Türk Tarım - Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi

www.agrifoodscience.com
Türk Bilim ve Teknolojisi

Ankara İli Merkez İlçede Bireylerin Gazlı İçecek Tüketimine İlişkin Bir Değerlendirme

Bilge Gözener[1*], Murat Sayılı[2]

[1]*Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü 60240 Tokat, Türkiye*
[2]*Gaziosmanpaşa Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü 60240 Tokat, Türkiye*

M A K A L E B İ L G İ S İ

Geliş 11 Şubat 2015
Kabul 06 Mart 2015
Çevrimiçi baskı, ISSN: 2148-127X

Anahtar Kelimeler:
Ankara ili
Gazlı içecek
Tüketim
Ki-kare analizi

* Sorumlu Yazar:
E-mail: bilge.gozener@gop.edu.tr

Ö Z E T

Bu araştırmada, Ankara ili Merkez ilçede (Çankaya, Etimesgut, Gölbaşı, Keçiören, Mamak, Polatlı, Sincan ve Yenimahalle ilçeleri) tüketicilerin gazlı içecek tüketim durumları incelenmiştir. Araştırmada 272 aileden anket yolu ile elde edilen veriler kullanılmıştır. Veriler Nisan-Mayıs-2012 yılına aittir. Tüketicilerin bazı demografik özellikleri ile gazlı içecek tüketimleri arasında istatistiksel bir ilişki olup olmadığı ki-kare analizi ile test edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre; ailelerin %71,69'unun gazlı içecek tükettiği belirlenmiştir. Tüketicilerin büyük bir çoğunluğunun (%94,87) gazlı içecekleri daha çok yaz mevsiminde tükettikleri ve sağlığa zararlı olduğunu (%81,03) ifade etmelerine karşın tüketmeye de devam ettikleri belirlenmiştir. Ayrıca gazlı içecek tüketimi ile cinsiyet, yaş, medeni hal ve eşinin çalışma durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Turkish Journal Of Agriculture - Food Science And Technology, 3(6): 453-458, 2015

An Assessment for Soft Drink Consumption of Individuals in Centre Town of Ankara Province

A R T I C L E I N F O

Article history:
Received 11 February 2015
Accepted 06 March 2015
Available online, ISSN: 2148-127X

Keywords:
Ankara province
Carbonated drink
Consumption
Chi-square analysis

A B S T R A C T

In this study, the Central district of Ankara (Çankaya, Etimesgut, Gölbaşı, Keçiören, Mamak, Polatlı, Sincan and Yenimahalle districts) carbonated drink consumption situation of consumers were examined. The data obtained from questionnaires conducted with 272 families were used in this study. Data were collected in April-May 2012.Between carbonated drink consumption and some demographic characteristics of consumers were tested by chi-square analysis of whether a statistical association. According to the survey; It was determined that 71.69% of the families consume carbonated drink. The vast majority of consumers (94.87%), carbonated drinks they consume more during the summer and is harmful to health (81.03%) had continued to consume despite expressing. In addition, consumption of carbonated drinks with gender, age was found to be a statistically significant relationship between marital status and spouse's employment status.

* Corresponding Author:
E-mail: bilge.gozener@gop.edu.tr

Giriş

Gazlı içecekler, Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliğine göre "karbondioksit ile gazlandırılmış olan meyveli, aromalı, kola, tonik gibi içecekler" olarak tanımlanmaktadır (Anonim, 2001). Kolalı içecekler, gazozlar, tonikler, sodalar vb. içecekler "soft drink" olarak da adlandırılmakta ve birçoğunda sitrik, tartarik ve fosforik asit ile bikarbonatlar bulunmaktadır (Köksal, 2001). Bu tür içecekler birçok kişi tarafından yoğun bir şekilde tüketilmektedir. Anadolu Ajansı, "Coca Cola Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporu", Tütün ve Alkol Piyasasını Düzenleme Kurumu (TAPDK), Ambalajlı Süt Üreticileri Derneği (ASÜD), Meyve Suyu Endüstrisi Derneği (MEYED) ve Türkiye Maden Suyu Üreticileri Derneği'nden (MASUDER) aldığı verilerine dayanarak, Türkiye'de içecek tüketiminde ilk sırayı gazlı içeceklerin aldığını; Türkiye'de 2011 yılı gazlı içecek tüketiminin kişi başı 45 lt olarak gerçekleştiğini ve toplamda 3,3 milyar lt'yi aştığını ifade etmiştir (Anonim, 2014a).

15 Haziran 2007 tarih ve 26553 sayılı Resmi Gazete'te yayımlanan Türk Gıda Kodeksi Alkolsüz İçecekler Tebliği (Tebliğ No: 2007/26)'ne göre, alkolsüz içecekler; "meyveli içecek, aromalı içecek, meyveli şurup, aromalı şurup, meyveli içecek tozu, aromalı içecek tozu, meyveli doğal mineralli içecek, aromalı doğal mineralli içecek, yapay soda, kola, tonik ve aromalı suyu" kapsamaktadır (Anonim, 2014b).

Alkolsüz içecek tüketiminin beslenmeye ve sağlığa yönelik pek çok yan etkisi bulunmaktadır. Bundan dolayı da alkolsüz içecek tüketimindeki artış birçok araştırmaya konu olmuştur (Lytle ve ark., 2000; Berkey ve ark., 2004; Grimm ve ark., 2004). Çocuklarda beslenme alışkanlıklarındaki değişimin en dikkat çekeni; alkolsüz içeceklerde tüketimin artmasına karşın süt tüketimindeki azalmadır (Harnack ve ark., 1999; Bowman, 2002). Araştırmacılar, gazlı içeceklerle en fazla ilişkilendirilen sağlık sorunların başında obezite, diyabet, diş çürümesi, kemik erimesi, koroner kalp hastalığı, hipertansiyon, şeker hastalığı, gut, karaciğer sirozu ve nöropsikiatrik bozukluklar geldiğini belirtmektedirler (Köksal, 2001). Bunun yanı sıra, asit nitelikte oldukları için vücudun asit-alkali dengesini bozmaktadır. Bu nedenle ABD'de bazı eyaletlerdeki okullarda gazlı içeceklerin satılması yasaklanmıştır (Kaya ve Ülengin, 2009).

Türkiye'de ise ilk meşrubatın üretiminin 1930 yılında başlandığı bilinmektedir. Gazlı içecek sektörü son yıllarda Türkiye'de en hızlı gelişme gösteren sektörlerden birisi olmuştur. Türkiye'nin genç nüfusa sahip olması, ülkede bulunan firmaların gazlı içecek üretimi hakkında çalışmalar yapmaya başlamasına neden olmuştur. Her geçen yıl büyüyen gazlı içecek sektörü kapsamındaki sade gazoz, meyveli gazoz ve kolalı içecekler arasında en büyük payı kolalı içecekler almaktadır (Anonim, 2004).

Gazlı içecek tüketiminin bu kadar yüksek olması ve hergeçen gün nüfusa bağlı olarak artmasına karşın tüketimine yönelik araştırma sayısı çok sınırlıdır. Bu nedenle böyle bir araştırma gereklidir ve çok önemlidir.

Bu çalışmada, Ankara ili Merkez ilçedeki tüketicilerin gazlı içecek tüketimleri incelenmiştir.

Materyal ve Yöntem

Araştırmanın ana materyalini, 2012 yılının Nisan-Mayıs aylarında Ankara İli Merkez İlçede (Çankaya, Etimesgut, Gölbaşı, Keçiören, Mamak, Polatlı, Sincan ve Yenimahalle ilçeleri) bulunan aileler ile yapılan anketten sağlanan veriler oluşturmuştur.

Verilerin analizlerinde uygun paket programlar kullanılmıştır.

Anket uygulanacak aile sayısının tespiti için ilk olarak Merkez ilçedeki birey sayısı resmi kayıtlardan tespit edilmiştir. Bu popülâsyondan aşağıdaki formül kullanılarak örnek hacmi belirlenmiştir (Baş, 2008):

$$n = \frac{N * t^2 * p * q}{d^2 * (N-1) + t^2 * p * q}$$

Formülde;
n = Örnekleme alınacak (anket yapılacak) aile sayısı,
N = Hedef kitledeki birey sayısı (4.035.197 kişi),
p = İncelenen olayın gerçekleşme olasılığı (0,50),
q = İncelenen olayın gerçekleşmeme olasılığı (0,50),
t = Standart normal dağılım değeri (1,65),
d = Örnekleme hatası (0,05)'dır.

Örnek hacminin (anket sayısı) tespitinde %90 güven sınırları içerisinde %5 hata payı ile çalışılmıştır. Yapılan hesaplama sonucu, örnek hacmi 272 olarak belirlenmiştir.

Gazlı içecek tüketimleri ile kişilerin bazı sosyo-ekonomik özellikleri (cinsiyet, öğrenim durumu, meslek, medeni hal ve eşin çalışma durumu) arasında herhangi bir ilişkinin olup olmadığını ortaya koyabilmek amacıyla ki-kare analizi yapılmıştır. Ki-karenin formülü aşağıdaki gibidir (Gujarati, 1995; Mirer, 1995):

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^{k} \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Formülde;

χ^2 = Khi-kare değeri,
O_i = Gözlenen frekans değeri,
E_i = Beklenen frekans değeridir.

Araştırma Bulguları

Araştırma kapsamında anket yapılan tüketicilerin demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Çizelge 1'de verilmiştir.

Araştırmada ankete katılan tüketicilerin %71,69'unun gazlı içecek tükettikleri tespit edilmiştir. Bu oranın yüksekliği; ankete katılanların yaş ortalamalarının yüksek olmaması ve gençlerin bu tip içecekleri daha çok tercih etmeleri, özellikle fast-food yiyeceklerinin yanında gazlı içeceklerin verilmesi veya tercih edilmesi gibi faktörler ile açıklanabilir.

Çizelge 1 Ankete katılan tüketicilerin bazı demografik özellikleri

Özellik		Gazlı içecek						Ki-kare Analiz Sonucu
		Tüketen (195)		Tüketmeyen (77)		Toplam (272)		
		Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	
Cinsiyet	Erkek	117	60,00	33	42,86	150	55,15	χ^2 = 6,559
	Bayan	78	40,00	44	57,14	122	44,85	P = 0,010
	Toplam	195	100,00	77	100,00	272	100,00	df = 1
Eğitim	İlkokul ve öncesi	17	8,72	8	10,38	25	9,20	χ^2 = 5,537 P = 0,354 df = 5
	Ortaokul	7	3,59	3	3,90	10	3,68	
	Lise	14	7,18	3	3,90	17	6,25	
	Üniversite	111	56,92	49	63,64	160	58,82	
	Yüksek Lisans	40	20,51	9	11,69	49	18,01	
	Doktora	6	3,08	5	6,49	11	4,04	
	Toplam	195	100,00	77	100,00	272	100,00	
Medeni Hal	Bekar	68	34,87	18	23,38	86	31,62	χ^2 = 3,374 P = 0,066 df = 1
	Evli	125	64,10	56	72,73	181	66,54	
	Dul	2	1,03	3	3,90	5	1,84	
	Toplam	195	100,00	77	100,00	272	100,00	
Eşin Çalışması	Evet	78	62,40	45	80,36	123	67,96	χ^2 = 5,727 P = 0,017 df = 1
	Hayır	47	37,60	11	19,64	58	32,04	
	Toplam	125	100,00	56	100,00	181	100,00	
Meslek	Memur	149	76,41	63	81,82	212	77,94	χ^2 = 2,920 P = 0,571 df = 4
	İşçi	15	7,69	5	6,49	20	7,35	
	Serbest	8	4,10	1	1,30	9	3,31	
	Ev hanımı	12	6,15	6	7,79	18	6,62	
	İşsiz	11	5,64	2	2,60	13	4,78	
	Toplam	195	100,00	77	100,00	272	100,00	
Yaş (yıl)	25 ≤	36	18,46	8	10,39	44	16,18	χ^2 = 10,229 P = 0,017 df = 3
	26 - 35	101	51,79	32	41,56	133	48,90	
	36 - 45	48	24,62	27	35,06	75	27,57	
	46 ≥	10	5,13	10	12,99	20	7,35	
	Toplam	195	100,00	77	100,00	272	100,00	
Ailedeki Birey Sayısı (kişi)	1 - 2	44	22,56	21	27,27	65	23,90	χ^2 = 0,803 P = 0,669 df = 2
	3 - 4	115	58,98	44	57,14	159	58,46	
	5 ≥	36	18,46	12	15,59	48	17,65	
	Toplam	195	100,00	77	100,00	272	100,00	
Çalışan Birey Sayısı (kişi)	1	85	43,59	30	38,96	115	42,28	χ^2 = 1,37 P = 0,502 df = 2
	2	92	47,18	42	54,55	134	49,26	
	3 ≥	18	9,23	5	6,49	23	8,46	
	Toplam	195	100,00	77	100,00	272	100,00	

Gazlı içecek tüketiminin erkeklerde daha yüksek ve cinsiyet ile gazlı içecek tüketimi arasında %5 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Gazlı içecek tüketen ve tüketmeyenler arasında üniversite mezunlarının oranının oldukça yüksek oluşu dikkat çeken sonuçlar içerisinde yer almaktadır. Eğitim durumu ile gazlı içecek tüketimi arasında istatistikî açıdan anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Evli kişilerde gazlı içecek tüketiminin daha yüksek ve tüketicilerin medeni durumları ile gazlı içecek tüketimleri arasında yapılan ki-kare analizi sonucu %10 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Ankete katılan tüketicilerin %67,96'sının eşlerinin çalıştığı, eşlerin çalışması ile gazlı içecek tüketimleri arasında %5 düzeyinde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Tüketicilerin yaklaşık ¾'ünün memurlardan, geriye kalan ¼'lük bölümün ise işçi, serbest meslek, ev hanımı ve işsizlerden oluştuğu belirlenmiştir. Kişilerin meslekleri ile gazlı içecek tüketimleri arasında istatistikî açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Ankete katılan kişilerin yaş ortalaması 32,98 yıl olup en yüksek grubu %48,90 ile 26-35 yaş arası bireyler oluşturmaktadır. Özellikle gençlerin daha çok gazlı içecek tükettikleri görülmektedir. Yapılan ki-kare analizi sonucunda, kişilerin yaşları ile gazlı içecek tüketimleri arasında %5 düzeyinde istatistikî açıdan anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Görüşülen kişilerin ailelerindeki ortalama birey sayısının 3,46 kişi ve bu ailelerde çalışan birey sayısının ise 1,75 kişi olduğu saptanmıştır. Ancak ailedeki birey sayısı ve çalışan birey sayısı ile gazlı içecek tüketimi arasında istatistikî açıdan herhangi bir ilişki bulunamamıştır.

Ankete katılan kişilerin gazlı içecek tüketimlerine ilişkin özellikler Çizelge 2'de verilmiştir.

Araştırma sonucunda gazlı içeceklerin en fazla (%94,87) yaz mevsiminde tüketildiği, kış mevsiminde tüketilme oranının ise oldukça düşük (%1,54) olduğu belirlenmiştir. Bu durum birçok gazlı içeceğin özellikle

yaz günlerinde susuzluğun giderilmesi ve serinlemek amacıyla tüketilmesi ile açıklanabilir. Ayrıca daha çok yazları gerçekleşen piknik gibi aktivitelerde gazlı içecek tüketimi daha yüksektir.

Özellikle yaz aylarında, özel günlerde (bayram, yılbaşı, tören gibi) ve sosyal aktivitelerde (piknik gibi) gazlı içecek tüketilmesi konusunda yazılı ve görsel medyada birçok mesajlar yayınlanmaktadır. Örneğin, araştırma kapsamındaki tüketicilerin yarıya yakınının (%41,54) bu tür reklamdan etkilendikleri ve genellikle bu etkilenmenin olumlu yönde (%90,12) olduğu saptanmıştır.

Üretici firmaya ait bazı özellikler bazı kişilerin tüketimlerini etkileyebilmektedir. Bu araştırmada da gazlı içecek üreten firmanın yerli olması tüketicilerin %60,51' ini olumlu etkilediği, %16,92'sini ise etkilemediği belirlenmiştir. Ancak ülkede yabancı menşeili firmaların ürettikleri gazlı içecekler (Coca-Cola, Schweppes, Sprite, Fanta, Pepsi gibi) yoğun bir şekilde tüketilmektedir. Bununla birlikte yerli firmaların ürettiği ürünler de (Cola Turka, Ülker Çamlıca gibi) birçok aile tarafından tercih edilmektedir.

Ailelerde 0-14 yaş ile 56 yaş ve üzeri bireylerin gazlı içecek tüketimlerinin oldukça düşük olduğu ve en fazla tüketen yaş grubunun 26-35 yaş grubu olduğu (%34,87) tespit edilmiştir. Bu bulgu, gazlı içeceklerin genç ve orta yaştaki kişiler tarafından daha çok tüketildiğini göstermektedir.

Çizelge 2 Ankete katılan tüketicilerin gazlı içecek tüketiminde dikkat ettikleri unsurlar

Özellik		Gazlı içecek tüketen (195)	
		Frekans	(%)
En Çok Tüketilen Mevsim	Kış	3	1,54
	İlkbahar	6	3,08
	Yaz	185	94,87
	Sonbahar	1	0,51
Reklamdan Etkilenme Durumu	Evet	81	41,54
	Olumlu	73	90,12
	Olumsuz	8	9,88
	Hayır	114	58,46
Üretici Firmanın Menşei	Yerli olması olumlu	118	60,51
	Yerli olması olumsuz	8	4,10
	Yabancı olması olumlu	33	16,92
	Yabancı olması olumsuz	3	1,54
	Etkilemez	33	16,92
Ailede En Çok Tüketen Yaş Grubu	0-14	4	2,05
	15-25	53	27,69
	26-35	68	34,87
	36-45	57	29,23
	46-55	9	4,62
	56-65	2	1,03
	66-+	1	0,51
Fiyatın Düşük Olmasının Etki Durumu	Evet	79	40,51
	Hayır	116	59,49
Fiyat Artışının Etki Durumu	Evet	94	48,21
	Hayır	101	51,79
Alışkanlığın Etki Durumu	Evet	135	69,23
	Hayır	60	30,77
Gelir Artışının Tüketime Etki Durumu	Evet	50	25,64
	Hayır	145	74,36
Tadın Satın Alma Tercihine Etki Durumu	Evet	173	88,72
	Hayır	22	11,28
Kafeinli Olmasının Satın Almaya Etki Durumu	Evet	104	53,33
	Hayır	91	46,67
Sağlığa Zararlı Olma Durumu	Evet	158	81,03
	Hayır	37	18,97
Gıda Güvenliğine Dikkat Etme Durumu	Evet	178	91,28
	Hayır	17	8,72
Sağlıklı Gazlı İçecek İçin Fazladan Ödeme İstediği	0	54	27,69
	%10	37	18,97
	%20	31	15,90
	%30	27	13,85
	%40	9	4,62
	%50	25	12,82
	%51-100	12	6,15

Çizelge 3 Ankete katılan tüketicilerin gazlı içecek satın alırken önem derecesine göre dikkat ettikleri özellikler

Özellik	Önem düzeyleri										Ort.**
	Çok Önemsiz		Önemsiz		Belirsiz		Önemli		Çok Önemli		
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	
Fiyatı	11	5,64	43	22,05	31	15,90	89	45,64	21	10,77	3,34
Firma adı	1	0,51	1	0,51	9	4,62	82	42,05	102	52,31	4,45
Pratik	2	1,03	1	0,51	16	8,21	71	36,41	105	53,85	4,42
Lezzet	6	3,08	17	8,72	26	13,33	107	54,87	39	20,00	3,80
Katkılı	4	2,05	9	4,62	19	9,74	67	34,36	96	49,23	4,24
Görünüş	2	1,03	2	1,03	11	5,64	78	40,00	102	52,31	4,42
Sağlık	1	0,51	3	1,54	15	7,69	49	25,13	127	65,13	4,53
SKT*	2	1,03	1	0,51	16	8,21	28	14,36	148	75,90	4,64

*SKT = Son Kullanım Tarihi, **Ortalama: Çok Önemsiz=1, Önemsiz=2, Belirsiz=3, Önemli=4, Çok Önemli=5

Özellikle gramajı fazla olan (2,5 lt gibi) gazlı içecek fiyatlarının (markalara göre değişmekle birlikte) diğer alkolsüz içecekler (meyve suları, ayran gibi) ile kıyaslandığında genellikle daha ucuz olduğu söylenebilir. Bu da tüketicilerin satın alma tercihlerinde etkili olabilmektedir. Tüketicilerin %59,49'u gazlı içeceklerin fiyatlarının düşük olmasının ve %51,79'u ise yüksek olmasının tüketimleri üzerine hiçbir etkisi olmayacağını belirtmişlerdir.

Tüketicilerin özellikle alkollü veya alkolsüz içecek türü, markası, ağırlığı gibi hususlardaki tercihlerinde alışkanlığın payı son derece yüksektir ve bu durum tüketimi olumlu ya da olumsuz anlamda etkilemektedir. Araştırma sonuçları da bunu destekler niteliktedir. Nitekim tüketicilerin %69,23'ü alışkanlıklarının satın alma tercihlerini etkilediğini ifade etmişlerdir.

Gazlı içecek tüketim tercihinin diğer faktörler (gelir, ailedeki birey sayısı gibi) ile kıyaslandığında daha çok alışkanlık, tat, yaş gibi unsurların etkisinde olduğu söylenebilir. Araştırma bulgularına göre, anket yapılan kişilerin ¾ kadarı gelir artışlarının tüketimlerini etkilemediğini, buna karşın %88,72'si ise tadın satın alma tercihini etkilediğini belirtmişlerdir.

Gazlı içeceklerin çoğunluğu içerisinde çok düşük de olsa kafein bulundurmakta olup bu da bağımlılık yapabilmektedir. İçeceğin kafein içermesi veya içerdiği kafein miktarı tüketim tercihlerini etkileyebilmektedir. Araştırma bulguları, içeceğin kafeinli olmasının satın almayı etkileyeceğini (%53,33) ortaya koymuştur.

Köksal (2001), gazlı içeceklerin birçok sağlık problemlerine yol açtığını ifade etmektedir. Bu durum, tüketicilerin gıda tüketimlerini olumlu ya da olumsuz anlamda etkileyebilmektedir. Araştırma kapsamında, tüketicilerin %81,03 gibi önemli bir kısmı gazlı içecek tüketiminin sağlığa zararlı olmasından dolayı satın alma tercihlerini olumsuz yönde etkileyeceğini beyan etmişlerdir.

Ürün ambalajları üzerinde gıda güvenliğine yönelik birçok amblem ve açıklama bulunmakta olup birçok tüketici ürün satın almada bunlara dikkat etmekte veya önem vermektedir. Anket yapılan tüketicilerin de %91,28'inin gıda güvenliğine dikkat ettikleri saptanmıştır. Bu sonuç, görüşülen tüketicilerin bilinçli olduklarını ya da alışverişte bilinçli davrandıklarını göstermektedir.

Tüketicilerin gelir düzeyleri arttıkça daha sağlıklı ürün tüketebilmek için daha fazla ödeme yapma eğilimleri olduğu bilinmektedir. Ankete katılan tüketicilerin %72,31'inin gazlı içeceklerin daha sağlıklı olmaları durumunda %10-100 arasında fazladan ödeme yapabilecekleri belirlenmiştir.

Tüketicilerin gazlı içecek satın alırken dikkat ettikleri noktalar önem derecesine göre Çizelge 3'te verilmiştir. STK en fazla önem verilen özellik iken bunu sırasıyla ürünün sağlıklı olması, firma (marka) adı, pratik oluşu, görünüşü, katkı maddesi içerip içermemesi, lezzeti ve fiyatı izlemektedir. Veriler incelendiğinde, gazlı içecek tüketen kişilerin birbirinden farklı birçok faktörü göz önüne aldıkları görülmektedir. Bu da tüketicilerin farklı istek ya da gerekçe ile gazlı içecek tercih ettiğini göstermektedir. Bu durum, özellikle ürün ile ilgili reklam ya da bilgilendirici faaliyetlerde tüketicilerin kişisel özellik veya ürün tercih sebeplerini dikkate almaları gerektiğini ortaya koymaktadır.

Anket yapılan tüketicilerin birçok farklı marka gazlı içeceği (Coca-cola, Pepsi, Cola Turka, Yedigün, Fanta gibi) tükettikleri tespit edilmiştir. Araştırma bulgularına göre; incelenen ailelerde gazlı içecek tüketim miktarı markalara göre değişmekle birlikte tercih sebepleri; başta alışkanlık olmak üzere tadı, marka adı, susuzluğunu giderme, tüketildiği ortam ya da yer, fiyatı gibi faktörler olarak tespit edilmiştir.

Sonuç

Yapılan araştırmada, tüketicilerin önemli bir kısmının gazlı içecek tükettikleri, tüketimin genç ve orta yaştakilerde daha yüksek olduğu, bu tür içeceklerin doğal olarak yazın daha çok tüketildiği, piyasada bilinen farklı markaların daha çok tercih edildiği ve tercihte reklamın etkisinde (genellikle olumlu anlamda) kalındığı, marka tercihini başta alışkanlık olmak üzere başka faktörlerin de etkilediği tespit edilmiştir.

Gazlı içecekler pek çok insan tarafından tercih edilmesine rağmen önemli sağlık problemlerine de yol açabilmektedir. Bu nedenle, özellikle obezite gibi sağlık sorunlarının önüne geçilebilmesi açısından önemli uyarıların yapılması gerekmektedir. Özellikle yaşları küçük, özel durumu (hamilelik gibi) ve sağlık problemi olan kişilerin bu konuda daha hassasiyet göstermesi gerekmektedir. Genel olarak da gazlı içeceklerin zararları konusunda yazılı ve görsel basında ve belki de ürün üzerinde açıklayıcı bilgilendirmelerin yapılması gerekmektedir.

Bu tür araştırma sonuçları, bu sektörde faaliyet

gösteren birçok firmaya hedef kitlelerini tanıma ve istekleri hakkında bilgi sahibi olabilme konularında yol gösterici olabilmektedir. Hatta birçok gazlı içecek üreticisi firmanın farklı tüketici isteklerine uygun farklı ürünleri (diet, şekersiz gibi) piyasaya çıkardıkları görülmektedir.

Özellikle gazlı içecek tüketiminin sağlık üzerine etkileri konusunda birçok makale, haber, rapor vb. olmasına karşın tüketimine yönelik bilimsel araştırmalar ise yok denecek kadar azdır. Bu nedenle, buna benzer tüketim araştırmalarının gerek tüketiciler ve gerekse üreticiler açısından fayda sağlayacağı dikkate alınarak tekrarlanması yarar sağlayacaktır.

Kaynaklar

Anonim. 2001. Türk Gıda Kodeksi-Alkolsüz İçecekler Tebliğinde Değişiklik Yapılması Hakkında Tebliğ. 11.08.2001 tarihli ve 24490 sayılı Resmi Gazete, Ankara.

Anonim. 2004. Gazlı İçecekler Sektör Raporu (www.ito.org.tr/Dokuman/Sektor/1-36.pdf) (Erişim tarihi: 05.11.2014).

Anonim. 2014a. http://www.aa.com.tr/tr/rss/175408--en-cok-gazli-icecek-tukettik (Erişim tarihi: 12.11.2014)

Anonim. 2014b. 15.06.2007 tarihli ve 26553 sayılı Resmi Gazete (http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/06/20070615 -5.htm) (Erişim tarihi: 12.11.2014).

Baş T. 2008. Anket Nasıl Hazırlanır, Uygulanır, Değerlendirilir? Araştırma Yöntemleri Dizisi: 2. Seçkin Yayıncılık, 5. Baskı, Ankara.

Berkey CS, Rockett RH, Field AE, Gillman WM, Colditz GA. 2004. Sugar-added beverages and adolescent weight change. Obesity Research, 12(5): 778-788.

Bowman SA. 2002. Beverage choices of young females: Changes and impact on nutrient intakes. Journal of the American Dietetic Association, 102(9): 1234-1239.

Grimm GC, Harnack L, Story M. 2004. Factors associated with soft drink consumption in school-aged children. Journal of the American Dietetic Association, 104(8): 1244-1249.

Gujarati DN. 1995. Basic Econometrics. 3rd edition, McGraw - Hill, Inc.: New York.

Harnack L, Stang J, Story M. 1999. Soft drink consumption among US children and adolescents: Nutritional consequences. Journal of the American Dietetic Association, 99(4): 436-441.

Kaya T, Ülengin B. 2009. Tüketici paneli verisine dayalı bir marka tercih modeli: Türkiye gazlı meşrubatlar sektöründe bir uygulama. İtü Dergisi/d: Mühendislik, 8(4): 23-36.

Köksal O. 2001. Gıda ve Beslenme. 1. Baskı, Erciyes Üniversitesi Matbaası, Kayseri.

Lytle L, Seifer S, Greenstein J, McGovern P. 2000. How do children's eating patterns and food choices change over time? Results from a cohort study. American Journal of Health Promotion, 14(4): 222-228.

Mirer TW. 1995. Economic Statistics and Econometrics. 3rd edition, Prentice Hall, Inc.: New Jersey.