

**SOSYO-EKONOMİK VE KÜLTÜREL
DÜZEYLERİ FARKLI OLAN AİLELERDE
EKMEK TÜKETİM DURUMU: TEKİRDAĞ İLİ
SÜLEYMANPAŞA İLÇE ÖRNEĞİ**

Nazlı CENGİZ

**Yüksek Lisans Tezi
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı
Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Emine YILMAZ
2019**

**T.C.
TEKİRDAĞ NAMIK KEMAL ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**SOSYO-EKONOMİK VE KÜLTÜREL DÜZEYLERİ FARKLI
OLAN AİLELERDE EKMEK TÜKETİM DURUMU:
TEKİRDAĞ İLİ SÜLEYMANPAŞA İLÇE ÖRNEĞİ**

Nazlı CENGİZ

TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Emine YILMAZ

TEKİRDAĞ-2019

Her hakkı saklıdır

Dr. Öğr. Üyesi Emine YILMAZ danışmanlığında, NAZLI CENGİZ tarafından hazırlanan “SOSYO-EKONOMİK VE KÜLTÜREL DÜZEYLERİ FARKLI OLAN AİLELERDE EKMEK TÜKETİM DURUMU: TEKİRDAĞ İLİ SÜLEYMANPAŞA İLÇE ÖRNEĞİ” isimli bu çalışma aşağıdaki jüri tarafından TARIM EKONOMİSİ Anabilim Dalı’nda Yüksek Lisans tezi olarak oy birliği/oy çokluğu ile kabul edilmiştir.

Jüri Başkanı : *İmza :*

Üye : *İmza :*

Üye : *İmza :*

Üye : *İmza :*

Üye : *İmza :*

Fen Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu adına

Doç. Dr. Bahar UYMAZ
Enstitü Müdürü

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

“SOSYO-EKONOMİK VE KÜLTÜREL DÜZEYLERİ FARKLI OLAN AİLELERDE
EKMEK TÜKETİM DURUMU: TEKİRDAĞ İLİ SÜLEYMANPAŞA İLÇE ÖRNEĞİ”

Nazlı CENGİZ

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi

Fen Bilimleri Enstitüsü

Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Emine YILMAZ

Ekmek, dünya sofralarının başlıca besin kaynağıdır. Ekmeğin insan beslenmesinde önemli yere sahip olmasında, karbonhidrat ve protein kaynağı olmasıyla birlikte besleyici, ucuz ve kolay temin edilebilirliği de önemli bir etkidir. Son yıllarda tüketiciler doğal ve katkısız, besin değeri yüksek ürünleri talep etmektedir. Tüketicilerin bu yönde bilinçlenerek sağlıklı beslenmeye önem vermesi, ekmek sanayinde de çeşitliliğin artmasına yol açmıştır. Bu araştırma, Türkiye’de ekmek tüketiminin genel durumunu ortaya koymak ve Tekirdağ İli Süleymanpaşa İlçe örneği ele alınarak sosyo-ekonomik ve kültürel düzeyleri farklı olan ailelerde ekmek tüketim durumunu araştırmak amacıyla yapılmıştır. Bunun için Tekirdağ ili Süleymanpaşa ilçesinde yaşayan 270 tüketici ile yüz yüze anket çalışması yapılarak orijinal veriler elde edilmiştir. Tüm bu bilgiler ile birlikte halkın ekmek tüketimi ve muhafaza yöntemleri ile ilgili duyarlılığını arttırıcı önlemler alınması ve bilinçlendirici kampanyalar yapılması ekmek israfı konusunda ülke ekonomisine büyük katkılar sağlayacaktır.

Anahtar kelimeler: Ekmek, Tüketim, Tekirdağ

2019, ix + 75 sayfa

ABSTRACT

M.Sc. Thesis

“BREAD CONSUMPTION STATUS IN FAMILIES WITH DIFFERENT SOCIO-ECONOMIC AND CULTURAL LEVELS: THE CASE OF SÜLEYMANPAŞA DİSTRİKT İN TEKİRDAĞ PROVINCE”

Nazlı CENGİZ

Namık Kemal University
Graduate School of Natural and Applied Sciences
Department of Agricultural Economics

Supervisor: Dr. Lecturer. Member Emine YILMAZ

Bread is the main food source of the world table. Bread is an important factor in human nutrition, it is a source of carbohydrate and protein, nutritious, cheap and easy availability is an important factor. In recent years, consumers demand products with high nutritional value. The importance of consumers in this direction and giving importance to healthy nutrition has led to an increase in diversity in the bread industry. This research reveals the overall state of bread consumption in Turkey and by taking samples of Tekirdag Province Süleymanpaşa District socio-economic and cultural level of bread consumption was conducted to investigate the cases, the family is different. For this purpose, face to face survey study was carried out with 270 consumers living in Süleymanpaşa district of Tekirdağ province and original data were obtained. Along with all this information, taking measures to increase the awareness of the people about bread consumption and preservation methods and making awareness campaigns will make great contributions to the national economy in terms of bread waste.

Keywords: Bread, Consumption, Tekirdağ

2019, ix + 75 pages

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
İÇİNDEKİLER	iii
ÇİZELGE DİZİNİ	v
ŞEKİL DİZİNİ	vi
KISALTMALAR	vii
ÖNSÖZ	viii
1. GİRİŞ	1
2. KONUYLA İLGİLİ ÇALIŞMALAR	3
3. TEKİRDAĞ İLİ İLE İLGİLİ BİLGİLER	6
3.1. Ekonomik Durumu	6
3.2. Kültürel Durumu	7
3.3. İdari Durumu	7
4. EKMEK İLE İGİLİ KAVRAMSAL BİLGİLER	8
4.1. Ekmeğin Tarihçesi.....	8
4.2. Ekmek Üretimi	11
4.3. Ekmeğin Besin Değeri ve Beslenmedeki Önemi	12
4.4. Ekmek Tüketimi ve Tüketicilerin Ekmek Seçimi	17
4.5. Ekmek İsrafi	18
4.5.1. İsrafın Ortaya Çıktığı Yerler	19
4.5.2. Ekmek İsrafiyle Ortaya Çıkan Diğer İsraflar	19
4.5.3. İsrafın Ekonomik Boyutu	19
4.5.4. Ekmek İsrafını Önlemek İçin Yapılması Gerekenler	19
4.6. Türkiye’de Ekmek Sektörü	20
4.6.1. Ekmek Sektörünün Diğer Sektörlere Göre Türkiye’deki Yeri	21
4.6.2. Sektörün Gelişimi	21
4.6.3. Ekmek Sektörünün Güncel Problemleri	23
4.7. Dünyada Ekmek Sektörü	23
4.7.1. Sağlıklı Beslenme ile Gelen Değişim	24
5. MATERYAL VE METOT	26
5.1. Materyal.....	26
5.2. Yöntem	26
5.2.1. Verilerin Toplanması Sırasında İzlenen Örneklem Yöntemi	26
5.2.2. Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntem	27
5.2.3. Analiz Yöntemleri	27
6. BULGULAR VE TARTIŞMA	29
6.1. Tüketicilerin Demografik Yapısı.....	29
6.2. Tüketicilerin Tercih Ettikleri Ekmek Türlerine İlişkin Bulgular	30
6.3. Tüketicilerin Ekmek Satın Alma Yerlerini Tercih Etme Nedenleri.....	32
6.4. Tüketicilerin Ekmek Çeşitlerini Tercih Etme Durumu	33
6.5. Tüketicilerin Günlük Evlerine Aldıkları Ekmek Miktarı	34
6.6. Ailedeki Kişi Sayısı ile Günlük Evlerine Satın Aldıkları Ekmek Sayısı Arasındaki İlişki.....	36
6.7. Tüketicilerin Bir Öğünde Tükettikleri Ekmek Miktarı	37
6.8. Tüketicilerin Cinsiyetleri ile Bir Öğünde Tükettikleri Ekmek Miktarı Arasındaki İlişki.....	37

6.9. Tüketicilerin Eğitim Düzeyleri ile Bir Öğünde Tükettikleri Ekmek Miktarı Arasındaki İlişki	38
6.10. Tüketicilerin Evlerine Ekmek Satın Alma Sıklığı.....	39
6.11. Tüketicilerin Gelir Düzeyleri ile Evlerine Ekmek Satın Alma Sıklığı Arasındaki İlişki.....	40
6.12. Tüketicilerin Evlerine Ekmek Satın Aldıkları Yerler.....	41
6.13. Tüketicilerin Ekmek Alırken En Çok Dikkat Ettiği Hususlar.....	42
6.14. Tüketicilerin Ekmek Satın Alırken Dikkat Ettiği Hususlar.....	44
6.15. Tüketicilerin Satın Aldıkları Ekmeğin Tamamını Tüketip Tüketmeme Durumları...44	
6.16. Tüketicilerin Ekmek Tüketmeyi Tercih Ettiği Öğünler	45
6.17. Tüketicilerin Evlerindeki Ekmeklerin Bayatlama Sebepleri.....	46
6.18. Tüketicilerin Bayatlayan Ekmeği Değerlendirme Biçimleri.....	47
6.19. Tüketicilerin Satın Aldıkları Ekmekleri Muhafaza Etme Şekilleri	48
6.20. Tüketicilerin Ekmek İsraf Edip Etmeme Durumları	49
6.21. Artan Ekmek Fiyatlarının İsraf Üzerindeki Etkilerine Yönelik Tüketici Görüşleri...50	
6.22. Tüketicilere Göre Ekmek İsrafının Temel Sebepleri	51
6.23. Faktör Analizi Sonuçları	51
7. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	54
8. KAYNAKLAR	59
EKLER	63
ÖZGEÇMİŞ	67

ÇİZELGE DİZİNİ

Sayfa

Çizelge 4.1: Tam Buğday Unu İle Beyaz Unun Besin Değeri Açısından Karşılaştırılması (Anonim 2010)	13
Çizelge 4.2: Beyaz Ekmek Ve Tam Buğday Ekmeğinin Enerji Ve Bazı Besin Öğeleri Değerler (Anonim 2010)	16
Çizelge 4.3: Ekmeğin Enerji Ve Besin Öğelerini Karşılacak Günlük Yaklaşık Tüketim Miktarları (G/Gün) (Baysal Ve Över 1994)	17
Çizelge 6.1: Tekirdağ İli Süleymanpaşa İlçesindeki Tüketicilerin Demografik Özellikleri	29
Çizelge 6.2: Tüketicilerin Gelir Düzeylerine Göre Tükettikleri Ekmek Türleri	31
Çizelge 6.3: Tüketicilerin Ekmek Çeşitlerini Tercih Etme Sıklığı (%).....	33
Çizelge 6.4: Tüketicilerin Günlük Evlerine Aldıkları Ekmek Sayısı (Hane/Adet)	34
Çizelge 6.5: Tüketicilerin Gelir Düzeylerine Göre Günlük Satın Aldıkları Ekmek Miktarı ...	34
Çizelge 6.6: Ailedeki Kişi Sayısı İle Günlük Evlerine Satın Aldıkları Ekmek Sayısı Arasındaki İlişki (%)	36
Çizelge 6.7: Tüketicilerin Eğitim Düzeyleri İle Bir Öğünde Tükettikleri Ekmek Miktarı Arasındaki İlişki (%)	39
Çizelge 6.8: Tüketicilerin Gelir Düzeyleri İle Evlerine Ekmek Satın Alma Sıklığı Arasındaki İlişki (%).....	41
Çizelge 6.9: Tüketicilerin Ekmek Alırken En Çok Dikkat Ettiği Hususlar	43
Çizelge 6.10: Tüketicilerin Ekmek Satın Alırken Dikkat Ettiği Hususlar	44
Çizelge 6.11: Meslek Gruplarına Göre Tüketicilerin Ekmek Tüketmeyi Tercih Ettiği Öğünler (%)	46
Çizelge 6.12: Tüketicilerin Bayatlayan Ekmeği Değerlendirme Biçimleri.....	48
Çizelge 6.13. Ekmek Satın Alma Ölçeğine İlişkin Kmo Ve Bartlett Küresellik Testi	52
Çizelge 6.14. Ekmek Tüketim Davranışları Ölçeği Varyans Açıklama.....	52
Çizelge 6.15. Faktör Analizi Rotasyon Çözümü	53

ŞEKİL DİZİNİ

Sayfa

Şekil 3.1: Tekirdağ İl Haritası	6
Şekil 4.1: M.Ö. Roma'da Ekmek Pişiren İnsanlar	9
Şekil 4.2: Besin Piramidi (Anonim 2010)	15
Şekil 4.3: Besin Tabakası (Anonim 2010)	16
Şekil 6.1: Tüketicilerin Hane Halkı Sayısı	30
Şekil 6.2: Tüketicilerin Tercih Ettikleri Ekmek Türleri	31
Şekil 6.3: Tüketicilerin Ekmeğini Aldığı Yeri Tercih Etme Nedenleri.....	32
Şekil 6.4: Gelir Düzeylerine Bağlı Olarak Günlük Satın Aldıkları Ekmek Oranındaki Değişim	35
Şekil 6.5: Tüketicilerin Bir Öğünde Tükettikleri Ekmek Miktarı	37
Şekil 6.6: Tüketicilerin Cinsiyetleri İle Bir Öğünde Tükettikleri Ekmek Miktarı Arasındaki İlişki	38
Şekil 6.7: Tüketicilerin Evlerine Ekmek Satın Alma Sıklığı.....	40
Şekil 6.8: Tüketicilerin Evlerine Ekmek Satın Aldıkları Yerler	42
Şekil 6.9: Tüketicilerin Satın Aldıkları Ekmeğin Tamamını Tüketip Tüketmeme Durumları	45
Şekil 6.10: Tüketicilerin Ekmek Tüketmeyi Tercih Ettiği Öğünler	45
Şekil 6.11: Tüketicilerin Evlerindeki Ekmeklerin Bayatlama Sebepleri.....	47
Şekil 6.12: Tüketicilerin Satın Aldıkları Ekmekleri Muhafaza Etme Şekilleri.....	49
Şekil 6.13: Tüketicilerin Ekmek İsraf Edip Etmeme Durumları	50
Şekil 6.14: Artan Ekmek Fiyatlarının İsraf Üzerindeki Etkilerine Yönelik Tüketici Görüşleri	50
Şekil 6.15: Tüketicilere Göre Ekmek İsrafının Temel Sebepleri	51

KISALTMALAR

°C	: santigrat derece
AB	: Avrupa birliği
ABD	: Amerika birleşik devletleri
CO₂	: karbondioksit
DEFRA	: İngiltere Çevre Gıda ve Kırsal İşler Bakanlığı
FAO	: Gıda ve Tarım Örgütü
gr	: gram
GSYİH	: Gayrı Safi Yurt İçi Hâsılası
kg	: kilogram
TMO	: Toprak Mahsulleri Ofisi
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
vb.	: ve benzeri
WRAP	: İngiltere Atık ve Kaynaklar Eylem Programı

ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitimim boyunca desteğini esirgemeyen, hoşgörülü yapısı ve bilgisiyle bana her zaman destek olan danışmanım Sayın Dr. Öğr. Üyesi Emine YILMAZ'a teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca yaşamım boyunca üzerimden maddi ve manevi hiçbir desteğini esirgememiş olan Sevgili Annem Nurcan CENGİZ ve Babam Lütfi İhsan CENGİZ'e, bilgi ve tecrübelerinden yararlandığım Abim Ahmet CENGİZ'e sonsuz teşekkür ederim.

Eylül 2019

Nazlı Cengiz

.....

1. GİRİŞ

Sofralarımızın vazgeçilmez tadı olan ekme , ucuz ve kolay erişilebilir bir üretim teknolojisi olmasının yanı sıra besleyici ve tatmin edici olması nedeniyle halkımızın temel gıda kaynağı olarak kabul edilmektedir.

Ekme , buğday unu, maya, tuz ve suyun ana bileşen olarak belirli bir tarif üzerinde karıştırılması ve yoğrulmasıyla üretilen temel bir gıda maddesidir. Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliğine göre ekme  tanımı; ekme  yapımı için üretilen buğday ununa temiz su, maya, tuz ve gerekli durumlarda gıda yönetmeliğine uygun katkı maddeleri eklenerek üretilen ve Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından izni alınmış olan enzim, şeker gibi maddeleri kapsayan ve tekniğe uygun şekilde yoğurularak farklı biçimlerde fermente edilmesi ve pişirilmesi sonucu oluşan temel gıda ürünüdür (Anonim 2017).

Normal şartlarda üretilen kaliteli ekme te şekil ovaldir ve kalınlığı tüm parçalarda standarttır, renk açık kahverengi, yüzey pürüzsüz, içi yumuşak ve beyaz renkte olmalıdır. Ek olarak, ekmeğin sindirimi kolay olmalıdır. Türk Gıda Kodeksi Ekme  ve Ekme  Tebliğine göre ekme  iyi pişirilmeli ve kabartılmalıdır. Görünümünde, kokusunda ve kabuk rengi dağılımında olabildiğince homojen olmalıdır. Dzleştirilmemeli ve yakılmamalı, içi süngerimsi olmalı ve gözenekleri olabildiğince homojen olmalıdır. Büyük hava cepleri bulunmamalıdır. Ekme  türlerinin i özellikleri; Hamur ve yapışkan olmamalı ve karıştırılmamış un, tuz, katkı maddeleri ve yabancı maddeler olmamalıdır. Kendi tadı ve kokusu olmalı, yabancı tadı ve kokusu olmamalıdır (Anonim 2017).

Ekme  retim teknolojisi, insanlar tarafından kullanılan en eski teknolojilerden biridir. Babil, Eski Mısır, Eski Yunanistan ve Roma'da ekme , insan beslenmesinin önemli bir parçası olarak bilinmektedir. Anadolu'da yaklaşık 8 bin yıldır üretilen ekme , bugüne kadar gelmiştir.

Ekme , un ve unlu mamullerde en çok tüketilen besin maddesidir. Ekme  tüketimi ekonomik ve sosyo-kültürel koşullara bağlı olarak değişmekle birlikte, sofralarda hala önemli bir yeri vardır. Ekme  tüketimi cinsiyete, yaşa, mesleğe, gelir seviyesine ve bireylerin alışkanlıklarına bağlı olarak değişmektedir.

Ekme  yapımında kullanılan un türüne göre ekme  çeşitlerini gruplamak mümkündür. Ekme , sandviç ekmeği ve beyaz somun ekme  gibi dünyanın en çok tüketilen ekme  çeşidi ve bazlama, yufka, göçmen ekmeği ve pide gibi ülkemize ait kültürel ekme  çeşitleridir. Ek

olarak, mısır ve çavdar unu gibi unlar kullanılarak da ekme yapılabilir. Genel olarak somun ekme dışında ekme çeşitleri, ekmeğin yapıldığı tahılların adını alır. Mısır ekmeği, çavdar ekmeği, yulaf ekmeği, arpa ekmeği gibi ön takı kullanılır.

Ülkemizin farklı bölgelerinde yerel, bölgesel ve ulusal olarak üretilen ve tüketilen birçok ekme türü vardır. Bunlar arasında tandır ekmeği, ceviz, susam, haşhaş tohumlu ve odun ateşinde pişmiş ekme, pide, mısır ekmeği ve lavaş hem üretim hem de içerik bakımından farklı olan ekme sayılabilir. Buğdaydan un elde edilmesi sırasında ayrılan kepek, besin değeri açısından oldukça zengindir. Bu sebeple, farklı çeşitlerde ekmeğin tüketilmesinde beslenme açısından faydalı olmaktadır. Tüketicinin bilinçlenmesi ile son yıllarda, doğal katkıların ve lifli ürünlerin gıda sanayinde kullanımı artış göstermiştir. Bunlara ek olarak, ekmeğin kalitesini arttırmak ve bayatlamayı geciktirmek için katkı maddelerinin kullanımı gün geçtikçe artmaktadır.

Bu çalışmada ekmeğin genel yapısını, tarihçesini incelemek; tüketicilerin Dünya’da ve Türkiye’de ekme tüketim durumlarını analiz etmek ve temel besin maddesi olan ekmeğin insan beslenmesindeki önemini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bunlara ek olarak Tekirdağ ili Süleymanpaşa ilçesindeki tüketicilerin sosyo-ekonomik ve kültürel farklılıkları ile ekme tüketim durumları arasındaki güncel ve anlamlı değişiklikleri ortaya çıkarmak da diğer amaçlar arasındadır.

2. KONUYLA İLGİLİ ÇALIŞMALAR

Kesen (2005) tarafından yapılan araştırmaya göre, Avrupa Birliği lkelerinde gelişen ve büyüyen market sektöründe süpermarketler açtıkları fırın reyonları ile geleneksel fırınlara da rakip olmaya başladığını belirlemiştir. Hızla ilerleyen teknoloji ile ekmekler daha modern pişirme yöntemleri ile pişirilmekte ve tüketiciler bilinçlenerek ihtiyaçlarına daha uygun ekmekleri satın almaya başladıkları sonucuna varılmıştır.

Doğan (2006) tarafından yapılan araştırmada, ülkemizin her bölgesinde farklı damak tatlarına sahip olan insanların bulunması nedeniyle yöresel, bölgesel ve ulusal olarak üretilen ve tüketilen birçok ekmek çeşidi bulunmaktadır. Bunlar arasında pide, lavaş, tandır ekmeği, cevizli, susamlı ve haşhaşlı ekmekler, odun ateşinde pişirilen Vakfıkebir ekmeği, sa ekmekleri, mısır ekmeği, avdar ekmeği, kepekli ekmek, farklı boyut ve şekilde, yapılış ve içerik itibariyle farklılıklar gösteren ekmekler olduğunu belirtmiştir.

Köksal (2007) tarafından yapılan araştırmaya göre, ekmek üretimi yapılan işletmelerdeki iş gücünün el emeğine dayanması ve koşulların zorlu olması nedeniyle eleman bulmak konusunda sıkıntılar meydana getirdiğini tespit etmiştir. Ayrıca taş fırınlarda pişen ekmeğinde daha lezzetli olduğu belirtilmiştir.

Toprak Mahsulleri Ofisi'nin (2008) Türkiye'deki 12 il merkezinde yapmış olduğu "Ekmek Tüketimi ile İlgili Tutum ve Davranışlar ile Ekmek İsrافی ve İsrاف zerinde Etkili Olan Faktörler" araştırması sonuç raporuna göre; Türkiye'de kişi başına ortalama ekmek tüketiminin yaklaşık 333 g olduğu tespit edilmiştir.

TUSAF (2012) 'nın raporunda, ekmek sektörünün en önde gelen toplumların başında Türkiye'nin geldiğini bildirmiştir. Rapora göre; ülkemizde günlük kişi başi ortalama 319 gr ekmek tüketilmektedir. Ülkemizde 700 un fabrikası aktif ve un fabrikalarının kapasite kullanım oranı % 65 civarında olduğu tespit edilmiştir.

Türk Gıda Kodeksine Göre Ekmek ve eşitleri Tebliği (2012), ekmeğin, ekmek çeşitlerinin ve ekşi hamur ekmeklerinin tekniğe uygun olarak üretilmesini, korunmasını, taşınmasını ve pazarlanmasını sağlamak amacıyla bu ürünlerin özellikleri ve hijyenik özellikleri belirlenmiştir.

Boyacıoğlu (2013) tarafından yapılan araştırmaya göre, ülkemizdeki bireylerin gün içerisinde tükettiği toplam enerjinin %50'si ekmekten karşılanmaktadır. Ayrıca lkemizde

satışı yapılan toplam ekmek miktarı 2007 yılında 10,7 milyon ton iken 2012 yılında bu rakam 11,6 milyon tona yükselmiştir. Kuzey Amerika, Güney Amerika, Avustralya, Doğu Avrupa ve Orta Doğu gibi bölgelerde 2011 yılından bu yana ambalajlı ekmek üretiminin arttığı saptanmıştır.

Ekmekçi Bal, Sayılı ve Gözener, (2013), Tokat ilinin Merkez İlçesi'nde ailelerin ekmek tüketim durumunu belirtmek amaçlı yapılan çalışmada, Kasım 2012'de 272 aileye anket uygulanmıştır. Araştırma bulgularına göre, kişi başına düşen ekmek tüketimi ülke ortalamasından düşük olup 291,95 g'dır. Ailelerin en çok somun ekmek tükettikleri tespit edilmiştir (%70.6). Tüketicilerin en çok süpermarket ve fırınlardan ekmek aldığı ve tüketicilerin yarısından fazlasının pazarda satılan ekmek kalitesini yetersiz bulduğu tespit edilmiştir. Bazı ailelerin gün içinde aldıkları ekmeği tüketemediği ve eski ekmeğin önemli bir bölümünün tekrar kullanıldığı, bazılarının boşa harcandığı tespit edilmiştir. Üretilen ekmeklerin kalitesinin ve üretim ve satış aşamalarındaki hijyen koşullarının iyileştirilmesine özel dikkat gösterilmelisi gerektiği tespit edilmiştir.

İnan (2013) tarafından yapılan araştırmada, Karaman ilindeki ekmek üretimi, ekmek tüketim alışkanlıkları, ekmek israfı ve israfın nedenleri incelenmiştir. Bu amaçla Karaman il merkezindeki fırın sahiplerine ve sosyo-ekonomik düzeyleri birbirinden farklı olan rastgele seçilmiş 327 tüketiciye anketler uygulanmıştır. Ankette tüketicilerin ekmek tüketim miktarlarını, ne tür ekmek tükettiklerini, ekmek tercihinde önem verdikleri noktaları, ekmek israfının nedenlerini ve bayat ekmeği değerlendirme yöntemlerini belirlemeye yönelik sorular yöneltilmiştir. Ankete katılanların %15'inin dışarıdan ekmek almadığını ve kendi ekmeklerini tükettiği belirtilmiştir. Öte yandan, ekmek alanların %92,6'sı en yakın marketten ekmek almıştır. Ayrıca ekmeğin özellikle sıcak ve taze olduğunu, hijyenik koşullarda satıldığı, iyi pişirildiği ve görünümünün iyi olduğu belirtilmiştir. Tüketicilerin %78,8'i ekmek yapımında katkı maddesinin kullanımının sağlık açısından zararlı olduğu ve fazla ekmek tüketiminin kilo, tansiyon, diyabet, çölyak ve mide rahatsızlıklarına sebep olduğunu belirtmişlerdir. Tüketiciler bayatlayan ekmeklerin %13'ünü çöpe attıklarını, %33'ünü yemek yaptıklarını ve %54'ünü ise hayvanlara verdiklerini belirtmişlerdir. Karaman ili için tüketici kaynaklı ekmek israfı yıllık yaklaşık olarak 810.030 TL olarak hesaplanmıştır. Üreticilerden alınan rakamlar doğrultusunda Karaman'da 51.700 adet ekmeğin günlük üretildiği ve il dışından gelen ekmek ile bu miktarın yaklaşık 60.000 adet olduğu belirtilmiştir. Üreticilerin fırın tezgâhında sattıkları ve perakende satış yerlerine gönderdikleri ekmeklerden geri gelenlerin yıllık maliyeti yaklaşık 171.550 TL'yi bulmaktadır. Üreticilerin şikâyetleri araştırıldığında %26'sı il dışından ekmek gelmesinin pazar

hacimlerini daralttığından ve %74'ü ise ucuz-kalitesiz üretimden Őikâyetçi oldukları tespit edilmiştir.

Yurdatapan (2014) tarafından yapılan araştırma, Türkiye'deki ekmek endüstrisinin genel durumunu ortaya koymaktadır. Edirne Merkez Bölgesi ele alınarak ekmek tüketiminin eğilimleri araştırılmıştır. Bu amaçla, Edirne ilinin kentsel alanında yaşayan 170 tüketici ile anket yapılarak ildeki hanelerin ekmek tüketim davranışları incelenmiştir. Edirne ilindeki hanelerin ekmek tüketim davranışlarına ek olarak, ailelerin sosyo-ekonomik özellikleri de incelenmiştir. Araştırma alanındaki tüketicilerin %42'sinin hane başına günde 1 ekmek, %38'inin 3 ekmek ve %11,1'inin 5 ekmek tükettiği tespit edilmiştir. Edirne'nin merkez ilçesinde günlük tüketilen ekmek miktarı hane başına 2,6 adet ve 175 gramdır. Sosyal sınıflar açısından incelendiğinde, ekmek tüketimi hane başına 1,6 adet, gelir düzeyi yüksek hanelerde ise 0,5 adettir. Düşük gelirli kesimde hane başına 3,7 adet, kişi başına 0,9 adet olarak belirlenmiştir.

3. TEKİRDAĞ İLİ İLE İLGİLİ BİLGİLER

Tekirdağ, Türkiye'nin en kalabalık yirmi üçüncü kentidir. 2018 yılı itibariyle nüfusu 1.005.463'tür. Marmara Bölgesi'nin Trakya tarafında yer almaktadır. İstanbul'un doğusunda, güneyde Marmara Denizi ve Çanakkale, batıda Edirne, kuzeyde Kırklareli ve kuzeydoğuda Karadeniz'e sınırı bulunmaktadır. Aynı zamanda Türkiye'de 30.03.2014 tarihinde yapılan yerel seçimlerden sonra resmen büyükşehir belediyesi tarafından yönetilmeye başlanmıştır. Hizmet alanı 6313 kilometrekaredir. Toplam ilçe sayısı on ikidir (Anonim 2016).



Şekil 3.1: Tekirdağ İl Haritası

3.1. Ekonomik Durumu

Tekirdağ bölgesi birinci sınıf tarım arazisidir. Tarım için uygun çok verimli ovalar vardır. Türkiye'nin yağlı tohum ayçiçeği ve buğday üretiminin büyük bir bölümünü karşılamaktadır. Tekirdağ ilinin batısındaki Malkara ve Hayrabolu ilçelerinde tarımın ve hayvancılığın ekonomik değeri çok yüksektir. Süleymanpaşa, Çorlu, Ergene, Çerkezköy ve Kapaklı ilçelerinde sanayi ve tarımın ekonomideki payı çok yüksektir. Özellikle Çorlu, Ergene, Çerkezköy ve Kapaklı ilçeleri bölgedeki onlarca fabrika nedeniyle birçok göçmen almaktadır.

Türkiye'de 1975'ten bu yana son 40 yılda hızlı sanayileşme ve nüfus artış hızıyla en hızlı büyüyen il konumundadır.

Tekirdağ merkez ilçesi Süleymanpaşa'da üretilen başlıca tarım ürünleri ayçiçeği ve buğdaydır. Buna paralel olarak, un ve petrol endüstrisi gelişmiştir. Diğer önemli tarım ürünleri kiraz olup, merkez ilçede 2500 kiraz ağacı bulunmaktadır. İlde üretilen soğanların %60'ı merkez ilçede üretilmektedir (Anonim 2016).

3.2. Kültürel Durumu

Tekirdağ'da görülmeye değer çok sayıda eser vardır. Gezilebilecek ilginç yerler arasında Macaristan'ın 17. yüzyıldaki Türk evi, Avusturya'ya karşı mücadelenin kahramanı Frenc Rakoczi'nin Osmanlı İmparatorluğu'na sığındığı 1720-1735 döneminde kaldığı evdir. Ev bugün bir müze olarak Macar hükümetinin mülkiyetinin kimliğini taşımakta ve Macarlar tarafından sıklıkla ziyaret edilmektedir. Ayrıca, Namık Kemal'in doğum yeri olan ve adına düzenlenmiş olan Namık Kemal Evi de müzeye dönüştürülmüştür. Her yıl haziran ayında Tekirdağ Kiraz Festivali adı altında bir hafta boyunca etkinlikler düzenlenmektedir. 1962 yılında Kiraz Cümbüşü adıyla başlayan festival, şehir merkezi için önemli bir turizm etkinliği olmaktadır (Anonim 2016).

3.3. İdari Durumu

28489 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 6 Aralık 2012 tarihli ve 6360 sayılı Büyükşehir Belediyesi ile Yirmi Altı Semt ve Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnameye uygun olarak 6360 sayılı Kanun uyarınca büyükşehir belediyesi olmuştur. Ayrıca, Süleymanpaşa, Ergene ve Kapaklı ilçeleri aynı yasa altında kurulmuştur. İlk yerel yönetim seçimlerinden sonra, yasada meydana gelen değişiklikler uygulanmaya başlanmıştır.

Süleymanpaşa'daki mahalleler; 100. Yıl, Aydoğdu, Çınarlı, Değirmenaltı, Ertuğrul, Eski Cami, Gündoğdu, Hürriyet, Karadeniz, Orta Cami, Turgut, Yavuz ve Zafer mahalleleri. Ayrıca, Tekirdağ'ın merkezine bağlı toplam 4 belde vardır (Anonim 2016).

4. EKMEK İLE İGİLİ KAVRAMSAL BİLGİLER

4.1. Ekmeğin Tarihçesi

Ekmeğin tarihi medeniyetler tarih kadar eskidir. Ekmek, insan topluluğunun en eski ve en temel gıda ürünüdür. Tarihin en iyi bilinen hikayesine göre, ateşin keşfedilmesinden sonra, ilk insanlar suya batırılmış buğday kırıntısında gözeneklerin oluştuğunu görmüş ve gözenekli kütleyi sıcak taşların üzerine koyarak lezzetli bir ürün olduğunu bulmuşlardır.

Ekmeğin tarihi ilk defa yabani buğday ve arpa kullanımı ile başlar. Son yıllarda dünya nüfusunun yüzde 35'inin geçim kaynağı buğdaydır. Ayrıca, Neolitik öncesi yiyecek arayanların yabani tahılı toplayan bölgelerinde öğütme taşları, ocaklar ve hatta yiyecek depolama çukurları bulunduğu bahsedilmektedir.

Ekmele ilgili tarih öncesi çağlara ulaşmak için günümüzden yaklaşık 2,5 milyon yıl öncesine gidecek olursak, bu çağların sınıflandırılmasında Taş Devri'nin 2,5 milyon yıl öncesinden, M.Ö. 5500 yılına kadar sürdüğü görünür. Ayrıca Taş Devri, Yontma Taş devri diye isimlendirilmiş Eski Taş Çağı genel adı ile bilinen Paleolitik Çağ'dır. Bu dönem M.Ö.12000 yıl öncesine kadar uzanır. Doğanın güç koşullarında yaşamaya çalışan insanoğlu, ilk olarak etobur bir yaşam sürmüştür. Temel besin kaynakları avcılık yaparak buldukları yabani hayvanlardır. Avcılık yapamadıkları zamanlarda ise meyve ve bitki kökleri ile beslenmişlerdir. Paleolitik çağın sonlarına doğru, dünya iklimi yumuşamış buzlar erimeye başlamıştır. Avcılığın yanında balıkçılık da çeşitlenmeye başlamıştır. Bazı bölgelerde yabani buğday ve arpanın oluşumunu iyileşen iklim koşulları sağlamıştır. Batı Asya, Yukarı Mezopotamya, İran, Batı Asya ve Afrika'nın doğusu gibi bölgelerde de iklim koşullarının yumuşamasıyla avcılık sıkıntı yaratmaya başlamıştır.

Süreç devam ederken, hayvancılık M.Ö. 9000-5500 yıllarını kapsayan Neolitik Çağ, aynı zamanda tarımın ilk adımlarının da atıldığı çağdır. Yabani buğday M.Ö. 9000 yıl öncesine kadar küçük kırmızı buğday ve gemik, ehlileştirilecek şekilde, Jordan Ceriko'da ve Şam vadisinde hemen Şam Anıt ilçesinin güneydoğusunda hasat edilmeye başlandı. Bu, tarım ekonomisinin ortaya çıkmasının temelini oluşturmuştur. Artun Ünsal, Nimet Geldi Ekine adlı kitabında, özellikle Anadolu'da, Diyarbakır Çayırönü, Konya Çatalhöyük ve Burdur Hacılar kazılarında karbonatlı buğday taneleri bulunmuştur.

Ayrıca cilalı taş çağındaki kestane ve meşe palamudu gibi bazı bitkisel ürünlerin ezilmiş ve suyla karıştırılmış olduğu ve elde edilen hamurun sıcak taşlar üzerinde veya kül içinde pişirildiği bilinmektedir.

MÖ 4000 yılındaki araştırmalardan elde edilen bilgilere göre, Babiller özel fırınlarda nasıl ekmek pişireceğini bilmektedir. Yine M.Ö. 4300 yılında değirmencilik ve fırıncılık sanatının yapıldığı kazılarla elde edilen buluntulardan anlaşılmaktadır. MÖ 2600'de Eski Mısırlılar, ekmeğin buğday unu ve su karışımından hamurlara maya eklediklerinde daha yumuşak olduklarını fark etmişlerdir. Mayanın tesadüfen bulunmasından sonra, beyaz ekmek soyluların ve sarayın sembolü haline gelmiştir. Zenginler ve soylular tarafından aranan bu maya ekmekleri o kadar değer kazanmıştır ki, eski Mısır'da bu ekmekler para yerine kullanılmaya başlanmıştır. Profesör Ayşe Baysal ve Uzman Diyetisyen Nuriye Över'e göre; Mısır'da bulunan fosillerin diş yapıları, bu insanların kalın kabuklu ekmeği çiğnemiş olduklarını göstermektedir. 1991'deki Mısır'daki Giza Piramidi kazılarında, MÖ 2575-2134 tarihlerinde piramit yapımında çalışan işçilerin kullandığı fırınlar bulunmuştur. Bunun dışında ekmek, Mısırlıların mezar armağanlarından biri olarak görülmektedir.



Şekil 4.1: M.Ö. Roma'da Ekmek Pişiren İnsanlar

Türklerde genellikle ekmek göçebe döneminde ekmek yapılmış ve yanan saçlarda mayasız ekmek olarak ve yufka veya lavaş olarak adlandırılmıştır. Bunlar uzun ömürlü ekmeklerdi.

Türklerde ekmek konusunu Bahaeddin Ögel, Kültür Bakanlığı'nın yayın organı olan Türk Kültür Tarihine Giriş adlı kitabında şöyle özetlemektedir:

“Bir ekmeğin yapılması için, kalın olsa bile, en azından biçiminde olması gerekir. Böyle bir çapak yapmak için, ekmek ince veya kalın olmalıdır. Türk ekmeği gibi bazlama, bazalt, sinçü, pide, ekmek gibi çeşitleridir”

Sula Bozis'in İstanbul Lezzeti adlı kitabında, tarihçi Cyril Mango Bizans dönemine dayanarak ekmeği şöyle aktarıyor:

“Trakya'daki buğdayın Konstantinopolis'in ihtiyaçlarını karşılayamadığı gerçeği, Büyük Konstantin, Konstantinopolis (306-337) saltanatından bu yana, başkent halkın Mısır'dan gelen buğdayla beslendiğini göstermektedir. Mısır'ın yıllık buğday üretimi İskenderiye'nin buğday depolarında depolanmış ve mutlu doğurgan kargo deniz yoluyla Tenedos'a getirilmiş ve oradaki depolara boşaltılmıştır. Mısır'dan gelen buğday yetersiz olduğunda, yönetim insanların açlıktan ölmesini önlemek için önlemler almak zorunda kaldı. Un sıkıntısı bazen kanlı ayaklanmaların temelini attığından, imparatorlar halkın günlük ekmeğini karşılamaya öncelik verdiler.”

Osmanlı sarayında, saray ekmeği karma ekmek olarak bilinir ve fırınlarda pişirilmektedir. 19. yüzyılda, Hollanda'da buğday bazlı maya bulunmuş ve kullanılmaya başlanmıştır. Avrupalılar buğdaydan önce çavdar gibi diğer tahıl ürünleri kullanılmaktaydı, ancak 15. yüzyılda buğdaydan beyaz ekmek yapılmaya başlanmıştır. Mikroorganizmalar ve mayadaki aktif bilgilerden sonra ekmek üretimi endüstriyel olarak üretilmeye başlanmıştır. Yüzyılın ikinci yarısına yaklaşırken, ekmek yapımında modern tekniklerin ortaya çıktığı ve mekanizasyonun başladığı görülmektedir. Özellikle ABD'de başlayan mekanizma yavaş yavaş gelişmiş ve diğer ülkelerde bunu takip etmeye başlamıştır. Bir yandan ekmek tadı detaylarına girildiği ve böylece tüketiciye geniş bir yelpazede sunulduğu görülmektedir.

Ülkemizde bu gelişmeye 1975'ten sonra büyük önem verilmiş ve İstanbul, Ankara, Eskişehir, İzmir, Bursa ve Antalya'da çeşitli ekmek türlerinin üretilmesine başlanmıştır. Günümüzde mekanize işletmelerin giderek arttığı ve modern teknikler kullanılarak ekmek üretiminin yapıldığı görülmektedir (Kuter 2011).

4.2. Ekmek Üretimi

Sektörün bu derece büyük olduğu ekmeğin üretimi, karmaşık prosesler gerektiren diğer gıda maddelerinin imalatının aksine, dört basit temel bileşenin oldukça sade etkileşimi vasıtasıyla yapılmaktadır: Un, su, tuz ve maya. Buğday, arpa, çavdar yulaf gibi tahılların öğütülmesiyle elde edilen unun çeşitleri arasında ekmeğin üretiminde kullanılan genel olarak buğday unu olmaktadır.

Tipik bir ekmeğin üretiminde her ne kadar hamurun hazırlanış ve yoğurma biçiminde bazı farklılıklar olsa da üretim aşamaları genel olarak aynıdır. Öncelikle bileşenler karıştırılır ve yoğrulur ve bunu fermentasyon, kesme, tartma, şekil verme ve pişirme gibi diğer adımlar takip etmektedir. Hamur yoğurma metodundaki farklılık ise ya temel bileşenlerin sırayla belirli yoğurma sürelerini takiben eklenmesi veya tüm temel bileşenlerin aynı anda atılıp bunu takiben bir yoğurma süreciyle yapılmasından ileri gelmektedir. Bileşenlerin aynı anda atıldığı doğrudan yoğurma işlemi, yoğurma süreci 15 dakika sürmekte olup spiral kollu yoğurucularda yapılmaktadır. Diğer yöntem olan indirekt yoğurma yönteminde ise önce un ve su eklenip çatal mikserle 35 dakika yoğrulur, daha sonrasında tuz ve maya aralarında 5 dakika yoğurma aralığı olacak şekilde ilave edilmektedir.

Yoğurma işlemi takiben, ekmeğin hamuru ıslankaya, yani ilk fermentasyon işlemine alınmaktadır. Bu işlem aslında basitçe herhangi bir araç-gereç kullanılmadan hamurun uygun süre ve sıcaklıkta dinlendirilmesidir. Fermentasyon süresince, hamur toparlanırken, hamur bileşenindeki basit şekerler maya hücreleri tarafından fermente edilip, ortama karbondioksit (CO₂), etil alkol ve enerji salınımı yapmaktadır. Ortamdaki CO₂ ise buğday ununda bulunan gluten proteini sayesinde tutularak hamurun kabarmasını sağlamaktadır. Böylece hamurun fiziki özellikleri yavaş yavaş değişmekte olup hamurda süngerimsi oluşumlar gözlemlenmektedir. Islanka aşamasından sonra, hamurun içindeki gaz, hamura basitçe bastırılarak hamurun homojenleşmesi sağlanır ve hamur uygun gramajda makine veya el ile kesilmektedir. Kesme, gaz alma ve tartma işlemleri boyunca fiziksel baskıya maruz kalan hamur pasaya yani ara dinlendirmeye alınmaktadır. Pasa işlemi sırasında aynı ıslankadaki gibi hamurun toparlanması sağlanmaktadır. Bu işlemi takiben dinlendirilen hamurlara el veya makine vasıtasıyla şekil verilir ve şekil verilmiş hamurlar yağ sürülmüş tepsilere yerleştirilmektedir. Bu yerleştirme işlemine ise tavlama adı verilmektedir. Daha sonra bu hamurlar sıcaklığın 25-30 °C olduğu % 70 - % 80 neme sahip buhar odalarında bekletilmek suretiyle son fermentasyon işlemine tabi tutulmaktadır. Bu evre dahilinde büyüyen mayaların

aktivitesi sonucunda yediğimiz ekmeğin gözenekli yapısı oluşmaktadır. Son fermentasyondan çıkan ekmeğin hamurları pişirme fırınlarına alınmadan önce hamurların üzerine bıçakla dikey olarak çizgi çekilmektedir. Buradaki amaç pişirme esnasında genişleyen karbondioksit gazının dışarıya çıkabileceği yollar yaratıp hamurun istenmeyen bir biçimde yarılmaması ve çatlamasını önlemektir. Bütün bu aşamalardan sonra, pek çok aşamadan geçen hamurun ekmeğe dönüştüğü ana aşama olan pişirme evresine geçilmektedir. Pişirme işlemi nem dengesi iyi sağlanmış fırınlarda gerçekleştirilmektedir. Pişirme esnasında ekmeğin hamurunda birçok kimyasal reaksiyon meydana gelmektedir. Proteinler doğal yapısını kaybeder, şekerler karamelize olur, sıcaklık etkisiyle karbondioksit genişler ve ekmeğin kabarmasını sağlar. Ekmeğin dış yüzeyindeki nem kaybı ve indirgen şekerlerin proteinlerin yapısını oluşturan aminoasitlerle tepkimesiyle ekmeğin kabuğu oluşmaktadır. Pişirmenin gerçekleşmesi fırın içi sıcaklığının 200 – 220 °C civarında olması gerekmektedir. Pişirmeyi takiben tüketime hazır ekmeğin soğutulup ambalajlanmasıdır.

Günümüzde gelişmiş ekmeğin sektöründe, ekmeğin 4 temel bileşenin yanında pek çok yardımcı katkı maddesi kullanılmaktadır. Bu maddeler besin değerini artırmak, küflenmeyi geciktirmek ve raf ömrünü uzatmak, ekmeğin görünümünü iyileştirmek gibi fonksiyonlara sahiptir. Çeşitli emulgatörler, koruyucular, tatlandırıcılar, antioksidanlar, aroma ve hacim arttırıcılar bu tip maddelere örnek verilebilir. Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından yayımlanan “Türk Gıda Kodeksi Ekmeğin ve Ekmeğin Çeşitleri Tebliği” ve “Türk Gıda Kodeksi Gıda Katkı Maddeleri Yönetmeliğine” göre ambalajsız satılan ekmeğin çeşitlerinde katkı maddesi kullanımı yasak olup, ambalajlı olarak piyasaya sürülen ürünlerde de ekmeğin çeşidine göre kullanılacak katkı maddeleri sınırlandırılmıştır.

Ekmeğin imalatında, üretimin tek tiplilik prensibi içerisinde belirli bir plan ve programa göre yapılmasına ve uygun kalitede seri üretime olanak sağlanmasına ek olarak tüketicinin de sağlıklı ürünler tüketerek, fiyat ve kalite yönünden aldanmalarını önlemek amacıyla çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından çalışmalar yapılmaktadır (Kurt 2013).

4.3. Ekmeğin Besin Değeri ve Beslenmedeki Önemi

Ekmeğin hammaddesi buğday unudur. Buğdayda bulunan tüm besin maddeleri ekmeğin de bulunur. Bununla birlikte, yeterli ve dengeli beslenmek için gereken vitamin ve mineraller çoğunlukla buğdayın özünde ve dış kabuğunda bulunduğu için, undaki un miktarı saflaştırma durumuna göre azalır. Ek olarak, fermantasyonlu bazı vitaminlerin miktarında bir artış vardır ve minerallerin vücuda yararları artar.

Tam buğday unu vitaminleri ve mineral içerikleri beyaz ekmeğe göre çok daha yüksektir. Aynı zamanda, vücutta enzimler tarafından sindirilemeyen karbonhidratların oluşturduğu hamur miktarı, rafine edilmemiş undan yapılan ekmeklerde de yüksektir. Ayrıca, kepekli ve çavdar ekmeğinin enerji değeri beyaz ekmeğin altındadır.

Çizelge 4.1: Tam buğday unu ile beyaz unun besin değeri açısından karşılaştırılması (Anonim 2010)

Besin Değeri	Tam Buğday Unu	Beyaz Buğday Unu
Enerji (kkal)	339	364
Posa (gr)	12,2	2,7
Mineraller		
Kalsiyum (mg)	34	15
Demir (mg)	3,9	1,2
Magnezyum (mg)	138	22
Fosfor (mg)	346	1,8
Potasyum (mg)	405	1,7
Çinko (mg)	2,9	0,7
Selenyum (mg)	70,7	33,9

Buğday ve diğer tahıllar, insan beslenmesi için gerekli olan tiamin - B1, riboflavin-B2, niasin-B3, pantotenik asit ve E vitamini gibi önemli vitamin kaynaklarıdır. Bu vitaminler, kabuk ve embriyo gibi yüksek tahıl tanelerinde bulunurken, endosperm gibi tanelerin orta kısmında düşüktür.

Kepekli tahıllar ve kepekli ekmek tüketerek bu vitamin ve mineral kullanımı arttırılmaktadır. Bunun bir sonucu olarak, ekmeğin besin değeri arttırılmış ve daha fazla tahıl kepeği içerecek şekilde ekmek unu bileşiminin değiştirilmesinin bir sonucu olarak glisemik indeks hafifçe düşmüştür. Glisemik indeksi düşük karbonhidratlar, beyne orta derecede ama sürekli bir glikoz geçişi sağlar. Böylece beynin enerji ihtiyacı sürekli olarak karşılanır. Sonuç olarak, bireyin dikkatini, algısını arttırır ve daha enerjik hissetmeye devam etmesini sağlamaktadır.

Çocukların büyümek için daha fazla enerjiye ihtiyacı vardır. Enerjiyi karşılayacak en temel yiyecek ekmektir. Proteinlerin büyüme ve çocuklarda yeni doku üretiminde kullanılması

için öncelikle karbonhidratlarla enerji gereksinimlerinin karşılanması gerekir. Ortamda yeterli karbonhidrat yoksa, enerji vermek için protein kullanılacak, bu nedenle hem maliyet yüksek olacak, hem de proteinler büyüme için kullanılamayacaktır. Karbonhidratlar antokojeniktir, yani vücuttaki yağların ve proteinlerin bir enerji kaynağı olarak yanmasını önlerler. Yeterince karbonhidrat alınmazsa, vücuda enerji vermek için yağlar yakılır, keton cisimleri ortaya çıkar ve vücudun çalışma dengesini bozmaktadır.

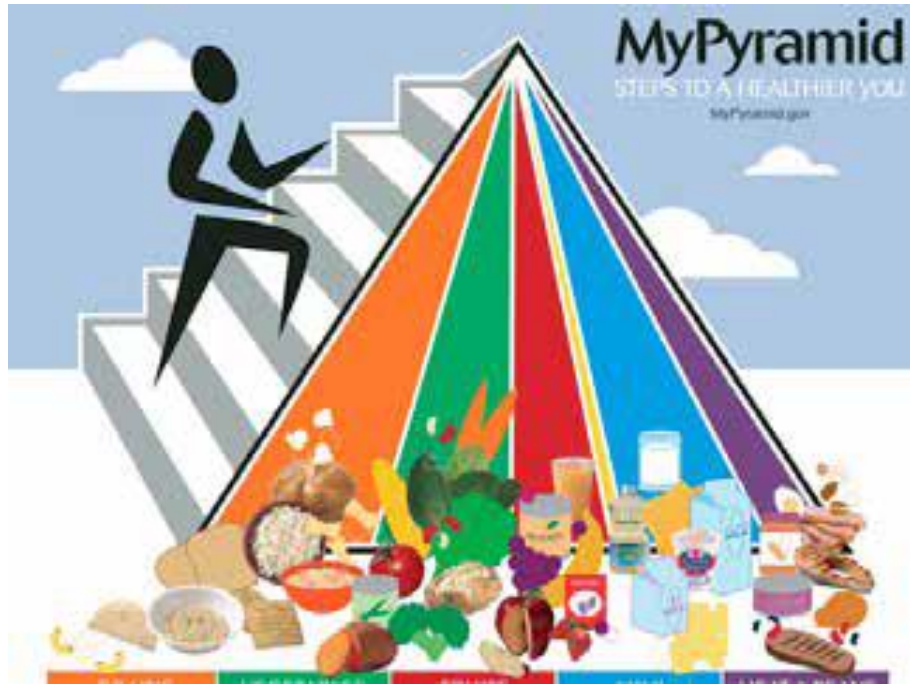
Posa, sindirim sistemindeki enzimler tarafından sindirilmez ve bağırsaklarda belirli bir hacim oluşturarak hareket sağlamaktadır. Böylece besinler ve vücudun artık madde salgıları zararlı maddeler olmadan vücuttan atılmaktadır. Posa vücudun çöpi olarak bilinmektedir. Büyük bağırsak hastalıkları yüksek diyetle beslenen popülasyonlarda nadir görülürken, selülozu düşük diyetlerle beslenen batı toplumlarında bu önemli bir sağlık sorunudur. Posa'nın en iyi kaynağı tahıl ve kuru baklagillerdir. Bu nedenle, özellikle Batı ülkelerinde, tam buğday ekmeği ve tam tahıl tüketiminin artırılması önerilmektedir.

Ayrıca, bağırsakta su bir hacim oluşturup, şişkinlik sağlamaktadır. Bu, doyumluk merkezini, doyumluk hissini hissetmek için uyarmaktadır. Tam tahıllı ve kepekli ekmekler çözünmez elyaf bakımından zengindir. Çözünmeyen kağıt hamuru sindirim olmadan atılmaktadır ve enerjisi daha düşüktür. Tahıllar sindirim sisteminin düzenli çalışmasında etkili olduğu için, kabızlığa, hemoroit ve kolon kanserine karşı da koruyuculardır. Aynı zamanda kan şekeri düzenlenmesine ve kan lipit seviyelerinin dengelenmesine yardımcı olur, çünkü yavaş sindirilmektedir. Kültürümüzde ve beslenmemizde önemli yeri olan ekmeğin değeri bilinmeli ve boşa harcanmamalıdır (Özenoğlu ve Kvasoğlu 2014).

Gıda güvenliği, bireylerin sağlıklı ve üretken yaşamlarını sürdürmede yeterli ve dengeli beslenmenin en temel koşullarından biridir (Baysal 2011). Büyüyen dünya nüfusu, yeterli, sağlıklı ve güvenilir gıda kaynaklarına ulaşma riski giderek artmaktadır. Açlık ve gıda güvensizliği küresel bir sorun olmaktadır (Özçiçek Dölekoğlu 2003). Vücudun enerji ihtiyacını karşılayan en ucuz gıdalardan biri olan ekmeğin giderilmesinde insanlığın ortak besinlerinden biridir. Sağlıklı beslenme için en çok tüketilmesi önerilen gıda grupları arasında tahıllar ilk sırada yer almaktadır. Hububat, tüm dünyada tüketilen en temel besin grubudur (Baysal 2011). Kıtaların dünyadaki coğrafyasına göre, tüketilen üç ana hububat türü pirinç, mısır ve buğdaydır (Eker 2012). Genel olarak, Türkiye ve Orta Doğu ülkelerinde buğday, Güney Doğu Asya'da pirinç, mısır ise en çok Orta ve Güney Amerika'da kullanılır. Türkiye'de temel gıda ekmeğin ve diğer tahıl ürünleridir, buğday ekmeğin yapımında kullanılan başlıca

tahıldır. (Baysal 2011). Ekmeğin temel bir besin maddesi olması, yapımında kullanılan malzemelerin kolay elde edilmesi, doğru tutulması, nötr tada ve aromaya sahip olması ve birçok gıda ile tüketilmesi gibi faktörlerdir (Elgün ve Ertugay 2002).

Dünyanın birçok ülkesindeki resmi kurumlar tarafından yayınlanan beslenme kuralları, sağlıklı ve dengeli bir beslenmenin ana unsuru olarak kepekli tahılların önemini vurgulamaktadır. Bu rehberlerde, tam tahıllı ürünlerin tüketimine ve günde en az üç porsiyon veya günde tüketilen tahıl ürünlerinin en az yarısının kepekli tahıllar olmasına daha fazla önem verilmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde besin piramidi (Şekil 4.2) ve besin tabağı (Şekil 4.3) besin grupları ile daha orantılıdır (Anonim 2010).



Şekil 4.2: Besin Piramidi (Anonim 2010)



Şekil 4.3: Besin Tabacağı (Anonim 2010)

Çizelge 4.2: Beyaz Ekmek ve Tam Buğday Ekmeğinin Enerji ve Bazı Besin Öğeleri Değerleri (Anonim 2010)

Enerji ve Besin Öğeleri	Beyaz Ekmek (30 g)	Tam Buğday Ekmeği (30 g)
Enerji (kcal)	76.7	63.7
CHO (g)	15.9	12.4
Protein (g)	2.4	2.3
Yağ (g)	0.3	0.4
Posa(g)	1.0	1.9
Çoklu Doymamış Yağ A. (g)	0.1	0.2
E Vitamini (mg)	0.1	0.4
B6 Vitamini (mg)	0	0.1
Kalsiyum (mg)	5.4	9
Magnezyum (mg)	3.9	27.3
Fosfor (mg)	31.2	75
Demir (mg)	0.4	0.8
Çinko (mg)	0.3	0.6
İyot (µg)	0.2	0.8

4.4. Ekmek Tüketimi ve Tüketicilerin Ekmek Seçimi

Türkiye’de ekmek beslenme alışkanlıkları ve kültüründe özel bir yere sahiptir. Ekmek, et ve ürünleri (döner, köfte, balık, sosis vb.), süt ve ürünleri (peynir, süt, yoğurt vb.), sebzeler (domates, soğan, yeşil sebzeler vb.), meyve (karpuz vb.), yağlar (tereyağı, margarin vb.) ve tatlılar (helva vb.) ile beraber tüketilmektedir. Özellikle yaz aylarında, tarım ve inşaat işçileri, ekmek-meyve, ekmek-sebze, ekmek-peynir, ekmek-yumurta ve zeytin-ekmek gibi besinleri pişirmek için vakit bulamadıklarından tüketmektedirler (Baysal ve Över 1994).

Türkiye’de 1974 yılında ulusal gıda tüketim verilerine göre, kişi başına günlük 402 g / gün, 1984 yılında 360 g / gün, 2010 yılında ise 185 g / gün ekmek tüketimi olduğu bildirilmiştir. Ülkemizde yıllara göre tüketilen ekmek miktarındaki düşüşe rağmen, dünyada kişi başına düşen tüketim 199.6 kg olan Guinness dünya rekorundan daha fazla ekmek tüketmeye başlamıştır. Beslenme modelleri ve alışkanlıkları, ekmek tüketiminin artması, kahvaltılı gevrekleri, fast food, dışarıda yenen yemeklerin sayısı, sosyo-demografik özelliklerin ve yaşam tarzının değiştirilmesi, medyadaki yanlış bilgilendirme ve inançların önemli bir rolü vardır. Bu bağlamda, ekmek hakkındaki popüler efsane ve yanlış inanç, zayıflama diyetlerinden, ekmeğin çıkarılması veya sınırlandırılması gibi durumlar ortaya çıkmaktadır. Aksine, ekmek tüketmemek yetersiz, dengesiz beslenme ve enerji alımı ile sonuçlanacaktır (Baysal ve Över 1994).

Çizelge 4.3: Ekmeğin Enerji ve Besin Öğelerini Karşılacak Günlük Yaklaşık Tüketim Miktarları (G/Gün) (Baysal ve Över 1994)

	Yaş	Ekmek Miktarı (g/ gün)
Çocuklar	0-1	20
	1-3	50
	4-6	100
	7-9	200
Erkek	10-18	350
Kadın	10-18	300
Yetişkin Erkek	19-65	300
	65+	200
Yetişkin Kadın	19-50	250
	51-65	150
	65+	125

Çizelge 4.3, farklı yaş gruplarındaki ve cinsiyetlerdeki bireylerinin enerji ve besinlerini karşılamak için ekmek tüketim miktarını göstermektedir. Diyet Kılavuzlarında Türkiye'deki tüm yaş gruplarındaki bireyler için ekmek tüketimi önerilmektedir. Dünya Sağlık Örgütü, günün değişik öğünlerinde ekmeğin tüketilmesi gerektiğini vurgularken, Avrupa'da günde 250 g / gün ekmek tüketilmesi tavsiye edilmektedir.

Pazarda gün geçtikçe artan ekmek çeşitleri arasında tüketiciler seçim sürecinde çeşitli faktörlerin etkisinde kalmaktadır. Yiyecek seçiminde, lezzetli, sağlıklı, besleyici, taze, güvenli, egzotik, doğal, organik ve kolay olduğu kadar fiyat, doygunluk, keyif, kullanılabilirlik ve bolluğun da etkili faktörler olduğu bildirilmektedir.

Bazı çalışmalarda ekmekte sağlık, uygunluk, zindelik, sürdürülebilirlik, egzotiklik, etik ve fiyat gibi faktörler arasında sağlık, rahatlık ve zindelik faktörlerinin öne çıktığı bildirilmiştir. Bu konuda yapılan bir başka çalışmada, lezzet, tazelik, renk, yapı, çiğneme özellikleri ve sağlıklı olma, ekmek seçimini belirleyen kriterlerdir (Baysal ve Över 1994).

4.5. Ekmek İsrafı

Tarih boyunca insanoğlunun en çok ürettiği ve tükettiği gıda ürünü ekmek, temel gıda kaynaklarından biridir. Tatmin edici ve ekonomik olması nedeniyle vücudumuzun ihtiyaç duyduğu günlük besin değerlerinin çoğu ekmekten karşılanmaktadır. Örneğin, günlük enerjimizin ortalama % 44'ü yalnızca ekmeklerden, % 58'i ekmek ve diğer tahıl ürünlerinden sağlanmaktadır.

Üretilen ekmeğin önemli bir kısmı maalesef yiyecek olarak kullanılmamakta ve atık ya da hayvan yemi olarak kullanılmaktadır.

Açlık ve yetersiz beslenme, nüfusu 6 milyarı aşan, dünyanın en büyük sorunlarından biridir. 1,5 milyar insanın yetersiz beslendiği ve yaklaşık 8 milyon insanın açlık ve yetersiz beslenmeden dolayı hayatını kaybettiği dünyamızda yemek atıkları ciddi seviyelere ulaşmıştır. Bir yılda dünyada yapılan araştırmalara göre; 1 trilyon ABD dolarına karşılık gelen 1,3 milyar ton gıda israfı olmaktadır. Dünyanın gıda kaybının ve israfının dörtte biri engellenirse, beslenmemiş bir buçuk milyar insanın gıda ihtiyacı karşılanabilir. ABD ve Kanada gibi gelişmiş ülkelerde, ekmeğin yaklaşık % 40'ı ve AB'de üretilen ekmeğin % 30'u israf edilir.

4.5.1. İsrafın Ortaya Çıktığı Yerler

Ekmek atığı, üretim veya tüketim işlemlerinin herhangi bir aşamasında ortaya çıkabilir. Üretilen 3 milyon ekmeğin fırınlarda (% 51,4), 2,3 milyonunun hanelerde (% 37,9), 0,6 milyonunun personel ve öğrenci yurt, restoran ve otellerinde (% 10,7) israf edildiği ortaya çıkmıştır.

4.5.2. Ekmek İsrafıyla Ortaya Çıkan Diğer İsrarlar

Ekmek israfı ile birlikte; toprak, su, gübre, ilaç, tohum, enerji, emek ve zaman boşa harcanmaktadır. Harcanan her ekmek, her yıl küresel ısınmaya ve milyarlarca litre su israfına neden olan sera gazı emisyonlarına neden olmaktadır.

Aslında, Aralık 2010'da UNESCO Su Eğitimi Enstitüsü'nün raporuna göre; Türkiye'de 1 kg ekmek için 1608 litre su tüketilmektedir. Her yıl 235 bin hektar araziye 570 bin ton ekmeçlik buğday boşuna israf edilerek işlenmektedir. Yine her yıl ekmek israfı ile; 8130 ton tuz, 21 bin ton yakıt ve 1,2 milyar metreküp su israf edilmektedir.

4.5.3. İsrafın Ekonomik Boyutu

Kişi başı günlük araştırmalara göre ekmek atıkları 20 gr'dır. Bu miktar küçük görünmekle birlikte, ülke nüfusu dikkate alındığında, atığın yıllık ekonomik büyüklüğü 2,80 TL olan ekmeçin birim fiyatı üzerinden 1,5 milyar TL'dir. Bu rakam ülkemiz için çok önemli bir kayıp olup, nitekim her yıl 1,5 milyar TL ile 500 okul, 80 hastane veya 500 km bölünmüş yol inşa edilebilir. Bu rakam, dünyadaki ilk 140 ülkeye un ihracatından elde edilen gelire eşittir.

4.5.4. Ekmek İsrafını Önlemek İçin Yapılması Gerekenler

- Talep doğrultusunda üretim planlanmalı, raf ömrü ve daha uzun kaliteli ekmek üretilmelidir.
- Ekmekler fırında veya satın alındığı yerde uygun koşullarda saklanmalıdır.
- Ekmek pişirme ve satma arasındaki süre en aza indirilmelidir.
- Ekmek küçük ağırlıkta üretilmelidir.
- Toplu tüketim alanlarında ekmek dilimlenmiş veya küçük yuvarlak olmalıdır.
- Menüye göre, ekmek toplu tüketim yerlerinde sipariş edilmeli; İlerleyen günlerde artan ekmek kullanımını sağlayacak menüler düzenlenmelidir.

- Sağlıksız ekmeklerin fırınlar tarafından ekmek kırintıları ve kuru ekmek gibi diğer gıda maddelerinin üretiminde kullanıldığından emin olunmalıdır.
- Orta derecede eski ekmeklerin düşük bir fiyata satılması sağlanmalıdır.
- Tüketici, ekmeğinin bayat olduğunu varsaymamalıdır.
- Evlere ekmek ihtiyaçtan fazla alınmamalıdır.
- Bayat ekmeğin değerlendirilmesi konusunda ev hanımları bilgilendirilmeli ve teşvik edilmelidir (Soylu ve Kesici 2008).

4.6. Türkiye’de Ekmek Sektörü

Ekmek, tüm insanlığın temel besin kaynağıdır. Günlük ekmek tüketimi, bireylerin özelliklerine, alışkanlıklarına, yaşamlarına ve çalışma düzenlerine göre değişir.

Türkiye’de kişi başına düşen günlük ekmek tüketiminin yaklaşık 400 g civarında olduğu tahmin edilmektedir. Bu oran bazı bölgelerde daha yüksek, bazı bölgelerde daha düşük olabilir.

Bilindiği gibi ekmeğin hammaddesi buğday unudur. Buğdayda bulunan tüm besin değerleri ekmeklerde de bulunur. Tam buğday unu ekmeğin vitaminleri ve mineral içerikleri beyaz ekmeğe göre çok daha yüksektir. Bu nedenle en çok önerilen kepekli ekmek ve çavdar ekmeğidir. Ancak, piyasada satılan ekmeğe çok az güven duyulmaktadır. 2012 yılı içerisinde Ekmek ve Ekmek Çeşitleri Tebliği’nde yapılan düzenlemeyle ekmek yapımında kullanılan tuz oranı bir miktar düşürülmüş (%1,5 m/m) ve unun randımanı (650) yükseltilmiştir. Bu düzenlemeler ile unun içeriğinde bulunan vitamin ve mineral zenginliğinin korunması, insan sağlığına daha faydalı bir hale gelmesi hedeflenmiştir. Ancak şunun da belirtilmesi gerekir ki kamuoyunda sürekli gündeme gelen esmer ekmek üretiminin yapılabilmesi için unun randımanının 800 civarında olması gereklidir. Bu tip un üretimi büyük un sanayicileri tarafından şu an yapılamamaktadır. Fırınların büyük bir bölümü esmer ekmek üretebilmek için bir kaç unu karıştırmak suretiyle (beyaz un içerisine çavdar veya kepek karıştırarak) üretim yapmaktadır. Katkı maddeleriyle ilgili de kamuoyu yanlış bilgilendirilmekte ve fırıncının hileli ekmek ürettiği iddia edilmektedir. Bilinmelidir ki hem maya, hem de birçok katkı maddesi ekmek üretiminde çok önemli ve fayda sağlayan etkenlerdir. Sanıldığı gibi tüm katkı maddeleri insan sağlığı açısından zarar verici nitelikte değildir. Nitekim gıda piyasasında kullanılan tüm hammadde Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından gerekli kontrol ve incelemeler yapıldıktan sonra üreticiye sunulmaktadır. Diğer taraftan üretici olarak gereksiz ve insan sağlığına zarar

verebilecek katkıların kullanımından doğacak ve tüketiciyi mağdur edecek bir üretim anlayışına sahip olunması mümkün değildir (Akbaş 2015).

4.6.1. Ekmek Sektörünün Diğer Sektörlere Göre Türkiye'deki Yeri

Her sektörde olduğu üzere Ekmekçilik sektöründe de gelişmeler kaydedilmiş üretim ve pazarlamasında belli standartların oluşturulması için çalışmalar başlatılmıştır. Ancak yasaların hazırlanması aşamasında, uzmanların saha çalışmalarındaki analiz ve incelemelerindeki yetersizliği, Sivil Toplum Kuruluşlarıyla diyalogların eksikliği, görüşlerin alınmadan yasa ve yönetmeliklerin alelacele çıkarılması ve sürekli değişiklikler yapılmak suretiyle yasalarda oluşan açıkların kapatılmaya çalışılması, standart bir üretim oluşmasına engel olmakta ve sektörün karmaşa içerisinde olmasına zemin oluşturmaktadır.

Sektörün diğer sektörlerden ayrılan en önemli farklılığı, işçisinden işverenine kadar yılın 365 günü bayramlar da dâhil olmak üzere sürekli faaliyet göstermek zorunda olmasıdır. Halkın en önemli besin kaynağını üretmek ve böyle bir ihtiyaca karşılık verebilmek elbette güçlü, disiplinli ve süreklilik arz eden bir çalışmayı beraberinde getirmektedir. Bu yoğun iş temposuna rağmen Ekmek üreticileri ne yazık ki bu çalışmalarının karşılığında hak ettiği saygıyı ve kazancı elde edememektedir. Bunun yanında birçok sektörde kalifiye işçi bulma sıkıntısı yoktur. Oysa ekmek sektöründe kalifiye eleman bulmak oldukça güçtür. İzin yapılamadığı ve çalışmaya gece saatlerinde başlandığı için çok da cazip bir iş olarak görülmemektedir. İşçi bulma ve kalifiye eleman yetiştirmek günden güne zorlaşmaktadır (Anonim 2017).

4.6.2. Sektörün Gelişimi

Türk halkının ekmek konusunda daha bilinçli bir hale gelmesi aslında gelişimin en fayda sağlayan sebeplerinden biridir. Ekmeğin renginden tutun da sunumuna kadar her kriterine dikkat edilmesi, insanların sağlıklı yaşam sürmesi için en uygun olanı tercih etme isteği, değişik tatlara yönelmeleri, diyet programları gibi birçok sebep, beraberinde gelişimi ve değişimi getirmiştir. Uzmanların konuyla ilgili çalışmaları ve kamuoyu açıklamaları ile aslında çok daha önce yapılması gerekenler günümüzde uygulanmaya çalışılmaktadır. Hatta geçmişten günümüze kadar gelen yanlış bilgiler bile daha yeni yeni düzeltilmektedir.

Sektörde faaliyet gösteren birçok üreticinin ve satıcının, yasa ve mevzuatların uygulanmasında göstermiş olduğu hassasiyete rağmen, yasadışı üretim ve satış yapan işletmelerin sektöre büyük darbe vurdukları gerçeğiyle karşı karşıya kalınmaktadır.

İnsan sağlığı açısından önem teşkil eden ekmek üretimi, yasal düzenlemelerin uygulanamaması, denetim yetersizliğinin oluşturduğu açıklar sebebiyle yasadışı faaliyet gösteren merdiven altı işletmeleri cazip hale getirmiştir. Sadece İstanbul'da ruhsatsız ve üretim izni almadan faaliyette bulunan 800 civarında işletme bulunmaktadır. Türkiye geneli düşünüldüğünde bu sayı binlerin üstüne çıkmaktadır. Yasadışı bu faaliyetler sonucunda ekmek üretimindeki kalite istenilen düzeye ulaşmadığı gibi, durum insan sağlığı açısından da büyük bir tehdit unsuru niteliğindedir. Bu sıkıntıların bir an önce çözüme ulaşması, sektörün gelişimi açısından öncelikli olarak yasa ve yönetmeliklerin işleyişe uygun hale gelmesi ve denetimlerin yeterli düzeye çıkartılması önemli adım olmaktadır.

Öte yandan sektör için sevindirici olan gelişmelerde gerçekleşmektedir. Bunlardan biri, markalaşmadır. Ekmek Sektöründe de bu tip çalışmalara son derece önem verilmeye başlanmıştır. Birçok fırın işletmesi markalaşma girişimlerini layıkıyla yerine getirmektedir. Çeşit ekmekler, unlu mamul çeşitleri ve hatta kendi isimleriyle patentini aldıkları ürünler dahi üretmekte ve piyasaya arz etmektedirler. Son 10 yıldır, bu markalaşan ve yükselişine devam eden birçok işletme halkın olumlu tepkisi ve taleplerdeki yükseliş ile devamlılığını sürdürmektedir. Sektöre ivme kazandırması açısından büyük önem teşkil etmektedir.

Sektörü tüm sıkıntılara rağmen hizmet konusunda mümkün olduğunca hızlı gelişim gösterilmektedir. Bu gelişmelerin başında ekmeğin kağıt ambalajda satılmaya başlanması gösterilmektedir. Kağıt ambalajlı satış İstanbul'da birçok pilot ilçede uygulanmaya devam etmekte halkın güveninin kazanılması ve urunun kimliğinin takip edilebilmesi, ekmeğin bayatlamasını geciktirmesi, hijyenik koşullarda saklanabilmesi ve elle temasın en aza indirilmesi açısından da çok büyük önem taşımaktadır.

Toplumsal olarak israfın önüne geçilebilmesi için de kağıt ambalaj gerekli bir durumdur. Dünyada yaşanan açlık hepimizin gözlemlediği en önemli sorunların başında gelmektedir. Ülkemizin bu konuda verimli bir toprağa sahip olması bizim için ayrıcalıktır. Bunu israf ederek harcamamak ise en büyük sorumluluktur. Buğday günden güne maliyeti yükselen bir tahıl olmasına rağmen ekmek çok uygun fiyatlarda satışa sunulmaktadır. Bu durum tüketicinin gözünde bazen farklı bir algının oluşmasına sebep olmakta ve alınan ekmekler ucuz olduğu düşüncesiyle bayatlayınca değerlendirilmeyerek çöpe atılmaktadır. Büyük bir israfın

oluşmaması için halkın yeterli miktarda ekmeğ alması, ekmeği dilimleyerek kullanması, ambalajlı olarak saklaması, bu konularda daha bilinçli bir hale gelmesi ve hassasiyet göstermesi gerekmektedir. Ülke olarak yaşanan her kayıp ve israf gelecek için önemlidir (Anonim 2017).

4.6.3. Ekmek Sektörünün Güncel Problemleri

En temel gıda maddesi olarak üretilen ekmeğin fiyatı birçok sebepten dolayı istikrarını koruyamamakta ve maliyetinin altında satış yapılarak zarar edilmektedir. Dolayısıyla birçok fırın kepenk kapatmaktadır.

Sorunların başında ruhsatsız faaliyetlerine devam eden işletmeler gelmektedir. Yasadışı çalışan işletmeler gün geçtikçe fazlalaşarak fırın enflasyonunu beraberinde getirmektedir (Anonim 2017).

4.7. Dünyada Ekmek Sektörü

Dünya genelinde ekmeğ ve fırıncılık ürünleri pazarının yapısı ülkeden ülkeye ciddi değişim göstermektedir. Kültürel açıdan bakıldığında ekmeğ, Avrupa'da güçlü bir ekonomik sektörü temsil etmektedir. Avrupa Fırıncılık sektörü, 190 binin üzerinde KOBİ'den ve 2 bin 200 büyük şirketten oluşmaktadır. Avrupa Birliği'nde 2 milyondan fazla kişi bu sektörde istihdam edilmektedir.

AB'yi oluşturan 27 ülkede ekmeğ pazarı 32 milyon ton civarındadır. Ekmek tüketimi alışkanlıkları AB içinde oldukça farklıdır. Ancak çoğu ülkede yılda kişi başı ortalama 50 kilogram ekmeğ tüketilmektedir. En yüksek tüketim seviyeleri Bulgaristan'da (yaklaşık 95 kilogram), en düşük tüketim ise İngiltere'dedir (yaklaşık 32 kilogram). Pazar yapısı Avrupa çapında değişiklik göstermektedir. İngiltere'de sanayi sektörü içinde, üretimin yüzde 80'ini temsil etmektedir; Almanya'da yüzde 40, Fransa'da yüzde 35 ve İspanya'da yüzde 19'dur.

The Gira European bakery Company Panaroma verilerine göre Avrupa'da tüketilen unlu mamuller pazarının %79'u ekmeğdir. Taze ürünler pazar hacminin %68'ine hakimdir. Ambalajlı ürünlerde büyüme, tuzlu pastacılık ürünlerinin yanı sıra sektördeki büyümenin en önemli kısmıdır. Dünyada tüketilen ürün türlerine göre kişi başına ekmeğ tüketiminde Türkiye, üstünlüğünü korumaktadır.

Ülkemizde olduğu gibi, Avrupa ülkelerinde de ekmeğ tüketimi sağlıklı ve dengeli beslenmede vazgeçilmez bir rol oynamaktadır. Sağlıklı ve dengeli bir diyet, iyi yaşamın

temelidir. Son yıllarda, Avrupa'daki ekmek tüketimindeki azalmanın en önemli nedeni, yemek yeme ve yaşam alışkanlıklarındaki değişikliklerden kaynaklanmaktadır. Bununla birlikte, ekmek sağlıklı yeni yaşam tarzlarının ayrılmaz bir parçası olarak kalacaktır.

Technavio/Bakery and Snacks verilerine göre 2015 yılında 187,1 milyar dolara ulaşan global ekmek ve sandviç ekmeği pazarının 2020 yılında 215,8 milyar dolara ulaşması beklenmektedir. Özellikle 2020 yılında oluşacak 215,8 milyar dolarlık pazarın yüzde 53,6'sının Avrupa ülkelerinden kaynaklanacağı, Amerika'nın pazardan yüzde 28,6 oranında pay alacağı tahmin edilmektedir. Orta Doğu ve Afrika'yı oluşturan (MEA) ülkelerinin pazardan yüzde 6,9 ile en az pay alması beklenirken, Asya Pasifik ülkelerinin pazardan 10,9 oranında pay alması hedeflenmektedir. ABD, Avrupa, Orta Doğu-Afrika ve Asya-Pasifik ülkelerini içeren tüm global araştırmaların en önemli ortak sonucu, unlu mamuller sektörünün tüm dinamikleri ile büyüyüp değiştiği dikkat çekmektedir. Fırıncılık ürünleri piyasasında Avrupa'nın baskın durumda olduğu su götürmez bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tüketici eğilimleri ve değişen tüketim alışkanlıkları sektördeki değişimin itici güçlerini oluşturmaktadır. Sektördeki değişimde büyükşehir yaşamı, hızlı ve yerinde tüketim, taze tüketim talebi, sağlıklı beslenme eğilimi, dağıtım kanallarındaki değişiklikler ve geleneksel ürünler öncü rol oynamaktadır.

Özellikle metropol hayatı, yoğun trafik ve şehir kalabalığı, dünyadaki tüketim alışkanlıklarını yönlendirmeye devam etmektedir. Bu değişimden ülkemizde hızla etkilenmektedir. Bu nedenle hızlı ve yerinde tüketim, fastfood zincirleri ve atıştırmalık unlu mamuller popülerdir. Türkiye'de kültür transferi ve batı yeme alışkanlıkları hamburger, pizza ve benzerleriyle üretici sayısı önemli ölçüde artmıştır. Metropol hayatı gibi faktörler, çalışan kadınların yüzdesini artırarak ev dışında tüketime yol açmaktadır. Restoran zincirleri, paket servis ağlarını ve tesis içi sunumları genişletmektedir. Hızlı tüketime uygunluğu nedeniyle, bu durum unlu mamuller sektörünün çoğunu etkilemektedir (Anonim 2017).

4.7.1. Sağlıklı Beslenme ile Gelen Değişim

Sağlıklı beslenme eğilimi, sektördeki değişimin önde gelen faktörlerinden biridir. Bilinçli tüketiciler, sağlıklı beslenme için yasal uygulamalar ve medya yönlendirmeleri resmi olarak alışkanlıkları değiştirmektedir. Yüksek tahıl içerikli ekmek, tam buğday ekmeği, glutensiz, tuzsuz, trans yağsız, sodyum azaltılmış unlu mamuller, antioksidan içerikli zenginleştirilmiş Omega 3 içerikli ekmekler giderek daha popüler hale gelmektedir. Sağlıklı

beslenmenin etkisiyle tam buğday ekmeği dünyanın en çok tüketilen beyaz ekmeğini geçmiştir. Beyaz ekmeğ tüketimi ülkemizde halen ilk olmasına rağmen, son dönemde kepekli ekmeğ tüketimi hızla artmaktadır.

Küresel unlu mamuller sektörü ürün, üretim yöntemi ve satış ve dağıtım kanalı bazında tanımlanmaktadır. Ürün bazında, ürün yelpazesi ekmeğ, kruvasan, pasta, tuzlu pasta, bisküvi, tahıl karışımları, kraker ve gofret olarak görölmektedir. Ürün teknolojisi açısından taze, paketlenmiş fırınlanmış, paketlenmiş mat ve yarı mat şeklindedir. Üretim yöntemi temelinde fırınlarda, marketlerde ve süpermarket fırınlarında taze olarak üretilir ve satılır. Endüstriyel üretim, uzun raf paketli ürün üreticileri, zincir fastfood üreticileri olarak öne çıkmaktadır. Satış ve dağıtım kanalları temelinde, perakende satış / dağıtım kanalı, fırınlar, modern perakende zincirleri, zincir fırınlar ve catering ürünleri öne çıkmaktadır.

“Sektörün son 5 yılı satış kanalları ve dağıtım noktaları açısından incelendiğinde, Artizan puanlarının payı düşerken, süpermarket ve benzeri modern zincir satış noktalarının payları artmaktadır. Artizan ekmeğler, fırınlarda taze üretilen ve satılan ekmeğler olarak tarif edilirken, endüstriyel ekmeğler ise paketli, uzun raf ömürlü, donuk ve paketli yarı pişmiş olarak bilinmektedir.

Dağıtım kanalına göre Avrupa ortalaması yüzde 34 artizan, yüzde 66 endüstriyel olarak şekillenmektedir. Türkiye’de bu durum tam tersidir. Ülkemizde son yıllarda her ne kadar endüstriyel ekmeğ tüketimine doğru bir yönelme olsa da artizan ekmeğ tüketimi yüzde 60’ların üzerinde seyretmekte, hatta Türkiye Avrupa ortalamasını artizan yönünde yukarı taşıyan ülkelerin en başında gelmektedir (Anonim 2015).

5. MATERYAL VE METOT

5.1. Materyal

Çalışmada, birincil veri olarak Tekirdağ ili Süleymanpaşa ilçesinde yaşayan tüketicilerden elde edilen veriler kullanılmıştır.

Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Toprak Mahsulleri Ofisi (TMO), Türkiye Un Sanayicileri Sanayici Derneği, Türkiye Fırıncılar Federasyonu, İstanbul Halk Ekmek ile üretici firmaların çeşitli yayın ve dokümanlarından oluşturmuştur. Ayrıca konu ile ilgili daha önce yayınlanmış araştırma ve inceleme sonuçlarından, çeşitli üniversitelerce yayınlanmış tez ve makalelerden, konu ile ilgilenen kamu kuruluşları yetkililerinden alınan bilgilerden, çeşitli istatistikî verilerden de geniş ölçüde yararlanılmıştır.

5.2. Yöntem

5.2.1. Verilerin Toplanması Sırasında İzlenen Örneklem Yöntemi

Tekirdağ ili Süleymanpaşa ilçesindeki hane halklarının ekmek tüketim eğilimlerinin belirlenmesine yönelik saha çalışmasında örnek hacmi aşağıda formülü verilen oranlar için sınırlı ana kitle formülünden yararlanılarak hesaplanmıştır (Miran 2002). Tekirdağ ili Süleymanpaşa ilçesinde 48000 hane bulunmaktadır. Formülde %90 güven aralığı, %5 hata payı ve maksimum örnek hacmine ulaşabilmek için $p=q=0,5$ olarak alınmıştır.

$$n = \frac{N.p.q}{(N-1)\sigma_p^2 + p.q}$$

n= örnek hacmi,

N= ana kitle hacmi (48.000),

p= (0.5),

q= 1-p,

σ_p^2 = oran varyansı (0.001502)

Örneklem sonucunda Tekirdağ ilinde tesadüfi olarak seçilen 270 farklı haneyi temsil eden tüketiciler ile yüz yüze anket uygulaması yapılmıştır. Örneğe dahil edilen hanelerin mahallelerin hane halkı sayılarına göre orantılı olmasına dikkat edilmiştir.

5.2.2. Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntem

Anket çalışması ile sağlanan veriler bilgisayar paket programında değerlendirilmiş ve elde edilen veriler çizelgeler halinde düzenlenmiştir.

Araştırmada tüketicilerin ekmek tüketimi konusundaki tutumlarını belirlemek amacıyla bazı sorular 5'li Likert ölçeği şeklinde sorulmuştur. Beşli Likert ölçeğinde değerler; 1- Hiç Katılmıyorum 2-Katılıyorum 3-Fikrim Yok 4-Katılıyorum 5-Tamamen Katılıyorum şeklinde kodlanmıştır. Likert ölçekli sorulara verilen cevaplara ise faktör analizi uygulanmış, yorumlanmış ve özet hale getirilmiştir.

5.2.3. Analiz Yöntemleri

5.2.3.1. Faktör Analizi

Faktör analizi birbiri ile ilişkili çok sayıdaki değişkeni az sayıda, anlamlı ve birbirinden bağımsız faktörler haline getiren ve yaygın olarak kullanılan çok değişkenli istatistik tekniklerinden biridir (Kleinbaum ve ark. 1998).

Faktör analizinin ilk aşamasında analize girecek olan değişkenlerin korelasyon yapısı analiz edilir. Korelasyon katsayılarının önemli bir kısmının makul düzeylerde (en az % 10 düzeyinde) istatistiksel olarak anlamlı olması, verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir (Polat 2011).

Değişkenler her zaman faktör analizi uygulamaya elverişli olmayabilir. Değişkenlerin faktör analizine uygunluğu bazı testlerle ölçülebilmektedir. Veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığını değerlendirmek amacıyla 3 yöntem kullanılır. Bunlar korelasyon matrisinin oluşturulması, Barlett testi ve Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) testleridir.

Analizde kullanılan tüm değişkenler için korelasyon matrisinin oluşturulması: Değişkenler arasında yüksek korelasyonların varlığı, değişkenlerin ortak faktörlerin değişik biçimlerdeki ölçümleri olduğunu gösterir. Değişkenler arasında düşük korelasyonların varlığı ise, değişkenlerin ortak faktörler oluşturmayacaklarının işaretidir.

1. Bartlett Testi: Korelasyon matrisinde değişkenlerin en azından bir kısmı arasında yüksek oranlı korelasyonlar olduğu olasılığını test eder. Evrende bulunan değişkenler arasında ilişkinin olmadığı hipotezinin test edilmesidir (Şen 2007).

2. Kaiser- Mayer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği ölçütü: Örneklem yeterliliğini belirlemek için geliştirilen yöntemler arasında, yaygın olarak kullanılan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ölçütüdür. Bu ölçüt, gözlenen korelasyon katsayıları büyüklükleri ile kısmi korelasyon katsayılarının büyüklüklerini karşılaştıran bir indekstir (Khalaf 2007). KMO oranının (0,5)'in üzerinde olması gerekir. Oran ne kadar yüksek olursa veri seti faktör analizi yapmak için o kadar iyi denilebilir (Sharma 1996).

Faktör analizi, birbirleriyle orta düzeyli ya da oldukça ilişkili değişkenleri birleştirerek az sayıda ancak bağımsız değişken kümeleri elde etmede ampirik bir temel sağlayan bir teknik olduğu için birçok değişkenin birkaç küme ya da boyuta indirgenmesi mümkün olmaktadır. Bu boyut ya da kümelerden her birine faktör adı verilir. Faktör yükleri değişkenlerle faktör arasındaki orta ya da üst düzeydeki ilişkileri gösterir (Balcı 2010). Faktör yük değeri, maddelerin faktörlerle olan ilişkisini açıklayan bir katsayıdır. Maddelerin yer aldıkları faktördeki yük değerlerinin yüksek olması beklenir. Bir faktörle yüksek düzeyde ilişki veren maddelerin oluşturduğu bir küme varsa bu bulgu, o maddelerin söz konusu yapıyı ölçtüğü anlamına gelir (Çokluk ve ark. 2010). Faktör analizince açıklanan toplam varyansın her bir faktörce açıklanan kısmını ise açıklanan varyans göstermektedir (Altunışık ve ark. 2007).

6. BULGULAR VE TARTIŞMA

6.1. Tüketicilerin Demografik Yapısı

Tekirdağ ili Süleymanpaşa ilçesinde 17 mahallede tesadüfi örnekleme yoluyla belirlenen 270 hane ile sosyo-ekonomik ve kültürel düzeyleri farklı olan ailelerde ekmek tüketim durumunun analizine yönelik yapılan çalışmada tüketicilerin yaş, medeni hal, eğitim, gelir düzeyi gibi demografik kriterleri Çizelge 6.1’de gösterilmektedir.

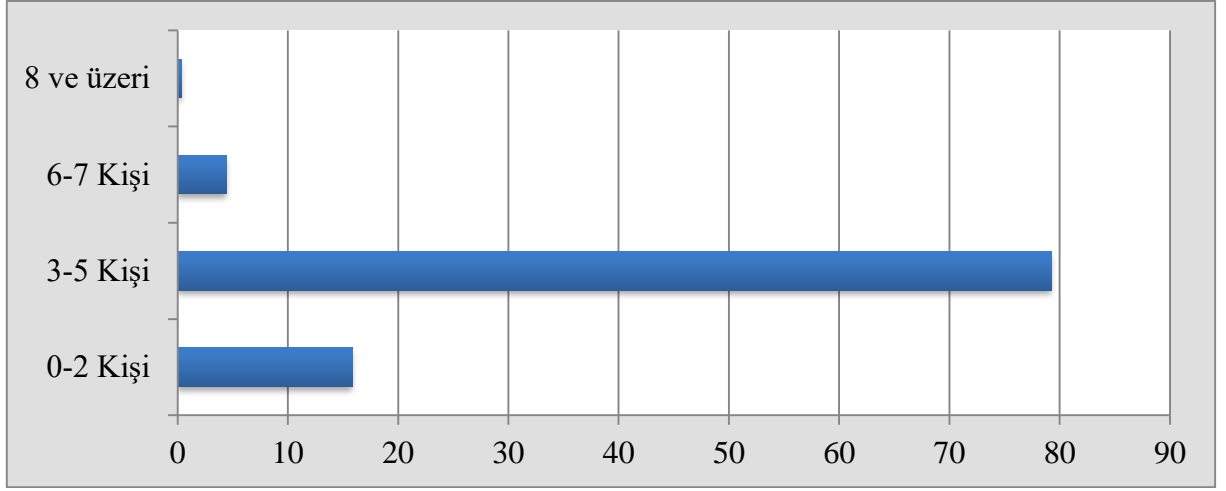
Çizelge 6.1: Tekirdağ ili Süleymanpaşa İlçesindeki Tüketicilerin Demografik Özellikleri

	Sayı	Oran (%)		Sayı	Oran (%)
Cinsiyet			Aylık Gelir (TL)		
Bayan	168	62.2	750den az	4	1.5
Erkek	102	37.8	750-1500	38	14.1
			1501-3000	148	54.8
Yaş Grupları			3001-5000	61	22.6
19-28	73	27	5000 üstü	19	7
29-38	68	25.2			
39-48	70	25.9	Aile Tipi		
49-58	43	15.9	Çekirdek	256	94.8
59-68	12	4.4	Geniş	14	5.2
69 ve üzeri	4	1.5			
			Meslek Grubu		
Eğitim Grupları			Memur	65	24.1
İlkokul	29	10.7	İşçi	98	36.3
Ortaokul	23	8.5	Emekli	27	10
Lise	104	38.5	Serbest Meslek	36	13.3
Lisans	95	35.2	Ev Hanımı	34	12.6
Lisansüstü	19	7	Öğrenci	10	3.7

Anket yapılan 270 tüketicinin, %62.2’si kadın, %37.8’i erkektir. Tüketicilerin, %27’si 19-28 yaş aralığında, %25.2’si 29-38 yaş aralığında, %15.9’u 49-58 yaş aralığında, %4.4’ü 59-68 yaş aralığında ve %1.5’i 69 yaş ve üzerindedir. Eğitim durumlarına baktığımızda ise, tüketicilerin %10.7’si ilkokul, %8.5’i ortaokul, %38.5’u lise, %35.2’si lisans ve %7’si lisansüstü eğitime sahiptir.

Araştırmaya katılanların % 73’ü evli, % 24.4’ü bekar, % 1.1’i boşanmış ve % 1.5’inin eşi vefat etmiştir. Tüketicilerin % 94.8’lik bir çoğunluğu çekirdek ailedir. Türkiye genelinde bu

oran % 64,8'dir. Çekirdek aile sayısının fazla olmasının en önemli nedenleri; göçler, teknolojik gelişmeler, yoksulluk ve kadının çalışma hayatına girmesidir (Yavuz ve Yüceşahin 2012)

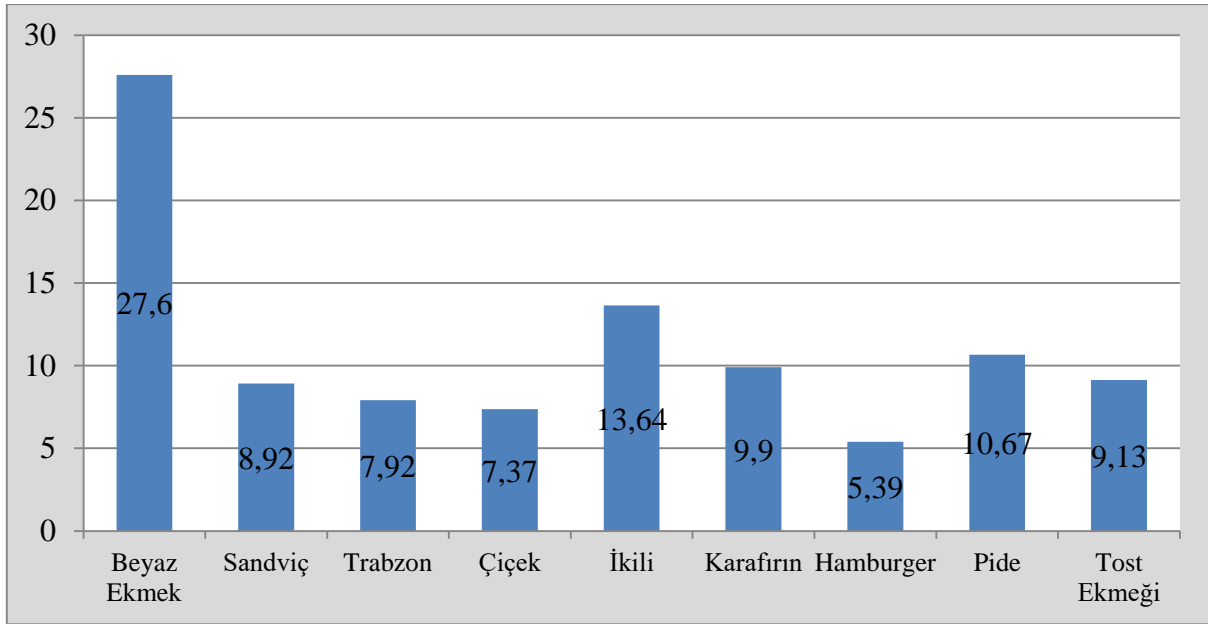


Şekil 6.1: Tüketicilerin hane halkı sayısı

Araştırma sonuçlarına göre tüketicilerin hane halkı sayıları: %79 (3-5) kişi, %16'sı (0-2) kişi, %4'ü (6-7) kişi ve %1'i (8 ve üzeri) aralığında olduğu saptanmıştır. Yukarıdaki Şekil 6.1'de tüketicilerin hane halkı sayısına göre dağılımı verilmiştir. Bu dağılımda tüketicilerin hane halkı en fazla 3-5 kişiden oluştuğu görülmektedir.

6.2. Tüketicilerin Tercih Ettikleri Ekmek Türlerine İlişkin Bulgular

Tüketicilerin tercih ettikleri ekmek türleri, ekmeğin bulunabilirliği, fiyatı ve tadı gibi sebeplerle değişiklikler göstermektedir. Bu değişikliklere bağlı olarak Tekirdağ ili Süleymanpaşa ilçesi için tercih edilen ekmek türlerinin yüzdelik dağılımları Şekil 6.2 deki gibidir.



Şekil 6.2: Tüketicilerin Tercih Ettikleri Ekmek Türleri

Araştırmaya katılan tüketicilerin %27.6'sı standart beyaz ekmeği tüketmektedir. Bu tüketiciler standart beyaz ekmeğin yanında diğer ekmeği türlerinden de tükettiklerini belirtmişlerdir. Diğer ekmeği tüketimi tercihlerinde ise ankete katılanların yüzdeleri şu şekildedir; %13.6 ikili ekmeği, %10.6 pide, %9.90 kara fırın ekmeği, %9.13 tost ekmeği, %8.9 sandviç ekmeği, %7.9 Trabzon ekmeği, %7.3 çiçek ekmeği, %5.3 hamburger ekmeğidir.

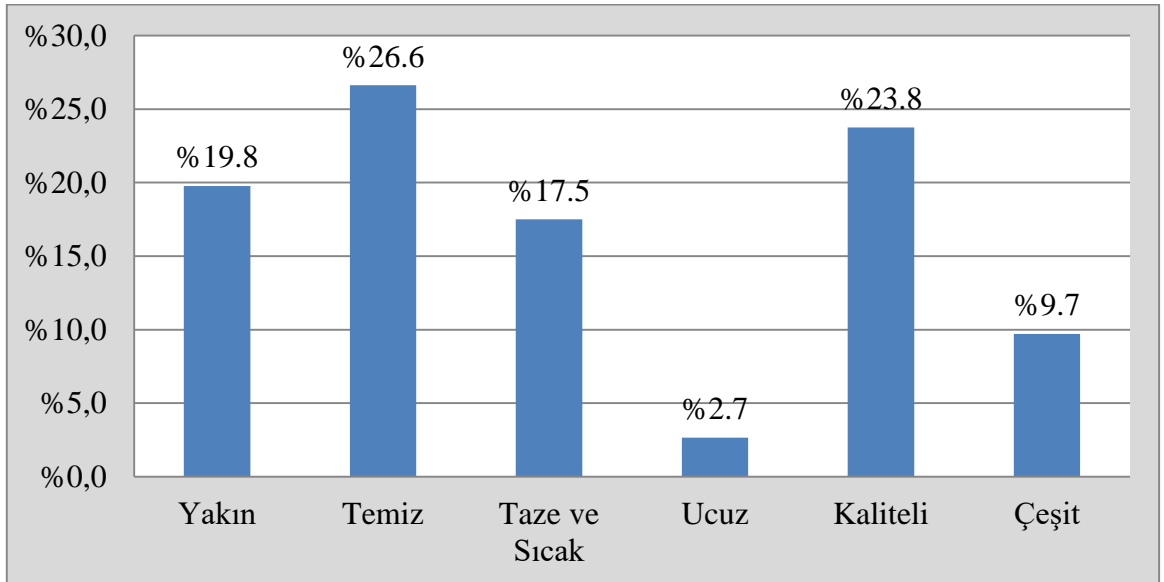
Çizelge 6.2: Tüketicilerin Gelir Düzeylerine Göre Tükettikleri Ekmek Türleri

Ekmek Türleri		Gelir Düzeyi				
		750'den Az Oran (%)	750-1500 Oran (%)	1501-3000 Oran (%)	3001-5000 Oran (%)	5000üstü Oran (%)
Beyaz	Evet	75	92.1	94.6	91.8	91.1
	Hayır	25	7.9	5.4	8.2	8.9
Sandviç	Evet	25	34.2	30.4	31.1	15.8
	Hayır	75	65.8	69.6	68.9	84.2
Trabzon	Evet	25	39.5	23.6	27.9	21.1
	Hayır	75	60.5	76.4	72.1	78.9
Çiçek	Evet	0	42.1	23	23	15.8
	Hayır	100	57.9	77	77	84.2
İkili	Evet	25	36.8	50	42.6	47.4
	Hayır	75	63.2	50	57.4	52.6
Kara Fırın	Evet	0	21.1	35.8	36.1	36.8
	Hayır	100	78.9	64.2	63.9	63.2
Hamburger	Evet	0	31.6	18.9	13.1	5.3
	Hayır	100	68.4	81.1	86.9	94.7
Pide	Evet	25	52.6	35.8	31.1	21.1
	Hayır	75	47.4	64.2	68.9	78.9
Tost Ekmeği	Evet	50	28.9	29.7	34.4	26.3
	Hayır	50	71.1	70.3	65.6	73.7

Gelir durumlarına göre ekmek tercihlerine baktığımızda; beyaz ekmeği en çok tercih eden gelir grubu 1501-3000 TL arası, sandviç ekmeğini en çok tercih eden gelir grubu 750-1500 TL arası, Trabzon ekmeğini en çok tercih eden gelir grubu 750-1500 TL arası, çiçek ekmeğini en çok tercih eden gelir grubu 750-1500 TL arası, ikili ekmeği en çok tercih eden gelir grubu 1501-3000 TL arası, kara fırın ekmeğini en çok tercih eden gelir grubu 5000 TL üstü, hamburger ekmeğini en çok tercih eden gelir grubu 750-1500 TL arası, tost ekmeğini en çok tercih eden gelir grubu 3001-5000 TL arasındır. Gelirlere göre farklılık gösteren ekmek çeşitliliğindeki oranlar 750-1500 TL ve 1501-3000 TL arası gelir grubunda yüksek olmakla birlikte gelirin ekmek satın almada çeşitliğe sebebiyet verdiği görülmektedir. Düşük ve orta gelirli olarak tabir edilebilecek gelir gruplarında ekmek satın alma, gelirle birlikte çeşitlenmektedir.

6.3. Tüketicilerin Ekmek Satın Alma Yerlerini Tercih Etme Nedenleri

Yapılan anket sonuçlarında tüketicilerin ekmek satın aldıkları yeri tercih etme nedenleri incelendiğinde, %26,6'sının işletme temiz olduğu için, %23,7'sinin ekmek kaliteli olduğu için, %19,7'sinin evine yakın olduğu için, %17,5'inin ekmek taze olduğu için, %9,7'sinin ekmek çeşitlerinin bir çoğunu bir arada bulduğu için ve %2,6'sının de ekmek ucuz olduğu için bu yerleri tercih ettiği belirlenmiştir.



Şekil 6.3: Tüketicilerin Ekmeğini Aldığı Yeri Tercih Etme Nedenleri

Şekil 6.3 de tüketicilerin ekmeklerini satın aldıkları yerleri tercih etme nedenlerine ilişkin dağılım verilmiştir. Tüketicilerin %26.62'sinin ekmeğini satın aldıkları yeri tercih etme

nedeni olarak “temiz olduğundan” seçeneğini işaretlemiştir. Bu sonuçla birlikte tüketicilerin ekmek satın almada ilk olarak temizliğe önem verdiği belirlenmiştir. Ayrıca ekmeğin fiyatının satın alma da çok önemli bir neden olmadığı görülmüştür.

6.4. Tüketicilerin Ekmek Çeşitlerini Tercih Etme Durumu

Araştırma sonuçlarında ankete katılan tüketicilerin ekmek çeşitlerini tercih etme durumu incelendiğinde, %80 oranla en çok tercih edilen ve neredeyse her gün satın alınan standart beyaz ekmek ilk sıradadır. Tüketicilerin sıklıkla tercih ettiği diğer ekmek çeşitleri ise sırası ile %33 buğday ekmeği ve %20 köy ekmeği şeklinde görülmektedir. Tüketicilerin %85’lik oranla buğday ekmeğini haftada bir tercih ettiği belirlenmiştir.

Çizelge 6.3: Tüketicilerin Ekmek Çeşitlerini Tercih Etme Sıklığı (%)

Ekmek Çeşidi	Hiç	Günde Bir	Haftada Bir	15 Günde Bir	Ayda Bir	Yılda Birkaç Defa
Beyaz	9.3	80	7	1.9	0.7	1.1
Sarı Buğday	68.1	4.1	4.8	3.7	6.3	13
Kepek	48.5	7	21.9	4.4	7.4	10.7
Tandır	72.2	1.1	2.2	2.2	7.8	14.4
Buğday	38.9	12.2	31.5	5.2	5.2	7
Köy	42.2	7.4	21.1	7	9.3	13
Ruşeymli	74.1	0.4	1.5	1.9	0.7	21.5
Susamlı	69.6	3.3	5.2	3.3	3	15.6
Tahıl	66.7	5.2	9.3	2.6	3.3	13
Çavdar	64.1	4.8	9.3	3.3	3.7	14.8
Mısır	68.9	0.4	3.3	2.6	4.8	20

Ankete katılan tüketicilerin en az tercih ettiği ekmek çeşidi %58 ruşeymli ekmek olarak belirlenmiştir. Ruşeymli ekmeği sırasıyla, %72,2 tandır ekmeği, %69,6 susamlı ekmek, %68,9

mısır ekmeği, %68,1 sarı buğday ekmeği, %66,7 tahıl ekmeği ve %64,1 ile avdar ekmeği takip etmektedir.

6.5. Tüketicilerin Günlük Evlerine Aldıkları Ekmek Miktarı

Tüketicilere günlük evlerine aldıkları ekmek miktarı sorulmuş ve alınan cevaplara göre izelge 6.4 oluşturulmuştur.

Çizelge 6.4: Tüketicilerin Günlük Evlerine Aldıkları Ekmek Sayısı (Hane/Adet)

Ekmek Adedi	Hane Sayısı	Oran(%)
0-2	154	57
3-4	97	36
5 ve üzeri	19	7
Toplam	270	100

Çizelge 6.4'te görüldüğü gibi günlük satın alınan ekmek miktarına bakıldığında, tüketicilerin %57'sinin 0-2 ekmek, %36'sının 3-4 ekmek, %7'sinin 5 ve üzeri ekmek satın aldığı görülmektedir.

Edirne ilinde yapılan bir çalışmada da tüketicilerin %80 ile 0-2 ekmek satın aldığı, %14'ünün 3-4 ekmek satın aldığı %6'sının ise 8 ve üzeri ekmek satın aldığı tespit edilmiştir (Yurdatapan 2014).

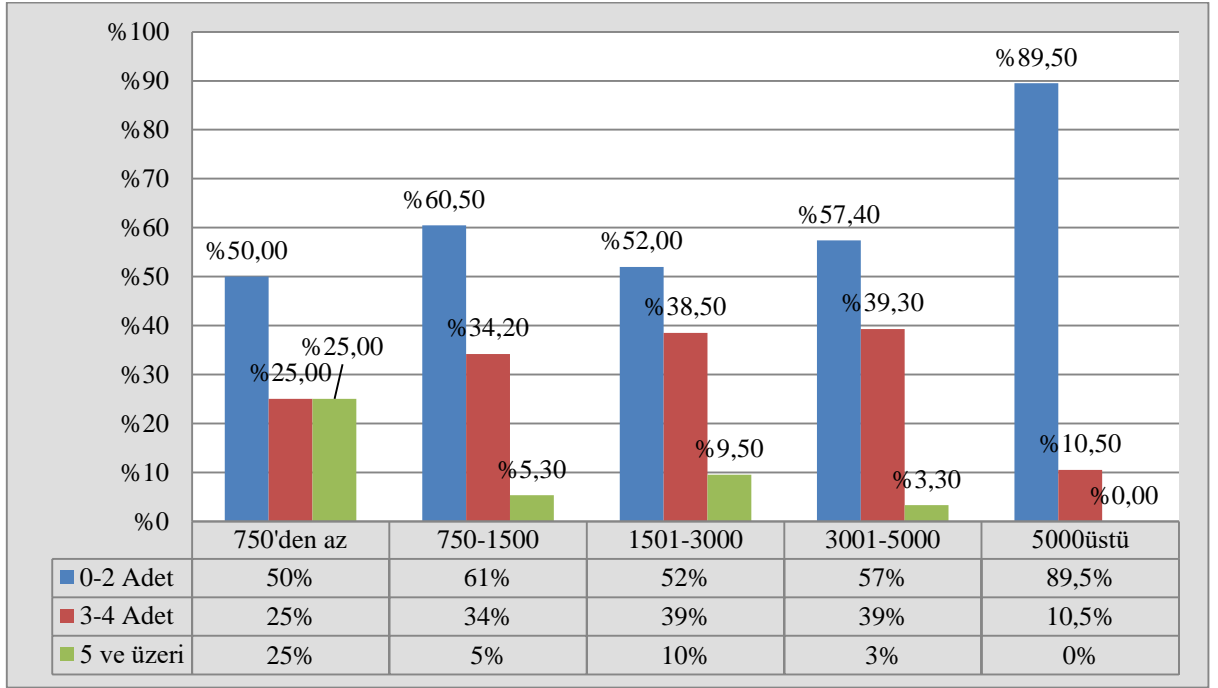
Ankete katılan tüketicilerin gelir düzeylerine göre satın aldıkları ekmek miktarlarına ait sayı/yüzde dağılımı izelge 6.5'de yer almaktadır.

Çizelge 6.5: Tüketicilerin Gelir Düzeylerine Göre Günlük Satın Aldıkları Ekmek Miktarı

Gelir	Alınan Ekmek Sayısı (%)			Toplam
	0-2 Adet	3-4 Adet	5 adet ve üzeri	
750'den az	50	25	25	100
750-1500	60.5	34.2	5.3	100
1501-3000	52	38.5	9.5	100
3001-5000	57.4	39.3	3.3	100
5000üstü	89.5	10.5	0	100
Toplam	57	35.9	7	100

Tüketicilerin gelir düzeyleri ile günlük evlerine satın aldıkları ekmek sayısı arasındaki ilişkiyi belirlemek için yapılan çapraz tablo sonuçlarına göre, 750 TL'den az gelire sahip olan

tüketicilerin %50'si 0-2 adet ekmek, %25'i 3-4 adet ekmek, %25'i 5 adet ve üzeri ekmek satın aldıklarını belirtmişlerdir. 750-1500 TL arası gelire sahip olan tüketicilerin %60.5'i 0-2 adet ekmek, %34.2'si 3-4 adet ekmek, %5.3'ü 5 adet ve üzeri ekmek satın aldıklarını ifade etmişlerdir. 1501-3000 TL arası gelire sahip olan tüketicilerin %52'si 0-2 adet ekmek, %38.5'i 3-4 adet ekmek, %9.5'i 5 adet ve üzeri ekmek satın aldıklarını belirtmişlerdir. 3001-5000 TL arası gelire sahip olan tüketicilerin %57.4'ü 0-2 adet ekmek, %39.3'ü 3-4 adet ekmek, %3.3'ü 5 adet ve üzeri ekmek satın aldığını belirtmişlerdir. 5000 TL ve üzeri gelire sahip olan tüketicilerin ise %89.5'i 0-2 adet ekmek, %10.5'i 3-4 adet ekmek tükettiklerini belirtmişlerdir.



Şekil 6.4: Gelir Düzeylerine Bağlı Olarak Günlük Satın Aldıkları Ekmek Oranındaki Değişim

5000 TL ve üzeri gelire sahip olan tüketicilerin 5 adet ve üzeri ekmek sayısına ulaşmadıkları, gelir düzeyinin azalmasına paralel olarak ekmek tüketiminin arttığı gözlenmiştir. Tekirdağ ili Süleymanpaşa ilçesi göz önüne alınarak yapılan çalışmada düşük gelire sahip tüketicilerin ekmek tüketiminin, yüksek gelirli tüketicilere göre daha fazla olduğu sonucuna varılmıştır (Şekil 6.4).

6.6. Ailedeki Kişi Sayısı ile Günlük Evlerine Satın Aldıkları Ekmek Sayısı Arasındaki İlişki

Anket çalışması sonucunda elde edilen verilerin analizi ile oluşturulan ailedeki kişi sayısına göre günlük olarak tüketicilerin evlerine aldıkları ekmek sayısının dağılımı Çizelge 6.6'de yer almaktadır.

Çizelge 6.6: Ailedeki kişi sayısı ile günlük evlerine satın aldıkları ekmek sayısı arasındaki ilişki (%)

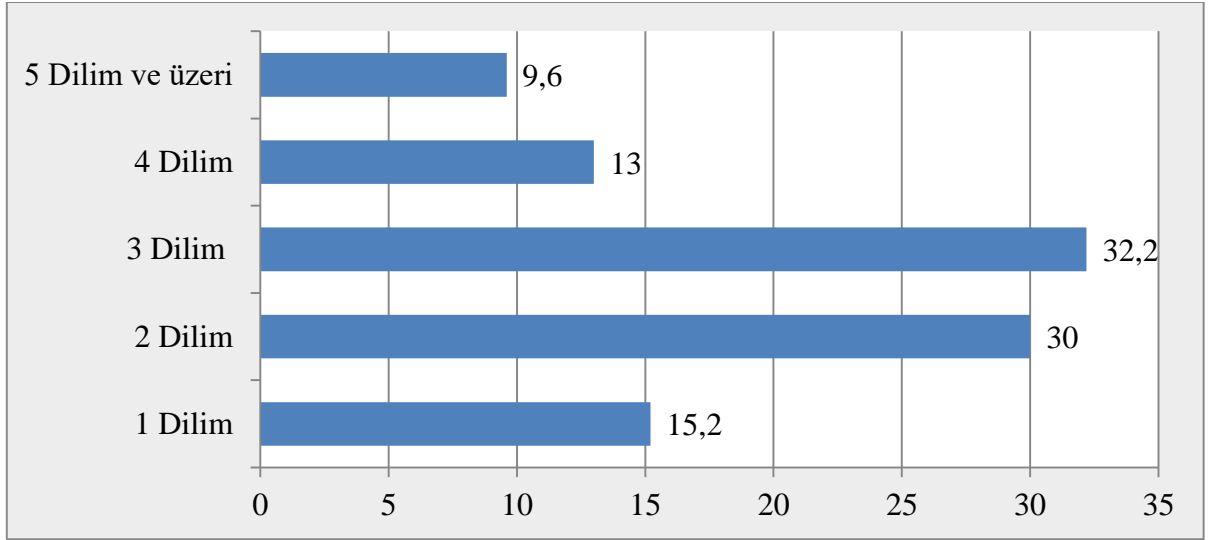
Ailedeki Kişi Sayısı	Ekmek Miktarı (%)						Toplam
	Hiç	Bir	İki	Üç	Dört	Beş ve üzeri	
1-3 Adet	0	31.1	41.8	18	6.6	2.5	100
4-6 Adet	0.7	19.7	24.6	29.6	15.5	9.9	100
7 adet ve üzeri	0	16.7	0	16.7	33.3	33.3	100
Toplam	0.4	24.8	31.9	24.1	11.9	7	100

Ailedeki kişi sayısı ile eve alınan günlük ekmek sayısı arasındaki ilişkiyi incelediğimizde, hane sayısı 1-3 kişi olan tüketicilerin günlük olarak %31.1'i bir ekmek alırken, %41.8'i iki ekmek, %18'i üç ekmek, %6.6'sı dört ekmek ve %2.5'inin beş ve üzeri ekmek aldığı belirlenmiştir. Hane sayısı 4-6 kişi olan tüketicilerin günlük olarak %19.7'si bir ekmek, %24.6'sı iki ekmek, %29.6'sı üç ekmek, %15.5'i dört ekmek ve %9.9'unun beş ve üzerinde ekmek aldığı belirlenmiştir. Hane sayısı 7 kişi ve üzeri olan tüketicilerin günlük olarak %16.7'si bir ekmek alırken, %16.7'si üç ekmek, %33.3'ü dört ekmek ve %33.3'ü beş ve üzerinde ekmek aldığı belirlenmiştir. Ailedeki kişi sayısı ile günlük eve alınan ekmek sayısı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu saptanmıştır. Ailedeki birey sayısının artışına paralel olarak günlük alınan ekmek sayısında da artış olmaktadır.

Hane sayısı 7 kişi ve üzerinde olan ailelerin büyük çoğunluğu dört ekmek ve üzerinde ekmek alırken, 1-3 kişilik ailelerin büyük kısmı bir ya da iki ekmek almaktadır.

6.7. Tüketicilerin Bir Öğünde Tükettikleri Ekmek Miktarı

Araştırma sonuçlarına göre tüketicilerin %32.2'si bir öğünde üç dilim ekmek tüketirken, %30'u iki dilim ekmek, %15.2'si bir dilim ekmek, %13'ü dört dilim ekmek, %9.6'sı da beş dilim ve üzeri ekmek tükettiğini belirtmiştir. Aşağıda yer alan Şekil 6.5'de tüketicilerin bir öğünde tükettikleri ekmek miktarlarını gösteren dağılım verilmiştir.



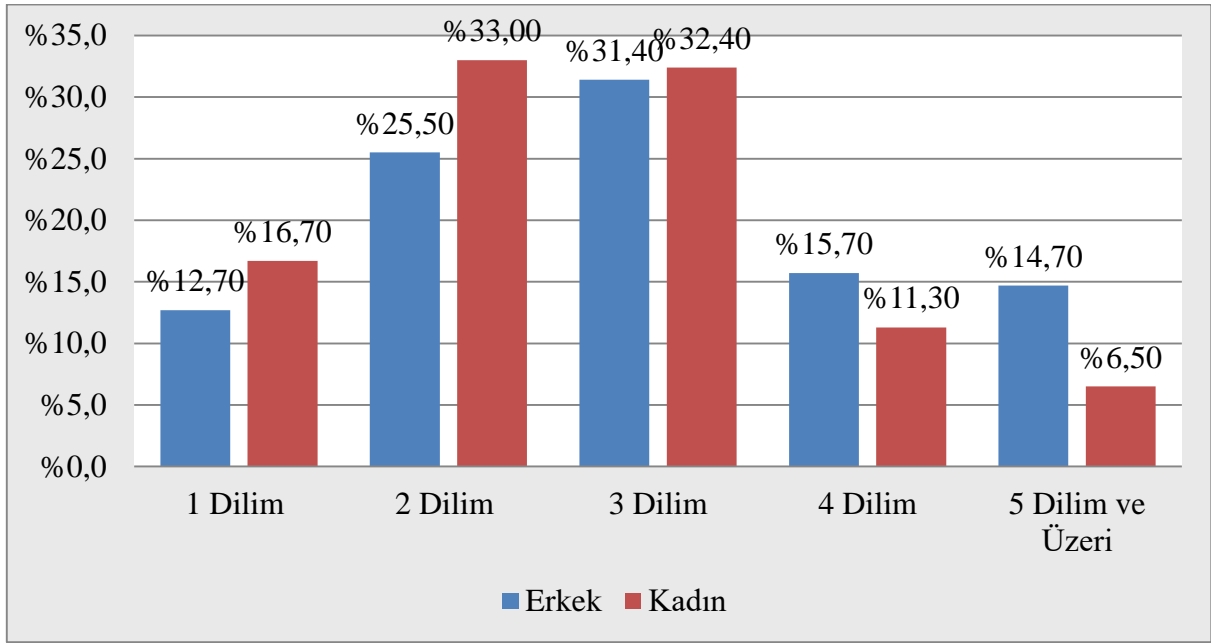
Şekil 6.5: Tüketicilerin Bir Öğünde Tükettikleri Ekmek Miktarı

Tüketicilerin büyük bir kısmı bir öğünde 2 dilim ile 3 dilim arasında ekmek tükettiğini belirtmiştir. Ekmek tüketimi kişinin kilosuna, cinsiyetine veya günlük hayattaki temposuna göre değişkenlik göstermektedir. Sağlıklı bir insanın günde 6-8 dilim tüketmesi gerekir ki bu da öğün başına 2-3 dilime eş değer gelmektedir. Sağlık uzmanlarına göre de günde 2-3 dilim ekmek tüketmek sağlık açısından çok önemlidir. Ekmek kan şekerini dengelediği gibi sinir sistemi için de gerekli olan vitaminlerin alınmasına katkıda bulunur (İpek 2018).

6.8. Tüketicilerin Cinsiyetleri ile Bir Öğünde Tükettikleri Ekmek Miktarı Arasındaki İlişki

Ankete katılan tüketicilerin cinsiyetleri ile bir öğünde tükettikleri ekmek miktarı arasındaki ilişki incelendiğinde, kadınların %16.7'si bir dilim ekmek, %33'ü iki dilim ekmek, %32.4'ü üç dilim ekmek, %11.3'ü dört dilim ekmek, %6.5'i ise beş dilim ve üzeri ekmek tükettiğini belirtmiştir. Erkeklerin %12.7'si bir dilim ekmek, %25.5'i iki dilim ekmek, %31.4'ü üç dilim ekmek, %15.7'si dört dilim ekmek, %14.7 beş dilim ve üzeri ekmek tükettiği

görülmüştür. Şekil 6.6'de tüketicilerin cinsiyetleri ile bir öğünde tükettikleri ekmek miktarı arasındaki ilişki verilmiştir.



Şekil 6.6: Tüketicilerin Cinsiyetleri ile Bir Öğünde Tükettikleri Ekmek Miktarı Arasındaki İlişki

3 dilime kadar olan ekmek tüketiminde kadınlar 3 dilim üzeri ekmek tüketiminde erkekler daha önde gelmektedir. Bu sonuçlar cinsiyetin, bir öğünde tüketilen ekmek miktarında etkili olduğunu göstermektedir. Bunun en önemli sebepleri olarak da erkeklerin metabolizmasının daha fazla çalışması, kadınların fiziklerine daha fazla dikkat etmesi ve sağlık konularını erkeklerden daha fazla takip etmesi görülebilir.

6.9. Tüketicilerin Eğitim Düzeyleri ile Bir Öğünde Tükettikleri Ekmek Miktarı Arasındaki İlişki

Tüketicilerin eğitim düzeyleri arttıkça sağlıklı beslenme konusundaki bilinçlenme düzeylerinde de artışlar olmuş ve bu durum ekmek tüketimlerine de yansımıştır. Fazla ekmek tüketiminin obezite ile birlikte birçok sağlık problemine yol açtığını söyleyen çok sayıda yayın bulunmakta ve eğitim düzeyiyle doğru orantılı olarak bu yayınları okuma sayısı da artmaktadır (Aydın ve Yıldız 2013).

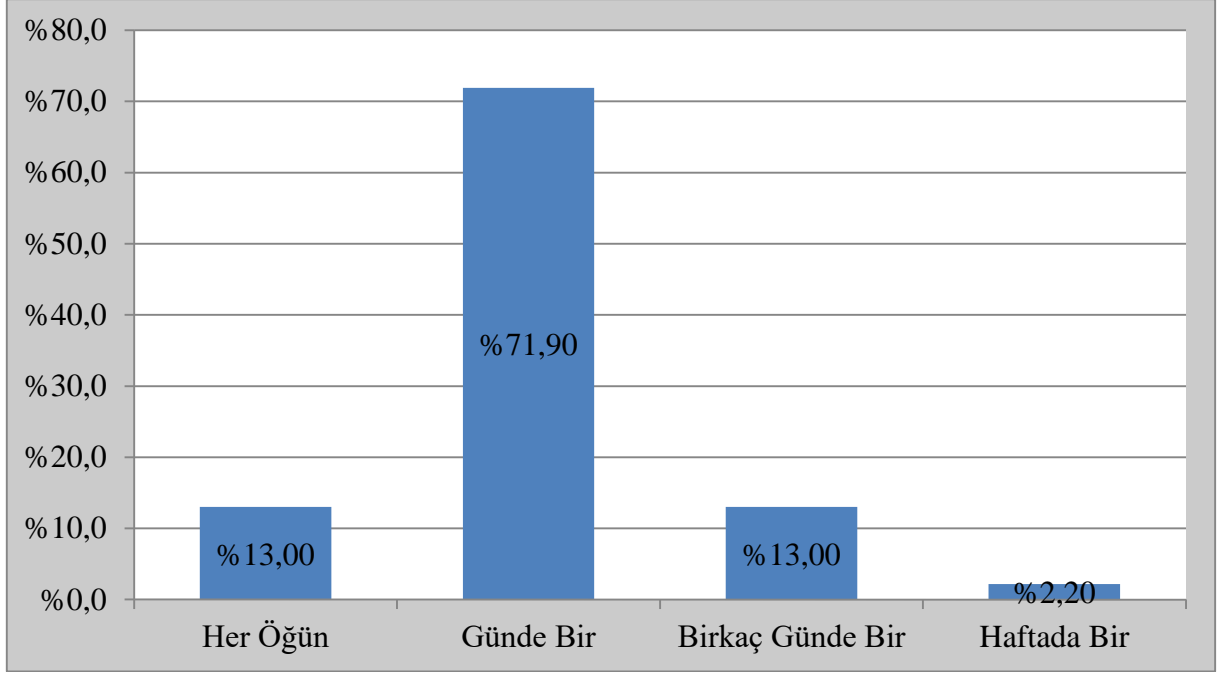
Çizelge 6.7: Tüketicilerin Eğitim Düzeyleri ile Bir Öğünde Tükettikleri Ekmek Miktarı Arasındaki İlişki (%)

Öğrenim Durumu	Bir Öğünde Tüketilen Ekmek Miktarı (%)					TOPLAM
	1 Dilim	2 Dilim	3 Dilim	4 Dilim	5 Dilim ve üzeri	
İlkokul	20.7	17.2	34.5	17.2	10.3	100
Ortaokul	17.4	8.7	65.2	8.7	0	100
Lise	9.6	37.5	34.6	11.5	6.7	100
Üniversite	16.8	32.6	23.2	12.6	14.7	100
Lisansüstü	26.3	21.1	21.1	21.1	10.5	100
TOPLAM	15.2	30	32.2	13	9.6	100

Ankete katılan tüketicilerin eğitim düzeyleri ile bir öğünde tükettikleri ekmek miktarı arasındaki ilişki incelendiğinde, ilkokul mezunu tüketicilerin %20.7'si bir dilim ekmek, %17.2'si iki dilim ekmek, %34.5'i üç dilim ekmek, %17.2'si dört dilim ekmek, %10.3'ü beş dilim ve üzeri ekmek tükettiğini belirtmiştir. Ortaokul mezunu tüketicilerin %17.4'ü bir dilim ekmek, %8.7'si iki dilim ekmek, %65.2'si üç dilim ekmek, %8.7'si dört dilim ekmek tükettiğini belirtmiştir. Lise mezunu tüketicilerin %9.6'sı bir dilim ekmek, %37.5'i iki dilim ekmek, %34.6'sı üç dilim ekmek, %11.5'i dört dilim ekmek, %6.7'si beş dilim ve üzeri ekmek tükettiğini belirtmiştir. Üniversite mezunu tüketicilerin %16.8'i bir dilim ekmek, %32.6'sı iki dilim ekmek, %23.2'si üç dilim ekmek, %12.6'sı dört dilim ekmek, %14.7'si beş dilim ve üzeri ekmek tükettiğini belirtmiştir. Lisansüstü mezunu tüketicilerin %26.3'ü bir dilim ekmek, %21.1'i iki dilim ekmek, %21.1'i üç dilim ekmek, %21.1'i dört dilim ekmek, %10.5'i beş dilim ve üzeri ekmek tükettiğini belirtmiştir. Tüketicilerin eğitim düzeyleri ile bir öğünde tükettikleri ekmek miktarı arasındaki ilişki Çizelge 6.7'de gösterilmiştir.

6.10. Tüketicilerin Evlerine Ekmek Satın Alma Sıklığı

Araştırma sonuçlarına göre tüketicilerin %71.9'u evlerine günde bir kez ekmek satın almaktadır. Geriye kalan tüketicilerin ise, %13'ü her öğün için, %13'ü birkaç günde bir, %2.2'si ise haftada bir sıklıkla evlerine ekmek satın almaktadır.



Şekil 6.7: Tüketicilerin Evlerine Ekmek Satın Alma Sıklığı

Her gün ekmek alınmasının başlıca sebebi olarak, Türk toplumunun temel ve kültürel besin maddesi olan ekmeği her öğünde sofrasında taze olarak görmek istemesi gösterilebilir (İkikat Tümer ve ark. 2019).

Türkiye genelinde yapılan bir çalışmada da tüketicilerin toplamda % 93'ü her gün en az bir kere, dörtte biri ise günde en az iki kere ekmek aldığını belirtilmektedir (Anonim 2013).

Türk halkının temel besin maddelerinden olan ekmeğin her gün satın alınma oranı %78,9'dur. 2017 yılında yapılan çalışmada her gün ekmek alan tüketicilerin oranı %65,9 olarak belirlenmiştir (Anonim 2013)

6.11. Tüketicilerin Gelir Düzeyleri ile Evlerine Ekmek Satın Alma Sıklığı Arasındaki İlişki

Ankete katılan tüketicilerin gelir düzeyleri ile evlerine ekmek satın alma sıklıkları incelendiğinde, geliri 750 TL'den az olan tüketicilerin %50'si her öğünde, %25'i günde bir, %25'i birkaç günde bir ekmek satın almaktadır. Geliri 750-1500 TL arası olan tüketicilerin %23.7'si her öğünde, %55.3'ü günde bir, %18.4'ü birkaç günde bir, %2.6'sı haftada bir ekmek satın almaktadır. Geliri 1501-3000 TL arası olan tüketicilerin %13.5'i her öğünde, %77'si günde bir, %8.1'i birkaç günde bir, %1.4'ü haftada bir ekmek satın almaktadır. Geliri 3001-5000 TL arası olan tüketicilerin %4.9'u her öğünde, %80.3'ü günde bir, %11.5'i birkaç günde

bir, %3.3'ü haftada bir ekmek satın almaktadır. Geliri 5000 ve üstü olan tüketicilerin %5.3'ü her öğünde, %47.4'ü günde bir, %42.1'i birkaç günde bir, %5.3'ü haftada bir ekmek satın almaktadır. Tüketicilerin gelir düzeyleri ile evlerine ekmek satın alma sıklığı arasındaki ilişki aşağıdaki Çizelge 6.8'de daha açık bir şekilde gözlemlenmektedir.

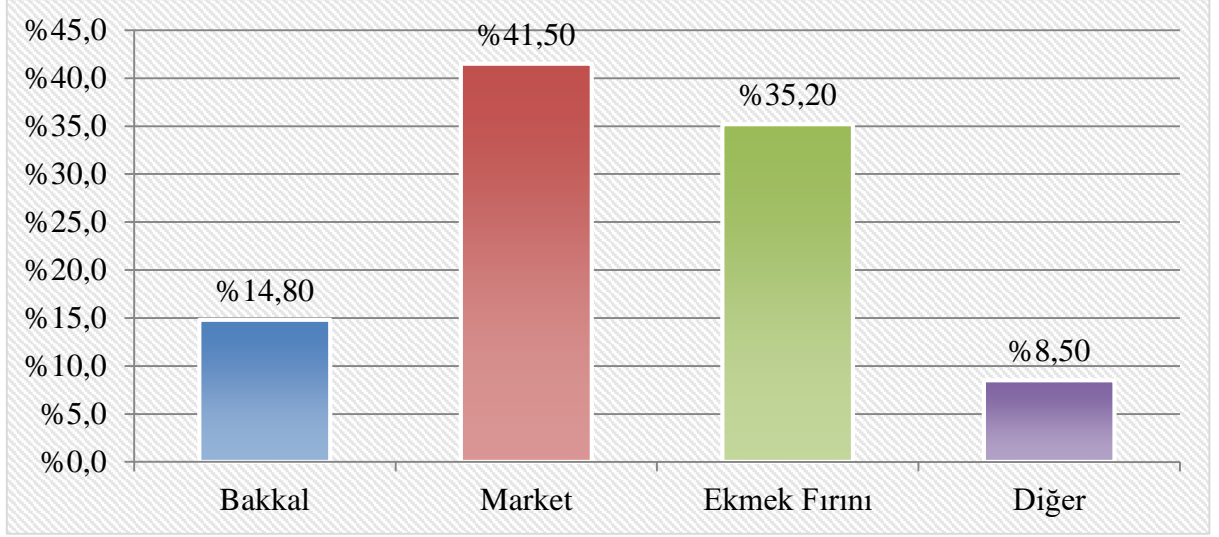
Çizelge 6.8: Tüketicilerin Gelir Düzeyleri İle Evlerine Ekmek Satın Alma Sıklığı Arasındaki İlişki (%)

Gelir	Ekmek Satın Alma Sıklığı (%)				Toplam
	Her Öğün	Günde Bir	Birkaç Günde Bir	Haftada Bir	
750'den az	50	25	25	0	100
750-1500	23,7	55,3	18,4	2,6	100
1501-3000	13,5	77	8,1	1,4	100
3001-5000	4,9	80,3	11,5	3,3	100
5000 üstü	5,3	47,4	42,1	5,3	100
Toplam	13	71,9	13	2,2	100

Anketimize katılan tüketicilerin gelir düzeylerine göre ekmek satın alma sıklıkları incelendiğinde, yüksek gelirli tüketicilerin çok sık ekmek satın almadığı, orta ve düşük gelirli tüketicilerin ise günde bir ve her öğün ekmek satın aldığı görülmektedir.

6.12. Tüketicilerin Evlerine Ekmek Satın Aldıkları Yerler

Tüketicilerin en çok market ve ekmek fırınlarını tercih etmesinin en önemli sebeplerinden birisi, şehirlerde neredeyse her mahallede market ve ekmek fırınlarının bulunmasıdır. Tüketicilerin günün yorgunluğu ile farklı bir arayışa girmeyerek iş ve ev güzargahlarındaki en uygun ekmek satın alma yerlerini tercih etmeleri de bir başka sebep olarak gösterilebilir (İkikat Tümer ve ark. 2019).



Şekil 6.8: Tüketicilerin Evlerine Ekmek Satın Aldıkları Yerler

Araştırma sonuçlarına göre tüketicilerin %43'ü marketlerden, %35'i ekmek fırınlarından, % 15'i bakkallardan, %8,5'i unlu diğer ekmek bayilerinden ekmek satın almaktadır.

Yurdatapan (2014) Edirne ilinde yaptığı çalışmasında, tüketicilerin ekmek satın almayı tercih ettikleri yerler incelendiğinde; anket yapılan tüketicilerin %54,6'sı ekmeğini fırından almayı tercih ederken, %29,6'sı ise ekmeğini marketten almayı tercih etmişlerdir. Ankete katılan diğer tüketiciler arasında, ekmeğini bakkallardan alanlar %15,1 gibi bir oranla üçüncü sırada yer almaktadır.

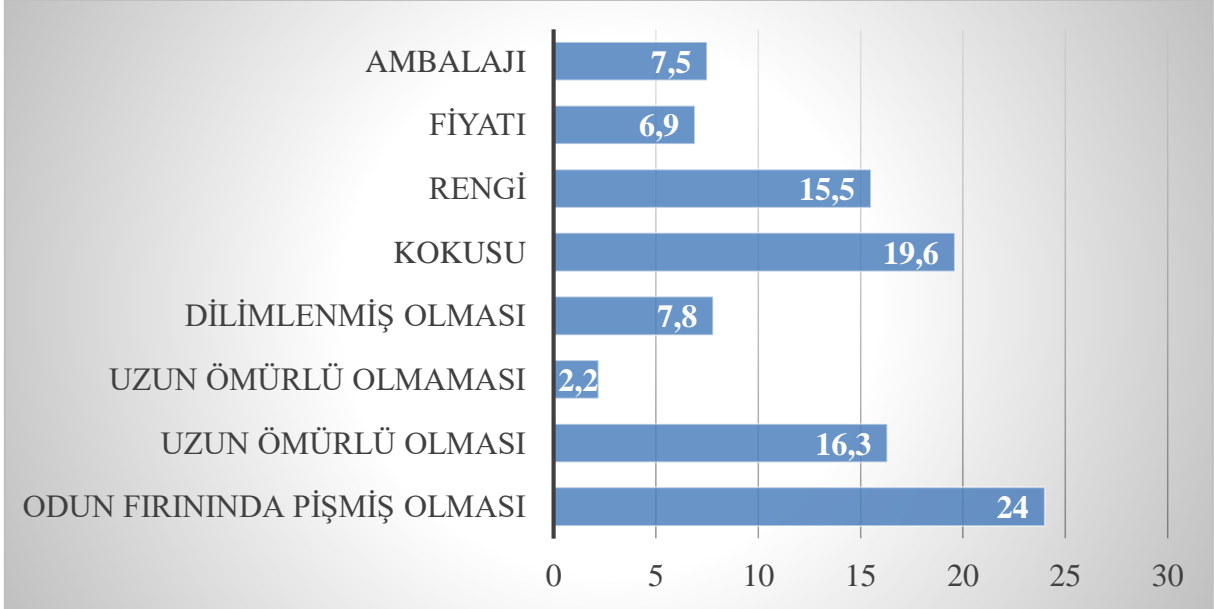
Tekirdağ ili Süleymanpaşa ilçesinin tüketicilerinin neredeyse yarısının ekmeği marketlerden almayı tercih ettiği, Edirne ilindeki tüketicilerin ise yarısından fazlasının ekmeği fırınlardan almayı tercih ettiği görülmektedir. Her iki ilin ikinci tercihleri incelendiğinde; Tekirdağ ili tüketicilerinin %35'inin fırınları, Edirne ili tüketicilerinin ise %29,6'sının marketleri tercih ettiği görülmüş olup her iki ilde de tüketicilerin en çok market ve fırınlardan ekmek almayı tercih ettiği sonucuna ulaşılmaktadır.

6.13. Tüketicilerin Ekmek Alırken En Çok Dikkat Ettiği Hususlar

Tüketicilerin son yıllarda değişen beslenme alışkanlıkları ile ekmek tüketimleri ve tercihlerinde de değişiklikler olmuştur. Bu değişikliklerde genelde damak tadı ön plana çıksa da ekmeğin sağlıklı koşullarda üretilip üretilmemesi de çok büyük rol oynamıştır. Uzmanlara göre ise damak tadının yerini hijyenik koşullar ve ekmeğin sağlık üzerindeki etkileri almıştır.

Birçok uzman ekmeğin el değmeden tamamen steril ortamlarda üretilmesi ayrıca içerik bakımından da insan sağlığına faydalı olması gerektiğini vurgulamıştır (Taşçı 2017).

Çizelge 6.9: Tüketicilerin Ekmek Alırken En Çok Dikkat Ettiği Hususlar



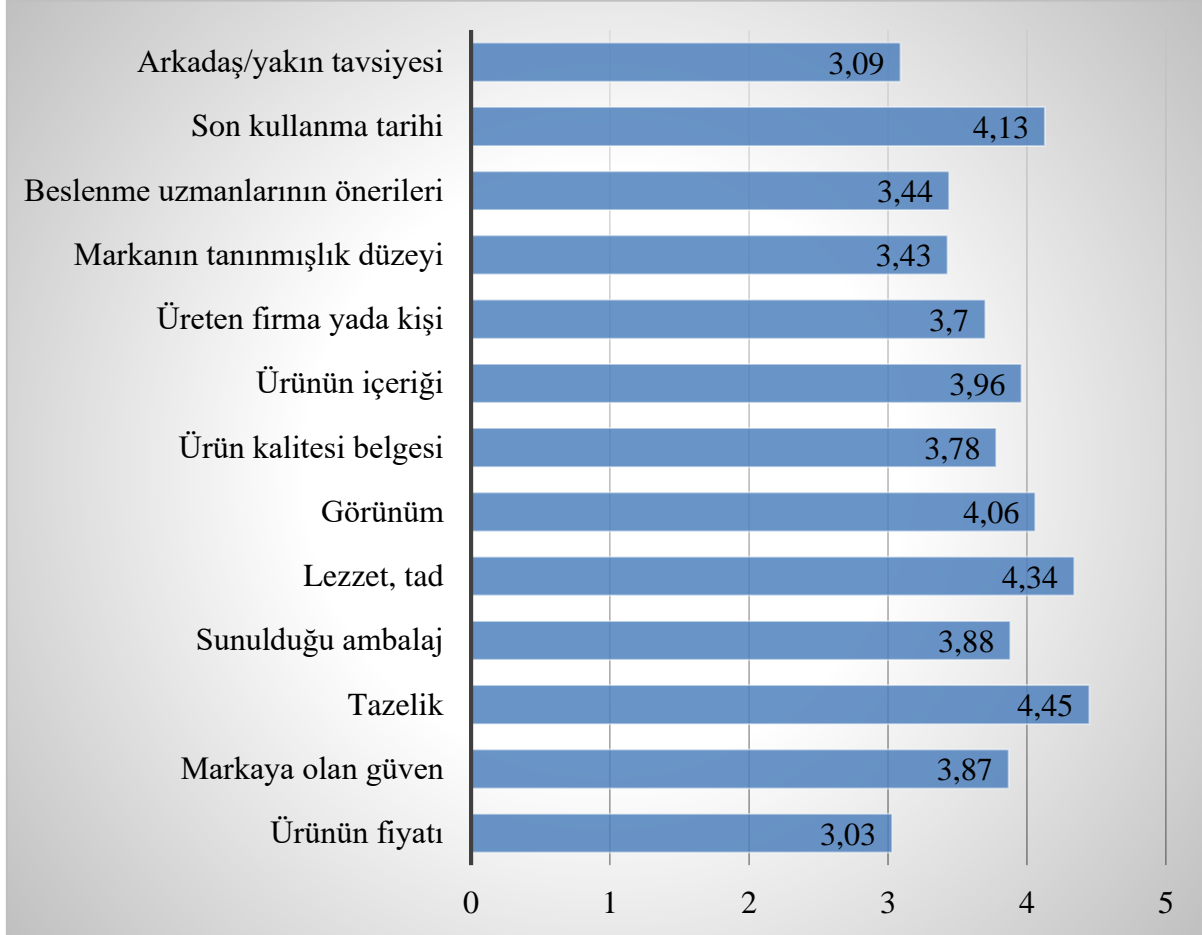
Çizelge 6.9’da görüldüğü gibi Tekirdağ ili Süleymanpaşa ilçesindeki tüketicilerin ekmek alırken en çok odun fırınında pişmesine (%24), kokusuna (%19,6), uzun ömürlü olmasına (%16,3) dikkat ettiklerini belirtmişlerdir. Bunu rengi (%15,5), dilimlenmiş olması (%7,8), ambalajı (%7,5) izlemektedir. En az dikkat ettikleri konular ise ürünün uzun ömürlü olmaması (%2,2), fiyatı (%6,9) olduğu görülmektedir.

Yurdatapan (2014) Edirne ilinde yaptığı çalışmasında dikkat edilen konularda ilk üç sraya bakıldığında; Ankete katılan 170 kişiden 63’ü “Odun fırınında pişmiş olması” %37’lik oranla birinci sırada yer alırken, 19 kişi ikinci, 13 kişi ise üçüncü sırada yer almıştır. Kişilerin dikkat ettikleri bir diğer kriter olan “fiyat”, 30 kişi tarafından ilk kriter olarak tercih edilmiştir. Fiyat kriterini ikinci ve üçüncü sraya koyan kişi sayısı sırasıyla, 15 ve 33’tür. Bir başka kriter olan “diğer” seçeneği ise birinci ve ikinci tercih sıralamasında yer almazken 4 kişi tarafından %2,3’lük oranla üçüncü sırada yer almaktadır.

6.14. Tüketicilerin Ekmek Satın Alırken Dikkat Ettiği Hususlar

Tüketicilere ekmek satın alırken nelere dikkat ettikleri sorulmuş ve alınan cevaplara göre Çizelge 6.10 oluşturulmuştur.

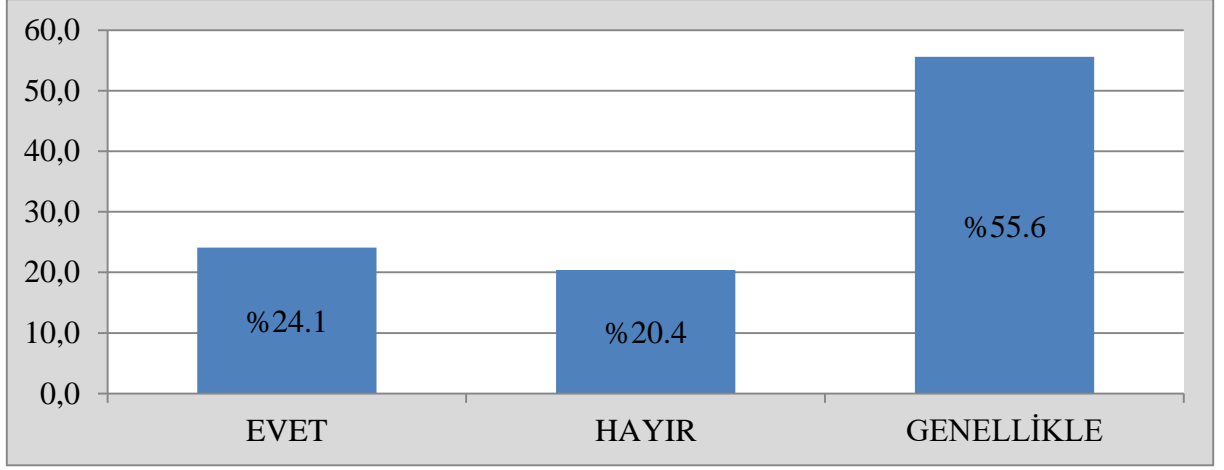
Çizelge 6.10: Tüketicilerin Ekmek Satın Alırken Dikkat Ettiği Hususlar



Çizelge 6.10'da tüketiciler ekmek satın alırken en çok tazeliğine, lezzetine ve son kullanım tarihine dikkat ettiklerini belirtmişlerdir (4,45 – 4,34 – 4,13). Bunu görünüm (4,06), ürünün içeriği (3,96), markaya olan güven (3,87) izlemektedir. En az dikkat ettikleri konular ise ürünün fiyatı (3,03), arkadaş tavsiyesi (3,09) olduğu görülmektedir.

6.15. Tüketicilerin Satın Aldıkları Ekmeğin Tamamını Tüketip Tüketmedikleri Durumları

Ankete katılan tüketicilere satın aldıkları ekmeğin tamamını tüketip tüketmedikleri sorulduğunda; %24,1'i genellikle tamamını tükettiklerini, %55,6'sı tamamını tükettiklerini, %20,4'ü ise tamamını tüketemediklerini bildirmişlerdir (Şekil 6.9).

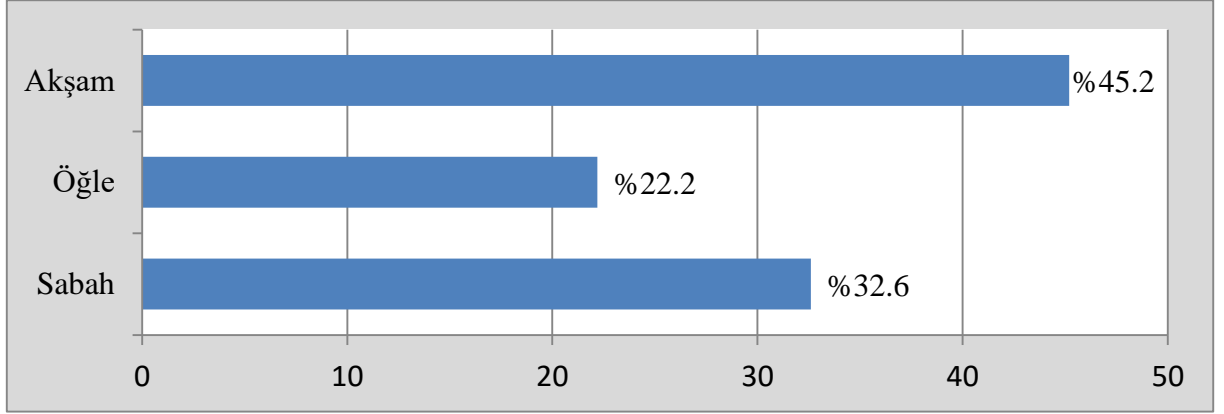


Şekil 6.9: Tüketicilerin Satın Aldıkları Ekmeğin Tamamını Tüketip Tüketmeme Durumları

Çıkan bu sonuçlarla beraber tüketicilerin sadece dörtte birinin kesin olarak satın aldıkları ekmeğin tamamını tükettiği ve ekmeğin israfı yapılmadığı söylenebilir.

6.16. Tüketicilerin Ekmek Tüketmeyi Tercih Ettiği Öğünler

Ankete katılan tüketicilere en çok hangi öğünde ekmeğin tüketildiği sorulmuş ve alınan cevaplar Şekil 6.10 oluşturulmuştur.



Şekil 6.10: Tüketicilerin Ekmek Tüketmeyi Tercih Ettiği Öğünler

Tüketicilerin, %45,2'si akşam, %32,6'sı sabah, %22,2'si öğlen öğününde en çok ekmeğin tüketmeyi tercih ettiğini belirtmiştir (Şekil 6.10). Sağlıklı beslenme açısından en az akşam öğününde ekmeğin tüketmesi gerekirken, tüketicilerin yarıya yakını en çok akşam yemeğinde ekmeğin tüketmektedir.

Türkiye'de yapılan ekmeğin israfı araştırmasında tüketiciler, ekmeğin %40,3'ünü akşam öğününde yemeğinde, %35,5'ini kahvaltıda tüketmektedir. Öğle öğünlerinde ise ev dışı tüketimin fazla olması nedeniyle ekmeğin tüketimi az olduğu görülmektedir (Anonim 2013).

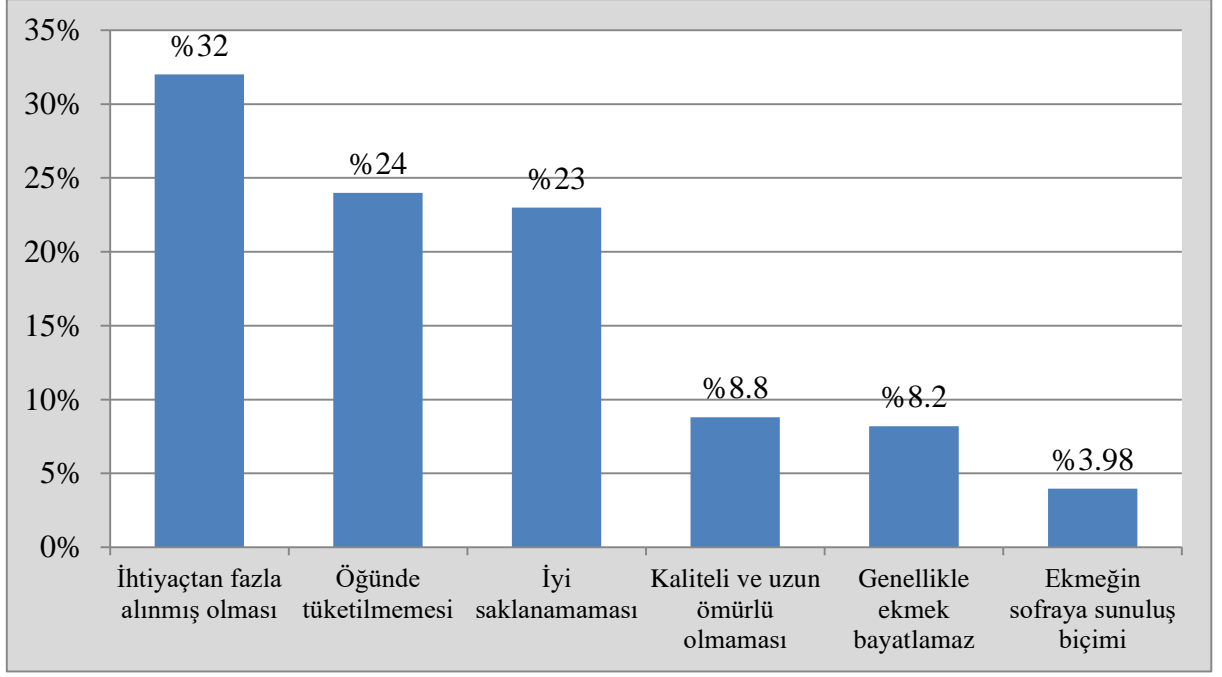
Çizelge 6.11: Meslek gruplarına göre tüketicilerin ekmek tüketmeyi tercih ettiği öğünler (%)

Meslek	Öğünler (%)			TOPLAM
	Sabah	Öğle	Akşam	
Memur	32,3	21,5	46,2	100
İşçi	26,5	23,5	50	100
Emekli	40,7	29,6	29,6	100
Serbest Meslek	36,1	19,4	44,4	100
Ev Hanımı	41,2	23,5	35,3	100
Öğrenci	30	0	70	100
TOPLAM	32,6	22,2	45,2	100

Tüketicilerin meslek dağılımları göz önüne alındığında çalışan ve evde vakit geçirmeyen meslek grubunda yer alan tüketicilerin çoğunlukla sabah ve akşam öğününde ekmek tüketmeyi tercih ettikleri, çalışmayan ve evde vakit geçiren meslek grubunda ise tüketilen ekmek miktarının öğünlere dengeli bir biçimde dağıldığı gözlemlenmiştir (Çizelge 6.11). Bu sonuçlar göz önüne alındığında, tüketicilerin ekmek tüketim eğilimlerinin daha çok evde buldukları öğünlerde arttığını, dışarıda bulduklarında ise çok fazla ekmek tüketmeyi tercih etmediklerini söyleyebiliriz.

6.17. Tüketicilerin Evlerindeki Ekmeklerin Bayatlama Sebepleri

Ekmek, iyi şekilde muhafaza edilmediği sürece bayatlar ve israf olur. Uzmanlara göre ekmek birkaç gün içerisinde tüketilecek ise buzdolabında kendi ambalajında saklanması, tüketim süresi birkaç günü geçecek ise ekmeğin derin dondurucuda saklanması tazeliğini korumasını sağlayacaktır. Ekmeği, sıcak ortamlarda üreyebilen mikroorganizmalardan ve devamında oluşan küflenmeden korumak için serin yerde tutmak gerekmektedir. Ayrıca ekmek naylon poşetlerde değil bez ya da kağıt havlu gibi materyallere sarılarak saklanmalıdır (Anonim 2013).



Şekil 6.11: Tüketicilerin Evlerindeki Ekmeklerin Bayatlama Sebepleri

Ankete katılan tüketicilere evlerindeki ekmeklerin bayatlama sebepleri sorulduğunda; tüketicilerin %32'si ihtiyaçtan fazla ekmek satın aldığını, %24'ü satın alınan öğünde ekmeğin tamamını tüketemediklerini, %23'ü öğünden artan ekmekleri iyi muhafaza edemediğini, %8,8'i üretilen bazı ekmeklerin kalitesiz olduğunu ve bundan dolayı çabuk bayatladığını, %8,22'si ekmeği bayatlamadan tükettiğini, %3,98'i ise ekmeğin sofrayı sunuluş biçiminden dolayı tamamını tüketemeyip bayatladığını belirtmiştir (Şekil 6.11).

6.18. Tüketicilerin Bayatlayan Ekmeği Değerlendirme Biçimleri

Tüketiciler bayatlayan ekmekleri yeniden değerlendirmeyi tercih etmektedir. Bu değerlendirme yöntemleri ise genel anlamda ısıtıp, kızartıp ya da farklı bir yemeğin içerisinde değerlendirmektir. Bunların dışında tüketiciler yaşadıkları coğrafyalara göre bayatlayan ekmekleri hayvan beslenmesinde de kullanabilmektedir.

Çizelge 6.12: Tüketicilerin Bayatlayan Ekmeği Değerlendirme Biçimleri

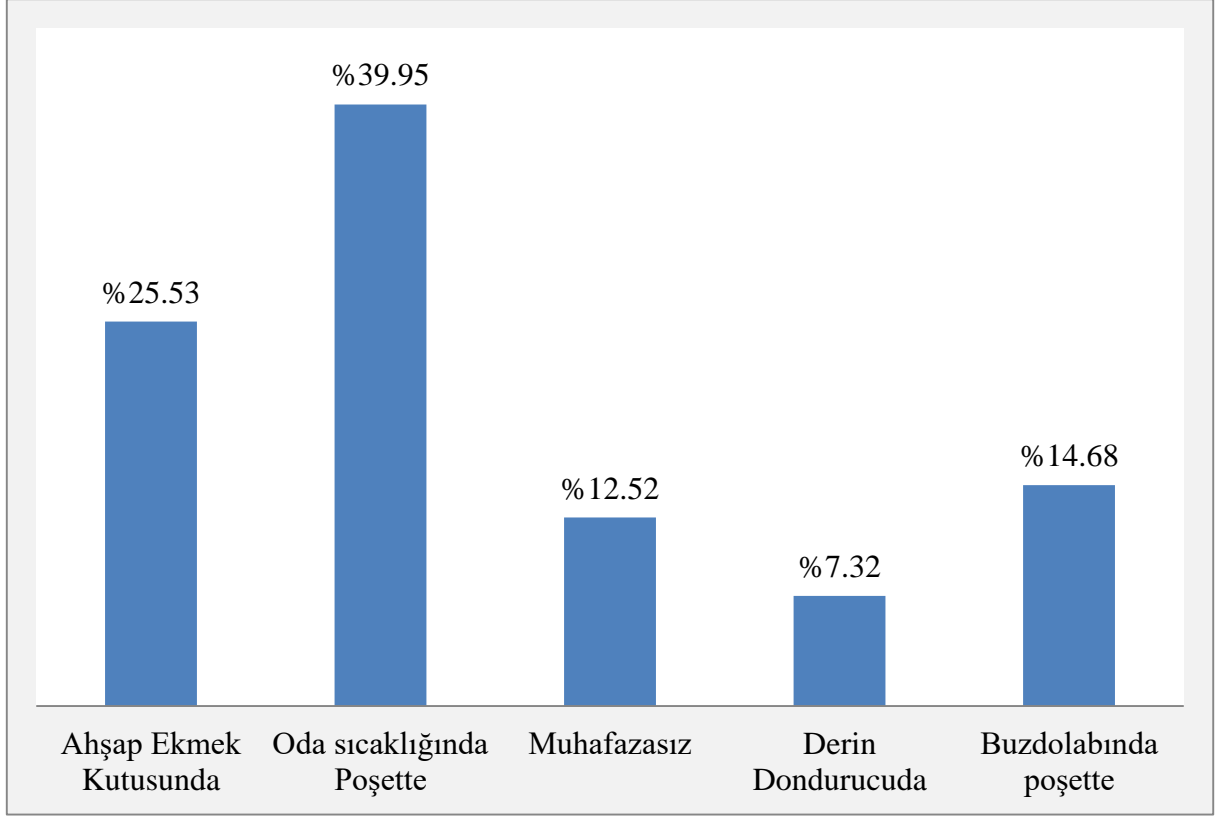
Değerlendirme Biçimleri	Hane Sayısı	%
Isıtıp/kızartıp yeniden tüketirim	85	31,45
Hayvanlara veririm	82	30,20
Farklı yemeklerde değerlendiririm	63	23,20
Bayat tüketirim	28	9,95
İhtiyacı olana veririm	6	2,60
Çöpe atarım	6	2,60
Toplam	270	100

*Birden fazla seçeneğe cevap verilmiştir.

Tekirdağ ili Süleymanpaşa ilçesindeki tüketicilerin bayatlayan ekmekleri değerlendirme şekilleri incelendiğinde anketimizi cevaplandıran tüketicilerin bazıları birden fazla seçeneğe evet demiştir. Bu nedenle tüketici tercihlerinin total bazda yüzde(%) olarak verilmesi uygun görülmüştür. Buna bağlı olarak tüketicilerin %31,45'i bayatlayan ekmeği ısıtarak ya da kızartarak tükettiğini, %30,2'si hayvanlara verdiğini, %23,20'si farklı yemeklerde değerlendirdiğini, %9,95'i bayat olarak tükettiğini, %2,6'sı ihtiyacı olana verdiğini, %2,6'sı ise çöpe attığını bildirmişlerdir (Çizelge 6.12).

6.19. Tüketicilerin Satın Aldıkları Ekmekleri Muhafaza Etme Şekilleri

Uzmanlara göre tüketiciler satın aldıkları ekmekleri, kullanma sürelerine göre kilitli buzdolabı poşetleri ile buzdolabında ya da derin dondurucuda, gün içindeki kullanımlarda ise kuru, serin ve karanlık ortamlarda muhafaza etmelidirler (Anonim 2013).

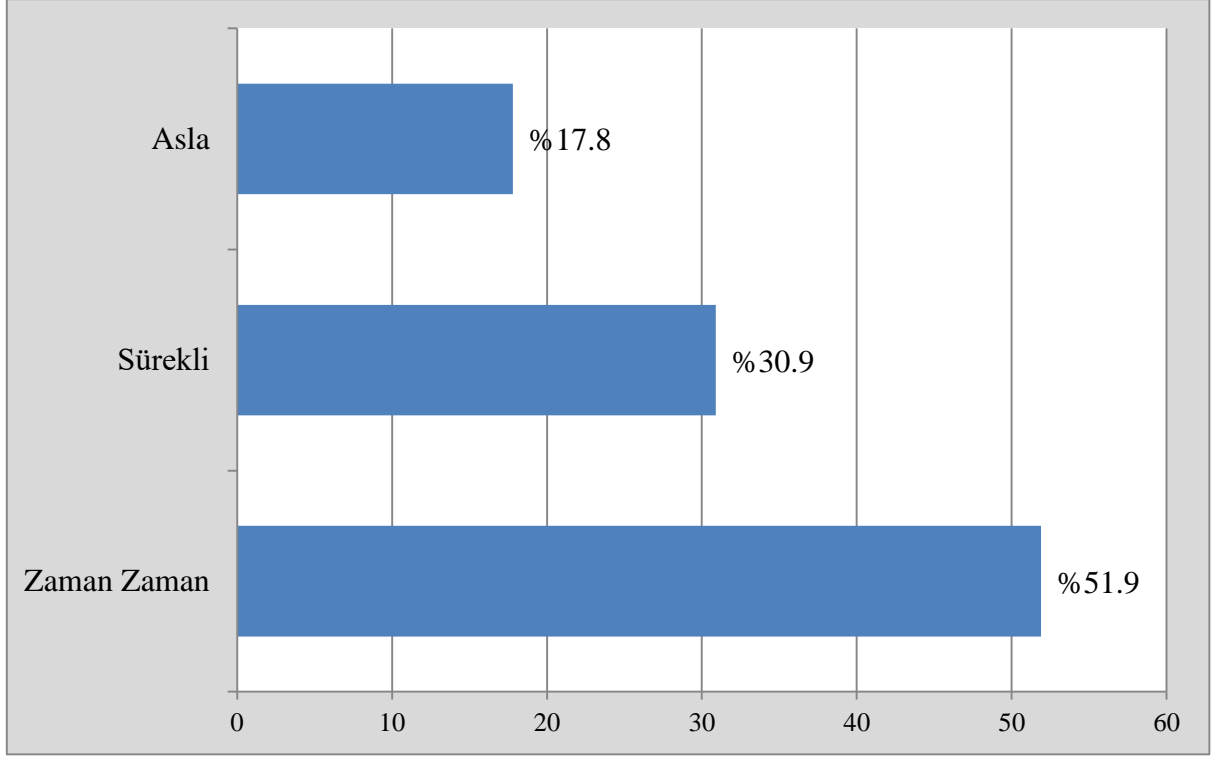


Şekil 6.12: Tüketicilerin Satın Aldıkları Ekmekleri Muhafaza Etme Şekilleri

Ankete katılan tüketicilerin satın aldıkları ekmekleri; %39,95'i oda sıcaklığında naylon poşet içinde, %25,53'ü ahşap ekmek kutusunda, %14,68'i buzdolabında naylon poşet içinde, %12,52'si herhangi bir muhafaza kullanmadan, %7,32'si derin dondurucuda muhafaza ettiklerini belirtmişlerdir.

6.20. Tüketicilerin Ekmek İsrif Edip Etmeme Durumları

Ankete katılan tüketicilerin kendi iradeleri dışında ekmek israf edip etmeme durumları incelendiğinde; tüketicilerin %30,4'ünün ekmek israf ettiği, %51,9'unun zaman zaman ekmek israf ettiği, %17,8'i ise ekmeği kesinlikle israf etmedikleri görülmüştür (Şekil 6.13).

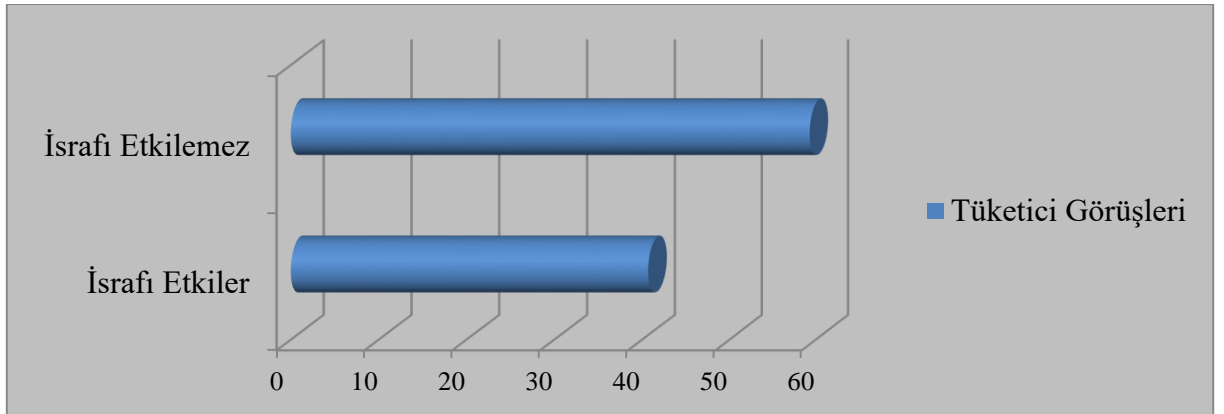


Şekil 6.13: Tüketicilerin Ekmek İsraf Edip Etmeme Durumları

Anketten çıkan bu sonuçlar ile ciddi bir ekmek israfı olduğu gözlemlenmektedir. Tüketicilerin %82,3'ü bilinçli ya da bilinçsiz, zaman zaman ya da sürekli olarak ekmek israf etmektedir.

6.21. Artan Ekmek Fiyatlarının İsraf Üzerindeki Etkilerine Yönelik Tüketici Görüşleri

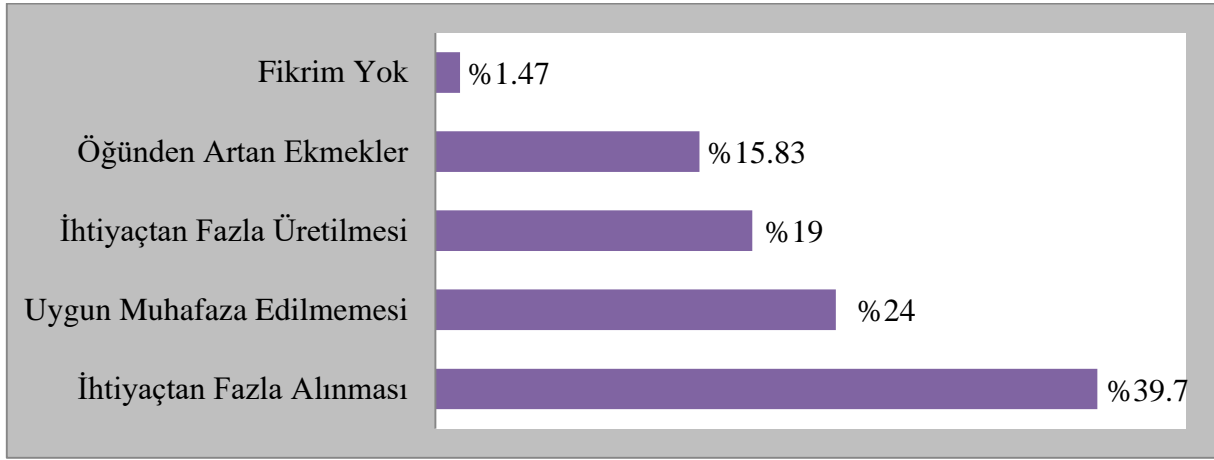
Araştırmaya katılan tüketicilere artan ekmek fiyatlarının israf üzerindeki etkileri sorulduğunda; tüketicilerin %59,3'ü artan ekmek fiyatlarının ekmek israfını etkilemeyeceği, %40,7'si israfı azaltacağı yönünde görüş belirtmiştir (Şekil 6.14).



Şekil 6.14: Artan Ekmek Fiyatlarının İsraf Üzerindeki Etkilerine Yönelik Tüketici Görüşleri

6.22. Tüketicilere Göre Ekmek İsrafının Temel Sebepleri

Uzmanlara göre ekmek israfının temel sebepleri: ekmeğin ihtiyaçtan fazla alınması, yemekhane ve restoranlarda ekmeğin ambalajsız sunulması, ihtiyaçtan fazla ekmek üretilmesi, ekmeği uygun olmayan şartlarda muhafaza edilmesi ve bayat ekmeği değerlendirme yöntemleri hakkında bilgi sahibi olunmamasıdır. Bu israfı önlemek ise ihtiyaçtan fazla ekmek üretimini ve satın alınımını engellemek, ekmeğin sofralara sunuluş, muhafaza ve bayatladıktan sonra değerlendirme şekilleri hakkında tüketicilere eğitim vermek gibi basit önlemler ile sağlanabilmektedir (Anonim 2013).



Şekil 6.15: Tüketicilere Göre Ekmek İsrafının Temel Sebepleri

Ankete katılan tüketicilerin %39,7'si ekmeğin ihtiyaçtan fazla alınmasını, %24'ü ekmeğin uygun şartlarda muhafaza edilmemesini, %19'u ekmeğin ihtiyaçtan fazla üretilmesini, %15,83'ü ekmeğin hepsinin öğünlerde tüketilmeyip artmasını ekmek israfının temel sebepleri arasında olduğunu belirtmiştir. Tüketicilerin %1,47'si ise ekmek israfının temel sebepleri ile ilgili bir fikri olmadığını belirtmiştir (Şekil 6.15).

6.23. Faktör Analizi Sonuçları

Tüketicilerin ekmek satın almada dikkat ettikleri özellikler için, 5'li Likert Ölçeğine göre sorulan soruları değerlendirmeleri istenmiştir. Likert ölçeğinde, “Hiç katılmıyorum”, “Katılıyorum”, “Fikrim yok”, “Katılmıyorum” ve “Tamamen katılıyorum” şeklinde kodlanmıştır. Tüketicilerin, ekmek ile ilgili düşüncelerini incelemek amacıyla sorulan değişkenlerin belirli bir faktör altında toplanıp toplanmadığını test etmek amacıyla Faktör Analizi uygulanmıştır.

Faktör analizi sonucunda ortaklık unsuru yüksek olan 11 değişkenin oluşturduğu 4 faktör elde edilmiştir. Öncelikle Faktör Analizi sonuçlarının yararlı ve kullanılabilir olup

olmadığını ve verilerin Faktör Analizi uygulamak için elverişli olup olmadığını test etmek amacıyla Kasiser Meyer Olkin (KMO) ve Bartlett Sphericity testleri uygulanmıştır.

Çizelge da ekmek satın alma ölçeğine ilişkin KMO ve Bartlett sonuçları verilmiştir. Çizelge 6.13'te görüldüğü üzere, 270 kişiden oluşan örneklemin büyüklük açısından faktör analizi için veri yapısının uygunluğunu değerlendirmek amacıyla KMO değeri bulunmaktadır. Bu değer 0,673 görülmektedir ve dolayısıyla veri yapısının faktör analizi yapabilmek için yeterli olduğu değerlendirilmesi yapılmıştır.

Çizelge 6.13. Ekmek satın alma ölçeğine ilişkin KMO ve Bartlett Küresellik Testi

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,673
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	745,021
	df	55
	Sig.	,000

Faktör analizinin elde edilmesine kadar birçok farklı seçenekler denenmiş ve toplam 22 değişkenle başlanılan faktör analizi sonucunda ortaklık unsuru yüksek 11 değişkenin oluşturduğu 4 faktör elde edilmiştir.

Analize alınan 11 değişkenin öz değeri 1'den büyük olan dört faktör altında toplandığı görülmektedir. Buna göre, toplam varyansın %24,669'u birinci faktörü, %16,662'si ikinci faktörü, % 15,251'i üçüncü faktörü ve % 9,518'i dördüncü ve son faktörü açıklamaktadır. Birikimli varyans yüzdelere bakıldığında toplam varyansın % 65,691'inin ilk dört faktör tarafından açıklandığı görülmektedir. Yani toplam varyansın % 65,691'inin bu faktörler tarafından açıklanmaktadır.

Çizelge 6.14. Ekmek tüketim davranışları Ölçeği Varyans Açıklama

Faktör	Başlangıç Özdeğerleri			Toplam Faktör Yükleri(Döndürülmüş)		
	Toplam	Açıklanan Varyans %	Birikimli	Toplam	Açıklanan Varyans %	Birikimli
1	2,793	25,391	25,391	2,669	24,260	24,260
2	2,015	18,323	43,714	1,833	16,662	40,922
3	1,409	12,813	56,527	1,678	15,251	56,173
4	1,008	9,164	65,691	1,047	9,518	65,691

Çizelgede 6.14'te değişkenlerin ortak varyans değerleri gösterilmektedir. Değişkenlerin ortak varyansları % 0,575 ile %0,840 arasında değişmektedir. Bu da kullanılan değişkenlerin faktör analizi için uygulanabilir olduğunu göstermektedir.

Çizelge 6.15. Faktör Analizi Rotasyon Çözümü

Faktörler ve Faktörü Oluşturan Değişkenler	Faktörler Yükleri			
	F1	F2	F3	F4
Faktör 1 Bilinçli tüketim				
Ekmek bağıışıklık sistemini güçlendirir	,840			
Ekmek sindirim sistemini düzenler	,827			
Sağlık açısından ekmek tüketilmelidir	,792			
Ekmek enerji kaynağıdır	,746			
Faktör 2 Sağlıklı tüketim				
Beyaz ekmek sağlıksızdır		,797		
Tam buğday ekmeği daha sağlıklıdır		,692		
Ekmek tüketmek obezite nedenidir		,575		
Faktör 3 Doğal ürün ve katkı maddesi kullanımı				
Ekmeklerde belli oranda katkı maddesi vardır.			,890	
Ekmeklerin doğal olmadığını düşünüyorum.			,856	
Faktör 4 Uzman görüşü ve farkındalık				
Beslenme uzmanlarının tavsiye ettiği ekmek çeşitleri sağlıklıdır.				,712
Ekmeği fazla tüketmek kilo yapar				,662

Faktör 1: “Ekmek bağıışıklık sistemini güçlendirir, Ekmek sindirim sistemini düzenler, Sağlık açısından ekmek tüketilmelidir, Ekmek enerji kaynağıdır” bir grup oluşturur ve tek bir faktör olarak kabul edilir. Faktör 1 “Bilinçli Tüketim” olarak isimlendirilmiştir ve varyansın %24,260’ını açıklamaktadır. Birinci faktör diğer faktörlerden daha fazla ağırlığa sahiptir. Bu durum, araştırmaya katılan tüketicilerin, öncelikle ekmek tüketimi konusunda bilinçli olduklarını göstermektedir.

Faktör 2: “Beyaz ekmek sağlıksızdır, Tam buğday ekmeği daha sağlıklıdır, Ekmek tüketmek obezite nedenidir” bir grup oluşturur ve tek bir faktör olarak kabul edilir. Faktör 2 “Sağlıklı Tüketim” faktörüdür ve varyansın %16,662’unu açıklamaktadır.

Faktör 3: “Ekmeklerde belli oranda katkı maddesi vardır, Ekmeklerin doğal olmadığını düşünüyorum” bir grup oluşturur ve tek bir faktör olarak kabul edilir. Faktör 3 “doğal ürün ve katkı maddesi kullanımı” faktörüdür ve varyansın %15,251’ini açıklamaktadır.

Faktör 4: “Beslenme uzmanlarının tavsiye ettiği ekmek çeşitleri sağlıklıdır, Ekmeği fazla tüketmek kilo yapar” bir grup oluşturur ve tek bir faktör olarak kabul edilir. Faktör 4 “Uzman görüşü ve farkındalık” faktörüdür ve varyansın % 9,518’ini açıklamaktadır.

7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Ekmek, un ve unlu mamullerde en çok tüketilen besin maddesidir. Ekmek tüketimi ekonomik ve sosyo-kültürel koşullara bağlı olarak değişmekle birlikte, sofralarda hala önemli bir yeri vardır. Ekmek tüketimi cinsiyete, yaşa, mesleğe, gelir seviyesine ve bireylerin alışkanlıklarına bağlı olarak değişmektedir.

Ekmek yapımında kullanılan un türüne göre ekmek çeşitlerini gruplamak mümkündür. Ekmek, sandviç ekmeği ve beyaz somun ekmek gibi dünyanın en çok tüketilen ekmek çeşidi ve bazlama, yufka, göçmen ekmeği ve pide gibi ülkemize ait kültürel ekmek çeşitleridir. Ek olarak, mısır ve çavdar unu gibi unlar kullanılarak da ekmek yapılabilir. Genel olarak somun ekmek dışındaki ekmek çeşitleri, ekmeğin yapıldığı tahılların adını alır. Mısır ekmeği, çavdar ekmeği, yulaf ekmeği, arpa ekmeği gibi ön takı kullanılır.

Ülkemizin farklı bölgelerinde yerel, bölgesel ve ulusal olarak üretilen ve tüketilen birçok ekmek türü vardır. Bunlar arasında tandır ekmeği, ceviz, susam, haşhaş tohumlu ve odun ateşinde pişmiş ekmek, pide, mısır ekmeği ve lavaş hem üretim hem de içerik bakımından farklı olan ekmekler sayılabilir. Buğdaydan un elde edilmesi sırasında ayrılan kepek, besin değeri açısından oldukça zengindir. Bu sebeple, farklı çeşitlerde ekmeklerin tüketilmeside beslenme açısından faydalı olmaktadır. Tüketicinin bilinçlenmesi ile son yıllarda, doğal katkıların ve lifli ürünlerin gıda sanayinde kullanımı artış göstermiştir. Bunlara ek olarak, ekmeğin kalitesini arttırmak ve bayatlamayı geciktirmek için katkı maddelerinin kullanımı gün geçtikçe artmaktadır.

Araştırmaya katılan 270 tüketicinin, %62,2'si kadın, %37,8'i erkektir. Ayrıca ankete katılan tüketicilerin, %27'si 19-28 yaş aralığında, %25,2'si 29-38 yaş aralığında, %15,9'u 49-58 yaş aralığında, %4,4'ü 59-68 yaş aralığında ve %1,5'i 69 yaş ve üzerindedir. Eğitim durumlarına baktığımızda ise, tüketicilerin %10,7'si ilkokul, %8,5'i ortaokul, %38,5'i lise mezunudur. %35,2'si lisans ve %7'si lisansüstü eğitime sahiptir. Anket sorularını cevaplayan tüketicilerin %73'ü evli, %24,4'ü bekâr, %1,1'i boşanmış ve %1,5'inin eşi vefat etmiştir. Aynı araştırmada aile tipleri incelenen tüketicilerin ise %94,8'lik bir çoğunluğu çekirdek aileyi, %5,2'lik bir kısmı ise geniş aileyi temsil etmektedir. Tüketicilerin hane halkı sayıları : %79 3-5 kişi, %16'sı 0-2 kişi, %4'ü 6-7 kişi ve %1'i 8 ve üzeri aralığında olduğu görülmüştür. Bu dağılımda tüketicilerin en çok 3-5 kişilik hanelerden oluştuğu belirlenmiştir.

Tüketicilerin öncelikli olarak tercih ettiği ekmek türü beyaz somun ekmeğidir. Bunu takip eden ekmek türü ise ikili ekmek türüdür. Tüketicilerin ekmek satın aldıkları yeri tercih etmelerinin temel nedeni sorulduğunda ise genel olarak ekmeğin kaliteli ve işletmenin temiz olması cevapları alınmıştır. Besin değeri ve sağlık açısından daha faydalı olan tam buğday ekmeği ve çavdar ekmeğinin tüketiciler tarafından fazla tercih edilmediği görülmüştür. Tüketicilerin daha sağlıklı beslenebilmesi için tam buğday ekmeği, çavdar ekmeği gibi sağlık açısından daha faydalı olan ekmekler hakkında ilgili kurumlar tarafından yapılacak olan bilgilendirmeler ile birlikte toplum, ekmek tüketiminde daha bilinçli davranacaktır.

Tüketicilerin günlük satın aldığı ekmek miktarları ile gelirleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Yüksek gelirli tüketicilerin çok fazla ekmek tüketmedikleri, gelir düzeyinin azalmasına paralel olarak ekmek tüketiminin arttığı gözlenmiştir. Tekirdağ ili Süleymanpaşa ilçesi göz önüne alınarak yapılan çalışmada orta gelir düzeyli tüketicilerin ekmek tüketiminin yüksek gelirli tüketicilere göre daha fazla olduğu sonucuna varılmıştır.

Ailedeki kişi sayısı ile eve alınan günlük ekmek sayısı arasındaki ilişkiyi incelediğimizde, ailedeki kişi sayısı ile günlük eve alınan ekmek sayısı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu saptanmıştır. Ailedeki birey sayısının artışına paralel olarak günlük alınan ekmek sayısında da artış olmaktadır.

Tüketicilerin büyük bir kısmının bir öğünde 2 dilim ile 3 dilim arasında ekmek tükettiği belirlenmiştir. Tüketicilerin bir öğünde tükettiği ekmek miktarının cinsiyetlere göre büyük bir değişim göstermediği ve tüketicilerin önemli bir kısmının 2-3 dilim aralığında ekmek tükettiği belirlenmiştir. Gelir durumları ile bir öğünde tükettikleri ekmek miktarları incelendiğinde, tüketicilerin gelirleri arttıkça öğünde tükettikleri ekmek miktarlarında azalma gözlemlenmiştir. Bireylerin gelirleri ile bir öğünde tükettikleri ekmek miktarları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Yukarıda belirtilen incelemeler sonucunda; tüketicilerin ekmek tüketimlerinde demografik özelliklerin etkili olduğu görülmüştür. Tüketicilerin bilinçli olarak beslenebilmeleri için eğitilmeleri, ekmek israfının azaltılmasında büyük katkı sağlayacaktır.

Tüketicilerin büyük bir çoğunluğunun evlerine günde bir kez ekmek satın aldığı görülmektedir. Tüketicilerin gelir düzeylerine göre ekmek satın alma sıklıkları incelendiğinde, yüksek gelirli tüketicilerin çok sık ekmek satın almadığı, orta ve düşük gelirli tüketicilerin çoğunun ise günde bir ve her öğün ekmek satın aldığı görülmektedir. Her gün ekmek

alınmasının başlıca sebebi olarak, Türk toplumunun temel ve kültürel besin maddesi olan ekmeği her öğünde sofrasında taze olarak görmek istemesi gösterilebilir.

Tüketicilerin çoğu günün yorgunluğu ile farklı bir arayış içerisinde girmeyerek ekmeğini mahallesinde veya evinin güzargahında olan marketlerden ve fırınlarından almayı tercih etmektedir. Bunların dışında ekmeği bakkallardan, unlu mamullerden, halk ekmek bayilerinden satın almayı tercih eden tüketiciler olduğu da görülmektedir. Ayrıca tüketicilerin ekmeğini güvendiği, kaliteli olduğunu düşündüğü ve hijyen koşullarına uyan sağlıklı ekmek üreten yerlerden almayı tercih ettiği de görülmektedir.

Tüketicilere ekmek alırken önem verdikleri noktalar sorulduğunda, ekmeğin kokusu, uzun ömürlü olması, rengi ve odun fırını ekmeği olmasına önem verdiklerini belirtmişlerdir. Tüketicilerin yarıdan fazlasının odun fırını ekmeğine yöneldiği ve bunun yanında rengine, kokusuna ve uzun ömürlü olmasına dikkat ettiği görülmektedir. Cevaplar arasında yer alan ekmeğin dilimlenmiş olması, fiyatının uygun olması ve ambalaj içinde bulunup bulunmaması seçenekleri tüketicilerin ekmekte aradıkları ilk dört nitelik arasında yer almamaktadır. Toplumun damak zevkine vermiş olduğu önemi buradan da görebiliriz. Halkın taze ekmek alma alışkanlığı ambalajlı ekmeğe olan talebi azaltmaktadır. Açıkta satılan ekmeklerin standart bir ambalaja konulmaması tüketici sağlığını açıkça tehdit etmektedir. Salgın hastalıkların dokunarak yayıldığı göz önünde bulundurulunca ambalajın önemi daha da anlaşılmaktadır.

Tüketicilerin sadece dörtte birinin kesin olarak satın aldıkları ekmeğin tamamını tükettiği ve ekmek israfı yapmadığı söylenebilir. Ankete katılan tüketicilerin beşte birinin ise satın aldıkları ekmeğin tamamını tüketemediklerini belirterek ekmek israfı yaptıklarını öngörebiliriz. Elde edilen bu sonuçlarla tüketicilerin ekmek israfı yapma nedenleri arasında ihtiyaçtan fazla ekmek satın almasının önemli olduğu gözlemlenmektedir.

Ankete katılan tüketicilerin büyük bir çoğunluğunun sabah ve akşam öğününde ekmek tüketmeyi tercih ettiği gözlemlenmektedir. Meslek dağılımları göz önüne alındığında ise çalışan ve evde vakit geçirmeyen meslek grubunda yer alan tüketicilerin çoğunlukla sabah ve akşam öğününde ekmek tüketmeyi tercih ettikleri, çalışmayan ve evde vakit geçiren meslek grubunda ise tüketilen ekmek miktarının öğünlere dengeli bir biçimde dağıldığı gözlenmiştir. Bu sonuçlar göz önüne alındığında, tüketicilerin ekmek tüketim eğilimlerinin daha çok evde buldukları öğünlerde arttığını, dışarıda bulduklarında ise çok fazla ekmek tüketmeyi tercih etmediklerini söyleyebiliriz.

Tüketicilere evlerindeki ekmeklerin bayatlama sebepleri sorulduğunda; ihtiyaçtan fazla ekmek satın aldıklarını, satın alınan öğünde ekmeğin tamamını tüketemediklerini, öğünden artan ekmekleri iyi muhafaza edemediklerini, üretilen bazı ekmeklerin kalitesiz olduğunu ve bundan dolayı çabuk bayatladığını, ekmeği bayatlamadan tükettiğini ve ekmeğin sofrayı sunuluş biçiminden dolayı tamamını tüketemeyip bayatladığını belirtmişlerdir.

Ekmek, iyi şekilde muhafaza edilmediği sürece bayatlar ve israf olur. Uzmanlara göre ekmek birkaç gün içerisinde tüketilecek ise buzdolabında kendi ambalajında saklanması, tüketim süresi birkaç günü geçecek ise ekmeğin derin dondurucuda saklanması tazeliğini korumasını sağlayacaktır. Ekmeği, sıcak ortamlarda üreyebilen mikroorganizmalardan ve devamında oluşan küflenmeden korumak için serin yerde tutmak gerekmektedir. Ayrıca ekmek naylon poşetlerde değil bez ya da kağıt havlu gibi materyallere sarılarak saklanmalıdır.

Tüketiciler, bayatlayan ekmeği ısıtarak ya da kızartarak tükettiğini, hayvanlara verdiğini, farklı yemeklerde değerlendirdiğini, bayat olarak tükettiğini, ihtiyacı olana verdiğini veya çöpe attığını belirtmiştir. Ekmeği çöpe atmak yerine hayvanlara vermek her ne kadar israf değilmiş gibi gelse de, insan beslenmesi için üretilen ekmeğin hayvan beslenmesinde kullanılması ekmek israfı olarak değerlendirilmektedir. Bayat ekmekten galeta unu yapımı ya da derin dondurucuda muhafaza edilmesi gibi yöntemler çok az tüketici tarafından tercih edilmektedir. Bayat ekmeklerin değerlendirilmesi için basın yayın organları aracılığıyla veya birebir gerçekleştirilecek bilinçlendirme çalışmaları, ekmek israfının büyük ölçüde önüne geçilebilmesine ve meydana gelen milli gelir kaybının azalmasına katkı sağlayacaktır.

Tüketicilerin satın aldıkları ekmekleri: oda sıcaklığında naylon poşet içerisinde, ahşap ekmek kutusunda, buzdolabında naylon poşet içerisinde, herhangi bir muhafaza kullanmadan veya derin dondurucuda muhafaza ettiklerini belirtmişlerdir. Anket soruları detaylı incelendiğinde tüketicilerin ekmek muhafaza etme şekilleri ile ekmek israf etme oranları arasında bir doğru orantı olduğu da fark edilmektedir. Araştırma sonuçlarına göre ülkemizdeki ekmek israfının %53'ünün ekmeğin bayatlamasından kaynaklandığı belirtilmektedir. Ekmeğin bayatlaması tüketilebilirliğini azaltmaktadır. Tüketicilerin gün içerisinde tüketemedikleri ekmeğin saklama ömrünü uzatabilmek için buzdolabında naylon poşet içerisinde, uzun süre tüketilemeyecek ekmeklerin de buzdolabında derin dondurucuda saklanması israfın azaltılmasına önemli etki sağlayacaktır.

Anketten çıkan bir başka sonuç ise ciddi bir ekmek israfı olduğudur. Tüketiciler, bilinçli ya da bilinçsiz, zaman zaman ya da sürekli olarak ekmek israf etmektedir. Ayrıca tüketicilere

artan ekmek fiyatlarının israf üzerindeki etkileri sorulduğunda tüketiciler, artan ekmek fiyatlarının ekmek israfını etkilemeyeceği yönünde görüş bildirmişlerdir.

Yapılan araştırmalar sonucunda, eğitim düzeyinin artması ile ekmek israfı artışı arasında paralellik gözlenmiştir. Bununla birlikte düşen eğitim düzeyi ile gelirin de azaldığı gözlemlenmiş ve sosyo-ekonomik düzeyi düşük olan ailelerin ekmeğın doyurucu özelliğini kullanarak ekmeği israf etmeden tükettiğı ortaya çıkmıştır.

Tüm bu bilgiler ile birlikte halkın ekmek tüketimi ve muhafaza yöntemleri ile ilgili duyarlılığını arttırıcı önlemler alınması ve bilinçlendirici kampanyalar yapılması ekmek israfı konusunda ülke ekonomisine büyük katkılar sağlayacaktır.

8. KAYNAKLAR

- Akbaş (2015), Türkiye’de çeşit Ekmek Sektörü.
<http://www.gidagundemi.com/makale/turkiyede-cesit-ekmek-sektoru-m133.html>
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2007). Sosyal Bilimler Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı. Sakarya Yayıncılık, 225 s, Sakarya.
- Ankara Sanayi Odası (2017), Un ve Unlu Mamuller Sektörü.
<http://www.aso.org.tr/wp-content/uploads/2017/09/4.pdf>
- Anonim (2007). Türkiye’ye Ozgu Beslenme Rehberi. Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Mudurluğu. Ankara.
- Anonim (2010). USDA National Nutrient Database for Standard Reference
- Anonim (2013). Toprak Mahsulleri Ofisi Türkiye’de Ekmek İsrافی Araştırması
- Anonim (2015). Türkiye Beslenme Rehberi 2015 (TÜBER)
- Anonim (2016). <http://turkiyefirincilarfederasyonu.org/index.php/ekmegimiz/tarihcesi>
- Anonim (2017). Türk Gıda Kodeksi Ekmek ve Ekmek eşitleri Tebliği
- Arthur AE, Peterson KE, Rozek LS, Taylor JM, Light E, Chepeha DB, Hebert JR, Terrell JE, Wolf GT and Duffy SA (2013). Pretreatment dietary patterns, weight status, and head and neck squamous cell carcinoma prognosis. *Am J Clin Nutr*, 97, 360-368.
- Aydın F, Yıldız ř (2013). Sivas İlinde Ekmek Tüketim Alışkanlıkları ve Tüketicisi Dinamiklerinin Belirlenmesi. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*.
- Balcı, A. (2010). Sosyal Bilimler Araştırma, Yöntem, Teknik ve İlkeler. Pegem Akademi Yay. Eğt. Dan. Hizm. Tic. Ltd. şti., 269-270s., Ankara.
- Baysal A (2011). Beslenme. Hatiboğlu Yayınları, 13. Baskı, Ankara.
- Baysal A, ve Over N (1994). Ekmek; Beslenme ve Sağlık Yonunden Onemi. <http://www.turkish-cuisine.org/pages.php?ParentID=5&FirstLevel=76&SecondLevel=139>
- BeBiS (Beslenme Bilgi Sistemi) bilgisayar yazılım programı. Turkce Versiyon. 6.1
- Besler T (2012). Türkiye’de ekmek: beslenme acısından değerlendirilmesi. Gecmişten Geleceğe Tam Buğday Ekmeği. Editorler: Koksel H ve Kaya H. Endustriyel Fırincılar Birliği Yayın No: 1. ISBN: 978-9944-473-43-9. Ankara.
- Boyacıoğlu H (2012). Dünyada ve Türkiye’de Ekmek ve Tam Buğday Ekmeği Tüketimi. Gecmişten Geleceğe Tam Buğday Ekmeği. Editorler: Koksel H ve Kaya H. Endustriyel Fırincılar Birliği Yayın No: 1. ISBN: 978-9944-473-43-9. Ankara.
- Contento IR (2011). Nutrition Education Linking Research, Theory and Practice Massachusetts: Jones and Bartlett Publisher.

- Çokluk Ö., Şekercioğlu G. ve Büyüköztürk Ş. (2010). Sosyal Bilimler için Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları. Pegem Akademi Yay. Eğt. Dan. Hizm. Tic. Ltd. Şti. 194 s, Ankara.
- Duyff RL (2003). Besin ve Beslenme Rehberi. (Cev: Yucesan, S., Pekcan, G., Besler, T., Nursal, B.) Acar Matbaacılık, İstanbul.
- Eker MM (2012). Acış Konuşması. Geçmişten Geleceğe Tam Buğday Ekmeği. Editorler: Koksel H ve Kaya H. Endüstriyel Fırıncılar Birliği Yayın No: 1. ISBN: 978-9944-473-43-9. Ankara.
- Ekmekci BZ, Sayılı M ve Gözener B (2013). Tokat İli Merkez İlçede Ailelerin Ekmek Tüketimleri Üzerine Bir Araştırma, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi.
- Elgun A ve Demir MK (2008). Tam Buğday Unu ve Fonksiyonel Özellikleri. Türkiye 10. Gıda Kongresi. 49-52. Mayıs 21-23 2008. Erzurum, Türkiye.
- Elgun A, ve Ertugay Z (2002). Tahıl İşleme Teknolojisi. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları No: 297, Ders Kitapları Serisi No: 52, Erzurum.
- EUFIC. Bread, a basic staple of our diet. <http://www.eufic.org/article/en/rid/bread-basic-staple-of-our-diet/>.
- EUFIC. The power of Wholegrains. <http://www.eufic.org/article/en/artid/whole-grains/>
- EUFIC. Whole grain Fact Sheet. <http://www.eufic.org/article/en/expid/Whole-grain-Fact-Sheet/>.
- Fao/Who (1992). International Conference on Nutrition. World Declaration and Plan of Action for Nutrition. Rome. (ICN/92/2).
- Gellynck X, Kuhne B, Van Bockstaele F, Van de Walle D and Dewettinck K (2009). Consumer perception of bread quality. *Appetite*, 53(1):16–23.
- Gil A, Ortega RM and Maldonoda J (2011). Wholegrain cereals and bread: a duet of Mediterranean diet for the prevention of chronic diseases. *Public Health Nutrition*, 14(12A): 2316-2322.
- Guinness World Records. Largest Bread Consumption Per Capita <http://www.guinnessworldrecords.com/world-records/11000/largest-bread-consumption-per-capita>
- <http://beslenme.gov.tr/index.php?lang=tr&page=123>
- <http://www.tusaf.org/TR,872/mice-dergisi---tusaf-2012-kongresi-yayini.html>
- İkikat Tümer E, Aytıp Y ve Yavuz K (2019). Ekmek İsraf Etme Durumunun ve İsrafta Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesi: Kahramanmaraş Kent Merkezi Örneği. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*.
- İnan M (2013). Karaman İli Merkezinde Ekmek Tüketim Alışkanlıkları Ve Üretici-Tüketici Dinamiklerinin Belirlenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

- Khalaf, K. (2007). Faktör Analizi ve Bir Uygulaması. (Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kleinbaum DG, Kupper LL, Muller KE, Nizam A (1998) Applied Regression Analysis and Other Multivariable Methods. ISBN: 0-534-209106, DuxburyPress, London.
- Koksal O (1977). Türkiye’de Beslenme. Türkiye 1974 Beslenme- Sağlık ve Gıda Tüketimi Araştırması. Ankara.
- Kurt E, Ekmek ve TSE’nin Belgelendirme Faaliyetleri TSE Gıda Sektörü Müdürü – Standard Ekonomik ve Teknik Dergi
- Kuter M (2011). İnsan ve Ekmek, Bursa: Besaş
- Mete (2017). Ekmek İsrafi ve Önleme Yöntemleri, Tekirdağ S.M.M.M. Odası Sosyal Bilimler Dergisi
- Ozcicek DC (2003). Tüketicilerin İşlenmiş Gıda Ürünlerinde Kalite Tercihleri, Sağlık Riskine Karşı Tutumları ve Besin Bileşimi Konusunda Bilgi Düzeyleri (Adana Orneği), Tarım Bakanlığı, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, Yayın no:105 Ankara.
- Özenoğlu A ve Kvasoğlu N, <http://www.ekmekdunyasi.com/ekmegin-besin-degeri-ve-saglimizda-onemi/>
- Pekcan G and Karaağaoğlu N (2000). State of Nutrition in Turkey. Nutrition and Health, 14:41-52.
- Polat, F. (2011). Yemeklik Yağ Sektöründe Tüketici Davranışlarını Etkileyen Faktörlerin Analizi. (Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Ankara.
- Santra M, Matthews SB and Thompson HJ (2013). Development of a core collection of Triticum and Aegilops species for improvement of wheat for activity against chronic diseases. Agriculture & Food Security, 2:4.
- Sharma S (1996). Applied Multivariate Techniques, John Wiley& Sons Inc., New York
- Soylu M ve Kesici C (2008). Gıda, Su ve Beslenme Konusunda Sık Sorulan Sorular (II), Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, ISBN: 978-975-590-243-2; Şubat.
- Şen, E. M. (2007). Ambalaja Yönelik Tüketici Tutumları Ve Bir Uygulama. (Yüksek Lisans Tezi): T.C. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı. İstanbul.
- Taşçı (2017). Ankara İlinde Ekmekte Tüketici Tercihleri. Ankara Üni. Ziraat Fak. Tarım Ekonomisi Bölümü
- TMO (2013), Türkiye’de Ekmek İsrafi Araştırması.
<http://www.tmo.gov.tr/Upload/Document/yayinlar/TurkiyedeEkmekIsrafi.pdf>
- Tonuk B ve Gulturk H (1987). 1984 Gıda Tüketimi ve Beslenme Araştırması. Tarım Orman ve Koyişleri Bakanlığı/Unicef, Ankara.

TS 7282 İş yerleri, Ekmek ve Benzeri Unlu Mamulleri İmal Eden Fırımlar, Genel Kurallar
TÜBER (2015), Türkiye Beslenme Rehberi

<https://dosyasb.saglik.gov.tr/Eklenti/10915,tuber-turkiye-beslenme-rehberipdf.pdf>

Türk Gıda Kodeksi- Ekmek Ve Çeşitleri Tebliği (2012). Mıce Dergisi - Tusaf 2012 Kongresi
Yayını

USDA (2010). Dietary guidelines for Americans, 2010. 7th Edition. Washington, D.C.

USDA. Why Is it Important to Eat Grains, Especially Whole Grains?
<http://www.choosemyplate.gov/food-groups/grains-why.html>

Whole Grain Guidelines Worldwide. <http://wholegrainscouncil.org/whole-grains-101/whole-grain-guidelines-worldwide>.

Yavuz, Yüceşahin (2012), Türkiye’de Hane halkı Kompozisyonlarında Değişimler ve Bölgesel
Farklılaşmalar

Yılmaztekin M, Ekmek Üretim Teknolojisi Bilgilendirme Slaytları.
<http://www.vankim.com/bilgi-bankasi/nasil-uretilir/ekmek-uretim-teknolojisi>

Yurdatapan S (2014). Türkiye’de Ekmek Sanayi Ve Ekmek Tüketim Eğilimleri: Edirne İli
Merkez İlçe Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri
Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

EKLER

Ekmek Tüketim Durumu Anket Soruları

Kişisel Bilgiler				
1. Yaş				
2.Cinsiyet	Bayan		Erkek	
3.Oturduğu Mahalle				
4.Öğrenim Durumu	<input type="checkbox"/> İlkokul	<input type="checkbox"/> Ortaokul	<input type="checkbox"/> Lise	<input type="checkbox"/> Üniversite <input type="checkbox"/> Üniversite Üstü
5.Medeni Durumu	<input type="checkbox"/> Evli	<input type="checkbox"/> Bekar	<input type="checkbox"/> Boşanmış	<input type="checkbox"/> Eşi vefat etmiş
6.Ailedeki kişi sayısı				
7.Aylık gelir düzeyi (TL)	<input type="checkbox"/> 750'den az	<input type="checkbox"/> 750-1500	<input type="checkbox"/> 1501-3000	<input type="checkbox"/> 3001-5000 <input type="checkbox"/> 5000 üstü
8.Çocuk sayısı	Kız		Erkek	
9.Aile tipi	Çekirdek Aile		Geniş Aile	
10.Mesleğiniz				

11) Aşağıdaki ekmek türlerinden hangisini/hangilerini tüketiyorsunuz?

Ekmekler	Evet	Hayır
1)Standart (Beyaz) Türk Ekmeği		
2)Sandviç		
3)Trabzon		
4)Çiçek		
5)İkili		
6)Karafırın		
7)Hamburger		
8)Pide		
9)Tost Ekmeği		
10)Diğer		

12) Ekmek aldığınız yeri tercih etmede en önemli sebebiniz nedir?

1)Yakın olduğundan		5)Kaliteli ekmek ürettiği için	
2)Temiz olduğundan		6)Ekmek çeşitlerini bir arada bulabildiğim için	
3)Taze ve sıcak olduğundan		7)Diğer	
4)Ucuz olduğundan			

13) Aşağıdaki ekmek çeşitlerini ne sıklıkla tüketiyorsunuz?

Ekmekler	Günde Bir	Haftada Bir	15 Günde Bir	Ayda Bir	Yılda Birkaç Defa
1)Standart Beyaz Ekmek					
2)Sarı Buğday Ekmeği					
3)Kepek Ekmeği					
4)Tandır Ekmeği					
5)Buğday Ekmeği					
6)Köy Ekmeği					
7)Ruşeyimli Ekmek					
8)Susamlı Ekmek					
9)Tahıl Ekmeği					
10)Çavdar Ekmeği					

11)Mısır Ekmeği					
12)Diğer					

14) Evinize günde kaç ekmek alıyorsunuz? () Bir () İki () Üç () Dört () Beş ve üzeri

15) Bir öğünde kaç dilim ekmek tüketiyorsunuz? () Bir () İki () Üç () Dört () Beş ve üzeri

16) Evinize hangi sıklıkla ekmek alıyorsunuz? () Her öğün için () Günde 1 kez () Birkaç günde bir () Haftada bir () Diğer

17) Ekmeğinizi nereden alıyorsunuz? () Bakkal () Market () Ekmek Fırınları () Halk Ekmek () Unlu Mamülleri () Diğer

18) Ekmek satın alırken tercih ettiğiniz işletmeleri hangi nedenden dolayı tercih ediyorsunuz? (Birden fazla tercih yapabilirsiniz)

1) Çok fazla çeşit olduğu için	
2) Fiyat	
3) Tadım/kokusunu/aromasını seviyorum	
4) Sağlıklı olduğunu düşünüyorum	
5) Güvenilir olduğunu düşünüyorum	
6) Kaliteli	
7) Daha önce denediğim için	
8) Tavsiye	

19) Ekmek alırken en çok nelere dikkat edersiniz?

	Odun fırınında pişmiş olması
	Uzun ömürlü olması
	Uzun ömürlü olmaması
	Dilimlenmiş olması
	Kokusu
	Rengi
	Fiyatı
	Ambalajı
	Diğer

20) Ekmek satın alırken, ürünün aşağıda belirtilen özellikleri sizin için ne derece önemlidir?

	Hiç Önemli Değil	Önemli Değil	Fikrim Yok	Önemli	Çok Önemli
1.Ürünün fiyatı					
2.Markaya olan güven					
3.Tazelik					
4.Sunulduğu ambalaj					
5.Lezzet, tad					

6.Görünüm					
7.Ürün kalitesi belgesi					
8.Ürünün içeriği					
9.Üreten firma yada kişi					
10.Markanın tanınmışlık düzeyi					
11.Beslenme uzmanlarının önerileri					
12.Son kullanma tarihi					
13.Arkadaş/yakın tavsiyesi					

21) Aldığınız ekmeğin tamamını tüketir misiniz? ()Evet ()Hayır ()Genellikle

22) Satın aldığınız ekmeği en fazla kaç gün tüketiyorsunuz? ()Bir ()İki ()Üç ()Dört ()Beş üzeri

23) Ekmeği en çok hangi öğünde tüketirsiniz? ()Sabah ()Öğle ()Akşam ()Diğer

24) Şu an ki ekmek fiyatını nasıl buluyorsunuz? ()Pahalı ()Normal ()Ucuz

25)Evinizde ekmeğin bayatlamasının en önemli 3 sebebi nedir?

Genellikle ekmek bayatlamaz.		Öğünde tüketilmemesi	
İyi saklanamaması		Kaliteli ve uzun ömürlü olmaması	
İhtiyaçtan fazla alınmış olması		Ekmeğin sofraya sunulmuş biçimi	
Diğer			

26) Bayatlayan ekmekleri nasıl değerlendiriyorsunuz ?

Bayat tüketirim		Farklı yemeklerde değerlendiririm	
Hayvanlara veririm		Isıtıp/kızartıp yeniden tüketirim	
İhtiyacı olana veririm		Çöpe atarım	
Diğer			

27) Eve alınan ekmeği nasıl muhafaza edersiniz ? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

Ahşap ekmek kutusunda		Derin dondurucuda	
Oda sıcaklığında naylon poşette		Buzdolabında poşet içinde	
Herhangi bir muhafaza kullanmam		Diğer	

28) İstemedenden de olsa ekmek israf ettiğinizi düşünüyor musunuz? () Evet () Hayır () Zaman zaman

29) Sizce ekmek fiyatındaki artış ekmek israfını etkiler mi? () İsrافی azaltır () İsrافی etkilemez () İsrافی artırır

30) Sizce ekmek israfının temel sebebi nedir ? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

İhtiyaçtan fazla ekmek üretimi		Ekmeğin uygun şartlarda muhafaza edilmeyip bayatlaması	
İhtiyaçtan fazla ekmek alınması		Fikrim yok	

Öğünde artan ekmeğin olması	Diğer
-----------------------------	-------

31) Aşağıdaki yargılara ne derece katıldığınızı işaretleyiniz.

YARGILAR	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	Katılıyorum	Tamamen katılıyorum
1.Sağlık açısından ekmeğin tüketilmelidir.					
2.Ekmeğin lezzeti önemlidir.					
3.Ekmelerde belli oranda katkı maddesi vardır.					
4.Ekmelerin doğal olmadığını düşünüyorum.					
5.Yeni çıkan ekmeğin çeşitlerini denerim.					
6.Beslenme uzmanlarının tavsiye ettiği ekmeğin çeşitleri sağlıklıdır.					
7.Kadınlar erkeklerden daha fazla ekmeğin tüketir.					
8.Erkekler kadınlardan daha fazla ekmeğin tüketir.					
9.Satın alınan ekmeğin gün içinde tüketilmelidir.					
10.Ekmeğin bağışıklık sistemini güçlendirir.					
11.Ekmeğin sindirim sistemini düzenler.					
12.Ekmeğin tüketmek kilo yapar.					
13.Ekmeğin fazla tüketmek kilo yapar.					
14.Beyaz ekmeğin sağlıksızdır.					
15.Tam buğday ekmeğin daha sağlıklıdır.					
16.Kahvaltıda ekmeğin yemek gerekir.					
17.Hiç ekmeğin tüketmemek sağlıklı değildir.					
18.Ekmeğin enerji kaynağıdır.					
19.Ekmeğin tüketmek tok tutar.					
20.Ekmeğin tüketmek obezite nedenidir.					
21.Fırınlarda üretim insan sağlığı açısından zararlıdır.					
22.Ekmeğin raf ömrü uzadıkça içine katılan katkı maddesinin arttığını düşünüyorum.					

Ankete katıldığınız için teşekkür ederiz.

ÖZGEÇMİŞ

1991 yılında doğdu. İlkokulu Tekirdağ/Merkez Tekirda İlköğretim Okulunda, Lise eğitimini Namık Kemal Lisesi'nde tamamladı. 2009 - 2014 yılları arasında Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi bölümünde lisans eğitimini tamamladı. Lisans eğitimi sırasında 2013 yılında Namık Kemal Üniversitesi Tarım Ekonomisi Bölümünde staj yapmıştır. 2014 yılında Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı'nda yüksek lisans eğitimine başlamıştır.