

## İzmir İlinde Yaşayan Tüketicilerin Yöresel Gıdalara Yönelik Gıda Güvenliği Algısını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi

Haktan Can KAYACAN<sup>1</sup>

Nevin DEMİRBAŞ<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Zir. Yük. Müh., EÜZF, Tarım Ekonomisi ABD, haktan-2101@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-7399-5932

<sup>2</sup>Prof. Dr., EÜZF, Tarım Ekonomisi Bölümü, nevin.demirbas@ege.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0541-1437

**Özet:** Yöresel gıda ürünleri, üretildikleri yörelerin ekonomilerine olan katkılarının yanı sıra yaratmış oldukları katma değer, istihdam ve dışarıdaki payları ile Türkiye ekonomisi açısından önemli ürünlerdir. Üretimde sağlanan katma değeri artırıcı çabalara paralel olarak, küresel düzeyde ve bu arada Türkiye’de de, yöresel gıdaların tüketiminde bir artış eğilimi görülmektedir. Literatür araştırması sonuçları bu eğilimi etkileyen faktörlerin ortak paydalar oluşturmakla birlikte, ülkeler ve hatta aynı ülke içinde bölgeler ve iller itibarıyla farklılaşabildiğini ortaya koymaktadır. İşlenmiş ve işlenmemiş diğer gıda ürünlerinde olduğu gibi, yöresel gıda üretim ve tüketimi için en önemli tüketici beklentisi gıda güvenliğidir. İşte bu araştırmanın amacı, tüketicilerin yöresel gıdalara yönelik gıda güvenliği algısını etkileyen faktörlerin, İzmir ili için belirlenmesidir. İzmir’de araştırmanın amacına uygun olarak seçilen ilçelerde yüz yüze görüşme yöntemiyle 151 tüketici anketi yapılmıştır. Tüketicilerin yöresel gıdalara yönelik gıda güvenliği algısını etkileyen faktörlerin belirlenmesi için Binary Lojistik Regresyon Analizi’nden yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, tüketicilerin yöresel gıdalara yönelik gıda güvenliği algısını pozitif etkileyen öncelikli üç faktör, yöresel gıdaların “çevreye daha az zararlı olması”, “taze olması” ve “coğrafi işarete sahip olması” olarak belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Yöresel Gıda, Gıda Güvenliği, Binary Lojistik Regresyon, Coğrafi İşaret, İzmir

### Determining the Factors Affecting the Perception of Food Safety towards Local Foods of Consumers Living in İzmir Province

**Abstract:** Local food products are important products for the Turkish economy with their contribution to the economies of the regions where they are produced, as well as the added value they create, their share in employment and exports. Parallel to the efforts to increase the added value in production, an increasing trend in the consumption of local foods continues at the global level and meanwhile in Turkey. The results of the literature research reveal that the factors affecting this tendency, although they have common denominators, can differ according to countries and even regions and provinces within the same country. As with other processed and unprocessed food products, the most important consumer expectation for local food production and consumption is food safety. The purpose of this research is to determine the factors affecting the food safety perception of consumers towards local foods for the province of İzmir. 151 consumer surveys were conducted by face-to-face interview method in selected districts in accordance with the purpose of the research. Binary Logistic Regression Analysis was used to determine the factors affecting the food safety perception of consumers towards local foods. According to the results of the analysis, the three primary factors that positively affect the food safety perception of consumers towards local foods were determined as "less harmful to the environment", "freshness" and "geographic indication" of local foods.

**Key Words:** Local Food, Food Safety, Binary Logistic Regression, Geographical Indication, İzmir

#### 1. GİRİŞ

Yöresel gıdalar coğrafi açıdan bir bölge veya yöreye özgü olan, ün ve kalitelerini yörenin doğal koşulları ve bölgesel özelliklerinin yarattığı bilgi ve geleneklerden alan ürünlerdir (Schneider ve Ceritoğlu, 2010). Yöresel gıdaların üretildikleri yörelerdeki işletmelerin ekonomik sürdürülebilirliğine yaptığı katkılar yerel ekonominin güçlenmesini sağlamaktadır. Ekonomik katkılar istihdam nedeniyle pozitif sosyal sonuçlara da yol açmaktadır (Kantaroğlu ve Demirbaş, 2018). Nitekim yöresel gıdalar, yöre halkının alternatif gelir kaynağı olmasının yanı sıra o yörenin bazen ismini bazen de tanıtımını sağlamaktadır. Bu yüzden yöresel gıdaların bilinmesi ve tüketilmesinin önemi gün geçtikçe artmaktadır (Yüzbaşıoğlu, 2020).

Türkiye, yöresel gıda ürünleri üretimi ve üretme potansiyeli açısından oldukça zengin bir ülke durumundadır. Türkiye’nin çeşitli bölgelerindeki coğrafi yapı, ekolojik ve iklim özellikleri, tarımsal faaliyetlerin çeşidine göre, farklı yöresel gıda ürünlerinin üretilmesine olanak tanımaktadır. Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde, Malatya kayısı, Aydın inciri, Ayvalık zeytinyağı, Antalya portakalı, Nevşehir üzümü ve Giresun fıncığı Türkiye için en önemli yöresel ihraç ürünleri arasındadır (Ertan, 2010).

Son 15 yılda toplumlarda, iklim değişikliği üzerinde tüketicilerin etkisinin azaltılmasına yönelik büyük bir ilgi ve farkındalık oluşmaya başlamıştır. Yöresel olarak üretilen gıda ürünlerinin taze olarak tüketilmesi paketleme, işleme ve soğutma

ihtiyaçlarının azaltılması anlamına gelmektedir. Daha az nakliye ve ambalajlamaya neden olan daha az atık ve böylece karbon ayak izinin azaltılması ve doğal çevrenin korunması özellikleriyle yöresel gıdalar diğer gıdalara göre daha çok tercih edilir hale gelmektedir (Kayacan ve Demirbaş, 2022).Yine, tüketicilerin küresel gıda sistemindeki çevresel etkilerin yanı sıra, sürdürülebilirlik, sağlık ve gıda güvenliği gibi olumsuz gelişmeler nedeniyle de yöresel yiyeceklere olan ilgisinin arttığı ifade edilmektedir (Feagan, 2007; Carpio and Isengildina-Massa, 2008; Darby et al., 2008; Hardesty, 2008; Autio et al., 2013; Birch et al., 2018).

Talebi giderek artan bu ürünler için de önemli tüketici beklentilerinden biri gıda güvenliğinin sağlanmasıdır (Pirog and Rasmussen, 2008; Cömert ve Özata, 2016; Kadanalı ve Dağdemir, 2016; Sancak, 2019). Yöresel gıdalarla ilgili daha önce yapılan çalışmalar, tüketicilerin yöresel gıda ürünleri satın alma istekliliği, turistlerin yöresel gıda ürünlerine olan ilgi düzeyleri, yöresel gıdaların yerel ekonomik kalkınmaya katkıları, Türkiye’de coğrafi işaretli gıda ürünleri üretim potansiyelinin değerlendirilmesi, coğrafi işaretli ürünlerde tüketici algısı, tüketicilerin yöresel ürün, yemek ve restoranları tercih etme nedenleri gibi konuları ele almıştır (Kayacan ve Demirbaş, 2021). Bu çalışmanın amacı ise tüketicilerin yöresel gıdalara yönelik gıda güvenliği algısını etkileyen faktörlerin İzmir ilinin seçilen ilçeleri itibarıyla belirlenmesidir.

## 2. MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırmanın birincil verileri İzmir ilindeki tüketicilerden anket yoluyla elde edilen orijinal nitelikli veriler oluşturmaktadır. Anket çalışması 2021 yılında tamamlanmıştır.

Tablo 1. Anketlerin ilçelere göre dağılımı

İlçeler	İlçe Nüfusları	İlçe Nüfuslarının İl Nüfusuna Oranı %	İlçelerin Seçilen İlçe Toplam Nüfusuna Oransal Katkıları %	Görüşülen Tüketici Sayısı
Bornova	446 927	10.17	44	66
Karşıyaka	350 100	7.97	34	51
Ödemiş	133 679	3.04	13	20
Tire	86 315	1.96	9	14
Toplam	1 017 021	23.14	100	151

## 2.2 Verilerin Analizinde İzlenen Yöntemler

Tüketicilerin yöresel gıdalar için gıda güvenliği algısını etkileyen faktörlerin belirlenmesi için ikili (Binary) Lojistik Regresyon Analizi’nden yararlanılmıştır. Binary Lojistik Regresyon özellikle

## 2.1 Verilerin Toplanmasında İzlenen Yöntem

Araştırmada, İzmir ilinin toplam nüfusu ana kitleyi oluşturmaktadır. İzmir ilinin toplam nüfusu 4 394 694’dir (TÜİK, 2020). Araştırmada görüşülen tüketici sayısı oransal örnek hacmi formülüyle hesaplanmıştır (Newbold, 1995).

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

Formülde;

n = Örnek hacmi

N = İzmir ili nüfusu (4 394 694)

p = Yöresel gıda tüketen tüketicilerin oranı (0.50)

$\sigma_{px}^2$  = Oranın varyansı

Araştırma alanında yöresel gıda tüketen tüketicilerin oranı bilinmediğinden, maksimum örnek hacmine ulaşabilmek için p:0.50 ve (1-p):0.50 kabul edilmiştir. Örnek hacmi, %95 güven aralığı ve %8 hata payı ile 151 olarak belirlenmiştir. Anketler, İzmir ilinin en yüksek nüfuslu iki merkez ilçesi olan Bornova (446927) ve Karşıyaka (350100) ile tescilli yöresel gıdalar üretilen Ödemiş (133679) ve Tire (86315) ilçelerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamını oluşturan ilçelerin İzmir nüfusundaki payı %23.14’tür. Anketlerin ilçeler itibarıyla dağılımında ilçe nüfuslarının seçilen dört ilçe toplam nüfusuna yaptığı oransal katkı esas alınmıştır. Anketlerin ilçelere göre dağılımı Tablo 1’de gösterilmiştir.

ikili bağımlı değişken için tasarlanmış doğrusal olmayan bir regresyon modelidir (Stock and Watson, 2007). Bağımlı değişken kesikli iken, bağımsız değişkenin hem kesikli hem de sürekli değerler alabilmesi, fonksiyondaki parametre sayısı; bağımsız değişkenlerin olasılık fonksiyonları dağılımı

üzerine sınır olmaması; varsayım bozulmalarına karşı daha dayanıklı olması gibi avantajları ve esnekliklerinden dolayı Binary Lojistik Regresyon analizi birçok araştırmada tercih edilmektedir (Bayraktar, 2015; Altekin ve Demirbaş, 2021; Akouegnonhou and Demirbaş, 2023).

Lojistik regresyon modelinde bağımlı değişkenin gözlenen değeri iki olası durumu ifade etmek üzere, olayın meydana gelmesi durumunda (1), meydana gelmemesi durumunda (0) değerini almaktadır (Greene, 2003). Binary Lojistik Regresyon modelinde amaç bağımlı değişken ile açıklayıcı değişkenler arasındaki ilişkinin tanımlanmasında en uygun modelin kurulmasıdır. Bağımlı değişken Y, bağımsız değişken X olan Binary Lojistik Regresyon modelini açıklamak amacıyla lojistik dağılım fonksiyonundan yararlanılmaktadır. Bu fonksiyon aşağıdaki gibidir (Aldrich and Nelson, 1984; Gujarati, 2005).

Binary Lojistik Regresyon modeli;

$$\text{Logit}(P) = \log\left[\frac{p}{1-p}\right] = \beta_0 + \beta_1X_1 + \dots + \beta_pX_p$$

şeklinde yazılabilir.

Bu araştırmada; bağımlı değişkenler; tüketici yöresel gıdaları güvenli buluyorsa (1), güvenli bulmuyorsa (0) olarak kullanılmıştır. Bağımsız değişkenler yapılan analize fiziki yakınlığın sağlanması açısından analiz sonuçlarından önce (Tablo 3) gösterilmiştir. İstatistik değerlendirme

aşamasında katsayıların anlamlılığı t testi ve Wald istatistiği ile sınanmış ve matematik model Ki-kare dağılımına dayanan olabilirlik oranı (likelihood-ratio test) ve Hosmer-Lemeshow testleri ile değerlendirilmiştir. Modelin açıklama gücünün ortaya konulmasında McFaden Pseudo R<sup>2</sup> kullanılmıştır (Morgan and Teachman, 1988).

### 3. BULGULAR VE TARTIŞMA

#### 3.1 Tüketicilerin Demografik ve Sosyo-Ekonomik Özellikleri

Görüşülen tüketicilerin %43.7'si Bornova, %33.8'i Karşıyaka, %13.2'si Ödemiş ve %9.3'ü Tire ilçesinde yaşamaktadır. Tüketicilerin %64.9'u kadın, %35.1'i erkektir. Ankete katılanların yaşları 18 ile 79 arasında değişmektedir. Görüşülen tüketicilerin %51.0'ı lisans, %21.9'u lise, %17.2'si ilköğretim ve %9.9'u lisansüstü eğitime sahiptir.

Örneği oluşturan tüketicilerin %50.3'ü evli ve %49.7'si ise bekârdır. Tüketicilerin %58.3'ü fiili olarak bir işte çalışmaktadır. Meslek sahipliği açısından tüketicilerin %25.8'i öğrenci, %17.8'i kariyer sahibi, %14.6'sı ev hanımı, %10.6'sı memur, %9.9'u işçi, %8.6'sı emekli, % 7.3'ü esnaf ve %5.4'ü iş insanıdır. Görüşülen tüketicilerin %29.1'inin aylık geliri 1601-3499 TL arasında ve %27.8'inin aylık geliri 1600 TL ya da altındadır (Tablo 2). Meslek profilinin dağılımı görüşülen tüketicilerin yaklaşık %57'sinin düşük gelir grubunda olmasını açıklamaktadır.

Tablo 2. Görüşülen tüketicilerin demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri

Özellikler	Gruplar	Sayı	%
İlçe	Bornova	66	43.7
	Karşıyaka	51	33.8
	Ödemiş	20	13.2
	Tire	14	9.3
Cinsiyet	Erkek	53	35.1
	Kadın	98	64.9
Yaş	18-34	85	56.3
	35-50	32	21.2
	51-66	28	18.5
	67-79	6	4.0
	İlköğretim	26	17.2
Eğitim Durumu	Lise	33	21.9
	Lisans	77	51.0
	Lisansüstü	15	9.9
Medeni Hal	Evli	76	50.3
	Bekar	75	49.7
Çalışma Durumu	Çalışmıyor	63	41.7
	Çalışıyor	88	58.3
	Ev hanımı	22	14.6
	Emekli	13	8.6
	Memur	16	10.6
	Öğrenci	39	25.8
Meslek	İşçi	15	9.9

	Esnaf	11	7.3
	İş İnsanı	8	5.4
	Kariyer Sahibi	27	17.8
	≤ 1600	42	27.8
	1601-3499	44	29.1
	3500-5499	24	15.9
Gelir Düzeyi	5500-6999	27	17.9
	7000 ≤	14	9.3

### 3.2 Tüketicilerin Yöresel Gıdalara Yönelik Gıda Güvenliği Algısını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi

Tüketicilerin yöresel gıdalara yönelik gıda güvenliği algısını etkileyen faktörlerin belirlenebilmesi için

oluşturulan model dokuz bağımsız değişken (ilçe, yaş, eğitim durumu, medeni hal, ürünlerin coğrafi işarete sahip olması, organik/ekolojik olması, çevreye daha az zararlı olması, temininin kolay olması, taze olması) içermektedir (Tablo 3).

Tablo 3. Tüketicilerin yöresel gıdalara yönelik gıda güvenliği algısını etkileyen faktörleri belirleyebilmek için oluşturulan modelde kullanılan değişkenler, değişken grupları ve değişken tipleri

Değişkenler	Değişken Grupları	Değişken Tipi	Beklenen İşaret
İlçe	1.Grup: Bornova, 2.Grup: Karşıyaka, 3.Grup: Ödemiş, 4.Grup: Tire	Kategorik	+
Yaş	1.Grup: 18-30, 2.Grup: 31-50 3.Grup: 51-79	Kategorik	+
Eğitim Durumu	1.Grup: İlköğretim, 2.Grup: Lise, 3.Grup: Lisans, 4.Grup: Lisansüstü	Kategorik	-
Medeni Hal	1.Grup: Evli, 2.Grup: Bekar	Kategorik	+
Coğrafi İşarete Sahip Olması	Yöresel gıdalar "Coğrafi İşaret" korumasında olduğu için güvenilirdir. (Evet=1, Hayır=0)	Kukla	+
Ekolojik/ Organik olması	Yöresel gıdalar "Ekolojik/ Organik" olması durumunda güvenilirdir. (Evet=1, Hayır=0)	Kukla	+
Çevreye daha az zararlı olması	Yöresel gıdalar çevreye daha az zararlı olduğu için güvenilirdir. (Evet=1, Hayır=0)	Kukla	+
Temininin kolay olması	Yöresel gıdalar temini kolay olduğu için güvenilirdir. (Evet=1, Hayır=0)	Kukla	+
Taze olması	Yöresel gıdalar taze olduğu için güvenilirdir. (Evet=1, Hayır=0)	Kukla	+

Modelin verilere uygunluğunu belirlemek amacıyla yapılan analizler için hipotezler aşağıda gösterilmiştir.

Ho=Model verileri itibarıyla uygundur.

H1=Model verileri itibarıyla uygun değildir.

Modelin Nagelkerke R<sup>2</sup> değeri 0.621 olarak hesaplanmış olup; bu değer katsayısına göre modelde bulunan değişkenler modelin %62.1'ini açıklamaktadır. Yapılan analiz sonuçlarına göre -2Log Olasılık Değeri 98.249 (Tablo 4) olasılıkların doğru tahmin oranı ise (Percentage Correction) %87.4 olarak (Tablo 6) hesaplanmıştır.

Tablo 4. Model parametrelerin anlamlılık değerleri

-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
98.249	0.439	0.621

Modelin uyum iyiliği hakkında bilgi veren Hosmer ve Lemeshow testinin anlamlılık düzeyinin 0.05'den büyük olması modelin verilere uygun olduğunu ifade etmektedir (Pallant, 2017).

Hosmer ve Lemeshow testine ilişkin sonuç tablosu Tablo 5'de gösterilmiştir. Modeldeki değişkenlerin sağladığı uyumun iyiliğini test etmek üzere kullanılan Ki-Kare dağılımını gösteren Hosmer ve

Lemeshow test istatistiğidir. Hosmer ve Lemeshow test istatistiği ilgili serbestlik derecesi ile Ki-Kare tablo değerinden küçük ise modelin uyumunun iyi

olduğuna karar verilmektedir (Altekin ve Demirbaş, 2021).

Tablo 5. Hosmer ve Lemeshow sonuç tablosu

Chi-square	Serbestlik Derecesi	Sig.
6.730	8	0.566

Analiz sonuçlarına göre modelde yer alan altı açıklayıcı değişken (yaş, eğitim durumu, medeni hal, gıdanın coğrafi işarete sahip olması, çevreye daha az zararlı olması, taze olması) istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (Tablo 6). Modelde yer alan ve

istatistiki olarak anlamlı bulunan değişkenlerin katsayılarının Odds(Exp) oranları yorumlanabilir. Diğer değişkenler hakkında yorum yapmanın istatistiki olarak sakıncalı olduğu belirtilmektedir (Karkacier ve Karabaş, 2013).

Tablo 6. Tüketicilerin yöresel gıdalara yönelik gıda güvenliği algısını etkileyen faktörlere ilişkin Binary Lojistik Regresyon analiz sonuçları

Değişkenler	Tahminler	Standart Hata	Wald	df	Sig.	Exp (B)	%95 Güven aralığı	
							En düşük	En yüksek
İlçe (1)			2.918	3	0.404			
İlçe (2)	0.141	0.589	0.057	1	0.811	1.151	0.363	3.653
İlçe (3)	1.406	0.977	2.068	1	0.150	4.078	0.600	27.699
İlçe (4)	1.220	1.087	1.260	1	0.262	3.388	0.403	28.510
Yaş (1)			12.207	2	0.002			
Yaş (2)	3.852	1.156	11.110	1	0.001*	47.099	4.889	453.701
Yaş (3)	1.435	1.075	1.781	1	0.182	4.200	0.510	34.572
Medeni Hal (1)	1.682	0.790	4.526	1	0.033 <sup>+</sup>	5.374	1.142	25.295
Eğitim Durumu (1)			5.292	3	0.152			
Eğitim Durumu (2)	-2.760	1.219	5.127	1	0.024 <sup>+</sup>	0.063	0.006	0.690
Eğitim Durumu (3)	-2.621	1.270	4.260	1	0.039 <sup>+</sup>	0.073	0.006	0.876
Eğitim Durumu (4)	-2.248	1.437	2.447	1	0.118	0.106	0.006	1.766
Coğrafi İşarete sahip olması	1.302	0.613	4.510	1	0.034 <sup>+</sup>	3.678	1.106	12.237
Ekolojik/Organik olması	0.750	0.560	1.795	1	0.180	2.117	0.707	6.340
Çevreye daha az zararlı olması	2.287	0.623	13.456	1	0.000*	9.843	2.901	33.402
Temini kolay olması	0.765	0.669	1.306	1	0.253	2.148	0.579	7.974
Taze olması	1.839	0.587	9.814	1	0.002*	6.288	1.990	19.868
Sürekli Değişkenler	-3.467	1.058	10.747	1	0.001	0.031		

Nagelkerke R<sup>2</sup>=0,621; -2Log Likelihood=98.249; Percentage Correct=%87.4

\*:  $p \leq 0.01$  ve \*:  $p \leq 0.05$ ; anlamlılık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Logit modelde, elde edilen eğitim katsayıları, bağımsız değişkenlerdeki bir birimlik değişmeye karşılık bir olayın gerçekleşme olasılığındaki

değişmeyi ölçmektedir (Kalaycı, 2014). Tablo 6'daki  $\exp(\beta)$  değerleri, ODDS oranlarını göstermektedir (Özdamar, 2002).

Lojistik regresyon analiz sonuçlarına göre %1 önem düzeyinde bağımlı değişken üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olan bağımsız değişkenlerden en önemlisinin ( $p=0.000$ ) yöresel gıdaların “Çevreye daha az zararlı olması” olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuca göre tüketiciler yöresel gıdaları çevreye daha az zararlı olması nedeniyle güvenilir bulmaktadır.

Çalışmada yaş değişkeni üç gruba ayrılmıştır (Tablo 6). Orta yaş grubunu temsil eden Yaş (2) değişkeni %1 önem düzeyinde bağımlı değişken üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir. ODDS oranına göre değerlendirme yapıldığında, orta yaş grubundaki tüketiciler referans grup olan Yaş (1) grubuna göre yöresel gıdaları güvenli bulmaktadır. Tüketicilerin yaşlarında gözlenecek bir birimlik artış yöresel gıdaları güvenli bulma olasılığını 47.099 kat artırmaktadır.

Yöresel gıdaların “Taze olması değişkeni” %1 önem düzeyinde bağımlı değişken üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir. Elde edilen bu sonuca göre tüketiciler yöresel gıdaları taze olduğu için güvenilir bulmaktadır. Taze olması değişkenindeki bir birimlik artış, yöresel gıdaları güvenilir bulma olasılığını 6.288 kat artırmaktadır.

Medeni hal ile yöresel gıda ürünlerini güvenilir bulma olasılığı arasında da anlamlı bir ilişki vardır. Oluşturulan modelin analiz sonuçlarına göre, evli tüketicilerde yöresel ürünleri güvenilir bulma olasılığı artmaktadır. ODDS oranına göre, bir değerlendirme yapıldığında, evli kişi sayısındaki bir birimlik artış, yöresel gıda tüketme olasılığını yaklaşık 5.4 kat artırmaktadır.

Yöresel gıdaların coğrafi işarete sahip olması %5 önem düzeyinde bağımlı değişken üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir. Buna göre tüketiciler yöresel gıdaları coğrafi işaret içerdiği için güvenilir bulmaktadır. Ürünlerin coğrafi işarete sahip olma düzeyindeki bir birimlik artış, tüketicilerin yöresel gıdaları güvenilir bulma olasılığını 3.678 kat artırmaktadır.

Eğitim Durumu değişkeni (2) ve Eğitim Durumu değişkeni (3) %5 önem düzeyinde bağımlı değişken üzerinde anlamlı ve negatif bir etkiye sahiptir. Referans grup olan eğitim durumu (1) grubu ile karşılaştırıldığında, tüketicilerin eğitim düzeyi ilköğretim seviyesinden, lise ve lisans düzeyine yükseldikçe, yöresel gıdaları güvenilir bulma olasılığının azaldığı belirtilebilir. Belirtilen eğitim seviyesi aralığında tüketicilerin eğitim durumlarında gözlenecek bir birimlik artış yöresel gıdaları güvenilir bulma olasılığını 0.063 ve 0.073 kat azaltmaktadır.

#### 4. SONUÇ

Bu çalışmada tüketicilerin yöresel gıdalara yönelik gıda güvenliği algısını etkileyen faktörlerin belirlenmesi için 151 tüketiciye anket soruları yöneltilmiştir. Anketlerden elde edilen verilerle yapılan Binary Lojistik Regresyon Analiz'i sonuçlarına göre, modelde yer alan dokuz değişkenden, altı açıklayıcı değişkenin bağımlı değişken üzerinde istatistiksel olarak anlamlı (pozitif ve negatif) bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Bu altı açıklayıcı değişkenden biri, tüketicilerin yöresel gıdaları “çevreye daha az zararlı olması” nedeniyle güvenilir bulmasıdır. Yöresel gıdaların çevreye daha az zararlı olması nedeniyle tüketicilerin yöresel gıda satın alma tercihlerini olumlu etkilemesi sonucu literatürle büyük ölçüde uyumludur (Sajiki, et al., 2009; Jensen, et al., 2019).

Bağımlı değişken üzerinde anlamlı ve pozitif etkiye sahip olan bir diğer anlamlı değişken “yöresel gıdaların taze olması” değişkenidir. Daha önce yöresel gıdalarla ilgili yapılan tüketici çalışmalarında da benzer sonuçlara ulaşılmıştır (Knight, 2013; Sormaz vd., 2020; Zuluğ, 2010; Sancak, 2019).

Evli tüketicilerin bekar tüketicilere göre yöresel gıdaları daha güvenilir bulduğu belirlenmiştir. Evli çiftler aile olarak sağlıklı beslenmeye ve yemek kültürüne bekar tüketicilerden daha fazla önem vermektedir. Bu da yöresel ve özellikle coğrafi işaretli yöresel ürünler gibi katma değerli ürünlere daha fazla yönelmelerine yol açmaktadır.

Yöresel gıdaların coğrafi işarete sahip olmasının yöresel gıdaların güvenilir bulunması üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Daha önce yapılan çalışmalar da elde edilen bu sonucu destekler niteliktedir (Henseleit, et al., 2007; Albayram vd., 2014; Kayacan ve Demirbaş, 2022). Bu bulguların Türkiye'ye özgü yöresel ürünlerin standardizasyonu ve gıda güvenliğinin sağlanması amaçlarıyla yöresel gıdaların isimlendirilmesine neden olan kriterlerin dışına çıkılmadan üretilmesini kolaylaştıracağı değerlendirilmektedir.

Tüketicilerin eğitim seviyesi lise ve lisans düzeyine yükseldikçe, gıda güvenliği konusunda yöresel gıdaları güvenilir bulma olasılığı azalmaktadır. Bu durum eğitim seviyesindeki artışla birlikte, her yöresel ürünün gıda güvenliği açısından güvenilirlik sağlayabileceği ancak coğrafi işaret ya da ekolojik sertifikaya sahip olan yöresel gıdaların gıda güvenliği temini açısından daha güvenilir olduğu bilinci (Hoffmann and Moser, 2017; Demirbaş, 2022) nedeniyle ortaya çıktığı düşünülmektedir. Diğer anlamlı açıklayıcı değişkenler de bu görüşü destekler niteliktedir.

Türkiye'nin sahip olduğu yöresel gıda potansiyeli ile birlikte elde edebileceği sosyal ve ekonomik kazanımlar dikkate alındığında, belirlenen amaç ve stratejik hedeflerini gerçekleştirmek için tüketicilerin coğrafi işaretli yöresel gıda algısının oluşturulması önemlidir. Bu bağlamda, ilgili kurum ve kuruluşların; işbirliği içerisinde hareket etmesi, tanıtım ve bilgilendirme projeleri geliştirmesi, yöresel gıda üreticilerine destek çıkılması, üreticiler arasında örgütlenmenin sağlanması, tüketicilerin yöresel gıdalar hakkında bilgilendirilmesi ve gelecek nesillerin yöresel gıdalarla tanıştırılmasına katkı sağlanması gerekmektedir.

Bu çalışmada anketler, sınırlı sayıda ve sadece İzmir ilinde gerçekleştirilmiştir. Sonraki araştırmalar için, Türkiye'nin farklı bölgelerinde yapılacak çalışmalarla yöresel gıdalar için gıda güvenliğine ilişkin tüketici algısını etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve sonuçların karşılaştırmalı olarak değerlendirilmesi önerilmektedir.

#### KAYNAKÇA

- Akouegnonhou, O. and Demirbaş, N., 2023. Factors Influencing Participation in Self-Managed Livestock Markets in Rural Communities in the Republic of Benin. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 20(1):186-196.
- Albayram, Z., Mattas, K. and Tsakiridou, E., 2014. Purchasing Local and Non-local Products Labeled with Geographical Indications, *Operational Research International Journal*, 14:237-251.
- Aldrich, J.H. and Nelson, F.D., 1984. *Linear Probability, Logit, and Probit Models*, Beverly Hills: Sage, 95p.
- Altekin, H. ve Demirbaş, N., 2021. Üreticilerin Dip Zeytin Hasat Kararı Üzerinde Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesi: İzmir İli Örneği, *ÇOMÜ Ziraat Fakültesi Dergisi*. 9 (2): 229–236.
- Autio, M., Collins, R., Wahlen, S. and Anttila, M., 2013. Consuming Nostalgia? The Appreciation of Authenticity in Local Food Production, *International Journal of Consumer Studies*, 37(5):564-568.
- Bayraktar, Ö.V., 2015. İzmir-Kemalpaşa Yöresinde Globalgap Uygulayan ve Uygulamayan Kiraz İşletmelerinin Teknik ve Ekonomik Yönünün Sürdürülebilir Tarım Açısından Değerlendirilmesi. *EÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi*. 93 s
- Birch, D., Memery, J. and Kanakaratne, M.S., 2018. The Mindful Consumer: Balancing Egoistic and Altruistic Motivations to Purchase Local Food, *Journal of Retailing and Consumer Services*. 40:221-228.
- Carpio, C. E. and Isengildina-Massa, O., 2008. Consumer Willingness to Pay for Locally Grown Products: The Case of South Carolina. *Southern Agricultural Economics Association Annual Meeting, Dallas*, 25(3):412-426.
- Cömert, M. ve Özata, E., 2016. Tüketicilerin Yöresel Restoranları Tercih Etme Nedenleri ve Karadeniz Mutfağı Örneği, *Ulusal Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(42):538-551.
- Darby, K., Batte, M. T. and Roe, B., 2008. Decomposing Local: A Conjoint Analysis of Locally Produced Foods, *American Journal of Agricultural Economics*, 90:476-486.
- Demirbaş, N., 2022. Tüketicilerin Katma Değerli Tarım ve Gıda Ürünleri İçin Ödeme İstekliliğini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir İnceleme. s. 29-46. *Tarım ve Gıda Ürünleri Tüketimi*, ss.336. Editor: N. Tapkı, IKSAD Yayınevi, Ankara, First Edition, ISBN: 978-625-8323-82-5.
- Ertan, A., 2010. Prestijli Tarım Ürünlerinin Pazarlanmasında Kalite ve Coğrafi İşaret Kavramlarının Tutundurulması ve Bu Bağlamda Tarım Satış Kooperatiflerinin Önemi, *Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (12):157-170.
- Feagan R., 2007. The Place of Food: Mapping out the 'Local' in Local Food Systems, *Progress in Human Geography*, 31(1):23-42.
- Greene, W.H., 2003. *Econometric Analysis*. 4th edn. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Gujarati, D.N., 2005. *Temel Ekonometri*. Literatür Yayıncılık. İstanbul.
- Hardesty, S. D., 2008. Growing the Local Food Market, *American Journal of Agricultural Economic*, 90(5): 1289–1295.
- Henseleit, M., Kubitzki, S. and Teuber, R., 2007. Determinants of Consumer Preferences for Regional Food, 105th EAAE Seminar: International Marketing and International Trade of Quality Food Products, 8(10): 54-67.
- Hoffmann, V. and Moser, C., 2017. You Get What You Pay For: The Link Between Price and Food Safety in Kenya. *Agricultural Economics*, 48(4): 449-458.
- Jensen, J.D., Christensen, T., Denver, S., Ditlevsen, K., Lassen, J. and Teuber, R., 2019. Heterogeneity in Consumers' Perceptions and Demand for Local (Organic) Food Products. *Food Quality and Preference*, 73:255-265.
- Kadanalı, E. ve Dağdemir, V., 2016. Tüketicilerin Yöresel Gıda Ürünleri Satın Alma İstekliliği, *Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Dergisi*, 33 (1): 9-16.
- Kalaycı, Ş., 2014. *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. 273s. Ankara.
- Kantaroglu, M. ve Demirbaş, N., 2018. Türkiye'de Coğrafi İşaretli Gıda Ürünleri Üretim Potansiyelinin Değerlendirilmesi, VIII. IBANESS, Plovdiv/Bulgaria, p.514-520.
- Karkacier, O. and Karabaş, S., 2013. Good Agricultural Practices and Consumer Behavior (Logit Regression Analysis). *Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Dergisi*, 30(2):71-79.
- Kayacan, H.C. ve Demirbaş, N., 2021. Tüketicilerin Yöresel Gıdalar İçin Gıda Güvenliği Algısı: Bir Literatür Araştırması, XV. IBANESS, Plovdiv/Bulgaristan, 29-30 Mayıs 2021, s. 882-893.
- Kayacan, H.C. ve Demirbaş, N., 2022. Tüketicilerin Yöresel Gıda Satın Alma Kararını Etkileyen Faktörler: İzmir İli Örneği, *Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences*, 08 (04): 47-55.
- Keskin, H., 2019. Coğrafi İşaretli Yöresel Gıdaların Turistik Destinasyon Pazarlamasına Etkileri-Balıkesir İli Örneği, *Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, YL Tezi*.
- Knight, A. J., 2013. Evaluating Local Food Programs: The Case of Select Nova Scotia, *Evaluation and Program Planning*, 36:29-39.

- Morgan, P.S. and Teachman, J.D., 1988. Logistic Regression: Descriptions, Examples, and Comparisons. *Journal of Marriage and The Family* 50: 929-936.
- Newbold, P., 1995. *Statistics for Business and Economics*. Prentice Hall International Editions: 867p
- Özdamar, K., 2004. *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Pallant, J., 2017. *SPSS Kullanma Kılavuzu: SPSS ile Adım Adım Veri Analizi*. Anı Yayıncılık.
- Pirog, R. and Rasmussen, R., 2008. Food, Fuel and the Future: Consumer Perceptions of Local Food, Food Safety and Climate Change in the Context of Rising Prices, Iowa State University, Leopold Center for Sustainable Agriculture, 294-1854.
- Sajiki, T., Sawauchi, D., Masuda, K., Tokoro, S., Iwamoto, H., Nakatani, T. and Yamamoto, Y., 2009. Influencing Factors of Japanese Consumer Purchasing Decisions for Locally Produced Agricultural Products, Hokkaido University, *Journal of the Research Faculty of Agriculture*, 73(1):1-8.
- Sancak, K., 2019. Ankara İli Çankaya İlçesinde Coğrafi İşaretli Ürünlerde Tüketici Algısı, (Beypazarı Kuru, Çubuk Turşusu, Kalecik Karası Üzümü Örneği), Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, YL Tezi.
- Schneider, G.K. ve Ceritoğlu, A.B., 2010. Yöresel Ürün İmajının Tüketici Satın Alma Davranışı ve Yüksek Fiyat Ödeme Eğilimi Üzerindeki Etkisi: İstanbul İlinde Bir Uygulama, *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 3 (6): 29-52.
- Sormaz, Ü., Özata, E. ve Madenci, A.B., 2020. Tüketicilerin Yöresel Ürün, Yemek ve Restoranları Tercih Etme Nedenleri: Trakya Yöresi Mutfağı Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(1), 538-551.
- Stock, J. H. and Watson, M.W., 2007. *Introduction to Econometrics*, Pearson Addison Wesley: 796p. Boston.
- TÜİK, 2020. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2020-37210> (Erişim: 13.04.2021).
- Yüzbaşıoğlu, R., 2020. Tokat İli Merkez İlçede Bireylerin Yerel Ürün Tüketimi ve Bilinçli Satın Almaya Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi. *Harran Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 24(3): 325-335.
- Zuluğ, A., 2010. Coğrafi İşaretli Gıdalara İlişkin Tüketici Tercihleri Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Örneği, EÜ, FBE, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Doktora Tezi, İzmir.