

Covid-19 Pandemi Sürecinde Tüketicilerin Gıda Alışveriş Davranışlarındaki Değişim: Bursa ve Eskişehir İlleri Örnekleri

Filiz TEPE¹

Cansel ÖZER²

Havva Ece SALALI³

Nevin DEMİRBAŞ⁴

¹Zir. Müh., EÜ, Ziraat Fak., Tarım Ekonomisi Bölümü, 06170000133@ogrenci.ege.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0996-3244

²Zir. Müh., EÜ, Ziraat Fak., Tarım Ekonomisi Bölümü, 06170000138@ogrenci.ege.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0503-9943

³Öğr. Gör. Dr., EÜ, Ziraat Fak., Tarım Ekonomisi Bölümü, ece.salali@ege.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8537-1705

⁴Prof.Dr., EÜ, Ziraat Fak., Tarım Ekonomisi Bölümü, nevin.demirbas@ege.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0541-1437

Özet: Dünyanın içinde bulunduğu Covid-19 küresel salgın koşullarının getirdiği kısıtlamalar, tüketicilerin gıda tüketim davranışlarını önemli ölçüde etkilemiştir. Bu çalışmanın amacı, Bursa ve Eskişehir illerinde yaşayan tüketicilerin Covid-19 Pandemi sürecindeki gıda alışveriş davranışlarındaki değişiklikleri belirlemek ve Bursa ile Eskişehir illeri açısından karşılaştırmaktır. Araştırmanın verileri her iki ilin en fazla nüfusa sahip olan ilçelerindeki tüketiciler ile yüz yüze yapılan anketlerden elde edilmiştir. Örnek hacmi Oransal Örnekleme yöntemi ile %95 güven aralığı ve %10 hata payı esas alınarak 97 kişi olarak belirlenmiştir. Araştırma sonuçları, Pandemi sürecinin tüketicilerin gıda ürünleri tüketim miktarlarını, sıklığını ve niteliğini değiştirdiğini ortaya koymuştur. Ayrıca sonuçlar her iki ilde farklılık göstermesi açısından dikkat çekicidir. Pandemi sürecinin devam etmesine bağlı olarak bu araştırma ile elde edilen verilerin, tüketiciler, üreticiler, perakende sektörü, lojistik sektörü ve sağlık sektörü ile ilgili politika belirleyicilere yararlı olacağı değerlendirilmektedir.

Anahtar kelimeler: Gıda tüketimi, Tüketici davranışı, Covid_19, Pandemi, Bursa, Eskişehir.

Changing in Consumers' Food Shopping Behaviors During the Covid-19 Pandemic: Cases of Bursa and Eskişehir Provinces

Abstract: The constraints brought by the global epidemic conditions in the world have significantly affected the food consumption behaviors of consumers. The aim of this study is to determine the changes in food shopping behaviors of consumers living in Bursa and Eskişehir during the Covid-19 Pandemic process and to compare them in terms of Bursa and Eskişehir provinces. The data of the research were obtained from face-to-face surveys with consumers in the districts with the highest population of both provinces. The sample size was determined as 97 people using the proportional sampling method, based on the 95% confidence interval and 10% margin of error. The results of the research revealed that the Pandemic process changed the amount, frequency and structure of consumers' consumption of food products. In addition, the results are remarkable in that they differ in both provinces. Depending on the continuation of the Pandemic process, it is evaluated that the data obtained with this research will be beneficial to policy makers related to consumers, manufacturers, retail sector, logistics sector and health sector.

Keywords: Food consumption, Consumer behavior, Covid_19, Pandemic, Bursa, Eskişehir.

1. GİRİŞ

Dünya nüfusunun giderek artması, mevcut tarım alanlarının bilinçsiz kullanımı, bilinçsiz tüketim kültürünün oluşması, yaşanan çevresel krizler ve büyük çaplı yayılım gösteren salgın hastalıklar, insanoğlunun gıdaya olan ihtiyacını vurgular niteliktedir. Gıda, insanoğlunun var olduğu her dönemde hayatını sürdürebilmesi adına en temel zorunlu tüketim malı olmuştur. Bu durum şüphesiz ki günümüzde de devam etmektedir. Yaklaşık iki yıldan bu yana içinde bulunulan Covid-19 pandemi krizinde de gıdanın son derece önemli olduğu son derece net ve çarpıcı bir şekilde ortaya çıkmıştır (FAO, 2009).

Aslında, bulaşıcı hastalıklar son yirmi yıl içerisinde insanoğlunun karşısına farklı şekillerde çıkmıştır.

Örneğin, 2002 yılında Çin'de gerçekleşen Sars salgınından sonra, 2015 yılı itibari ile Batı Afrika'da Ebola ve Mers insanoğlunu etkileyen virüsler olmuştur (WHO, 2020). 01 Aralık 2019 tarihinde Çin'in Hubei Bölgesi'nin başkenti olan Wuhan kentinde, deniz ürünleri ve canlı hayvan ticaretinin yapıldığı bir pazarda yeni bir virüs ortaya çıkmış ve Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), 11 Şubat 2020 tarihinde bu virüse 'COVID_19' adını vermiştir (Arslan ve Karagül, 2021). Covid-19 salgını halen insanoğlunun hayatını büyük oranda tehdit etmeye devam etmektedir (Doğan ve Doğan, 2020).

Salgın, insanların hayatına yeni davranış değişikliklerini eklemek zorunluluğu getirirken, gıda satın alma ile ilgili bazı davranışları da derinden etkilemiştir. DSÖ'nün 11 Mart 2020

tarihinde Covid-19 salgınına bir pandemi olarak ilan ettiğini duyurmasının ardından, tüm dünyada gıda ve diğer ihtiyaç maddelerinin satın alınmasında panik dalgaları gözlemlenmiştir. Bu tür davranışların, kıtlık algılarından ve korkularından kaynaklandığı düşünülmektedir (Sim ve ark., 2020).

Türkiye de bu gelişmelerden büyük ölçüde etkilenen ülkeler arasındadır. Nüfusun önemli bir kısmı Coronavirüs varyantlarının yol açtığı hastalıktan korunmak adına halen zamanlarını büyük ölçüde evlerinde geçirmektedir. Pandemi sürecinin özellikle başlangıç dönemlerinin, sokak kısıtları nedeniyle evde geçmesi evde gıda tüketimini de artırmıştır. Covid-19 salgını dünya çapında yayılımını sürdürerek gıda güvenmesini ve beslenme risklerini arttırmakta, aynı zamanda tedarik zincirlerinde aksamalara da sebebiyet vermektedir (Galanakis, 2020).

Kısıtlamalar sırasında, insanların evde kalmaları ve sadece gıda alışverişi gibi zorunlu ihtiyaçları için sokağa çıkmaları, alışveriş ve tüketim alışkanlıklarında değişikliğe neden olmuştur. Ayrıca, Pandemi koşulları tüketicilerin sosyo-ekonomik koşullarını olumsuz etkilemiş ve harcamalarını azaltmaya da yöneltmiştir (Jribi et al., 2020). Gönüllü ya da zorunlu karantina sürecinde sağlıklı beslenmenin önem kazanması, tüketici farkındalığının artması ve kısıtlama sürecinde alışveriş alışkanlıklarının değişmesi, tüketicilerin gıda alışveriş performanslarını da olumlu etkilemiştir (Muştu ve ark, 2020). Pandemi nedeniyle ortaya çıkan kısıtlar, bireylerin gıdaya ulaşmada sorun yaşayabileceklerini düşünmelerine neden olmuştur. Bu ise, tüketicilerin ihtiyaç fazlası gıda temini ile artan gıda harcamaları ve gıda stoklama vb. gibi tüketim davranışlarında değişikliğe yol açmıştır. Bu çalışmanın amacı, Pandemi sürecinin, tüketicilerin gıda tüketim davranışları üzerinde yarattığı değişikliklerin belirlenmesi ve Türkiye'nin sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyine göre ilk on ili arasında yer alan Bursa ve Eskişehir illeri için bir karşılaştırma yapılmasıdır.

2. MATERYAL VE YÖNTEM

Bu çalışmanın ana materyalini, Bursa ili Osmangazi ilçesi ve Eskişehir ili Odunpazarı ilçesindeki tüketicilerle yüz yüze yapılan anketlerden elde edilen veriler oluşturmuştur. Tüketicilerin pandemi sürecindeki gıda alışveriş davranışları üzerindeki etkilerini ele alan bu çalışma, pandemi koşulları çerçevesinde, tüm gerekli önlemler alınarak gerçekleştirilmiştir.

Araştırma, 2021 yılı Nisan-Haziran ayları arasında sokağa çıkma kısıtlarının uygulandığı dönemde gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle örnek hacminin belirlenmesinde, Bursa ilinin en yoğun nüfuslu ilçesi olan Osmangazi ilçesi (876048) ve Eskişehir ilinin en yoğun nüfuslu ilçesi olan Odunpazarı (413461) (TÜİK, 2019) ilçeleri araştırma kapsamına alınmıştır. Mesafe başta olmak üzere pandemi kurallarına uyularak anketler yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Görüşülen tüketicilerin sayısı oransal örnek hacmi formülüyle hesaplanmıştır (Newbold, 1995).

$$n = \frac{Np(1-p)}{(N-1)\sigma_{p_x}^2 + p(1-p)} \quad (1)$$

Formülde,

n: Örnek hacmi

N: Osmangazi ve Odunpazarı ilçeleri toplam nüfus (1289509)

p: Pandemi ile tüketim davranışını değiştiren tüketicilerin oranı (Maksimum örnek hacmine ulaşmak için 0.50 alınmıştır.)

$\sigma_{p_x}^2$: Varyans

Araştırmanın örnek hacmi, %95 güven aralığı ve %10 hata payı kullanılarak 97 olarak belirlenmiştir. Bursa'da 49 ve Eskişehir'de 48 anket yapılmıştır. Ankete katılan denekler tesadüfi olarak ve gönüllü olanlar arasında seçilmiştir. Sekiz gıda ürün grubu açısından (Daysal ve Demirbaş, 2020) tüketicilerin pandemi öncesi ve sonrası gıda tüketim davranışları ile ilgili yargıların değerlendirilmesinde (1: Kesinlikle Katılmıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum) Beşli Likert Ölçeği'nden yararlanılmıştır (Güriş ve Astar 2014). Bir toplamalı sıralama tekniği olan Likert Ölçeği, tutum ölçekleri içinde en yaygın olarak kullanılanıdır. Bunun nedeni, Likert tipi ölçeklerin geliştirilmesinin diğer ölçeklere göre daha kolay ve kullanışlılığının da yüksek olmasıdır (Tavşancıl, 2014; Bora ve Altunışık, 2016; Daysal ve Demirbaş, 2021).

Bu ölçeğin güvenilir olup olmadığının belirlenmesinde Cronbach's Alpha testi (Merter and Vannatta, 2010) uygulanmıştır. Değişkenlerin normal dağılışa uygunluğu Kolmogorov-Smirnov testi ile (Özdamar, 2004) belirlenmiştir. Değişkenlerin normal dağılış göstermediği belirlenmiş ve normal dağılış göstermeyen sürekli değişkenler için iki grup arasında fark olup olmadığının belirlenmesinde Mann-Whitney U testi (Newbold, 1995) uygulanmıştır.

3. BULGULAR VE TARTIŞMA

3.1. Tüketicilerin Demografik Özellikleri

Ankete katılan tüketicilerin yaş ortalaması 33.59 yıldır. Katılımcıların % 35.1'i 26 yaşından küçük, % 35.1'i 26-38 yaş grubunda, %29.9'u 39 yaş ve üzerindedir. Yaş ortalamasının düşük olması pandemi nedeniyle belli bir yaş grubunun sokağa çıkma çekincesine ve uygulanan kısıtlamalara bağlıdır. Ankete katılanların %54.6'sını kadınlar, %45.4'ünü erkekler oluşturmaktadır. Ankete katılan tüketicilerin eğitim ortalaması 12.82 yıl olup; yaklaşık %3'ü ilkökul, %16.5'i ortaokul, %32'si lise, %41.2'si üniversite, %7.2'si ise lisansüstü eğitime sahiptir. Ankete katılan tüketicilerin yarıdan fazlası (%62.9) evli ve %59.8'i gelir getiren bir işe sahip iken %40.2'si çalışmamaktadır. Ankete katılan tüketicilerin; %17.5'i ev hanımı, %22.7'si memur, %15.5'i öğrenci, %14.4'ü işçi ve %4.1'i ise işsizdir. Ankete katılan tüketicilerin yaklaşık %37'sinin toplam aylık geliri 7000 TL'den az olup; %33'ünün 7000-10000 TL arasında ve yaklaşık %30'unun ise 10000 TL ve üstündedir.

3.2. Pandemi Sürecinin Tüketicilerin Gıda Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkileri

Bu bölümde tüketicilerin Pandemi öncesi ve sonrası gıda alışveriş sıklığı, gıda satın alma noktaları ve gıda alışverişlerine ilişkin davranış değişiklikleri her iki il için topluca değerlendirilmiştir. İzleyen bölümde ise her iki il açısından karşılaştırılmaya gidilmiştir.

3.2.1. Tüketicilerin Covid_19 Pandemisi Öncesinde Farklı Gıda Ürünleri İtibariyle Alışveriş Sıklıkları

Ankete katılan tüketicilerden pandemiden önceki gıda alışveriş sıklıklarını belirtmeleri istenmiştir. Buna göre, pandemiden önce tüketicilerin en fazla ekmek alışverişleri ile süt ve süt ürünleri alışverişlerini günlük olarak yaptıkları belirlenmiştir. Taze meyve-sebze grubu haftada 2-3 kez alışveriş yapılan ürün gruplarının başında gelmekte, bunu süt ve süt ürünleri izlemektedir. Haftada bir kez alışveriş yapılan ürün gruplarının başında yine, taze meyve sebze ürün grubu gelmekte ve bunu yumurta ile süt ve süt ürünleri izlemektedir. Alışveriş sıklığının yoğunlaştığı ürün grupları en fazla tüketilen ekmek gibi ürünler ile taze meyve ve sebze ile süt ürünleri gibi çabuk bozulabilen ürünlerde yoğunlaşmaktadır. Ayda 2-3 kez alışveriş yapılan ürün grubunda ise et ve et

ürünleri gelmektedir. Hazır gıdalar (konserve, dondurulmuş gıda, vb.), kuru baklagiller ve tahıl ürünleri ise ayda bir kez alışveriş yapılan ürünlerin başlıcalarıdır. Likert Ölçek ortalamalarının da desteklediği sonuçlar, ürünlerin dayanıklılık sürelerinin alışveriş sıklığı üzerinde etkili olduğunu göstermektedir (Tablo 1).

Tablo 1: Ürün Grupları İtibariyle Tüketicilerin Pandemi Öncesinde Gıda Alışveriş Sıklıkları

Ürünler	(1)		(2)		(3)		(4)		(5)		Ölçek Ortalama
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Taze Sebze-Meyve	5	5.2	22	22.7	62	63.9	6	6.2	2	2.1	2.77
Et ve Et Ürünleri	2	2.1	6	6.2	16	16.5	52	53.6	21	21.6	3.87
Süt ve Süt Ürünleri	10	10.3	20	20.6	32	33.0	34	35.1	1	1.0	2.96
Yumurta	5	5.2	19	19.6	54	55.7	19	19.6	-	-	2.90
Ekmek	84	86.6	9	9.3	1	1.0	2	2.1	1	1.0	1.22
Tahıl Ürünleri (Makarna, Bisküvi vb.)	2	2.1	14	14.4	14	14.4	37	38.1	30	30.9	3.81
Kuru baklagiller	-	-	6	6.2	8	8.2	31	32.0	52	53.6	4.33
HazırGıdalar (Konserve vb.)	4	4.1	3	3.1	11	11.3	21	21.6	58	59.8	4.30

(1): Günlük (2): Haftada 2-3 kez (3): Haftada 1 kez (4): Ayda 2-3 kez (5): Ayda 1 kez

3.2.2. Tüketicilerin Pandemi Sürecinde Farklı Gıda Ürünleri İtibariyle Gıda Alışveriş Sıklıkları

Ankete katılan tüketicilerin pandemi sürecinde gıda alışveriş sıklığında en çarpıcı değişiklik haftada 2-3 kez olan taze meyve ve sebze tüketimindeki artıştır. Yine yumurta (yaklaşık %8) ile süt ve süt ürünleri (yaklaşık %6) alışveriş sıklığı artış eğilimi göstermiştir. En belirgin artış et ve et ürünlerinin alışveriş sıklığında ortaya çıkmıştır. Pandemi öncesinde tüketicilerin %16.5'i kırmızı eti ayda bir kez tüketirken, Pandemide bu oran %47.4'e yükselmiştir. Bu durum, Pandemi döneminde insanların sağlıklı beslenmeyi ön plana aldıkları şeklinde yorumlanabilir. Pandemi koşullarında insanların, virüsün bulaşmasını önleyecek ve bağışıklık sistemlerini güçlendirecek sağlıklı gıdaları tercih etmeleri önerilmektedir (Khayatzadeh, 2020). Yine, tahıl ürünleri (makarna, bisküvi, un vb.), kuru baklagiller ve hazır gıdalar (konserve, dondurulmuş gıda, vb.) alışveriş sıklığı ise belirgin bir şekilde artış göstermiştir. Gıdaya erişimde olası bir risk ve belirsizlik algısının görece olarak dayanıklı olan bu ürünlerin tüketim sıklığı üzerinde değişikliğe yol açtığı ifade edilebilir (Tablo 2).

Tablo 2: Ürün Grupları İtibariyle Tüketicilerin Pandemi Sürecinde Gıda Alışveriş Sıklıkları

Ürünler	(1)		(2)		(3)		(4)		(5)		Ölçek Ortalaması
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Taze Sebze- Meyve	6	6.2	57	58.8	30	30.9	3	3.1	1	1.0	2.34
Et ve Et Ürünleri	2	2.1	9	9.3	46	47.4	31	32.0	9	9.3	3.37
Süt ve Süt Ürünleri	9	9.3	26	26.8	53	54.6	8	8.2	1	1.0	2.65
Yumurta	10	10.3	27	27.8	52	53.6	8	8.2	-	-	2.60
Ekmek	89	91.8	5	5.2	-	-	2	2.1	1	1.0	1.15
Tahıl Ürünleri (Makarna,vb.)	1	1.0	17	17.5	30	30.9	29	29.9	20	20.6	3.52
Kuru Baklagiller	-	-	6	6.2	16	16.5	35	36.1	40	41.2	4.12
HazırGıdalar (Konservevb.)	7	7.2	4	4.1	15	15.5	20	20.6	51	52.6	4.07

1: Günlük 2: Haftada 2-3 kez 3: Haftada 1 kez 4: Ayda 2-3 kez 5: Ayda 1 kez

3.2.3. Tüketicilerin Pandemiden Önce Gıda Satın Aldığı Yerler

Beşli Likert Ölçek ortalamasına göre, tüketiciler pandemiden önce 4.36 ölçek ortalaması ile en sık

fırın alışverişi yapmaktadır. Bunu 3.92 ölçek ortalaması ile market alışverişi izlemektedir. Tüketiciler, gıda satın alırken 1.86 ve 1.92 ölçek ortalaması ile nadiren toptancı market ve mobil uygulamaları tercih etmişlerdir (Tablo 3).

Tablo 3: Tüketicilerin Pandemiden Önce Gıda Satın Aldığı Yerler

Satış Yerleri	(1)		(2)		(3)		(4)		(5)		Ölçek Ortalaması
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Bakkal	19	19.6	26	26.8	23	23.7	19	19.6	10	10.3	2.74
Market	-	-	8	8.2	21	21.6	39	40.2	29	29.9	3.92
Süpermarket	4	4.1	22	22.7	29	29.9	23	23.7	19	19.6	3.32
Manav	6	6.2	28	28.9	33	34.0	25	25.8	5	5.2	2.95
Pazar	1	1.0	13	13.4	24	24.7	30	30.9	29	29.9	3.75
Kasap	2	2.1	13	13.4	45	46.4	33	34.0	4	4.1	3.25
Şarküteri	9	9.3	30	30.9	44	45.4	14	14.4	-	-	2.65
Fırın	3	3.1	3	3.1	8	8.2	25	25.8	58	59.8	4.36
Pastane	9	9.3	36	37.1	40	41.2	8	8.2	4	4.1	2.61
Toptancı Market	45	46.4	29	29.9	16	16.5	6	6.2	1	1.0	1.86
Online Alışveriş	46	47.4	21	21.6	22	22.7	8	8.2	-	-	1.92

1: Hiçbir Zaman 2: Nadiren 3: Ara Sıra 4: Sık 5: Çok Sık

3.2.4. Tüketicilerin Pandemi Sürecinde Gıda Satın Aldığı Yerler

Tüketiciler, pandemi sürecinde yine en yüksek ölçek ortalaması (4.41) ile fırından sık alışveriş yaptıklarını belirtmişlerdir. Bunu, yine pandemi Öncesinde olduğu gibi market (3.99) alışverişi izlemektedir. En çarpıcı gelişme online gıda

alışverişinde ortaya çıkmıştır. Pandemi öncesinde gıda alışverişini sık ve çok sık online yaptığını belirten tüketicilerin oranı %8.24 iken, pandemide sık ve çok sık online gıda alışverişi yapan tüketicilerin oranı %56.70 düzeyine yükselmiştir (Tablo 4).

Tablo 4: Tüketicilerin Pandemi Sürecinde Gıda Satın Aldığı Yerler

Satış Yerleri	(1)		(2)		(3)		(4)		(5)		Ölçek Ort.
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Bakkal	25	25.8	32	33.0	17	17.5	11	11.3	12	12.4	2.52
Market	-	-	12	12.4	13	13.4	36	37.1	36	37.1	3.99
Süpermarket	12	12.4	21	21.6	11	11.3	22	22.7	31	32.0	3.40
Manav	7	7.2	24	24.7	16	16.5	28	28.9	22	22.7	3.35
Pazar	2	2.1	39	40.2	28	28.9	9	9.3	19	19.6	3.04
Kasap	5	5.2	16	16.5	33	34.0	36	37.1	7	7.2	3.25
Şarküteri	6	6.2	37	38.1	36	37.1	16	16.5	2	2.1	2.70
Fırın	3	3.1	5	5.2	4	4.1	22	22.7	63	64.9	4.41
Pastane	10	10.3	45	46.4	33	34.0	7	7.2	2	2.1	2.44
Toptancı Market	46	47.4	34	35.1	6	6.2	8	8.2	3	3.1	1.85
Online Market	24	24.7	4	4.1	14	14.4	27	27.8	28	28.9	3.32
Mobil Uygulamalar	26	26.8	7	7.2	18	18.6	27	27.8	19	19.6	3.06

1: Hiçbir Zaman 2: Nadiren 3: Ara Sıra 4: Sık 5: Çok Sık

3.2.5. Tüketicilerin Pandemi Sürecinde Gıda Alışveriş Davranışlarındaki Değişiklikler

Tüketicilerin, pandemi sürecinde gıda alışverişlerine yönelik olası davranış değişikliklerini içeren yargılar (ifadeler) belirlenmiş ve yine Beşli Likert Ölçeği kullanılarak ortalamalar itibarıyla ölçülmüştür. Buna göre, tüketiciler en yüksek ölçek ortalaması ile (3.73) “Pandemi sürecinde gıda alışveriş miktarım arttı” ifadesine katıldıklarını belirtmişlerdir. Covid_19 salgını, bir çok olumsuz sonuçlarla karşı karşıya kalan gıda tedarik zincirini olumsuz şekilde etkilemiştir. Ayrıca, salgın hastalık sebebiyle alınan önlemler ve ülkelerin artan vaka sayıları karşısında çaresiz kalışı insanları korkuya sürüklemiş ve

insanların gıda stoku yapmaları ile sonuçlanmıştır (Amicarelli and Bux 2021).

“Pandemi sürecinde kredi kartı kullanımım arttı” ifadesi ise 3.68 ölçek ortalaması ile ikinci sırada yer almıştır. Pandemi kısıtları kapsamında birçok işyerinin kapanması ekonomik güçlükleri beraberinde getirirken, online gıda alışverişlerinin de artması kredi kartı kullanımını arttırmıştır. Bağışıklık sisteminin korunması kaygısı tüketicileri doğal içerikli (ölçek ortalaması 3.57) ve organik gıda tüketimine (ölçek ortalaması 3.47) yönlentmiştir (Tablo 5).

Tablo 5: Tüketicilerin Pandemi Sürecinde Gıda Alışveriş Davranışlarında Değişim

Yargılar	(1)		(2)		(3)		(4)		(5)		Ölçek Ort.**	St. Sp.
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Zorunlu olmayan gıda harcamalarım kısıtlandı.	2	2.1	14	14.4	42	43.3	23	23.7	16	16.5	3.38	0.994
Gıda alışverişlerinde kredi kartı kullanımım arttı.	1	1.0	23	23.7	13	13.4	29	29.9	31	32.0	3.68	1.186
Gıda alışveriş miktarım arttı.	2	2.1	12	12.4	20	20.6	39	40.2	24	24.7	3.73	1.036
Gıda stokladım.	4	4.1	15	15.5	31	32.0	30	30.9	17	17.5	3.42	1.079
Organik gıda satın almaya özen gösteriyorum.	2	2.1	15	15.5	27	27.8	41	42.3	12	12.4	3.47	0.969
Doğal içerikli gıda ürünleri satın almaya özen gösteriyorum.	2	2.1	12	12.4	26	26.8	43	44.3	14	14.4	3.57	0.956

Gıda harcamaları satın alma gücümü zorladı.	4	4.1	30	30.9	26	26.8	24	24.7	13	13.4	3.12	1.120
Sokağa çıkma kısıtları sürekli tükettiğim gıda ürünlerine ulaşmamı engelledi.	29	29.9	30	30.9	23	23.7	8	8.2	7	7.2	2.32	1.195
Sokağa çıkma kısıtları ile atıştırmalıklara yöneldim.	13	13.4	21	21.6	21	21.6	29	29.6	13	13.4	3.08	1.264
Sokağa çıkma kısıtları gıda alışverişlerimde ürün çeşitliliğini arttırdı.	7	7.2	27	27.8	23	23.7	32	33.0	8	8.2	3.07	1.111
Sokağa çıkma kısıtları gıda harcama tutarımı arttırdı.	10	10.3	25	25.8	23	23.7	22	22.7	17	17.5	3.11	1.266

*Cronbach's Alpha değeri 0.65 olarak bulunmuştur.

**1: Kesinlikle Katılmıyorum 2: Katılmıyorum 3: Orta Derecede Katılıyorum 4: Katılıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum

3.3. Bursa ve Eskişehir İllerinin Tüketicilerin Pandemi Sürecindeki Gıda Alışveriş Davranışlarındaki Değişimler Açısından Karşılaştırılması

Tüketicilerin pandemi sürecinde gıda alışveriş davranışlarındaki değişimler seçilen iller açısından ayrı ayrı değerlendirildiğinde, Bursa ilinde gıda alışveriş miktarında artış (3.65) ve gıda stoklamada artış (3.63) en yüksek ölçek ortalamasına sahiptir (Tablo 6). Doğal içerikli ürünlere yönelme (3.43) ve organik gıda ürünlerine yönelme (3.41) pandemi öncesine göre en belirgin farklılıklardır. Eskişehir ilinde gıda alışverişlerinde kredi kartı kullanımında artış (4.29) ve gıda alışveriş miktarında artış (3.81) en yüksek ölçek ortalamasına sahip farklılıklardır.

Bunları doğal içerikli ürünlere yönelme (3.71) ve organik gıda ürünlerine yönelme izlemektedir. Ayrıca, tüketicilerin pandemi sürecinde gıda alışverişlerindeki değişikliklerin illere göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Buna göre, "Pandemi sürecinde temel ihtiyaç maddesi olmayan gıda harcamalarım kısıtlandı", "Pandemi sürecinde gıda alışverişlerinde kredi kartı kullanımım arttı", "Pandemi sürecinde gıda stokladım", "Pandemi sürecinde gıda harcamaları satın alma gücümü zorladı", "Pandemi sürecinde sokağa çıkma kısıtları gıda alışverişimde ürün çeşitliliğini etkiledi", "Pandemi sürecinde sokağa çıkma gıda kısıtları gıda harcama tutarımı arttırdı", ifadelerinde illere göre istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p < 0.05$) (Tablo 6).

Tablo 6: Pandemi Sürecinde Gıda Alışveriş Davranışlarındaki Değişimlerin Bursa ve Eskişehir İlleri İtibariyle Karşılaştırılması

	Genel		Bursa		Eskişehir	
	Ortalama	Standart Sapma	Ortalama	Standart Sapma	Ortalama	Standart Sapma
Zorunlu olmayan gıda harcamalarım kısıtlandı.*	3.38	0.994	3.06	0.922	3.71	0.967
Gıda alışverişlerinde kredi kartı kullanımım arttı. *	3.68	1.186	3.08	0.997	4.29	1.051
Gıda alışveriş miktarım arttı.	3.73	1.036	3.65	0.879	3.81	1.179
Gıda stokladım. *	3.42	1.079	3.63	1.014	3.21	1.110
Organik gıda satın almaya özen gösteriyorum.	3.47	0.969	3.41	1.039	3.54	0.898
Doğal içerikli gıda ürünleri satın almaya özen gösteriyorum.	3.57	0.956	3.43	1.118	3.71	0.743
Gıda harcamaları satın alma gücümü zorladı.*	3.12	1.120	2.80	1.190	3.46	0.944
Sokağa çıkma kısıtları her zaman tükettiğim gıda ürünlerine ulaşmamı engelledi.	2.32	1.195	2.24	1.392	2.40	0.962
Sokağa çıkma kısıtları ile atıştırmalıklara yöneldim.	3.08	1.264	2.94	1.298	3.23	1.225
Sokağa çıkma kısıtları gıda alışverişlerimde ürün çeşitliliğini etkiledi. *	3.07	1.111	2.76	1.217	3.40	0.893
Sokağa çıkma kısıtları gıda harcama tutarımı arttırdı. *	3.11	1.266	2.71	1.323	3.52	1.072

*Mann Whitney U testi uygulanmıştır. * $p < 0.05$ anlamlı

4. SONUÇ

Günümüzde hâlâ sürmekte olan Covid-19 salgını tüm insanları etkilemiş ve etkilemeye de devam etmektedir. Bu çalışmada Bursa ve Eskişehir illerinde yaşayan ve gıda alışverişini bizzat gerçekleştiren 97 tüketiciye anket soruları yöneltilmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre, tüketicilerin pandemi sürecinde, pandemi öncesine göre gıda alışveriş sıklıkları ve alışveriş yapılan gıda satış noktalarında farklılıklar ortaya çıkmıştır. Bağışıklık sistemini güçlü tutma endişesi özellikle taze meyve ve sebze ile protein kaynağı olan kırmızı et, yumurta ve süt ve süt ürünleri grubunda alışveriş sıklığını artırmıştır. Yine, tahıl ürünleri (makarna, bisküvi ve un vb), kuru baklagiller ve hazır gıdalar (konserve, dondurulmuş vb) gibi ürünlerin de alışveriş sıklığında artışlar ortaya çıkmıştır. Gıdaya erişimde olası riskler, bu ürünlerdeki tüketim artışını açıklayabilir.

Pandemi öncesine göre, gıda satın alma noktalarında ise en çarpıcı değişiklik online gıda alışveriş artışında ortaya çıkmıştır. Bu değişiklik kredi kartı ile gıda alışveriş miktarının artmasına da yol açmıştır.

Pandemi döneminde, organik ve doğal içerikli ürünlere yönelim en belirgin tüketim davranışı değişimlerinden biridir. Her iki ilde de benzer bir eğilim ortaya çıkmıştır. Mutfakta gıda stoklama ise bir diğer davranış değişikliği olarak belirlenmiştir. İki il arasında gıda tüketim davranış değişikliği açısından yapılan istatistiki karşılaştırmada anlamlı farklılıklar ortaya çıkmış olmakla birlikte, gıda tüketim davranış değişikliği eğilimlerinin büyük ölçüde paralellik gösterdiği de belirlenmiştir. Nitekim, pandemi süreci tüketicileri daha fazla gıda satın almaya yönlterek, daha fazla harcama yapmalarına neden olmuştur.

Bu çalışmada, pandemi sürecinin ilk birkaç ayında ve sokak kısıtları devam ederken, elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Ancak, bu davranış değişimlerinin kısıtların kaldırıldığı döneme ne ölçüde yansıdığı, diğer bir deyişle ne ölçüde kalıcı olduğu yapılacak yeni araştırmalarla ortaya konabilecektir. Araştırmacıların gözlemi özellikle online gıda alışveriş alışkanlığının artarak sürdüğü yönündedir. Bu çalışma ile elde edilen bilgiler perakende, lojistik ve sağlık sektörü kadar, tüketiciler ve üreticiler ile gıda politikası kararları açısından politika belirleyicilere de katkı sağlayabilecektir.

KAYNAKÇA

Amicarelli, V., Bux, C., (2021), Covid-19 Salgını Sırasında İtalyan Evlerinde Gıda Atıkları: Kendi Kendine

Raporlama Yaklaşımı, Gıda Güvenliği Dergisi 13, s.25–37.

Arslan, İ., Karagül, S., (2021), Küresel bir tehdit covid-19 salgını ve değişime yolculuk, Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 10, s.1-36.

Bora, S.B., Altunışık, R., (2016). Pazarlama Araştırmalarında Likert Tipi Ölçeklerin Özelliklerinin Cevaplama Tarzları Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi. Bartın Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7 (14): 577-598.

Daysal, H., Demirbaş, N., (2020), Hanehalkı Gıda İsrafının Nedenleri ve Azaltılması İçin Öneriler : İzmir İli Örneği, Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, 06 (03), s.40-47.

Daysal, H., Demirbaş, N., (2021), Tüketicilerin Gıda İsrafının Önlenmesine Yönelik Tutum ve Davranışlarının Belirlenmesi: İzmir İli Örneği, Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 58 (2), s.253-261.

Doğan, S., Doğan, Y., (2020), Koronavirüs Pandemisi ve Türkiye’de Bitkisel Üretime Etkisi, Artuklu Kaime Uluslararası İktisadi ve İdari Araştırmalar Dergisi, 3(1), s.41-55.

FAO, (2009), How to Feed the World in 2050, http://www.fao.org/fileadmin/templates/wfs/docs/expert_paper/How_to_Feed_the_World_in_2050.pdf, Erişim Tarihi: (28.05.2021).

Galanakis, C. M., (2020), Koronavirüs Çağında Gıda Sistemleri COVID 19 Pandemi Krizi, Gıdalar Dergisi, 9 (4), s.523.

Güriş S, Astar M (2014) Bilimsel araştırmalarda SPSS ile istatistik. Der Kitabevi, ISBN: 978-975-353-418-5, İstanbul.

Jribi, S., İsmail, B. H., Doggui, D., Debbabi, H., (2020), COVID-19 Virus Outbreak Lockdown: What Impacts On Household Food Wastage, Environment, Development and Sustainability, 22 s.3939-3955.

Khayatzadeh, S. S. 2020. Nutrition and Infection with COVID-19. Journal of Nutrition and Food Security, 5(2): 93-96.

Merter, C.A., Vannatta., R.A (2010). Advanced and Multivariate Statistical Methods, Practical Application and Interpretation. 4th Edition. California: Pycrczak Publishing.

Muştu, Ç., Ceylan, V., Sarıışık, M., (2020). COVID-19 Salgını Kaynaklı Karantina Sürecinin Eysel Gıda Atıklarına Etkileri. Tarım Ekonomisi Dergisi, 26(2): 157-165.

Newbold, P., (1995), Statistics for business and economics, Prentice Hall Inc., USA. s.1016.

Özdamar, K. (2004). Paket Programlar ile İstatistiksel veri analizi (çok değişkenli analizler). Kaan Kitabevi, Eskişehir. ss.522.

Sim, K., Chua, H. C., Vieta, E. ve Fernandez, G., (2020), The Anatomy of Panic Buying Related to the Current, COVID-19 Pandemic, Psychiatry Research, 288, 113015.

Tavşancıl, E., 2014. Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi, Nobel Yayıncılık, Ankara. ISBN: 978-605-133-740-1, 230 s.

TÜİK, (2019), Araştırma Kapsamına Alınan İlçelerin Toplam Nüfusları, <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr>, Erişim Tarihi: (15.10.2020).

WHO. (2020), Coronavirus Disease COVID-19 Pandemic. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>. Erişim Tarihi: (10.04.2021).