faktörler algılarının, 60 yaş ve üzeri ($\bar{X}=2,23$) olan katılımcılardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

İçsel faktörler alt boyut algılarının yaşa göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=5,831; p<0,05). Katılımcıların içsel faktörler alt boyut algılarına ilişkin varyansların homojenlik testi sonucunda, farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda 18 yaş ve altı ile 60 yaş ve üzeri olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. 18 yaş ve altı ($\bar{X}=3,93$) olan katılımcıların içsel faktörler algılarının, 60 yaş ve üzeri ($\bar{X}=4,49$) olan katılımcılardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının yaşa göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=15,400; p<0,05). Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda 30-39 yaş ile 60 yaş ve üzeri olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. 30-39 yaş ($\bar{X}=3,99$) olan katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının, 60 yaş ve üzeri ($\bar{X}=3,20$) olan katılımcılardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.8 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Yaşa Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Yaş	n	\bar{X}	Ss	F	p	Tamhane
Dışsal Faktörler	18 yaş ve altı ⁽¹⁾	26	3,80	1,05	30,665	0,000*	(1-6)
	19-29 yaş arası ⁽²⁾	413	3,59	0,91			
	30-39 yaş arası ⁽³⁾	54	3,74	0,90			
	40-49 yaş arası ⁽⁴⁾	73	3,12	1,06			
	50-59 yaş arası ⁽⁵⁾	46	2,77	1,19			
	60 yaş ve üzeri ⁽⁶⁾	69	2,23	0,98			
İçsel Faktörler	18 yaş ve altı ⁽¹⁾	26	3,93	0,87	5,831	0,000*	(1-6)
	19-29 yaş arası ⁽²⁾	413	4,26	0,58			
	30-39 yaş arası ⁽³⁾	54	4,32	0,42			
	40-49 yaş arası ⁽⁴⁾	73	4,17	0,48			
	50-59 yaş arası ⁽⁵⁾	46	4,46	0,45			
	60 yaş ve üzeri ⁽⁶⁾	69	4,49	0,35			
Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler	18 yaş ve altı ⁽¹⁾	26	3,86	0,97	15,400	0,000*	(3-6)
	19-29 yaş arası ⁽²⁾	413	3,88	0,69			
	30-39 yaş arası ⁽³⁾	54	3,99	0,67			
	40-49 yaş arası ⁽⁴⁾	73	3,57	0,65			
	50-59 yaş arası ⁽⁵⁾	46	3,49	0,74			
	60 yaş ve üzeri ⁽⁶⁾	69	3,20	0,46			

*p<0,05

Eğitim durumu ile sakız satın alma ilişkisi:

Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algıları eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.9'da dışsal faktörler alt boyut algılarının eğitim durumuna göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=26,419$; $p<0,05$). Katılımcıların dışsal faktörler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda eğitim durumu okuryazar ile lisans ve lisansüstü olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Eğitim durumu okuryazar ($\bar{X}=1,77$) olan katılımcıların dışsal faktörler algılarının, lisans ($\bar{X}=3,63$) ve lisansüstü ($\bar{X}=3,82$) olan katılımcılardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.9 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Eğitim Durumu	n	\bar{X}	Ss	F	p	Tamhane
Dışsal Faktörler	Okur yazar ⁽¹⁾	56	1,77	0,79	49,605	0,000*	(1-3) (1-5) (1-6)
	İlköğretim ⁽²⁾	51	3,24	0,96			
	Lise ⁽³⁾	100	3,15	0,88			
	Önlisans ⁽⁴⁾	72	3,06	1,01			
	Lisans ⁽⁵⁾	229	3,63	1,00			
	Lisansüstü ⁽⁶⁾	173	3,82	0,77			
İçsel Faktörler	Okur yazar ⁽¹⁾	56	4,64	0,30	26,419	0,000*	(4-6)
	İlköğretim ⁽²⁾	51	4,05	0,13			
	Lise ⁽³⁾	100	4,13	0,59			
	Önlisans ⁽⁴⁾	72	3,79	0,97			
	Lisans ⁽⁵⁾	229	4,33	0,45			
	Lisansüstü ⁽⁶⁾	173	4,45	0,35			
Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler	Okur yazar ⁽¹⁾	56	3,00	0,35	35,506	0,000*	(1-6)
	İlköğretim ⁽²⁾	51	3,58	0,54			
	Lise ⁽³⁾	100	3,57	0,66			
	Önlisans ⁽⁴⁾	72	3,38	0,92			
	Lisans ⁽⁵⁾	229	3,93	0,68			
	Lisansüstü ⁽⁶⁾	173	4,09	0,53			

* $p<0,05$

İçsel faktörler alt boyut algılarının eğitim durumuna göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=49,605$; $p<0,05$). Katılımcıların içsel faktörler alt

boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda eğitim durumu ön lisans ile lisansüstü olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Eğitim durumu ön lisans ($\bar{X}=3,79$) olan katılımcıların içsel faktörler algılarının, lisansüstü ($\bar{X}=4,45$) olanlardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının eğitim durumuna göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=35,506$; $p<0,05$). Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda eğitim durumu okuryazar ile lisansüstü olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Eğitim durumu okuryazar ($\bar{X}=3,00$) olan katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının, lisansüstü ($\bar{X}=4,09$) olanlardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Meslek ile sakız satın alma ilişkisi:

Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının meslek durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.10'da dışsal faktörler alt boyut algılarının meslek durumuna göre gruplara arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=61,815$; $p<0,05$). Katılımcıların dışsal faktörler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda mesleği ev hanımı ile özel sektör çalışanı olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Mesleği ev hanımı ($\bar{X}=2,21$) olan katılımcıların dışsal faktörler algılarının, özel sektör ($\bar{X}=3,71$) çalışanlarından daha düşük olduğu görülmektedir.

İçsel faktörler alt boyut algılarının meslek durumuna göre gruplara arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=2,774$; $p<0,05$). Katılımcıların içsel faktörler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda mesleği emekli ile memur olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Mesleği emekli ($\bar{X}=4,41$) olan katılımcıların içsel faktörler algılarının, memur ($\bar{X}=4,19$) olan katılımcılardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının meslek durumuna göre gruplara arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=35,663$; $p<0,05$). Katılımcıların

sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda mesleği ev hanımı ile özel sektör çalışanı olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Mesleği ev hanımı ($\bar{X}=3,07$) olan katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının, özel sektör ($\bar{X}=3,96$) çalışanlarından daha düşük olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.10 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Mesleğe Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Meslek	n	\bar{X}	Ss	F	P	Tamhane
Dışsal Faktörler	Ev hanımı ⁽¹⁾	41	2,21	0,73	61,815	0,000*	(1-5)
	Emekli ⁽²⁾	101	2,34	0,92			
	Öğrenci ⁽³⁾	164	3,56	0,79			
	Memur ⁽⁴⁾	46	3,54	0,43			
	Özel sektör çalışanı ⁽⁵⁾	329	3,71	1,03			
İçsel Faktörler	Ev hanımı ⁽¹⁾	41	4,22	0,38	2,774	0,026*	(2-4)
	Emekli ⁽²⁾	101	4,41	0,36			
	Öğrenci ⁽³⁾	164	4,20	0,52			
	Memur ⁽⁴⁾	46	4,19	0,23			
	Özel sektör çalışanı ⁽⁵⁾	329	4,29	0,65			
Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler	Ev hanımı ⁽¹⁾	41	3,07	0,30	35,663	0,000*	(1-5)
	Emekli ⁽²⁾	101	3,23	0,42			
	Öğrenci ⁽³⁾	164	3,83	0,61			
	Memur ⁽⁴⁾	46	3,82	0,32			
	Özel sektör çalışanı ⁽⁵⁾	329	3,96	0,79			

*p<0,05

Gelir ile sakız satın alma ilişkisi:

Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algıları gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.11'de dışsal faktörler alt boyut algılarının gelir durumuna göre gruplara arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=23,609; p<0,05). Katılımcıların dışsal faktörler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda geliri 0-500 TL ile 2501-3000 TL olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. 0-500 TL ($\bar{X}=3,08$) olan katılımcıların dışsal faktörler algılarının, 2501-3000 TL ($\bar{X}=3,90$) olanlardan daha düşük olduğu görülmektedir.

İçsel faktörler alt boyut algılarının gelir durumuna göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=11,036$; $p<0,05$). Katılımcıların içsel faktörler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda geliri 1501-2500 TL ile 3001 TL ve üzeri olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Geliri 1501-2000 TL ($\bar{X}=4,20$) olan katılımcıların içsel faktörler algılarının, 2501-3000 TL ($\bar{X}=4,72$) olanlardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının gelir durumuna göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=26,094$; $p<0,05$). Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda geliri 0-500 TL ile 3000 TL ve üzeri olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Geliri 0-501 TL ($\bar{X}=3,56$) olan katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının, 3000 TL ve üzeri ($\bar{X}=4,42$) olanlardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.11 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Gelire Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Gelir	n	\bar{X}	Ss	F	P	Tamhane
Dışsal Faktörler	0-500 TL ⁽¹⁾	98	3,08	1,13	23,609	0,000*	(1-4)
	501-1500 TL ⁽²⁾	173	3,20	0,95			
	1501-2500 TL ⁽³⁾	236	3,15	1,06			
	2501-3000 TL ⁽⁴⁾	120	3,90	0,85			
	3001 TL ve üzeri ⁽⁵⁾	54	4,20	0,87			
İçsel Faktörler	0-500 TL ⁽¹⁾	98	4,20	0,61	11,036	0,000*	(3-5)
	501-1500 TL ⁽²⁾	173	4,26	0,34			
	1501-2500 TL ⁽³⁾	236	4,20	0,69			
	2501-3000 TL ⁽⁴⁾	120	4,32	0,39			
	3001 TL ve üzeri ⁽⁵⁾	54	4,72	0,40			
Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler	0-500 TL ⁽¹⁾	98	3,56	0,77	26,094	0,000*	(1-5)
	501-1500 TL ⁽²⁾	173	3,65	0,54			
	1501-2500 TL ⁽³⁾	236	3,60	0,76			
	2501-3000 TL ⁽⁴⁾	120	4,08	0,57			
	3001 TL ve üzeri ⁽⁵⁾	54	4,42	0,64			

* $p<0,05$

Sakız çiğnemeyi sevme düzeyi ile sakız satın alma ilişkisi:

Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının sakız çiğnemeyi sevme düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.12'de dışsal faktörler alt boyut algılarının sakız çiğnemeyi sevme düzeyine durumuna göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=8,884$; $p<0,05$). Katılımcıların dışsal faktörler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda sakız çiğnemeyi sevme düzeyi 3 ile 2 ve 4 olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Sakız çiğnemeyi sevme düzeyi 3 ($\bar{X}=3,05$) olan katılımcıların dışsal faktörler algılarının, 2 ($\bar{X}=3,55$) ve 4 ($\bar{X}=3,55$) olan katılımcılardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.12 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Sakız Çiğnemeyi Sevme Düzeyine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Sakız Çiğnemeyi Sevme Düzeyi	n	\bar{X}	Ss	F	P	Tamhane
Dışsal Faktörler	2 ⁽¹⁾	40	3,55	0,61	8,884	0,000*	(2-1)
	3 ⁽²⁾	175	3,05	0,95			
	4 ⁽³⁾	307	3,55	1,02			
	5 ⁽⁴⁾	159	3,32	1,26			
İçsel Faktörler	2 ⁽¹⁾	40	4,15	0,16	27,240	0,000*	(2-3)
	3 ⁽²⁾	175	4,01	0,68			
	4 ⁽³⁾	307	4,33	0,51			
	5 ⁽⁴⁾	159	4,51	0,38			
Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler	2 ⁽¹⁾	40	3,81	0,40	14,220	0,000*	(2-3)
	3 ⁽²⁾	175	3,46	0,73			
	4 ⁽³⁾	307	3,88	0,68			
	5 ⁽⁴⁾	159	3,83	0,76			

* $p<0,05$

İçsel faktörler alt boyut algılarının sakız çiğnemeyi sevme düzeyine göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=27,240$; $p<0,05$). Katılımcıların içsel faktörler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda sakız çiğnemeyi sevme düzeyi 3 ile 4 ve 5 olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Sakız çiğnemeyi sevme düzeyi 3 ($\bar{X}=4,01$) olan katılımcıların içsel faktörler algılarının, 4 ($\bar{X}=4,33$) ve 5 ($\bar{X}=4,51$) olan katılımcılardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının sakız çiğnemeyi sevme düzeyine göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=14,222$; $p<0,05$). Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda sakız çiğnemeyi sevme düzeyi 3 ile 4 olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Sakız çiğnemeyi sevme düzeyi 3 ($\bar{X}=3,46$) olan katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının, 4 ($\bar{X}=3,88$) olan katılımcılardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Sakız çiğneme sıklığı ile sakız satın alma ilişkisi:

Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının sakız çiğneme sıklığına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.13'de dışsal faktörler alt boyut algılarının sakız çiğneme sıklığına göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=21,419$; $p<0,05$). Katılımcıların dışsal faktörler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda sakız çiğneme sıklığı günde 1 veya daha fazla ile aklıma geldiğinde olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Sakız çiğneme sıklığı günde 1 veya daha fazla ($\bar{X}=3,54$) olan katılımcıların dışsal faktörler algılarının, aklıma geldiğinde ($\bar{X}=2,95$) olanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

İçsel faktörler alt boyut algılarının sakız çiğneme sıklığına göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=12,544$; $p<0,05$). Katılımcıların içsel faktörler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda sakız çiğneme sıklığı günde 1 veya daha fazla ile aklıma geldiğinde olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Sakız çiğneme sıklığı günde 1 veya daha fazla ($\bar{X}=4,35$) olan katılımcıların içsel faktörler algılarının, aklıma geldiğinde ($\bar{X}=4,11$) olanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının sakız çiğneme sıklığına göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=26,199$; $p<0,05$). Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda sakız çiğneme sıklığı günde 1 veya daha fazla ile

aklıma geldiğinde olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Sakız çiğneme sıklığı günde 1 veya daha fazla ($\bar{X}=3,88$) olan katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının, aklıma geldiğinde ($\bar{X}=3,45$) olanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.13 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Sakız Çiğneme Sıklığına Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Sakız Çiğneme Sıklığı	n	\bar{X}	Ss	F	P	Tamhane
Dışsal Faktörler	Günde 1 veya daha fazla ⁽¹⁾	431	3,54	1,04	21,419	0,000*	(1-3)
	2-3 günde bir ⁽²⁾	60	3,48	0,99			
	Aklıma geldiğinde ⁽³⁾	190	2,95	1,03			
İçsel Faktörler	Günde 1 veya daha fazla ⁽¹⁾	431	4,35	0,47	12,544	0,000*	(1-3)
	2-3 günde bir ⁽²⁾	60	4,32	0,42			
	Aklıma geldiğinde ⁽³⁾	190	4,11	0,72			
Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler	Günde 1 veya daha fazla ⁽¹⁾	431	3,88	0,67	26,199	0,000*	(1-3)
	2-3 günde bir ⁽²⁾	60	3,84	0,73			
	Aklıma geldiğinde ⁽³⁾	190	3,45	0,72			

*p<0,05

Tercih edilen sakız çeşidi ile sakız satın alma ilişkisi:

Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının tercih edilen sakız çeşidine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.14'de dışsal faktörler alt boyut algılarının tercih edilen sakız çeşidine göre gruplara arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=209,609; p<0,05). Katılımcıların dışsal faktörler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda şekerli sakız ile draje sakız tercih eden katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Tercih şekerli sakız ($\bar{X}=2,44$) olan katılımcıların dışsal faktörler algılarının, draje sakız ($\bar{X}=3,81$) olanlardan daha düşük olduğu görülmektedir.

İçsel faktörler alt boyut algılarının tercih edilen sakız çeşidine göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=8,710; p<0,05). Katılımcıların içsel faktörler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc

testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda şekeriz sakız ile doğal sakız tercih eden katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Tercih şekeriz sakız ($\bar{X}=4,27$) olan katılımcıların içsel faktörler algılarının, doğal sakız ($\bar{X}=4,66$) olanlardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının tercih edilen sakız çeşidine göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=96,950$; $p<0,05$). Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda şekeriz sakız ile draje sakız tercih eden katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Tercih şekeriz sakız ($\bar{X}=3,33$) olan katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının, draje sakız ($\bar{X}=3,99$) olanlardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.14 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Tercih Edilen Sakız Çeşidine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Tercih Edilen Sakız Çeşidi	n	\bar{X}	Ss	F	P	Tamhane
Dışsal Faktörler	Şekeriz sakız ⁽¹⁾	183	2,44	0,78	209,609	0,000*	(1-2)
	Draje sakız ⁽²⁾	266	3,81	0,87			
	Tatlandırıcı şerit sakız ⁽³⁾	184	4,01	0,59			
	Doğal sakız ⁽⁴⁾	48	2,00	0,69			
İçsel Faktörler	Şekeriz sakız ⁽¹⁾	183	4,27	0,37	8,710	0,000*	(1-4)
	Draje sakız ⁽²⁾	266	4,23	0,72			
	Tatlandırıcı şerit sakız ⁽³⁾	184	4,26	0,44			
	Doğal sakız ⁽⁴⁾	48	4,66	0,23			
Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler	Şekeriz sakız ⁽¹⁾	183	3,23	0,49	96,950	0,000*	(1-2)
	Draje sakız ⁽²⁾	266	3,99	0,76			
	Tatlandırıcı şerit sakız ⁽³⁾	184	4,11	0,49			
	Doğal sakız ⁽⁴⁾	48	3,14	0,32			

* $p<0,05$

Sakız satın alınan yer ile satın alma ilişkisi:

Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının sakızın alındığı yere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.15'de dışsal faktörler alt boyut algılarının sakızın alındığı

yere göre gruplara arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=136,012$; $p<0,05$). Katılımcıların dışsal faktörler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda süpermarket/hipermarket ile aktar, semt pazarı, internet sitesi vb. tercih eden katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Süpermarket/ hipermarket ($\bar{X}=4,15$) tercih eden katılımcıların dışsal faktörler algılarının; aktar, semt pazarı, internet sitesi vb ($\bar{X}=2,00$) tercih edenlerden daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.15 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Sakızın Alındığı Yere Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Sakızın Alındığı Yer	n	\bar{X}	Ss	F	P	Tamhane
Dışsal Faktörler	Bakkal ⁽¹⁾	377	3,14	0,94	136,012	0,000*	(2-3)
	Süpermarket/Hipermarket ⁽²⁾	234	4,15	0,68			
	Aktar, semt pazarı, internet sitesi vb. ⁽³⁾	48	2,00	0,69			
	Arkadaşlarımdan/ailemden alırım ⁽⁴⁾	22	2,04	0,84			
İçsel Faktörler	Bakkal ⁽¹⁾	377	4,17	0,46	78,224	0,000*	(3-4)
	Süpermarket/Hipermarket ⁽²⁾	234	4,48	0,35			
	Aktar, semt pazarı, internet sitesi vb. ⁽³⁾	48	4,66	0,23			
	Arkadaşlarımdan/ailemden alırım ⁽⁴⁾	22	3,04	1,43			
Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler	Bakkal ⁽¹⁾	377	3,58	0,60	134,616	0,000*	(2-4)
	Süpermarket/Hipermarket ⁽²⁾	234	4,29	0,49			
	Aktar, semt pazarı, internet sitesi vb. ⁽³⁾	48	3,14	0,32			
	Arkadaşlarımdan/ailemden alırım ⁽⁴⁾	22	2,47	1,05			

* $p<0,05$

İçsel faktörler alt boyut algılarının sakızın alındığı yere göre gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=78,224$; $p<0,05$). Katılımcıların içsel faktörler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda aktar, semt pazarı, internet sitesi vb. ile arkadaşlarımdan/ailemden alırım diyen katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Arkadaşlarımdan/ailemden alırım ($\bar{X}=3,04$) diyen katılımcıların içsel faktörler

algılarının; aktar, semt pazarı, internet sitesi vb ($\bar{X}=4,66$) tercih edenlerden daha düşük olduğu görülmektedir.

Sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının sakızın alındığı yere göre gruplara arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=134,616$; $p<0,05$). Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda süpermarket/hipermarket ile arkadaşlarımdan/ailemden alırım diyen katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Süpermarket/hipermarket ($\bar{X}=4,29$) tercih eden katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının; arkadaşlarımdan/ailemden alırım ($\bar{X}=2,47$) diyen katılımcılardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Doğal sakız tüketmeme nedenleri ile sakız satın alma ilişkisi:

Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının doğal sakız tüketmeme nedenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.16'da dışsal faktörler alt boyut algılarının doğal sakız tüketmeme nedenlerine göre gruplara arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=29,296$; $p<0,05$). Katılımcıların dışsal faktörler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda tat ve aroma açısından beklentimi karşılamıyor ile fiyatları bana göre pahalı diyen katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Tat ve aroma açısından beklentimi karşılamıyor ($\bar{X}=4,38$) diyen katılımcıların dışsal faktörler algılarının, fiyatları bana göre pahalı ($\bar{X}=2,83$) diyen katılımcılardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

İçsel faktörler alt boyut algılarının doğal sakız tüketmeme nedenlerine göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=17,396$; $p<0,05$). Katılımcıların içsel faktörler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda diğer ile fiyatları bana göre pahalı diyen katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Diğer ($\bar{X}=4,73$) diyen katılımcıların içsel faktörler algılarının, fiyatları bana göre pahalı ($\bar{X}=3,85$) diyen katılımcılardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının doğal sakız tüketmeme nedenlerine göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=20,979$;

p<0,05). Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda Tat ve aroma açısından beklentimi karşılamıyor ile fiyatları bana göre pahalı diyen katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Tat ve aroma açısından beklentimi karşılamıyor ($\bar{X}=4,43$) diyen katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının, fiyatları bana göre pahalı ($\bar{X}=3,27$) diyen katılımcılardan daha yüksek olduğu görülmektedir

Çizelge 4.16 Katılımcıların Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler Algı Düzeylerinin Doğal Sakız Tüketmeme Nedenlerine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Doğal Sakız Tüketmeme Nedenleri	n	\bar{X}	Ss	F	P	Tamhane
Dışsal Faktörler	Diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor. ⁽¹⁾	291	3,45	0,79	29,296	0,000*	(2-4)
	Tat ve aroma açısından beklentimi karşılamıyor. ⁽²⁾	79	4,38	0,51			
	Doğal sakızlar ile ilgili bilgi sahibi değilim. ⁽³⁾	122	3,80	1,08			
	Fiyatları bana göre pahalı. ⁽⁴⁾	30	2,83	0,74			
	Diğer ⁽⁵⁾	30	3,01	1,26			
İçsel Faktörler	Diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor. ⁽¹⁾	291	4,21	0,29	17,396	0,000*	(4-5)
	Tat ve aroma açısından beklentimi karşılamıyor. ⁽²⁾	79	4,49	0,47			
	Doğal sakızlar ile ilgili bilgi sahibi değilim. ⁽³⁾	122	4,05	0,98			
	Fiyatları bana göre pahalı. ⁽⁴⁾	30	3,85	0,40			
	Diğer ⁽⁵⁾	30	4,73	0,39			
Sakız Satın Almalarındaki Etkili Faktörler	Diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor. ⁽¹⁾	291	3,77	0,54	20,979	0,000*	(2-4)
	Tat ve aroma açısından beklentimi karşılamıyor. ⁽²⁾	79	4,43	0,42			
	Doğal sakızlar ile ilgili bilgi sahibi değilim. ⁽³⁾	122	3,91	1,01			
	Fiyatları bana göre pahalı. ⁽⁴⁾	30	3,27	0,52			
	Diğer ⁽⁵⁾	30	3,75	0,84			

*p<0,05

4.3. Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin Görüşleriyle İlgili

Bulgular

Bu bölümde anket verileri; katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı ölçeği algı düzeylerine ilişkin; aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine göre analiz edilmiş, bulgular betimlenmiş ve yorumlanmıştır.

Çizelge 4.17’de yer alan katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı ölçeği algısı incelendiğinde, doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının yüksek düzeyde ($\bar{X}=3,82$) olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların çevre ve sağlık açısından sakız tercihi algı düzeylerinin alt boyut algıları incelendiğinde, çevre ve sağlık açısından sakız tercihi alt boyutuna ait algılarının yüksek düzeyde ($\bar{X}=4,00$) olduğu belirlenmiştir. Çevre ve sağlık açısından sakız tercihi alt boyutuna ait en yüksek algıya sahip maddenin “Doğal içeriğe sahip bir sakız daha sağlıklıdır.” ($\bar{X}=4,32$) maddesi iken en düşük algıya sahip maddenin “Doğal içeriğe sahip bir sakız daha lezzetlidir.” ($\bar{X}=3,39$) maddesi olduğu görülmektedir. Fiyat açısından sakız tercihi alt boyutuna ait algılarının yüksek düzeyde ($\bar{X}=3,64$) olduğu belirlenmiştir. Fiyat açısından sakız tercihi alt boyutuna ait en yüksek algıya sahip maddenin “Doğal içeriğe sahip bir sakız daha pahalıdır.” ($\bar{X}=3,86$) maddesi iken en düşük algıya sahip maddenin “Doğal içeriğe sahip bir sakız için daha fazla ücret ödeyebilirim.” ($\bar{X}=3,41$) maddesi olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.17 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Kriterler		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	\bar{X}	s.s.
Doğal içeriğe sahip bir sakız daha sağlıklıdır.	f	-	-	-	462	219	4,32	0,467
	%	-	-	-	67,8	32,2		
Doğal içeriğe sahip bir sakız daha lezzetlidir.	f	16	162	147	255	101	3,39	1,073
	%	2,3	23,8	21,6	37,4	14,8		
Kimyasal bazlar yerine doğal ham maddelerden oluşan bir sakız tüketmeyi tercih ederim.	f	-	-	91	400	190	4,15	0,626
	%	-	-	13,4	58,7	27,9		
Çevre kirliliğine yol açmayan ve yutulabilir özellikte doğal bir sakız tüketmeyi tercih ederim.	f	-	-	80	430	171	4,13	0,593
	%	-	-	11,7	63,1	25,1		
Çevre ve Sağlık Açısından Sakız Tercihi Boyutu Ortalama=4,00								
Doğal içeriğe sahip bir sakız daha pahalıdır.	f	-	99	90	296	196	3,86	0,992
	%	-	14,5	13,2	43,5	28,8		
Doğal içeriğe sahip bir sakız için daha fazla ücret ödeyebilirim.	f	-	117	273	186	105	3,41	0,946
	%	-	17,2	40,1	27,3	15,4		
Fiyat Açısından Sakız Tercihi Boyutu Ortalama=3,64								
Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Genel Ortalama=3,82								

Cinsiyet ile doğal sakıza bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı alt boyut algılarının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda Çizelge 4.18'de, çevre ve sağlık açısından alt boyut algılarının cinsiyet değişkenine göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t=2,712$; $p<0,05$). Kadın ($\bar{X}=4,05$) katılımcıların çevre ve sağlık açısından algılarının, erkek ($\bar{X}=3,93$) katılımcılara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Doğal sakızlara karşı bakış açısı alt boyut algılarının cinsiyete göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($t=1,785$; $p>0,05$).

Çizelge 4.18 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları

	Cinsiyet	n	\bar{X}	Ss	t	p
Çevre ve Sağlık Açısından Sakız Tercihi	Kadın	370	4,05	0,55	2,712	0,007*
	Erkek	311	3,93	0,61		
Fiyat Açısından Sakız Tercihi	Kadın	370	3,61	0,49	-0,996	0,319
	Erkek	311	3,65	0,54		
Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı	Kadın	370	3,90	0,44	1,785	0,075
	Erkek	311	3,84	0,52		

* $p<0,05$

Sigara içme durumu ile doğal sakıza bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının sigara içme durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda Çizelge 4.19'da, çevre ve sağlık açısından alt boyut algıları sigara içme durumuna göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t=5,506$; $p<0,05$). Sigara içmeyen ($\bar{X}=4,08$) katılımcıların çevre ve sağlık açısından algılarının, sigara içenlere ($\bar{X}=3,83$) göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının sigara içme durumuna göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t=4,391$; $p<0,05$). Sigara içmeyen ($\bar{X}=3,93$) katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının, sigara içenlere ($\bar{X}=3,76$) göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.19 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Sigara İçme Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları

	Sigara İçme Durumu	n	\bar{X}	Ss	t	p
Çevre ve Sağlık Açısından Sakız Tercihi	Hayır	447	4,08	0,57	5,506	0,000*
	Evet	234	3,83	0,56		
Fiyat Açısından Sakız Tercihi	Hayır	447	3,63	0,51	0,020	0,984
	Evet	234	3,63	0,52		
Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı	Hayır	447	3,93	0,47	4,391	0,000*
	Evet	234	3,76	0,48		

*p<0,05

Daha önce doğal sakız tüketim durumu ile doğal sakıza bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının daha önce doğal sakız tüketme durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda Çizelge 4.20'de, çevre ve sağlık açısından alt boyut algılarının daha önce doğal sakız tüketme durumuna göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (t=-11,801; p<0,05). Hayır ($\bar{X}=3,88$) cevabını veren katılımcıların çevre ve sağlık açısından algılarının, evet ($\bar{X}=4,49$) cevabını verenlere göre daha düşük olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.20 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Daha Önce Doğal Sakız Tüketme Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları

	Daha Önce Doğal Sakız Tüketme Durumu	n	\bar{X}	Ss	t	p
Çevre ve Sağlık Açısından Sakız Tercihi	Hayır	552	3,88	0,52	-11,801	0,000*
	Evet	129	4,49	0,55		
Fiyat Açısından Sakız Tercihi	Hayır	552	3,58	0,51	-6,026	0,000*
	Evet	129	3,87	0,49		
Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı	Hayır	552	3,78	0,43	-11,772	0,000*
	Evet	129	4,28	0,46		

*p<0,05

Fiyat açısından sakız tercihi algılarının daha önce doğal sakız tüketme durumuna göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (t=-6,026; p<0,05). Hayır ($\bar{X}=3,58$) cevabını veren katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler algılarının, evet ($\bar{X}=3,87$) cevabını verenlere göre daha düşük olduğu belirlenmiştir. Doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının, daha önce doğal sakız tüketme durumuna göre gruplar arasındaki farkı,

istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t=11,772$; $p<0,05$). Hayır ($\bar{X}=3,78$) cevabını veren katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının, evet ($\bar{X}=4,28$) cevabını verenlere göre daha düşük olduğu belirlenmiştir.

Doğal sakız tüketiminin yararlı olduğu yaş düzeyi ile doğal sakıza bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının, doğal sakız tüketmenin yararlı olduğu yaş durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda Çizelge 4.21'de, çevre ve sağlık açısından sakız tercihi alt boyut algılarının doğal sakız tüketmenin yararlı olduğu yaş durumuna göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t=-2,627$; $p<0,05$). 11 yaş ve altı ($\bar{X}=3,96$) diyen katılımcıların çevre ve sağlık açısından sakız tercihi algılarının, 11 yaş üzeri ($\bar{X}=4,10$) diyenlere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Fiyat açısından sakız tercihi alt boyut algılarının, doğal sakız tüketmenin yararlı olduğu yaş durumuna göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t=-5,059$; $p<0,05$). 11 yaş ve altı ($\bar{X}=3,58$) diyen katılımcıların fiyat açısından sakız tercihi algılarının, 11 yaş üzeri ($\bar{X}=3,81$) diyenlere göre daha düşük olduğu belirlenmiştir. Doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının doğal sakız tüketmenin yararlı olduğu yaş durumuna göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t=-3,919$; $p<0,05$). 11 yaş ve altı ($\bar{X}=3,83$) diyen katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının, 11 yaş üzeri ($\bar{X}=4,00$) diyenlere göre daha düşük olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.21 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Doğal Sakız Tüketmenin Yararlı Olduğu Yaş Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları

	Doğal Sakız Tüketmenin Yararlı Olduğu Yaş	n	\bar{X}	Ss	t	p
Çevre ve Sağlık Açısından Sakız Tercihi	11 yaş ve altı	524	3,96	0,53	-2,234	0,027*
	11 yaş üzeri	157	4,10	0,72		
Fiyat Açısından Sakız Tercihi	11 yaş ve altı	524	3,58	0,51	-5,059	0,000*
	11 yaş üzeri	157	3,81	0,51		
Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı	11 yaş ve altı	524	3,83	0,43	-3,919	0,001*
	11 yaş üzeri	157	4,00	0,60		

* $p<0,05$

Aromalı sakız şeklinde ilaç tercihi ile doğal sakıza bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının, hastalık tedavisinde aromalı sakız şeklinde ilaçların tercih edilmesine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini

belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda Çizelge 4.22'de, fiyat açısından sakız tercihi alt boyut algılarının hastalık tedavisinde aromalı sakız şeklinde ilaçların tercih edilmesine göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t=2,441$; $p<0,05$). Evet ($\bar{X}=3,65$) diyen katılımcıların fiyat açısından sakız tercihi algılarının, belki ($\bar{X}=3,49$) diyenlere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Doğal sakızlara karşı bakış açısı alt boyut algılarının, hastalık tedavisinde aromalı sakız şeklinde ilaçların tercih edilmesine göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($t=1,667$; $p>0,05$).

Çizelge 4.22 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Hastalık Tedavisinde Aromalı Sakız Şeklinde İlaçların Tercih Edilmesine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları

	Aromalı Sakız Şeklinde İlaçların Tercihi	n	\bar{X}	Ss	t	p
Çevre ve Sağlık Açısından Sakız Tercihi	Evet	612	4,00	0,55	1,311	0,194
	Belki	69	3,88	0,79		
Fiyat Açısından Sakız Tercihi	Evet	612	3,65	0,50	2,441	0,015*
	Belki	69	3,49	0,63		
Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı	Evet	612	3,89	0,45	1,667	0,100
	Belki	69	3,75	0,67		

* $p<0,05$

Yaş ile doğal sakıza bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının, yaşa göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.23'de, çevre ve sağlık açısından sakız tercihi alt boyut algılarının yaşa göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=32,951$; $p<0,05$). Çevre ve sağlık açısından sakız tercihi alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda 18 yaş ve altı ile 60 yaş ve üzeri olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. 18 yaş ve altı ($\bar{X}=4,00$) olan katılımcıların çevre ve sağlık açısından sakız tercihi algılarının, 60 yaş ve üzeri ($\bar{X}=3,75$) olanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Fiyat açısından sakız tercihi alt boyut algılarının yaşa göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=9,435$; $p<0,05$). Katılımcıların fiyat açısından sakız tercihi alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda 18 yaş ve altı ile 50-59 yaş, 60 yaş ve üzeri olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. 18 yaş ve altı ($\bar{X}=3,25$) olan katılımcıların fiyat açısından sakız tercihi algılarının, 50-59 yaş

($\bar{X}=4,38$) ile 60 yaş ve üzeri ($\bar{X}=4,50$) olanlardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının yaşa göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=30,420$; $p<0,05$). Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda 18 yaş ve altı ile 50-59 yaş olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. 18 yaş ve altı ($\bar{X}=3,50$) olan katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının, 50-59 yaş ($\bar{X}=4,06$) olanlardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.23 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Yaşa Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Yaş	n	\bar{X}	Ss	F	p	Tamhane
Çevre ve Sağlık Açısından Sakız Tercihi	18 yaş ve altı ⁽¹⁾	26	4,00	0,55	32,951	0,000*	(1-6)
	19-29 yaş arası ⁽²⁾	413	3,88	0,79			
	30-39 yaş arası ⁽³⁾	54	3,65	0,50			
	40-49 yaş arası ⁽⁴⁾	73	3,49	0,63			
	50-59 yaş arası ⁽⁵⁾	46	3,89	0,45			
	60 yaş ve üzeri ⁽⁶⁾	69	3,75	0,67			
Fiyat Açısından Sakız Tercihi	18 yaş ve altı ⁽¹⁾	26	3,25	0,21	9,435	0,000*	(1-5) (1-6)
	19-29 yaş arası ⁽²⁾	413	3,88	0,50			
	30-39 yaş arası ⁽³⁾	54	4,09	0,45			
	40-49 yaş arası ⁽⁴⁾	73	4,08	0,62			
	50-59 yaş arası ⁽⁵⁾	46	4,38	0,75			
	60 yaş ve üzeri ⁽⁶⁾	69	4,50	0,44			
Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı	18 yaş ve altı ⁽¹⁾	26	3,50	0,42	30,420	0,000*	(1-5)
	19-29 yaş arası ⁽²⁾	413	3,58	0,49			
	30-39 yaş arası ⁽³⁾	54	3,58	0,64			
	40-49 yaş arası ⁽⁴⁾	73	3,59	0,43			
	50-59 yaş arası ⁽⁵⁾	46	4,06	0,53			
	60 yaş ve üzeri ⁽⁶⁾	69	3,79	0,50			

* $p<0,05$

Eğitim durumu ile doğal sakıza bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.24'de, çevre ve sağlık açısından sakız tercihi alt boyut algılarının eğitim durumuna göre gruplara arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=45,272$;

p<0,05). Katılımcıların çevre ve sağlık açısından sakız tercihi alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda eğitim durumu okuryazar ile ön lisans ve lisansüstü olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Eğitim durumu ön lisans ($\bar{X}=3,44$) olan katılımcıların çevre ve sağlık açısından sakız tercihi algılarının, okuryazar ($\bar{X}=4,70$) ve lisansüstü ($\bar{X}=4,17$) olanlardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.24 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Eğitim Durumu	n	\bar{X}	Ss	F	p	Tamhane
Çevre ve Sağlık Açısından Sakız Tercihi	Okur yazar ⁽¹⁾	56	4,70	0,35	45,272	0,000*	(1-4) (6-4)
	İlköğretim ⁽²⁾	51	4,01	0,67			
	Lise ⁽³⁾	100	3,90	0,57			
	Önlisans ⁽⁴⁾	72	3,44	0,49			
	Lisans ⁽⁵⁾	229	3,90	0,50			
	Lisansüstü ⁽⁶⁾	173	4,17	0,45			
Fiyat Açısından Sakız Tercihi	Okur yazar ⁽¹⁾	56	3,89	0,20	9,578	0,000*	(4-6)
	İlköğretim ⁽²⁾	51	3,59	0,55			
	Lise ⁽³⁾	100	3,56	0,57			
	Önlisans ⁽⁴⁾	72	3,42	0,26			
	Lisans ⁽⁵⁾	229	3,57	0,59			
	Lisansüstü ⁽⁶⁾	173	3,78	0,46			
Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı	Okur yazar ⁽¹⁾	56	4,43	0,24	42,588	0,000*	(1-4)
	İlköğretim ⁽²⁾	51	3,87	0,51			
	Lise ⁽³⁾	100	3,79	0,51			
	Önlisans ⁽⁴⁾	72	3,43	0,32			
	Lisans ⁽⁵⁾	229	3,79	0,44			
	Lisansüstü ⁽⁶⁾	173	4,04	0,38			

*p<0,05

Fiyat açısından sakız tercihi alt boyut algılarının eğitim durumuna göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=9,578; p<0,05). Katılımcıların fiyat açısından sakız tercihi alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda eğitim durumu ön lisans ile lisansüstü olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Eğitim durumu ön lisans ($\bar{X}=3,42$) olan katılımcıların fiyat açısından sakız tercihi algılarının, lisansüstü ($\bar{X}=3,78$) olanlardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının eğitim durumuna göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=42,588$; $p<0,05$). Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda eğitim durumu okuryazar ile ön lisans olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Eğitim durumu okuryazar ($\bar{X}=4,43$) olan katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının, ön lisans ($\bar{X}=3,43$) olanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Meslek ile doğal sakıza bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının meslek durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.25'de, çevre ve sağlık açısından sakız tercihi alt boyut algılarının meslek durumuna göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=63,640$; $p<0,05$). Katılımcıların çevre ve sağlık açısından sakız tercihi alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda özel sektör çalışanı ile ev hanımı ve emekli olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Özel sektörde ($\bar{X}=3,80$) çalışan katılımcıların çevre ve sağlık açısından sakız tercihi algılarının, ev hanımı ve emekli ($\bar{X}=4,54$) olanlardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Fiyat açısından sakız tercihi alt boyut algılarının meslek durumuna göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=4,724$; $p<0,05$). Katılımcıların fiyat açısından sakız tercihi alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda emekli ile özel sektörde çalışan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Emekli ($\bar{X}=3,79$) olan katılımcıların fiyat açısından sakız tercihi algılarının, özel sektörde ($\bar{X}=3,57$) çalışanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının meslek durumuna göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=49,385$; $p<0,05$). Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda emekli ile öğrenci olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Emekli ($\bar{X}=4,29$) katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının, öğrenci ($\bar{X}=3,75$) olanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.25 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Mesleğe Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Meslek	n	\bar{X}	Ss	F	P	Tamhane
Çevre ve Sağlık Açısından Sakız Tercihi	Ev hanımı ⁽¹⁾	41	4,54	0,43	63,640	0,000*	(5-1)
	Emekli ⁽²⁾	101	4,54	0,44			
	Öğrenci ⁽³⁾	164	3,83	0,39			
	Memur ⁽⁴⁾	46	4,26	0,39			
	Özel sektör çalışanı ⁽⁵⁾	329	3,80	0,57			
Fiyat Açısından Sakız Tercihi	Ev hanımı ⁽¹⁾	41	3,70	0,24	4,724	0,001*	(5-2)
	Emekli ⁽²⁾	101	3,79	0,53			
	Öğrenci ⁽³⁾	164	3,60	0,33			
	Memur ⁽⁴⁾	46	3,78	0,54			
	Özel sektör çalışanı ⁽⁵⁾	329	3,57	0,59			
Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı	Ev hanımı ⁽¹⁾	41	4,26	0,28	49,385	0,000*	(2-3)
	Emekli ⁽²⁾	101	4,29	0,42			
	Öğrenci ⁽³⁾	164	3,75	0,33			
	Memur ⁽⁴⁾	46	4,10	0,35			
	Özel sektör çalışanı ⁽⁵⁾	329	3,72	0,49			

* $p < 0,05$

Gelir ile doğal sakıza bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algıları gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.26'da, çevre ve sağlık açısından sakız tercihi alt boyut algılarının gelir durumuna göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=5,854$; $p < 0,05$). Katılımcıların çevre ve sağlık açısından sakız tercihi alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda geliri 501-1500 TL ile 2501-3000 TL olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Geliri 501-1500 TL ($\bar{X}=4,16$) olan katılımcıların çevre ve sağlık açısından sakız tercihi algılarının, geliri 2501-3000 TL ($\bar{X}=3,87$) olanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Fiyat açısından sakız tercihi alt boyut algılarının gelir durumuna göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=3,151$; $p < 0,05$). Katılımcıların fiyat açısından sakız tercihi alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda geliri 1501-2500 TL ile 501-1500 TL olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Geliri 1501-2000 TL ($\bar{X}=3,58$) olan katılımcıların fiyat açısından sakız tercihi

algılarının, geliri 501-1500 TL ($\bar{X}=3,73$) olanlardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının gelir durumuna göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=6,306$; $p<0,05$). Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda geliri 501-1500 TL ile 2500-3000 TL olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Geliri 501-1500 TL ($\bar{X}=4,02$) olan katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının, geliri 2500-3000 TL ($\bar{X}=3,78$) olanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.26 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Gelire Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Gelir	n	\bar{X}	Ss	F	P	Tamhane
Çevre ve Sağlık Açısından Sakız Tercihi	0-500 TL ⁽¹⁾	98	4,00	0,65	5,854	0,000*	(2-4)
	501-1500 TL ⁽²⁾	173	4,16	0,41			
	1501-2500 TL ⁽³⁾	236	3,92	0,63			
	2501-3000 TL ⁽⁴⁾	120	3,87	0,55			
	3001 TL ve üzeri ⁽⁵⁾	54	4,00	0,63			
Fiyat Açısından Sakız Tercihi	0-500 TL ⁽¹⁾	98	3,58	0,28	3,151	0,014*	(2-3)
	501-1500 TL ⁽²⁾	173	3,73	0,46			
	1501-2500 TL ⁽³⁾	236	3,58	0,58			
	2501-3000 TL ⁽⁴⁾	120	3,60	0,59			
	3001 TL ve üzeri ⁽⁵⁾	54	3,72	0,50			
Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı	0-500 TL ⁽¹⁾	98	3,86	0,47	6,306	0,000*	(2-4)
	501-1500 TL ⁽²⁾	173	4,02	0,36			
	1501-2500 TL ⁽³⁾	236	3,81	0,53			
	2501-3000 TL ⁽⁴⁾	120	3,78	0,50			
	3001 TL ve üzeri ⁽⁵⁾	54	3,91	0,47			

* $p<0,05$

Sakız çiğnemeyi sevme düzeyi ile doğal sakıza bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algıları sakız çiğnemeyi sevme düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.27'de, çevre ve sağlık açısından sakız tercihi alt boyut algılarının sakız çiğnemeyi sevme düzeyine durumuna göre gruplara arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=5,917$; $p<0,05$). Katılımcıların çevre ve sağlık açısından sakız tercihi alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda sakız

çiğnemeyi sevme düzeyi 2 ile 4 olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Sakız çiğnemeyi sevme düzeyi 2 ($\bar{X}=4,16$) olan katılımcıların çevre ve sağlık açısından sakız tercihi algılarının, 4 ($\bar{X}=3,91$) olanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının sakız çiğnemeyi sevme düzeyine durumuna göre gruplara arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=5,632$; $p<0,05$). Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda sakız çiğnemeyi sevme düzeyi 2 ile 4 olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Sakız çiğnemeyi sevme düzeyi 2 ($\bar{X}=4,05$) olan katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının, 4 ($\bar{X}=3,81$) olanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.27 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Sakız Çiğnemeyi Sevme Düzeyine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Sakız Çiğnemeyi Sevme Düzeyi	n	\bar{X}	Ss	F	P	Tamhane
Çevre ve Sağlık Açısından Sakız Tercihi	2 ⁽¹⁾	40	4,16	0,22	5,917	0,001*	(1-3)
	3 ⁽²⁾	175	4,11	0,47			
	4 ⁽³⁾	307	3,91	0,67			
	5 ⁽⁴⁾	159	3,97	0,52			
Fiyat Açısından Sakız Tercihi	2 ⁽¹⁾	40	3,83	0,44	2,469	0,061	-
	3 ⁽²⁾	175	3,64	0,54			
	4 ⁽³⁾	307	3,60	0,52			
	5 ⁽⁴⁾	159	3,64	0,49			
Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı	2 ⁽¹⁾	40	4,05	0,19	5,632	0,001*	(1-3)
	3 ⁽²⁾	175	3,96	0,42			
	4 ⁽³⁾	307	3,81	0,54			
	5 ⁽⁴⁾	159	3,86	0,45			

* $p<0,05$

Sakız çiğneme sıklığı ile doğal sakıza bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algıları sakız çiğneme sıklığına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.28'de, çevre ve sağlık açısından sakız tercihi alt boyut algılarının sakız çiğneme sıklığına göre gruplara arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=18,813$; $p<0,05$). Katılımcıların çevre ve sağlık açısından sakız tercihi alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi

kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda sakız çiğneme sıklığı günde 1 veya daha fazla ile aklıma geldiğinde olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Sakız çiğneme sıklığı günde 1 veya daha fazla ($\bar{X}=3,89$) olan katılımcıların çevre ve sağlık açısından sakız tercihi algılarının, aklıma geldiğinde ($\bar{X}=4,19$) olanlardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Fiyat açısından sakız tercihi alt boyut algılarının sakız çiğneme sıklığına göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=4,534$; $p<0,05$). Katılımcıların fiyat açısından sakız tercihi alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda sakız çiğneme sıklığı günde 1 veya daha fazla ile aklıma geldiğinde olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Sakız çiğneme sıklığı günde 1 veya daha fazla ($\bar{X}=3,67$) olan katılımcıların fiyat açısından sakız tercihi algılarının, aklıma geldiğinde ($\bar{X}=3,54$) olanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.28 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Sakız Çiğneme Sıklığına Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Sakız Çiğneme Sıklığı	n	\bar{X}	Ss	F	P	Tamhane
Çevre ve Sağlık Açısından Sakız Tercihi	Günde 1 veya daha fazla ⁽¹⁾	431	3,89	0,57	18,813	0,000*	(1-3)
	2-3 günde bir ⁽²⁾	60	4,06	0,80			
	Aklıma geldiğinde ⁽³⁾	190	4,19	0,46			
Fiyat Açısından Sakız Tercihi	Günde 1 veya daha fazla ⁽¹⁾	431	3,67	0,51	4,534	0,011*	(1-3)
	2-3 günde bir ⁽²⁾	60	3,70	0,58			
	Aklıma geldiğinde ⁽³⁾	190	3,54	0,50			
Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı	Günde 1 veya daha fazla ⁽¹⁾	431	3,82	0,47	7,681	0,001*	(1-3)
	2-3 günde bir ⁽²⁾	60	3,94	0,68			
	Aklıma geldiğinde ⁽³⁾	190	3,97	0,40			

* $p<0,05$

Doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının sakız çiğneme sıklığına göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=7,681$; $p<0,05$). Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda sakız çiğneme sıklığı günde 1 veya daha fazla ile aklıma geldiğinde olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Sakız çiğneme sıklığı günde 1 veya daha fazla ($\bar{X}=3,82$) olan katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının,

aklıma geldiğinde ($\bar{X}=3,97$) olanlardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Tercih edilen sakız çeşidi ile doğal sakıza bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algıları tercih edilen sakız çeşidine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.29'da, çevre ve sağlık açısından sakız tercihi alt boyut algılarının tercih edilen sakız çeşidine göre gruplara arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=101,282$; $p<0,05$). Katılımcıların çevre ve sağlık açısından sakız tercihi alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda tatlandırıcılı şerit sakız ile doğal sakız tercih eden katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Tatlandırıcılı şerit sakız ($\bar{X}=3,62$) tercih eden katılımcıların çevre ve sağlık açısından sakız tercihi algılarının, doğal sakız ($\bar{X}=4,87$) tercih eden katılımcılardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Fiyat açısından sakız tercihi alt boyut algılarının tercih edilen sakız çeşidine göre gruplara arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=22,832$; $p<0,05$). Katılımcıların fiyat açısından sakız tercihi alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda tatlandırıcılı şerit sakız ile doğal sakız tercih eden katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Tatlandırıcılı şerit sakız ($\bar{X}=3,47$) tercih eden katılımcıların fiyat açısından sakız tercihi algılarının, doğal sakız ($\bar{X}=4,12$) tercih eden katılımcılardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Doğal sakızlara karşı bakış açısı alt boyut algılarının tercih edilen sakız çeşidine göre gruplara arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=94,036$; $p<0,05$). Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda tatlandırıcılı şerit sakız ile doğal sakız tercih eden katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Tatlandırıcılı şerit sakız ($\bar{X}=3,57$) tercih eden katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının, doğal sakız ($\bar{X}=4,62$) tercih edenlerden daha düşük olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.29 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Tercih Edilen Sakız Çeşidine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Tercih Edilen Sakız Çeşidi	n	\bar{X}	Ss	F	P	Tamhane
Çevre ve Sağlık Açısından Sakız Tercihi	Şekersiz sakız ⁽¹⁾	183	4,21	0,50	101,282	0,000*	(3-4)
	Draje sakız ⁽²⁾	266	3,94	0,51			
	Tatlandırıcılı şerit sakız ⁽³⁾	184	3,62	0,46			
	Doğal sakız ⁽⁴⁾	48	4,87	0,21			
Fiyat Açısından Sakız Tercihi	Şekersiz sakız ⁽¹⁾	183	3,60	0,46	22,832	0,000*	(3-4)
	Draje sakız ⁽²⁾	266	3,68	0,58			
	Tatlandırıcılı şerit sakız ⁽³⁾	184	3,47	0,44			
	Doğal sakız ⁽⁴⁾	48	4,12	0,21			
Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı	Şekersiz sakız ⁽¹⁾	183	4,01	0,40	94,036	0,000*	(3-4)
	Draje sakız ⁽²⁾	266	3,85	0,44			
	Tatlandırıcılı şerit sakız ⁽³⁾	184	3,57	0,40			
	Doğal sakız ⁽⁴⁾	48	4,62	0,18			

*p<0,05

Sakız satın alınan yer ile doğal sakıza bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algıları sakızın satın alındığı yere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.30'da, çevre ve sağlık açısından sakız tercihi alt boyut algılarının sakızın alındığı yere göre gruplara arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=48,071; p<0,05). Katılımcıların çevre ve sağlık açısından sakız tercihi alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda bakkal ile aktar, semt pazarı, internet sitesi vb. tercih eden katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bakkal ($\bar{X}=3,90$) tercih eden katılımcıların çevre ve sağlık açısından sakız tercihi algılarının; aktar, semt pazarı, internet sitesi vb ($\bar{X}=4,87$) tercih edenlerden daha düşük olduğu görülmektedir.

Fiyat açısından sakız tercihi alt boyut algılarının sakızın alındığı yere göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=35,120; p<0,05). Katılımcıların fiyat açısından sakız tercihi alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda bakkal ile aktar, semt pazarı, internet sitesi vb. tercih eden katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bakkal ($\bar{X}=3,49$) tercih eden katılımcıların fiyat açısından sakız tercihi algılarının; aktar, semt pazarı, internet sitesi vb ($\bar{X}=4,12$) tercih edenlerden daha düşük olduğu görülmektedir.

Doğal sakızlara karşı bakış açısı alt boyut algılarının sakızın alındığı yere göre gruplara arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=55,891$; $p<0,05$). Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda bakkal ile aktar, semt pazarı, internet sitesi vb. tercih eden katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bakkal ($\bar{X}=3,76$) tercih eden katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının; aktar, semt pazarı, internet sitesi vb ($\bar{X}=4,62$) olanlardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.30 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Sakızın Alındığı Yere Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Sakızın Alındığı Yer	n	\bar{X}	Ss	F	P	Tamhane
Çevre ve Sağlık Açısından Sakız Tercihi	Bakkal ⁽¹⁾	377	3,90	0,55	48,071	0,000*	(1-3)
	Süpermarket/Hipermarket ⁽²⁾	234	3,96	0,52			
	Aktar, semt pazarı, internet sitesi vb. ⁽³⁾	48	4,87	0,21			
	Arkadaşlarımdan/ ailemden alırım ⁽⁴⁾	22	4,03	0,63			
Fiyat Açısından Sakız Tercihi	Bakkal ⁽¹⁾	377	3,49	0,49	35,120	0,000*	(1-3)
	Süpermarket/ Hipermarket ⁽²⁾	234	3,78	0,52			
	Aktar, semt pazarı, internet sitesi vb. ⁽³⁾	48	4,12	0,21			
	Arkadaşlarımdan/ailemden alırım ⁽⁴⁾	22	3,50	0,00			
Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı	Bakkal ⁽¹⁾	377	3,76	0,43	55,891	0,000*	(1-3)
	Süpermarket/Hipermarket ⁽²⁾	234	3,90	0,47			
	Aktar, semt pazarı, internet sitesi vb. ⁽³⁾	48	4,62	0,18			
	Arkadaşlarımdan/ailemden alırım ⁽⁴⁾	22	3,85	0,42			

* $p<0,05$

Doğal sakız tüketmeme nedenleri ile doğal sakıza bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algıları doğal sakız tüketmeme nedenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.31'de, çevre ve sağlık açısından sakız tercihi alt boyut algılarının doğal sakız tüketmeme nedenlerine göre gruplara arasındaki fark istatistiksel

olarak anlamlı bulunmuştur ($F=55,819$; $p<0,05$). Katılımcıların çevre ve sağlık açısından sakız tercihi alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor ile doğal sakızlar ile ilgili bilgi sahibi değilim cevabını veren katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor ($\bar{X}=4,09$) diyen katılımcıların çevre ve sağlık açısından sakız tercihi algılarının, doğal sakızlar ile ilgili bilgi sahibi değilim ($\bar{X}=3,56$) diyen katılımcılardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.31 Katılımcıların Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Doğal Sakız Tüketmeme Nedenlerine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Doğal Sakız Tüketmeme Nedenleri	n	\bar{X}	Ss	F	P	Tamhane
Çevre ve Sağlık Açısından Sakız Tercihi	Diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor. ⁽¹⁾	291	4,09	0,40	55,819	0,000*	(1-3)
	Tat ve aroma açısından beklentimi karşılamıyor. ⁽²⁾	79	3,43	0,27			
	Doğal sakızlar ile ilgili bilgi sahibi değilim. ⁽³⁾	122	3,56	0,54			
	Fiyatları bana göre pahalı. ⁽⁴⁾	30	4,15	0,38			
	Diğer ⁽⁵⁾	30	3,96	0,71			
Fiyat Açısından Sakız Tercihi	Diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor. ⁽¹⁾	291	3,75	0,44	33,804	0,000*	(1-3)
	Tat ve aroma açısından beklentimi karşılamıyor. ⁽²⁾	79	3,20	0,50			
	Doğal sakızlar ile ilgili bilgi sahibi değilim. ⁽³⁾	122	3,57	0,46			
	Fiyatları bana göre pahalı. ⁽⁴⁾	30	3,43	0,25			
	Diğer ⁽⁵⁾	30	3,06	0,55			
Doğal Sakızlara Karşı Bakış Açısı	Diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor. ⁽¹⁾	291	3,98	0,34	61,752	0,000*	(1-3)
	Tat ve aroma açısından beklentimi karşılamıyor. ⁽²⁾	79	3,35	0,19			
	Doğal sakızlar ile ilgili bilgi sahibi değilim. ⁽³⁾	122	3,56	0,41			
	Fiyatları bana göre pahalı. ⁽⁴⁾	30	3,91	0,29			
	Diğer ⁽⁵⁾	30	3,66	0,61			

* $p<0,05$

Fiyat açısından sakız tercihi alt boyut algılarının doğal sakız tüketmeme nedenlerine göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=33,804$; $p<0,05$). Katılımcıların fiyat açısından sakız tercihi alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor ile doğal sakızlar ile ilgili

bilgi sahibi değilim cevabını veren katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görölmektedir. Diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor ($\bar{X}=3,75$) diyen katılımcıların fiyat açısından sakız tercihi algılarının, doğal sakızlar ile ilgili bilgi sahibi değilim ($\bar{X}=3,57$) diyen katılımcılardan daha yüksek olduğu görölmektedir.

Doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının doğal sakız tüketmeme nedenlerine göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=61,752$; $p<0,05$). Katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor ile doğal sakızlar ile ilgili bilgi sahibi değilim cevabını veren katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görölmektedir. Diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor ($\bar{X}=3,98$) diyen katılımcıların doğal sakızlara karşı bakış açısı algılarının, doğal sakızlar ile ilgili bilgi sahibi değilim ($\bar{X}=3,56$) diyen katılımcılardan daha yüksek olduğu görölmektedir.

4.4. Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin Görüşleriyle İlgili Bulgular

Bu bölümde anket verileri; katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı ölçeği algı düzeylerine ilişkin; aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine göre analiz edilmiş, bulgular betimlenmiş ve yorumlanmıştır.

Çizelge 4.32’ de yer alan katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı ölçeği algısı incelendiğinde, endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının yüksek düzeyde ($\bar{X}=4,06$) olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların çevre ve sağlık açısından genel özellikler algı düzeylerinin alt boyut algıları incelendiğinde, çevre ve sağlık açısından genel özellikler alt boyutuna ait algılarının yüksek düzeyde ($\bar{X}=3,66$) olduğu belirlenmiştir. Çevre ve sağlık açısından genel özellikler alt boyutuna ait en yüksek algıya sahip maddenin “Endüstriyel sakızların tüketimi çevreci değildir” ($\bar{X}=4,41$) maddesi iken en düşük algıya sahip maddenin “Sakızı oluşturan ham maddeler ile ilgili bilgi sahibiyim” ($\bar{X}=3,00$) maddesi olduğu görülmektedir. Özel özellikler alt boyutuna ait algılarının çok yüksek düzeyde ($\bar{X}=4,53$) olduğu belirlenmiştir. Özel özellikler alt boyutuna ait en yüksek algıya sahip maddenin “Yere atılan endüstriyel sakızlar çevre açısından tehlike oluşturmaktadır” ($\bar{X}=4,82$) maddesi iken en düşük algıya sahip maddenin “Endüstriyel sakızlar katkı maddesi içermektedir” ($\bar{X}=3,24$) maddesi olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.32 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Kriterler		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	\bar{X}	s.s.
Sakızı oluşturan ham maddeler ile ilgili bilgi sahibiyim.	f	15	203	277	136	50	3,00	0,93
	%	2,2	29,8	40,7	20,0	7,3		
Endüstriyel sakızların sağlıklı olmadığını düşünüyorum.	f		6	159	430	86	3,88	0,61
	%		0,9	23,3	63,1	12,6		
Endüstriyel sakızlar kimyasal madde içermektedir.	f		9	450	178	44	3,38	0,62
	%		1,3	66,1	26,1	6,5		
Endüstriyel sakızların tüketimi çevreci değildir.	f			27	348	306	4,41	0,56
	%			4,0	51,1	44,9		
Çevre ve Sağlık Açısından Genel Özellikler Boyutu Ortalama=3,66								
Yere atılan endüstriyel sakızlar çevre açısından tehlike oluşturmaktadır.	f				121	484	4,82	0,38
	%				17,8	82,2		
Endüstriyel sakızlar katkı maddesi içermektedir.	F			18	484	179	4,24	0,48
	%			2,6	71,1	26,3		
Özel Özellikler Boyutu Ortalama=4,53								
Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Genel Ortalama=4,06								

Endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algıları incelendiğinde, endüstriyel sakızların katkı maddesi içerdiğini düşünen katılımcıların oldukça fazla olduğu tespit edilmiştir. Sakız teknolojisinde kullanılan katkı maddeleri olarak tatlandırıcı ve renklendiriciler başta gelmektedir. Avrupa Birliği'nde tüketicilerin %46'sının nane, %24'ü ise nane ve meyve karışımı aromalı sakızları tüketmektedirler (Hearty ve ark 2014). Bu aromalar, yeşil renk ile bağdaştırılmaktadır. Bu bağlamda Palabıyık (2017)'nin çalışmasında *Nannochloropsis sp.*, *Isochrysis galbana* ve *Tetraselmis sp.* mikroalg türlerinin, kütlece %1 ve %3 oranında kullanılarak şekerli sakız model gıdasında doğal yeşil renklendirici olarak kullanılması araştırılmış, sakıza farklı tonlarda yeşil renk kazandırmada başarılı olduğu ve bu amaçla kullanılabilir doğal bir alternatif renklendirici olduğu tespit edilmiştir.

Cinsiyet ile endüstriyel sakızlara bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı alt boyut algılarının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda Çizelge 4.33'de, çevre ve sağlık açısından genel özellikler, özel özellikler, endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algıları cinsiyet değişkenine göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p>0,05$).

Çizelge 4.33 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları

	Cinsiyet	n	\bar{X}	Ss	t	p
Çevre ve Sağlık Açısından Genel Özellikler	Kadın	370	3,64	0,47	-1,081	0,280
	Erkek	311	3,69	0,65		
Özel Özellikler	Kadın	370	4,51	0,34	-1,190	0,236
	Erkek	311	4,54	0,35		
Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı	Kadın	370	3,93	0,36	-1,265	0,206
	Erkek	311	3,97	0,51		

* $p<0,05$

Sigara içme durumu ile endüstriyel sakızlara bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı alt boyut algılarının, sigara içme durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda Çizelge 4.34'de, çevre ve sağlık açısından genel özellikler, özel özellikler, endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algıları sigara içme durumuna göre gruplar arasındaki

fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p>0,05$).

Çizelge 4.34 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Sigara İçme Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları

	Sigara İçme Durumu	n	\bar{X}	Ss	t	p
Çevre ve Sağlık Açısından Genel Özellikler	Hayır	447	3,69	0,60	1,570	0,117
	Evet	234	3,61	0,47		
Özel Özellikler	Hayır	447	4,53	0,34	0,667	0,505
	Evet	234	4,51	0,34		
Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı	Hayır	447	3,97	0,46	1,521	0,129
	Evet	234	3,91	0,39		

* $p<0,05$

Daha önce doğal sakız tüketme durumu ile endüstriyel sakızlara bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı alt boyut algılarının, daha önce doğal sakız tüketme durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda Çizelge 4.35'de, çevre ve sağlık açısından genel özellikler, özel özellikler, endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algıları daha önce doğal sakız tüketme durumuna göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p>0,05$).

Çizelge 4.35 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Daha Önce Doğal Sakız Tüketme Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları

	Daha Önce Doğal Sakız Tüketme Durumu	n	\bar{X}	Ss	t	p
Çevre ve Sağlık Açısından Genel Özellikler	Hayır	552	3,55	0,49	1,691	0,091
	Evet	129	4,16	0,56		
Özel Özellikler	Hayır	552	4,49	0,33	0,667	0,505
	Evet	129	4,69	0,35		
Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı	Hayır	552	3,86	0,38	1,521	0,129
	Evet	129	4,34	0,44		

* $p<0,05$

Doğal sakız tüketiminin yararlı olduğu yaş düzeyi ile endüstriyel sakızlara bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının, doğal sakız tüketiminin yararlı olduğu yaş düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda Çizelge 4.36'da, çevre ve sağlık açısından genel

özellikler alt boyut algıları doğal sakız tüketmenin yararlı olduğu yaş düzeyine göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t=-4,142$; $p<0,05$). 11 yaş ve altı ($\bar{X}=3,60$) cevabını verenlerin çevre ve sağlık açısından genel özellikleri algılarının, 11 yaş üzeri ($\bar{X}=3,86$) cevabını verenlere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının doğal sakız tüketmenin yararlı olduğu yaş durumuna göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t=-3,734$; $p<0,05$). 11 yaş ve altı ($\bar{X}=3,91$) cevabını verenlerin endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının, 11 yaş üzeri ($\bar{X}=4,09$) cevabını verenlere göre daha düşük olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.36 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Doğal Sakız Tüketmenin Yararlı Olduğu Yaş Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları

	Doğal Sakız Tüketmenin Yararlı Olduğu Yaş	n	\bar{X}	Ss	t	p
Çevre ve Sağlık Açısından Genel Özellikler	11 yaş ve altı	524	3,60	0,48	-4,142	0,000*
	11 yaş üzeri	157	3,86	0,75		
Çevre ve Sağlık Açısından Özel Özellikler	11 yaş ve altı	524	4,52	0,32	-1,007	0,315
	11 yaş üzeri	157	4,55	0,41		
Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı	11 yaş ve altı	524	3,91	0,37	-3,734	0,000*
	11 yaş üzeri	157	4,09	0,59		

* $p<0,05$

Aromalı sakız tüketim tercihi ile endüstriyel sakızlara bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının hastalık tedavisinde aromalı sakız şeklinde ilaçların tercih edilmesine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda Çizelge 4.37'de, çevre ve sağlık açısından genel özellikler alt boyut algıları hastalık tedavisinde aromalı sakız şeklinde ilaçların tercih edilmesine göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t=2,879$; $p<0,05$). Evet ($\bar{X}=3,69$) diyen katılımcıların çevre ve sağlık açısından genel özellikler algılarının, belki ($\bar{X}=3,45$) diyen katılımcılara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 4.37 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Hastalık Tedavisinde Aromalı Sakız Şeklinde İlaçların Tercih Edilmesine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları

	Aromalı Sakız Şeklinde İlaçların Tercihi	n	\bar{X}	Ss	t	p
Çevre ve Sağlık Açısından Genel Özellikler	Evet	612	3,69	0,55	2,879	0,005*
	Belki	69	3,45	0,64		
Özel Özellikler	Evet	612	4,54	0,34	2,140	0,035*
	Belki	69	4,43	0,39		
Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı	Evet	612	3,97	0,42	2,952	0,004*
	Belki	69	3,78	0,51		

* $p < 0,05$

Yaş ile endüstriyel sakızlara bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının yaşa göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.38'de, çevre ve sağlık açısından genel özellikler alt boyut algılarının yaşa göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=37,092$; $p < 0,05$). Çevre ve sağlık açısından genel özellikler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda 19-29 yaş ile 60 yaş ve üzeri olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. 19-29 yaş ($\bar{X}=3,64$) olan katılımcıların çevre ve sağlık açısından genel özellikler algılarının, 60 yaş ve üzeri ($\bar{X}=4,29$) olanlardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Özel özellikler alt boyut algılarının yaşa göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=9,385$; $p < 0,05$). Katılımcıların özel özellikler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda 19-29 yaş ile 40-49 yaş olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. 19-29 yaş ($\bar{X}=4,53$) olan katılımcıların özel özellikler algılarının, 40-49 yaş ($\bar{X}=4,30$) olanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.38 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Yaşa Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Yaş	n	\bar{X}	Ss	F	p	Tamhane
Çevre ve Sağlık Açısından Genel Özellikler	18 yaş ve altı ⁽¹⁾	26	2,83	0,32	37,092	0,000*	(2-6)
	19-29 yaş arası ⁽²⁾	413	3,64	0,49			
	30-39 yaş arası ⁽³⁾	54	3,57	0,56			
	40-49 yaş arası ⁽⁴⁾	73	3,54	0,40			
	50-59 yaş arası ⁽⁵⁾	46	3,71	0,65			
	60 yaş ve üzeri ⁽⁶⁾	69	4,29	0,54			
Özel Özellikler	18 yaş ve altı ⁽¹⁾	26	4,48	0,41	9,385	0,000*	(2-4)
	19-29 yaş arası ⁽²⁾	413	4,53	0,34			
	30-39 yaş arası ⁽³⁾	54	4,59	0,19			
	40-49 yaş arası ⁽⁴⁾	73	4,30	0,29			
	50-59 yaş arası ⁽⁵⁾	46	4,60	0,37			
	60 yaş ve üzeri ⁽⁶⁾	69	4,64	0,36			
Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı	18 yaş ve altı ⁽¹⁾	26	3,38	0,29	31,554	0,000*	(2-6)
	19-29 yaş arası ⁽²⁾	413	3,94	0,38			
	30-39 yaş arası ⁽³⁾	54	3,91	0,42			
	40-49 yaş arası ⁽⁴⁾	73	3,79	0,31			
	50-59 yaş arası ⁽⁵⁾	46	4,01	0,52			
	60 yaş ve üzeri ⁽⁶⁾	69	4,41	0,45			

*p<0,05

Endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının yaşa göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=31,554; p<0,05). Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda 19-29 yaş ile 60 yaş ve üzeri olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. 19-29 yaş ($\bar{X}=3,94$) olan katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının, 60 yaş ve üzeri ($\bar{X}=4,41$) olanlardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Eğitim durumu ile endüstriyel sakızlara bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algıları eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.39'da, çevre ve sağlık açısından genel özellikler alt boyut algılarının eğitim durumuna göre gruplara arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=53,747; p<0,05). Katılımcıların çevre ve sağlık açısından genel özellikler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden

Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda eğitim düzeyi okuryazar ile ilköğretim olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyi okuryazar ($\bar{X}=4,33$) olan katılımcıların çevre ve sağlık açısından genel özellik algılarının, ilköğretim ($\bar{X}=3,53$) olanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Özel özellikler alt boyut algılarının eğitim durumuna göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=21,776$; $p<0,05$). Katılımcıların özel özellikler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda okuryazar ile ilköğretim olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyi okuryazar ($\bar{X}=4,78$) olan katılımcıların özel özellikler algılarının, ilköğretim ($\bar{X}=4,22$) olanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.39 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Eğitim Durumu	n	\bar{X}	Ss	F	p	Tamhane
Çevre ve Sağlık Açısından Genel Özellikler	Okur yazar ⁽¹⁾	56	4,33	0,62	53,747	0,000*	(1-2)
	İlköğretim ⁽²⁾	51	3,53	0,38			
	Lise ⁽³⁾	100	3,42	0,53			
	Önlisans ⁽⁴⁾	72	3,16	0,38			
	Lisans ⁽⁵⁾	229	3,60	0,46			
	Lisansüstü ⁽⁶⁾	173	3,92	0,47			
Özel Özellikler	Okur yazar ⁽¹⁾	56	4,78	0,34	21,776	0,000*	(1-2)
	İlköğretim ⁽²⁾	51	4,22	0,33			
	Lise ⁽³⁾	100	4,46	0,28			
	Önlisans ⁽⁴⁾	72	4,38	0,42			
	Lisans ⁽⁵⁾	229	4,55	0,34			
	Lisansüstü ⁽⁶⁾	173	4,60	0,25			
Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı	Okur yazar ⁽¹⁾	56	4,48	0,46	55,310	0,000*	(1-4)
	İlköğretim ⁽²⁾	51	3,76	0,30			
	Lise ⁽³⁾	100	3,76	0,39			
	Önlisans ⁽⁴⁾	72	3,57	0,34			
	Lisans ⁽⁵⁾	229	3,91	0,35			
	Lisansüstü ⁽⁶⁾	173	4,15	0,37			

* $p<0,05$

Endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının eğitim durumuna göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=55,310$; $p<0,05$). Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi

amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda eğitim düzeyi okuryazar ile ön lisans olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyi okuryazar ($\bar{X}=4,48$) olan katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının, ön lisans ($\bar{X}=3,57$) olanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Meslek ile endüstriyel sakızlara bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algıları meslek durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.40'da, çevre ve sağlık açısından genel özellikler alt boyut algılarının meslek durumuna göre gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=43,787$; $p<0,05$). Katılımcıların çevre ve sağlık açısından genel özellikler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda özel sektör çalışanı ile emekli olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Özel sektörde ($\bar{X}=3,57$) çalışan katılımcıların çevre ve sağlık açısından genel özellikler algılarının, emekli ($\bar{X}=4,24$) olanlardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Özel özellikler alt boyut algılarının meslek durumuna göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=9,092$; $p<0,05$). Katılımcıların özel özellikler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda emekli ile özel sektörde çalışan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Emekli ($\bar{X}=4,67$) olan katılımcıların özel özellikler algılarının, özel sektörde ($\bar{X}=4,46$) çalışanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının meslek durumuna göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=38,737$; $p<0,05$). Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda emekli ile özel sektör çalışanı olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Emekli ($\bar{X}=4,39$) olan katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının, özel sektör ($\bar{X}=3,87$) çalışanlarından daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.40 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Mesleğe Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Meslek	n	\bar{X}	Ss	F	P	Tamhane
Çevre ve Sağlık Açısından Genel Özellikler	Ev hanımı ⁽¹⁾	41	3,62	0,18	43,787	0,000*	(2-5)
	Emekli ⁽²⁾	101	4,24	0,53			
	Öğrenci ⁽³⁾	164	3,45	0,47			
	Memur ⁽⁴⁾	46	3,80	0,47			
	Özel sektör çalışanı ⁽⁵⁾	329	3,57	0,54			
Özel Özellikler	Ev hanımı ⁽¹⁾	41	4,43	0,42	9,092	0,000*	(2-5)
	Emekli ⁽²⁾	101	4,67	0,35			
	Öğrenci ⁽³⁾	164	4,57	0,32			
	Memur ⁽⁴⁾	46	4,56	0,17			
	Özel sektör çalışanı ⁽⁵⁾	329	4,46	0,34			
Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı	Ev hanımı ⁽¹⁾	41	3,89	0,13	38,737	0,000*	(2-5)
	Emekli ⁽²⁾	101	4,39	0,44			
	Öğrenci ⁽³⁾	164	3,83	0,36			
	Memur ⁽⁴⁾	46	4,06	0,36			
	Özel sektör çalışanı ⁽⁵⁾	329	3,87	0,42			

*p<0,05

Gelir ile endüstriyel sakızlara bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algıları gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.41'de, çevre ve sağlık açısından genel özellikler alt boyut algılarının gelir durumuna göre gruplara arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=13,337; p<0,05). Katılımcıların çevre ve sağlık açısından genel özellikler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda geliri 501-1500 TL ile 0-500 TL olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Geliri 0-500 TL ($\bar{X}=3,34$) olan katılımcıların çevre ve sağlık açısından genel özellikler algılarının, 501-1500 TL ($\bar{X}=3,80$) olanlardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Özel özellikler alt boyut algılarının gelir durumuna göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=7,937; p<0,05). Katılımcıların özel özellikler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda geliri 1501-2500 TL ile 2501-3500 TL olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. 1501-2000 TL ($\bar{X}=4,55$) olan katılımcıların özel özellikler algılarının, 2501-3500 TL ($\bar{X}=4,45$) olanlardan daha yüksek

olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.41 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Gelire Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Gelir	n	\bar{X}	Ss	F	P	Tamhane
Çevre ve Sağlık Açısından Genel Özellikler	0-500 TL ⁽¹⁾	98	3,34	0,45	13,337	0,000*	(1-2)
	501-1500 TL ⁽²⁾	173	3,80	0,47			
	1501-2500 TL ⁽³⁾	236	3,71	0,64			
	2501-3000 TL ⁽⁴⁾	120	3,70	0,48			
	3001 TL ve üzeri ⁽⁵⁾	54	3,49	0,57			
Özel Özellikler	0-500 TL ⁽¹⁾	98	4,44	0,40	7,937	0,000*	(3-4)
	501-1500 TL ⁽²⁾	173	4,62	0,31			
	1501-2500 TL ⁽³⁾	236	4,55	0,36			
	2501-3000 TL ⁽⁴⁾	120	4,45	0,30			
	3001 TL ve üzeri ⁽⁵⁾	54	4,41	0,27			
Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı	0-500 TL ⁽¹⁾	98	3,71	0,36	13,960	0,000*	(1-2)
	501-1500 TL ⁽²⁾	173	4,07	0,35			
	1501-2500 TL ⁽³⁾	236	3,99	0,49			
	2501-3000 TL ⁽⁴⁾	120	3,95	0,39			
	3001 TL ve üzeri ⁽⁵⁾	54	3,80	0,44			

*p<0,05

Endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının gelir durumuna göre gruplara arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=13,960; p<0,05). Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda geliri 501-1500 TL ile 0-500 TL olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Geliri 501-1500 TL (\bar{X} =4,07) olan katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının 0-500 TL (\bar{X} =3,71) olanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Sakız çiğnemeyi sevme düzeyi ile endüstriyel sakızlara bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algıları sakız çiğnemeyi sevme düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.42'de, çevre ve sağlık açısından genel özellikler alt boyut algılarının sakız çiğnemeyi sevme düzeyine durumuna göre gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=8,392; p<0,05). Katılımcıların çevre ve sağlık açısından genel özellikler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda sakız çiğnemeyi sevme düzeyi 2 ile 4 olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu

görülmektedir. Sakız çiğnemeyi sevme düzeyi 2 ($\bar{X}=4,09$) olan katılımcıların çevre ve sağlık açısından genel özellikler algılarının, 4 ($\bar{X}=3,64$) olanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Özel özellikler alt boyut algılarının sakız çiğnemeyi sevme düzeyine durumuna göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=4,141$; $p<0,05$). Katılımcıların özel özellikler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda sakız çiğnemeyi sevme düzeyi 2 ile 3 ve 5 olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Sakız çiğnemeyi sevme düzeyi 2 ($\bar{X}=4,58$) olan katılımcıların özel özellikler algılarının, 3 ve 5 ($\bar{X}=4,48$) olanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının sakız çiğnemeyi sevme düzeyine durumuna göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=7,359$; $p<0,05$). Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda sakız çiğnemeyi sevme düzeyi 2 ile 4 olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Sakız çiğnemeyi sevme düzeyi 2 ($\bar{X}=4,25$) olan katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının, 4 ($\bar{X}=3,95$) olanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.42 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Sakız Çiğnemeyi Sevme Düzeyine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Sakız Çiğnemeyi Sevme Düzeyi	n	\bar{X}	Ss	F	P	Tamhane
Çevre ve Sağlık Açısından Genel Özellikler	2 ⁽¹⁾	40	4,09	0,12	8,362	0,000*	(1-3)
	3 ⁽²⁾	175	3,63	0,51			
	4 ⁽³⁾	307	3,64	0,65			
	5 ⁽⁴⁾	159	3,63	0,44			
Özel Özellikler	2 ⁽¹⁾	40	4,58	0,19	4,141	0,000*	(1-2)
	3 ⁽²⁾	175	4,48	0,32			
	4 ⁽³⁾	307	4,57	0,37			(1-4)
	5 ⁽⁴⁾	159	4,48	0,34			
Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı	2 ⁽¹⁾	40	4,25	0,08	7,359	0,000*	(1-3)
	3 ⁽²⁾	175	3,91	0,40			
	4 ⁽³⁾	307	3,95	0,50			
	5 ⁽⁴⁾	159	3,92	0,35			

* $p<0,05$

Sakız çiğneme sıklığı ile endüstriyel sakızlara bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının sakız çiğneme sıklığına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.43'de, çevre ve sağlık açısından genel özellikler alt boyut algılarının sakız çiğneme sıklığına göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=8,361$; $p<0,05$). Katılımcıların çevre ve sağlık açısından genel özellikler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda sakız çiğneme sıklığı günde 1 veya daha fazla ile aklıma geldiğinde olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Sakız çiğneme sıklığı günde 1 veya daha fazla ($\bar{X}=3,60$) olan katılımcıların çevre ve sağlık açısından genel özellikler algılarının, aklıma geldiğinde ($\bar{X}=3,80$) olanlardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının sakız çiğneme sıklığına göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=8,262$; $p<0,05$). Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda sakız çiğneme sıklığı günde 1 veya daha fazla ile aklıma geldiğinde olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Sakız çiğneme sıklığı günde 1 veya daha fazla ($\bar{X}=3,90$) olan katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının, aklıma geldiğinde ($\bar{X}=4,05$) olanlardan daha düşük olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.43 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Sakız Çiğneme Sıklığına Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Sakız Çiğneme Sıklığı	n	\bar{X}	Ss	F	P	Tamhane
Çevre ve Sağlık Açısından Genel Özellikler	Günde 1 veya daha fazla ⁽¹⁾	431	3,60	0,50	8,361	0,000*	(1-3)
	2-3 günde bir ⁽²⁾	60	3,68	0,69			
	Aklıma geldiğinde ⁽³⁾	190	3,80	0,62			
Özel Özellikler	Günde 1 veya daha fazla ⁽¹⁾	431	4,50	0,35	2,780	0,063	(1-3)
	2-3 günde bir ⁽²⁾	60	4,58	0,34			
	Aklıma geldiğinde ⁽³⁾	190	4,56	0,32			
Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı	Günde 1 veya daha fazla ⁽¹⁾	431	3,90	0,39	8,262	0,000*	(1-3)
	2-3 günde bir ⁽²⁾	60	3,98	0,54			
	Aklıma geldiğinde ⁽³⁾	190	4,05	0,47			

* $p<0,05$

Tercih edilen sakız çeşidi ile endüstriyel sakızlara bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algıları tercih edilen sakız çeşidine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.44'de, çevre ve sağlık açısından genel özellikler alt boyut algılarının tercih edilen sakız çeşidine göre gruplar arasındaki farkı, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=83,032$; $p<0,05$). Katılımcıların çevre ve sağlık açısından genel özellikler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda tatlandırıcı şerit sakız ile doğal sakız tercih eden katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Tatlandırıcı şerit sakız ($\bar{X}=3,46$) tercih eden katılımcıların çevre ve sağlık açısından genel özellikler algılarının, doğal sakız ($\bar{X}=4,68$) tercih edenlere göre daha düşük olduğu görülmektedir.

Özel özellikler alt boyut algılarının tercih edilen sakız çeşidine göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=23,539$; $p<0,05$). Katılımcıların özel özellikler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda tatlandırıcı şerit sakız ile doğal sakız tercih eden katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Tatlandırıcı şerit sakız ($\bar{X}=4,43$) tercih eden katılımcıların özel özellikler algılarının, doğal sakız ($\bar{X}=4,87$) tercih edenlerden daha düşük olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.44 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Tercih Edilen Sakız Çeşidine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Tercih Edilen Sakız Çeşidi	n	\bar{X}	Ss	F	P	Tamhane
Çevre ve Sağlık Açısından Genel Özellikler	Şekersiz sakız ⁽¹⁾	183	3,68	0,41	83,032	0,000*	(3-4)
	Draje sakız ⁽²⁾	266	3,60	0,50			
	Tatlandırıcı şerit sakız ⁽³⁾	184	3,46	0,54			
	Doğal sakız ⁽⁴⁾	48	4,68	0,32			
Özel Özellikler	Şekersiz sakız ⁽¹⁾	183	4,49	0,37	23,539	0,000*	(3-4)
	Draje sakız ⁽²⁾	266	4,55	0,31			
	Tatlandırıcı şerit sakız ⁽³⁾	184	4,43	0,32			
	Doğal sakız ⁽⁴⁾	48	4,87	0,21			
Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı	Şekersiz sakız ⁽¹⁾	183	3,95	0,33	83,993	0,000*	(3-4)
	Draje sakız ⁽²⁾	266	3,92	0,37			
	Tatlandırıcı şerit sakız ⁽³⁾	184	3,78	0,43			
	Doğal sakız ⁽⁴⁾	48	4,75	0,27			

* $p<0,05$

Endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı alt boyut algılarının tercih edilen sakız çeşidine göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=83,993$; $p<0,05$). Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda tatlandırıcılı şerit sakız ile doğal sakız tercih eden katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Tatlandırıcılı şerit sakız ($\bar{X}=3,78$) tercih eden katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının, doğal sakız ($\bar{X}=4,75$) tercih edenlerden daha düşük olduğu görülmektedir.

Sakız satın alınan yer ile endüstriyel sakızlara bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının sakızın alındığı yere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.45'de, çevre ve sağlık açısından genel özellikler alt boyut algılarının sakızın alındığı yere göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=115,921$; $p<0,05$). Katılımcıların çevre ve sağlık açısından genel özellikler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda bakkal ile aktar, semt pazarı, internet sitesi vb. tercih eden katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bakkal ($\bar{X}=3,48$) tercih eden katılımcıların çevre ve sağlık açısından genel özellikler algılarının; aktar, semt pazarı, internet sitesi vb ($\bar{X}=4,68$) tercih edenlere göre daha düşük olduğu görülmektedir.

Özel özellikler alt boyut algılarının sakızın alındığı yere göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=21,792$; $p<0,05$). Katılımcıların özel özellikler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda bakkal ile aktar, semt pazarı, internet sitesi vb. tercih eden katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bakkal ($\bar{X}=4,47$) tercih eden katılımcıların özel özellikler algılarının; aktar, semt pazarı, internet sitesi vb ($\bar{X}=4,87$) tercih edenlere göre daha düşük olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.45 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Sakızın Alındığı Yere Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Sakızın Alındığı Yer	n	\bar{X}	Ss	F	P	Tamhane
Çevre ve Sağlık Açısından Genel Özellikler	Bakkal ⁽¹⁾	377	3,48	0,46	115,921	0,000*	(1-3)
	Süpermarket/Hipermarket ⁽²⁾	234	3,80	0,48			
	Aktar, semt pazarı, internet sitesi vb. ⁽³⁾	48	4,68	0,32			
	Arkadaşlarımdan/ ailemden alırım ⁽⁴⁾	22	3,10	0,32			
Özel Özellikler	Bakkal ⁽¹⁾	377	4,47	0,36	21,792	0,000*	(1-3)
	Süpermarket/ Hipermarket ⁽²⁾	234	4,52	0,27			
	Aktar, semt pazarı, internet sitesi vb. ⁽³⁾	48	4,87	0,21			
	Arkadaşlarımdan/ailemden alırım ⁽⁴⁾	22	4,68	0,47			
Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı	Bakkal ⁽¹⁾	377	3,81	0,37	104,893	0,000*	(1-3)
	Süpermarket/Hipermarket ⁽²⁾	234	4,04	0,36			
	Aktar, semt pazarı, internet sitesi vb. ⁽³⁾	48	4,75	0,27			
	Arkadaşlarımdan/ailemden alırım ⁽⁴⁾	22	3,62	0,29			

*p<0,05

Endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı alt boyut algılarının sakızın alındığı yere göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=104,893; p<0,05). Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda bakkal ile aktar, semt pazarı, internet sitesi vb. tercih eden katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bakkal ($\bar{X}=3,81$) tercih eden katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının; aktar, semt pazarı, internet sitesi vb ($\bar{X}=4,75$) tercih edenlere göre daha düşük olduğu görülmektedir.

Doğal sakız tüketmeme nedenleri ile endüstriyel sakızlara bakış açısı ilişkisi:

Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının doğal sakız tüketmeme nedenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Çizelge 4.46'da, çevre ve sağlık açısından genel özellikler alt boyut algılarının doğal sakız tüketmeme nedenlerine göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=46,557; p<0,05). Katılımcıların çevre ve sağlık açısından

sakız tercihi alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor ile doğal sakızlar ile ilgili bilgi sahibi değilim diyen katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor ($\bar{X}=3,73$) diyen katılımcıların çevre ve sağlık açısından genel özellikler algılarının, doğal sakızlar ile ilgili bilgi sahibi değilim ($\bar{X}=3,12$) diyen katılımcılardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.46 Katılımcıların Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı Algı Düzeylerinin Doğal Sakız Tüketmeme Nedenlerine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Doğal Sakız Tüketmeme Nedenleri	n	\bar{X}	Ss	F	P	Tamhane
Çevre ve Sağlık Açısından Genel Özellikler	Diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor. ⁽¹⁾	291	3,73	0,40	46,557	0,000*	(1-3)
	Tat ve aroma açısından beklentimi karşılamıyor. ⁽²⁾	79	3,57	0,438			
	Doğal sakızlar ile ilgili bilgi sahibi değilim. ⁽³⁾	122	3,12	0,37			
	Fiyatları bana göre pahalı. ⁽⁴⁾	30	3,26	0,34			
	Diğer ⁽⁵⁾	30	3,68	0,80			
Özel Özellikler	Diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor. ⁽¹⁾	291	4,51	0,29	7,867	0,000*	(1-3)
	Tat ve aroma açısından beklentimi karşılamıyor. ⁽²⁾	79	4,56	0,29			
	Doğal sakızlar ile ilgili bilgi sahibi değilim. ⁽³⁾	122	4,36	0,37			
	Fiyatları bana göre pahalı. ⁽⁴⁾	30	4,41	0,41			
	Diğer ⁽⁵⁾	30	4,63	0,39			
Endüstriyel Sakızlara Karşı Bakış Açısı	Diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor. ⁽¹⁾	291	3,99	0,32	43,158	0,000*	(1-3)
	Tat ve aroma açısından beklentimi karşılamıyor. ⁽²⁾	79	3,90	0,32			
	Doğal sakızlar ile ilgili bilgi sahibi değilim. ⁽³⁾	122	3,54	0,26			
	Fiyatları bana göre pahalı. ⁽⁴⁾	30	3,65	0,31			
	Diğer ⁽⁵⁾	30	4,00	0,63			

*p<0,05

Özel özellikler alt boyut algılarının doğal sakız tüketmeme nedenlerine göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=7,867; p<0,05). Katılımcıların özel özellikler alt boyut algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor ile doğal sakızlar ile ilgili bilgi sahibi değilim diyen

katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor ($\bar{X}=4,51$) diyen katılımcıların özel özellikler algılarının, doğal sakızlar ile ilgili bilgi sahibi değilim ($\bar{X}=4,36$) diyen katılımcılardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının doğal sakız tüketmeme nedenlerine göre gruplar arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=43,158$; $p<0,05$). Katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarına ilişkin farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla post hoc testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır. Tamhane testi sonucunda diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor ile doğal sakızlar ile ilgili bilgi sahibi değilim diyen katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor ($\bar{X}=3,99$) diyen katılımcıların endüstriyel sakızlara karşı bakış açısı algılarının, doğal sakızlar ile ilgili bilgi sahibi değilim ($\bar{X}=3,54$) diyen katılımcılardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

5. SONUÇLAR ve ÖNERİLER

Sakız, Türkiye'de yıllardır tüketiliyor olmasına rağmen değeri yeni yeni anlaşılmaya başlanan bir kaynaktır. Sakız gibi bitkisel kaynakların önemi, sentetik maddelerden uzaklaşmaya çalışacağımız gelecek yıllarda daha da artacaktır.

Bu çalışmada farklı demografik özelliklere sahip katılımcıların sakız tüketim alışkanlıkları, doğal sakızlar ile ilgili bilgi ve tutumları belirlenmeye çalışılmıştır. Katılımcıların sakız satın almalarındaki etkili faktörler, endüstriyel sakızlara ve doğal sakızlara karşı bakış açıları; cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, gelir düzeyi, meslek ve sigara kullanım durumu gibi değişkenlere göre anket yöntemi aracılığı ile incelenmiştir.

Araştırma sonucunda tüketici davranışlarının, tek bir etkene bağlı olmadığı, demografik ve çevresel etkenlere bağlı olarak değiştiği görülmüştür. Araştırma kapsamındaki katılımcılara ait bulgular incelendiğinde; kadın/erkek katılımcı sayısının birbirine yakın olduğu, araştırmaya 19-29 yaş aralığındaki genç kitlenin katılımının yüksek olduğu, sigara kullanmayan, sakız çiğnemeyi seven, sık sakız çiğneyen, alışverişini bakkal veya süpermarket/hipermarketten yapan katılımcıların çoğunlukta olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada az sayıda katılımcının daha önce doğal bir sakız deneyimlediği belirlenirken, katılımcıların tamamına yakınının aromalı sakız şeklinde sunulabilecek ilaçların tüketimine olumlu yaklaşacağı tespit edilmiştir.

Araştırma sonucunda, katılımcıların sakız satın alımlarında en yüksek etkiye “Reklam” ve “Tad/Lezzet” sahip iken, “Ambalaj” ve “Yumuşaklık” en düşük etkiye sahip faktörler olarak belirlenmiştir. Katılımcılarda doğal sakız algısının genel olarak “sağlıklı” ve “pahalı”; endüstriyel sakız algısının ise “çevreci değildir” olduğu tespit edilmiştir. Çalışmanın diğer bir sonucu olarak katılımcıların sakız içeriği, teknolojisi ve katkı maddeleri ile ilgili bilgi seviyesinin düşük olduğu görülmüştür.

Araştırma sonuçlarına göre kadın tüketiciler erkek tüketicilere göre marka, ambalaj, biçim/şekil ve reklamdaki daha az etkilenirken; içerik, tat/lezzet ve yumuşaklıktan daha fazla etkilenmekte ve doğal sakızları daha sağlıklı ve tercih edilebilir bulmaktadırlar. Sigara içmeyen tüketicilerin sakız satın alırken marka, ambalaj, biçim/şekil ve reklam faktörlerinden sigara içen tüketicilere göre daha az etkilendiği ve doğal sakız tüketimine daha pozitif yaklaştığı tespit edilmiştir.

Araştırmanın diğer sonuçları ise aşağıdaki gibidir:

- Daha önce doğal sakız tüketmiş olan katılımcıların içerik, tat/lezzet ve yumuşaklıktan daha fazla etkilendiği ve bu nedenle doğal sakızları fiyatları daha yüksek olsa dahi tercih

edilebilir bulunduğu belirlenmiştir. Daha önce doğal sakızları kolayca her yerde bulamadığı için tüketemeyen katılımcılar doğal sakız tüketimine daha pozitif yaklaşmaktadır.

- Sakız şeklinde ilaçların kullanımına pozitif yaklaşan katılımcıların içerik, tat/lezzet ve yumuşaklık algılarının daha yüksek olduğu; evre ve sağlık açısından endüstriyel sakızlara yaklaşımının ise negatif olduğu görülmüştür.
- 18 yaş ve altı olan katılımcılara göre 60 yaş ve üzeri katılımcılar için; içerik, tat/lezzet ve yumuşaklığın daha önemli faktörler olduğu ve yaş arttıkça evre ve sağlık açısından doğal sakız tüketimine eğilimin arttığı tespit edilmiştir.
- Katılımcıların eğitim seviyesi arttıkça marka, ambalaj, biçim/şekil, reklam, içerik, tat/lezzet ve yumuşaklık gibi satın alma faktörlerinden etkilenme düzeyi de artmaktadır.
- Emekli katılımcıların içerik, tat/lezzet ve yumuşaklık algılarının daha yüksek olduğu; evre ve sağlık açısından doğal sakız tüketimine daha pozitif yaklaştığı tespit edilmiştir.
- Gelir seviyesi arttıkça marka, ambalaj, biçim/şekil, reklam, içerik, tat/lezzet ve yumuşaklık gibi satın alma faktörlerinden daha çok etkilenildiği; azaldıkça doğal sakız tüketimine eğilimin arttığı belirlenmiştir.
- Sakız sevme düzeyi ve sıklığı arttıkça marka, ambalaj, biçim/şekil, reklam, içerik, tat/lezzet ve yumuşaklık gibi faktörlerin satın almada etki düzeyinin arttığı ve doğal sakız tüketimine eğilimin azaldığı tespit edilmiştir. Sakız alışverişini süpermarket/hipermarketten yapan katılımcıların marka, ambalaj, biçim/şekil ve reklamdan etkilenme düzeyinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.
- şekersiz sakız tüketen katılımcıların satın alma faktörlerinden en az seviyede etkilendiği belirlenmiştir.

Tüketicilerin endüstriyel ve doğal sakızlar ile ilgili daha fazla bilgi sahibi olabilmesi, doğal içerikli sakızlara daha kolay ulaşılabilmesi ve daha doğal içerikli sakızlar tüketebilmesi için yapılan çalışmadan elde edilen sonuçlara göre aşağıdaki öneriler sunulabilir:

- Katılımcılara ait bilgiler değerlendirildiğinde sakız teknolojisi ile ilgili bilgi birikimlerinin zayıf olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda sakız üretimi ve ticareti ile ilgili eğitim seminerleri düzenlenmelidir. Tüketicilerin endüstriyel ve doğal sakız içerikleri ile ilgili daha fazla bilgi sahibi olabilmesi için, özellikle genç tüketicilerin yoğunlukla kullandığı araçlar olarak öne çıkan sosyal medyada reklam, tanıtım ve bilgilendirme çalışmaları yapılmalıdır.

- Çağdaş pazarlama anlayışının temeli; tüketici tatmininin sağlanması ile birlikte, tüketici, toplum ve endüstri çıkarlarının uzun vadede dengelenmesine dayanmaktadır. Etkin bir politika uygulanabilmesi için tüketici davranışları hakkında yeterli bilgiye sahip olunması gerekmektedir. Bu da tüketicilerin neyi, nasıl, niçin aldıkları veya almadıkları gibi soruların araştırılmasını gerekli kılmaktadır. Tüketici eğilimlerinin nereye yöneldiğinin bilinmesi pazar fırsatlarının değerlendirilmesinde ve analizinde de önemli faydalar sağlamaktadır. Buna istinaden bu çalışmadan endüstriyel ve doğal sakızlar ile ilgili tüketici davranışları incelenmiş ve katılımcıların doğal sakıza karşı bakış açıları, çevre ve sağlık açısından faydalı ve kolay ulaşılabilir olması halinde tercih edilebilir olduğu yönündedir. Bu bağlamda insan sağlığı için yararlı ve oldukça yüksek ekonomik değere sahip olan doğal sakızlar ile ilgili Ar-Ge, üniversite ve endüstrinin beraber olduğu bir ortam oluşturulması gerekmektedir.
- Katılımcılara ait bilgiler değerlendirildiğinde doğal içerikli sakızların, diğer sakızlar gibi kolaylıkla satış noktalarında bulunamadığı görülmektedir. Bu nedenle doğal içerikli sakızların daha fazla satış noktasında var olabilmesi adına bu alanda daha çok çalışma yapılması ve üretiminin endüstriyel olarak desteklenmesi gerekmektedir.
- Günümüz ekonomisinde, sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması adına yenilebilir kaynaklardan elde edilen ürünlerin geliştirilmesi gereklilik haline gelmiştir. Dünya genelinde sentetik reçine üretimine getirilen yasal kısıtlamalar, biyolojik olarak bozunabilen ürünlere yönelimi artırmıştır. Buna bağlı olarak suda çözünmeyen ve doğada bozunmayan özellikteki endüstriyel sakızlar ile ilgili, özellikle ilk ve ortaokullarda bilgilendirme çalışmaları yapılarak, doğal yaşama zarar veren sakız kirliliğini azaltmak için eğitimler verilmelidir.

6. KAYNAKLAR

- Akan H, Korkut MM ve Balos MM (2008). An Ethnobotanical Study Around Arat Mountain and Its Surroundings (Birecik, Sanlıurfa). Fırat University Journal of Science and Engineering. 20:67-81.
- Akbulut U (2011). Binlerce Yıllık Bir Alışkanlık:Sakız Çiğnemek, www.uralakbulut.com.tr (erişim tarihi, 24.12.2017).
- Aksoy A, Duran N, Toroglu S ve Koksall F (2007). Short-term Effect of Mastic Gum on Salivary Concentrations of Cariogenic Bacteria in Orthodontic Patients. Angle Orthod, (77), 124–128.
- Altunışık R, Bayraktaroğlu S, Coşkun Y ve Yıldırım E (2015). Araştırma Evreni ve Örnekleme. Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Sakarya Kitabevi, Adapazarı, 131-144.
- Anonim (1999). Türk Gıda Kodeksi Sakız Tebliği. Tebliğ No:99/2.
- Anonim (2004). Sakızın Tarihçesi. www.buzzle.com/editorials/10-15-2004-60486.asp (erişim tarihi, 23.12.2017).
- Anonim (2007). Yapışmayan Sakız İcat Edildi. www.haberler.com/yapismayan-sakiz-icatt-edildi-2-haberi (erişim tarihi, 23.12.2017).
- Anonim (2016). Çam Sakızı. www.sakiz.gen.tr/cam-sakizi.html (erişim tarihi, 23.12.2016).
- Anonim (2016a). Kenger Sakızı. www.sakiz.gen.tr/kenger-sakizi.html (erişim tarihi, 23.12.2016).
- Anonim (2017). Sakız. semad.org.tr/304-2 (erişim tarihi, 24.12.2017).
- Asadi-Samani M, Rafieian-Kopaei M ve Azimi N (2013). Gundelia: A Systematic Review of Medicinal and Molecular Perspective. Pakistan Journal of Biological Sciences: PJBS 16 (21):1238-1247.
- Azeez OH and Kheder AE (2012). Effect of Gundelia Tournefortii on Some Biochemical Parameters in Dexamethasone-induced Hyperglycemic and Hyperlipidemic Mice. Iraqi Journal of Veterinary Sciences. 2:73-79.
- Boztok Ş (1999). Sakız Yetiştiriciliği Ege Üniversitesi Tarımsal Uygulama ve Araştırma Merkezi, Çeşme Doğa ve Hayvan Severler ve Koruyanlar Derneği Yerel Gündem - 21 İzmir, 15.
- Boztok Ş (2005). Girişimcide Çeşme. Fırsatlar & Kobi Dergisi. 48:1-3.
- Çinko M, Sipahi B ve Yurtkoru E (2016). Sosyal Bilimlerde SPSS“le Veri Analizi.6. Basım. İstanbul: Beta Yayınları. 90.

- Deshpande A ve Jadad A (2008). The Impact of Polyol-Containing Chewing Gums on Dental Caries: A Systematic Review of Original Randomized Controlled Trials and Observational Studies. *J Am Dent Assoc.* 139:1602–1614.
- Elgün A (2013). Şeker, Şekerlemeler ve Şekerli Ürünler. Uluslararası 2. Helal ve Sağlıklı Gıda Kongresi, 77-96, Konya.
- Emecen F (2011). Sakız Adasının Sakızları: Küçük Bir Osmanlı Tarım İşletmesi. *The Journal of Ottoman Studies*, 37:1-16.
- Greene E (2016). History of Chewing Gum. www.chewinggumfacts.com/chewing-gum-history/history-of-chewing-gum (erişim tarihi, 20.12.2017).
- Hair J, Anderson R, Tahtam R ve Black W (1998). *Multivariate Data Analysis, Fifth edition*, Prentice Hall International.
- Hearty A, Lau A ve Roberts A (2014). Chewing Gum Intake in Europe: A Survey of Intakes in France, Germany, Italy, Spain and the UK. *Food Addit Contam: Part A*, 31(7): 1147-1157.
- Hetherington MM ve Regan MF (2011). Effects of Chewing Gum on Short-term Appetite Regulation in Moderately Restrained Eaters. *Appetite*, 57:475–482.
- Ierapetritis D (2010). The Geography of the Chios Mastic Trade from the 17th through to the 19th Century. *Etnobotany Research and Applications*, 8:153-167.
- Imfeld T (1999). Chewing Gum-Facts and Fiction: A Review of Gum Chewing and Oral Health. *Crit. Rev. Oral Biol. Med.*, 10: 405-419.
- Itobe T, Kumazawa K, Inagaki S ve Nishimura O (2012). A New Approach to Estimate The Elution Characteristics of Odorants in Chewing Gum During Chewing. *Food Science and Technology Research*, 18(2): 295-302.
- Jacobsen J, Christrup LL ve Jensen NH (2004). Medicated Chewing Gum Pros and Cons. *Am. J. Drug Deliv.* 2:75-88.
- Januszevska R ve Viaene J (2001). Sensory Segments in Preference for Plain Chocolate Across Belgium and Poland. *Food Quality and Preference*, 12(2):97-107.
- Kalaycı Ş (2006). *Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara, Asil Yayınları, 2.Baskı, 321.
- Karagül N (2012). Şekerleme Endüstrisinde Proses ve Kirlenme Profili ile Artılabilirlik Bazlı Deneysel Karakterizasyon. Yüksek Lisans Tezi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Kocabaş F, Elden M ve Yurdakul N (1999). *Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle*. İstanbul: İletişim.

- Konar N, Palabıyık İ, Toker Ö ve Sagdic O (2016). Chewing gum: Production, Quality Parameters and Opportunities For Delivering Bioactive Compounds. *Trends in Food Science & Technology*, 55:29-38.
- Koutsoudaki C, Krsek M ve Rodger A. (2005). Chemical Composition and Antibacterial Activity of The Essential Oil and The Gum of *Pistacia lentiscus* var. Chia, *J Agric Food Chem*, 53: 7681–7685.
- Malhotra N (1996). *Marketing Research An Applied Orientation*. Second edition, Prentice Hall International.
- Mills JS ve White R (1989). The Identity of The Resins From The Late Bronze Age Shipwreck at Ulu Burum (Kas). *Archaeometry*, 31: 37-44.
- Özdamar K (2003). *Modern Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Eskişehir: Kaan Kitabevi, 116-118.
- Özdoğan EN (2007). Gençlerin Çikolata Tüketiminde Tercihleri Üzerine Bir Alan Araştırması. *New World Sciences Academy*, 3(1):159-170.
- Palabıyık İ (2017). Liyofilize Bazı Mikroalg Türlerinin Sakız Bileşiminde Doğal Renklendirici Olarak Kullanımı. *The Journal of Food*, 42(6):676-681.
- Palacıoğlu S (2016). Şekerleme Sektör Profili. İTO, www.ito.org.tr/Dokuman/Sektor/1-87.pdf (erişim tarihi, 25.11.2017).
- Paraschos S, Magiatis P, Mitakou S, Petraki K ve Kalliaropoulos A. (2007). In Vitro and In Vivo Activities of Chios Mastic Gum Extracts and Constituents Against *Helicobacter pylori*, *Antimicrob Agents Chemother*, 51:551–559.
- Perreault W ve Leigh L (1989). Reliability of Nominal Data Based on Qualitative Judgments. *Journal of Marketing Research*, 25:135-148.
- Peter JP (1979). Reliability: A Review of Psychometric Basics and Recent Marketing Practices. *Journal of Marketing Research*, 16:6-17.
- Phillips D, Shen C, Reed M ve Patel M (2006). Chewing Gum Base and Chewing Gum Compositions. U.S. Patent No. 6,986,907.
- Ribelles LM, Guinot JF, Mayné AR ve Bellet DLJ (2010). Effects of Xylitol Chewing Gum On Salivary Flow Rate, PH, Buffering Capacity and Presence of *Streptococcus mutans* In Saliva. *Eur J Paediatr Dent*. 11:9–14.
- Romicco M (2016). The Surprising Health Benefits of Chewing Gum. www.symptomfind.com/nutrition-supplements/benefits-of-chewing-gum (erişim tarihi, 29.12.2017).
- Shin T (2008). Properties of A Model Zein-Based Chewing Gum Investigated by Objective

- and Sensory Methods. PhD Theses, University of Illinois, USA.
- Smith AP, Chaplin K ve Wadsworth E (2012). Chewing Gum, Occupational Stress, Work Performance and Wellbeing. An Intervention Study. *Appetite*, 58:1083–1086.
- Stanley H (2008). Malzeme Bilimi İmdada Yetiştii:Yapışmayan Sakız. *Science in School*, www.scienceinschool.org/tr/2008/issue9/chewinggum (erişim tarihi, 26.12.2017).
- Takahashi K, Fukazawa M, Motohira H, Ochiai K ve Nishikawa H (2003). A Pilot Study on Antiplatelet Effects of Mastic Chewing Gum in The Oral Cavity. *J Periodontol*, 74:501–505.
- Topcuoğlu EN, Laçin ÇÇ, Erguven M, Bilir A, Sütülpınar N ve Külekçi HG (2015). Antibacterial Effect of Kenger Gum on Mutans Streptococci and Its Cytotoxic Effect on the 3T3 Fibroblast Cell Line. *Oral Health & Preventive Dentistry*, 13: 157-162.
- Tassou CC, Nychas GJE (1995). Antimicrobial Activity of Essential Oil of Mastic Gum (*Pistacia lentiscus* var. Chia) on Gram Positive and Gram Negative Bacteria in Broth and in Model Food System. *International Biodeterioratio and Biodegradation*. 36: 3-4, 411-420.
- Uzun E (2016). Sakız Hakkında Bilmedikleriniz. diyetisyenemreuzun.com/sakiz-hakkinda-bilmedikleriniz (erişim tarihi, 29.12.2017).
- Yakışan S (1991). Pazarlama Araştırması. İstanbul: Atölye Burak Matbaacılık. 138.

7. ÖZGEÇMİŞ

1992 yılında Bakırköy/İstanbul'da doğdu. İlköğrenimi Faruk Timurtaş İlköğretim Okulu'nda, lise öğrenimi ise İhsan Mermerci Anadolu Lisesi'nde tamamladı. 2010 yılında Selçuk Üniversitesi Gıda Mühendisliği bölümünde başladığı lisans eğitimini 2015 yılında; 2013 yılında Anadolu Üniversitesi İşletme bölümünde başladığı lisans eğitimini ise 2017 yılında tamamladı. 2016 yılında Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Reklamcılık Anabilim Dalı'nın Pazarlama İletişimi ve Marka Yönetimi Bilim Dalı'nda başladığı yüksek lisans öğrenimini 2018 yılında tamamladı. 2016 yılında Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı'ndan, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı'na yatay geçiş yaparak yüksek lisans öğrenimine devam etmiştir. 2015 yılında satış ve pazarlama alanında başladığı kariyerine, uluslararası bir firmanın Satış ve Pazarlama Direktörlüğü'nde Satış Uzmanı olarak devam etmektedir.

EK 1

ENDÜSTRİYEL VE DOĞAL SAKIZLAR İLE İLGİLİ TÜKETİCİ DAVRANIŞLARININ BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Değerli Katılımcı,

Aşağıdaki anket formu Namık Kemal Üniversitesi Gıda Mühendisliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı kapsamındaki tez araştırmasına veri sağlamak amacıyla hazırlanmıştır. Bu çalışmanın amacı sakız tüketiminin ve doğal sakızın tüketicideki algısının belirlenmesidir. Anket tüm tüketicilerin cevaplmasına yöneliktir. Ankette yer alan hiçbir sorunun doğru veya yanlış cevabı yoktur. Soruları değerlendirerek size en uygun olan seçeneği işaretlemenizi rica ederiz. Cevaplarınız sadece araştırmacı tarafından görülecek, toplu olarak bilimsel amaçla değerlendirilecek ve bilimsel bir araştırmanın veri tabanını oluşturacaktır. Çalışmamıza katılarak değerli görüşlerinizi bizimle paylaştığınız için teşekkür ederiz.

1. DEMOGRAFİK BİLGİLER

Bu bölümde temel bilgilere yönelik sorular bulunmaktadır.

1.1 Cinsiyetiniz

Kadın

Erkek

1.2 Yaşınız

18 yaş ve altı

19-29 yaş arası

30-39 yaş arası

40-49 yaş arası

50-59 yaş arası

60 yaş ve üzeri

1.3 Eğitim durumunuz

Okuryazar

İlköğretim

Lise

Ön lisans

Lisans

Lisansüstü

1.4 Mesleğiniz

- Öğrenci
 Ev hanımı
 Memur
 Özel sektör çalışanı
 Emekli
 Serbest meslek
 Çalışmıyor

1.5 Gelir Durumunuz

- 0-500 TL
 501-1500 TL
 1501-2500 TL
 2501-3000 TL
 3001 TL ve üzeri

1.6 Sigara kullanıyor musunuz?

- Evet
 Hayır

2. Sakız Tüketim Alışkanlıklarınız

Bu bölümde sakız tüketiminizi ölçücü genel sorular bulunmaktadır.

2.1 Sakız çiğnemeyi sevme düzeyinizi belirtiniz.

Hiç sevmem

- 1
 2
 3
 4
 5

Çok severim

2.2 Ne sıklıkta sakız çiğnersiniz?

- Günde 1 veya daha fazla
 2-3 günde bir
 Haftada birkaç kez
 Aklıma geldiğinde
 Hiç çiğnemem

2.3 Genellikle tercih ettiğiniz sakız çeşidi hangisidir?

- Şekerli sakız
 Şekersiz sakız
 Tatlandırıcılı şerit sakız
 Draje sakız
 Doğal sakızlar (damla sakızı, kenger sakızı, çam sakızı vb.)
 Diğer

3. Sakız Alışverişlerinde Etkili Olan Faktörler

Bu bölümde sakız satın alımını etkileyen faktörler ile ilgili sorular yer almaktadır.

3.1. Sakız satın alırken aşağıdaki faktörlerin sizin için önem derecelerini belirtiniz.

	Hiç Önemli Değil	Önemli Değil	Ne önemli ne önemsiz	Önemli	Çok Önemli
Markası	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ambalajı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İçeriği	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Biçimi/Şekli	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tadı/Lezzeti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yumuşaklığı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reklam	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3.2 Sakız alışverişinizi genellikle nereden yaparsınız?

- Bakkal
 Hipermarket/süpermarket
 Arkadaşımdan/ailemden alırım
 Aktar, pazar, internet sitesi vb. (Doğal sakız alışverişi için)
 Diğer

4. Endüstriyel Sakızlar İle İlgili Genel Sorular

Bu bölümde sakız ile ilgili genel bilgi ve düşüncelerinizi belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır.

4.1 Lütfen aşağıdaki ifadeleri size en uygun kategoriye seçerek yanıtlayınız.

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
Sakızı oluşturan hammaddeler ile ilgili bilgi sahibiyim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yere atılan endüstriyel sakızlar çevre açısından tehlike oluşturmaktadır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Endüstriyel sakızların sağlıklı olmadığını düşünüyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Endüstriyel sakızlar katkı maddesi içermektedir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Endüstriyel sakızlar kimyasal madde içermektedir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Endüstriyel sakızların üretimi ve tüketimi çevreci değildir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4.2 Daha önce doğal sakız çeşitlerinden (damla sakızı, kenger sakızı, çam sakızı vb.)

herhangi birini tükettiniz mi? (Yanıtınız Hayır ise 16. soruyu yanıtlayınız)

Evet

Hayır

4.3 Daha önce herhangi bir doğal sakızı tüketmemiş olmanızın sebebi nedir?

Fiyatları bana göre pahalı.

Görünüşleri endüstriyel sakızlar gibi cezbedici değil.

Diğer sakızlar gibi kolayca her yerde bulunmuyor.

Tat ve aroma açısından beklentimi karşılamıyor.

Rahat çiğnenebilme özelliklerini yetersiz görüyorum.

Diğer sakızlar ile arasında fark olduğunu düşünmüyorum.

Doğal sakızlar ile ilgili bilgi sahibi değilim.

4.4 Sizce hangi yaş grubunun doğal sakız tüketmesi daha önemlidir?

Herkes

50 yaş ve üzeri

30-49 yaş arası

18-29 yaş arası

12-17 yaş arası

11 yaş ve altı

4.5 Lütfen aşağıdaki ifadeleri size en uygun kategoriye seçerek yanıtlayınız.

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
Doğal içeriğe sahip bir sakız daha sağlıklıdır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Doğal içeriğe sahip bir sakız daha lezzetlidir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Doğal içeriğe sahip bir sakız daha pahalıdır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kimyasal bazlar yerine doğal ham maddelerden oluşan bir sakız tüketmeyi tercih ederim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Doğal içeriğe sahip bir sakız için daha fazla ücret ödeyebilirim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Çevre kirliliğine yol açmayan ve yutulabilir özellikte doğal bir sakız tüketmeyi tercih ederim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4.6 Hastalıkların tedavisinde hap, iğne ve şuruba alternatif olarak "aromalı sakız" şeklinde ilaçlar sunulsa tercih eder misiniz?

- Evet
 Hayır
 Belki